

Demagogische Vorstellungs-Welten

Das Beispiel der FPÖ*

Walter Ötsch

Johannes Kepler Universität Linz

Populismus kann unterschiedlich definiert werden. Gängig ist der Rekurs auf Inhalte bzw. Ideologien¹ bzw. auf politische Praktiken, wie die "Politik-Form", z.B. "politische Thematiken mit Strategien zur Mobilisierung der Bevölkerung."² Im Unterschied dazu schlage ich eine "verstehende" Definition aus, die direkt darauf Bezug nimmt, wie Menschen ihre Umwelt >innerlich< repräsentieren. Dabei gehe ich von einem piktoralistischen Ansatz von Repräsentation aus: die Wirklichkeit wird >innerlich< in Form von Seh-, Hör-, Fühl-, ... "Bildern" repräsentiert. (Eine Gegenthese ist der sogenannte Deskriptionalismus: die Ansicht, Wirklichkeit werde in Form von Texten repräsentiert, d.h. durch >innere< sprachliche Beschreibungen).³ Im Piktoralismus wird "Denken" in "Bilder" aufgelöst bzw. rückgeführt. Es wird behauptet, dass beim "Denken" an Personen, Ereignisse, Themen, ... >innerlich< "Bilder" produziert werden, die die Denk-Inhalte visuell, auditiv, ... "zeigen".

In diesem Ansatz kann von Sprache auf >innere< Bilder geschlossen werden.⁴ Die Sprache, die jemand verwendet, ist nicht nur metaphenhaft, sondern beruht gleichsam auf einem bildhaften Substrat. Wenn jemand z.B. sagt "Er stellt sich außerhalb unseres Teams", "Ich fühle mich X nahe" oder "Diesen Gedanken habe ich schon lange hinter mir gelassen", dann wird behauptet, dass hinter diesen Sätzen entsprechende >innere< Bilder stehen. Der Sprecher gibt (bewußt oder unbewußt) davon Auskunft, was er vor seinem geistigen Auge sieht (z.B. ein Team, vielleicht in einem Kreis gruppiert, und eine andere Person in Distanz dazu.) (Die erwähnten Beispiele betreffen eine Sonderklasse

* erscheint in: G. Hauch, Th. Hellmuth and R. Kannonier (eds): Rechtspopulismus in Frankreich und Österreich (Arbeitstitel); Studienverlag, Innsbruck/Wien 2001.

¹ Z.B. PASTEUR, Paul im oben erwähnten Band.

² REINFELDT, Sebastian: Nicht-Wir und Die-da. Studien zum rechten Populismus, Wien 2000, S. 47.

³ Als Einführung in diese Grundlagendebatte in den Kognitionswissenschaften vgl. www.calstatela.edu/faculty/nthomas/index.htm.

⁴ Eine sehr weitgehende Interpretation dieser These mit vielen Beispielen liefern LAKOFF. George und JOHNSON, Mark: Leben in Metaphern. Konstruktion und Systematik von Sprachbildern. Heidelberg 1998 (Original: Metaphors We Live By, University of Chicago Press 1980).

visueller >innerer< Bilder, die auf räumliche Gegebenheiten – außerhalb, Nähe, hinter – Bezug nehmen. Diese Klasse spielt für das folgende Argument eine Rolle.)

Mit diesen Vorannahmen kann von Diskurs- und Textanalysen über Populismus auf Muster >innerer< Vorstellungs-Welten bei Populisten geschlossen werden. Eine Rede, die z.B. ein populistischer Führer hält, kann diskursanalytisch mit den Ziel untersucht werden, Muster jener >inneren< Bilder zu identifizieren, die der Führer besitzt. Auf diese Weise könnte es möglich sein, >innere< Landkarten populistischer Akteure zu entwerfen. Die Vorgehensweise ähnelt einem Kulturwissenschaftler, der einigermaßen kohärente Muster und Regularitäten der >inneren< Welten von Menschen einer ihm zunächst fremd erscheinenden Kultur erkunden will, um sie mehr verständlich zu machen.

Um diesen Ansatz vor allem von inhaltlichen und ideologischen Analysen abzugrenzen, spreche ich im folgenden nicht von Populismus bzw. Populisten, sondern von Demagogie und Demagogen. Dieser Begriff wird nicht inhaltlich, sondern vorstellungsmäßig definiert. Er bezieht sich (siehe unten) auf eine einfache Klassifikation >innerer< Bilder über soziale und politische Gruppen. Wird diese Klassifikation zum Ausgangspunkt genommen, dann können – das ist meine These – viele Phänomene aus unterschiedlichen Wissensgebieten kohärent aufeinander bezogen werden, z.B. Details im Sprachgebrauch, Aktionsformen, Organisationsstrukturen der untersuchten "Bewegungen", psychische Merkmale der Führer und ihrer Gefolgsleute, Muster von Taktiken bis hin zu der Art, wie TV-Debatten geführt werden, und Trendanalysen über die längerfristigen Dynamik demagogischer "Bewegungen".⁵

>Innere< Bilder

>Innere< Bilder kann man nicht nur (indirekt) aus Text- und Diskursanalysen, sondern direkt durch gezieltes Befragen erkunden. (Dies setzt bei den Befragten eine gewisse Konzentrationsleistung voraus.) Verfahren dieser Art sind aus einer Vielzahl von therapeutischen Ansätzen bekannt, z.B. im katathymen Bildererleben, in hypnotherapeutischen Techniken, z.T. auch in der Psychoanalyse, oder in systemischen Ansätzen, wie den Familienaufstellungen nach Bert Hellinger. Der niederländische Sozialpsychologe und Therapeut Lucas Derks (er kommt aus dem Neuro-Linguistischen Programmieren) hat dazu eine These formuliert, die für unser Thema brauchbar scheint.⁶

⁵ Dieser Aufsatz ist auch ein erster Versuch, die theoretische Basis meines Buches Haider Light. Handbuch für Demagogie, Wien 2000 etwas expliziter darzustellen.

⁶ DERKS, Lucas: Das Spiel sozialer Beziehungen. NLP und die Struktur zwischenmenschlicher Erfahrung. Stuttgart 2000.

Derks behauptet, dass soziale Repräsentationen in Form >innerer< visueller Landschaften gemacht werden. D.h. wir "denken" an andere Menschen und entwerfen dabei automatisch eine Art "Psycho-Geographie". Wir "denken" z.B. an unsere Familie und "sehen" vor dem >inneren< Auge uns selbst und die Familienangehörigen in einem bestimmten räumlichen Arrangement. (Derks nennt das ein "Familien-Panorama"). Struktur-Elemente dieses Bildes (z.B. wer wem näher oder ferner steht) geben nach Derks direkt Auskunft über die – auch gefühlsmäßige – "Beziehung" zu diesen Menschen, z.B. wer in der Familie uns nahe ist und zu wem wir nur unter Schwierigkeiten wirklichen Kontakt aufbauen können.

Abbildung 1 zeigt das fiktive Familienpanorama eines fünfjährigen Mädchens, das seinen Vater groß, die Mutter klein repräsentiert und in seiner Vorstellungswelt das Gefühl hat, es müsse sich gegen seine zwei großen Brüder wehren, die die Eltern zuviel in Beschlag nehmen. (Wer sich für einen Augenblick in das kleine Mädchen hineinversetzt, ahnt vielleicht, welche emotionale Kraft in einer solchen Vorstellung enthalten sein kann.)



Abbildung 1⁷

⁷ Die drei Abbildungen in diesem Paper stammen von Lucas Derks.

Derks überträgt die Idee einer sozialen Landschaft im Prinzip auf alle sozialpsychologischen Phänomene. Immer, wenn wir an andere Menschen denken, entwerfen wir nach ihm räumlich geordnete Bilder über Personen; sie werden soziale Panoramen genannt. Diese Landschaften weisen nach Derks variable und konstante Merkmale auf. Sie sind prinzipiell dynamisch (d.h. sie können sich jederzeit verändern), besitzen allerdings in der Regel stabile Strukturelemente. Sie spiegeln auch habitualisierte Einstellungen wider, die eine Person schon längere Zeit besitzt. Wer z.B. Spanier sympathisch findet und vor Chinesen Angst hat, wird Spanier und Chinesen in seinen sozialen Panoramen an verschiedenen Plätzen ansiedeln, >innerlich< mit anderen Farben versehen und mit unterschiedlichen Gefühlen koppeln. Im Prinzip sei es, so Derks, möglich, für jede Person eine Vielzahl sozialer Panoramen zu erkunden (in seinem Buch finden sich einige Methoden, wie das konkret gemacht werden kann), ihre konstanten Merkmale zu erforschen und so gleichsam die sozialen Landkarten in Erfahrung zu bringen, die diese Personen besitzen.

Konstante und andauernde Elemente sozialer Panoramen sind für das soziale Handeln einer Person von entscheidender Bedeutung. Sie wirken nämlich, so Derks, wie „Filter“, d.h. sie strukturieren den Prozess der Wahrnehmung und legen soziale Welten fest, die jemand für wahr und selbstverständlich erachtet. Das, was die eben erwähnte Person an einem Spanier oder Chinesen bei einer konkreten Begegnung „faktisch“ erkennen kann, wird durch die >innere< Vorlage nicht zur Gänze, aber nachhaltig geprägt. Ein und dasselbe Verhalten (z.B. der Spanier und der Chinese sagen denselben Satz) kann unterschiedlich gedeutet werden: beim Spanier klingt er vielleicht freundlich, beim Chinesen bedrohlich. Das (unbewusste) soziale Panoramabild (das sich freilich jederzeit verändern kann) trägt dazu bei, >äußere< Informationen systematisch umzudeuten. Was >außen< wahrgenommen wird, entspricht tendenziell dem >inneren< Bild; ein Vorurteil wird gleichsam empirisch bestätigt. Man „sieht“ >außen< das, was man >innerlich< bereits weiß: dass Spanier sympathisch und Chinesen bedrohlich sind.

Demagogische Bilder

Im Folgendem verwende ich den Ansatz von Lucas Derks zur Diskussion von Populismus. Ausgangspunkt sind bekannte Ergebnisse aus Diskursanalysen.

Populistische Sprache zeichnet sich bekanntermaßen durch drastische Vereinfachungen aus. Populisten sprechen Ängste an und warnen vor drohenden Gefahren. Das Zielpublikum soll zusammengeschweißt und auf einen gemeinsamen Feind

eingeschworen werden. Ein zentraler Topos ist z.B. der Kampf gegen das politische Establishment. Populisten entwerfen in der Regel das Bild einer zutiefst gespaltenen Gesellschaft, die vom Grundkonflikt derer „oben“ (Staat, Parteien, politische Klasse, ...) und derer „unten“ (Volk, Gesellschaft, Staatsbürger, Bewegung, ...) beherrscht sei.⁸ Der Diskurs lebt von Kontrast-Bildern.⁹ Die „kleinen Leute“ werden „dem System“ gegenübergestellt, das „Volk“ der „herrschenden Klasse“, weiters; „die Nation“ dem „Ausland“, die „leistungsorientierten Bürger“ den „Sozialschmarotzern“, die „guten Inländer“ den „bösen Ausländern“, die „erfolgreichen Betriebe“ der „leistungsfeindlichen Bürokratie“, usw.¹⁰

All diese Beispiele besitzen ein gemeinsames Moment. Einer homogenen Gruppe der „Wir“ (Kleine Leute, Volk, Nation, Inland,...) wird eine homogene Gruppe der „Anderen“ (System, herrschende Klasse, Ausland, Sozialschmarotzer,...) gegenübergestellt und ein Feind-Angst-Bedrohungs-Szenario entworfen. (Reinfeldt spricht von einem agonalen Gruppierungsprinzip.)¹¹ Nimmt man diese Äußerungen ernst (für Haider gibt es hunderte Beispiele)¹² und interpretiert man Sprache als Ausdruck >innerer< Bilder, dann ergibt sich daraus das Modell einer zweigeteilten >inneren< Welt: immer steht eine Gruppe von „Wir“ einer Gruppe von „Anderen“ feindlich gegenüber.

Mit anderen Worten: alle sozialen Panorama Bilder, die jedem einzelnen der angedeuteten Szenarien entsprechen, weisen ein gemeinsames Merkmal auf: eine In-Gruppe, (die Wir) in Kontrast zu einer – entfernt stehenden - Out-Gruppe (die Anderen). Ein solches Schema wollen wir demagogisches Panorama nennen: Die Behauptung ist, dass Populisten tatsächlich eine solche >innere< Vorlage besitzen und dass ihre Anhänger dieses Schema ebenfalls beachten, bzw. im Laufe ihrer Begeisterung für die „Bewegung“ entwickeln und festigen.

Ein demagogisches Panorama unserer Definition muss von anderen Panoramen, die sich auf In- und Out-Gruppen beziehen, sorgsam unterschieden werden. Einteilungen nach

⁸ CANOVAN, Margret: Populism, London 1981, S.285f; SCHEDLER, Andreas: Die antipolitischen Stereotypen des Jörg Haiders, Journal für Sozialforschung, 35 (3/4), 1995, S. 299f.

⁹ Vgl. REISIGL, Martin und WODAK, Ruth: Austria First. A Discourse–Historical Analysis of the Austrian „Anti-Foreigner Petition“ in 1992 und 1993; in dies.: The Semiotics of Racism, Wien 2000, ch.12.

¹⁰ Vgl. dazu die vielen Beispiele für die FPÖ in ÖTSCH, Haider Light, S.18-22.

¹¹ REINFELDT, Sebastian: Nicht-wir und Die-da. Studien zum rechten Populismus, Wien 2000, S.47.

¹² Vgl. GRATZER, Christiane: Der Schoß ist fruchtbar noch. NSDAP (1920-1933) – FPÖ (1986-1988). Kontinuitäten, Parallelen, Ähnlichkeiten, Wien 1998; OTTOMEYER, Klaus: Die Haider-Show, Die Psychopolitik der Haider FPÖ, Klagenfurt 2000; PLATZER, Sabine: Untersuchungen des Sprachverhaltens von Jörg Haider in Interviews, Diplomarbeit Innsbruck 1990; STEINERT, Hans : Populismus, Politik, Darsteller, ihr Publikum und seine Mobilisierung, International Politics and Society, 1999(4).

„Wir“ und „Anderen“ muss jede Person notwendigerweise treffen. Sie hat mit der sozialen Seite der Identität zu tun (Identität wird im sozialen Panorama-Modell von Derks vor allem durch ein Selbstbild – man sieht sich im sozialen Panorama selbst – auch im Vergleich zu den Bildern von anderen Menschen repräsentiert). „Wir“ verglichen mit „Anderen“ ist eine alltägliche Konstruktion: wir Männer und die Frauen, wir Alten und die Jungen, wir von unserer Universität und die von jener Universität,

Das Demagogische ist nicht die Einteilung als solche, sondern die prinzipielle Schärfe, mit der eine Grenze zwischen den „Wir“ und den „Anderen“ gezogen wird. In einem demagogischen Panorama unterscheiden sich die beiden Gruppen fast wie die Spezies zweier Arten. Im extremen Fall werden den „Anderen“ sogar genuin menschliche Eigenschaften abgesprochen. Derks nennt den Vorgang, >innerlich< ein >äußeres< Etwas zu einer Person zu machen, Personifikation, das Gegenteil Depersonifikation.¹³ Beide Prozesse sind nicht an physikalische oder biologische Kriterien gebunden. Tatsächlich können Menschen fast alles personifizieren. Ein Animist personifiziert die Natur, ein Fetischist Dinge und ein Autist ist vermutlich nicht in der Lage, andere Menschen hinreichend zu personifizieren.

Demagogische >innere< Bilder weisen die Tendenz zu einer Überpersonifikation der „Wir“ und einer Depersonifikation der „Anderen“ auf. Die „Wir“ werden überhöht (bei Haider sind sie ausschließlich „brav“, „arbeitsam“, „tüchtig“), sie sind „gut“. Die „Anderen“ hingegen sind nur „böse“, verachtenswerte Menschen, denen jedes Verbrechen zuzutrauen ist. (Tatsächlich hat Haider „die Anderen“ mit fast jedem Verbrechen in Zusammenhang gebracht, das man sich ausdenken kann).¹⁴ Für Haider scheint das politische System Österreich (jedenfalls zu einer Zeit, als die FPÖ in Opposition war) nahe einem totalitären oder einem Terrorsystem zu sein.¹⁵ Die kleine Schar der „Wir“ ist von „Denen da oben“ bedroht, Angst-Wolken durchziehen die >innere< Welt. (Andere Teilbereiche der „Anderen“ sind „die da draußen“ im Ausland und „die da unten“: verächtliche Personen, wie „Sozialschmarotzer“ oder „Chaoten“). Im >inneren< Bild wird vermutlich eine helle Schar von „Wir“ einer entfernteren Schar von „Denen“, eingetaucht in düstere Farben, gegenübergestellt.

¹³ Vgl. DERKS, Das Spiel sozialer Beziehungen, S. 29f.

¹⁴ Belege finden sich u.a. bei den entsprechenden Stichworten in: TRIBUTSCH, Gudmund (Hg.): Schlagwort Haider. Ein politisches Lexikon seiner Aussprüche von 1986 bis heute, Wien 1994. Neuere Belege werden auf der Datenbank www.haiderlight.at gesammelt.

¹⁵ So die Analyse von JANUSCHEK, Franz: Der Sprachgebrauch in Populismus und Rechtsextremismus, in: Reinalter, Helmut. Petri, Franko und Kaufmann, Rüdiger (Hg.) Das Weltbild

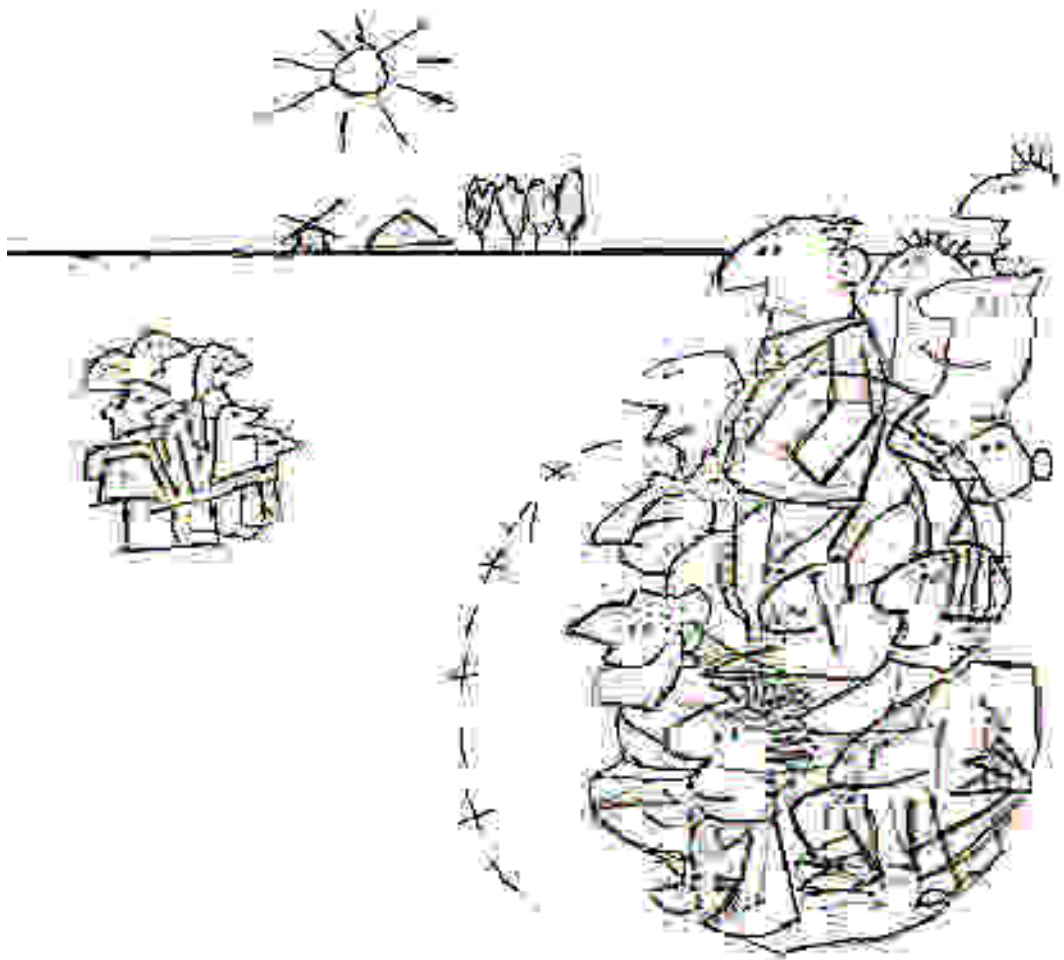


Abbildung 2

Ist eine solche >innere< Vorlage verfestigt, wird sie wahrnehmungsrelevant. Alles, was die "Anderen" tun, ist suspekt und wird mit Skandal und Verbrechen in Zusammenhang gebracht. Was sie tun, ist – in den Worten von Haider - auf "totalen Krieg", "Bürgerkrieg" und "Vernichtung" ausgerichtet. Im extremsten Fall werden die anderen depersonifiziert,

- und folgerichtig als Tiere bezeichnet ("Es geht um die Schweine, die wir in diesem Saustall ausmisten wollen").¹⁶

Neben "den Wir" und "den Anderen" ist im demagogischen Panorama noch eine Figur zu finden, die für den Erfolg einer demagogischen "Bewegung" von entscheidender Bedeutung ist. Es handelt sich um den "Führer" der "Bewegung" (oder einer Gruppe von Personen, die ihr voranstehen). Diese Person ist zwar einer "der Wir", muss jedoch im Panorama-Bild außerhalb der Gruppe aller anderen "Wir" positioniert werden. Der bevorzugte Platz dazu ist eine höhere Position, oberhalb der Gruppe der Wir und der Anderen. Viele Indizien bei Haider und bei seinen Gefolgsleuten deuten darauf hin, dass ein solcher >innerer< Ort tatsächlich besteht und in der Propaganda vermittelt werden soll.

Haiders Auftritte und Inszenierungen zielen auf ein strahlendes Image als Rebelle, Held, Oberkämpfer, Befreier oder Messias.¹⁷ In den Wahlkämpfen spielt die Betonung überragender Persönlichkeitsmerkmale eine große Rolle: Haider ist "unbestechlich", "treu", "ehrlich", "anständig", - "einer, der unsere Kinder schützt". Haider propagiert sich als "Beschützer des kleinen Mannes" und "Anwalt der Ohnmächtigen".¹⁸

Die Anklänge an religiöse Figuren sind unübersehbar. Im Wahlkampf 1995 hat Haider sich als "Schutzpatron" akklamiert.¹⁹ Ein Schutzpatron ist jemand, der nicht von dieser Welt ist. Er vermittelt zwischen der Sphäre des Irdischen und der im Himmel "hoch da oben".²⁰ (Lucas Derks spricht vom spirituellen Panorama, mit dem Gott, Heilige, Verstorbene, Geister, ... repräsentiert werden. Es befindet sich in unserer Kultur meist oberhalb des sozialen Panoramas: Gott wohnt gleichsam "im Himmel". Im Propaganda-

¹⁶ Die Presse vom 27.9.1990; zitiert nach SCHARSACH, Hans-Henning: Haiders Kampf, 8.Auflage, Wien 1992, S. 214. Depersonalisierte >innere< Bilder über andere bezeichne ich als Gegensatz-Bilder. Verfestigte Gegensatz-Bilder "rechtfertigen" jedes Verbrechen, weil es sich ja bei "den anderen" nicht um wirkliche Menschen handelt. Viele Aussagen von Rassisten können auf derartige >innere< Konstruktionen zurückgeführt werden. Dazu nur ein Beispiel; es stammt von Tobias Portschy, in der NS-Zeit Gauleiter von Burgenland. Noch im Jahre 1990 spricht er über Roma und Sinti auf folgende Weise: "Ich habe die Zigeuner den Juden gleichgestellt. Diese Analogie war ja mein Vorschlag [...] Die Zigeuner gehören weg, weil sie asozial sind und nicht, weil sie Zigeuner sind [...] Sie wurden nicht deswegen sterilisiert, weil sie Zigeuner waren, das bestreite ich heftig, sondern weil sie asoziale Wesen waren. Schmarotzer. Und Schmarotzer werden in der Natur immer bekämpft. Auch wenn´s Menschen sind. Die Zigeuner sind keine Menschen. Schmarotzer sind Schmarotzer"; nach HASLINGER, Josef: Politik der Gefühle. Ein Essay über Österreich, Frankfurt 1995, S. 81.

¹⁷ Zu den Image-Bildern von Haider vgl. OTTOMEYER, Klaus: Die Haider-Show. Klagenfurt 2000.

¹⁸ Z.B. Wochenpresse 39/1990. Vgl. dazu die Analyse von GOLDMANN, Harald, KRALL, Hannes und OTTOMEYER, Klaus: Jörg Haider und sein Publikum. Eine sozialpsychologische Untersuchung, 2.Auflage, Klagenfurt 1992.

¹⁹ Z.B. ORF-Mittagsjournal, 20.10.1995.

²⁰ Die Literatin Marlene Streeruwitz behauptet, Haider sei auf Wahlplakaten mit einem angedeuteten Heiligenschein verziert. Die weißen Unterleiberl, die unter dem Kragen herausblitzen, erinnern sie an das Kolar eines katholischen Priesters (Der Standard, 30.9.1999).

Bild demagogischer "Führer" werden also Elemente sozialer Panoramen mit Teilen spiritueller Panoramen verwoben).²¹

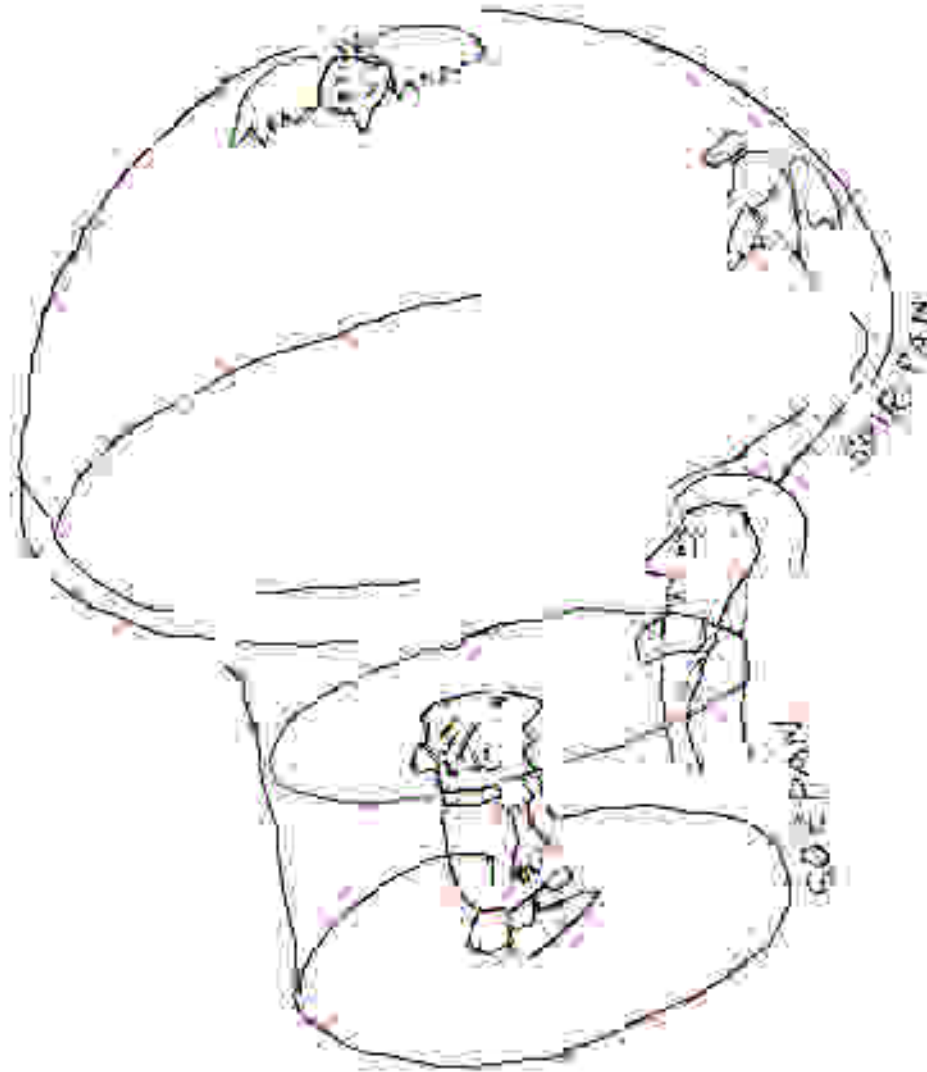


Abbildung 3

Folgen des demagogischen Panoramas

²¹ Zu religiösen Elementen des nationalsozialistischen Führerkults vgl. KERSHAW, Ian: Der Hitler-Mythos. Volksmeinung und Propaganda im Dritten Reich, Stuttgart 1980 und SEEBER, Otto: Kriegstheologie und Kriegspredigten in der Evangelischen Kirche Deutschlands im Ersten und Zweiten Weltkrieg, sowie MERGER, Gottfried: Gläubiger Fatalismus. Zur Mentalitätsgeschichte des "totalen Krieges" am Beispiel der Kriegstagebücher meiner Mutter, 1940-1946; beide in: Linden, Marcel van der und Mergner, Gottfried: Kriegsbegeisterung und mentale Kriegsvorbereitung, Berlin 1991.

Ein demagogisches Panorama besitzt damit drei zentrale Lokalisationen: ein naher Ort, an dem "die Wir" plaziert werden, ein ferner Ort für "die Anderen" und ein erhöhter Ort für das Image-Bild des "Führers" (In "Haider Light" habe ich diese Figur ironisch Super-Wir genannt). Alle Orte sind mit zum Teil intensiven Gefühlen verbunden: Gefühle von Liebe zu den "Wir", von Bewunderung (gemischt mit Angst) zum "Super-Wir" und von Abscheu und Hass zu "den Anderen". Meine These ist, dass eine solche >innere< Vorlage sowohl bei führenden Präponenten der FPÖ (auch bei Haider) als auch bei Personen zu finden ist, die für ihre Politik empfänglich sind.

Im folgenden gehe ich von der Existenz eines demagogischen Panoramas aus und versuche einige Implikationen abzuleiten. Es soll gezeigt werden, daß dieses einfache Modell geeignet ist, Phänomene aus unterschiedlichen wissenschaftliche Disziplinen zu ordnen und sinnvoll aufeinander zu beziehen. Beispiele sind:²²

1. Viele Details demagogischer Sprache können als Ausdruck eines demagogischen Panoramas verstanden werden, z.B.:
 - a) Wortschöpfungen, mit denen Demagogen die politische Sprache bereichern (für Haider z.B. "Systemparteien", "Politbonzen", "Privilegienritter", "Staatszirkus", "Dritte Republik").
 - b) Durchgängig verwendete Adjektive für die "Wir" ("anständig", "brav"...) und die "Anderen" ("Gauner", "Terroristen", ...), - mit fast keinen Ausnahmen, die dem einfachen Schema widersprechen würden.
 - c) "Die "Anderen" werden niemals als Opfer apostrophiert (Diese Kategorie bleibt den "Wir" vorbehalten), selbst wenn sie unschuldig zu Schaden kommen. „Opfer" dieser Art werden im demagogischen Diskurs zu Tätern verwandelt (Opfer-Täter-Umkehr). Sie können ja – so könnte man in dem hier vorgestellten Modell argumentieren – von einer Person, die ein demagogisches Panorama besitzt, gar nicht anders wahrgenommen werden.²³
 - d) Viele Merkmale demagogischer Sprache zielen darauf, demagogische Panoramen beim Adressaten hervorzurufen und zu verfestigen, z.B. der jahrelange systematische

²² Umfangreiche Belege für die folgende Zusammenfassung finden sich in ÖTSCH, Haider Light und in der Datenbank unter www.haiderlight.at.

²³ z.B. im Fall des Nigerianers Omufuma, der – bewacht und gefesselt von zwei österreichischen Polizisten – auf dem Flug nach Sofia, wohin er abgeschoben wurde, verstarb. Haider nennt Omufuma – ohne irgendeinen Anhaltspunkt zu nennen – mehrmals "Drogendealer" und "Mörder unserer Kinder" und warnt davor, "Krokodilstränen" für ihn zu vergießen (z.B. im Interview für die Zeitschrift Falter am 23.9.1999).

Aufbau ganzer Assoziationsketten für die neu erfundenen Begriffe,²⁴ die durchgängige Verwendung einer gefühlsbeladenen Sprache, die routinemäßiges Umdeuten aller Sachprobleme in einen personalisierten Kampf zwischen den "Wir" und den "Anderen", und - als scheinbarer Gegensatz – die Verwendung einer nüchternen Sach- und Expertensprache, wenn es darum geht, umstrittene Sprüche und Aktionen der Parteispitze zu verteidigen.

2. Erfolgreiche demagogische Politik, wie die der FPÖ, erfordert ein hohes Maß an Manövrierkunst. Dabei wird das starre Schema von "Wir" und den "Anderen" für konkrete Personen durchaus flexibel angewendet. Ein und dieselbe Person kann – je nach taktischen Erfordernissen – an einem Tag in der einen, am nächsten Tag in der anderen Gruppe erscheinen. Diese Tatsache (dafür gibt es viele Beispiele) führt zu der Frage, nach welchen Kriterien überhaupt Personen den "Wir" oder den "Anderen" zugeordnet werden. Tatsächlich erscheint es schwierig, generelle Normen anzugeben. Von wichtigen Ausnahmen abgesehen (z.B. dunkelhäutige Immigranten sind immer bei „den Anderen“) scheint es keine "objektiven" Zuteilungskriterien für die Zuordnung zu geben. "Feinde" von gestern (wie prominente Mitglieder der ÖVP) erscheinen als "Freunde" von heute, unterbrochen mit gelegentlichen "Feind"-Beschimpfungen und unter der stetigen Drohung, morgen wieder zu "Feinden" zu werden. Diese scheinbare Beliebigkeit ist meines Erachtens für Demagogie konstitutiv und verdient Beachtung.

In demagogischen „Bewegungen“ gibt es keine wirkliche Auseinandersetzung, nach welchen Kriterien und mithilfe welcher Regeln die Grundkategorien des >inneren< Welt-Bildes anzuwenden sind. Die Festlegung erfolgt nicht im Diskurs, sondern durch eine Aktion, die die Parteispitze inszeniert. Wenn Haider – scheinbar aus heiterem Himmel – irgendeine Person in Österreich (auch solche, die bislang als "Freunde" der FPÖ gegolten haben) oft mit rüden Worten beschimpft, dann sind in der FPÖ kaum Stimmen zu vernehmen, die die Verschiebung dieser Person von der Gruppe der "Wir" zu der Gruppe der "Anderen" kritisieren würden. Dies führt zu dem Schluss, dass (von Ausnahmen abgesehen), die Grundkategorien nicht wirklich operationalisierbar sind, sondern durch – oft willkürliche – Aktionen, meist von Haider selbst, festgelegt und von der "Bewegung" durch Akklamation und Verteidigung gebilligt werden.

3. Mit anderen Worten: demagogische Bewegungen sind notwendig autoritär. Sie benötigen eine Instanz (in der Regel eine Person), der das Monopol zukommt, Ziele

²⁴ Vgl. PLATZER, Sabine: Untersuchung des Sprachverhaltens von Jörg Haider in Interviews, Diplomarbeit an der Universität Innsbruck 1990.

und Aktionen vorzugeben und die jeweils konkrete Einteilung nach "Wir" und "Anderen" den tagesaktuellen Erfordernissen anzupassen. Dazu wird eine bestimmte Organisationsform benötigt, die in wichtigen (aber nicht in allen) Zügen an eine Sekte erinnert.²⁵ Merkmale sind:

- a) Das Machtzentrum liegt beim Guru. Er kann tun und lassen, was er will und wird dabei von der Organisation unterstützt.
- b) Um den Guru gruppiert sich ein innerster Führungskreis von Personen, die dem Guru loyal ergeben sind. Ihre Aufgabe ist es, den Guru parteiintern vor Kritik zu schützen (Kritiker werden sofort ausgeschlossen) und nach außen zu verteidigen, - egal, wie skurril seine Aktionen auch sind.
- c) In der Sekte herrscht eine unechte Hierarchie: der Guru kann jederzeit direkt auf allen Hierarchiestufen angreifen, - was in der Regel von allen akzeptiert wird.
- d) Die Schüler verehren ihren Guru, sie sind an ihn durch eine intensive Gefühls-Beziehung gebunden (manchmal auch aus Angst). Gurus sind Meister darin, andere an sich zu binden und gehorsam zu halten.
- e) In der Sekte gilt ein Rotationsprinzip. Die Positionen der Schüler auf den einzelnen Hierarchiestufen wechseln oft.
- f) Das Image des Guru wird vom Image der Organisation sorgsam getrennt. Skandale werden vertuscht, bekanntgewordene Übeltäter in der Regel sofort als "Andere" verstoßen (Der Guru agiert hier als Rächer).
- g) Damit wird ein Prinzip der Verantwortungslosigkeit etabliert, weil der (unfehlbare) Guru für die von ihm eingesetzten (fehlbaren) Schüler keine Verantwortung übernehmen kann. (Im Extremfall schlüpft er in die Rolle des Opfers bzw. droht mit Rücktritt oder damit, die Sekte zu verlassen).

All diese Merkmale sind für die FPÖ durch viele Beispiele verbürgt. Haider agiert immer noch in Ähnlichkeit zu einem Guru (wenngleich der Regierungseintritt der FPÖ und die darauffolgenden Wahlniederlagen eine Dynamik innerhalb der FPÖ in Gang gesetzt hat, deren Ausgang nicht vorhersehbar ist). Haider ist nach wie vor der eigentliche Führer der FPÖ (sein "Rücktritt" im Mai 2000 war ein sorgsam inszeniertes Manöver, das Haiders Handlungsspielraum vergrößert hat, ohne an der Macht- und Informationsstruktur der FPÖ entscheidendes zu verändern) und kritisiert "von außen" in regelmäßigen Abständen "seine" Regierungsmitglieder und ihre Maßnahmen, die er vorher parteiintern gebilligt hat. Viele Inszenierungen von Haider

²⁵ Vgl. dazu KRAMER, Joel und ALSTAD, Diana: The Guru Papers. Masks of Authoritarian Power, Berkeley 1993.

- dienen dem Zweck, seinen Sonderstatus im demagogischen Panorama zu festigen oder – bei Wahlniederlagen – wiederherzustellen. Die FPÖ achtet sorgfältig, Haiders Image vom Image der Partei und der Regierung zu trennen (ein Vorhaben, das in vielen Manövern gelingt, zur Zeit – März 2001 – allerdings wenig zu glücken scheint).
4. Die fehlende Operationalisierung der Grundkategorien des demagogischen Panoramas gibt dem demagogischen Super-Wir eine enorme Freiheit für seine Aktionen. Im Grunde genommen, ist er an wenige "Fakten" gebunden, die ansonsten als "real" gelten. Demagogisches Agieren zeichnet sich durch die systematische Verwendung falscher Zahlen, erfundener Einzel-Fälle, willkürlicher Angriffe ohne empirischen Beweis, erfundener Statistiken, Verknüpfung von (eigentlich) unzusammenhängenden Phänomenen, freier Umdeutung der eigenen Geschichte, usw. aus. Demagogische Politik ist auf die Inszenierung gefühlvoller Hypes aus: die eigentliche "Realität" soll in einem massenhypnotischen Nebel verschwimmen.
 5. Diesem Ziel dienen viele Prinzipien des demagogischen Diskurs. Im Kern geht es darum, den herkömmlichen politischen Diskurs und seine rationalen und inhaltlichen Elemente zu verunmöglichen. Ein solcher würde dem demagogischen Panorama widersprechen und seine Willkür und Unsinnigkeit bloßlegen. Viele Taktiken, die führende FPÖ-Politiker z.B. in TV-Debatten andauernd praktizieren, dienen diesem Ziel. Beispiele sind: überraschende persönliche Angriffe auf Diskutanten, oft mit frei erfundenen Behauptungen, die sich im nachhinein als unzutreffend herausstellen; Dementis, die keine Dementis sind, gefolgt von sofortigen Gegenangriffen; das Leugnen jedes demagogischen Musters bis hin zur Verwendung einer Sprache, die keinen erkennbaren Sinn macht und nur der Verwirrung der "Feinde" dient. (Diese kommunikativen Taktiken werden FPÖ-intern trainiert).
 6. Die FPÖ als stimmenstarke Partei weist viele Facetten auf, die in das hier präsentierte Modell nicht hineinpassen. Auffallend ist jedoch, das jeder der Wahlkämpfe im Kern einem demagogischen Panorama folgt. Die FPÖ beschränkt sich stets auf jene wenigen Themen, die ein Höchstmaß an Emotionalisierung versprechen. Bei jedem Wahlkampf wird (z.T. mit untauglichen Mitteln) versucht, zeitpunktgenau die "Gegner" zu skandalisieren. In vielen Wahlkämpfen wird das dem demagogischen Panorama entsprechende Welt-Bild direkt plakatiert, z.B. "Sie sind gegen mich, weil ich für Euch bin" (Nationalratswahlen 1994).
 7. Aus dem demagogischen Panorama folgen wichtige Persönlichkeitsmerkmale des Super-Wir selbst. Ein Super-Wir, der guruhaft eine demagogische Bewegung führt, bedarf zweier psychischer Voraussetzungen, will er einigermaßen glaubhaft seine

Rolle spielen. Er muss zum einen in gewissem Ausmaß wirklich an all die Ängste glauben, die er in seinen düsteren Bedrohungs-Szenarien entwirft. Zweitens muss er in gewissen Maße das grandiose Bild von sich selbst für wahr halten, das seine Propaganda von ihm verkündigt. Werden diese beiden Merkmale betont (sie folgen direkt aus dem demagogischen Panorama), dann landen wir bei dem, was Psychologen Paranoia und Narzissmus nennen. Genau das wurde für Haider in verschiedenen Studien wiederholt behauptet.²⁶

8. Dies steht auch direkt mit manchen ideologischen Inhalten der FPÖ in Zusammenhang. Ein Beispiel sind die verschiedenen Verschwörungs-Mythen, die regelmäßig zu hören sind (z.B. die "EU-Sanktionen" gegen die österreichische Regierung war eine Verschwörung des österreichischen Bundespräsidenten und "der Linken" mit der EU-Spitze; staatsanwaltliche Nachforschungen gegen Haider im Zuge des sogenannten Spitzelaffäre im Winter 2000 eine Verschwörung von "linken Beamten" im Ministerium; der Wahlkampf der SPÖ in Wien (März 2001) war von einem Berater von der US-Ostküste gesteuert (Code für das internationale Judentum), usw.

All das überrascht nicht, wenn man sich die Angst-Welt eines demagogischen Panoramas vergegenwärtigt. In dieser Welt haben unzählige Verschwörungs-Mythen Platz, weil im Kern eine gigantische Verschwörung behauptet wird: "die da" haben sich gegen "uns" verschworen, "wir" müssen "uns" gegen "die" zur Wehr setzen! Eine solche Verschwörungstheorie ist, wie das demagogische Panorama selbst, von sogenannten "Fakten" fast zur Gänze abgeschottet. Je weniger man weiß, desto mehr wird die Verschwörung bestätigt, weil es ja in der Macht der Verschwörer liegt, alle Beweise geheim zu halten. "Daher kann", so schreibt Robert Anton Wilson in einem Lexikon der Verschwörungstheorien (in dem auch Theorien zu finden sind, wie sie von FPÖ-Politikern verbreitet wurden) "niemand wirklich verrückte Verschwörungstheorien widerlegen, denn sie alle haben eine seltsame Schleife in ihrer Konstruktion: Jeder Beweis *gegen sie* funktioniert nämlich gleichzeitig als Beweis *für sie*, wenn man die Dinge so sehen will"²⁷. Die innere Vorlage determiniert die "Realität": das, was man sieht, bestätigt das (unbewusste) Modell.

Schlussätze

²⁶ Vgl. die Belege in ÖTSCH, Haider Light, Fußnoten 354 bis 372.

²⁷ WILSON, Robert Anton: Das Lexikon der Verschwörungstheorien. Verschwörungen, Intrigen, Geheimbünde, Frankfurt 2000, S. 14.

In diesem Aufsatz wollte ich verschiedene Phänomene auf ein einfaches Modell beziehen, um Populismus mehr verstehbar zu machen. Das hier vorgeschlagene Modell besitzt nach meiner Einschätzung eine gewisse Erklärungskraft (und praktische Implikationen für eine gegen Demagogie gerichtete Politik, auf die hier nicht eingegangen werden kann). Es erklärt nicht, warum in Österreich eine demagogische Partei an der Regierung beteiligt ist, bzw. warum diese Denkweise in der österreichischen Mentalität (auch bei anderen Parteien und in wichtigen Medien Österreichs) so stark verbreitet ist. Die spannende Frage für die Zukunft Österreichs wird es sein, wie es gelingen wird, das demagogische Panorama als Gestaltungselement der Politik zu entkräften und Regeln eines demokratischen Diskurses in höherem Maße Geltung zu verschaffen.