

"AfD und Medien": Analyse eines Spannungsverhältnisses

"Handreichungen" für den medialen Umgang mit Rechtspopulisten

von Otto Brenner Stiftung

+++ „Alternative für Deutschland“ (AfD) inszeniert sich einerseits als Opfer des Mediensystems +++ Andererseits werden Medienangebote von ihr ausgenutzt und zu instrumentalisieren versucht +++ Autor Gäbler präsentiert Handreichungen für den medialen Umgang mit der AfD +++ Otto Brenner Stiftung: kein besonderer „AfD-Journalismus“ nötig, aber solides Handwerk und klassische Tugenden wichtig +++

Frankfurt am Main - Mit gezielten Provokationen und kalkulierten Tabubrüchen buhlt die Partei „Alternative für Deutschland“ (AfD) um mediale Beachtung und öffentliche Aufmerksamkeit. So hat sie es auch in einem internen Strategiepapier festgehalten. Sie hält ein Stöckchen hin und findet immer wieder genügend Journalisten, die dankbar drüber springen und einen realen oder nur vermeintlichen Skandal auf die Bühne einer größeren Öffentlichkeit bringen. Gleichzeitig versucht die AfD, sich über grundsätzliche Angriffe auf die Freiheit der Berichterstattung und massive Attacken auf das Mediensystem im innenpolitischen Streit und bei ihren Sympathisanten zu profilieren. Dieses „Spannungsverhältnis zwischen AfD und Medien“ ist der Ausgangspunkt eines Diskussionspapiers der Otto Brenner Stiftung (OBS). Autor der aktuellen Analyse ist Prof. Bernd Gäbler - früher Chef des renommierten Grimme-Instituts, heute Journalistik-Professor an der FHM Bielefeld.

Neben der „Stöckchen-Falle“ identifiziert Bernd Gäbler weitere „Fallen“ und Dilemmata, denen sich die klassischen Medien im Umgang mit der AfD zu selten bewusst sind. Da ist zum einen beispielsweise die „Ausgrenzungs-Falle“, durch die sich die AfD immer wieder und gerne als Opfer eines „Mainstreams“ inszeniert – und inszenieren lässt. Und da ist zum anderen die „Oppositionsfalle“, in der sich Medien die Rolle einer politischen Opposition anmaßen. Hinzu komme, so OBS-Autor Gäbler, die mangelnde Bereitschaft vieler Journalisten, sich mit den grundlegenden Kategorien dieser Partei - wie „Identität“, „Volk“ oder „Nation“ - wirklich kritisch auseinanderzusetzen. Zu oft, so ein Befund der Analyse konkreter „Vorfälle“, folge die Berichterstattung auch dem „Framing“, also dem Deutungsrahmen, den sich die AfD selbst gibt. Sie wolle die „Grenzen des Sagbaren“ verschieben und fände dabei in den Medien leicht ein Echo, heißt es in dem Diskussionspapier.

Nach Auffassung des Medienwissenschaftlers Gäbler liegt das aber nicht nur an vielleicht gut gemeinten, aber falschen redaktionellen Entscheidungen, sondern auch an strukturellen Gemeinsamkeiten, die es zwischen der „Logik des Rechtspopulismus“ und der Aufmerksamkeitsstrategie der Massenmedien gibt. Für die AfD resultiert daraus ein „Double-Bind“-Verhältnis zu den Medien. Wie keine andere politische Bewegung zuvor lehnt die AfD redaktionell geführte Medien und „intermediäre Instanzen“ der Gesellschaft ab, weil sie immer „das Volk“ direkt ansprechen will. Andererseits ist sie besonders darauf aus, in den Medien vorzukommen und präsent zu sein. Aus dieser Hassliebe ergibt sich die doppelte Strategie, Medien als „Lügen-“ oder „Lückenpresse“ zu verdammen und sie zugleich instrumentalisieren zu wollen. Die umfassende Präsenz in den sozialen Medien diene der AfD, so eine weitere These, nicht nur dazu, die eigenen Sympathisanten direkt und „ungefiltert“ anzusprechen, sondern diese auch für die Organisation zu gewinnen und enger an die Partei zu binden.

In seiner Analyse der AfD und den anschließenden „Handreichungen“ rät der Autor Bernd Gäbler, die Berichterstattung über die AfD und die Kommentierung ihrer Politik für nichts weniger zu nutzen als eine Re-Formierung des Journalismus, seines Handwerks und seiner klassischen Tugenden. Aus Sicht der Otto Brenner Stiftung brauchen die medialen Herausforderungen, die mit der AfD verbunden sind, keinen „AfD-Journalismus“ als spezifische Reaktion. „**Solide Ausbildung, handwerkliche Fertigkeiten, journalistische Kompetenz und intensive Beschäftigung mit Personen, Programm und Profil**“ der Partei, so OBS-Geschäftsführer Legrand, bewährten sich in der tagtäglichen Auseinandersetzung mit den Rechtspopulisten. Die Stiftung will mit den durch zahlreiche Beispiele aus der Praxis belegten Handreichungen auch eine Orientierungshilfe anbieten für den medialen Umgang mit der AfD vor der kommenden Bundestagswahl.

Otto Brenner Stiftung, 17. Juli 2017.

Quelle: Webseite der [Otto Brenner Stiftung](#) [3]

Bernd Gäbler: „AfD und Medien - Analyse und Handreichungen“. OBS-Arbeitsheft № 92, Frankfurt am Main, Mitte Juli 2017

Studie kostenfrei bestellen, lesen, www.otto-brenner-stiftung.de oder downloaden im Pressebereich der OBS [weiter](#) [4].

AfD und Medien - Analyse und Handreichungen

► Vorwort:

Am 19. Juni 2017 ist das Protokoll eines WhatsApp-Chats der „Alternative für Deutschland“ (AfD) in Sachsen-Anhalt geleakt und öffentlich gemacht worden. Die Inhalte dieses Chats sind auch deswegen besonders interessant, weil sich die Mitglieder und Anhänger der AfD, die sich hier intern austauschten, „unbeobachtet“ wähnten. Sie schreiben also unverstellt und kommunizieren ohne Rücksicht auf ihr Ansehen in der Öffentlichkeit. Sichtbar wird so das Psychogramm einer Partei, die sich einerseits als wahre Stimme und Retterin aller Deutschen fühlt und sich andererseits gerne als verfolgtes Opfer des politischen Systems inszeniert – als Opfer der „Altparteien“ ebenso wie der Presse, der permanent unterstellt wird, gelenkt oder gekauft zu sein. Wenn Mitglieder, Wähler und Funktionäre der Partei pauschal und undifferenziert von „Lügen-“, „Lücken-“ oder „Pinocchio-Presse“ sprechen, unterstreicht das, dass sich die AfD als ein fundamentaler Gegner „der Medien“ schlechthin empfindet. „Mit der Machtübernahme“, so formuliert es ein Chat-Teilnehmer, „muss ein Gremium alle Journalisten überprüfen und sieben, Chefs sofort entlassen, volksfeindliche Medien verbieten“.

Der AfD-Fundamentalismus, der als ein grundsätzlicher Angriff auf die Pressefreiheit und als eine massive Attacke auf das Mediensystem verstanden werden kann, ist in dieser Form und Tonalität in der bundesrepublikanischen Parteiengeschichte ein neues Phänomen. Seitdem die AfD bei der Bundestagswahl 2013 mit 4,7 Prozent der Stimmen knapp gescheitert ist, schaffte sie in allen folgenden Landtagswahlen den Sprung in die Landesparlamente – teilweise sogar mit zweistelligen Ergebnissen. In Mecklenburg-Vorpommern überflügelte sie als zweitstärkste Kraft sogar die mitregierende CDU, in Baden-Württemberg ließ sie die SPD hinter sich. Die AfD scheint sich als eine parteipolitische Kraft zu positionieren, die das bundesdeutsche politische System so schnell verändern kann wie keine Partei vor ihr.

Jede Bewegung entwickelt auch ihre eigenen Medien. Schon [Jakob Siebenpfeiffer](#) [5], einer der Initiatoren des „[Hambacher Fests](#) [6]“ im Jahre 1832, hatte eine illegale Druckerei betrieben. Piratensender berichteten aus der Anti-Atom-Bewegung. Die Gründung der Tageszeitung (taz) ist ein Resultat politischer Protestbewegungen. Die AfD nun bedient sich wie keine Partei zuvor der sozialen Medien. Durch heftige Interaktion und ständige Selbstvergewisserung erscheint sie darin wie ein Riese. Die Fülle der Twitter-Tweets, Facebook-Posts und WhatsApp-Chats ersetzt ihr zugleich (noch) fehlende „Vorfeld-Organisationen“, über die andere Parteien verfügen und damit gesellschaftliche Zustimmung anstreben und politische Unterstützung organisieren. Auch andere Bewegungen haben aus ihrem jeweiligen Blickwinkel die Presse kritisiert. Ohne die „Enteignet-Springer-Kampagne“ ist die 68er-Bewegung nicht vorstellbar. Das traf zugleich auf offene oder heimliche Sympathien bei den Konkurrenten des Springer-Konzerns. Und die Gründung und Entwicklung der Grünen stieß speziell in einigen Redaktionen der öffentlich-rechtlichen Sender auf große Sympathie.

Die AfD aber sieht nicht nur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk einen prinzipiellen Gegner, sondern urteilt ganz generell über alle Medien: Entweder berichten sie im Sinne der AfD oder sie lügen. Doch mit der fundamentalen Ablehnung der Medien geht zugleich ein geradezu verzweifelt Buhlen und Werben um deren Gunst einher. Das historisch Neue und Einzigartige scheint darin zu liegen, dass bisher keine Partei mit bundesweiter Relevanz und breiter Präsenz in den Landtagen einerseits das Leistungsprofil privater Medien und des öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems so massiv und so grundsätzlich in Frage gestellt hat, wie die AfD dies tut. Andererseits versucht die Partei zugleich, diese Medienangebote für ihre Zwecke und Anliegen auszunutzen und gelegentlich auch zu instrumentalisieren.

Diesem „Double-Bind“-Verhältnis von „AfD und Medien“ geht unser Autor Bernd Gäbler im vorliegenden Diskussionspapier nach. Der erste Teil dient vor allem dazu, skizzenhaft die noch kurze Geschichte der AfD „[auf den Begriff zu bringen](#)“. Daran schließen sich „Handreichungen“ an. Dieses zweite Kapitel enthält ebenfalls grundsätzlichere Überlegungen zur AfD, zu deren Medienstrategie und zur journalistischen Ethik.

Dass das Thema „AfD und Medien“ in der Öffentlichkeit wiederholt strittig debattiert worden ist, unterstreicht die Notwendigkeit, im Wahlkampf vor der Bundestagswahl 2017 für Klärung zu sorgen. Entscheidend ist aus Sicht der Stiftung, dass die medialen Herausforderungen, die mit der AfD verbunden sind, keinesfalls einen spezifischen „AfD-Journalismus“ erforderlich machen. An zahlreichen Beispielen gelingt es unserem Autor Bernd Gäbler eindrucksvoll zu zeigen, wessen es in der tagtäglichen Auseinandersetzung mit der Partei bedarf: solider Ausbildung, handwerklicher Fertigkeiten, journalistischer Kompetenz und intensiver Beschäftigung mit Personen und Programm.

Mit unserem Diskussionsbeitrag wollen wir eine Debatte anregen – sowohl in den Redaktionen wie in der Öffentlichkeit. Die Stiftung hofft zudem, dass sie mit den Handreichungen von Bernd Gäbler helfen kann, in einem schwierigen Umfeld etwas Orientierung zu geben.

Jupp Legrand, Geschäftsführer der OBS - Frankfurt am Main, im Juni 2017

<https://www.otto-brenner-stiftung.de/> [3]

Anhang

 [Bernd Gäbler - AfD und Medien - Analyse und Handreichungen - Otto Brenner Stiftung - OBS-Arbeitsheft Nr. 92 - Juli 2017](#) [7]

Größe
1.58
MB

Quell-URL: <https://kritisches-netzwerk.de/forum/obs-afd-und-medien-analyse-eines-spannungsverhaeltnisses>

Links

[1] <https://kritisches-netzwerk.de/user/login?destination=comment/reply/6504%23comment-form> [2] <https://kritisches-netzwerk.de/forum/obs-afd-und-medien-analyse-eines-spannungsverhaeltnisses> [3] <https://www.otto-brenner-stiftung.de/> [4] <https://www.otto-brenner-stiftung.de/otto-brenner-stiftung/aktuelles/afd-und-medien.html> [5] https://de.wikipedia.org/wiki/Philipp_Jakob_Siebenpfeiffer [6] https://de.wikipedia.org/wiki/Hambacher_Fest [7] https://kritisches-netzwerk.de/sites/default/files/bernd_gaebler_-_afd_und_medien_-_analyse_und_handreichungen_-_otto_brenner_stiftung_-_obs-arbeitsheft_nr._92_-_juli_2017.pdf [8] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/afd> [9] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/afd-fundamentalismus> [10] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/afd-journalismus> [11] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/afd-und-medien> [12] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/alternative-fur-deutschland> [13] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/altparteien> [14] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/bernd-gabler> [15] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/deutungsrahmen> [16] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/double-bind> [17] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/enteignet-springer-kampagne> [18] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/feindbild> [19] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/fhm-bielefeld> [20] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/grenzen-des-sagbaren> [21] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/hambacher-fest> [22] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/handreichungen> [23] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/journalistische-ethik> [24] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/jupp-legrand> [25] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/luckenpresse> [26] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/lugenpresse> [27] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/massenmedien> [28] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/medienstrategie> [29] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/obs> [30] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/obs-arbeitsheft> [31] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/oppositionsfrage> [32] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/otto-brenner-stiftung> [33] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/philipp-jakob-siebenpfeiffer> [34] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/pinocchio-presse> [35] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/populismus> [36] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/pressefreiheit> [37] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/provokationen> [38] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/rechtspopulismus> [39] <https://kritisches-netzwerk.de/tags/rechtspopulisten>