



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Der Einsatz ideologisch aufgeladener politischer Sprache am
Beispiel rechtspopulistischer Parteien im deutschsprachigen
Raum“

verfasst von / submitted by

Elvina Machleidt, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2020/ Vienna, 2020

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 817

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Deutsche Philologie

Betreut von / Supervisor:

ao Univ.-Prof. Mag. Dr. Franz Patocka

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung und Fragestellungen	4
2. Methodische Vorgehensweise	8
3. Sprachformen in der politischen Kommunikation	10
4. Ideologisch aufgeladene Sprache in der politischen Kommunikation	16
4.1 Die Begriffe der ‚Ideologie‘ und des ‚Populismus‘	17
4.2 Vereinheitlichung eines angeblich homogenen ‚Volkes‘	19
4.3 Identitätsstiftende Rhetorik	23
4.4 Abhängigkeit von charismatischen Führungsfiguren	26
5. Die politische Rede als Trägerin ideologisch aufgeladener Botschaften	31
5.1 Fallbeispiel 1: Björn Höcke (Alternative für Deutschland)	36
5.1.1 Die gezielte Verbindung von Metaphorik & Agitation	37
5.1.2 Die strategische Vermengung isolierter Sachverhalte	39
5.2 Fallbeispiel 2: H.-C. Strache (Freiheitliche Partei Österreich)	42
5.2.1 Bevorzugung und Vernachlässigung: Die ‚Ausspielstrategie‘	43
5.2.2 Die Geschichte vom ‚Ende der freien Meinungsäußerung‘	48
5.3 Fallbeispiel 3: Roger Köppel (Schweizerische Volkspartei)	50
5.3.1 Effektive Metaphorisierung als kognitiver Einflussfaktor	51
5.3.2 Die Europäische Union als ‚falscher Verbündeter‘	53
5.4 Komparative Analyse: Gemeinsamkeiten & Unterschiede	56

6. Die Verbreitung ideologisch aufgeladener Botschaften in den sozialen	
Medien	63
6.1 Alternative für Deutschland: Die Rhetorik der externen Bedrohungen	64
6.2 Freiheitliche Partei Österreich: Die Rhetorik der doppelten	
Feindbilder	66
6.3 Schweizerische Volkspartei (SVP): Die Rhetorik des massiven	
Kontrollverlusts	68
7. Konzepte der Schwerpunktsetzung in der medialen und politischen	
Kommunikation	70
7.1 Agenda Setting: Der mediale Einfluss auf die Wahrnehmung der	
Signifikanz	71
7.2 Framing: Die strategische Festlegung der kommunikativen	
Bezugsrahmen	74
8. Zusammenfassung und abschließende Bemerkungen	80
<i>Bibliographie</i>	85
<i>Abbildungsverzeichnis</i>	90
<i>Abstract</i>	91

1. Einleitung und Fragestellungen

„Wir wissen aus der politischen Verhaltensforschung, dass Menschen Werte wählen. (...) Werte macht man über klare und eindringliche Bilder des Miteinanders im Alltag greifbar. Das braucht konkrete, einfache Sprache!“

(vgl. Schwarz 2016)

Diese Erkenntnis, geäußert von der deutschen Sprachwissenschaftlerin und Autorin Elisabeth Wehling im Kontext eines Interviews über den erfolgreichen Präsidentschaftswahlkampf des amtierenden US-amerikanischen Staatsoberhauptes Donald Trump, hat zweifellos auch für die Untersuchung ideologisch aufgeladener politischer Sprache im rechtspopulistischen Spektrum in Zentraleuropa hohe Gültigkeit. Nicht ausschließlich, aber durchaus regelmäßig und systematisch setzen vor allem politische Parteien, die eben diesem Spektrum zuzurechnen sind, auf besonders klare, eindringliche, simpel anmutende Sprache, um ihren Wählerinnen und Wählern die entsprechenden Botschaften möglichst eingängig zu vermitteln. Zu diesem Zweck wird nicht selten mit einem hohen Maß an Bildhaftigkeit ag(it)iert: Metaphern sagen oftmals mehr als tausend (andere) Worte. Im Rahmen der vorliegenden Masterarbeit wird mithilfe einer komparativen Rhetorik- bzw. qualitativen Inhaltsanalyse auf die sprachlichen Muster in der politischen Kommunikation rechtspopulistischer Parteien im deutschsprachigen Raum eingegangen, wobei der klare Fokus der Arbeit auf Einsatz und strategischer Bedeutung linguistischer Stilmittel liegen soll. Auf eine dezidiert politikwissenschaftliche Einordnung der analysierten Inhalte aus den betreffenden kommunikativen Vorgängen in Deutschland, Österreich und der Schweiz aus den letzten Jahren wird in dieser Arbeit ausdrücklich verzichtet: Der linguistischen Analyse wird angesichts des in allererster Linie sprachwissenschaftlichen Erkenntnisinteresses gegenüber den politischen Befunden stets höchste Priorität eingeräumt.

Der Einsatz der Methode der qualitativen Inhaltsanalyse dient im Kontext dieser Arbeit dem besseren Verständnis der strategisch verwendeten politischen Sprache in diversen Kommunikationskanälen rechtspopulistischer Parteien: Dazu wird eine ganze Reihe exemplarischer Formulierungen diverser Akteure zu mitunter gesellschaftlich kontrovers diskutierten Themenkomplexen wie etwa Migration und Integration oder Sicherheit und Kriminalität untersucht und sprachwissenschaftlich eingeordnet. Hierbei kann es etwa um

Wahlkampfslongans, Posts in den gängigen sozialen Netzwerken, Beiträge in ‚parteieigenen Medien‘ (z.B. ‚FPÖ-TV‘) oder auch um Ausführungen im Zuge politischer Reden gehen – gemeinsam ist diesen Kanälen jedenfalls, dass sie in der Regel eine hohe Reichweite haben und somit zahlreiche Menschen erreichen. In Abgrenzung zur *quantitativen* Inhaltsanalyse geht es an dieser Stelle keineswegs um die Generierung repräsentativer Aussagen auf Basis statistischer Zusammenhänge, sondern um die ‚textnahe‘ und somit sprachwissenschaftlich orientierte Interpretation der relevanten Untersuchungsgegenstände. Im Interesse einer soliden theoretischen Fundierung wird bereits im ersten Teil der Arbeit auf das Sprachformenmodell in der politischen Kommunikation nach Dieckmann eingegangen, der im Wesentlichen die Institutionssprache, die politische Fachsprache sowie die ideologisch aufgeladene Sprache unterscheidet. In Verknüpfung mit der bereits angesprochenen inhaltsanalytischen Vorgehensweise werden auch entsprechende Einordnungen der im Rahmen dieser Arbeit thematisierten Beispiele vorgenommen: So wird etwa erarbeitet, aus welchen Gründen in zahlreichen Fällen vom gezielten Einsatz ‚ideologisch aufgeladener Sprache‘ ausgegangen werden kann und worin sich derartige Ausführungen etwa von jenen unterscheiden, die sich gemäß dieses Modells anderer Sprachformen bedienen.

Weiter konkretisiert wird die Analyse der ideologisch aufgeladenen Sprache in der politischen Kommunikation anhand der Identifizierung sogenannter ‚ideologiegebundener Wörter‘: Welche Phrasen, welche Botschaften weisen in diesem Sinne einen hohen ‚Ideologisierungsgrad‘ auf, warum und mit welchem Ziel? Welche Merkmale charakterisieren diese Art der Formulierung und welche Kriterien müssen erfüllt sein, um die entsprechenden Begriffe als ‚ideologiegebunden‘ einstufen zu können? Welche Rolle spielen rhetorische Mittel wie etwa der Einsatz von Metaphern, Kampfbegriffen und gezielt emotionalisierenden Botschaften in diesem Kontext? Diese und weitere Fragen werden um eine eingehende Beschäftigung mit den Gemeinsamkeiten und Unterschieden rechtspopulistischer Parteien in den deutschsprachigen Ländern ergänzt, wobei auch hier wieder zuallererst linguistische Befunde im Mittelpunkt des Interesses stehen und politikwissenschaftliche Erkenntnisse weitgehend außen vor bleiben, um den Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht zu sprengen. Auf eine Analyse des politischen Diskurses in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf der Makroebene wird aus erkenntnistheoretischen Gründen weitgehend verzichtet, es wird an entsprechender Stelle aber zumindest kurz auf politische(s) Klima und Kultur in diesen

Ländern eingegangen, um die jeweilige (auch sprachliche) Ausrichtung der betreffenden Parteien möglichst kontextbezogen einordnen zu können. Nicht fehlen darf in dieser in allererster Linie sprachwissenschaftlich fokussierten Arbeit natürlich das Konzept des sogenannten ‚Framings‘ in der politischen Kommunikation: Auf Funktion und Bedeutung dieses Modells wird demnach ebenso eingegangen wie auf die Signifikanz ähnlich ausgerichteter Deutungsansätze wie etwa die von der österreichischen Linguistin und Professorin Ruth Wodak skizzierte ‚Politik der Angst‘. Diesen Theorien ist vor allem gemein, dass ihnen eine gezielte Fokussierung auf strategisch definierte Deutungsrahmen zugrunde liegt: Auf diese Weise soll der rhetorische ‚Takt‘ vorgegeben bzw. der politische Kontrahent zu einer entsprechenden Reaktion darauf gezwungen werden. Oftmals ist eben jener Deutungsrahmen von simplifizierenden, emotionalisierenden Botschaften geprägt und auch sprachlich entsprechend ausgestaltet, wie im Verlauf dieser Arbeit argumentiert wird.

Letztlich wird diese Form der ‚Unterkomplexität‘ dahingehend beleuchtet, welche Rolle sie in der erfolgreichen Kommunikation zwischen Parteien und ihren Wählerinnen und Wählern einzunehmen vermag und inwieweit sich das Prinzip der ‚einfachen Antworten auf komplexe Probleme‘ auch sprachlich im medialen Auftritt politischer Akteure aus dem rechtspopulistischen Spektrum niederschlägt, ehe eine abschließende Zusammenfassung der sprachwissenschaftlichen Erkenntnisse aus der Analyse der Untersuchungsgegenstände vorgenommen wird. Vor dem Hintergrund eines primär aus politolinguistischen und diskursanalytischen Elementen bestehenden Theorierahmen setzt sich diese Masterarbeit also zum Ziel, die folgende Forschungsfragen möglichst umfassend zu beantworten:

Welche politischen Ziele werden mit dem Gebrauch von ideologisch aufgeladener Sprache (z.B. durch den Einsatz eingängiger Metaphern) aufseiten rechtspopulistischer Parteien im deutschsprachigen Raum verfolgt und welche Rolle spielt die politische Kommunikation in der Bindung des Wahlvolks an diese Parteien im rechtspopulistischen Spektrum?

Im Rahmen einer ersten Hypothesenbildung wird grundsätzlich davon ausgegangen, dass Metaphern auch als Mittel der bildhaft eingesetzten politischen Sprache das alltägliche Denken, Handeln und Sprechen des ‚homo politicus‘ stets bestimmen und strukturieren und somit eine wesentliche Rolle in Hinblick auf die Deutung, Vermittlung und Aneignung

politischer wie gesellschaftlicher Zusammenhänge einnehmen. In diesem Sinne besteht ein unmittelbarer Konnex zum Konzept des politischen ‚Framings‘, das wie erwähnt noch große Bedeutung im späteren Verlauf dieser Arbeit einnehmen wird: Die relevanten Deutungsrahmen werden nicht zuletzt durch Ausgestaltung und Nutzungsfrequenz von Metaphern entscheidend (mit-) geprägt. Insofern gibt die Beantwortung der Frage, anhand welcher Metaphern sich politische Akteure zu bestimmten Themenkomplexen äußern, natürlich auch Aufschluss darüber, wie diese Sachverhalte bewertet oder interpretiert werden. Vor allem negativ konnotierte Metaphern wie etwa ‚Parallelgesellschaft‘, ‚Flüchtlingswelle‘ oder ‚Masseneinwanderung‘ prägen, so die Argumentation der Autorin, den politischen Diskurs zwangsläufig und führen zu einer Art negativer Deutungsverschiebung, welche als eine der wesentlichen politischen Zielsetzungen rechtspopulistischer Parteien eingestuft werden kann. Dieser Logik folgend wird von einem hohen Stellenwert strategisch entwickelter politischer Kommunikationsmechanismen ausgegangen: Die Ideologisierung der Sprache dient in diesem Sinne dem Ziel, die politische Gefolgschaft langfristig zu binden und der erfolgreichen Stilisierung der eigenen Partei als ‚Retter in der Not‘, ‚Advokat der kleinen Leute‘ etc. den Weg zu ebnen. Diesen und zahlreichen weiteren Themen nimmt sich die vorliegende Arbeit nun im Rahmen der bereits skizzierten Forschungsfragen und Hypothesen auf den folgenden Seiten an.

2. Methodische Vorgehensweise

Um die o.a. Forschungsfragen im Zuge der sprachwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Themengebiet der ‚ideologisch aufgeladenen politischen Sprache‘ umfassend beantworten zu können, werden im Verlauf dieser Masterarbeit sowohl diskursiv-analytische Beiträge (in Form von Primärliteratur bzw. deren Interpretation) als auch wissenschaftliche Erkenntnisse (in Form von Sekundärliteratur) präsentiert und diskutiert. Während das theoretische Augenmerk somit auf der Auseinandersetzung mit einer Reihe sprachwissenschaftlicher Modelle liegt und die Frage zu beantworten sucht, welchen Beitrag diese Ansätze zur Erklärung der Etablierung gewisser Kernthemen und entsprechender Deutungsrahmen im politischen Kommunikationsschema der Akteure liefern können, konzentriert sich die eher praktisch orientierte Inhaltsanalyse auf eine die Funktion der Sprache in den Vordergrund stellende Untersuchung diverser (analoger wie digitaler) Kommunikationskanäle (z.B. Wahlwerbung in Plakatform vs. Beiträge in sozialen Medien).

Als wissenschaftlich fundiert sind freilich sowohl der theoretische als auch der praktische Fokus zu erachten: Beide tragen sie auf ihre eigene Art und Weise zur Beantwortung der Frage bei, welchen Stellenwert die Verwendung ideologisch aufgeladener politischer Sprache in der Wählerbindung einnimmt. Entscheidend ist die Kombination dieser Ansätze: Ohne ein fundiertes Verständnis wissenschaftlicher Abhandlungen darüber, dass sowohl die Auswahl als auch die tatsächliche linguistische Ausgestaltung von im Zuge politischer Kommunikationsprozesse vermittelten Inhalten (so gut wie) nie zufällig erfolgt, sondern ganz bewusst gewählten Deutungsrahmen unterliegt und folgt, wird nicht ultimativ begreifbar sein, welche strategischen Ziele die letztlich permanent mit ihrer (potentiellen) Wählerschaft kommunizierenden Akteure verfolgen und mit welchen Mitteln sie diese zu erreichen versuchen. Gleichzeitig darf auch die eher praktisch orientierte, sich also auf einen konkreten Forschungsgegenstand beziehende Inhaltsanalyse in ihrer Bedeutung keinesfalls unterschätzt werden. Diese ergibt sich nicht zuletzt aus ihrer Unmittelbarkeit: Jedes Wahlplakat, jeder Redeausschnitt und jede Twitter-Meldung bilden im Prinzip handfeste Forschungsgegenstände, die sich inhaltsanalytisch ‚sezieren‘ bzw. im Rahmen dieser Arbeit als im wahrsten Sinne ‚anschauliche‘ Primärquellen bezeichnen lassen: Hier geht es naturgemäß weniger um Gesetzestexte, Verordnungen, parlamentarische Anfragen oder dergleichen,

sondern oftmals um visuell wie rhetorisch ausgereifte Kommunikationsbeiträge ‚in Kurzform‘. Unter den ‚Sekundärquellen‘ werden in diesem Fall wissenschaftliche Beiträge subsumiert, die in aller Regel keinen unmittelbaren Analyseanspruch in Bezug auf ein konkretes Objekt erheben, sondern sich eher im Allgemeinen mit der Wirkungsweise und Funktion diverser Mechanismen in der Kreierung und Verfestigung ideologisch aufgeladener politischer Sprache auseinandersetzen. Bei den im Zuge dieser Arbeit verwendeten Primärquellen handelt es sich also meist um Bild- und Video-Material, das die strategische Ausgestaltung der politischen Kommunikation durch rechtspopulistische Parteien im deutschsprachigen Raum gegenüber ihren (potentiellen) Wählerinnen und Wählern möglichst präzise veranschaulicht. Die Sekundärquellen wiederum setzen sich in erster Linie aus einer Vielzahl an Beiträgen in Büchern, Zeitschriften sowie Journals zusammen, die sich dem Thema eher (aber nicht ausschließlich) unabhängig vom konkreten Fallbeispiel nähern.

Die Autorin dieser Masterarbeit verfolgt in methodischer Hinsicht einen ganzheitlichen Forschungsansatz: Diesem liegt vor allem die Annahme zugrunde, dass sich das komplexe Feld der politischen Kommunikation nicht lediglich auf das gesprochene Wort beschränkt, sondern unbedingt auch non-verbale Aspekte wie etwa die optische (farbliche, symbolhafte) Ausgestaltung der Wahlplakate und anderer Kommunikationsmedien mit einschließt. Aus diesem Grund fokussiert die linguistische Analyse selbstverständlich auf verschiedene Arten politischer Kommunikationskanäle, da eine Verengung auf reine Wortbeiträge diesem umfassenden Thema nach Ansicht der Autorin nicht gerecht werden würde. In diesem Sinne wird in der vorliegenden Arbeit ein holistischer Untersuchungsmaßstab angelegt, der den Anspruch hat, jeden Analysegegenstand in seiner Ganzheitlichkeit zu erfassen und mit besonderem Fokus auf die ideologisch aufgeladene Sprache in seiner Funktion und Wirkmacht umfassend zu analysieren und zu verstehen.

3. Sprachformen in der politischen Kommunikation

Um zu verstehen, welche Funktion der Gebrauch von ‚ideologisch aufgeladener politischer Sprache‘ eigentlich erfüllt, ist es zunächst hilfreich, sich mit der Einteilung verschiedener Sprachebenen in der Politik nach Walther Dieckmann zu beschäftigen. Dessen Modell unterscheidet grundsätzlich drei verschiedene Sprachtypen, die im Bereich der politischen Kommunikation verwendet werden:

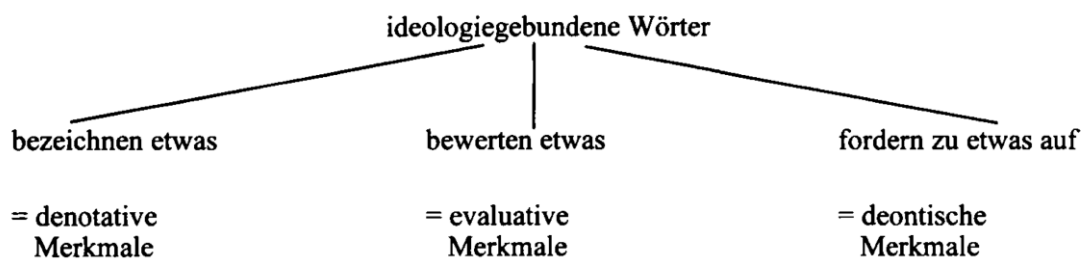
- Die **Institutionssprache** kann als weitestgehend ‚neutral‘ bezeichnet werden: Die Sprecherin bzw. der Sprecher bezweckt in diesem Sinne nicht, ein wie auch immer geartetes ‚politisches Framing‘ zu betreiben, sondern verwendet weitgehend wertfreie Begriffe, die rein deskriptive Funktion haben und noch wenig Aufschluss über die Art der persönlichen politischen Agenda liefern. Klassische Beispiele sind Begriffe wie ‚Bundesrat‘, ‚Mandat‘, ‚Bundesland‘, ‚Untersuchungsausschuss‘ u.v.m.
- Die Fachsprache **politischer Sachgebiete** ähnelt der Institutionssprache insofern, als sie ebenfalls als deskriptiv – und eben nicht bzw. kaum normativ – eingestuft werden kann. Auch hier geht es der Sprecherin bzw. dem Sprecher nicht (vorwiegend) darum, ein politisches Dogma zu verbreiten, sondern innerhalb eines bestimmten Politikfeldes ebenfalls auf der beschreibenden Ebene zu bleiben. Typisch wären hier etwa Begriffe wie ‚Pflichtversicherung‘ (Gesundheitspolitik), ‚Erwerbsquote‘ (Arbeitsmarktpolitik) oder ‚Staatshaushalt‘ (Finanzpolitik).
- Die **ideologisch aufgeladene Sprache** hingegen bezeichnet ein Mittel der politischen Kommunikation, das den Adressat/innen einen klaren Eindruck davon verschaffen soll, welche Themen besonders weit oben auf der politischen Agenda der Sprecherin bzw. des Sprechers stehen und welche Haltung diese Person zu einem bestimmten politischen Thema einnimmt. Diese Art der Kommunikation kann sowohl offensiv als auch subtil (z.B. durch die schleichende, aber sukzessive und durchaus gewollte Normalisierung ideologisch aufgeladener Begriffe im Rahmen des politischen Diskurses) erfolgen, auf die zu einem späteren Zeitpunkt noch etwas ausführlicher Bezug genommen wird. Häufige Beispiele aus dem politischen Betrieb stellen

beispielsweise die Begriffe ‚Flüchtlingsstrom‘, ‚Masseneinwanderung‘, ‚Zwangsgebühren‘ oder ‚Enteignung‘ dar: Gemeinsam ist ihnen, dass sie oftmals einen Bereich betreffen, der schon von Grund auf ein hohes Emotionalisierungs-potential besitzt (z.B. Migrations-/Zuwanderungspolitik) und innerhalb dessen es den politischen Akteuren entsprechend leicht fällt, ihr Publikum auf strategisch kalkulierte Weise anzusprechen.

(nach Dieckmann 1969/1975, 47-51)

Auch innerhalb der Gruppe der sogenannten ‚ideologiegebundenen Wörter‘ bestehen ihrerseits drei Unterscheidungsebenen, wie die folgende Grafik veranschaulicht:

Abb. 1: Diagramm ‚Merkmale ideologiegebundener Wörter‘



Quelle: Girnth, Heiko (2002): Sprache und Sprachverwendung in der Politik: Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation. De Gruyter Verlag, Berlin (S. 51).

Auf der Suche nach einer Antwort auf die Frage, welche politischen Zielsetzungen der Verwendung von ideologisch aufgeladener Sprache zugrunde liegen, ist in erster Linie die Bedeutung der in der Mitte und auf der rechten Seite des o.a. Diagramms hervor zu streichen: Bewertende, sprich evaluative sowie auffordernde, sprich deontische Formulierungen verfangen tendenziell schneller beim Zielpublikum, da sie oftmals in besonders pointierter und zugespitzter Form vorgetragen werden. Sätze wie ‚Die da oben nehmen euch nur noch aus!‘ (*evaluativ*) oder ‚Lasst euch das nicht gefallen und wehrt euch!‘ (*deontisch*) verfügen über eine ganz andere Wirkmacht, als wenn die Sprecherin bzw. der Sprecher auf der denotativen Ebene verharrt (z.B. objektive Feststellung der Notwendigkeit einer Sparpolitik aufgrund knapper finanzieller Mittel o.ä.). Als absolut zentral ist hierbei auch der Versuch zu erachten, eine erfolgreiche (oftmals negative) Begriffsbesetzung vorzunehmen: Da politische Auseinandersetzungen auch immer die Verwendung verschiedener Bezeichnungen mit

entsprechenden Bedeutungsgehalten beinhalten, liegt die Zielsetzung nahe, diesen Bedeutungsgehalt und somit die Zuschreibungen bestimmter Begriffe im Sinne der eigenen politischen Ziele entsprechend zu beeinflussen. In Hinblick auf die politisch-kommunikative Methode der gezielten (weiteren) Emotionalisierung bestimmter Themen kann dies beispielsweise bedeuten, dass tatsächlich oder auch nur vermeintlich zutreffende ‚Fakten‘ künstlich geschaffen bzw. zumindest in ihrem wahren Bedrohungspotential hochstilisiert werden, indem etwa bereits bei einem geringen Anstieg der Kriminalitätsrate von einem ‚Staat ohne jegliche Kontrolle über seine Bürger‘ gesprochen oder aus einem mäßig ansteigenden Anteil bestimmter Bevölkerungsgruppen rhetorisch eine ‚Bevölkerungsexplosion‘ gemacht wird.

So gesehen erfüllt die Verwendung eines bestimmten politischen Sprachstils auch in Hinblick auf dessen rhetorische Wirksamkeit eine Art Machtfunktion, zu deren Analyse auch die Auseinandersetzung mit den Arbeiten des deutschen Germanisten Ekkehard Felder einen wertvollen Beitrag leistet. Felder differenziert hinsichtlich der gezielten (meist den eigenen Standpunkt stärkenden) Nutzung sprachlicher Mittel zwischen der Beschreibungs- und der Beurteilungsebene: „„Wer die Dinge benennt, beherrscht sie. Definitionen schaffen ‚Realitäten‘. Wer definiert, greift aus der Fülle möglicher Aspekte einen heraus, natürlich denjenigen, der ihm wichtig erscheint. So schreibt der Politologe Martin Greiffenhagen schon 1980 in seinem Buch ‚Kampf um Wörter‘ – und daran hat sich bis heute nichts geändert“ (vgl. Felder 2010). Grundlegend sei in der linguistischen Analyse politischer Kommunikationsformen vor allem die klare Differenzierung zwischen reinen politischen Inhalten einerseits und der Verwendung einer ganz bestimmten Art von politischer Sprache andererseits, zumal „ein umstrittener politischer Inhalt im Medium Sprache nicht derart beantwortet werden [kann], dass eine bestimmte Bezeichnung oder Formulierung objektiv richtig oder falsch ist“ (vgl. Felder ebda.). Dieser Denklogik zufolge ist letztlich nicht entscheidend, welche Form der politischen Kommunikation besonders löblich oder verwerflich sei, sondern vielmehr von zentraler Bedeutung, dass sich ‚mündige Bürgerinnen und Bürger‘ in einem demokratischen Staat selbst in die Lage versetzen, die Kommunikationsformen politischer Akteure erkennen und hinterfragen zu lernen.

An dieser Stelle sei ergänzend zur o.a. Darstellung eine zweite Einteilungsmöglichkeit diverser im dauerhaften Prozess der politischen Kommunikation genutzter Begriffe angeführt, um die Vielfalt an verschiedenen Analyseebenen innerhalb dieser Disziplin exemplarisch zu verdeutlichen:

- **Schlüsselwörter** bezeichnen häufig vorkommende Begriffe, die in besonders komprimierter Weise einen tatsächlich äußerst komplexen Zusammenhang in einem Wort zusammenfassen und somit simplifizieren. Diese Begriffe eint oftmals die Tatsache, dass die Bandbreite an verschiedenen Bedeutungen, die ihnen (je nach dieses Wort verwendender Person) zugeschrieben werden, als äußerst groß zu bezeichnen ist (z.B. ‚Nachhaltigkeit‘, ‚Stabilität‘, ‚Sicherheit‘, ‚Globalisierung‘ u.v.m.).
- **Fahnenwörter** bezeichnen Begriffe mit hohem Zustimmungspotential, die von politischen Akteuren oftmals verwendet werden, um für positiv eingestufte Haltungen, Vorstellungen oder Sachverhalte eine möglichst große Anzahl an Anhängern zu gewinnen. Aufgrund ihrer hohen Werbewirkung finden sich derartige Begriffe oftmals auf Wahlplakaten wieder, wo sie aus strategischen Gründen verwendet werden, um einen größtmöglichen Zustimmungsgrad in der Bevölkerung zu erreichen (z.B. ‚Freiheit‘, ‚Wohlstand‘, ‚Bildung‘, ‚Gerechtigkeit‘ u.v.m.).
- **Stigmawörter** bezeichnen letztlich jene Begriffe, die eingesetzt werden, um politische Sichtweisen oder Handlungen eines politischen Konkurrenten ab- und somit gleichzeitig die Sichtweisen oder Handlungen der eigenen politischen Gruppierung aufzuwerten. Hierfür wird in aller Regel das Gegenteil, sprich die positive Entsprechung, der abgewerteten Haltung der eigenen Gruppe zugeschrieben (z.B. ‚Politik gegen kleine Leute‘, ‚Vetternwirtschaft‘, ‚Schröpfen der Mittelschicht‘ u.v.m.).

(nach Felder 2010)

Von dieser linguistischen Differenzierung ausgehend, sind die sogenannten ‚Stigmawörter‘ für die diskursanalytische Untersuchung des dritten Sprachtyps nach Dieckmann, der ‚politisch aufgeladenen Sprache‘, von zentraler Bedeutung, zumal es nicht zuletzt um den Kampf und den Gewinn um die Deutungshoheit hinsichtlich polarisierender gesellschaftspolitischer Sachverhalte geht. Diesem Zweck dienen in gewisser Weise auch die Verwendung und Normalisierung von Stigmawörtern, die gerade von politischen Akteuren aus dem rechtspopulistischen Spektrum vermehrt eingesetzt werden, um ihre Kontrahenten in ihren politischen Sichtweisen und Handlungen zu entwerten bzw. teils zu ridiculisieren, wie etwa dem u.a. Wahlplakat der Freiheitlichen Partei Österreich (FPÖ) zu entnehmen ist:

Abb. 2: FPÖ-Wahlplakat ‚Österreicher verdienen Fairness‘



Quelle: KURIER-Parlamentsredaktion (2017): FPÖ startet ihren „Fairness“-Wahlkampf. In: KURIER, Online-Ausgabe vom 24.08.2017. Verfügbar im Internet: URL: <https://kurier.at/politik/inland/nr-wahl-fpoe-startet-fairness-wahlkampf/282.382.133>

Die ideologiegebundene Phrase in diesem Wahlkampfslogan findet sich im Untertitel: Der „rot-schwarze Speck“ verbildlicht das aus Sicht der FPÖ unvernünftige bis wahllose Ausgabeverhalten der aus Sozialdemokraten (SPÖ) und Konservativen (ÖVP) bestehenden Vorgängerkoalition und ist insofern als ‚ideologiegebundenes Wort‘ respektive ‚evaluatives Merkmal‘ (Dieckmann) bzw. ‚Stigmawort‘ (Felder) einzustufen, als es die politische Strategie der Entwertung konkurrierender Parteien verkörpert. Der im rot-weiß-roten Trikot

strampelnde Radfahrer symbolisiert hierbei das ‚tüchtige österreichische Volk‘ bzw. die eigene Partei, die sich, so soll es zumindest die Plakatkampagne suggerieren, zuverlässig für dessen Belange einsetzt; der Leitsatz „Österreicher verdienen Fairness“ ruft die – nach Dieckmann – ‚deontische Ebene‘ auf den Plan, die zur längst überfälligen Umsetzung einer ‚gerechten Politik für die österreichische Bevölkerung‘ aufruft und die FPÖ gleichzeitig als einzige ernstzunehmende politische Kraft erscheinen lässt, wenn es um die Erreichung dieses populären Ziels geht. Ein weiteres typisches Merkmal in der ideologisch aufgeladenen politischen Kommunikation stellt das gegenseitige Ausspielen zweier als jeweils homogene Einheiten präsentierter gesellschaftlicher Gruppen dar: So soll das Element ‚Refugees Welcome‘ als Botschaft auf dem ärmellosen T-Shirt des übergewichtigen, die vermeintlich unfähige, tatenlose Vorgängerregierung symbolisierenden Mannes dazu dienen, einen Kausalzusammenhang zwischen den hohen Regierungsausgaben, der angeblich systematischen Benachteiligung der Österreicherinnen und Österreicher sowie einer liberalen Migrations- und Flüchtlingspolitik herzustellen. Im Verlauf der folgenden Kapitel wird der Frage nach der Funktions- und Wirkungsweise ideologisch aufgeladener Sprache noch anhand zahlreicher weiterer Beispiele nachgegangen, dieses Exemplar sollte aber bereits eine erste Veranschaulichung der strategischen Nutzung ideologiebehafteter Formulierungen im politisch-kommunikativen Kontext ermöglichen.

Als erstes Zwischenfazit ist an dieser Stelle festzuhalten, dass die Frage nach der Angemessenheit einer bestimmten politischen Ausdrucksweise unabhängig von den ihrerseits umstrittenen politischen Inhalten durchaus umkämpft sein kann, gerade wenn es sich um besonders zugespitzte Botschaften aus dem rechtspopulistischen Bereich handelt. In Situationen, in denen die Grenzen zwischen tatsächlichen Inhalten und politischen Ausdrucksweisen, die diese Inhalte (manchmal nur spärlich) thematisieren, zu verschwimmen drohen, kann es demnach zur Gleichsetzung einer Auseinandersetzung um politische Inhalte und einem ‚Kampf um Worte‘ kommen. Politisches Kommunikationsverhalten ist somit gerade dann reflektiert und verantwortungsvoll, wenn es den Adressat/innen, sprich dem ‚Wahlvolk‘, die Möglichkeit dazu einräumt, die eigene Meinungsbildung und Wahlentscheidung so wenig voreingenommen bzw. ‚gefärbt‘ wie möglich vornehmen zu können. Ein Stück weit handelt es sich hierbei sicher um eine sprachliche Illusion, da selbstverständlich alle politischen Akteure, gleich welcher Couleur bzw. Ansiedlung im

politischen Spektrum, immer auch strategisch denken (müssen), um ihr ultimatives Ziel des Wahlerfolgs zu erreichen. Eine linguistisch konsequente Unterscheidung zwischen der Beschreibungs- und Bewertungsebene scheint jedenfalls unumgänglich, um die Frage der Inhalte von der Frage der Kommunikation weitgehend abzukoppeln. Diese Arbeit versteht sich als rein linguistische Analyse und geht nach dieser grundlegenden Übersicht über verschiedene Möglichkeiten der Unterscheidung von Sprachformen in der politischen Kommunikation im folgenden Kapitel primär auf die Merkmale der ideologisch aufgeladenen Sprache ein: Anhand zahlreicher Beispiele möglicher Versprachlichungsformen sollen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen verschiedenen, dem sogenannten ‚rechtspopulistischen Spektrum‘ zugerechneten Parteien herausgearbeitet werden.

4. Ideologisch aufgeladene Sprache in der politischen Kommunikation

Von den im vorhergehenden Kapitel thematisierten Sprachformen in der politischen Kommunikation stellt die sogenannte **ideologisch aufgeladene Sprache** den zentralsten Bezugspunkt der vorliegenden Arbeit dar, zumal sie nicht ausschließlich, aber doch überwiegend in (rechts-) populistischen Milieus weite Verbreitung findet. Um sich den hohen Bedeutungsgrad der Linguistik in der strategischen Kommunikation unter politischen Akteuren zu vergegenwärtigen, braucht es ein entsprechendes Verständnis von Politik, das die tragende Rolle der Sprachverwendung in der politischen Kommunikation in den Mittelpunkt der Betrachtung rückt: „Sprache ist nicht nur irgendein Instrument der Politik, sondern überhaupt erst die Bedingung ihrer Möglichkeit. (...) Sprachverwendung in der Politik setzt nach diesem Verständnis nicht nur bestimmte persuasive Fähigkeiten der politischen Akteure voraus, sondern ist zugleich auch an die Institution der Öffentlichkeit gebunden, die somit ein konstitutives Merkmal politischen Sprachhandelns ist“ (Girnth 2002, 1). Sendende und empfangende Akteure, sprich Politiker/innen einerseits und das ‚Wahlvolk‘ andererseits, befinden sich in diesem Sinne permanent in einer Art Wechselspiel, was dazu führen kann, dass sich ideologisch aufgeladene Botschaften typischerweise vor allem dann immer weiter verstärken, wenn sie in Teilen der Bevölkerung auf fruchtbaren Boden stoßen.

4.1. Die Begriffe der ‚Ideologie‘ und des ‚Populismus‘

Ob und inwieweit bestimmte Kommunikationsmuster im politischen Kontext ‚ideologisch‘ geprägt sind, lässt sich besser bestimmen, nachdem eine nähere Auseinandersetzung mit dem Begriff der ‚Ideologie‘ erfolgt ist: „Wenn von Ideologien die Rede ist, dann sind in einem Alltagssprachlichen Sinne zumeist Auffassungen gemeint, die im Besitz der Wahrheit zu sein glauben, in Wirklichkeit aber die Wahrheit verzerren oder falsch darstellen. Bestimmt man ‚Ideologie‘ wertneutraler, dann können darunter die einer bestimmten gesellschaftlichen Gruppierung oder einer bestimmten Gesellschaftsordnung zugrundeliegenden Wertvorstellungen und Denkmuster verstanden werden“ (Girnth 2002, 3). Da politische Kommunikation vor allem in Gefilden jenseits der ‚bürgerlichen Mitte‘ dazu neigt, in Einklang mit der o.a. Definition ideologische Züge aufzuweisen, können sogenannte (rechts-) populistische Parteien durchaus als Vehikel einer solch ‚ideologisch aufgeladenen Sprache‘ betrachtet werden. Was genau unterscheidet aber eine ‚populistische‘ Partei von anderen Parteien in der politischen Arena und wo genau verläuft die Trennlinie? Eine Voraussetzung für die detaillierte Analyse der Verwendung ideologisch aufgeladener politischer Sprache bildet zunächst einmal die (annähernde) Präzisierung der relevanten Subjekte. Weitgehend unbestritten ist, dass der Begriff des ‚Populismus‘ nur schwer eindeutig zu definieren ist, was nicht zuletzt aus der Tatsache resultiert, dass der Begriff selbst hoch normativen, wertgeladenen und somit an sich schon ‚ideologisierenden‘ Charakter hat. Somit wird an dieser Stelle in aller Klarheit darauf hingewiesen, dass es bei der Bezeichnung eines politischen Akteurs bzw. einer Partei als ‚populistisch‘ im Rahmen dieser Arbeit keinesfalls um eine Stigmatisierung, sondern lediglich um den Versuch einer Einordnung in das politische Spektrum gehen soll. Der deutsche Politikwissenschaftler Tim Spier nähert sich einer genaueren Definition des ‚Populismus als Politikstil‘ anhand von insgesamt vier Elementen, die allesamt als charakteristisch für ‚populistisch agierende‘ Einzelpersonen wie Gruppierungen bezeichnet werden können. Zu diesen Elementen gehören die simplifizierende bis künstliche **Vereinheitlichung eines angeblich homogenen ‚Volkes‘** bzw. gar ‚Volkskörpers‘ zum Zweck der Adressierung möglichst breiter Zielgruppen, die **identitätsstiftende Rhetorik** im Sinne einer gezielten Inklusion der dieser implizierten ‚Volksgemeinschaft‘ zugerechneten bzw. zugehörig gemachten Menschen bei gleichzeitiger Exklusion ethnischer, religiöser oder sonstiger Minderheiten, die typischerweise zu verzeichnende **Abhängigkeit von charismatischen Führungsfiguren**, die sich oftmals durch ebenso gezielte wie konsequente

Problematisierung und Emotionalisierung in den (neuen) Medien bemerkbar machen sowie die **Organisation und Selbstbeschreibung als ‚Bewegung‘** im Interesse einer möglichst klaren Abgrenzung von oftmals als korrupt, machtbesessen und ‚volksfern‘ gebrandmarkten Parteien des ‚politischen Establishments‘ (vgl. Spier 2014).

Zwei linguistische bzw. strategische Merkmale in der politischen Kommunikation, die in der Herleitung von Spier aus Sicht der Autorin fehlen, konstituieren einerseits die Vielzahl an nicht zuletzt durch die ideologische Aufladung der verwendeten Sprache rhetorisch verschärften potentiellen **Bedrohungsszenarien**, die in vielfältiger Gestalt kommuniziert werden können und in allererster Linie das vermeintliche Unheil der imaginierten, teilweise romantiserten (nationalen) Gemeinschaft aufgrund einer Inkaufnahme oder gar gezielten Förderung der aus dieser Gemeinschaft rhetorisch exkludierten Minderheiten insinuieren. An dieser Stelle wird, wie anhand der qualitativen Wahlwerbungsanalyse im weiteren Verlauf der Arbeit noch verdeutlicht werden soll, eine Art der politischen Kommunikation sicht- und erlebbar, die einen vermeintlichen Kausalzusammenhang zwischen der drohenden bzw. bereits zu verbuchenden Verschlechterung der Lebenssituation der ‚fleißigen‘, ‚tapferen‘, ‚ehrlichen‘ (und somit der besagten Gemeinschaft zugehörigen) Menschen und des Zulassens einer vermeintlichen ‚Islamisierung‘, ‚Überfremdung‘, ‚Fremdbestimmung‘ etc. durch die zuletzt bzw. aktuell verantwortliche Regierung eines Staates herstellt und zu perpetuieren versucht. Andererseits handelt es sich auch bei der **Provokation** um eine innerhalb des rechtspopulistischen Spektrums vielfach bemühte Strategie, um eine möglichst hohe mediale Präsenz zu erwirken. So anstößig derartige Botschaften, die oftmals auch mit entmenslichenden Darstellungen einhergehen, auf manche auch wirken mögen: Klarheit, Auffälligkeit und Überzeichnung gehören zu den wesentlichen Attributen, die für medialen Gesprächsstoff sorgen und die in dieser Form agierenden Parteien buchstäblich ‚in den Schlagzeilen halten‘.

Auf Basis der erarbeiteten Definitionsansätze für ‚Ideologie‘ und ‚Populismus‘ als zwei der wesentlichsten Bezugspunkte der vorliegenden Arbeit lassen sich Wesensart und Gestaltung der politischen Kommunikation der Subjekte, sprich der auch im wissenschaftlichen Diskurs gemeinhin als ‚rechtspopulistisch‘ bezeichneten Parteien, im Folgenden besser einordnen und linguistisch analysieren. Diese Analyse folgt demnach dem o.a. Systematisierungs-versuch der

politischen Strömung des ‚Populismus‘, womit eine Zuordnung der politischen Botschaften zu den entsprechenden Kernelementen des ‚Populismus‘ der Autorin für die weitere Strukturierung des aktuellen Kapitels als sinnvoll und geboten erscheint. In einem ersten Schritt werden nun einige Beispiele für primär auf die Botschaft der Vereinheitlichung eines angeblich homogenen ‚Volkes‘ gemünzte politische Kommunikation angeführt.

4.2. Vereinheitlichung eines angeblich homogenen ‚Volkes‘

Den im vorangegangenen Abschnitt ausgeführten typischen Merkmalen populistischer Parteien gemeinsam ist die Dichotomisierung der Objekte: Auf der einen Seite stehen die ‚Guten‘, die geschützt und deren Anliegen ernst genommen werden müssen, auf der anderen Seite die ‚Bösen‘, welche das Wohlergehen der ‚Guten‘ dieser Logik zufolge systematisch bedrohen und gefährden. Diesen Vorgang bezeichnet die österreichische Sprachwissenschaftlerin Ruth Wodak in einem ihrer viel beachteten Werke als die ‚Politik mit der Angst‘ und stellt fest, dass „rechtspopulistische Parteien (...) scheinbar einfache, klare Antworten auf (...) Ängste und Herausforderungen, beispielsweise durch die Konstruktion von Sündenböcken und Feinden – ‚Anderen‘, die an unseren aktuellen Leiden schuld sind, [geben]“ (Wodak 2016, 6). Diesem Mechanismus folgen auch zahlreiche Wahlplakate rechtspopulistischer Parteien im deutschsprachigen Raum, wie sich etwa im u.a. Beispiel eines von der Schweizerischen Volkspartei (SVP) verwendeten Sujets zeigt:

Abb. 3: SVP-Wahlplakat ‚Freipass für alle? Nein!‘



Quelle: Schweizerisches Sozialarchiv (2009): „Freipass für alle? Nein! 8. Februar“, Bundesbeschluss über die Genehmigung der Weiterführung des Freizügigkeitsabkommens zwischen der Schweiz und der Europäischen Gemeinschaft und ihren Mitgliedstaaten sowie über die Genehmigung und die Umsetzung des Protokolls über die Ausdehnung des Freizügigkeitsabkommens auf Bulgarien und Rumänien. In: Datenbank Bild & Ton, Online-Ausgabe vom 08.02.2009. Verfügbar im Internet: URL: https://www.bild-video-ton.ch/bestand/objekt/Sozarch_F_5123-Pe-191

Auf diskursiver Ebene ist dieser Ausgestaltung der politischen Kommunikation vor allem die Konkretisierung einer als homogen imaginierten nationalen Gemeinschaft über das Vehikel der Schweizer Nationalität zu entnehmen: Der ‚Pass‘ wird als begehrtes Gut, das im wahrsten Sinne des Wortes ‚plakativ‘ als Umriss der Schweizer Landkarte in den entsprechenden Nationalfarben symbolisiert wird, dargestellt. Genau hierin spiegelt sich auch das populistische Element der Vereinheitlichung eines angeblich homogenen ‚Volkes‘ wider: Die bildhaft dargestellte Schweiz schließt alle Staatsbürgerinnen und Staatsbürger mit ‚echtem Schweizer Hintergrund‘ diskursiv ein. Vor dem Hintergrund der Tatsache, dass dieses Plakat im Rahmen einer Abstimmung über die Ausdehnung des Abkommens über die Personenfreizügigkeit auf die beiden Länder Bulgarien und Rumänien im Jahr 2009 lanciert worden ist, liegt nahe, wer in diese Gemeinschaft eben nicht aufgenommen werden soll: Die schwarzen Raben, die bereits im Mittelalter oft als Todesboten galten und in weiten Teilen der Bevölkerung als mutmaßliche Schädlinge gefürchtet waren (vgl. Bernhard 2017), verkörpern durch ihr bedrohlich wirkendes Picken an jener Schweizer Volkseinheit die vermeintlichen ‚Eindringlinge‘ aus Bulgarien und Rumänien, denen eine Teilhabe dieser Bild- und Schriftsprache zufolge kollektiv verwehrt bzw. mindestens massiv erschwert werden soll. Wie Wodak betont, kann „jeder (...) potenziell als gefährlich ‚Anderer‘ dargestellt werden, wenn es für bestimmte strategische und manipulative Zwecke nützlich ist“ (Wodak 2016, 6), was in diesem Bild veranschaulicht wird. Dass die Verschiebung des ‚Sündenbock‘-Attributs jederzeit und je nach zugrundeliegendem Kontext auf eine beliebige andere Gruppe übertragen bzw. umgedichtet werden kann, zeigt folgende, ebenfalls von der Schweizerischen Volkspartei entworfene Wahlwerbung:

Abb. 4: SVP-Wahlplakat ‚Sollen Linke und Nette die Schweiz zerstören?‘



Quelle: Surber, Michael (2019): „Ein SVP-Plakat der Kategorie ‚bireweich‘“. In: Neue Zürcher Zeitung (NZZ), Online-Ausgabe vom 19.08.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.nzz.ch/schweiz/eidgenoessische-wahlen-2019/svp-ein-plakat-der-kategorie-bireweich-ld.1502750>

Auf diesem gerade aus dem letztjährigen Nationalratswahlkampf stammenden Wahlplakat wird im Prinzip die gleiche rhetorische Strategie angewandt wie schon zehn Jahre zuvor, wenn auch in einem ganz anderen politischen Kontext: Unverändert bleibt die dichotome Darstellung eines schützenswerten und somit zu verteidigenden Objekts einerseits (welches in diesem Fall durch den Schweizer Apfel symbolisiert wird) und des zu bekämpfenden Eindringlings andererseits (hier repräsentiert durch zahlreiche am Apfel nagende Würmer in den Parteifarben der diversen politischen Gegenspieler der SVP).

Im Vergleich dieser beiden, in ihrer Publikation immerhin ein ganzes Jahrzehnt auseinanderliegenden Sujets, zeigt sich auch im ‚historischen‘ Vergleich durchaus deutlich, dass eine diskursive Agitation nach dem Motto ‚Angriff ist die beste Verteidigung‘ weitgehend zeitlos zu sein scheint: „Ein Plakat, das nicht provoziert, hat seine Wirkung verfehlt. Getreu diesem Motto verfährt die SVP seit den frühen 1990er Jahren“ (vgl. Surber 2019). Die zugrundeliegenden rhetorischen wie metaphorischen Strategien liegen auf der Hand: Rhetorisch erfüllen diesmal die „Linken“ und die „Netten“ die Funktion eines nachhaltig zu bekämpfenden, aus allen Parteien außer der SVP bestehenden Polit-Establishments, das die Schweiz der SVP-Bildsprache zufolge aggressiv aushöhlen lässt. Metaphorisch werden die politischen Gegner gleichzeitig als Ungeziefer dargestellt, wobei es sich um eine besonders pointierte Art der politischen Kommunikation handelt, gleichzeitig die Aufwertung der eigenen (wohlmeinenden) und die Abwertung der anderen (stets Böses im Schilde führenden) Gruppe nach der simplifizierenden Logik eines klassischen ‚Schwarz-Weiß-Schemas‘ zu akzentuieren. Das Verfolgen dieser ‚Schwarz-Weiß-Strategie‘ manifestiert sich auch im folgenden Bild, das als abschließendes Beispiel für eine Herangehensweise in der politischen Kommunikation dienen soll, die sich in erster Linie durch eine Zentrierung auf das populistische Element der künstlichen Vereinheitlichung einer als homogen konstruierten ‚nationalen Gemeinschaft‘ auszeichnet. „Eine Herde voller weißer Schafe – eines sieht aus wie das andere. Und mittendrin steht ein schwarzes Schaf. Dieses Schaf fällt auf – leider nicht unbedingt im positiven Sinne. So sehen es zumindest die weißen Schafe“ (vgl. Wirtz 2019): Auch die Verwendung und Verbildlichung gängiger, im Volksmund längst etablierter Redensarten bildet eine möglichst breite Bevölkerungsschichten ansprechende und in diesem Sinne ‚volksnah‘ wirkende strategische Maßnahme, die im Rahmen der politolinguistischen Analyse aufgrund der eingängigen Bild- und Schriftsprache als höchst effektiv zu bezeichnen ist. Deutlich wird dies anhand des folgenden Beispiels:

Abb. 5: SVP-Wahlplakat ‚Endlich Sicherheit schaffen!‘



Quelle: SVP-Durchsetzungsinitiative (2016): Wer kriminelle Ausländer endlich zwingend ausschaffen will, sagt JA. In: SVP-Medienkonferenzen, Online-Ausgabe vom 29.01.2016. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.svp.ch/news/artikel/medienkonferenzen/wer-kriminelle-auslaender-endlich-zwingend-ausschaffen-will-sagt-ja/>

Auch hier finden sich wieder zwei dichotom konstruierte Repräsentanten zweier verschiedener Gruppen gegenüber: Das weiße Schaf als Hüter des vermeintlich bedrohten, von einer roten Trennlinie markierten Schweizer Hoheitsgebiets, tritt das schon im Volksmund für Unerwünschtheit und Außenseitertum stehende schwarze Schaf als Symbolfigur für die Gesamtheit straffälliger Ausländerinnen und Ausländer mit den Hinterbeinen aus dem Land. Betitelt ist das Plakat mit einem wie so oft klaren, unmissverständlichen Appell („Endlich Sicherheit schaffen!“), womit suggeriert wird, dass sämtliche kriminelle Handlungen, durch welche die Schweiz in ihrer Ganzheitlichkeit bzw. als eine Art ‚monolithischer Block‘ gefährdet wird, aus ‚externen‘ Gefahren resultieren und zur vollständigen Gewährleistung einer als absolut inszenierten Sicherheit in weiterer Folge lediglich die kompromisslose Ausweisung straffällig gewordener Migrantinnen und Migranten notwendig sei. Linguistisch betrachtet wird hier auf ein menschliches Grundbedürfnis abgestellt: Sicherheit stellt prinzipiell für alle Menschen einen erstrebenswerten Zustand dar, und der menschliche Impuls, Personen oder Dinge abzuwehren, die diese Sicherheit in welcher Form auch immer gefährden könnten, erfährt eine entsprechende Verstärkung. Bewusst verkannt wird letztlich auch die Heterogenität der als separat konstruierten Gruppen: Die Simplifizierung und Klassifizierung verschiedener Personengruppen (hier: Schafe) in ‚gut‘ und ‚böse‘ dient erneut der Befeuerung eines vermeintlichen Bedrohungsszenarios für das in sich vermeintlich homogene ‚Schweizer Volk‘.

4.3. Identitätsstiftende Rhetorik

Um das Element der Identitätsstiftung in der politischen Kommunikation etwas genauer unter die ‚linguistische Lupe‘ zu nehmen, ist eine intensivere Beschäftigung mit den Wahlplakaten der rechtspopulistischen ‚Alternative für Deutschland‘ (AfD) naheliegend. An dieser Stelle zeigt sich, dass die rhetorischen und metaphorischen Strategien verschiedener als rechtspopulistisch eingestufte Parteien innerhalb des deutschsprachigen Raums durchaus voneinander abweichen können und ein simplifizierender Verweis auf ‚die Populisten‘ analytisch zu kurz greift. Die identitätsstiftende Rhetorik enthält prinzipiell das, was die renommierte Linguistin Ruth Wodak als einen „vehementen nativistischen Nationalismus“ (Wodak 2016, 51) beschreibt, der freilich „auf dem populistischen Mythos eines quasi-homogenen Nationalstaats auf[baut], der erhalten und vor (...) Gefahren geschützt werden muss (...). Der Kern solcher Überzeugungen ist die Leugnung des raschen Wandels von relativ homogenen Nationalstaaten zu multikulturellen und multiethnischen Einwanderungsgesellschaften (Wodak ebda.). Eine präzise sprachwissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Rhetorik der AfD weist in der Tat auf einen (auch innerhalb des rechtspopulistischen Spektrums) verhältnismäßig hohen Anteil identitätsstiftender Elemente im gewählten Sprachgebrauch samt entsprechender Metaphern hin, wie die folgenden Plakatierungen aus den Wahlkämpfen der letzten Jahre sowohl auf Landes- als auch auf Bundesebene verdeutlichen:

Abb. 6/7/8/9: AfD-Wahlplakate ‚Bunte Vielfalt? Haben wir schon!‘, ‚Neue Deutsche? Machen wir selber.‘, ‚Burka? Ich steh‘ mehr auf Burgunder!‘, ‚Der Islam? Passt nicht zu unserer Küche.‘





Quelle: Kamann, Matthias (2017): Was setzt die AfD gegen Burkas – Alkohol oder Frauenrechte? In: Die Welt, Online-Ausgabe vom 07.06.2017. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.welt.de/politik/deutschland/article165297337/Was-setzt-die-AfD-gegen-Burkas-Alkohol-oder-Frauenrechte.html>

Wenn auch in (pseudo-) humoristischer Aufmachung: Mit der Definition der eigenen ‚Identität‘, auf Abb. 6 durch traditionell-‚einheimisch‘ gekleidete Frauen in Trachtenkleidern verbildlicht, geht auch die Botschaft einher, sehr wohl auf eine pluralistische Gesellschaft in all ihren Facetten verzichten zu können und die Proponenten der zitierten ‚bunten Vielfalt‘, sprich einer multikulturellen und -ethnischen Gesellschaft, in die Schranken weisen zu wollen. In diesem Sinne greift hier der rhetorische Mechanismus einer ‚Inklusion durch Exklusion‘: ‚Deutsche‘ Frauen brauche das Land, ‚fremde‘ Frauen hingegen nicht, was auch in Abb. 7+8 kommuniziert werden soll und durchaus als eine Strategie der „spaßige[n] Aggressivität gegen Muslime und Migration“ (vgl. Kamann 2017) bezeichnet werden kann.

Die impliziten Exklusionsmechanismen setzen sich auch in der unteren Bildreihe fort: Abb. 7 setzt auf einen Reproduktionsappell an ‚durch und durch deutsche‘ Frauen, um einer vermeintlich ‚muslimisch dominierten‘ Geburtenrate entgegenzuwirken, Abb. 8 setzt zur metaphorischen Exklusion gläubiger Muslime, die auf jeglichen Alkoholkonsum verzichten, drei junge, muntere Damen mit Weinglas ein. Auch in Abb. 9 kommt zweifellos eine Ausgrenzungsrhetorik zum Einsatz, indem implizit dazu aufgerufen wird, gläubige Muslime aufgrund ihrer vermeintlich ‚nicht nach Deutschland passenden‘ religiösen Rituale im Bereich des Fleischkonsums auszugrenzen. Sämtliche Sujets sind mit dem an die ‚deutsch-deutsche‘ Bevölkerung appellierenden Leitsatz ‚Trau dich, Deutschland!‘ unterlegt, der eine bedrohliche Entwicklung suggeriert, die Raum greifen würde, wenn es ‚die Einheimischen‘ versäumen würden, sich mutig gegen eine vermeintliche ‚Überfremdung‘ aufzulehnen. Ethnische Heterogenität und Multikulturalismus werden auch hier, trotz einer im Vergleich zu den

blanken Bedrohungsszenarien der SVP-Sujets im vorhergehenden Kapitel humoreskeren Anmutung, als ‚Schreckgespenster‘ impliziert, die es abzuwenden und im Interesse der eigenen Heimat niemals zu akzeptieren gilt. Die Konzeption ethnisch wie kulturell vielfältiger Einwanderungsgesellschaften wird in diesem Sinne stets konsequent abgelehnt bzw. gar geleugnet, was auch vor dem Schul- und Bildungsbereich und somit vor staatlich finanzierten Institutionen keinen Halt macht, wie folgende Wahlwerbung zeigt:

Abb. 10: AfD-Wahlplakat ‚Deutsche Leitkultur! Islamfreie Schulen!‘



Quelle: Focus Online (2018): Kritiker sehen gewollte ‚Rassentrennung‘: AfD Bayern sorgt mit Wahlplakaten zu ‚islamfreien Schulen‘ für Entsetzen. In: Focus, Online-Ausgabe vom 08.09.2018. Verfügbar im Internet: URL: https://www.focus.de/politik/deutschland/wahlkampf-mit-mutmasslicher-hetze-afd-bayern-sorgt-mit-wahlplakaten-zu-islamfreier-schule-fuer-entsetzen_id_9555405.html

Letzteres Sujet kombiniert in gewisser Weise die für rechtspopulistische Parteien typischen Elemente der künstlichen Homogenisierung der ‚deutsch-deutschen‘ Gemeinschaft sowie der Akzentuierung identitätsstiftender Merkmale anhand einer schlichten Inklusions-Exklusions-Logik. Die Wahl der Phrase der ‚deutschen Leitkultur‘ ist vielsagend: Wer *leitet*, hält die Zügel in der Hand und bestimmt die Regeln und wer dabei auch noch eine *Kultur* für sich beanspruchen kann, tut dies in bewusster Weise und schützt dabei die ‚nationalen Gepflogenheiten‘, die unter keinen Umständen ins Wanken geraten dürfen. Exkludiert werden freilich auch hier wieder, zumindest aus linguistischer Perspektive, (gläubige) Muslime, insinuiert das Plakat doch, dass der gesamte Schulbereich vom Islamunterricht ‚befreit‘ werden sollte. Zusätzlich zur rhetorischen Strategie der Identitätsstiftung kommt in der politischen Kommunikation rechtspopulistischer Parteien in Richtung des Wahlvolks auch der maßgeblichen Orientierung an meist charismatischen Führungspersönlichkeiten eine tragende Rolle zu, wie auch im folgenden Kapitel mit Bezug auf die FPÖ deutlich wird.

4.4. Abhängigkeit von charismatischen Führungsfiguren

Auch charismatische Führungspersönlichkeiten spielen eine zentrale Rolle in der Ausgestaltung der politisch-kommunikativen Strategien (nicht nur) rechtspopulistischer Parteien. Grundsätzlich stellt ein gewisses Charisma im Bereich der Politik(-vermittlung) sicherlich ein notwendiges Kriterium dar, um verschiedene Wählergruppen effektiv anzusprechen, jedoch trifft dies insbesondere auf Parteien zu, die sich durch einen besonders pointierten, oftmals überspitzten oder gar verzerrenden Kommunikationsstil auszeichnen. Wie schon in der Untersuchung des Einflusses vorhergehender, auf (rechts-) populistische Parteien zutreffender Elemente der Politikvermittlung, erfüllt auch in Bezug auf den Einsatz charismatischer Führungsfiguren die „Sprache als menschliches kommunikatives Mittel (...) in jedem Falle ihrer Verwendung eine Funktion, die auf eine oder mehrere andere Personen bezogen ist“ (Ehtreiber 2003, 24). In diesem Fall handelt es sich gar um eine Art ‚Doppelfunktion‘, die sich aus **lenkenden** und **manipulativen** Elementen zusammensetzt: „Durch die Art und Weise der sprachlichen Äußerungen [wird] ein Gruppenbildungsprozess gefördert“, wobei „jeder sprachlichen Äußerung (...) eine Intention zugrunde[liegt], die auch auf eine (...) persönliche Einflussnahme des Hörers (*Anm. d. Autorin: oder des Lesers*) abzielt“ (Ehtreiber 2003, 28ff.). In der politischen Kommunikation geschieht also zweierlei: Der Adressat wird insofern **gelenkt**, als er sich als Konsequenz der Verwendung einer strategisch ausgerichteten Rhetorik einer bestimmten Gruppe zugehörig fühlt, und insofern **manipuliert**, als der Versuch unternommen wird, ganz bestimmte Gedanken und Gefühle zu wecken und ihn zu einer entsprechenden Handlung zu veranlassen (im Kontext eines Wahlkampfs: sein Kreuz bei einer bestimmten Partei zu machen). Auch an dieser Stelle gilt wieder zu beachten, dass Lenkung und Manipulation natürlich bei weitem nicht nur als strategische Komponenten in der Ausgestaltung politischer Kommunikationsmuster von Parteien aus dem (rechts-) populistischen Spektrum zu verstehen sind – diese Mechanismen greifen mitunter tief in die ‚politische Mitte‘ hinein und betreffen im Grunde genommen alle Akteure, die ihren Wählerinnen und Wählern gegenüber rhetorische Überzeugungsarbeit leisten müssen. Nichtsdestotrotz finden lenkende und manipulative Elemente gerade bei ‚extremer‘ kommunizierenden und agierenden Parteien besonderen Eingang in die Art der Wähleransprache, wie anhand der folgenden Beispiele, in diesem Fall aus Österreich, zu verdeutlichen versucht wird:

Abb. 11: FPÖ-Wahlplakat ‚Sie sind gegen ihn, weil er für Euch ist.‘



Quelle: Strobl, Natascha (2019): „Der eine Satz, der das rechte Denken zusammenfasst“. In: Momentum Institut, Online-Ausgabe vom 07.10.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.moment.at/story/der-satz-der-das-rechte-denken-zusammenfasst>

Dieses Wahlplakat stammt ursprünglich aus dem Jahr 1994, bebildert den damaligen, die Hände entspannt hinter dem Kopf verschränkenden FPÖ-Spitzenkandidaten Jörg Haider und ist mit der prägnanten Aussage „Sie sind gegen ihn, weil er für Euch ist“ versehen. Der o.a. rhetorische Gruppenbildungsprozess, der in diesem Satz eine wesentliche Zuordnungsfunktion erfüllt, manifestiert sich in der Nutzung der zahlreichen Personalpronomina, die es näher zu untersuchen gilt: Mit ‚Sie‘ ist das vermeintliche Polit-Establishment gemeint, zu dem Haider sich selbst nicht zählt bzw. das sich zu diesem Zweck diskursiv aus allen Akteuren zusammensetzen dürfte, die sich als politische Kontrahenten Haiders verstehen bzw. als solche auftreten. Ausgedrückt werden soll freilich auch, „dass ein mächtiges ominöses ‚Sie‘ gegen den eigentlich sehr beliebten Politiker agiert, weil er kompromisslos aufseiten des ‚Volkes‘ steht. (...) ‚Sie‘ [seien] zudem so mächtig und gut vernetzt, dass es großen Mutes bedarf, sich ihnen entgegenzustellen. Diesen Mut besäße eben nur dieser eine Politiker. Dafür zahlt er dann einen [hohen] Preis, nämlich Anfeindungen, die, so die Botschaft, ungerechtfertigt [seien] und einzig aus der Tatsache seiner Opposition zu diesen dunklen Mächten resultieren“ (vgl. Strobl 2019). ‚Er‘ (‚ihn‘) ist unmissverständlich Jörg Haider – ‚Euch‘ bezeichnet das Wahlvolk, an das sich Haider wendet, und zielt insofern auf die Einflussnahme des Lesers ab, als bei diesem das Gefühl geweckt werden soll, er habe in Jörg Haider endlich einen anständigen, zuverlässigen, empathischen Politiker gefunden, der sich für seine Belange einsetzt. In diesem Sinne wird die Wahl Haiders als notwendige Handlung impliziert, um im Zuge dieses Gruppenbildungsprozesses ‚auf der richtigen Seite‘ zu landen,

um sich dadurch einer Gruppe zugehörig fühlen zu können, die darauf zählen kann, dass ihre Stimme endlich gehört wird. Die im Footer verwendete Wortkonstellation ‚Einfach ehrlich‘ sendet zudem die beruhigende Botschaft aus, bei Haider ohne große Umschweife in guten Händen zu sein: Bei der Ehrlichkeit handelt es sich um einen Wert, an dem es – dem Gefühl vieler Menschen nach – gerade im politischen Kontext oftmals mangelt, insofern ist hier auch eine Kontrastierung der eigenen, als integer und zuverlässig inszenierten Persönlichkeit zu den (wenn auch nicht explizit genannten) politischen Kontrahenten festzustellen.

In der Tat handelt es sich beim mittlerweile über ein Vierteljahrhundert alten Haider-Plakat um eine Art ‚österreichischen Exportschlager‘, der nicht nur – wenn auch in abgewandelter Form – innerhalb der eigenen Partei auch nach dessen Tod erneut zum Einsatz kam, sondern mittlerweile auch beispielsweise in Deutschland durch den AfD-Vorsitzenden im Bundesland Thüringen Björn Höcke („Einfach ehrlich, einfach Björn“) und gar durch den aktuellen US-Präsidenten Donald Trump („Sie versuchen *mich* zu stoppen, weil ich für *euch* kämpfe“) kopiert worden ist (vgl. Strobl 2019).

Insgesamt 16 Jahre nach der ursprünglichen Konzeption der Wahlwerbung für Jörg Haider, nachdem sich dieser parteipolitisch längst abgespalten hatte, plakatierte die FPÖ im Nationalratswahlkampf des Jahres 2008 ihren damaligen Vorsitzenden Heinz-Christian Strache mit dem (zumindest in der Fußzeile) wortgleichen Slogan:

Abb. 12: FPÖ-Wahlplakat ‚Soziale Sicherheit für unsere Leut‘



Quelle: Knoflach, Harald (2019): Persona: Heinz-Christian Strache. In: Brenner Basisdemokratie, Online-Ausgabe vom 20.05.2019. Verfügbar im Internet: URL: <http://www.brennerbasisdemokratie.eu/?person=heinz-christian-strache>

Das Plakat hat, anders als das Original, allerdings auch appellativen Charakter, der sich in der Forderung „Soziale Sicherheit für unsere Leut“ manifestiert. Die im Laufe dieser Arbeit bereits angesprochenen Strategien der völkisch anmutenden Homogenisierung der ‚eigenen Leut‘ sowie die sich daraus ergebende implizite Forderung, die Belange all derer, die eben nicht zu den ‚eigenen Leuten‘ gehören, im übertragenen Sinne ‚hinten anzustellen‘, werden auch an dieser Stelle wieder in die politische Kommunikation durch die FPÖ integriert und zielen eindeutig auf die Schaffung eines entsprechenden Zugehörigkeitsgefühls bei nach dem Abstammungsprinzip identifizierten ‚echten Österreicherinnen und Österreichern‘ ab.

Die rhetorische Wirkmacht dieser sprachwissenschaftlich interessanten Wortwahl trägt durchaus bis in die jüngste Vergangenheit: So fuhr die FPÖ noch im vergangenen Jahr eine auf den Kommunikationsexperten und zum damaligen Zeitpunkt noch amtierenden Innenminister Herbert Kickl zugeschnittene Kampagne, die ebenfalls auf die Strategie der ‚Heldeninszenierung‘ setzte und ihn als mutigen Querdenker in entschlossener Pose vor einer rot-weiß-roten Fahne inmitten der österreichischen Alpen portraitierte, der sich, massiven Widerständen durch das nach wie vor ominöse ‚Sie‘ (womit in diesem Fall eventuell auf EU-Ebene agierende politische Akteure gemeint sein könnten) zum Trotz, tapfer und willensstark für das Wohlergehen seiner Heimat einsetze:

Abb. 13: FPÖ-Wahlplakat ‚Sie sind gegen ihn, weil er Österreich schützen will.‘



Quelle: Temel, Peter (2019): FPÖ im EU-Wahlkampf: Kickls Asylpolitik als Zugpferd. In: KURIER, Online-Ausgabe vom 10.02.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://kurier.at/politik/inland/fpoe-macht-fluechtlinge-zum-eu-wahlkampfthema-nummer-1/400402844>

Die wesentliche Parallele zum Haider-Plakat aus den 1990er Jahren findet sich in der „offensichtliche[n] Vereinnahmung der [Österreicherinnen und] Österreicher als Gesamtes“ (vgl. Temel 2019); in diesem Fall findet sich Kickl als Protagonist auf einem Plakat wieder, das er als FPÖ-Wahlkampfleiter viele Jahre zuvor (freilich in einem anderen politischen Kontext) in seinen Grundzügen selbst entworfen, entwickelt und nachhaltig salonfähig gemacht hatte.

Nachdem im Rahmen dieses Kapitels primär die strategische Verwendung ideologisch aufgeladener Sprache im politisch-kommunikativen Medium des Wahlplakats als „obligatorischer Bestandteil des modernen politischen Wahlkampfs“, „zweidimensionale Struktur, die sowohl Bild als auch Text einschließt“ und Vehikel „kurze[r], effektvolle[r] und höchst persuasive[r] Nachricht[en] [sowie] zahlreicher Stilmittel, durch die an die Emotionen der Wähler appelliert wird“ (Palasic 2014, 76f.) beleuchtet worden ist, werden im folgenden Abschnitt in erster Linie die Rolle und Funktion der Wahlkampfrede als zusätzlichem, polito-linguistisch zu analysierendem Kanal thematisiert.

5. Die politische Rede als Trägerin ideologisch aufgeladener Botschaften

Neben Wahlplakaten als visuellen, Text und Bild in Einklang bringenden Vehikeln der „Meinungsmache“, wie sich der deutsche Publizist Albrecht Müller in der Betitelung seines viel beachteten Werkes ausdrückte (vgl. Müller 2010), nehmen natürlich auch politische Reden einen hohen Stellenwert ein, wenn es um die Erreichung der eigenen strategischen Ziele mithilfe ideologisch aufgeladener Sprache geht. Ganz besonders im Mittelpunkt steht hierbei freilich die Erfüllung des für den Erfolg (rechts-) populistischer Parteien maßgeblich entscheidenden Kriteriums charismatischer Führungspersonen, da es im Unterschied zum Plakat letztlich um die gesprochene Sprache samt all ihren ‚Begleiterscheinungen‘ (Mimik, Gestik, Betonung u.v.m.) geht und es auf dieser Basis das Publikum zu überzeugen gilt.

Nicht ausschließlich, aber doch besonders häufig spielt das Thema ‚Migration‘ gerade in aus rechtspopulistischen Kreisen stammenden politischen Reden eine wesentliche Rolle, da sich dieses womöglich besser als jedes andere strategisch emotionalisieren lässt. Für den polnisch-britischen Soziologen Zygmunt Bauman werden „öffentliche Ängste und Befürchtungen [in politischen Reden] konzentriert (...) und [finden darin] ein Ventil“, wobei die ‚Migrationskrise‘ der Jahre 2015/16 zu „eine[r] Art politisch korrekte[m] Deckname[n] für den ewigen Kampf der Meinungsmacher um die Eroberung und Kontrolle des Denkens und Fühlens der Menschen“ geworden sei (Bauman 2016, 7). In der Tat verbindet eine ganze Reihe wesentlicher Bestandteile die allermeisten rechtspopulistischen Reden, die sich des Themas der Migration annehmen: Sie weisen durch deutliche, an manchen Stellen gar konfrontativ anmutende Gegenüberstellungen höchst dichotomen Charakter auf (‚Wir-gegen-die‘-Ansatz), thematisieren potentielle Verlustszenarien der als homogen konstruierten ‚einheimischen‘ Bevölkerung durch die ungerechtfertigte, rücksichtslos vollzogene Bereicherung an Sozialleistungen, Sachwerten o.ä. durch die ‚Fremden‘ und zeichnen sich nicht zuletzt durch einen hohen Grad an Pauschalität aus, der oftmals wenig bis gar keinen Raum für eine differenzierte Betrachtungsweise des zur Debatte stehenden Sachverhalts lässt.

In seinem Werk „Sprache und Sprachverwendung in der Politik“ identifiziert der deutsche Sprachwissenschaftler Heiko Girnth insgesamt drei typische Merkmale öffentlichen Redehandeln, die auf politische Reden im Allgemeinen, aber zu einem gewissen Grad auch auf jene aus dem rechtspopulistischen Spektrum im Speziellen zutreffen: „Sie sind an eine Großgruppe adressiert, monologisch konstituiert und auf eine bestimmte Weise inszeniert. Vom Redner, der in der Regel prominenten Status besitzt, wird erwartet, dass er eine institutionelle bzw. organisatorische Einbindung aufweist und dass er in einem informativ-persuasiven Funktionszusammenhang auftritt“ (Girnth 2002, 101). Wodurch sich politische Reden mit rechtspopulistischen Elementen in der Regel von jenen aus der ‚politischen Mitte‘ unterscheiden, macht sich meist dann bemerkbar, wenn die Rede auf ihren inszenatorischen (und in diesem Sinne besonders stark auf eine einzelne ‚Führungsfigur‘ fokussierenden) Charakter hin überprüft wird und der von Girnth angesprochene Funktionszusammenhang einen besonders hohen persuasiven bzw. entsprechend niedrigen informativen Anteil aufweist. Kritisch zu hinterfragen ist neben dem Grad der Objektivität (der schon aufgrund einer bestimmten Themenwahl niemals absolut sein kann) auch jener der Information bzw. der Infiltration (wie viel Inhalt, wie viel Propaganda ist in der jeweiligen Rede enthalten?), und zwar ganz grundsätzlich und somit erst einmal unabhängig von der parteilichen Affiliation – wie aber anhand der folgenden Beispiele argumentiert wird, lohnt sich vor allem im Bereich des Rechtspopulismus ein genauerer Blick darauf, mithilfe welcher Art der Sprache und Rhetorik versucht wird, lenkend und manipulierend (s.o.) auf das Zielpublikum einzuwirken. Den Theorierahmen für den folgenden Abschnitt bildet die von Girnth erarbeitete Übersicht über insgesamt sechs verschiedene Analysemodelle politischer Sprache, die innerhalb der Disziplin der Politolinguistik mitunter hohe Beachtung finden und denen gemeinsam ist, „dass sie mehr oder weniger explizit den pragmatischen Aspekt der Sprachbetrachtung in den Vordergrund stellen“ (Girnth 2002, 19). Im Rahmen der linguistischen Analyse der folgenden Redebeiträge wird durch die Autorin wiederholt auf diese Modellübersicht verwiesen und somit eine sprachwissenschaftliche Einordnung der Analyseobjekte ermöglicht, die wie gehabt nicht die politische, sondern die linguistische Dimension politischen Sprachhandelns in den Vordergrund rückt. Die zur Analyse politischer Sprachverwendung herangezogenen Sprachmodelle variieren in ihrem jeweiligen Fokus durchaus und lassen sich wie folgt differenzieren:

- Das **Agitationsmodell** nach Georg Klaus definiert die Sprache der politischen Agitation als „Beeinflussung des Bewusstseins der Menschen, an die sie sich wendet, mit dem Ziel, diese zu einer bestimmten Verhaltensweise zu veranlassen bzw. die Wahrscheinlichkeit für eine solche Verhaltensweise zu vergrößern“ (Girnth 2002, 20). Die Parteilichkeit des Agitators stellt gemäß diesem Modell eine notwendige Bedingung dar. Analog zur Systematik der Merkmale ideologiegebundener Wörter nach Girnth (s. Abb. 1), die grob nach Bezeichnung, Bewertung und Aufforderung (welche Klaus als ‚Agitation‘ bezeichnet) unterscheidet, folgen die (beispielsweise in einer Rede verwendeten) Wörter einer sogenannten ‚triadischen Struktur‘ und können gewisse Dinge oder Phänomene entweder *bezeichnen* (und im Sinne einer Zu- oder Absprechung von Eigenschaften der Dinge das Publikum beeinflussen – ‚designative Komponente‘), *bewerten* (und somit eine Vorliebe für bzw. eine Abneigung gegen die beschriebenen Dinge beim Publikum erzeugen – ‚appraisive Komponente‘) oder eben *vorschreiben/auffordern* (und in diesem Sinne die Bereitschaft zum Handeln erzeugen bzw. verstärken – ‚preskriptive Komponente‘): „Für den Agitator besteht die Aufgabe nun darin zu entscheiden, welche dieser drei Komponenten in der jeweiligen Redesituation vorrangig zur Geltung kommen soll“ (Girnth 2002, 21).
- Das **Persuasionsmodell** nach Josef Kopperschmidt versteht Rhetorik als „Disziplin, die der Vernunft in Sprache Geltung verschaffen will“, um somit „einen Konsens zwischen den Kommunikationspartnern über ihre handlungsleitenden Ziele anzustreben“, woraus eine Abstrahierung des allgemeineren, sich auf alle kommunikativen Versuche beziehenden Persuasionsbegriffs folgt, welcher darauf gerichtet ist, „Meinungen, Einstellungen und Verhalten zu beeinflussen, von der vorsichtigen, überzeugenden Argumentation bis zur täuschenden Überredung“ (Girnth 2002, 22). Dieser Ansatz begreift ‚Persuasion‘ also nicht als eine von Hinterlistigkeit getriebene Fehlleitungskunst, sondern als ein Mittel zur Umsetzung eines weitgehend integren (von strategischen Interessen naturgemäß nie gänzlich freien) Überzeugungsversuchs gegenüber politischen Kontrahenten wie auch gegenüber Wählerinnen und Wählern.

- Das **lexikalisch-argumentative Modell** nach Horst Grünert basiert auf einem pragmatisch orientierten Erkenntnisinteresse, das danach trachtet, eine Erklärung bestimmter Sprachmuster aus der Art und Weise abzuleiten, wie die Rednerin bzw. der Redner sein Publikum ‚hinter seiner Botschaft zu versammeln‘ versucht. In diesem Sinne geht es mitnichten nur um eine isolierte Betrachtung der verwendeten Begriffe und ihres ideologischen Gehalts, sondern vielmehr um die Ausweitung der Analyse auf einen Kontext, der explizit die „politisch-ideologischen Bedingungen sowie die besonderen argumentativ-kommunikativen Faktoren des Sprachgebrauchs“ mit einbezieht, da ideologiesprachliche Zeichen „nur im Kontext eine Bedeutung im semantischen und eine Funktion im pragmatischen Sinne“ (Girnth 2002, 25) besäßen. Der hohe Stellenwert des mitunter bewusst gewählten ideologischen bzw. zumindest normativen Kontexts ermöglicht eine Analyse des Gesagten vor diesem Hintergrund und dessen Einbettung in eben diesen Kontext bzw. geht mit einer politischen Motivation einher, welche alle sprachlichen Mittel umfasst, „die für die Erreichung eines politischen Ziels (*wie etwa den Gewinn einer bevorstehenden Wahl; Anm. d. Autorin*) größtmögliche Effektivität bedeuten“ (Girnth 2002, 27).
- Das **Sprachhandlungsmodell** nach Werner Holly fokussiert – wie der Name schon andeutet – auf den Akt des ‚Sprachhandelns‘. Zwar stellt Holly die institutionelle Kommunikation in den Mittelpunkt seiner Analyse und konzentriert sich somit in erster Linie auf die Sprechakte von Abgeordneten in ihrem politischen Alltag im Parlament, arbeitet aber ein auf zahlreiche politische Akteure zutreffendes Kommunikationsmuster heraus, das unter dem Deckmantel der reinen ‚Information‘ oftmals auch legitimierenden oder gar wertenden Charakter hat: Deren sprachliche Kompetenz ist somit laut Holly „durch ein hohes Maß an impliziter Werbung und Legitimation geprägt“ (Girnth 2002, 30). Wie im Rahmen dieser Arbeit bereits angedeutet worden ist, kann das Verhältnis zwischen Information und Bewertung (und in weiterer Folge Polarisierung) je nach politischer Ausrichtung des Akteurs äußerst unterschiedlich ausfallen.
- Das **Kommunikationsmaximenmodell** nach Hans Jürgen Heringer fußt auf einem dynamischen Verständnis von politischer Kommunikation: Demnach sollte ein

Gesprächsbeitrag (der sich im Rahmen der vorliegenden Arbeit auch als politische Rede definieren lassen kann) so ausgerichtet sein, „wie es von dem akzeptierten Zweck oder der akzeptierten Richtung eines Gesprächs (...) gerade verlangt wird“ (Girnth 2002, 30). Anhand der vier Maximen *Quantität*, *Qualität*, *Modalität* und *Relation* kann anhand dieses Modells beispielsweise bewertet werden, wie hoch der Informationsgehalt eines Beitrags ist, ob dieser (unnötig) ausschweifend ausfällt oder ob die Rednerin bzw. der Redner mit der notwendigen Klarheit agiert. Im Kontext dieser Arbeit wird – so viel darf schon einmal vorweggenommen werden – überaus deutlich, dass sich aus dem rechtspopulistischen Spektrum stammende politische Reden in aller Regel durch einen geringen ‚quasi-objektiven‘ Informations- und stattdessen durch einen hohen preskriptiven Wertgehalt auszeichnen.

- Das **diskursanalytische Topos-Modell** nach Martin Wengeler gehört bis heute zu den meistbeachteten Erklärungsmodellen in der politolinguistischen Forschung. Im Zuge der Argumentation verwendete Begriffe, sprich ‚Argumentationstopoi‘, haben „die Funktion, bestimmte Positionen zu legitimieren und sind ‚Denkstrukturen des Herangehens an eine politische Fragestellung‘“ (Girnth 2002, 32). Die sogenannten ‚kontextspezifischen‘ Topoi, die als eine von zwei Topos-Arten herausgearbeitet werden, können somit gezielt eingesetzt werden, um negativ behaftete Szenarien (etwa der Gefahr oder der Belastung) zu zeichnen und funktionieren etwa nach dem folgenden Schema: „Weil eine politische Handlung/Entscheidung – bzw. deren Unterlassung – oder eine gesellschaftliche Entwicklung bestimmte gefährliche Folgen hat, sollte sie (nicht) ausgeführt werden / ist sie zu unterbinden (*Gefahren-Topos*). Weil ein/e Person/Institution/Land mit bestimmten Problemen stark belastet ist oder eine solche Belastung droht, sollten Handlungen ausgeführt werden, die diese Belastung vermindern bzw. verhindern (*Belastungs-Topos*)“ (Girnth 2002, 33). Mit diesem Modell lässt sich konkret nachzeichnen, welche Topoi aus welcher politischen Motivation heraus mit teilweise großem sprachlichem Geschick eingesetzt werden, um das Publikum auf wirkmächtige Weise anzusprechen.

(nach Girnth 2002, 19-33)

Auf die folgende Untersuchung politischer Reden aus dem rechtspopulistischen Bereich sollten sich die soeben skizzierten politolinguistischen Analysemodelle nun vielfach anwenden lassen. Je nach Redner und Kontext nehmen diese hoffentlich konkrete Gestalt an, womit die entsprechenden Erkenntnisse zu einem wesentlich besseren Verständnis des strategischen Einsatzes der Kommunikation in der politischen Arena führen dürften.

5.1. Fallbeispiel 1: Björn Höcke (Alternative für Deutschland)

Ganz besonders eklatante Beispiele für hoch polarisierende (bis zu mitunter strafrechtlich relevanter) Sprache, die wiederholt durch ihre hohe ideologische Aufladung für erhitzte Debatten sorgt, finden sich in den Reden des Fraktionsvorsitzenden der sogenannten Alternative für Deutschland in Thüringen und Gründers der rechtsextremen AfD-Strömung ‚Der Flügel‘, Björn Höcke. Selbstverständlich soll auch in diesem Abschnitt weitgehend auf politische Einordnungen verzichtet werden, ein kurzer Verweis auf dessen Positionierung innerhalb der Partei ist aber angesichts der von ihm angewandten Rhetorik aus Sicht der Autorin zwingend notwendig, um den Kontext, innerhalb dessen seine Ausführungen vorgetragen werden, zu verdeutlichen. Höcke sorgt seit einigen Jahren auch innerhalb seiner eigenen Partei, in der sich schon längst dezidierte Gegner seines politischen Kurses formiert haben, wiederholt für Kontroversen. So muss die Aufmerksamkeit gar nicht erst auf Aussagen von Kontrahenten Höckes aus anderen politischen Lagern gerichtet werden, um auf einen auf Analogien in der verwendeten Metaphorik fußenden Vergleich zwischen Höcke und dem NS-Propagandaminister Josef Goebbels zu stoßen (Goebbels: „Wie der Wolf in die Schafherde einbricht, so kommen wir“; Höcke: „Wir müssen uns entscheiden, ob wir Schafe oder Wölfe sein wollen und wir entscheiden uns dafür, Wölfe zu sein“) (vgl. Löer 2019). Tatsächlich darf dieser laut offiziellem Beschluss des Verwaltungsgerichts im thüringischen Meiningen aus dem September 2019 legal als ‚Faschist‘ bezeichnet werden: Den Antragstellern war es durch Anführung von Sätzen aus dessen Buch, in denen Höcke u.a. einen „bevorstehenden Volkstod durch den Bevölkerungsaustausch“ propagierte bzw. eine „erinnerungspolitische Wende um 180 Grad“ forderte, gelungen, „in ausreichendem Umfang glaubhaft [zu machen], dass ihr Werturteil nicht aus der Luft gegriffen ist, sondern auf einer überprüfbaren Tatsachengrundlage beruht“ (vgl. Spiegel Online 2019). Der stellvertretende Parteivorsitzende der AfD in Nordrhein-Westfalen, Helmut Seifen, zieht diese Parallele selbst, stößt sich am aus

seiner Sicht um sich greifenden Personenkult um den ‚Flügel-Frontmann‘, der im Prinzip als Steigerungsform zur eingangs als klassisches Klassifizierungsmerkmal für populistische Parteien definierten Abhängigkeit von charismatischen Führungsfiguren eingestuft werden kann, und analysiert: „In Wahlkämpfen, da tritt er auf als Erlöser, als Heiland, weil er weiß, so ein trockenes Argument lockt keinen hinter dem Ofen hervor. Man muss die Menschen begeistern, damit sie sich selbst als Teil von etwas Großem empfinden, die jetzt die Welt retten, Deutschland retten, Nordrhein-Westfalen retten ... überhaupt irgendwie alles retten“ (vgl. Seifen 2019). Im Folgenden wird die Rhetorik Höckes anhand dreier Beispiele mit unterschiedlichen, aber allesamt zugespitzten und selbst für eine rechtspopulistische Partei in ihrer Schärfe mitunter ungewöhnlichen Redeeinheiten genauer unter die Lupe genommen.

5.1.1. Die gezielte Verbindung von Metaphorik und Agitation

Gleich am ersten beispielhaften Redebeitrag Höckes wird das permanente Zusammenspiel aus metaphorischen und agitativen Elementen deutlich: An das versammelte Publikum werden stets bildhafte, stark ideologiegeladene ‚Zustandsbeschreibungen‘ und daraus abgeleitete Handlungsaufrufe kommuniziert. Konkret adressiert Höcke sein Publikum mit folgenden Worten:

„Der Verwesungsgeruch einer absterbenden Demokratie wabert durchs Land. Das Alte und Morsche zerfällt vor unseren Augen, der Mantel der Geschichte weht an uns vorbei. Ergreifen wir ihn! Holen wir uns unser Land zurück!“

Quellen: Spiegel TV (2019): Björn Höcke und der Personenkult. In: Spiegel TV, Online-Ausgabe vom 24.07.2019. Verfügbar im Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=2W0LogSQA0A> sowie

Berlin Direkt (2019): Die Sprache und NS-Terminologie des Björn Höcke. In: Berlin Direkt, Online-Ausgabe vom 15.09.2019. Verfügbar im Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=zpJPt1QWPBY&t=312s>

Auf durchaus makabre Art und Weise unternimmt Höcke mit diesen Worten den Versuch, eine äußerst bildhaft beschriebene ‚Aufbruchstimmung‘ bei seinem Publikum zu erreichen. In Hinblick auf die eingangs vorgenommene Unterscheidung zwischen sogenannten Schlüssel-, Fahnen- und Stigmawörtern sind in diesem Zitat alle drei Typen enthalten: Der Begriff der „Demokratie“ ist aufgrund der vielen verschiedenen mit ihr assoziierbaren Attribute für sich

genommen ein Schlüsselwort, wird in diesem Fall allerdings durch die beiden klar negativ besetzten Stigmawörter „Verwesungsgeruch“ und „absterbend“ flankiert. Stigmatisierend wirken diese beiden Begriffe insofern, als sie bewusst dazu eingesetzt werden, die vermeintliche Unerträglichkeit und das baldige Ende der Ausgestaltung einer Staatsform auszudrücken und heraufzubeschwören, für die implizit die bis zu diesem Zeitpunkt herrschende, im Zuge dieses Aufbruchs zu stürzende ‚politische Elite‘ verantwortlich zeichnet. Das „Alte und Morsche“ wird im Zuge der Rede zwar nicht eindeutig definiert, klar ist aber, dass es sich dabei um eine bewusste negative Zuschreibung all dessen handelt, was die bisherige Ausgestaltung der Demokratie in Deutschland ausgemacht hat. In diesem Sinne dient seine Anleihe an die Natur – in einen ‚alten‘ und ‚morschen‘ Zustand verfällt am ehesten ein Baum – zur Verbildlichung eines Szenarios, in dem die besondere Gelegenheit dazu bestünde, all das, was nun aufgrund seiner Führungskraft bzw. des politischen Agierens seiner Partei an Altem und Morschem „zerfalle“, endgültig zu begraben und einen gemeinsamen ‚Neubeginn‘ anzustreben.

An dieser Stelle erfolgt der Übergang von der metaphorischen Beschreibung hin zur in ihrer Bestimmtheit kaum zu übertreffenden Agitation: Die Menschen im Publikum, die aus Sicht des Redners zu diesem Zeitpunkt hoffentlich maximal emotionalisiert sein sollten, werden dazu aufgerufen, in Reaktion auf die zuvor skizzierte Chance zur Umwälzung all ihren Mut zusammenzunehmen und den „Mantel der Geschichte“, der sinnbildlich für die einzigartige Möglichkeit stehen soll, zu einem wesentlichen Teil einer angeblich notwendigen historischen Veränderung in Deutschland zu werden, mithilfe ihrer Stimme bei der kommenden Wahl zu „ergreifen“. Der agitative Wesenszug dieses Redeausschnitts gipfelt schließlich in der unmissverständlichen Aufforderung ans Publikum, Höcke und seine Mitstreiter/innen dabei zu unterstützen, „sich ihr Land zurückzuholen“: In diesem Kontext bildet der Begriff ‚Land‘ im wahrsten Sinne ein Fahnenwort, weil mit dessen Verwendung die Annahme untermauert werden soll, niemand im Publikum könne ernsthaft dafür sein, das ‚eigene‘ Land ‚aus der Hand zu geben‘ bzw. ‚Anderen‘ (vermeintlich korrupten Politiker/innen, Ausländern/Migranten/Flüchtlingen etc.) zu ‚überlassen‘. Der von Höcke erhobene Besitzanspruch wird durch die Verwendung des Personalpronomens ‚unser‘ deutlich und soll die strategische Funktion erfüllen, einen maximalen Zustimmungsggrad im Publikum zu erreichen: Dahinter steht nicht nur die objektiv kaum nachvollziehbare Haltung, ein gesamtes

Land würde ganz bestimmten Menschen, nämlich denen, deren Vorfahren ‚schon immer da waren‘, gehören, sondern auch die Behauptung, dieses sei unter der aktuell herrschenden politischen Führung ‚verlorengegangen‘ und müsse von Grund auf wieder neu erobert werden, um vermeintliche künftige Katastrophen abzuwenden.

In Anlehnung an das diskursanalytische Topos-Modell nach Wengeler bedient sich Höcke in diesem Teil seiner Rede einer etwas abgewandelten Form des Gefahren-Topos: Ohne ein künftiges Gefährdungsszenario explizit zu beschreiben, schwingt zweifellos mit, dass Deutschland im Falle eines Verzichts auf den skizzierten ‚Neubeginn‘ in weiterhin schlechtem Zustand verharren würde. In diesem Sinne wird für eine politische Handlung (sprich die Wahl seiner Person bzw. Partei) plädiert, um gefährliche, möglicherweise unüberblickbare, das ‚geliebte eigene Land‘ ereilende Konsequenzen abzuwenden. Der Umkehrschluss gilt im Prinzip automatisch: Würde die Wahl eines politischen Kontrahenten zugelassen, bliebe ‚alles beim Alten‘. Das Agitationsmodell nach Klaus lässt sich in seiner reinsten Form auf dieses Beispiel anwenden: Der Redner ist darauf aus, das Bewusstsein seines Publikums zu beeinflussen, indem er ihnen die sich vermeintlich bietende Chance zur totalen Veränderung mittels strahlkräftiger Bilder nahezubringen versucht. Höcke als Agitator entscheidet sich in dieser Situation eindeutig für die Bevorzugung appraisiver wie preskriptiver Elemente: Die von ihm verwendeten Begriffe zielen mitnichten auf die Vermittlung von Informationen ab, sondern dienen praktisch ausschließlich der negativen Bewertung des Status Quo und der daraus abgeleiteten Instruktion, die Rückeroberung des ‚eigenen‘ Landes anzugehen.

5.1.2. Die strategische Vermengung isolierter Sachverhalte

Das zweite Anschauungsbeispiel, diesmal aus dem Jahr 2016, gestaltet sich insofern anders, als es hier nicht um den Aufruf zum ‚Aufbruch‘, sondern schlicht und ergreifend um das Beklagen eines aus seiner Sicht erbärmlichen Zustands der Bundesrepublik in Hinblick auf die vermeintliche Situation im deutschen Rechtsstaat geht, die Höcke wie folgt beschreibt:

„In Deutschland, liebe Freunde, ist eine 87-jährige Seniorin zu 11 Monaten Gefängnis ohne Bewährung verurteilt worden, weil sie öffentlich einen historischen Sachverhalt leugnet. Für die sogenannten (...) Meinungsdelikte wandert man manchmal jahrelang in diesem ‚freien,

demokratischen Rechtsstaat‘ hinter Gitter, für zerschnittene Genitalien und zertrümmerte Hirnschalen bekommt man Bewährung, wenn man den richtigen Hintergrund hat. Diese Unverhältnismäßigkeit, liebe Freunde, hat nicht mehr viel mit einem funktionierenden Rechtsstaat zu tun, das ist nichts anderes als eine schreiende Ungerechtigkeit!“

Quelle: Norddeutscher Rundfunk (2016): AfD-Politiker Höcke unterstützt Haverbeck. In: Panorama, Online-Ausgabe vom 24.11.2016. Verfügbar im Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=3smyKyZxIMY>

In dieser Rede unternimmt Höcke unter Verzicht auf explizite Agitation im Sinne einer klar ausgesprochenen ‚Handlungsanweisung‘ den Versuch, beim Publikum zu punkten, indem er zwei vollkommen unabhängige Sachverhalte miteinander vermengt und somit ein Schreckensszenario vollkommen fehlender Verhältnismäßigkeit im deutschen Rechtsstaat kreiert. Unabhängig von der Tatsache, dass sich jener Rechtsstaat in manchen Fällen mit durchaus berechtigten kritischen Fragen zur Verhältnismäßigkeit richterlicher Urteile konfrontiert sieht, geht es Höcke in diesem Beitrag zweifellos darum, für die Unterstützung der aus seiner Sicht zu Unrecht in der Härte verurteilten nationalsozialistischen Aktivistin und Holocaustleugnerin Ursula Haverbeck zu werben. Zu diesem Zweck bedient er sich zweierlei Mittel: Einerseits dient der Euphemismus des ‚Meinungsdelikts‘, der suggeriert, es handele sich bei der Leugnung des systematischen Mordes an Millionen von Juden zur Zeit des Holocausts um eine von der Meinungsfreiheit in der Bundesrepublik Deutschland gedeckte, vertretbare Position, der Verharmlosung der richterlichen Grundlage für den Schuldspruch. Die Anführung des Alters der betroffenen Person dient an dieser Stelle der Betonung der besonderen Schutzbedürftigkeit der Verurteilten auch im Kontrast zu jenen, die diesen Schutz durch das deutsche Rechtssystem erfahren, in Wirklichkeit aber wesentlich höhere Strafmaße verdienen würden: Die „zerschnittenen Genitalien“ und „zertrümmerten Hirnschalen“ fungieren als klassische Fahnenwörter, da aufgrund der damit auf Anhieb verbundenen grauenhaften Assoziationen niemand ernsthaft dafür plädieren kann, einem Täter, der für die Verursachung eines solch massiven körperlichen Leids verantwortlich ist, seine strafrechtliche Verantwortlichkeit zu entziehen. Andererseits wird, wie bereits angeklungen ist, nicht nur ein permanentes Versagen des Rechtsstaats in der Wahrung der notwendigen Verhältnismäßigkeit impliziert, sondern noch dazu behauptet, dieser Rechtsstaat schütze ausländische Straftäter (Stichwort „richtiger Hintergrund“) auf ebenso konsequente wie

ungerechtfertigte Weise, obwohl diese erhebliche Straftaten mit den beschriebenen gravierenden körperlichen Folgen begehen würden.

Mit der Vermengung dieser beiden im Grunde unvergleichlichen Straftatbestände der Volksverhetzung und der schweren Körperverletzung verfolgt der Redner an dieser Stelle die klare Agenda, die Straftat Haverbecks nicht zuletzt durch Verweis auf andere, aus seiner Sicht schlimmere Tatbestände zu euphemisieren und zu verharmlosen. Gemäß Sprachhandlungsmodell nach Holly weisen diese Ausführungen Höckes demnach stark wertend-legitimierenden Charakter auf: Es wird aktiv dafür geworben, Verständnis für eine verurteilte Holocaustleugnerin zu entwickeln und die Aufmerksamkeit gleichzeitig auf jene Straftaten zu richten, bei denen der Staat angeblich auf dem ‚Migrantenauge‘ blind sei. Mit Blick auf das lexikalisch-argumentative Modell nach Grünert konstruiert Höcke im Interesse einer Legitimation der eigens propagierten Sichtweise eine Art politisch-ideologischen Bedingungskontext: Die Handlungsfähigkeit der Institutionen des Staates wird nachhaltig in Frage bzw. sogar unmittelbar in Abrede gestellt, um seine durchaus scharfe Rhetorik dem Publikum gegenüber angemessen erscheinen zu lassen und den verwendeten ideologiesprachlichen Zeichen zu einer maximal wirkungsvollen Funktionsweise (sprich praktisch zur ‚Abrechnung‘ mit dem deutschen Rechtssystem bzw. dessen aktueller Ausgestaltung) zu verhelfen.

Grundsätzlich handelt es sich bei Björn Höcke – dies dürfte auf Basis der in diesem Abschnitt analysierten Redebeiträge klar geworden sein – um einen vielzitierten ‚Mann fürs Grobe‘, der in der Adressierung seines Zielpublikums kein Blatt vor den Mund nimmt und immer wieder die ‚Grenzen des Sagbaren‘ auslotet. Nicht zu unterschätzen ist hierbei das strategische Moment der rhetorischen Grenzgänge: Das zugrundeliegende Prinzip hinter den vielen Aussagen, die im bisherigen Verlauf dieser Arbeit thematisiert worden sind, scheint das Auslösen einer öffentlich-medialen Empörungswelle zu sein, die Schlagzeilen erzeugt und ihn bzw. seine Partei ‚im Gespräch‘ hält (vgl. Scholz 2019). Auch der Abbruch von Fernsehinterviews in Reaktion auf die Konfrontation mit an die Zeiten des Nationalsozialismus erinnerndem Vokabular verfolgt einen bestimmten Zweck: Die Opferinszenierung („Noch niemals in der Geschichte der Bundesrepublik [sind] eine einzelne Partei und eine einzelne Person so diffamiert worden wie wir, liebe Freunde!“, vgl. Phoenix vor Ort 2019) ist als wesentlicher Bestandteil des rhetorischen Portfolios zahlreicher politischer Akteure aus dem

rechtspopulistischen Spektrum einzustufen und verfolgt aus sprachwissenschaftlicher Sicht erneut das Ziel einer Schaffung politisch-ideologischer Legitimationskontexte in Einklang mit dem lexikalisch-argumentativen Modell nach Grünert (auf die Konstruktion einer in keinerlei Hinsicht hinnehmbaren politisch-gesellschaftlichen Lage folgen als logische Konsequenzen der rhetorische Rundumschlag gegen das ‚Polit-Establishment‘ sowie in vielen Fällen auch Aufrufe ans Zielpublikum, sich diese Zustände ‚nicht länger gefallen zu lassen‘). Folgender Abschnitt wird sich nun mit diversen Beiträgen aus rechtspopulistischen Reden in Österreich befassen und bestehende Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu den bisherigen Ausführungen herausarbeiten.

5.2. Fallbeispiel 2: H.-C. Strache (Freiheitliche Partei Österreich)

Einen weniger strammen Ton in Hinblick auf den vermeintlich verwahrlosten Zustand der mitteleuropäischen Demokratien stimmt der ehemalige Parteivorsitzende der Freiheitlichen Partei Österreich (FPÖ), Heinz-Christian Strache, an. Dieser fokussiert sich in vielen seiner Reden stattdessen auf die Themen Migration und Zuwanderung, die gerade in den Folgejahren der sogenannten ‚Flüchtlingskrise‘ Mitte der 2010er-Dekade in aller Munde waren und (nicht nur) innerhalb des rechtspopulistischen Spektrums den politischen Akteuren immer wieder neue Gelegenheiten dazu einräumten, ihr Publikum mittels gezielt gewählter Sprache zu emotionalisieren und dies schlichtweg als ‚Ausspruch der berechtigten Ängste und Sorgen der Bürgerinnen und Bürger‘ zu titulieren. Grundsätzlich handelt es sich bei Strache um einen Politiker, der jene in hoher Zahl stattfindende Migrationsbewegungen nie wirklich benötigte, um rhetorisch gegen Minderheiten ‚aufzurüsten‘: Bereits vor einem knappen Jahrzehnt wurden ihm und seiner Partei „offen rassistische, fremdenfeindliche, ja auch antisemitische Untertöne“ attestiert und deren politischer Fokus als „Mischung aus Europakritik, Fremdenhetze und strammer Islamophobie, gewürzt mit diffusen Ängsten vor Zuwanderern, mit denen Strache und seine Mannen das gesellschaftliche Klima vergiften“ (vgl. Kraske 2011) bezeichnet. Ganz unabhängig davon, ob man sich diese politische Einschätzung, die im Rahmen dieser Arbeit von stets untergeordneter Bedeutung bleibt, zu Eigen macht, bleibt jedenfalls zu konstatieren: Auch Heinz-Christian Strache und seine (damalige) Freiheitliche Partei wähl(t)en einen Sprachstil, der in Politik und Gesellschaft bewusst anecken, provozieren und polarisieren sollte. Besonders deutlich wurde dies immer

wieder im Zuge der Ansprache des freiheitlichen ‚Dauerthemas‘, sprich der Debatte um Migration und Zuwanderung, welches vollkommen unabhängig von den tatsächlichen Entwicklungen immer wieder neu angefacht wurde und logischerweise auf dem Höhepunkt der Flüchtlingsbewegung um das Jahr 2015 besonderen Auftrieb erhielt. Auch wenn Strache zumindest rhetorisch nicht so weit geht, die von Höcke im vorigen Kapitel behandelte, vielfach angesprochene ‚Zeitenwende‘ zu propagieren und das gesamte ‚System‘ in Frage zu stellen, zeichnen sich auch seine Worte durch ein hohes Maß an Ideologisierung aus, wie anhand der folgenden Beispiele deutlich werden sollte.

5.2.1. Bevorzugung und Vernachlässigung: Die ‚Ausspielstrategie‘

Der erste ausgewählte Redeauszug veranschaulicht die von Strache verfolgte Strategie der Aufwiegelung: Strukturelle Ähnlichkeiten zum Straftatenvergleich bei Höcke werden bei der bewussten Gegenüberstellung der auf der einen Seite angeblich systematisch vernachlässigten und auf der anderen Seite angeblich permanent und unberechtigtweise bevorzugten Personen deutlich. Daraus resultiert die Erzeugung eines Gefühls im Publikum, dieses würde sich das ihnen zugefügte Unrecht durch die herrschende politische Klasse keinesfalls einbilden und hätte im Redner endlich jemanden gefunden, der ihre Sorgen und ihren Ärger nachzuvollziehen im Stande ist. Als Gastredner beim politischen Aschermittwoch des Jahres 2017 äußerte sich der damalige FPÖ-Vorsitzende wie folgt:

„Die Gutmenschen (...) würden am liebsten ganz Afrika heute die Staatsbürgerschaft verleihen: Bei der großen Willkommenskultur und -politik, die da gelebt wird, sind ihnen die Menschen völlig gleichgültig. (...) Wenn es um Wohnungsvergaben geht, da leben diese ganzen Parteien (...) nach dem Motto: Willst du eine Sozialwohnung haben, musst du nur ein Kopftuch tragen! (...) Man hat ja fast schon den Eindruck, du musst deinen Pass wegschmeißen, damit du heute gehört wirst!“

Quelle: Phoenix vor Ort (2017): Politischer Aschermittwoch: Frauke Petry und Heinz-Christian Strache am 01.03.2017. In: Phoenix, Online-Ausgabe vom 01.03.2017. Verfügbar im Internet: URL:

https://www.youtube.com/watch?v=vbvX-QbE_aU&t=867s

Der vorliegende Ausschnitt aus der im Frühjahr 2017 gehaltenen Rede Straches offenbart einerseits die gezielte Verwendung einer Aneinanderreihung von Stigmawörtern zum Zweck

der Abwertung politisch Andersdenkender, andererseits aber auch das ebenso intendierte Heraufbeschwören einer Neiddebatte in Gestalt des Versuchs der Erzeugung einer gesellschaftlichen Spaltung zwischen ‚echten Österreichern‘ und ‚kulturfremden Personen‘. Beim Begriff des „Gutmenschen“, den Strache gleich zu Beginn des Ausschnitts nutzt, handelt es sich um keine übermäßig neue Wortschöpfung, jedoch um eine, die im Laufe der vergangenen Jahre besonders im Bereich des Rechtspopulismus häufig verwendet worden ist und sich nach wie vor als durchaus salonfähig erweist, um sich als eine Art Kampfbegriff gegen Menschen zu richten, die politisch engagiert sind und sich für die Inklusion von Minderheiten einsetzen. Nicht zuletzt aus diesem Grund war der Terminus im Jahr des vorläufigen Höhepunkts der Migrationsbewegungen in Richtung des mitteleuropäischen Raums (2015) zum ‚Unwort des Jahres‘ gekürt worden, verhindere er doch einen demokratischen Austausch von Sachargumenten, wie die damals zuständige Jury ihre Entscheidung mitbegründete. „Das Wort ‚Gutmensch‘ ist eine Waffe (...) [und] ein Ablenkungsmanöver aus der Trickkiste der Adhominem-Rhetorik: Statt darüber zu diskutieren, ob und wie man sich engagieren soll, prügelt man auf diejenigen ein, die sich engagieren. In den neunziger Jahren zog man damit gegen die ‚Umweltbewegten‘ zu Felde, nun hat es wieder Konjunktur in der Debatte um die Flüchtlinge“ (vgl. Geisel 2016).

Tatsächlich macht sich Heinz-Christian Strache diesen Begriff zunutze, um pauschal alle politischen und zivilgesellschaftlichen Akteure zu diskreditieren, die für eine durch ihn noch im gleichen Satz kritisierte ‚Willkommenskultur und -politik‘ eintreten: Darunter werden demnach alle Menschen subsumiert, die keine vorwiegend kritische bis ablehnende Haltung gegenüber einer liberalen Migrationspolitik einnehmen und denen vorgeworfen wird, ihr Herzlichkeitsbedürfnis auf dem Rücken derer auszuleben, welche die dadurch angeblich entstehenden Sicherheitsdefizite ‚ausbaden‘ müssten. Das rhetorische Mittel der Hyperbel, sprich der gezielten Übertreibung, setzt Strache freilich ein, um das zuvor konstruierte kollektive ‚Gutmenschentum‘, welchem durch die vorgenommene Pauschalisierung keinerlei Heterogenität innerhalb dieser Gruppe zugebilligt und das somit zu einer Art ‚homogenem Feindbild‘ stilisiert wird, als naive, lebensferne Realitätsverweigerer zu inszenieren: Mit der Phrase ‚ganz Afrika‘ wird gezielt polemisiert und suggeriert, es seien mitunter politische Kräfte am Werk, welche aktiv daran interessiert seien, die Zuwanderungspolitik so weit zu liberalisieren, dass sich im Prinzip ein gesamter Kontinent ‚eingeladen‘ fühlen könnte, eine

neue Heimat in Europa zu suchen. Gleichzeitig wird der Begriff der (implizit: österreichischen) ‚Staatsbürgerschaft‘ in seiner Werthaltigkeit überhöht, indem kommuniziert wird, diese sollte keinesfalls als frei zugängliches Privileg für alle Menschen zur Verfügung stehen, die diese beantragen (was sie in realpolitischer Hinsicht natürlich auch nicht tut). Ohne bei allen Textbeispielen auf Analogien zu jedem einzelnen der im vorherigen Abschnitt angeführten politolinguistischen Modelle eingehen zu können, soll hier zwecks besserer sprachlicher Einordnung doch auf das Sprachhandlungsmodell nach Holly verwiesen werden: Die Rhetorik Straches speist sich, wie in diesem Modell ausgeführt wird, aus einer permanenten impliziten *Werbung* (gegen eine ‚Politik der Offenheit‘) wie *Legitimation* (des Begriffs ‚Gutmensch‘ als Inbegriff vermeintlich naiver bis abgehobener Personen). Auf Basis der erneuten Anwendbarkeit des lexikalisch-argumentativen Modells nach Grünert wird deutlich, was zahlreiche Reden mit ideologisch aufgeladenem Charakter gemeinsam haben: Die Rednerin bzw. der Redner schafft die notwendigen politisch-ideologischen Kontextbedingungen, um innerhalb dieses Rahmens besonders pointierte, teilweise grenzwertige oder gar grenzüberschreitende Aussagen zu tätigen, welche das Ziel verfolgen, die für die (vermeintlichen oder tatsächlichen) bisherigen politischen Versäumnisse verantwortlichen Akteure rhetorisch zu verunglimpfen. Diese pauschal geäußerte Kritik an den so betitelten „Gutmenschen“ schließt außerdem noch einen expliziten Vorwurf mit ein: Vor lauter Willkommenskultur und -politik interessiere man sich gar nicht mehr für ‚die Menschen‘, die in diesem Fall wohl am ehesten die Gruppe der einheimischen, tapferen, gegen vermeintliche Widerstände kämpfenden, vernachlässigten und vergessenen Bürgerinnen und Bürger Österreichs repräsentieren dürften.

Diese werden im zweiten Teil des Zitats denjenigen diskursiv gegenübergestellt, die sich angeblich auf Kosten der ‚einheimischen‘ Bevölkerung diverse Privilegien zugutekommen lassen würden: Durch diese kontrastierende Darstellung („hier die Guten, dort die Bösen“) wird dem strategischen Ziel der Polarisierung nachgegangen und ein Klima erzeugt, in dem das Publikum wiederum in eine Gefühlslage versetzt werden soll, jegliches Gerechtigkeitsempfinden der politischen Elite des Landes sei mittlerweile über Bord geworfen worden. Für die Propagierung der vor allem für Akteure aus dem rechtspopulistischen Spektrum typischen „Sündenbock“-Theorie (vgl. Wodak 2016) eignen sich selbstverständlich in erster Linie jene Themen, die besonders großen ‚sozialen Zündstoff‘ bergen: Die Wahl des Themas ‚Sozialer

Wohnungsbau' ist demnach offensichtlich gezielt getroffen worden, um den Menschen im Publikum einen geeigneten ‚Sündenbock‘ für die punktuelle Misere am Wohnungsmarkt präsentieren zu können. In diesem Moment geht es mitnichten um die tatsächliche Lösung des Problems der Wohnungsknappheit, sondern vielmehr darum, der Zielgruppe rhetorisch geschickt zu vermitteln, man verstehe genau, durch welche vermeintlichen Missstände das beschriebene Problem zustande gekommen sei. Der Zweck der Verwendung des Reims als rhetorisches Mittel liegt nahe: Reime sind eingängig, bleiben im Gedächtnis, fassen Phänomene, zu deren Erklärung ansonsten unnötig viele Worte gebraucht werden müssten, auf prägnante Weise zusammen und sorgen durch ihre Zuspitzung bisweilen auch für Heiterkeit, wie auch im Publikum der hier analysierten Rede.

An dieser Stelle kommt nun auch das eingangs erwähnte Kommunikationsmaximenmodell nach Heringer zum Tragen: Auch wenn nicht unbedingt damit zu rechnen (wenn auch nicht auszuschließen) ist, dass Strache das Thema ‚Wohnraum‘ spontan und in Reaktion auf die Entwicklung seiner bis dato gehaltenen Rede angesprochen hat, spielt die Maxime der (idealerweise zu begrenzenden) ‚Quantität‘ hier eine maßgebliche Rolle. So verfolgt die Einstreuung des ‚Kopftuch-Reims‘ eindeutig das Ziel, die zugrundeliegende Anklage, die ‚in ihren Ursprüngen österreichische‘ Bevölkerung habe in Sachen Wohnraum nachhaltig unter einer systematischen Benachteiligung und Vernachlässigung durch die politischen Kontrahenten seiner Partei zu leiden, auf eine kurze, leicht erinnerbare Botschaft zu komprimieren. Der strategisch eingesetzte Begriff des Kopftuchs entfacht als klassisches Stigmawort selbstverständlich symbolträchtige Wirkung und soll die Haltung vermitteln, die ‚tapferen Österreicher‘ erhielten deswegen keine Sozialwohnung, weil es den ganzen ‚Kopftuchfrauen‘ gestattet würde, sie ihnen ‚vor der Nase wegzuschnappen‘. Der rhetorische Angriff trifft an diesem Punkt bewusst gleich zwei Zielgruppen: Zum einen wird vermeintlich ‚kulturfremden‘ Personen vorgeworfen, sie würden sich auf Kosten der ‚Einheimischen‘ unberechtigt bereichern, zum anderen werden die Parteien des ‚politischen Establishments‘, die pauschal all jene umfassen, die inhaltlich andere Schwerpunkte setzen bzw. einen vom eigenen abweichenden politischen Kurs verfolgen, dafür angeprangert, derartig skandalöse Entwicklungen billigend in Kauf genommen oder gar aktiv gefördert zu haben. Der zum Ende des Ausschnitts erfolgende Hinweis, man müsse sich offenbar schon seiner eigenen Staatsbürgerschaft entledigen, um sich heutzutage das notwendige Gehör zu

verschaffen, schlägt in dieselbe Kerbe und akzentuiert noch einmal mehr die zugrundeliegende These der konsequenten Benachteiligung der ‚eigenen Leute‘ bzw. der permanenten Bevorzugung der ‚Fremden‘, die empirisch (gerade mit Blick auf das von Strache angeführte Beispiel des Wohnungsmarkts) kaum gedeckt sein dürfte.

An dieser Stelle ist nach Ansicht der Autorin ein kurzes Zwischenfazit hinsichtlich der eingangs vorgestellten Unterscheidung zwischen den sogenannten Schlüssel-, Fahnen- und Stigmawörtern geboten: Ohne im Rahmen der vorliegenden Arbeit auf einen direkten Vergleich mit politischen Reden aus ‚der Mitte‘ eingehen zu können, wird überaus deutlich, dass der informative Gehalt der Aussagen der hier untersuchten Redner zweifellos hinter dem zurück steht, was diese an normativen, sprich wertenden und auch agitativen Elementen enthalten. Zur schlüssigen Erklärung dieses Phänomens bietet sich ein erneuter Blick auf die eingangs formulierten typischen Erkennungsmerkmale rechtspopulistischer Parteien an: Vor allem die rhetorische ‚Homogenisierung‘ eines vermeintlich gleichartigen Gebildes ‚einheimischer‘ Bürgerinnen und Bürger sowie die ‚identitätsstiftende‘ und sich somit auch von Minderheiten abgrenzende Sprache spielen eine wesentliche Rolle, wenn es darum geht, das Argumentationsprinzip des ‚Wir gegen Die‘ zu verstehen, das die Sprachwissenschaftlerin Ruth Wodak in ihrem Werk mit dem Titel „Politik der Angst“ wie folgt beschreibt: „‚Wir‘ (das Abendland oder christliche Europa) müssen ‚Uns‘ gegen ‚Die‘ (den Orient: Roma, Juden, Muslime) verteidigen. (...) Rechtspopulismus (...) erzeugt *neue soziale Gegensätze*, die sich häufig auf viele, manchmal durchaus legitime und begründete Ängste (...) vor dem Versagen der aktuellen Mainstream-Parteien angesichts akuter sozialer Probleme [beziehen]“ (Wodak 2016, 31). Charakteristisch für zahlreiche rechtspopulistische Parteien ist demnach auch eine Rhetorik, die darauf schließen lässt, man müsse sich permanent gegen extrinsisch erzeugte Gefahren zur Wehr setzen: Das Umschalten in den ‚Angriffsmodus‘, das ‚sich den Mund nicht verbieten lassen‘, die ‚Verteidigung der eigenen Werte‘ und vieles mehr lässt sich dieser Logik der permanenten Bedrohung zufolge mit dem ebenso notwendigen wie berechtigten Kampf gegen vermeintliche Ungerechtigkeit und Fremdbestimmung legitimieren.

5.2.2. Die Geschichte vom ‚Ende der freien Meinungsäußerung‘

Ein weiteres, im Rahmen der bisherigen Ausführungen eher vernachlässigtes konstitutives Erkennungsmerkmal rechtspopulistischer Parteien bildet der immer wieder neu geführte Diskurs über die Frage der freien Meinungsäußerung bzw. die vermeintliche Einschränkung derselben durch die machthabenden Akteure des in Verruf befindlichen ‚Establishments‘. Im Rahmen seiner Rede am Tag der Arbeit des vergangenen Jahres nutzte Heinz-Christian Strache die Gelegenheit, das Bedauern dieses aus seiner Sicht unhaltbaren Zustands mit einigen völkisch-nationalistisch anmutenden Gedanken zu verknüpfen: Dass ihn das Gefühl beschleiche, man dürfe einen angeblich objektiv zutreffenden Befund nicht mehr frei äußern, sei dem permanenten Verschweigen ‚unbequemer Wahrheiten‘ durch die politischen Akteure geschuldet, die den von ihm (und an anderer Stelle auch von seinen Mitstreiter/innen) beklagten Zustand erst verursacht hätten, so die Logik Straches. Mit den folgenden Worten wandte sich dieser an sein Publikum im rot-weiß-rot dekorierten Festzelt:

„Ich [habe] von einem ‚Bevölkerungsaustausch‘ gesprochen: Das ist offenbar ein ganz böses Wort, das von der linken Sprachpolizei verboten worden ist. (...) Die angestammte österreichische Bevölkerung erlebt eine Entwicklung, wo sie zur Minderheit in der eigenen Heimat wird. (...) Wir lassen nicht zu (...), dass man Sprachverbote, Denkverbote, Diskussionsverbote [durchsetzt]! Nein, wir wollen nicht zu einer Minderheit in der eigenen Heimat werden!“

Quelle: FPÖ TV (2019): HC Strache: „Bevölkerungsaustausch ist Realität“. In: FPÖ TV, Online-Ausgabe vom 04.05.2019. Verfügbar im Internet: URL: https://www.youtube.com/watch?v=qahMkLpR_gc&t=204s

Dieses Zitat eignet sich als aussagekräftiges Anschauungsbeispiel dafür, dass ein und dieselbe Personengruppe wirksam mit verschiedenen Bezeichnungen etikettiert werden kann: Wer im Rahmen des zu Beginn dieses Kapitels analysierten Redeausschnitts als „Gutmensch“ bezeichnet wurde, wird an dieser Stelle mit dem nicht minder ideologisch aufgeladenen Kampfbegriff der „linken Sprachpolizei“ versehen. Den Ausführungen Straches nach zu urteilen umfasst die Gruppe derer, die sich als moralisch besonders integer aufspielen, alle Personen, die sich in kritischer Weise zur aktiven Verwendung des Begriffs „Bevölkerungsaustausch“ äußern. In der Tat handelt es sich bei diesem plakativen Wort um eines, das in erster Linie in rechtsnationalen bis -extremen Kreisen verwendet wird, um Ängste

in der Bevölkerung vor einer verstärkten Zuwanderung zu schüren. Die Vorstellung vom „Bevölkerungsaustausch“ ist aus Sicht zahlreicher Migrationsforscher irreführend: Wie etwa Jochen Oltmer, Professor für Migrationsgeschichte an der Universität Osnabrück, betont, impliziere diese, Regierungen seien in der Lage, „Migration hochgradig zu steuern, Menschen wie Spielfiguren hin und her zu schieben“ (vgl. Reveland 2020). Zudem gilt es stets im Blick zu behalten, dass es sich bei der Migration um eine ständige Fluktuation in beide Richtungen handelt, womit im Grunde kein Land der Welt als reines Ein- oder Auswanderungsland eingestuft werden kann. Ohne die weiteren politischen Implikationen der Verwendung dieses Begriffs bewerten zu wollen, kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass es sich beim „Bevölkerungsaustausch“ um ein erneut bewusst eingesetztes Wort von großer rhetorischer Tragweite handelt. Ein ‚Austausch‘ suggeriert einen ultimativen, in Gänze stattfindenden Wechsel mit dem Resultat der Herbeiführung einer irreversiblen Situation, in der nichts mehr so ist wie es einmal war: Hiermit greift Strache „einen Begriff auf, der seit Jahren für eine Verschwörungstheorie benutzt wird. Demnach wird die Bevölkerung Europas durch Zuwanderer ausgetauscht – gesteuert von geheimen Strippenziehern wie beispielsweise dem jüdischen Multimilliardär George Soros“ (vgl. Gensing 2019). In Hinblick auf das diskursanalytische Topos-Modell nach Wengeler bedient sich der ehemalige FPÖ-Vorsitzende im Zuge dieser Rede eines besonders bedrohlich anmutenden Gefahren-Topos: Weil ein solcher „Bevölkerungsaustausch“ mit der gefährlichen Konsequenz verbunden sei, man werde eines Tages nur noch ‚die kulturelle Minderheit im eigenen Land‘ bilden, wird das Publikum dazu aufgerufen, die eigene Politik mit jeder einzelnen Stimme zu unterstützen, um eine Abwendung dieser vermeintlichen Gefahr zu erwirken bzw. die Unterstützung aller, die diesen Begriff aus ‚ideologischen Gründen‘ ablehnen und die ein solches Szenario mit beispielloser Fahrlässigkeit in Kauf nehmen würden, zu unterlassen.

Legitimiert wird die Verwendung dieses Vokabulars einmal mehr durch den Verweis darauf, lediglich die (dieser Logik zufolge maximal objektive) Realität zu beschreiben: Das ‚Wir‘, sprich ‚die angestammte österreichische Bevölkerung‘, müsse sich gegen eine Entwicklung wehren, die dadurch geprägt sei, dass diese Gruppe numerisch immer weiter ins Hintertreffen gerate. Auf eine dezidierte Agitation verzichtet Strache an dieser Stelle in dem Sinne, dass niemand aktiv dazu aufgerufen wird, eine bestimmte Handlung zu vollziehen, um dieser vermeintlichen Entwicklung entgegenzuwirken. Legt man allerdings das Verständnis einer Agitation zugrunde, das maßgebend für das Agitationsmodell nach Klaus ist, kann auch hier durchaus beobachtet

werden, dass der Protagonist durch die gezielte Beeinflussung des Bewusstseins seines Publikums, an welches er sich wendet, politisch agitiert: Auch unter Verzicht auf eine unmittelbare Aufforderung zu einer bestimmten Verhaltensweise wird impliziert, man müsse sich gemeinsam gegen eine der ‚eigenen‘ Bevölkerung abträglichen Verminderungsentwicklung zur Wehr setzen.

Zuletzt kommt im Rahmen dieses Beitrags auch das eingangs erwähnte Phänomen der Infragestellung der Möglichkeit zur freien Meinungsäußerung zum Tragen: Wer die Verwendung von Begriffen wie etwa „Bevölkerungsaustausch“ ablehnt, wird prinzipiell der gezielten Einschränkung der Meinungsfreiheit bezichtigt. Die wiederholte Wahl des Begriffs ‚Verbot‘ soll hierbei erneut stigmatisierende Wirkung entfalten: Die strategische Nutzung dessen negativer Konnotation hat zum Ziel, beim Publikum das Gefühl zu verankern, es seien die Einschränkung der persönlichen Redefreiheit intendierende Akteure am Werk, welche die Nutzung bestimmter Begriffe praktisch als Selbstzweck zu verbieten versuchen würden.

5.3. Fallbeispiel 3: Roger Köppel (Schweizerische Volkspartei)

Legte man als forschender Beobachter vorwiegend politische Maßstäbe zugrunde, könnte man schnell zum Schluss kommen, in der Schweiz stelle sich die Lage aufgrund der Tatsache, dass die rechtskonservative Schweizerische Volkspartei (SVP) hinsichtlich ihrer Stimmenanteile noch wesentlich stärker im politischen Mainstream verankert ist als die AfD in Deutschland und die FPÖ in Österreich, doch weitgehend anders dar. Aus der linguistischen Perspektive heraus, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit jedoch stets von höchster Bedeutung ist, lassen sich durchaus Gemeinsamkeiten in der gezielten Nutzung rechtspopulistischen Jargons herausarbeiten. Wie bereits im Rahmen der Untersuchung diverser Wahlplakate aus den drei primär deutschsprachigen Ländern Mitteleuropas deutlich geworden sein dürfte, wird auch in der Schweiz ein durchaus zuwanderungskritischer Diskurs ‚rechts der Mitte‘ geführt, den – abgesehen vom äußeren rechten Rand – in erster Linie die Schweizerische Volkspartei mittels regelmäßiger Rückgriffe auf den Sicherheits-Topos gezielt vorantreibt. Eine der prominenteren, durchaus auch über die Landesgrenzen hinweg bekannten Persönlichkeiten ist der Zürcher Publizist, Medienunternehmer und SVP-Politiker Roger Köppel, der seit mittlerweile fünf Jahren Mitglied im Schweizer Nationalrat ist und nach wie vor die mitunter polarisierende Beiträge publizierende, weitgehend als rechtskonservativ eingestufte ‚Weltwoche‘ als Chefredakteur leitet.

5.3.1. Effektive Metaphorisierung als kognitiver Einflussfaktor

In den folgenden beiden Ausschnitten wird – analog zu den beiden in den vorherigen Kapiteln untersuchten Wortmeldungen – der ideologische Gehalt der durch Köppel verwendeten Sprache analysiert und zum Abschluss dieses Kapitels mit den Befunden aus den anderen Ländern gegenübergestellt. Zunächst geht es um einen sich um das Thema Zuwanderung drehenden Ausschnitt im Rahmen des Wahlkampfauftritts im August 2019. Mit den folgenden Worten adressierte er dort zahlreiche Sympathisant/innen seiner Partei:

„Wir müssen die Schweiz verteidigen gegen eine Bundesrätin (...), die ein totales Asylchaos (...), explodierende Sozialkosten und fürchterliche Asyl-Gewaltverbrechen zu verantworten hat. (...) Wir haben in der Schweiz eine ungebremsste Masseneinwanderung! (...) Wir müssen endlich auf die Bremse treten, [sonst] versinkt die Schweiz unter einer Flut von Leuten aus fremden Kulturen.“

Quelle: Köppel, Roger (2019): Rede beim SVP-Wahlkampfauftritt in Sattel (SZ). Verfügbar im Internet: URL:

<https://www.youtube.com/watch?v= AB93cDa1Pg>

Äußerst auffällig treten auch hier wieder die ebenso bewusst wie zahlreich genutzten Stigmawörter in Erscheinung: Innerhalb lediglich zweier Sätze wird insgesamt ein halbes Dutzend derartiger Begriffe verwendet, um die perzipierten Missstände in besonders ‚anschaulicher‘ bzw. möglichst beängstigender Form zu skizzieren. Den (Kampf-) Begriffen „Asylchaos“, „explodierend“, „ungebremsst“, „Masse“, „versinken“ und „Flut“ ist vor allem eines gemeinsam: Sie alle weisen einen in höchstem Maße metaphorischen und ideologisch aufgeladenen Charakter auf, nicht zuletzt indem sie einen praktisch unkontrollierbaren ‚Naturkatastrophenzustand‘ suggerieren, dem nur durch ein – um in der Bildsprache zu bleiben – kompromissloses ‚Gegensteuern‘ (etwa durch die Wahl der SVP als vermeintliche ‚Retterin der Schweiz‘) entgegengewirkt werden könne. Um die Wirkmacht dieser Begriffe nicht zu unterschätzen bzw. vollumfänglich zu verstehen, in wie ausgeprägter Weise sich deren Nutzung auf das Denken (und manchmal auch auf das Handeln) der Adressat/innen auszuwirken vermag, lohnt sich an dieser Stelle ein genauerer Blick auf einen einschlägigen Beitrag der mittlerweile an der Universität Marburg tätigen Expertin für Politolinguistik und soziolinguistische Diskursanalyse, Constanze Spieß. Diese beobachtete bereits vor einigen Jahren eine Zunahme der vor allem (aber nicht ausschließlich) in der öffentlich-medialen Debatte verwendeten Sprachbilder wie „Flüchtlingsstrom“, „Flüchtlingswelle“ u.a. und

argumentiert, dass diese Art der Sprachbilder menschliches Denken, Handeln und Sprechen nachhaltig beeinflusst, die Verwendung von Metaphern im Kontext der gesellschaftlichen Debatte über Migration und Zuwanderung die Sichtweise auf diese Thematik letztlich verengt und die Personengruppe der Migrantinnen und Migranten sprachlich negativ kontextualisiert und bewertet wird (Spieß 2017, 1). Was genau sind aber Metaphern und was soll anhand ihrer Verwendung erreicht werden? „Metaphern sind kognitive und sprachliche Phänomene unserer Alltagskommunikation. Sie prägen und strukturieren unser Denken, Handeln und Sprechen (...) [und] spielen (...) auch im öffentlich-politischen Kommunikationsbereich, der (...) Plattform für die Meinungsbildung ist, eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Meinungen zu etablieren, zu stabilisieren und zu vermitteln“ (Spieß 2017, 2).

Übertragen auf den Redebeitrag Köppels (und auch auf jene der anderen im Zuge dieser Arbeit analysierten Beiträge) lässt sich daraus schlussfolgern: In einem so hohen Maße metaphorisch geprägte Ausführungen sind dazu in der Lage, die kognitiven Strukturen des Zielpublikums nachhaltig zu beeinflussen und dessen Konnotationen mit bestimmten Personengruppen (z.B. Minderheiten) auf Dauer negativ zu verankern. Dies geschieht sowohl durch die hartnäckige Wiederholung als auch durch den hohen Grad an ideologischer Aufladung selbst: Durch ihre optische Wirkmacht ohnehin schon sehr leicht einprägsame Sprachbilder erfahren nochmals eine Art perpetuierenden Effekt, wenn sie in hoher Frequenz (innerhalb eines kurzen oder auch über einen längeren Zeitraum(s) hinweg) wiederholt werden. Auch wenn ein so langes Zitat den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen würde: Die permanente (insgesamt viermal getätigte) Wiederholung Köppels, die Schweiz müsse gegen diverse Akteure aus jeweils verschiedenen Gründen *verteidigt* werden, verfolgt augenscheinlich das Ziel einer Verankerung dieser ebenfalls äußerst bildhaften Überzeugung. Ein besonders griffiges Beispiel für den Versuch einer ‚negativen Meinungsetablierung‘ stellt das Kompositum des ‚Asylchaos‘ dar: Während die beiden diesen Begriff formenden Einzelbestandteile an und für sich nichts miteinander zu tun haben (‚Asyl‘ ist ein Menschenrecht, ‚Chaos‘ bezeichnet einen negativ konnotierten Zustand der Unordnung und der fehlenden Übersicht), hat sich das Wort zu einem plakativ genutzten Synonym für die Artikulierung von Missständen im Bereich der Asylpolitik entwickelt, das von der sprachhandelnden Person ausschließlich dazu verwendet wird, eine Pauschalkritik an der Ausgestaltung aller das Asylwesen in einem Staat betreffenden Prozesse zu üben.

5.3.2. Die Europäische Union als ‚falscher Verbündeter‘

Auch wenn sich aus Mitgliedsstaaten der Europäischen Union stammende Parteien des rechtspopulistischen Spektrums ebenfalls immer wieder einmal auf kritische bis ablehnende Weise zum ‚Brüsseler Diktat‘ äußern, gewinnt diese Thematik beim Blick auf den politischen Diskurs in der Schweiz neue Qualität und Zugkraft. Traditionell handelt es sich bei der Schweiz um ein Land, das seine Neutralität und Unabhängigkeit immer äußerst weit oben auf der politischen Agenda ansiedelte, um seine staatliche Souveränität sowie die Abwesenheit einer teilweise schon kulturell gefürchteten Fremdbestimmung durch einen supranationalen Akteur wie etwa die Europäische Union stets aufrechtzuerhalten. Vor dem Hintergrund dieser ‚Schweizer Befindlichkeiten‘ sind im Grunde genommen alle Themen, welche die Zusammenarbeit mit der EU betreffen, als äußerst sensibel einzustufen, und entsprechend hitzig und emotional können die politischen Debatten in der Schweiz darüber ausfallen, wie Art und Volumen der Kollaboration ausgestaltet sein sollten.

Im Rahmen der Delegiertenversammlung vom 30. März 2019 äußerte sich auch Roger Köppel zur Thematik einer möglichen Zustimmung zu einem im Raum stehenden EU-Rahmenvertrag. Der folgende Ausschnitt soll verdeutlichen, dass sich nicht sämtliche Beiträge aus dem rechtskonservativen bzw. -populistischen Bereich um die insgesamt dominanten Themen der Migration und der Zuwanderung drehen: Auch ein Sachverhalt wie die Zukunft der Zusammenarbeit mit einer supranationalen Organisation in Europa birgt in der Schweiz – dies als Besonderheit im Vergleich zu den anderen im Laufe dieser Arbeit untersuchten Ländern – großes Emotionalisierungspotential. Folgendermaßen positioniert sich Köppel in besagter Rede gegenüber den vielen anwesenden Delegierten seiner Partei:

„Die EU will (...), dass sich die Schweiz der Europäischen Union unterstellt. Sie will nicht (...) auf Augenhöhe zusammenarbeiten, sie fordert, dass sich die Schweiz dem EU-Recht, den EU-Richtern, den EU-Sanktionen und den EU-Guillotinen unterwirft. Die EU will (...) befehlen und diktieren, und wir sollen gehorchen und das Maul halten. Das ist das Ziel, das hier verfolgt wird. (...) Dort, wo bei Juncker Freundschaft draufsteht, ist Knechtschaft drin! (...) Die EU will uns knechten. Und Webers Zuchtrute, seine Reitpeitsche, das ist dieses institutionelle Rahmenabkommen Schweiz-EU!“

Quelle: Köppel, Roger (2019): „Eine freie Schweiz gibt es nur ohne Rahmenabkommen.“ Verfügbar im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AB93cDa1Pg>

Wiederum arbeitet Köppel dezidiert mit eingängiger Bildsprache und bedient sich der klassischen rhetorischen Stilmittel, um den versammelten Delegierten seine Botschaften in so lebhafter Form wie möglich zu kommunizieren. Mit dem Symbol der „Unterwerfung“ kreiert er im Prinzip ein negative Gestalt annehmendes Fahnenwort: Hohes Ablehnungspotential gegenüber einem Zustand der Unterwerfung wird vom Sprecher vorausgesetzt, insofern handelt es sich an dieser Stelle um den überzeugten Versuch, eine möglichst große Anzahl an Delegierten auf dieser Grundlage zu einem ‚Nein‘ gegenüber dem zur Debatte stehenden ‚EU-Rahmenvertrag‘ zu bewegen. Die unmittelbar zuvor erfolgende Aufzählung mit dem wiederholt eingesetzten Präfix ‚EU‘ dient rhetorisch dazu, diesen Eindruck der Unterwerfung zu untermauern und zu verstärken: Anstatt diese Elemente beispielsweise isoliert, sprich ohne oftmaligen Verweis auf die EU aufzuzählen, wird bewusst auf die Macht der Repetition mit dem Ziel der Festigung einer negativen Assoziation mit den Institutionen der Europäischen Union im Publikum gesetzt. Auch der Begriff der „Sanktionen“ ist zweifellos negativ konnotiert, und spätestens bei der Verwendung des Begriffs der „Guillotinen“ handelt es sich um ein in seiner Schärfe kaum zu übertreffendes Stigmawort, wird dieses doch dazu eingesetzt, abscheuliche Gedanken an Angst, Schrecken, Qual und Hinrichtung zu wecken und die Europäische Union somit als unerträglich dominanten, kompromisslosen, seine vermeintlichen Untertanen unterdrückenden politischen Gegenspieler zu inszenieren. Die Metapher der Guillotine entfaltet u.a. deshalb eine so große Wirkmacht, weil sie einen mentalen Projektionsprozess in Gang setzt, „bei [dem] zwei Vorstellungsbereiche bzw. Konzepte, die normalerweise in semantisch-thematischer Hinsicht nicht in Relation zueinander stehen, zueinander in Verbindung gebracht werden. (...) Durch die Verbindung (...) werden ausgewählte Bedeutungsaspekte (...) übertragen, [und zwar] nur diejenigen Bedeutungsaspekte (...), die in irgendeiner Art und Weise zum Zielkonzept passen“ (Spieß 2017, 2). Das Zielkonzept ist in diesem Fall die Assoziation von Leid und Unterdrückung, welche durch die bloße Verwendung des Begriffs bereits beim Adressaten aktiviert wird, ohne jedoch *unmittelbar* befürchtet zu werden: Während niemand im Saal vermutlich im Ernst daran glaubt, ein EU-Funktionär würde einen Schweizer Repräsentanten mit einem Fallbeil bedrohen, wird der Terminus dennoch bewusst eingesetzt, um die kognitiven Vorstellungsbereiche in der Gruppe der Adressaten so miteinander zu verknüpfen, dass sich die Vorstellung einer zu befürchtenden negativen Implikation durch eine ‚nicht auf Augenhöhe‘ erfolgende Zusammenarbeit mit der EU durchsetzt, ohne freilich damit auf

unmittelbare physische Gewalt anzuspielen. In diesem Sinne weist auch diese strategisch eingesetzte Metapher eine „Filter-, Fokussierungs- [und/] oder Perspektivierungsfunktion“ (Spieß ebda.) auf.

Auch im weiteren Verlauf des Zitats bleibt Köppel bei seinem rhetorischen ‚roten Faden‘ und führt mit der Verwendung eines teilweise schon martialisch anmutenden Vokabulars fort: In der Folge ist die Rede von „Knechtschaft“, die der Schweiz drohe, wenn sie sich auf eine ‚pseudo-gleichberechtigte‘ Zusammenarbeit mit der Europäischen Union einließe, und den aus seiner Sicht zu befürchtenden Horror eines institutionellen Rahmenabkommens zwischen der Schweiz und der EU bebildert er mit einer „Zuchtrute“ und einer „Reitpeitsche“, die sich, ähnlich wie die „Guillotine“, als weitere Stigmawörter nahtlos in die Bildsprache der Knechtschaft und der Unterwerfung einfügen.

Um dem inszenierten Elend auch ein Gesicht (bzw. in diesem Fall sogar zwei Gesichter) zu geben, entscheidet sich der Sprecher dazu, sich auf die persönliche Ebene vorzuwagen: [Jean-Claude] „Juncker“ (*damaliger Präsident der Europäischen Kommission; Anm. d. Autorin*) wird bezichtigt, nicht mit offenen Karten zu spielen, sondern stattdessen zu versuchen, der Schweiz auf hinterhältige Weise eine ‚Zusammenarbeit auf Augenhöhe‘ vorzugaukeln, während es ihm und ‚seiner‘ Institution in Wahrheit nur um Machtanspruch und Fremdbestimmung gehe. Auch [Manfred] „Weber“ (*Fraktionsvorsitzender der Europäischen Volkspartei im Europäischen Parlament; Anm. d. Autorin*) wird rhetorisch attackiert: Die Verbindung seines Namens mit den für Gewalt und Unterdrückung stehenden ‚Werkzeugen‘ verfolgen das Ziel der Personifizierung und somit der Konkretisierung des von Köppel skizzierten Schreckensszenarios.

Hinsichtlich der eingangs aufgeführten Sprachmodelle der Politolinguistik ist auch in diesem Zitat wieder eine eindeutige Dominanz der normativen und agitativen gegenüber den informativen Elementen der Rede zu konstatieren: Die Agitation, sprich der Versuch, mittels der gewählten Worte das Denken und Handeln des Publikums zu beeinflussen und eine bestimmte Handlungsweise (in diesem Fall: ein Unterlassungsverhalten) zu erwirken, manifestiert sich (wenn auch teils nur implizit) in zahlreichen Situationen und lässt sich unter dem Leitsatz ‚Wer keine Knechtschaft und Unterdrückung will, entscheidet sich gegen ein EU-Rahmenabkommen mit der Schweiz‘ subsumieren. Sowohl für diese als auch für alle anderen im bisherigen Verlauf dieser Arbeit analysierten Redebeiträge gilt: Aufgrund der Normativität

im (politischen) Sprachgebrauch kann weder beim Sprecher noch beim Adressaten eine absolute Wertfreiheit aufrechterhalten werden. Dies ist auch gar nicht die Intention des jeweiligen Redners: Auch wenn an mancher Stelle ‚Information‘ oder ‚Aufklärung‘ bezüglich des betreffenden Themenkomplexes suggeriert wird, überwiegen, wie die bisher erfolgte Untersuchung deutlich gezeigt haben dürfte, die ideologisch und agitativ geprägten Ausformungen politischer Sprache. Nachdem mittlerweile eine Vielzahl an Textbeispielen aus politischen Reden rechtspopulistischer Akteure aus den drei deutschsprachigen Ländern Zentraleuropas linguistisch analysiert worden ist, werden im folgenden Teilabschnitt noch einige zusammenfassende Erkenntnisse gesammelt: Wo sind Gemeinsamkeiten, wo Unterschiede festzustellen? Welches gemeinsame Fundament gibt es in Sachen ideologisch aufgeladener politischer Kommunikation? Und welche nationalen Besonderheiten sind letztlich auch erkennbar?

5.4. Komparative Analyse: Gemeinsamkeiten & Unterschiede

Die Untersuchung der politischen Rede als Vehikel ideologisch aufgeladener Botschaften hat sich exemplarisch auf die Repräsentanten dreier verschiedener rechtspopulistischer Parteien in Deutschland, Österreich und der Schweiz konzentriert. Während durchaus Parallelen in der Argumentationsstruktur, der Ideologisierung der Inhalte sowie dem gezielten Einsatz diverser rhetorischer Mittel wie etwa der Metapher zu beobachten sind, ist gerade mit Blick auf die teilweise unterschiedlichen politischen Kontexte in den einzelnen Ländern festzustellen, dass eben jene Unterschiede sowohl in den Rahmenbedingungen als auch im ‚persönlichen Stil‘ des jeweiligen Sprechers entsprechende Abweichungen zwischen den Untersuchungsobjekten mit sich bringen. Zu den wesentlichen Ähnlichkeiten aller Ausschnitte gehört die weitgehende bis vollkommene Abwesenheit jeglicher ‚Political Correctness‘, die gemäß Definition der deutschen Germanistin Iris Forster als „eine Sprachverwendung titulierte [wird], bei der die Sprecher einen aktuellen Sprachgebrauch auf Grundlage bestimmter Normen kritisch hinterfragen. Mit Blick auf die gesellschaftlichen Verhältnisse sowie auf historische Verwendungszusammenhänge können dann einzelne Wörter, Redewendungen oder Denkfiguren als unangemessen verworfen und gegebenenfalls durch Alternativen ersetzt werden“ (Forster 2010, 54). Punktuell wird eben jene politische Korrektheit, die sich ‚gemäßigte‘ Parteien noch eher auf die Fahnen schreiben, verhöhnt und in aller Direktheit

darauf hingewiesen, man lasse sich seinen eigenen Sprachgebrauch nicht vorschreiben. Gerade mit Blick auf die Tatsache, dass ein „politisch korrekter‘ Sprachgebrauch (...) im Konflikt mit grundlegenden (...) Sprachregeln stehen [kann]“ und die Sprache „durch die Auslassung prägnanter Formulierungen (...) meist auch schwerer verständlich [ist]“ (Forster 2010, 56), neigen politische Akteure, die ein hohes Interesse daran haben, ihrem Publikum möglichst simple, klare, unmissverständliche Botschaften zu kommunizieren, zu erhöhter Ignoranz gegenüber einem als ‚politisch korrekt‘ geltenden Sprachgebrauch und priorisieren die deutliche Ansprache, die ihnen letztlich auch ermöglicht, sich mittels Eigeninszenierung als besonders bodenständig und somit volksnah von ihren politischen Mitstreitern abzugrenzen.

Eine weitere Gemeinsamkeit in den politischen Reden aller Protagonisten besteht in der steten Identifikation eines klaren Feindbilds, das zwar gemäß ‚Sündenbock-Theorie‘ der Sprachwissenschaftlerin Ruth Wodak je nach Zeit und Kontext durchaus variabel ist, im einzelnen Moment aber – meistens mithilfe einer einprägsamen Metapher – klar benannt bzw. mittels entsprechender Bildsprache determiniert wird. Auch wenn die gewählten Angriffsflächen der im Laufe der vorliegenden Arbeit untersuchten Redner durchaus unterschiedlich sind, greift in allen drei Fällen das Prinzip der Identifikation eines (vermeintlichen oder tatsächlichen) Problems mit anschließender Herstellung eines unmittelbaren Kausalzusammenhangs mit einer dafür verantwortlichen und zur Rechenschaft zu ziehenden Person bzw. Gruppe: Björn Höcke lastet einen vermeintlich maroden deutschen Rechtsstaat der Gesamtheit der aus seiner Sicht politisch versagenden Akteuren und Institutionen an, Heinz-Christian Strache macht kopftuchtragende Frauen aus ‚kulturfremden‘ Regionen für die Knappheit an sozialem Wohnraum in Österreich verantwortlich und für Roger Köppel steht fest, dass Jean-Claude Juncker und Manfred Weber den gemeinsamen Inbegriff für eine befehlende, ‚diktatorisch‘ agierende Europäische Union darstellen, wie in der folgenden Matrix nochmals optisch festgehalten wird:

Abb. 14: Übersicht ‚Rechtspopulistisch inszenierte Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge‘

Sprachakteur/Partei	Identifiziertes Problem	Verantwortlicher
Björn Höcke (Alternative für Deutschland)	In desolatem Zustand befindlicher, keinerlei Verhältnismäßigkeit mehr wahrender Rechtsstaat	Politische Entscheidungsträger als Vertreter eines Rechtssystems, das ‚Einheimische‘ härter bestraft als Zuwanderer
Heinz-Christian Strache (Freiheitliche Partei Österreich)	Inakzeptable Knappheit und ‚Einheimische‘ benachteiligende Vergabekriterien bei Sozialwohnungen	‚Kulturfremde‘ und optisch als solche erkennbare Personen (Frauen), die ‚Einheimischen‘ den Wohnraum streitig machen
Roger Köppel (Schweizerische Volkspartei)	Unmöglichkeit einer gleichberechtigten Zusammenarbeit mit einer diktatorischen EU	Jean-Claude Juncker und Manfred Weber, die mit aller Macht eine Unterwerfung der Schweiz durchsetzen wollen

Quelle: *Eigene Darstellung*

Anhand dieser Übersicht wird noch eine weitere Analogie zwischen den einzelnen Repräsentanten und somit auch, unabhängig vom persönlichen Sprachstil, eine strukturelle Gemeinsamkeit zwischen den untersuchten rechtspopulistischen Parteien deutlich: Die Argumentation folgt nicht lediglich dem klassischen ‚Problem-Sündenbock-Schema‘, sondern beinhaltet auch stets eine xenophobe Komponente (für entsprechendes Redebeispiel aus der Schweiz siehe bitte Kapitel 5.3.1), die darin zum Ausdruck kommt, dass im Grunde permanent eine Art ‚doppelter Schuldzuweisung‘ ausgesprochen wird. So sind dieser Logik zufolge sowohl die entsprechenden Personengruppen (meist Migranten bzw. ethnische, religiöse und sonstige Minderheiten) selbst als auch die sie angeblich hofierenden politischen Akteure und Institutionen für die skizzierten Missstände verantwortlich, da sie ihre Vorliebe für den Multikulturalismus auf dem Rücken des ‚einheimischen Volkes‘ austragen würden. Hierin kommt freilich auch ein äußerst biologisch bzw. völkisch geprägtes Kultur- und Zugehörigkeitsverständnis zum Vorschein: Wer weder optisch noch ‚kulturell‘ in die Mehrheitsgesellschaft ‚passt‘, hat dort dieser Denkweise zufolge auch nichts zu suchen und wird dementsprechend als Feindbild für politische Zwecke instrumentalisiert.

Bei allen beschriebenen Ähnlichkeiten zwischen den analysierten Redebeiträgen bestehen freilich auch Unterschiede: Björn Höcke als Repräsentant des rechtsnationalen ‚Flügels‘ der sogenannten Alternative für Deutschland ist als besonderer ‚Hardliner‘ bekannt und vertritt eine ganz besonders destruktive, teilweise an Verfassungsfeindlichkeit grenzende Linie, die sich sowohl in den vermittelten Inhalten als auch in dessen Sprachduktus und Rhetorik immer wieder aufs Neue manifestiert. In diesem Sinne schlägt sich das Topos der mangelnden Funktionsfähigkeit der staatlichen Institutionen in seinen Ausführungen wesentlich stärker nieder als bei anderen Rechtspopulisten: Sowohl in der hier angeführten Rede als auch in zahlreichen anderen Meldungen weist er wiederholt auf die angebliche Willkür sowie den aus seiner Sicht hoch defizitären Zustand des politischen Apparats in Deutschland hin und erklärt diesen durch seine Rhetorik praktisch zur ‚Überlebensfrage‘. Heinz-Christian Strache gehörte einer Partei an, die in Österreich bereits wesentlich länger zum ‚politischen Mainstream‘ zu zählen ist als die Alternative für Deutschland: Die FPÖ fährt bereits seit vielen Jahren nicht nur in einzelnen Bundesländern, sondern auch auf Bundesebene mitunter weit über 20 Prozent der Stimmen ein, ist an zahlreichen Regierungen auf Landes- und mittlerweile auch auf Bundesebene beteiligt gewesen und fühlt sich somit wohl auch nicht zu einer pauschalen Systemkritik ‚von außen‘ aufgerufen.

Dieser grundsätzliche Unterschied hinsichtlich des politischen Kontexts, in dem sich Strache und die Freiheitliche Partei, der er bis zum vergangenen Jahr noch angehörte, bewegten, stellt einen wesentlichen Erklärungsfaktor für dessen (von Björn Höcke abweichenden) Fokus dar: In praktisch allen Reden, die dem Ziel der Emotionalisierung des Publikums dienen sollen, geht es um migrationsspezifische Themen, wobei an dieser Stelle explizit betont werden soll, dass die hier getroffene Auswahl der Redeausschnitte keinesfalls den Anspruch auf Repräsentativität erhebt. Auch bei Höcke finden sich zahlreiche Beispiele xenophober Äußerungen und auch bei Strache kann man auf der Suche nach scharfer Kritik an der Funktionsweise des politischen Apparats in Österreich fündig werden – was die beiden aber grundsätzlich voneinander unterscheidet, ist die ideologische Positionierung innerhalb des rechtspopulistischen Spektrums, die bei Höcke noch stärker am politischen Rand anzusiedeln zu sein scheint, und die Art der Kommunikation, die bei Strache hin und wieder noch zynische bis humoreske Züge annimmt. In Hinblick auf die Ausgestaltung der Rhetorik bleiben jedoch zwei ganz wesentliche Parallelen bestehen: Die Metapher als Stilmittel zur Untermauerung

widriger Zustände und Schuldzuschreibungen ist in beiden Fällen äußerst weit verbreitet und die Tendenz zur Viktimisierung der eigenen Person oder Partei mittels Phrasen wie ‚was bin ich beschimpft worden...‘, ‚die Medien sind auf dem linken Auge blind‘, etc. bildet einen integralen Bestandteil der politischen Kommunikation gegenüber der (potentiellen) Wählerschaft.

Wiederum innerhalb anderer politischer Rahmenbedingungen agiert der die Schweizerische Volkspartei repräsentierende Roger Köppel: Zum einen handelt es sich bei dessen Partei um einen Grenzfall zwischen einer rechtskonservativen bzw. -populistischen Ausrichtung (die SVP scheint noch etwas stärker ins ‚bürgerlich-konservative‘ Lager auszustrahlen als in den anderen beiden Ländern und v.a. als in Deutschland), zum anderen ist die Schweiz kein Mitgliedsstaat der Europäischen Union, was den inhaltlichen Fokus der Äußerungen Köppels (bei aller Europakritik, die auch die anderen beiden Protagonisten in großer Regelmäßigkeit üben) auf die Beziehungen zur EU betreffende Themen schlüssig zu erklären vermag. Des Weiteren sticht im Beispiel der Schweiz die ganz besonders prominente Bildsprache ins Auge: Auch wenn die Art des Vortrags ‚in bürgerlichem Gewand‘ erscheint, ist die ideologische Ausrichtung der Rede Köppels als ebenso klar einzustufen wie in den anderen Beispielen, auch wenn den in hoher Zahl verwendeten Stigmawörtern wohl im Vergleich keine ganz so ‚extreme‘ politische Handlungsmotivation zugrunde liegt.

Aus sprachwissenschaftlicher Perspektive ist zweifellos festzuhalten, dass alle drei Redner einen in hohem Maße ideologiegetriebenen Sprachgebrauch pflegen, der sich vor allem in teilweise schon inflationärer Verwendung allgemein negativ konnotierter Begriffe bzw. entsprechenden Metaphern manifestiert. Die Sprache folgt oftmals einem klaren, oftmals zwei- bis dreistufigen (aus Problembeschreibung, Schuldzuweisung und evtl. Agitation bestehenden) Argumentationsschema und ist darauf ausgelegt, dem Adressaten mitzuteilen, welchen Personen oder Gruppen an einem bestimmten Missstand die Schuld zu geben ist, ohne notwendigerweise einen konkreten Vorschlag zur Lösung des Problems über die Empfehlung der Wahl der eigenen Person bzw. Partei hinaus zu kommunizieren. Dementsprechend gering ist in aller Regel der ‚informative‘ Charakter der Aussagen in den untersuchten rechtspopulistischen Reden: Dieser wird zugunsten hoch werthaltiger, ideologisch motivierter bzw. appellativer Elemente meist in den Hintergrund gedrängt und

durch die Kritik am ‚System‘, einer bestimmten Institution oder gar Person bzw. deren Ridikülisierung oder Verunglimpfung ersetzt.

Für die Einordnung dieser Art der politischen Kommunikation in einen gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang ist es außerdem hilfreich, sich mit einer seit einigen Jahren zu beobachtenden, vor allem von Akteuren der ‚politischen Mitte‘ als bedenklich eingestuften Entwicklung auseinanderzusetzen: Der ehemalige Bundestagsabgeordnete und emeritierte Professor für Linguistik, Josef Klein, spricht beispielsweise von einer Abkehr der politischen Rhetorik von den vor Beginn der ‚Trump-Ära‘ noch zu erkennenden „moderaten Bahnen“ und betont den hohen Stellenwert der Sprache in der politischen Kommunikation: „Sprache ist eine mächtige Lenkerin, weil sie unser Denken, unser Empfinden und auch unsere Werthaltungen vorprägt. (...) Sie lenkt die Wahrnehmung primär auf Kontraste. Wir sprechen in Gegensatzpaaren wie ‚richtig oder falsch‘, ‚Wahrheit oder Lüge‘, ‚positiv oder negativ‘. Das fördert einerseits die Deutlichkeit, andererseits aber auch die Polarisierung“ (Klein 2019, 1). Eben diese Deutlichkeit, die durch die absolute Zuspitzung der politischen Kommunikation gerade im durch gezielte, mitunter unzulässige Vereinfachung und Banalisierung politischer Sachverhalte gekennzeichneten Bereich des Rechtspopulismus im Prinzip zu einem ‚Wert an sich‘ mutiert, stellt ein auch für die Eigendefinition und Abgrenzung der Akteure vom restlichen politischen Betrieb wesentliches Erkennungsmerkmal dar: Somit nehmen rechtspopulistische Parteien oftmals für sich in Anspruch, die Einzigen zu sein, die eine ‚deutliche Sprache sprechen‘, ‚den Finger in die Wunde legen‘ oder ‚Klartext reden‘.

Was den Populismus als politische Strömung des Weiteren von ‚moderater‘ agierenden und kommunizierenden Parteien unterscheidet, ist die Tendenz, offen gegen gesichert geglaubte Grundsätze zu verstoßen: „Zum populistischen Geschäftsmodell gehört die Provokation, und zwar mit möglichst großer öffentlicher Wirkung. Die erreicht man, indem man in wichtiger Angelegenheit gut fundierte Überzeugungen in einer Gesellschaft attackiert, und zwar vornehmlich solche, die moralisch aufgeladen sind und zum Gemeingut der Eliten gehören. (...) [Es geht um ein(en) offene(n)] Bruch mit dem Gebot der sachlichen Fundiertheit“ (Klein 2019, 3). Vor diesem Hintergrund wird deutlich, worum es den Rednern gerade in einer Zeit geht, die von einer gewissen sprachlichen Enthemmung geprägt ist und in der sich die ‚Grenzen des Sagbaren‘ scheinbar immer weiter verschieben: Zuspitzung, Polarisierung und die Einforderung bzw. Herausnahme des Rechts zur Verwendung einer nicht mehr zwingend

zum demokratischen Konsens gehörenden Sprache stehen allesamt weit oben auf der rechtspopulistischen Agenda.

Neben Plakatkampagnen und politischen Reden spielen im heutigen Zeitalter selbstverständlich auch die Auftritte der Protagonisten in den sozialen Medien eine tragende Rolle in der Bindung der Wählerinnen und Wähler an rechtspopulistische Parteien, da diese sukzessive an (politischer) Bedeutung gewinnen und in Hinblick auf ihre alltägliche Bedeutung als (Pseudo-) Nachrichten-/Informationsmedium manchen ‚konventionellen‘ Medien mindestens Konkurrenz machen, wenn nicht gar den Rang ablaufen. Die Notwendigkeit der Erreichung und Erschließung vor allem jüngerer Wählergruppen über die sozialen Medien ist vielen politischen Akteuren natürlich nicht verborgen geblieben: Der entsprechend rasant gestiegenen politischen Kommunikation über diese Kanäle widmet sich nun in aller Ausführlichkeit das folgende Kapitel.

6. Die Verbreitung ideologisch aufgeladener Botschaften in den sozialen Medien

Als dritter wesentlicher Kanal der politischen Kommunikation widmet sich diese Arbeit den Beiträgen der Politiker in den sozialen Medien wie Facebook und Twitter. Diese weisen mitunter erhebliche Unterschiede zur ‚klassischen‘ Presse auf, da sie ihren Nutzerinnen und Nutzern die Gelegenheit bieten, nach für sie als interessant bzw. relevant empfundenen Inhalten zu filtern und diese somit ganz bestimmten Personen oder Organisationen ‚folgen‘, sprich von diesen Akteuren geteilte digitale Inhalte abonnieren können. Längst haben sich die sozialen Medien von rein rekreativ orientierten Plattformen zu Informations- bzw. Meinungsträgern weiterentwickelt, die tagtäglich durch politische Akteure genutzt werden, um ihre Wählerschaft bzw. ihren Interessentenkreis zu erreichen und sind zu einem politisch genutzten Vehikel aufgestiegen, das die klassischen Informationsquellen wie etwa das Radio, das Fernsehen und die Printmedien innerhalb mancher Zielgruppen bereits weitgehend oder gar komplett ersetzt. Dabei ist die eingangs erwähnte Filterfunktion praktisch Fluch und Segen zugleich: Während es für die Nutzer/innen natürlich komfortabel ist, sich aktiv für oder gegen die Exposition bestimmter Inhalte nach Akteur zu entscheiden, bedeutet dies gleichermaßen einen Rückgang der Informations- und Meinungsvielfalt, der man sich selbst aussetzt und die im Grunde aber als wesentlicher Bestandteil einer modernen pluralistischen Demokratie zu verstehen ist. In diesem Sinne sind die sozialen Medien schon längst kein unpolitischer Raum mehr, sondern bilden im Gegenteil einen ebenso entscheidenden wie schnelllebigen Meinungs-/Willensbildungskanal des voranschreitenden 21. Jahrhunderts ab.

Eine kurze Erinnerung an die politischen Ziele, die unabhängig von der parteilichen Affiliation nicht nur, aber unbedingt auch kommunikativ zu erreichen versucht werden, legt die große Relevanz der sozialen Medien für die um Wählerstimmen bemühten Akteure nahe: „Politisches Handeln ist in der Regel darauf gerichtet, Macht innerhalb einer Gesellschaft zu erwerben, zu festigen und zu erweitern. Das Ziel dabei ist, den eigenen Interessen Geltung zu verschaffen (...). Im Wettstreit um die Gunst der Wähler müssen Parteien und Politiker auf eine vorteilhafte Selbstdarstellung achten“ (Popova 1999, 31). Nichts anderes geschieht im Prinzip auch in den sozialen Medien: Politisches *Sprach*-Handeln umfasst letztlich auch die

geschriebene bzw. virtuell vermittelte Sprache und der besagte Wettstreit wird längst nicht mehr nur in Parlamenten und Fernsehduellen, sondern definitiv auch auf virtueller Ebene ausgetragen. Vorab ist zu betonen, dass es auch an dieser Stelle um keine politische Einordnung der Sprachakteure im Vergleich geht, da diese durchaus verschiedene Positionierungen innerhalb des rechtskonservativen/-populistischen Bereichs abdecken – vielmehr soll nochmals auf die in den sozialen Medien gewählten Formulierungen eingegangen werden, um zu überprüfen, ob sich diese in den bis dato konstatierten hohen Grad an ideologischer Ausrichtung einfügen. Auch bei den folgend angeführten Beispielen handelt es sich selbstverständlich nur um eine kleine Stichprobe: In diesem Sinne sind die Titulierungen nicht dazu gedacht, auszuschließen, dass sich andere rechtspopulistisch auftretende Parteien diesen Fokus ebenfalls zu eigen machen können (auch bei der FPÖ wird man das Vokabular der externen Bedrohung finden, auch die AfD wird Beiträge liefern, in denen gleich mehrere Akteure rhetorisch wirksam kritisiert bzw. diffamiert werden, etc.). Insgesamt ist wichtig zu erkennen, dass der rhetorische Fokus des einen nicht vollkommen trennscharf von jenem des anderen abzugrenzen ist: In diesem Sinne verschwimmen die hier greifenden sprachlichen Mechanismen teilweise enorm.

6.1. Alternative für Deutschland: Die Rhetorik der externen Bedrohungen

Björn Höcke von der Alternative für Deutschland unterstreicht in zahlreichen seiner Facebook-Posts die im Rechtspopulismus verhältnismäßig hohe Bedeutung des ‚Sicherheits-Topos‘: In Anspielung an die aus seiner Sicht verantwortungslose Politik gegen Mitte der 2010er-Jahre, während derer die deutsche Bundesregierung eine im europäischen Vergleich liberale Flüchtlingspolitik betrieb, kritisiert er den vermeintlichen Verlust des gesellschaftlichen Friedens und bildet eine direkte Kausalität zwischen diesem als defizitär bewerteten Zustand und den hohen Zuwanderungszahlen aus dieser Zeit. Die sprachliche Realisierung der „unkontrollierten Masse“ suggeriert erneut den vollständigen Verlust an ‚deutscher Autonomie‘ sowie den Zuzug einer Zahl von Menschen, die so unüberblickbar sei, dass mit geregelten Zuständen in Deutschland fortan nicht mehr zu rechnen sei. Anhand der Formulierung „nicht dieselbe Kultur und Werte“ werden zudem erneut zwei monolithische

Blöcke gegeneinandergestellt, die von Natur aus inkompatibel seien, womit gleichzeitig auch eine implizite Bewertung stattfindet: Hier die braven, sitzamen, sich zivilisiert verhaltenden ‚Einheimischen‘, dort die nicht ins deutsche Kultur- und Wertesystem passenden ‚Anderen‘.

Abb. 15: AfD-Facebook-Post ‚Dinge, die man für immer verliert‘



Quelle: Höcke, Björn (2018): Dinge, die man für immer verliert. Verfügbar im Internet: URL: https://www.facebook.com/Bjoern.Hoecke.AfD/posts/2117020001872608?comment_id=2117237648517510&reply_comment_id=2119212898319985&comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22R%22%7D

Hierbei geht es freilich nicht um die zutreffende Beobachtung der Existenz kultureller Unterschiede an sich, sondern um die damit verbundene Ableitung eines pauschalen Sicherheitsrisikos, das in der rechtspopulistischen Form der politischen Kommunikation ein rhetorisch konstruiertes Bedrohungsszenario zu bedingen scheint. In Anlehnung an Spieß' Ausführungen zu Konzept- und Zielbereichen in der politischen Sprache wird hier somit der Konzeptbereich der Naturkatastrophe („unkontrollierte Masse“) mit dem Zielbereich der Migrationsbewegungen in Verbindung gebracht (Spieß 2019, 4): Derartige semantische Verknüpfungen sind in ähnlichen Beispielen in hoher Anzahl zu finden und erfüllen die Funktion der (oftmals unzulässigen bzw. der tatsächlichen Komplexität des Sachverhalts nicht gerecht werdenden) Simplifizierung mittels einfach gestrickter ‚Wenn-Dann-Logik‘.

6.2. Freiheitliche Partei Österreich: Die Rhetorik der doppelten Feindbilder

Auch in der FPÖ-Werbung im Vorfeld der letztjährigen EU-Wahl geht es erneut um die auf der rechtspopulistischen Agenda stets oben angesiedelten Themen der Migration und der Zuwanderung: Zu Beginn des Spots wird durch die Inszenierung des damaligen Parteivorsitzenden Heinz-Christian Strache als Barkeeper äußerste Bodenständigkeit und Bürgernähe verkörpert, ehe ein sich als Gast auftretender Sympathisant offen skeptisch hinsichtlich der Frage äußert, ob er wirklich zur EU-Wahl gehen soll. In lebendigster Form werden ihm die möglichen Konsequenzen eines Fernbleibens prompt vor Augen gehalten: Diverse andere Gäste der Bar, die eindeutig zu den Proponenten einer liberalen Zuwanderungspolitik gehören, springen jubelnd auf und freuen sich über die Überlegung des an der Theke sitzenden Gastes, keinen Gebrauch von seinem Wahlrecht zu machen. In einem inszenierten Interview, das die Journalistin ‚Armina Wolf‘ (*Anspielung auf den bekannten österreichischen Nachrichten-Anchor des ORF, Armin Wolf; Anm. d. Autorin*) mit dem Gast führt, werden von dieser die ideologisch aufgeladenen Begriffe des „Asylchaos“ und des „EU-Zentralismus“ verwendet bzw. dem Befragten vorgeworfen, er mache sich durch seine Nichtwahl mitschuldig an einem möglichen Wahlerfolg des politischen Gegners (‚rot-grün‘). Die bewusste Verwendung des Stigmaworts „Asylchaos“ begünstigt zum einen die sofortige gedankliche Verknüpfung des Zuschauers zwischen dem Bereich des Asylwesens (und somit auch der Migrationspolitik im Allgemeinen) und einer unerträglichen Unübersichtlichkeit der politischen Zustände, zum anderen eine Perpetuierung dieser negativen Konnotation des ‚Asyls‘ durch die kombinierte Verwendung mit einem spontan mit Unruhe und Unordnung in Verbindung gebrachten Begriff (‚Chaos‘). Hierzu passt der Titel des Spots mit einem Wording, das seinerzeit auch auf einem FPÖ-Plakat im Vorfeld der EU-Wahl 2019 verwendet wurde: Der Begriff der „EU-Asylchaoten“ umfasst dieser Logik zufolge sämtliche Entscheidungsträger ‚in Brüssel‘, die grundsätzlich nichts im Griff hätten, den einzelnen europäischen Ländern eine supranationale Zuwanderungspolitik aufoktroyieren und ihnen dadurch keinerlei autonome Gestaltungsmöglichkeiten mehr einräumen würden. Der Gebrauch des Wortes des ‚Zentralismus‘ schließt im Prinzip nahtlos an und verfolgt das strategische Ziel, beim Zuschauer ein Gefühl des Autonomieverlusts und der Fremdbestimmung zu aktivieren: Die Europäische Union wird, ähnlich wie im Beispiel der Rede Köppels vor den Delegierten der SVP im vorigen Kapitel, als die nationale Souveränität der einzelnen europäischen Staaten unterminierender,

supranationaler politischer Akteur in den Köpfen des Publikums verankert und steht in diesem Sinne symbolhaft für jedwede extern einwirkende Beschränkung der nationalstaatlichen Kompetenz.

Abb. 16: FPÖ-Werbespot ‚Nicht voten stärkt nur die EU-Asylchaoten!‘



Quelle: FPÖ TV (2019): Nicht voten stärkt nur die EU-Asylchaoten! In: FPÖ TV, Online-Ausgabe vom 24.04.2019.

Verfügbar im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nFXHLTGt2pE>

Im Anschluss an den neuerlichen Jubel der aufspringenden Menge auf die vom Thekengast geäußerte Entscheidung, sicher nicht zur Wahl zu gehen, kommt erneut Strache als Barkeeper ins Spiel und redet seinem Sympathisanten ins Gewissen, er würde bei einem Fernbleiben von der Wahl lediglich „diese rot-grünen Zuwanderungsfanatiker“ unterstützen. Spätestens an dieser Stelle wird die im Header dieses Subkapitels verwendete Formulierung der ‚Rhetorik der doppelten Feindbilder‘ deutlich: Negativ etikettiert werden nicht lediglich die Zuwanderer selbst bzw. die sie angeblich hofierenden, für diverse EU-Institutionen tätigen politischen Akteure, sondern letztlich auch sämtliche Wählerinnen und Wähler ‚links der Mitte‘, die durch die Assoziation des „Fanatischen“ als Personen portraitiert werden, die eine ‚Politik der offenen Grenzen‘ mit rücksichtslosem Eifer und ‚ohne Rücksicht auf Verluste‘ vertreten. Die agitativen bzw. persuasiven Elemente in diesem Spot allein stellen dabei freilich noch keinerlei Abgrenzungsmerkmale zu Akteuren anderer politischer Parteien dar: Dass potentielle Wählerinnen und Wähler im Vorfeld jeder anstehenden Wahl mobilisiert werden, ihre Stimme für das ‚richtige Lager‘ abzugeben, liegt in der Natur der politischen Sache und ist wesentlicher Bestandteil der politischen Kultur in einem demokratischen Staat. Linguistisch betrachtet ist allerdings auch hier wieder die bewusste Wahl der Topoi ausschlaggebend: Wenn auch auf durchaus humoreske Weise umgesetzt, nehmen die Themen der ‚Gefahr‘ und der ‚Belastung‘ erneut äußerst prominenten Raum ein, indem die Botschaft vermittelt wird, nur durch eine

Wahl der FPÖ jegliche durch eine vermeintlich unkontrollierte Zuwanderung entstehenden Konsequenzen der Bedrohung und der Bürde von der ‚österreichischen Mehrheitsgesellschaft‘ abwenden zu können.

6.3. Schweizerische Volkspartei (SVP): Die Rhetorik des massiven Kontrollverlusts

Wie bereits im bisherigen Verlauf dieser Arbeit klar geworden sein dürfte, stellt Roger Köppel von der Schweizerischen Volkspartei den in politischer Hinsicht ‚moderatesten‘ Protagonisten dar, was sich in Bezug auf dessen ideologisch aufgeladenen Sprachgebrauch jedoch nicht zwingend widerspiegelt. Über den Kurznachrichtendienst Twitter bezog Köppel jüngst wie folgt Stellung zum Thema ‚Einwanderung in die Schweiz‘: „Die Schweiz ist ein kleines Land. Seit 2007 sind wegen der EU-Personenfreizügigkeit jedes Jahr netto 75.000 Menschen eingewandert. Diese EU-gesteuerte Migration macht die Schweiz kaputt. Wir müssen die Kontrolle zurückholen“ (vgl. Köppel 2020).

Abb. 17: SVP-Twitter-Post ‚EU-gesteuerte Migration‘*



Quelle: Köppel, Roger (2020): EU-gesteuerte Migration. Verfügbar im Internet: URL:

https://twitter.com/KoeppelRoger?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

**Ausgewählte Bilder sind beispielhaft, da der Post selbst nicht entsprechend bebildert war.*

Aus Sicht der Autorin tragen insgesamt drei verschiedene Textstellen zum ideologisch aufgeladenen Charakter dieses Tweets bei: Die Phrase der „EU-gesteuerten Migration“ suggeriert einen Vorsatz, die kleineren europäischen Länder im Rahmen der Migrationsfrage systematisch zu benachteiligen, das Wort „kaputt“ legt nahe, allein die Frage der Zuwanderung könne einem einzelnen Staat irreversiblen Schaden zufügen und der Appell, die „Kontrolle zurückholen“ zu müssen impliziert eine in Gänze verlorengegangene Schweizer Autonomie aufgrund kontemporärer Migrationsbewegungen bzw. von der Europäischen

Union ausgehender Fremdbestimmungswut. Sowohl für diesen Beitrag als auch für alle weiteren im Laufe dieser Arbeit analysierten Untersuchungsobjekte gilt abschließend: Anhand der sprachwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Beschaffenheit der politischen Kommunikation wird keinerlei politische oder weltanschauliche Aussage darüber getroffen, inwieweit die propagierten Inhalte als ‚wahr‘ oder ‚falsch‘ zu bewerten sind, sondern lediglich eingeordnet, mithilfe welcher rhetorischen Mittel die Akteure ihr Publikum von ihren Meinungen und Haltungen zu überzeugen versuchen. Im Folgenden wird anhand einiger ursprünglich medienwissenschaftlicher Ansätze auf die Mechanismen der Selektion und Kommunikation ein- und der Frage nachgegangen, auf welcher Grundlage die Entscheidungen der Akteure eigentlich darüber getroffen werden, welche Themen in welcher Form und Häufigkeit adressiert werden.

7. Konzepte der Schwerpunktsetzung in der medialen und politischen Kommunikation

Nachdem der theoretische Rahmen für diese Arbeit bereits im Vorfeld der linguistischen Analyse ausgewählter Wahlplakate, politischer Reden sowie Beiträge aus parteieigenen und sozialen Medien anhand verschiedener Modelle (vgl. etwa Sprachformen in der politischen Kommunikation nach Dieckmann, Ideologiegebundenheit nach Girnth, Worttypenklassifizierung nach Felder, Kriterien des Populismus nach Spier...) definiert wurde, sollen nun im Nachgang an die detaillierte Beschäftigung mit der Art der politischen Kommunikation innerhalb des rechtspopulistischen Spektrums in Deutschland, Österreich und der Schweiz noch zwei letzte Ansätze vorgestellt werden, die bewusst retrospektiv auf die Analysegegenstände angewendet werden und somit zu einer finalen Einordnung beitragen. Zu diesen Ansätzen, die ursprünglich nicht zwingend auf die Disziplin der Politolinguistik ausgerichtet waren und somit im Zuge einer sprachwissenschaftlichen Transferleistung leicht abgewandelt werden müssen, um den hiesigen Analysezwecken gerecht zu werden, gehören zum einen das sogenannte ‚Agenda Setting‘, das sich in erster Linie mit der Frage auseinandersetzt, *welche* Themen in der Berichterstattung dargestellt werden (Lengauer et al. 2004, 153f.), und zum anderen das Konzept des ‚Framings‘, das einen Schritt weiter geht und sich primär mit der Frage befasst, *wie* Ereignisse, Sachthemen oder Akteure in den Nachrichten portraitiert werden (Lengauer et al., ebda.). Im Vorfeld der Beschreibung dieser beiden Konzepte sowie des Versuchs, diese auf die im Rahmen dieser Arbeit behandelten Analysegegenstände anzuwenden, soll zunächst darauf hingewiesen werden, dass es sich hierbei ihrem Ursprung nach um medienwissenschaftliche Ansätze handelt, die sich primär mit der medialen Schwerpunktsetzung in der Ausgestaltung der Berichterstattung befassen: Worüber wird (nicht) berichtet und warum? Welcher Fokus wird aus welchen Motiven und Beweggründen heraus gesetzt? Warum sind gewisse Akteure gerade so portraitiert worden, wie sie für den Adressaten sicht-/lesbar werden? Die Anwendung auf den Bereich der politischen Kommunikation liegt auf der Hand: Auch und gerade politische Akteure bzw. deren beratende Organe treffen permanent Entscheidungen darüber, welche Themen sie auf ihren Plakaten, in ihren Reden, auf ihren Social-Media-Profilen etc. in den Mittelpunkt ihrer Kommunikation rücken und vor allem *wie* sie dazu kommunizieren. Folgend wird zunächst auf die Kernelemente dieser Ansätze eingegangen.

7.1. Agenda Setting: Der mediale Einfluss auf die Wahrnehmung der Signifikanz

Der Ansatz des sogenannten ‚Agenda Setting‘ (zu Deutsch etwa das ‚Setzen von Themenschwerpunkten‘) stammt ursprünglich aus dem Bereich der Medienwirkungsforschung und wurde bereits in den frühen 1970er Jahren entwickelt. Die Grundannahmen dieses Konzepts lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Medien sind grundsätzlich nicht dazu in der Lage, die Realität in ihrer gesamten Vollständigkeit und Komplexität abzubilden, somit selektieren sie, über welche Themen wie häufig und wie intensiv berichtet wird und beeinflussen somit die perzipierte ‚Signifikanzhierarchie‘ des Konsumenten.
- Häufigkeit, Platzierung und Umfang der Berichterstattung vermitteln dem Konsumenten eine Idee des Bedeutungsgrads bestimmter Themen. Weil unterschiedliche Medien nach den gleichen oder zumindest ähnlichen Auswahl- und Produktionsprinzipien arbeiten, entsteht eine konsistente Medienagenda.
- Häufig in den Medien vorkommende, überdurchschnittlich prominent platzierte Themen werden vom Konsumenten als besonders wichtig und relevant eingestuft, sind einfach zugänglich und bestimmen maßgeblich, worüber die Menschen sich Gedanken machen.

(nach Gleich 2019, 127)

Einige dieser Annahmen lassen sich in ähnlicher Gestalt auf die Disziplin der politischen Kommunikation anwenden, während andere Punkte einer inhaltlichen Revision bedürfen, um für den Zweck der politolinguistischen Analyse nutzbar zu sein. Im Folgenden wird daher der Versuch eines möglichst wirksamen Transfers dieser Ausführungen auf das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit unternommen, um anschließend zu einer Einordnung der Beschaffenheit und Vermittlungsart der von den politischen Akteuren der hier untersuchten rechtspopulistischen Parteien ausgewählten Inhalte überzuleiten:

- Politische Akteure unterscheiden sich hinsichtlich ihrer inhaltlichen Agenda mitunter stark voneinander: Themen, die für die einen fundamentale Bedeutung aufweisen, sind bei anderen gar nicht erst im Relevant Set und vice versa. Je nach persönlicher bzw. parteilicher Wichtigkeits- und Präferenzhierarchie selektieren sie, über welche Themen sie wie häufig, wie intensiv und wie positiv/negativ sprechen und beeinflussen somit die Perzeption der Wählerinnen und Wähler in Hinblick auf den Grad der politischen/gesellschaftlichen Signifikanz, die diese den verschiedenen Themen gedanklich zuordnen.
- Häufigkeit, Kontext/Platzierung und Umfang der Beiträge vermitteln den Wählerinnen und Wählern eine Idee des Bedeutungsgrads bestimmter Themen. Weil unterschiedliche politische Akteure und Parteien eben nicht nach den gleichen oder überhaupt ähnlichen Auswahl- und Produktionsprinzipien arbeiten, wenn es um die strategische Zentrierung bzw. Positionierung mancher Themen (*z.B. tendenziell destruktive bis agitative politische Kommunikation durch Akteure und Parteien aus dem rechtspopulistischen Bereich*) auf der politischen Agenda geht, ist die Art und Ausgestaltung der politischen Kommunikation über die vielen Akteure und Parteien hinweg als tendenziell inkonsistent einzustufen.
- Häufig in den Beiträgen eines bestimmten politischen Akteurs bzw. einer Partei vorkommende, überdurchschnittlich prominent *und vor allem negativ* platzierte Themen werden von den Wählerinnen und Wählern als besonders wichtig, relevant und je nach Kontext ‚dringlich‘ eingestuft und bestimmen maßgeblich darüber, welche Prioritäten die Menschen an die Wahlurne treiben (vgl. etwa entsprechende Wählerbefragungen im Zuge politischer Erhebungen zum Thema ‚Wahlmotivatoren‘ bzw. für einen Gang zur Wahl sprechende Motivationsfaktoren etc.).

Auf dieser Grundlage sollte es nun möglich sein, das Konzept des ‚Agenda Settings‘ auf die strategischen Ziele der politischen Akteure aus dem rechtspopulistischen Spektrum anzuwenden: Konkret geht es an dieser Stelle um die Frage, welche Kriterien im Prozess der Definition und Ausgestaltung ihrer thematischen Agenda einen besonders hohen Stellenwert einnehmen und welche Themen sie aus welchen Motiven und Beweggründen heraus als zentral für die politische Kommunikation ihrem Publikum gegenüber erachten.

Auffällig ist, dass bereits die Themenwahl bei rechtspopulistischen Parteien – unabhängig davon, ob nun Wahlplakate, politische Reden oder Posts aus den sozialen Medien im Mittelpunkt des Interesses stehen – eine ideologiegetriebene Motivation aufzuweisen scheinen. Für die konkrete Ausgestaltung und v.a. Kommunikation einer politischen Agenda bedeutet dies, dass Sachthemen aus den Bereichen der Finanz-, Renten- oder Landwirtschaftspolitik (um nur einige zu nennen), die ebenfalls bedeutsame Auswirkungen auf das Leben vieler Menschen zeitigen können, aus Gründen des politischen Kalküls wesentlich weiter unten angesiedelt werden als ‚ideologisch stärker aufgeladene‘ Themen wie etwa die Frage der Migration. Erklären lässt sich dies mit der Beobachtung, dass sich große Teile der Wählerschaft – es sei denn, es steht in einem der o.a. Bereiche eine ihr eigenes Leben unmittelbar betreffende wichtige Entscheidung bevor – stärker an eine Partei binden lassen, wenn ihnen das Gefühl vermittelt wird, sie könnten sich in den ‚wirklich drängenden Fragen‘ auf die Akteure verlassen, die ihrerseits für sich in Anspruch nehmen zu definieren, um welche Fragen es sich dabei eigentlich handelt. Diese Inanspruchnahme äußert sich in der strategischen Themenwahl einer Partei, woraus sich schlüssig ableiten lässt, warum bestimmte Wählergruppen sich für die Wahl einer bestimmten Partei entscheiden, wenn ihnen ein besonderes Thema verhältnismäßig wichtig erscheint. Sprachwissenschaftlich reift somit die Erkenntnis, dass es insbesondere solche Themen auf der Prioritätenliste der politischen Kommunikation weit nach oben schaffen, die sich mit einfacher Sprache und plakativer Symbolik bearbeiten lassen und bei der sich das Publikum mittels entsprechender Sprachakte aufseiten der Politiker/innen möglichst leicht emotionalisieren lässt, um – wenn auch über die Exklusion und Verunglimpfung anderer – ein Gefühl des persönlichen Bezugs und der Zusammengehörigkeit herzustellen. Ein genauerer Blick auf die zu Beginn dieser Arbeit thematisierten, über das Medium des Wahlplakats vermittelten Botschaften verdeutlicht einen klaren Fokus auf ideologisch ‚einfach aufzuladende‘, weil die menschlichen Grundbedürfnisse im Kern berührende Topoi: Slogans wie „Soziale Sicherheit für unsere Leut“, „Österreicher verdienen Fairness“ sowie das unmittelbar appellative „Endlich Sicherheit schaffen!“ erreichen das Zielpublikum schnell und effektiv, weil Sicherheit und Gerechtigkeit zu den elementarsten Interessen überhaupt gehören und das *Wie* im ersten Moment keine so wichtige Rolle spielt wie das Versprechen, diesen Zustand (mit welchen Mitteln und Strategien auch immer) verlässlich herbeizuführen.

7.2. Framing: Die strategische Festlegung der kommunikativen Bezugsrahmen

Im Unterschied zum ‚Agenda Setting‘, bei dem es wie vorhin erläutert primär um die Frage geht, welche Themen als zentral für die (politische) Kommunikation erachtet und entsprechend priorisiert werden, fokussiert das sogenannte ‚Framing‘, das derzeit „eines der (...) fruchtbarsten theoretischen Konzepte der politischen Kommunikation darstellt“ (Marcinkowski 2014, 13) auf die Auseinandersetzung mit der Art und Weise, wie bestimmte Sachverhalte oder auch Personen thematisiert bzw. in welchen *Bezugsrahmen* sie vom Sprecher gesetzt werden. Nachdem im Laufe dieser Arbeit deutlich geworden sein dürfte, welch hohen Stellenwert das kommunikative Element in der Beschäftigung mit politischen Themen einnimmt, spricht einiges dafür, „Kommunikation nicht [lediglich] als einen Aspekt des Politischen zu begreifen, sondern als seinen zentralen Operationsmodus“ (Marcinkowski ebda.): In nahezu jeder Situation, in der ein politischer Akteur – ganz unabhängig von seiner ideologischen bzw. weltanschaulichen Verortung – eine Botschaft an sein Publikum kommuniziert, kommen sogenannte ‚Frames‘, sprich *Deutungsrahmen*, zur Geltung, die letztlich bestimmen, welche subjektive Realität auf der Grundlage einer bestimmten, oftmals auch strategisch eingesetzten Wortwahl beim Adressaten geweckt wird. Im Prinzip aktiviert der Denkkapparat eines Menschen also jedes Mal, wenn er dazu aufgefordert ist, ein Wort zu verarbeiten, ein (oftmals bildhaftes) Muster, um sich dazu in die Lage zu versetzen, den registrierten Wörtern auch einen bestimmten Bedeutungsgehalt zuschreiben zu können.

Die an der University of California in Berkeley lehrende und forschende Sprach- und Kognitionsforscherin Elisabeth Wehling definiert Framing als „das Setzen von Deutungsrahmen über Sprache“, was „sehr oft metaphorisch [funktioniert], indem wir uns auf Alltagskonzepte beziehen und diese einer politischen Sache als kognitive Schablone andienen“ (vgl. Fiedler 2018) sowie Frames selbst als jene gedanklichen Deutungsrahmen, die „durch Sprache im Gehirn aktiviert [werden]: Sie sind es, die Fakten erst eine Bedeutung verleihen (...), indem sie Informationen im Verhältnis zu unseren körperlichen Erfahrungen und unserem abgespeicherten Wissen über die Welt einordnen. Dabei sind Frames immer selektiv. Sie heben bestimmte Fakten und Realitäten hervor und lassen andere unter den Tisch fallen. (...) Und sind sie erst einmal über Sprache – etwa jener in öffentlichen Debatten – in unseren Köpfen aktiviert, so leiten sie unser Denken und Handeln an (...), ohne dass wir es merkten“

(Wehling 2017, 17f.). Um die rückwirkende Bedeutung beider kommunikationswissenschaftlicher Ansätze – Agenda Setting und Framing – auf die im Verlauf der vorliegenden Arbeit analysierte politische Kommunikation aus dem Bereich des Rechtspopulismus zu verdeutlichen, erläutert die folgende Tabelle anhand der ausgewählten Textstellen jeweils die strategische Identifikation des Themas selbst (*Agenda Setting*) sowie den jeweiligen Deutungsrahmen (*Framing*), der gewählt wurde, um beim Adressaten eine ganz bestimmte Konnotation zu erwirken bzw. über die ideologisch aufgeladene Sprache entsprechende kognitive Reaktionen zu wecken:

Abb. 18: Anwendung der Konzepte des Agenda Setting und Framing auf die aktuellen Analysegegenstände

Sprachakteur/Partei	Themendefinition mittels 'Agenda Setting'	Bezugsrahmendefinition mittels 'Framing'
Björn Höcke (Alternative für Deutschland)	Zustand der Demokratie, Situation im Rechtsstaat, Folgen der Zuwanderung	‚Verwesungsgeruch‘, ‚absterbend‘, ‚alt‘, ‚morsch‘, ‚zerschnittene Genitalien‘, ‚zertrümmerte Hirnschalen‘, ‚schreiende Ungerechtigkeit‘
Heinz-Christian Strache (Freiheitliche Partei Österreich)	Zuwanderungspolitik, Wohnraumknappheit, Vergabeverfahren, Identität, Bevölkerungsentwicklung, Meinungsfreiheit	‚ganz Afrika‘, ‚Willkommens- politik‘, ‚Kopftuch‘, ‚Pass wegschmeißen‘, ‚Bevölkerungsaustausch‘, ‚linke Sprachpolizei‘, ‚Minderheit in der eigenen Heimat‘, ‚Sprach-/ Denk-/Diskussionsverbote‘
Roger Köppel (Schweizerische Volkspartei)	Asylpolitik, Folgen der Zuwanderung, Europäische Union, Rahmenabkommen	‚Verteidigung‘, ‚totales Asylchaos‘, ‚explodierende Sozialkosten‘, ‚fürchterliche Asyl-Gewalt-Verbrechen‘, ‚ungebremste Massen- einwanderung‘, ‚Flut von Leuten aus fremden Kulturen‘, ‚EU- Guillotinen‘, ‚befehlen‘, ‚diktieren‘, ‚gehorschen‘, ‚das Maul halten‘, ‚Knechtschaft‘, ‚Zuchtrute‘, ‚Reitpeitsche‘

Quelle: Eigene Darstellung

Zunächst einmal fällt auf, dass für eine relativ überschaubare Auswahl an Themen, die im Prozess des Agenda Setting strategisch für die jeweiligen politischen Reden definiert worden sind, eine Vielzahl an mitunter in hohem Maße ideologisch aufgeladenen Frames verwendet worden ist, um den angesprochenen Themen einen entsprechenden (fast ausschließlich

negativen) Bedeutungsgehalt zu verleihen. Mittels dieser direkten Gegenüberstellung der Sachverhalte und der diese beschreibenden bzw. bewertenden Attribute wird besonders deutlich erkennbar, welche kognitive Zugkraft die verwendeten Begriffe beim adressierten Publikum entfalten können. Wenn nun Frames maßgeblich für die Deutungs- und Einordnungsweise bestimmter Inhalte sind und noch dazu die individuellen wie kollektiven Denk- und Handlungsweisen ebenso nachhaltig wie unbewusst beeinflussen, wie Wehling ausführt, wird schnellstens deutlich, welchen bahnbrechenden Einfluss auf das politische und gesellschaftliche Klima in einem Land von der Sprache im öffentlichen Raum agierender Akteure ausgehen muss und wie entscheidend es demnach für die Ausgestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens ist, welche Phänomene mithilfe welcher Begriffe beschrieben und kontextualisiert werden.

Wie bereits angedeutet worden ist, geht es beim Konzept des Framings nicht lediglich darum, die oftmals strategisch definierten Themen mit entsprechenden Deutungsrahmen zu versehen, sondern auch um die aktive Auseinandersetzung mit der Frage, welche Themen im Umkehrschluss *nicht* angesprochen und vermittelt werden, also welche Sachverhalte, um im Jargon Wehlings zu bleiben, ‚unter den Tisch fallen‘. Mit Blick auf für rechtspopulistische Diskurse typische Agenden handelt es sich hierbei oftmals um Themen, die per se keine so ideologische Aufladung erlauben, kein so großes Emotionalisierungspotential bergen und somit deutlich weniger medien- und öffentlichkeitswirksam ins Gespräch gebracht oder gar inszeniert werden können: Überspitzt formuliert, haben Rentenreformen und Insektenschutzmaßnahmen schlicht und ergreifend nicht dieselbe ideologische Wirkmacht wie beispielsweise die Themen Migration und Zuwanderung. Zu dieser Erkenntnis passen freilich auch die o.a. Befunde über Themenwahl und (selbstverständlich selektive) Frames: Diese Art der politischen Kommunikation polarisiert, produziert somit Schlagzeilen und verfängt beim Publikum auf beispiellose Weise, ganz unabhängig davon, ob man mit den geäußerten Auffassungen konform geht. Die Realisierung der Tatsache, dass es bestimmte Themenkomplexe gar nicht erst auf die kommunikative Agenda schaffen, birgt natürlich erhebliche Tücken: Womit das menschliche Gehirn nicht regelmäßig konfrontiert ist, klassifiziert es ganz automatisch als weniger wichtig ab. Auf diese Weise kann der mitunter irreführende Eindruck entstehen, den Themen, über die in den Medien nicht berichtet wird bzw. die von politischen Akteuren in ihrer Kommunikation den Bürgerinnen und Bürgern

gegenüber nicht adressiert werden, käme keine bzw. lediglich untergeordnete Bedeutung zu. Umso bedeutsamer ist auf Adressatenseite ein kritischer Umgang mit registrierten und eben auch mit *nicht* registrierten Inhalten: Die Eigenschaft und die Bemühung, immer wieder zu hinterfragen, welche Themen warum (nicht) angesprochen werden, bilden letztlich die zentralen Voraussetzungen für ein fundiertes Medien- und Politikverständnis.

In der das Konzept des Framings mit einbeziehenden politolinguistischen Analyse darf ein weiterer entscheidender Aspekt keinesfalls fehlen: Der Schuldzuweisung kommt im politischen Diskurs über kontroverse Sachverhalte schon deswegen eine besondere Bedeutung zu, weil die positive Selbstdarstellung bei gleichzeitiger Abgrenzung vom politischen Gegner ganz natürlicherweise zum Politikbetrieb gehört und weit über einzelne Parteigrenzen hinweg praktiziert wird. Dass die Art dieser Abgrenzung in konkreter Gestalt der Schuldzuweisung und teilweise Verunglimpfung vermehrt im rechtspopulistischen Spektrum vonstattengeht bzw. dort besonders scharf ausfällt, darf berechtigterweise angenommen werden, wie etwa auch ein empirisches Beispiel einer politischen Framing-Analyse der Wiener Kommunikationsagentur Communication Matters aus dem österreichischen Nationalratswahlkampf des Jahres 2019 nahelegt:

„Beim Thema Migration zeigt sich eine klare Themenführung im österreichischen Diskurs: Die FPÖ bringt wie keine andere Partei das Thema immer wieder auf und legt ihren Fokus dabei auf die Einschränkung von Migration und das Verbot religiöser Symbole (im öffentlichen Dienst). (...) ‚Die Schuld liegt bei den anderen‘, ist das Motto im Diskurs um die Ursachen von (illegaler) Migration. (...) Die Schuld für das Entstehen von Migration und damit in Zusammenhang stehenden Problemen wird anderen Parteien und Ländern zugeschrieben, denen Verantwortungslosigkeit vorgeworfen wird. Eine Wir-Sie-Unterscheidung steht im Mittelpunkt.“

(Zmolnig et al. 2019, 8)

Wie auch schon im rechtspopulistischen Migrationsdiskurs auf Wahlplakaten, während der Redebeiträge und in den sozialen Netzwerken sicht- und hörbar wurde, handelt es sich bei diesem um einen die Kritik und die Schuldzuweisung gegenüber den politischen Kontrahenten stets in den Mittelpunkt rückenden Kommunikationsmechanismus.

Dabei kommt – weitgehend unabhängig von der konkreten Thematik – die einem negativen Bezugsrahmen unterzogene Performance von Individuen durchaus große Bedeutung zu, wie etwa in Köppels Rede zur Europäischen Union, in der er primär auf einzelne Personen und bewusst weniger auf vermutlich anonymer, sprich ‚gesichtsloser‘ wirkende Institutionen in ihrer Gesamtheit verweist: „In der Praxis massenmedialer Politikvermittlung bedeutet Personalisierung (...), dass politischen Spitzenrepräsentanten tendenziell mehr Bedeutung zuerkannt wird als den dahinterstehenden institutionellen (...) Parteiapparaten“ (Lengauer et al. 2004, 165). Freilich verharrt diese Art der „konfrontativen Negativität“, wie Lengauer et al. sie bezeichnen, nicht einfach im luftleeren Raum: Vielmehr ist zu beobachten, dass „Tendenzen des ‚*Negative Campaigning*‘ im politischen Wettbewerb (...) den elitenkritischen Tenor in der massenmedialen Berichterstattung [begünstigen] (...) und (...) eine Spirale des konfrontativen Negativismus (...) in Gang [setzen] (Lengauer et al. 2004, 173). Im Rahmen dieser Arbeit kann daraus abgeleitet werden, dass populistische Darstellungen vermeintlicher oder tatsächlicher ‚Eliten‘ (zu denen die Akteure nicht selten auch selbst gehören, sich jedoch im Interesse einer kolportierten Bürgernähe strategisch außerhalb derselben positionieren) auf der Grundlage negativen Framings die mediale Bericht-erstellung prägen (wenn nicht gar dominieren) und somit maßgeblich zu einer Negativierung der gesamten politischen Kommunikation und der entsprechend verwendeten Frames beitragen. Um dieses Phänomen möglichst einfach herunterzubrechen, wird landläufig auch davon gesprochen, rechtspopulistische Parteien hätten die Fähigkeit, ‚den Diskurs zu verschieben‘, ‚die Grenzen des Sagbaren zu erweitern‘ oder die ‚gesellschaftliche Akzeptanz‘ bestimmter Formulierungen schrittweise auszudehnen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass weder im Bereich der politischen Kommunikation noch hinsichtlich anderer Disziplinen die auf der Welt vor sich gehenden Ereignisse für sich sprechen, sondern stets von Menschen artikuliert werden und somit – je nach Ausgestaltung der gewählten Sprache – auf ganz verschiedene Weise verstanden und interpretiert werden können (Marcinkowski 2014, 7). Aus dieser Erkenntnis lässt sich logisch erschließen, dass der verantwortungsvolle Umgang mit Sprache ein hohes Gebot ist, da diese bei den Adressaten stets Bilder und Assoziationen weckt und somit auch ein Stück weit deren subjektive Realität mit konstruiert. Auch wenn Worte und Handlungen selbstverständlich nicht gleichzusetzen sind, steht und fällt im Grunde die wesentliche Ausgestaltung

menschlichen Zusammenlebens mit der Art des Umgangs mit Sprache: „Da es immer mehr als eine Möglichkeit gibt, die Dinge zu begreifen, ist die Wahl des Interpretationsrahmens von entscheidender Bedeutung für unseren Umgang mit der Welt sowie für die Formen und Folgen sozialer Interaktion“ (Marcinkowski ebda.). Die Bedeutung von Agenda Setting und Framing für die Politolinguistik liegt vor allem in der dauerhaften Beschäftigung mit der Frage, wie dieser zweistufige Prozess aus *Themen-Identifikation* mit dem Ziel der Erreichung eines hohen Grades an öffentlicher Aufmerksamkeit sowie *Frame-Identifikation* mit dem Ziel der kognitiven Etablierung einer auf ganz bestimmte Weise perzipierten Realität maximal gewinnbringend, sprich reputationssteigernd, ausgestaltet werden kann. Wie bereits angedeutet, ist für die Ausgestaltung beider Stufen in diesem Prozess maßgeblich, welche in aller Regel selektiv ausgewählten Themen und dazugehörige Deutungsrahmen die größte mediale Anziehungskraft ausüben. Im Grunde beeinflusst jeder einzelne (politisch-kommunikative) Beitrag menschliche Denk- und Handlungsweisen: „Die Sprache, die wir hören oder lesen, aktiviert Frames in unseren Köpfen. (...) Weil jedes Wort einen Frame aktiviert, kommuniziert man mit jedem Wort eine ganze Fülle von Ideen, die aufgrund unserer Welterfahrung mit diesem Wort in Zusammenhang stehen. Frames haben einen erheblichen Einfluss auf unsere Wahrnehmung (...) [und] nehmen (...) direkten Einfluss auf unser eigenes Handeln“ (Wehling 2017, 41).

Nachdem nun ausführlich auf die Möglichkeiten der Anwendung zweier in der Kommunikationsforschung bedeutender Konzepte – Agenda Setting und Framing – auf die Disziplin der Politolinguistik eingegangen worden ist, folgt eine umfassende Rekapitulation aller im Verlauf dieser Masterarbeit gewonnenen Erkenntnisse samt einiger abschließender Gedanken zum massiven Einfluss der prinzipiell ständig erfolgenden politischen Kommunikation. Festzuhalten ist bereits an dieser Stelle, dass das Ideologisierungspotential einzelner Politikfelder bei Individuen wie Parteien aus dem rechtspopulistischen Spektrum eine maßgebliche Rolle in deren strategischen Entscheidungen darüber spielt, welche Themenkomplexe es a) auf die ‚kommunikative Tagesordnung‘ schaffen und b) mit welchen Deutungsrahmen diese versehen werden, um das eigene Profil bestmöglich zu schärfen.

8. Zusammenfassung und abschließende Bemerkungen

Die vorliegende Masterarbeit hat sich in erster Linie mit den Fragen auseinandergesetzt, welche politischen Ziele mittels Verwendung sogenannter ‚ideologisch aufgeladener Sprache‘ aufseiten rechtspopulistischer Parteien in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu realisieren versucht werden, welchen Stellenwert dabei die politische Kommunikation in der Bindung der Wählerinnen und Wähler an die Parteien einnimmt und auf welche Weise diese rhetorisch ausgestaltet wird, um eben jene Bindung so erfolgreich wie möglich zu organisieren. Um diesen Fragen auf den Grund zu gehen, ist eine umfassende qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt worden, die zum Ziel hatte, ein besseres Verständnis für die strategische Wahl einer bestimmten politischen Sprache zu generieren und aufzuzeigen, dass die gewählte Art der Kommunikation in den seltensten Fällen als zufällig zu verstehen ist, sondern in aller Regel einem klar definierten politischen Ziel dient, nämlich ultimativ der möglichst starken Bindung der Wählerinnen und Wähler an die entsprechende Partei.

Um einen möglichst großzügigen theoretischen Rahmen für diesen politolinguistischen Analyseprozess zu kreieren, ist zu Beginn der Arbeit eine Vielzahl an zugrundeliegenden Modellen vorgestellt worden, auf deren Grundlage in einem weiteren Schritt herausgearbeitet worden ist, inwieweit sich diese Ansätze auf die Analyse der im rechtspopulistischen Bereich gängigen Sprach- und Deutungsmuster praktisch anwenden lassen. Große Bedeutung hat hierbei zum Beispiel das Konzept der ‚ideologisch aufgeladenen Sprache‘ nach Walther Dieckmann eingenommen: Damit wird ein politischer Kommunikationsstil bezeichnet, der im Wesentlichen darauf abzielt, die Agenda des Sprechers dem Publikum auf ebenso bildhafte wie emotionalisierende Art und Weise zu vermitteln und sich dementsprechend regelmäßig eines Themas bedient, das ein per se hohes Polarisierungspotential birgt und somit gut dazu geeignet ist, auf ‚negativ-konfrontative Weise‘ (etwa durch Anprangerung von Missständen, rhetorische Attacken auf politische Kontrahenten o.ä.) ausgeführt und eingebettet zu werden. Klarheit und Direktheit spielen freilich eine bedeutende Rolle: In aller Regel setzen sich diese Maximen auch bei Sachverhalten, die objektiv betrachtet eine differenziertere Betrachtungsweise verdient hätten, aufgrund der Priorität der Eingängigkeit durch und prägen somit etwa auch unter

Verwendung möglichst bildhafter Sprache die Adressierung der Zielgruppe. Als ebenfalls hilfreich erwiesen hat sich die Fokussierung auf das Modell der ‚Merkmale ideologiegebundener Wörter‘ nach Heiko Girth: Die von ihm vorgenommene Dreiteilung in bezeichnende, bewertende sowie auffordernde Wörter bildete die Grundlage für eine Einordnung der von politischen Akteuren aus dem rechtspopulistischen Bereich verwendeten Begriffe und ermöglichte es, aufzuzeigen, welchen massiven Einfluss gerade normative und appellative Kommunikationselemente auf die Ansprache der Protagonisten an ihr Publikum ausüben und in welcher Weise der ideologische Gehalt den (oftmals zu kurz kommenden) informativen Charakter dominiert. Ergänzend ist zu diesem Zweck auch die Klassifizierung der sogenannten ‚Schlüssel-, Fahnen- und Stigmawörter‘ nach Ekkehard Felder unter die Lupe genommen worden, die eine noch solidere Analyse des rhetorischen Fokus ermöglichte und mithilfe derer die Unverzichtbarkeit von Begriffen nachgewiesen werden konnte, die in erster Linie darauf aus sind, die Sichtweisen und Handlungen politischer Konkurrenten mittels teilweise stark überspitzter Sprache abzuwerten und die betreffende Thematik mit einem negativen ‚Frame‘ zu versehen.

Um den Kontext der Analyse möglichst präzise zu beschreiben, ist außerdem eine notwendige Auseinandersetzung mit der politischen Strömung des ‚Rechtspopulismus‘ erfolgt und für die u.a. mit der Homogenisierung des ‚einheimischen‘ Volkes, der permanenten Fokussierung auf identitätsstiftende Themen, der Abhängigkeit von charismatischen Führungsfiguren sowie der oftmals provokanten bis negativen, mit Gefahren- und Bedrohungstopoi bedachten Ausrichtung der politischen Kommunikation eine Vielzahl an typischen Eigenschaften für rechtspopulistische Akteure erarbeitet worden, die sich in der detaillierten Beschäftigung mit den Analysegegenständen meist als zutreffend erwiesen haben. Allerdings ist im Rahmen dieser Arbeit die gebotene politische Neutralität selbstverständlich gewahrt geblieben: Um den Anforderungen einer ‚sauberen‘ sprachwissenschaftlichen Analyse gerecht zu werden und den linguistischen Erkenntnissen stets höchste Priorität einzuräumen, ist auf jegliche Art der inhaltlichen Positionierung verzichtet worden. Die Anwendung der sprachwissenschaftlichen Modelle vor allem der ‚Agitation‘, der ‚Persuasion‘, der ‚lexikalischen Argumentativität‘, der ‚Sprachhandlung‘, der ‚Kommunikationsmaximen‘ sowie der ‚diskursanalytischen Topoi‘ auf die vielen Beispiele der Themen- und Frame-Gestaltung durch die Protagonisten trug maßgeblich zur Beantwortung der Frage bei, welche

Mechanismen in der politischen Sprache primär zum Tragen kommen: In erster Linie kamen im rechtspopulistischen Jargon hohe Grade der Agitation (ob als klare Handlungsanweisung oder lediglich als gezielte Beeinflussung der kognitiven Assoziierung bestimmter Themenkomplexe und Begriffe) sowie der (nicht immer nur impliziten) Werbung und Legitimation als wesentliche Komponenten der Sprachhandlung zum Vorschein. Die insgesamt spärlichen Verweise auf das sogenannte ‚Persuasionsmodell‘ sollen hierbei keinesfalls den Eindruck erwecken, die politische Rhetorik innerhalb rechtspopulistischer Diskurse verfolge nicht das Ziel der Überzeugung, sprich der ‚Persuasion‘: Dies tun sie in der Tat in hohem Maße, allerdings nicht gemäß des klassischen sprachwissenschaftlichen Verständnisses als eine auf politischen Konsens gerichtete Argumentation zwischen zwei ‚auf Augenhöhe‘ um die Sache streitenden Akteuren, sondern vielmehr als auf negative Impulse setzender, die tatsächliche Komplexität eines Sachverhalts vielfach verkürzender Überredungsakte. Äußerst bedeutsam ist in diesem Zusammenhang die strategische Schaffung politisch-ideologischer Rahmenbedingungen, in welche die Thematisierung eines bestimmten Sachverhalts entsprechend eingebettet wird: Ist von vornherein ein Klima produziert worden, innerhalb dessen die problematisierende Darstellung bestimmter politischer oder gesellschaftlicher Zustände besonders begünstigt ist (weil das Publikum beispielsweise bereits durch kritische Vorannahmen geprägt ist), erweist sich die ideologisch aufgeladene ‚Abarbeitung‘ am betreffenden Thema (z.B. der Migrationspolitik) meist als reine Formsache. Geprägt ist die Art der politischen Kommunikation auch stets von sogenannten ‚diskursanalytischen Topoi‘: Anhand eines der prominentesten Erklärungsmodelle in der politolinguistischen Forschung konnte aufgezeigt werden, wie systematisch gerade negativ behaftete Szenarien, etwa der ‚Gefahr‘ oder der ‚Belastung‘, durch die politischen Akteure eingesetzt werden, um möglichst klare, einfache Handlungsstränge zwischen a) dem als untragbar beschriebenen Zustand (z.B. *einer zu liberalen Flüchtlingspolitik*), b) den daraus resultierenden Konsequenzen (z.B. *einer Bedrohung der Sicherheit im eigenen Land*) und c) den daraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen (z.B. *einer Wahl der Partei des Sprechers, um diesen Zuständen endlich Einhalt zu gebieten*) zu erzeugen.

Um eine möglichst breit angelegte Inhaltsanalyse zu realisieren, sind im Verlauf dieser Arbeit dreierlei verschiedene Kommunikationskanäle rechtspopulistischer Parteien zu den

Gegenständen der Untersuchung gemacht worden: Die Einbeziehung politischer Werbung in Form von Wahlplakaten, politischer Reden als Vehikel der unmittelbaren Adressierung des Publikums sowie Beiträge in sozialen bzw. ‚parteieigenen‘ Medien verfolgte das Ziel, die zugrundeliegenden sprachlichen Mechanismen ‚kanalübergreifend‘ zu analysieren und auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede hin zu überprüfen. Ein Kernbefund dieser Analyse manifestierte sich letztlich in der Erkenntnis, dass die Struktur der Argumentation über alle Kanäle hinweg relativ konstant bleibt: Die Thematisierung eines Sachverhalts ist fast immer als problemzentriert zu beschreiben, die Notwendigkeit (mindestens) eines Feindbilds bzw. eines ‚Sündenbocks‘ als einfache, meist unterkomplexe Möglichkeit zur vermeintlichen Erklärung des beklagten Missstands ist wiederkehrend und die Tendenzen der Verunglimpfung und Schuldzuweisung sind verhältnismäßig stark ausgeprägt. Diese grundlegenden Gemeinsamkeiten verstehen sich als weitgehend unabhängig von der politischen Verortung der einzelnen Protagonisten: Auch wenn diese Merkmale im Groben sicherlich stärker auf rechtspopulistische als auf eher links bzw. mittig positionierte politische Parteien zutreffen, bestehen auch innerhalb des Rechtspopulismus verschiedene Strömungen, die nicht alle als in gleichem Ausmaß ‚radikal‘ zu bezeichnen sind, wie auch anhand der auch in dieser Hinsicht bewusst ausgewählten Beispiele deutlich geworden sein sollte. Dennoch zeigt sich, dass der Grad der ideologischen Aufladung der politischen Sprache nicht zwingend von der Weltanschauung des Sprechers abhängig ist: Diese erweist sich über alle drei Akteure bzw. Parteien hinweg als ähnlich hoch und lässt sich in Ansätzen vermutlich auch auf politische Strömungen außerhalb des Rechtspopulismus anwenden, die im Rahmen dieser Arbeit allerdings nicht thematisiert worden sind bzw. durchaus interessante Anhaltspunkte für weitere linguistische Forschungen in diesem Bereich liefern.

Auch die beiden bewusst nachträglich auf die Analyse der Untersuchungsgegenstände angewandten sprachwissenschaftlichen Konzepte des ‚Agenda Settings‘ und des ‚Framings‘ lieferten einen hohen Erkenntnisgewinn in Hinblick auf die Beweggründe der strategischen Ausgestaltung politischer Kommunikation: Durch die bedarfsorientierte Anpassung der zentralen, ursprünglich auf die klassischen Massenmedien fokussierenden Grundannahmen des Agenda Settings auf den politolinguistischen Fokus dieser Arbeit, in der nicht ‚die Medien‘, sondern ‚die Politiker‘ als sprachhandelnde Akteure im Zentrum der Aufmerksamkeit standen, konnten wertvolle Einblicke in den strategischen Themenfindungsprozess gewonnen und

darüber hinaus die Frage beantwortet werden, nach welchen Kriterien die Identifikation der zu kommunizierenden Inhalte eigentlich genau funktioniert. Eine solche Abwandlung war dann in der Thematisierung und Anwendung eines der bedeutsamsten politolinguistischen Konzepte gar nicht mehr notwendig: Die Lehre des Framings geht über den reinen Fokus auf die Festlegung des Themas hinaus und befasst sich in erster Linie mit den Fragen, auf welche Weise diese Festlegung stattfindet und welche Erklärungsfaktoren dazu beitragen, dem Publikum nahezubringen, *warum* manche Themen mit den ihnen bewusst und selektiv zugewiesenen Bezugsrahmen versehen werden, wie die Hierarchisierung der Themen auf der politischen Agenda zu erklären ist und welche strategischen Zielsetzungen der Ausgestaltung der Frames zugrunde liegen. In Einklang mit den bereits ausgeführten Erkenntnissen wurde in der Auseinandersetzung mit Agenda Setting und Framing deutlich, wie zielführend sich die Grundannahmen dieser beiden Modelle auf die Politolinguistik übertragen lassen bzw. welche hohe Relevanz sie für die strategische Ausgestaltung politischer Agenden und Kommunikationsformen aufweisen.

Abschließend ist festzuhalten, dass durch den Gebrauch von ideologisch aufgeladener Sprache vor allem das politische Ziel der langfristigen Wählerbindung anhand negativer kognitiver Verknüpfungen mit den problematisierten Themenbereichen erreicht werden soll: Die Inszenierung der eigenen Person bzw. Partei als einzig wahrer ‚Retter vor dem Bösen‘ spielt eine tragende Rolle im politischen Kalkül rechtspopulistischer Akteure, weshalb vermeintliche wie tatsächliche Missstände und Skandale zwingend zu deren ‚Alltagsgeschäft‘ gehören, um sich mittels entsprechend polarisierender, ideologisierender, stigmatisierender Rhetorik nachhaltig zu profilieren und die eigene ‚Daseinsberechtigung‘ zu festigen. Die politische Kommunikation kann in ihrer erheblichen Bedeutung in der Erreichung dieser politischen Ziele kaum überschätzt werden und ihre erfolgreiche Ausrichtung führt nicht notwendigerweise nur zu konkreten Wahlerfolgen, sondern mittels schleichender ‚Diskursverschiebung‘ durchaus auch zur langfristigen Etablierung eines politischen Klimas, in dem die Polarisierung, die permanente sprachliche Zuspitzung und auch eine die politische Kultur unmittelbar betreffende Verrohung der Umgangsformen schrittweise Raum gewinnt und das eine langfristig wirksame gesellschaftliche Normalisierung zu erfahren scheint.

Bibliographie

Bauman, Zygmunt (2016): Migrationspanik – wie man sie nutzt (und missbraucht). In: Die Angst vor den Anderen – Ein Essay über Migration und Panikmache. Suhrkamp Verlag Berlin (Deutsche Erstausgabe), 2016.

Berlin Direkt (2019): Die Sprache und NS-Terminologie des Björn Höcke. In: Berlin Direkt, Online-Ausgabe vom 15.09.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zpJPt1QWPBY&t=312s> (abgerufen am 05.02.2020).

Bernhard, Reiner (2017): Schwarze Todesboten: Warum haben Raben einen so schlechten Ruf? In: Welt der Wunder – Tierwelt. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.weltderwunder.de/artikel/schwarze-todesboten-warum-haben-raben-einen-so-schlechten-ruf> (abgerufen am 08.01.2020).

Dieckmann, Walther (1969/1975): Sprache in der Politik: Einführung in die Pragmatik und Semantik der politischen Sprache. C. Winter Universitätsverlag (2. Auflage), Heidelberg.

Ehtreiber, Ewald (2003): „Alles für unser Österreich!“ Das Bild Österreichs in den Regierungserklärungen der Zweiten Republik. In: Ruth Wodak und Martin Stegu (Hrsg.): Sprache im Kontext. Band 19 (2003), Peter Lang – Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt/Main.

Felder, Ekkehard (2010): Diskursanalyse von politischer Sprache. In: Dossier – Sprache und Politik (Ausgabe vom 15.10.2010). Bundeszentrale für Politische Bildung, Bonn.

Fiedler, Maria (2018): Politisches Framing: Was Begriffe wie „Asyltourismus“ in unserem Gehirn auslösen. In: Der Tagesspiegel, Online-Ausgabe vom 16.07.2018. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.tagesspiegel.de/politik/politisches-framing-was-begriffe-wie-asyltourismus-in-unserem-gehirn-ausloesen/22803290.html> (abgerufen am 29.02.2020).

Focus Online (2018): Kritiker sehen gewollte ‚Rassentrennung‘: AfD Bayern sorgt mit Wahlplakaten zu ‚islamfreien Schulen‘ für Entsetzen. In: Focus, Online-Ausgabe vom 08.09.2018. Verfügbar im Internet: URL: https://www.focus.de/politik/deutschland/wahlkampf-mit-mutmasslicher-hetze-afd-bayern-sorgt-mit-wahlplakaten-zu-islamfreier-schule-fuer-entsetzen_id_9555405.html (abgerufen am 12.01.2020).

Forster, Iris (2010): Political Correctness / Politische Korrektheit. In: Dossier – Sprache und Politik (Ausgabe vom 15.10.2010). Bundeszentrale für Politische Bildung, Bonn.

FPÖ TV (2019): HC Strache: „Bevölkerungsaustausch ist Realität“. In: FPÖ TV, Online-Ausgabe vom 04.05.2019. Verfügbar im Internet: URL: https://www.youtube.com/watch?v=qahMkLpR_qc&t=204s (abgerufen am 13.02.2020).

FPÖ TV (2019): Nicht voten stärkt nur die EU-Asylchaoten! In: FPÖ TV, Online-Ausgabe vom 24.04.2019. Verfügbar im Internet: <https://www.youtube.com/watch?v=nFXHLTGt2pE> (abgerufen am 16.02.2020).

Geisel, Sieglinde (2016): Warum ein Gutmensch kein guter Mensch ist. In: Neue Zürcher Zeitung – Kolumne, Online-Ausgabe vom 12.01.2016. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.nzz.ch/panorama/alltagsgeschichten/warum-ein-gutmensch-kein-guter-mensch-ist-1.18676154> (abgerufen am 22.02.2020).

Gensing, Patrick (2019): Strache und der ‚Bevölkerungsaustausch‘. In: Tagesschau, Online-Ausgabe vom 30.04.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/bevoelkerungsaustausch-strache-101.html> (abgerufen am 25.02.2020).

Girnth, Heiko (2002): Sprache und Sprachverwendung in der Politik: Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation. De Gruyter Verlag, Berlin.

Gleich, Uli (2019): Evolution eines Ansatzes der Medienwirkungsforschung: Agenda Setting in der digitalen Medienwelt. In: Media Perspektiven (Ausgabe 3, 2019). Intendant des Hessischen Rundfunks, Frankfurt/Main.

Höcke, Björn (2018): Dinge, die man für immer verliert. Verfügbar im Internet: URL: https://www.facebook.com/Bjoern.Hoecke.AfD/posts/2117020001872608?comment_id=2117237648517510&reply_comment_id=2119212898319985&comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22R%22%7D (abgerufen am 25.02.2020).

Kamann, Matthias (2017): Was setzt die AfD gegen Burkas – Alkohol oder Frauenrechte? In: Die Welt, Online-Ausgabe vom 07.06.2017. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.welt.de/politik/deutschland/article165297337/Was-setzt-die-AfD-gegen-Burkas-Alkohol-oder-Frauenrechte.html> (abgerufen am 14.01.2020).

Klein, Josef (2019): „Sprache prägt unser Denken, unser Empfinden und unsere Werte.“ In: Merton – Online-Magazin des Stifterverbandes, Online-Ausgabe vom 29.03.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://merton-magazin.de/sprache-praegt-unser-denken-unser-empfinden-und-unsere-werte> (abgerufen am 19.02.2020).

Knoflach, Harald (2019): Persona: Heinz-Christian Strache. In: Brenner Basisdemokratie, Online-Ausgabe vom 20.05.2019. Verfügbar im Internet: URL: <http://www.brennerbasisdemokratie.eu/?person=heinz-christian-strache> (abgerufen am 09.02.2020).

Köppel, Roger (2019): „Eine freie Schweiz gibt es nur ohne Rahmenabkommen.“ Verfügbar im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=s7Wlsl3Oegs> (abgerufen am 27.02.2020).

Köppel, Roger (2019): Rede beim SVP-Wahlkampfauftritt in Sattel (SZ). Verfügbar im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AB93cDa1Pg> (abgerufen am 24.02.2020).

Köppel, Roger (2020): EU-gesteuerte Migration. Verfügbar im Internet: URL: https://twitter.com/KoeppelRoger?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor (abgerufen am 24.02.2020).

Kraske, Marion (2011): Heinz-Christian Strache – Aufstieg eines Hasspredigers. In: Die Zeit, Online-Ausgabe vom 27.05.2011. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.zeit.de/politik/ausland/2011-05/fpoe-oesterreich-umfragen> (abgerufen am 21.02.2020).

KURIER-Parlamentsredaktion (2017): FPÖ startet ihren „Fairness“-Wahlkampf. In: KURIER, Online-Ausgabe vom 24.08.2017. Verfügbar im Internet: URL: <https://kurier.at/politik/inland/nr-wahl-fpoe-startet-fairness-wahlkampf/282.382.133> (abgerufen am 19.01.2020).

Lengauer, Günther et al. (2004): Redaktionelle Politikvermittlung in der Mediendemokratie. In: Plasser, Fritz (Hrsg.): Politische Kommunikation in Österreich – Ein praxisnahes Handbuch. 1. Auflage (2004), WUV-Universitätsverlag, Wien.

Löer, Wigbert (2019): AfD-Landeschef zieht NS-Vergleiche zu Björn Höcke. In: WDR-Nachrichten (Landespolitik), Online-Ausgabe vom 27.06.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www1.wdr.de/nachrichten/landespolitik/afd-vergleich-hoecke-goebbels-100.html> (abgerufen am 16.02.2020).

Marcinkowski, Frank (2014): Framing als politischer Prozess: Beiträge zum Deutungskampf in der politischen Kommunikation. In: Schriftenreihe Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit, Band 6, 1. Auflage. Nomos-Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.

Müller, Albrecht (2010): Meinungsmache: Wie Wirtschaft, Politik und Medien uns das Denken abgewöhnen wollen. Knaur-Taschenbuch-Verlag, München.

Norddeutscher Rundfunk (2016): AfD-Politiker Höcke unterstützt Haverbeck. In: Panorama, Online-Ausgabe vom 24.11.2016. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3smyKyZxIMY> (abgerufen am 18.02.2020).

Palasic, Nikolina (2014): Persuasive Strategien und Sprachelemente im politischen Wahlkampf in Österreich. Dissertation am Institut für Philosophie, Universität Wien.

Phoenix vor Ort (2017): Politischer Aschermittwoch: Frauke Petry und Heinz-Christian Strache am 01.03.2017. In: Phoenix, Online-Ausgabe vom 01.03.2017. Verfügbar im Internet: URL: https://www.youtube.com/watch?v=vbvX-QbE_aU&t=867s (abgerufen am 19.02.2020).

Phoenix vor Ort (2019): Björn Höcke und Alexander Gauland (AfD) nach der Prognose zur Thüringen-Wahl. In: Phoenix, Online-Ausgabe vom 27.10.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2fxPRrXaNA8> (abgerufen am 20.02.2020).

Popova, Ekaterina (1999): Tabudiskurse – Euphemismen in der politischen Sprache. Fakultät für Kulturwissenschaften, Europa-Universität Viadrina, Frankfurt/Oder.

Reveland, Carla (2020): Entwicklung der Bevölkerung: Die Legende vom ‚Austausch‘. In: ARD-Faktenfinder, Online-Ausgabe vom 03.03.2020. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/volksaustausch-101.html> (abgerufen am 04.03.2020).

Scholz, Kay-Alexander (2019): Björn Höcke will seine Macht ausweiten. In: Deutsche Welle, Online-Ausgabe vom 17.09.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.dw.com/de/bj%C3%B6rn-h%C3%B6cke-will-seine-macht-ausweiten/a-50458731> (abgerufen am 26.02.2020).

Schwarz, Carolina (2016): „Finger weg vom AfD-Wording!“ In: TAZ – Die Tageszeitung, Online-Ausgabe vom 07.12.2016. Verfügbar im Internet: URL: <https://taz.de/Expertin-ueber-sprachliche-Manipulation/15359993&SuchRahmen=Print/> (abgerufen am 01.03.2020).

Schweizerisches Sozialarchiv (2009): „Freipass für alle? Nein! 8. Februar“, Bundesbeschluss über die Genehmigung der Weiterführung des Freizügigkeitsabkommens zwischen der Schweiz und der Europäischen Gemeinschaft und ihren Mitgliedstaaten sowie über die Genehmigung und die Umsetzung des Protokolls über die Ausdehnung des Freizügigkeitsabkommens auf Bulgarien und Rumänien. In: Datenbank Bild & Ton, Online-Ausgabe vom 08.02.2009. Verfügbar im Internet: URL: https://www.bild-video-ton.ch/bestand/objekt/Sozarch_F_5123-Pe-191 (abgerufen am 08.02.2020).

Spiegel Online (2019): Gerichtsbeschluss: Björn Höcke darf als „Faschist“ bezeichnet werden. In: SPIEGEL – Politik, Online-Ausgabe vom 28.09.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/bjoern-hoecke-darf-als-faschist-bezeichnet-werden-gerichtsurteil-zu-eisenach-a-1289131.html> (abgerufen am 28.01.2020).

Spiegel TV (2019): Björn Höcke und der Personenkult. In: Spiegel TV, Online-Ausgabe vom 24.07.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2W0LOgSQA0A> (abgerufen am 30.01.2020).

Spier, Tim (2014): Was versteht man unter „Populismus“? In: Dossier – Rechtspopulismus (Ausgabe vom 25.09.2014). Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn.

Spieß, Constanze (2017): Vom Flüchtlingsstrom bis hin zum Flüchtlingstsunami? Metaphern als Meinungsbildner. In: Magazin erwachsenenbildung.at (Ausgabe 31, 2017). CONEDU, Graz.

Strobl, Natascha (2019): „Der eine Satz, der das rechte Denken zusammenfasst“. In: Momentum Institut, Online-Ausgabe vom 07.10.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.moment.at/story/der-satz-der-das-rechte-denken-zusammenfasst> (abgerufen am 23.01.2020).

Surber, Michael (2019): „Ein SVP-Plakat der Kategorie ‚bireweich‘“. In: Neue Zürcher Zeitung (NZZ), Online-Ausgabe vom 19.08.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.nzz.ch/schweiz/eidgenoessische-wahlen-2019/svp-ein-plakat-der-kategorie-bireweich-ld.1502750> (abgerufen am 06.02.2020).

SVP-Durchsetzungsinitiative (2016): Wer kriminelle Ausländer endlich zwingend ausschaffen will, sagt JA. In: SVP-Medienkonferenzen, Online-Ausgabe vom 29.01.2016. Verfügbar im Internet: URL: <https://www.svp.ch/news/artikel/medienkonferenzen/wer-kriminelle-auslaender-endlich-zwingend-ausschaffen-will-sagt-ja/> (abgerufen am 07.02.2020).

Temel, Peter (2019): FPÖ im EU-Wahlkampf: Kickls Asylpolitik als Zugpferd. In: KURIER, Online-Ausgabe vom 10.02.2019. Verfügbar im Internet: URL: <https://kurier.at/politik/inland/fpoe-macht-fluechtlinge-zum-eu-wahlkampfthema-nummer-1/400402844> (abgerufen am 12.02.2020).

Wehling, Elisabeth (2017): Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht. In: BPB-Schriftenreihe Band 10064. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn.

Wirtz, Benjamin (2019): „Das sagt man so! Das schwarze Schaf sein.“ In: Deutsche Welle – Deutsch im Fokus (Online-Ausgabe vom 02.12.2019). Verfügbar im Internet: URL: <https://www.dw.com/de/das-schwarze-schaf-sein/l-19267522> (abgerufen am 03.02.2020).

Wodak, Ruth (2016): Politik mit der Angst: Zur Wirkung rechtspopulistischer Diskurse. Edition Konturen Verlag, Wien.

Zmolnig, Ramona et al. (2019): Politisches Framing im Nationalratswahlkampf 2019. Communication Matters Kollmann & Hemmer GmbH, Wien.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Diagramm ‚Merkmale ideologiegebundener Wörter‘	11
Abb. 2: FPÖ-Wahlplakat ‚Österreicher verdienen Fairness‘	14
Abb. 3: SVP-Wahlplakat ‚Freipass für alle? Nein!‘	19
Abb. 4: SVP-Wahlplakat ‚Sollen Linke und Nette die Schweiz zerstören?‘	20
Abb. 5: SVP-Wahlplakat ‚Endlich Sicherheit schaffen!‘	22
Abb. 6: AfD-Wahlplakat ‚Bunte Vielfalt? Haben wir schon!‘	23
Abb. 7: AfD-Wahlplakat ‚Neue Deutsche? Machen wir selber.‘	24
Abb. 8: AfD-Wahlplakat ‚Burka? Ich steh‘ mehr auf Burgunder!‘	24
Abb. 9: AfD-Wahlplakat ‚Der Islam? Passt nicht zu unserer Küche.‘	24
Abb. 10: AfD-Wahlplakat ‚Deutsche Leitkultur! Islamfreie Schulen!	25
Abb. 11: FPÖ-Wahlplakat ‚Sie sind gegen ihn, weil er für Euch ist.‘	27
Abb. 12: FPÖ-Wahlplakat ‚Soziale Sicherheit für unsere Leut‘	28
Abb. 13: FPÖ-Wahlplakat ‚Sie sind gegen ihn, weil er Österreich schützen will.‘	29
Abb. 14: Übersicht ‚Rechtspopulistisch inszenierte Ursache-Wirkungs- Zusammenhänge‘	58
Abb. 15: AfD-Facebook-Post ‚Dinge, die man für immer verliert‘	65
Abb. 16: FPÖ-Werbespot ‚Nicht voten stärkt nur die EU-Asylchaoten!‘	67
Abb. 17: SVP-Twitter-Post ‚EU-gesteuerte Migration‘	68
Abb. 18: ‚Anwendung der Konzepte des Agenda Setting und Framing auf die aktuellen Analysegegenstände	75

Abstract

Im Zentrum der vorliegenden Masterarbeit steht die sprachwissenschaftliche Analyse politischer Kommunikation seitens dem rechtspopulistischen Spektrum zuzuordnenden politischen Parteien in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Die Arbeit nimmt dabei die Wahl der Sprache sowie rhetorische bzw. inszenatorische Strategien der betreffenden Parteien in den Blick und analysiert die Ausgestaltung der Kommunikation mit dem Ziel einer möglichst effektiven Ansprache an die (potentielle) Wählerschaft. Auch die Mechanismen hinter den gängigen kommunikativen Methoden wie etwa der Diffamierung des politischen Gegners oder der Identifikation von „Sündenböcken“ für vermeintliche oder tatsächliche politische/gesellschaftliche Missstände werden beleuchtet. Die strategische Bedeutung linguistischer Stilmittel steht hierbei stets im Vordergrund: Die Arbeit hat einen durchgehend sprachwissenschaftlichen Schwerpunkt und verzichtet dezidiert auf politische Einordnungen der thematisierten Sachverhalte.

Forschungsleitend ist das Konzept der sogenannten „ideologiegebundenen Wörter“: Hierbei handelt es sich um einen linguistischen Ansatz zur Einordnung bzw. Systematisierung von Kommunikationsmustern mit dem Ziel der Beantwortung der Frage, mit welcher Motivation und innerhalb welchen Bezugsrahmens politische Botschaften seitens der betreffenden Akteure an das Publikum/„Wahlvolk“ kommuniziert werden. Diese Herangehensweise ermöglicht mittels Identifikation des Grades der „Ideologiegebundenheit“ der untersuchten Sprache auch eine Analyse der Rolle von Metaphern, politischen „Kampfbegriffen“ sowie gezielt emotionalisierenden Botschaften – im Rahmen dieser Masterarbeit wird auch mit Blick auf diesen wesentlichen Aspekt auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den untersuchten Parteien eingegangen. Auch dem Konzept des „Framings“ kommt eine wesentliche Bedeutung zu: Der Fokus auf strategisch definierte Deutungsrahmen seitens der „Sprachakteure“ ist für diesen Ansatz charakteristisch und erleichtert eine detailliertere Analyse der einer gezielt ausgestalteten politischen Kommunikation zugrundeliegenden Motive.

Auf diesen Ausführungen basierend geht die Arbeit der Frage nach, zur Erreichung welcher politischen Ziele die konsequente Nutzung ideologisch aufgeladener Sprache dient und welchen Stellenwert die Ausgestaltung der politischen Kommunikation in Sachen Wählerbindung innerhalb des rechtspopulistischen Spektrums einnimmt. Im Zuge der qualitativen Inhaltsanalyse, die das Kernstück der Arbeit bildet und durch die eingangs geschilderten Forschungsansätze flankiert wird, stellt sich sukzessive heraus, dass Ideologisierung, Problematisierung und Emotionalisierung jeweils einen erheblichen Beitrag zur Bindung der Wählerschaft an die eigene Partei zu leisten im Stande sind: Die Inszenierung der eigenen Person bzw. Gruppierung als „Heilsbringer“ in einer von Kontrollverlust geprägten Welt stellt eine politische Strategie dar, die in erster Linie innerhalb dieses Milieus rege Verbreitung findet und den entsprechenden Parteien praktisch als „Existenzsicherung“ dienen soll.