

Osnabrücker Jahrbuch Frieden und Wissenschaft 25 / 2018

THEMENSCHWERPUNKT:
»POPULISMUS« UND DEMOKRATIE

- OSNABRÜCKER FRIEDENSGESPRÄCHE 2017
- MUSICA PRO PACE 2017
- BEITRÄGE ZUR FRIEDENSFORSCHUNG

Herausgegeben vom Oberbürgermeister der
Stadt Osnabrück und dem Präsidenten der
Universität Osnabrück

V&R unipress

Wissenschaftlicher Rat der Osnabrücker Friedensgespräche 2017-2018

Prof. Dr. Martina Blasberg-Kuhnke, Kath. Theologie, Universität Osnabrück (Vorsitz)
Prof. Dr. Dr. Rauf Ceylan, Islamische Theologie, Universität Osnabrück
Prof. Dr. Roland Czada, Politikwissenschaft, Universität Osnabrück (Stellv. Vorsitz)
Hans-Jürgen Fip, Oberbürgermeister a.D. (Ehrenmitglied)
Prof. i.R. Dr. Wulf Gaertner, Volkswirtschaftslehre, Universität Osnabrück
apl. Prof. Dr. Stefan Hanheide, Musikwissenschaft, Universität Osnabrück
Prof. Dr. Christoph König, Germanistik, Universität Osnabrück
Prof. Dr. Susanne Menzel, Biologie, Universität Osnabrück
Prof. i.R. Dr. Reinhold Mokrosch, Evangelische Theologie, Universität Osnabrück
Prof. Dr. Ulrich Schneckener, Politikwissenschaft, Universität Osnabrück
Prof. em. Dr. György Széll, Soziologie, Universität Osnabrück
Prof. i.R. Dr. Albrecht Weber, Rechtswissenschaft, Universität Osnabrück
Prof. Dr. Siegrid Westphal, Geschichtswissenschaft, Universität Osnabrück
Prof. i.R. Dr. Tilman Westphalen, Anglistik, Universität Osnabrück
Prof. Dr. Rolf Wortmann, Politikwiss. und Public Management, Hochschule Osnabrück
Dr. Henning Buck (Geschäftsführung)

Verantwortlicher Redakteur: Dr. Henning Buck

Redaktionelle Mitarbeit: Joachim Herrmann, Jutta Tiemeyer, Michael Pittwald

Einband: Bruno Rothe / Tefvik Goektepe, unter Verwendung eines vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung bereitgestellten Fotos von Steffen Kugler.

Für freundliche Unterstützung der Osnabrücker Friedensgespräche 2017-2018 danken wir

- der Stadtwerke Osnabrück AG
- der Sievert-Stiftung für Wissenschaft und Kultur
- dem Förderkreis Osnabrücker Friedensgespräche e.V.

Redaktionsanschrift: Geschäftsstelle der Osnabrücker Friedensgespräche
Universität Osnabrück, Neuer Graben 19 / 21, D-49069 Osnabrück
Tel.: + 49 (0) 541 969 4668, E-Mail: ofg@uni-osnabrueck.de
Internet: www.friedensgespraeche.de

Die Deutsche Nationalbibliothek – Bibliografische Information: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.
1. Aufl. 2018

© 2018 Göttingen, V&R unipress GmbH, Robert-Bosch-Breite 6, D-37079 Göttingen,
mit Universitätsverlag Osnabrück. Alle Rechte vorbehalten.
Printed in the EU: Hubert & Co. GmbH & Co. KG BuchPartner, Robert-Bosch-Breite 6,
D-37079 Göttingen.

Vandenhoeck & Ruprecht Verlage | www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com

ISSN 0948-194X
ISBN 978-3-8471-0957-0

Inhalt

Vorwort der Herausgeber.	7
Editorial.	9
I. OSNABRÜCKER FRIEDENSGESPRÄCHE 2017	
<i>Reformation: Wirkt sie noch heute auf die Gesellschaft und das Miteinander der Religionen?</i> Mit Heinrich Bedford-Strohm, Hans Joas	15
<i>Historische Schuld und verblässende Erinnerung – Wie weiter aus Geschichte lernen?</i> Mit Markus Meckel, Beate Klarsfeld, Bernd Weisbrod	41
<i>Generationengerechtigkeit, Altersarmut und demographischer Wandel</i> Mit Reinhold Schnabel, Annelie Buntenbach, Paul Ziemiak	73
<i>Modell Costa Rica? – Bildung statt Armee!</i> Mit Henning Jensen Pennington, José Joaquín Chaverri Sievert, Sebastian Huhn	95
Robert Menasse, Wien <i>Europa sieht Deutschland: »Der deutsche Mensch als Symptom«</i> Festvortrag zum Tag der Deutschen Einheit	119
<i>Brexit, Trump und »Populismus«</i> Mit Jan-Werner Müller, Karin Priester, Joschka Fischer	135
<i>Militär und Justiz heute</i> Mit Dieter Deiseroth, Christoph A. Rass, Roland Czada	161

**II. MUSICA PRO PACE –
KONZERT ZUM OSNABRÜCKER FRIEDENSTAG 2017**

Stefan Hanheide, Osnabrück
Friedensmusik im Reformationszeitalter 1517-1648 189

III. BEITRÄGE ZUR FRIEDENSFORSCHUNG

Joachim Westerbarkey, Münster
Populismus und ›fakes‹ – Wie gehen wir damit um? 205

Maximilian Probst, Hamburg
Die Verherrlichung des Kämpfers kehrt zurück 211

IV. ANHANG

Referentinnen und Referenten, Autorinnen und Autoren 217
Abbildungsnachweis 223

Joachim Westerbarkey, Münster

Populismus und ›fakes‹ – Wie gehen wir damit um?

Populismus ist ein äußerst erfolgreiches Kulturprogramm, mit dessen vielfältigen Erscheinungen wir ebenso widersprüchlich und inkonsequent umgehen wie mit diversen *fakes*, denn beide werden uns keineswegs nur von bekennenden Populisten und böswilligen Netzaktivisten zugemutet. Doch was genau ist Populismus und was sind eigentlich *fakes*?

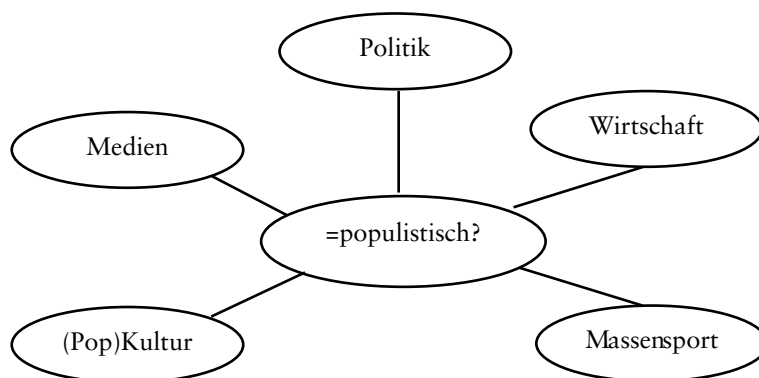
I. *Was ist Populismus?* – Der Begriff ›Populismus‹ wird meistens abfällig verwendet, obwohl er in unserer Gesellschaft ein weit verbreitetes Phänomen ist, ja sogar ein zentrales Element der Kulturindustrie. Parteien, Wirtschaftsunternehmen und Medien: Sie alle profitieren bekanntlich davon, wenn möglichst viele von uns ihre Produkte, Dienste und Angebote wahrnehmen, wählen oder kaufen, und deshalb möchten sie es möglichst vielen recht machen. Das Wichtigste ist dabei, attraktiv zu sein und gut anzukommen, denn beim Kampf um Aufmerksamkeit, Geld oder Macht sind Inhalte sekundär. Das heißt zwar nicht, dass keine anderen Werte und Ziele im Spiel sind, doch diese sind eher Privatsache, führen ein Nischendasein oder dienen lediglich der Legitimation und Akzeptanz.

Echte Populisten sind notorische Wendehälse: Sie versprechen uns alles, was wir hören und haben wollen, sie hängen ihr Fähnlein in den Wind mutmaßlicher Mehrheiten und sie wechseln gern ihre Meinung nach dem Motto: Was kümmert mich mein Geschwätz von gestern? Folglich sind echte Populisten keine Ideologen, sondern *Opportunisten*, auch wenn es selbstverständlich jene gibt, die spezielle Gruppen bedienen, sich zu deren Sprachrohr machen und deren Einstellungen propagieren. Diese Populisten polarisieren gern, ziehen also scharfe Grenzen zwischen innen und außen, wir und anderen, ›Volk‹ und Fremden, unten und oben, und sie verknüpfen solche Unterscheidungen mit Werten und Emotionen: Wir sind gut, die anderen böse, wir müssen uns schützen, weil uns andere bedrohen, wir müssen uns gegen ›die da oben‹ wehren. Auf der einen Seite werden Heimatgefühle, Nationalstolz und sogenannte Leitkulturen beschworen, auf der anderen ist vom drohenden Untergang des Abendlandes die Rede, vom Machtmissbrauch egoistischer Eliten oder vom Staatsversagen.

Um bei möglichst vielen anzukommen, ist Populismus notwendig trivial und damit *anti-intellektuell*: Er versteht sich als Stimme des ›gesunden Menschenverstandes‹, des stummen Protestes einer hilflosen Menge. Dieser werden umstandslos gleiche Interessen und Konsens unterstellt, um die

Existenz einer homogenen Gemeinschaft propagieren zu können, frei nach dem fatalen Motto ›Ein Volk, ein Reich, ein Führer!‹. Die irrationale Fiktion einer Gefühls- und Wertegemeinschaft ignoriert jedoch, dass wir längst in einer hochdifferenzierten Gesellschaft leben: Statt deren Vielfalt und Komplexität zu akzeptieren, werden Modelle überschaubarer Verhältnisse und einfacher Erklärungen entworfen, die nostalgisch sind, also *rückwärtsgerichtet*.

II. *Der alltägliche Populismus* – Der aktuelle Erfolg von Populisten führt folglich zu der Frage, ob nicht große Bereiche unserer Gesellschaft längst populistisch infiziert sind, z.B. das politische System, die Wirtschaft, der Massensport, die Kultur und die Medien.



Verhalten sich nicht auch unsere sogenannten Volksparteien populistisch, wenn sie beharrlich um die ›breite Mitte‹ der Gesellschaft buhlen, wenn sie mehr auf Ruhe und Ordnung setzen als auf Wandel und Inhalte, wenn sie ihre Entscheidungen ›alternativlos‹ nennen und wenn sie für sich in Anspruch nehmen, ›das Gemeinwohl‹ zu vertreten, also die Interessen aller?

Und ist nicht auch das tägliche *politainment* populistisch, also die theatralische Inszenierung von Politik, die vor allem dazu dient, sich beliebt zu machen? Auch hier geht es nämlich weniger um gute Argumente und Logik als um Attraktivität und emotionale ›Befindlichkeiten‹: Anstatt sachlich zu argumentieren, werden oft persönliche Meinungen und Unterstellungen geäußert, unverbindliche Phrasen gedroschen und Konkurrenten diffamiert. Und auch hier feiern bewährte Propagandatechniken fröhliche Urständ: Stereotype Redensarten und Wiederholungen, Verallgemeinerungen und Übertreibungen sind ebenso an der Tagesordnung wie immerwäh-

rende Angstmacher, etwa der voraussichtliche Verlust von Arbeitsplätzen oder die unmittelbar bevorstehende Umweltkatastrophe. Bemerkenswert ist freilich, dass sich diese *Populisten der Mitte* nicht für solche halten, sondern nur ihre rechten und linken Konkurrenten bezichtigen, populistisch zu sein. Folglich verwenden sie den Begriff, um anderen vorzuwerfen, was sie selber tun – ein Paradefall von Scheinheiligkeit.

Doch nicht nur Politiker versuchen, sich populistisch anzubiedern, sondern auch große Unternehmen. Sie schauen dem Volke nicht nur aufs Maul, sondern klauen ihm gleichsam ihre trivialen Slogans aus dem Maul, wie z.B. »Geiz ist geil!« oder »Ich bin doch nicht blöd!«.

Zwar weiß wohl jeder, dass es sich dabei nicht um ethische Maximen handelt, sondern darum, möglichst viele ins Geschäft zu locken und zum Kauf zu überreden. Doch offenbar scheint es uns wenig zu stören, dass wir in der Werbung für dumm verkauft werden, wenn sie nur pfiffig und einprägsam ist.

Charakteristisch für Populismus ist *Simplizität*, ob in Supermärkten oder Fußballstadien: Alle bieten uns an, was alle verstehen und was für alle leicht verfügbar ist. Auch in der Popkultur heißt folglich das erste Gebot: ›Wie es Euch gefällt‹. Aber sie bietet eben nicht jedem das Seine, sondern allen das Gleiche. Insofern gilt hier nicht selten der bekannte Spontispruch: Leute, frisst Scheiße – Millionen Fliegen können sich nicht irren!

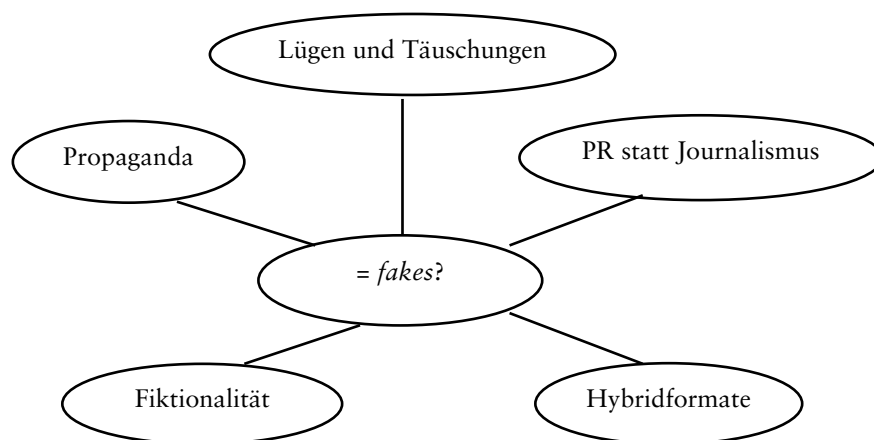
Derweil sorgt im Popcorn-Kino das simple Freund-Feind-Schema nach wie vor für Spannung und Nervenkitzel, etwa in den überaus erfolgreichen *Hobbit*-Folgen, wo heldenmütige Wesen wie du und ich permanent gegen grausame Tiermenschen kämpfen müssen. Auch das kommt an und rentiert sich, denn der Subtext heißt: Wir sind ein bedrohtes, gutes Volk und die Vernichtung externer Unholde ist nicht nur legitim, sondern notwendig: Gewalt wird zur *ultima ratio*. Vielleicht erklärt das auch die enorme Beliebtheit von Fernsehkrimis, die zurzeit geradezu inflationär produziert und gesendet werden. Auch sie spiegeln unsere Angst vor Räubern und Mördern, propagieren *law & order*, und wir halten sie wohl nur deshalb für unbedenklich, weil sie spannend sind und uns gut unterhalten. Dabei vergessen wir gerne *Horkheimer* und *Adornos* Warnung: »Vergnügtsein heißt Einverständnis.«¹

Und selbst der Journalismus ist populistisch infiziert, denn im täglichen Kampf um Aufmerksamkeit, also um Auflagen und Einschaltquoten, verdrängen oft Sensationen und Spekulationen die sachliche Berichterstattung, ganz abgesehen von den täglichen Banalitäten auf der bunten Seite. Außerdem wird das Publikum laufend mit sogenannten *Politbarometern* versorgt, die zeigen, mit welcher Meinung man sich gerade zur Mehrheit zählen darf, ob diese nun vernunftgesteuert ist oder nicht. Und schließlich

wird unsere Lebenswelt per Saldo als höchst gefährlich präsentiert, denn Mordanschläge und tägliche Unfälle verkaufen sich nun einmal besser als der langweilige Alltag, und man ist fast enttäuscht, noch nie überfallen worden zu sein.

III. Was tun? Zum Ersten – Angst statt Information macht es den Populisten aller Couleur leicht, Anhänger zu gewinnen. Deshalb sollten wir zwar über deren Treiben besorgt sein und bei ihnen nach Ursachen und Gründen suchen, doch wir sollten auch unsere eigenen Gewissheiten und Gewohnheiten und unsere herrschende Kultur infrage stellen, die in weiten Teilen mehr oder weniger populistisch ist. Und statt Populisten unsererseits auszugrenzen und zu diffamieren, sollten wir sie ernst nehmen und sie ausreden lassen und ihnen gut zuhören, bevor wir ihnen antworten, also eine sachliche und verständigungsorientierte Streitkultur pflegen, selbst wenn uns manche Zeitgenossen noch so heftig ›anpöbeln‹ (*sic!*). Denn hier helfen keine Vorurteile weiter oder Unterhaltungs- und Gefühlswert von Kommunikation, sondern nur ein Abgleich von Argumenten auf Augenhöhe. Das bedeutet aber auch, dass alle Beteiligten einräumen, dass Gewissheiten immer nur vorläufig sind, auch die eigenen.

IV. Fakes und Fiktionen – Schauen wir uns noch in der schillernden Welt der Lügen und Täuschungen um, im Feld der PR-Strategien, der Hybridformate im Fernsehen, der literarischen Fiktionen und künstlerischen Illusionen und der gezielten Propaganda: Handelt es sich bei all diesen stets um *fakes*?



Mit *fakes* angemessen umzugehen, scheint auf den ersten Blick recht einfach zu sein, denn Lügen, Schwindel und Betrug sind seit biblischen Zeiten verpönt. Allerdings haben Medienlügen und -fälschungen eine lange Erfolgsgeschichte, und die Anzahl der Zeitungsenten, Tatarenmeldungen, Bildmanipulationen und retuschierten Filme ist legendär. Bekannte Beispiele aus der jüngeren Vergangenheit sind die erfundenen *Hitler*-Tagebücher oder die angeblichen Star-Interviews von *Tom Kummer*, doch inzwischen tauchen immer neue Möglichkeiten und Varianten in den sozialen Medien auf, also in Internet-Foren und *chatrooms*, bei *Twitter* oder *Facebook*. Hier wimmelt es von falschen Identitäten, von Pseudonymen, *nicknames*, falschen Adressen oder erfundenen Absendern, und man findet immer wieder Betrugsversuche mit unseriösen Beratungsofferten und suspekten Bewertungsportalen.

Nun könnte man einwenden, dass die Wahrnehmung und Wirkung solcher *fakes* auf überschaubare Kreise beschränkt bleibt, nämlich auf spezielle Internetgemeinden, die wenig von anderen wissen. Doch längst beobachten die Massenmedien dieses Treiben, nutzen das Netz als Quelle für eigene Nachrichten und Berichte und zitieren es manchmal sogar wörtlich. Dadurch verhelfen sie womöglich auch *fake-news* zu einem enormen Aufmerksamkeitssprung und beschleunigen ihre Entfaltung im allgemeinen Diskurs. Doch Aufmerksamkeit ist schließlich die Geschäftsgrundlage der Medien, deren Vertreter offenbar befürchten, dass sie etwas Interessantes versäumen und dass ihnen andere ihr Publikum abspenstig machen.

Aber auch auf andere Weise begünstigen konventionelle Medien die Entstehung und Zirkulation von Halb- und Unwahrheiten; denn statt wichtige Ereignisse zu melden, publizieren sie oft Vermutungen, Gerüchte und Prognosen, also spannende und aufmerksamkeitstarke Spekulationen. Ihr Unterhaltungswert scheint ihnen wichtiger zu sein als dürre Fakten: Hauptsache, die *story* ist gut. Und da die meisten Leser, Hörer und Zuschauer ohnehin nicht überprüfen können, was stimmt und was nicht, bleibt ihnen kaum etwas anderes übrig, als zu akzeptieren, was *plausibel* ist, also wahrscheinlich im Sinne des Wortes, und was sich irgendwie gut anfühlt. Außerdem können sie nur selten erkennen, aus welchen Quellen Journalisten schöpfen. So ist es recht leicht, ihnen Presseberichte und Fotos aus der Werkstatt von PR-Agenturen als journalistische Produkte zu verkaufen, also interessengebundene Darstellungen als neutrale Berichterstattung – sind das *fakes*?

Anders als anonyme *blogger* setzt die Presse allerdings ihr wertvollstes Kapital aufs Spiel, wenn sie ›lügt, wie gedruckt‹, nämlich das Vertrauen ihrer Leser, und das können Journalisten eigentlich nicht wollen. Doch vielleicht vertrauen sie darauf, dass niemand merkt, was hinter den Kulis-

sen vorgeht. Jedenfalls wissen wir sehr oft nicht genau, womit wir es in den Medien zu tun haben und was wir davon halten sollen. So werden im Fernsehen immer neue Hybridformate gesendet, zum Beispiel *Dokufiktionen* über das vermeintliche Aussehen und Leben von Dinos oder *mockumentaries*, also Pseudo-Dokumentationen frei erfundener Geschehnisse. Und viele Spielfilme über historische Berühmtheiten enthalten nachweislich historische Fehler: Sind das alles *fakes*? Und schadet das irgendwem? Ich kann mir nicht helfen, aber ich stelle mir die Dinos genauso vor, wie sie im Spielfilm *Jurassic Park* gezeigt werden, obwohl niemand genau weiß, wie sie wirklich aussahen und wie sie sich angehört und verhalten haben.

Handelt es sich dabei nun um Betrug oder künstlerische Freiheit? Immerhin ist *Fiktionalität* durchaus wahrhaftig, aber nur, wenn sie als solche deklariert wird, und es handelt sich nur dann um Täuschung, wenn dieses nicht der Fall ist.

V. *Was tun? Zum Zweiten* – Anstatt konkrete Maßnahmen vorzuschlagen, wie wir mit *fakes* umgehen sollten, möchte ich abschließend einige praktische Probleme zur Diskussion stellen, die offenbar schwer zu beheben sind.

Um Licht in die Dunkel- und Grauzonen von Unwahrheiten und Halbwahrheiten zu bringen und Korrekturen zu ermöglichen, werden gerne mehr Transparenz, Kontrollen und Gegendarstellungen gefordert, doch ist das bei der Fülle von Material überhaupt zu schaffen? Und sind die meisten Menschen wirklich an umfassender Aufklärung interessiert? Oder wollen sie sich lieber amüsieren, trotz gelegentlicher Irritation durch allzu offensichtliche *fakes*?

Einige namhafte Populisten scheinen ohnehin nicht viel von *Aufklärung* zu halten, sondern denunzieren den wackeren Enthüllungsjournalismus sogar als ›Lügenpresse‹. Damit machen sie Wahrheit und Wahrhaftigkeit zu einer Frage der Definitions- und Deutungsmacht von Wirklichkeit, die man politisch oder finanziell durchsetzen kann. Es ›lügen‹ dann immer die anderen, und die Frage ist nun nicht mehr, ob man lügen *darf*, sondern ob es zweckmäßig und Erfolg versprechend ist. Und da planmäßige Desinformation schon immer zum Kampf um Köpfe gehörte, sind *fake-news* für manche lediglich ein legitimes Propagandamittel, das ihnen andere getrost verübeln mögen. Doch weil diese ihnen oft nicht auf Anhieb das Gegenteil beweisen können, bauen die Lügner darauf, dass schon irgendetwas hängen bleibt. Und damit behalten sie leider nicht selten recht.

1 Vgl. Max Horkheimer und Theodor W. Adorno: *Dialektik der Aufklärung*. 15. Aufl. Frankfurt a.M. 2001, S. 153.