

Die AfD und der Fluch der Stimmung

Es war ein Schock: In Sachsen-Anhalt holte die *Alternative für Deutschland AfD* am letzten Wochenende jede vierte Stimme und steigt damit zur zweitstärksten Partei des Bundeslandes auf. In Baden-Württemberg erreicht sie aus dem Stand 15,1 Prozent Wähleranteil und wird drittstärkste Partei. In Rheinland-Pfalz erreicht sie 12,6 Prozent. Interessant ist dabei: In jedem der drei Bundesländern siegt eine andere Partei. In Sachsen ist es die CDU, in Baden-Württemberg sind es (zum ersten Mal in einem Bundesland) die Grünen und in Rheinland-Pfalz ist es die SPD.

Zuerst die SVP, dann die FPÖ und der Front National und jetzt also die AfD. Wie konnte es nur so weit kommen, dass in Deutschland eine Partei zweistellige Stimmenanteile erzielt, die ein so deutlich reaktionäres Programm verfolgt? Dass viele ihrer Anliegen nicht etwa Kopfschütteln auslösen, sondern auf breites Verständnis, ja auf Sympathie stossen – gerade auch in der Schweiz?

Wie kommt es, dass eine freiheitliche und offene Gesellschaft sich auf

breiter Front so plötzlich ins Gegenteil verkehren will? Nein, es kann nicht daran liegen, dass die Menschen *genug* haben. Im Osten von Deutschland, wo die AfD die höchste Zustimmung erhält, halten sich am wenigsten Flüchtlinge auf, sind jüdische und islamische Kultur sicher nicht ein Problem auf breiter Front. Ähnlich wie in der Schweiz wenden sich in jenen Gebieten die Bürger am stärksten gegen Ausländer, in denen die Ausländerquote am geringsten ist. Warum also dieser Umschwung nach rechts? Der interessanteste Erklärungsversuch kommt von Heinz Bude, Professor für Makrosoziologie an der Universität Kassel. Bude sagt: Die Stimmung ist schuld.

Das Wort *Stimmung* gibt es so nur auf Deutsch: Es meint nämlich sowohl die eigene, emotionale Verfassung, als auch die Gestimmtheit einer Landschaft oder einer Menschenmenge. In anderen Sprachen gibt es dafür zwei unterschiedliche Wörter: *mood* und *attunement* auf Englisch, *humeur* und *atmosphère* auf Französisch. Nur auf Deutsch wird die subjektive und die objektive Seite dieser Gestimmtheit mit

demselben Wort *Stimmung* bezeichnet. Schon früh haben Philosophen über dieses Wort nachgedacht. Heidegger sagt zum Beispiel (etwas vereinfacht): Man kann nicht nicht gestimmt sein. Der Mensch ist weder Autor noch Zeuge seiner Stimmung. Er ist ihr ausgesetzt, ob er will oder nicht.

Nun haben nicht nur einzelne Menschen eine Stimmung, sondern auch Gesellschaften. Dabei spielen die Medien eine wichtige Rolle: *Die verschiedenen Publika der Gesellschaft bilden Räume der Stimmung, die durch einen gleichmässigen Strom von relevanten Informationen und gemeinsamen Erregungen aufrecht erhalten werden und das Erleben von Gesellschaft intensivieren*, schreibt Heinz Bude. Eine wesentliche Rolle spielen dabei seit Beginn der 20er Jahre die grossen Kaufzeitungen, die in den Städten im Strassenverkauf (deshalb heissen sie Boulevardzeitungen) abgesetzt wurden. Diese ersten Massenmedien suchen ihren Erfolg mit Aktualität, Emotionalität und Visualität.

Zu sagen, dass diese *Boulevardmedi-*

en Stimmungsmacher sind, wäre zu einfach. Sie sind ebenso Ausdruck der Stimmung einer Gruppe. Wesentlicher als ihr Inhalt ist die Art ihrer Ansprache: direkt, emotional – affektiv. Die Kaufzeitungen müssen die Kunden in ein, zwei Sekunden auf dem *Boulevard* zum Kauf animieren – das geht nicht mit intellektuellen Höhenflügen. Genauso funktionieren heute Netzmedien: Ob Twitter oder Facebook, ob Blick.ch oder Watson – diese Medien fackeln nicht lange. Sie rufen ihre Geschichten aus wie einst die Zeitungverkäufer der *B.Z. am Mittag*, die 1904 als erste deutsche Boulevardzeitung im Stil amerikanischer Vorbilder die Berliner zum Kauf animierte.

Was für eine Stimmung verbreiten sie denn, diese *Boulevardmedien*? Die sind doch so unterschiedlich... In der Tat: Inhaltlich unterscheiden sie sich stark. Gemeinsam ist ihnen die emotionale Art. Heinz Bude schreibt: *Die von den journalistischen Online-Anbietern produzierte Stimmung geht daher weniger von den mitgeteilten Inhalten und den darin enthaltenen Beziehungsbotschaften aus als von der Methode der direkten affekti-*

ven *Publikumsansprache*. Bude sagt, es entstehe ein Gefühl der *Disjunktion*, also der Aufspaltung der Gesellschaft, in ein offizielles und seriöses Publikum, das in den traditionellen Medien aufgehoben ist, und ein inoffizielles und populäres Publikum, *das nicht auf die Deutungsangebote aus den Medien wartet, sondern das Medium selbst in die Hand nimmt*. Es entsteht also ein Wir-Gefühl unter Menschen, die sich in Opposition zur etablierten Gesellschaft sehen, zur *Lügenpresse* und zur *Classe Politique*.

Das Gefühl, das durch diese Opposition zwischen emotionalem *Wir* und rationaler Führungsschicht in der Gesellschaft entsteht, ist das des Misstrauens: Breite Kreise haben das Vertrauen in die Politik, in den Staat, in die Medien, in die Intellektuellen verloren. Die AfD, die SVP, der Front National, Beppe Grillo in Italien oder Donald Trump in den USA – sie alle bewirtschaften dieses Misstrauen mit den Mitteln der Boulevard-Zeitungen: direkt, emotional – affektiv. Dabei ist nicht entscheidend, ob (und dass) sie alle den Finger auf manch wunden Punkt legen, sondern wie sie das machen. Und mit

welchem Resultat: Sie führen wieder eine vertikale Spaltung in die Gesellschaft ein zwischen dem polierten Palazzo, wo die Mächtigen sind, und der Piazza, wo das Volk sich über die Mächtigen empört.

Was für eine Stimmung steht dahinter? Heinz Bude spricht von der Stimmung der Gereiztheit, die den Hintergrund bilde für *plötzlich hoch-schiessende soziale Bewegungen des Misstrauens*. Piraten oder Pegida, Epopop oder Tea Party – die Anliegen der Misstrauischen sind sehr unterschiedlich. Gemeinsam ist ihnen eine *kollektive Gereiztheit*, eine Systemaversion, ein Empfinden des Betrogenseins. Und das zum Teil zurecht, wenn man sich die Zahl der *Working Poor* anschaut und sich vergegenwärtigt, wie teuer das Leben für eine Familie mit Kindern in der Schweiz heute ist. Immer mehr Menschen haben auch in der Schweiz den Eindruck, dass sie am steigenden Wohlstand nicht mehr teilhaben. Dass gleichzeitig Tausende von Flüchtenden in Europa Schutz suchen, gibt den *Misstrauischen* das Gefühl, dass sie nicht nur *von oben*, sondern auch *von unten* unter Druck kommen.

Die Gereiztheit äussert sich heftig im Internet, in Kommentarfeldern unter Artikeln, in Facebook-Postings – und in den Resultaten von Wahlen und Abstimmungen. Wie finden unsere Gesellschaften wieder aus dieser Gereiztheit heraus? Schwierige Sache, sagt Heinz Bude. Man könne sich *weder mit Gewalt noch mit Idealismus* dagegenstemmen. Kurz: die Gereiztheit lässt sich nur destruktiv nutzen. Unter dieser Gereiztheit gibt es aber laut Bude *ein Bedürfnis, die Dinge wieder zusammenzufügen*, eine Art *Bedürfnis nach Reparatur*. Dieses zutiefst menschliche Bedürfnis lässt sich nicht von einem Parteiapparat ansprechen, sondern nur von einzelnen Menschen. Das ist vielleicht der Grund dafür, warum der Grüne Winfried Kretschmann gegen den Trend die Wahlen in Baden-Württemberg gewonnen hat: Seine Parteizugehörigkeit war sekundär. Im Vordergrund stand das Vertrauen in ihn als Menschen.

Kurz: In der Stimmung der Gereiztheit und des Misstrauens brauchen wir nicht Boulevard-Parteien, die der Logik der Gereiztheit folgen und das Misstrauen bewirtschaften, son-

dern Menschen, in die wir Vertrauen setzen können. Echte Menschen.

Basel, 18.3.2016
mz@matthiaszehnder.ch

Quellen:

AfD Parteiprogramm:
<https://correctiv.org/blog/2016/03/14/das-afd-programm-entschluesst/>

Heinz Bude
<https://www.uni-kassel.de/fb05/fachgruppen/soziologie/makrosoziologie/prof-dr-heinz-bude.html>

B.Z. am Mittag
<https://de.wikipedia.org/wiki/B.Z.>

Heinz Bude: Das Gefühl der Welt. Über die Macht von Stimmungen. Hanser, 160 Seiten, ISBN 978-3-446-25065-9