POPULISMUS UND ÖFFENTLICHKEIT

Symbiotische Interdependenzen

Rechtspopulismus und politische Alternativpublizistik.

Von André Haller

Abstract In den vergangenen Jahren entstand – vorangetrieben durch die Digitalisierung – eine wachsende Zahl reichweitenstarker rechtsgerichteter Medienformate. Angebote wie das politische Magazin „Compact" oder das Onlineportal „KenFM" weisen zum Teil hohe Nutzerzahlen auf. Diese Akteure stellen die demokratische Verfasstheit und den öffentlichen Diskurs vor neue Herausforderungen. Im Verhältnis Politik und Journalismus zeigen sich Tendenzen einer neuen symbiotischen Interdependenz zwischen beiden Sphären. Auf der Basis empirischer Beobachtungen in den USA und Deutschland kann gezeigt werden, dass populistische Politiker und rechte Alternativmedien sich immer mehr annähern und gegenseitige Abhängigkeiten entstehen.

Professioneller Journalismus erfüllt in modernen Demokratien wesentliche gesellschaftsdienliche Funktionen: Neben der Herstellung von Öffentlichkeit, der Information der Bevölkerung und der Kontrolle von Eliten, sollen Medien an der Meinungs- und Willensbildung mitwirken, politisch bilden und sozialisieren (vgl. Strohmeier 2004, S. 72-75). Daneben hat sich in den vergangenen Jahren – vor allem wegen der flächendeckenden Verbreitung von Internetdiensten – eine rechts-alternative Medienlandschaft entwickelt. Dieser Aufsatz führt in die Gemeinsamkeiten von diesen populistischen Alternativmedien und alternativen linken Medienprojekten der 1970er-Jahre ein. Anschließend werden theoretische Überlegungen zu einer neuen Interdependenz von Politik und Alternativmedien vorgestellt, die mit empirischen Beobachtungen in den USA und Deutschland belegt werden. Die explorative Studie will einen Beitrag

Dr. André Haller ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft der Otto-Friedrich-Universität Bamberg.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.214.61', am 12.10.2024, 09:04:54
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

dazu leisten, das Verhältnis zwischen rechten Alternativmedien und politischen Akteur_innen theoretisch zu begründen.

Alternative Publizistik und Gegenöffentlichkeit

Der Begriff Alternativmedien ist eng mit dem Konzept der Gegenöffentlichkeit verknüpft. Als Gegenentwurf zu etablierten Elitenstrukturen entwickelten sich Alternativmedien, um eine Gegenöffentlichkeit zu erzeugen. Der Begriff Alternativmedien ist für die Analyse unter Vorbehalt geeignet. Zutreffender wäre der sich in der englischsprachigen Forschung etablierte Begriff *partisan media* (vgl. Schweiger 2017, S. 42), der im Deutschen allerdings mit *parteiische Medien* verwechselt werden kann, was eine nicht zwingend vorhandene Verbindung mit Medienorganen von Parteien impliziert. Die Bezeichnung *alternative Medien* wird daher trotzdem gewählt, jedoch nicht mit etablierten Konzepten von Journalismus gleichgesetzt.

Die bedeutendsten Alternativmedien in der Bundesrepublik Deutschland entstanden aus linken Protestgruppen, die sich nach den gesellschaftlichen Umwälzungen der 1960er-Jahre entwickelten. Die Medienkritik der Linken fokussierte sich auf den Vorwurf, dass etablierte *Mainstream-Medien* eigene politische Themen und Standpunkte nicht veröffentlichen oder gar bewusst unterdrücken. Zudem wurde starkes Misstrauen gegenüber der Organisationsstruktur der Massenmedien und ihrer Rolle im politischen System ausgesprochen (vgl. Beywl/Brombach 1982, S. 551; Holtz-Bacha 2015, S. 330). Die Alternativmedienprojekte der 1970er wollten zudem Rezipient_innen stärker in den Nachrichtenproduktionsprozess einbinden (vgl. Weichler 1987, S. 1). *Alternativ* sollten nicht nur die Inhalte sein, sondern auch die Organisationstruktur, Produktion und Finanzierung.

Klassische journalistische Werte und Professionsregeln sind in der politisch positionierten Alternativpublizistik nicht ausreichend vorhanden.

An gängigen Merkmalen des Journalismus orientiert, können Alternativmedien in den wenigsten Fällen als *Journalismus* gelten: Klassische journalistische Werte und Professionsregeln wie Unabhängigkeit, Ausgewogenheit, Quellentransparenz und Neutralität sind in der politisch positionierten Alternativpublizistik nicht ausreichend vorhanden (vgl. Schweiger 2017, S. 30-43). Daher sollten alternative Medienangebote eher als *Alternativpublizistik* bezeichnet werden, da der Publizistikbegriff als Sammelbegriff für „Produkte der öffentlichen Kommunikation [...], die medial vermittelt werden" (Averbeck-Lietz 2013, S. 285) breiter gefasst ist. Alternativpublizistik umfasst demnach

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

alle Arten von Alternativmedien, auch diejenigen, die politische Ziele verfolgen.

Hegemonie als zentraler Kampfbegriff

Linke Aktivist_innen sahen ihre Themen im öffentlichen Diskurs unterrepräsentiert. Als Lösung für diesen Missstand sollte die Schaffung einer Gegenöffentlichkeit durch die Produktion alternativer Medienangebote dienen.

Ein zentraler Begriff im Diskurs linker Protestbewegungen war das Hegemoniekonzept des italienischen Kommunisten Antonio Gramsci. Der Kern des Theoriefragments besagt, dass Menschen nicht allein durch politische Macht oder physischen Zwang beherrscht werden, sondern auch durch (politische) Ideen bzw. Ideologien. Diese These knüpft damit an Karl Marx' Vorstellung an, dass die leitenden Ideen einer Epoche auf den Weltbildern der herrschenden Eliten basieren (vgl. Bates 1975, S. 351). Der Aufbau und die Bestandssicherung hegemonialer Strukturen erfolgt in der Theorie Gramscis durch staatliche Stellen und weitere Akteure, die in der Öffentlichkeit wirken: Schulen, Universitäten und insbesondere Medien (vgl. Candeias 2011, S. 22f.).

Kommunistische Theoretiker sahen Gegen-Hegemonie als notwendige Voraussetzung zur Etablierung proletarischer Herrschaft an.

In der kommunistischen Ideologie, sowie im späteren Diskurs der Studentenbewegungen der 1960er und den Neuen Sozialen Bewegungen der 1970er-Jahre, wird Hegemonie als dualistisches Phänomen angesehen: Einerseits sei Hegemonie zur Durchsetzung der Herrschaft einer Elite (im kommunistischen Weltbild: einer *Klasse*) grundlegend und daher abzulehnen. Andererseits sahen kommunistische Theoretiker Gegen-Hegemonie als notwendige Voraussetzung zur Etablierung proletarischer Herrschaft an (vgl. Bates 1975, S. 352). In einem Zustand der unerwünschten Hegemonie kommt dabei dem Begriff der Gegenöffentlichkeit die zentrale Rolle zu: „Gegenöffentlichkeit meint eine gegen hegemoniale Öffentlichkeit gerichtete Teilöffentlichkeit, die um einen spezifischen gesellschaftlichen Diskurs oder Standpunkt herum strukturiert ist" (Krotz 1998, S. 653).

Der Hegemoniebegriff ist jedoch nicht exklusiv in linken Gruppen vorzufinden, sondern wird auch von Neoliberalen und Neokonservativen instrumentalisiert (vgl. Candeias 2011, S. 16f.). In den USA zeigt sich dies an der Medienkritik konservativer Politiker und Aktivisten, die Mainstream-Medien als Instrumente einer liberalen Elite kritisieren (vgl. Guardino/Snyder

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

2014; Mort 2014). Am Beispiel rechtspopulistischer Alternativpublizistik wird deutlich, dass das Hegemonialprinzip auch hier ein zentrales Denkkonzept ist.

Ansätze zur Analyse des Verhältnisses von Polit-PR und Journalismus

Ansätze zur Beschreibung des Verhältnisses von PR und Journalismus insbesondere Interdependenzansätze eignen sich für explorative Analysen des Verhältnisses zwischen Rechtspopulismus und Alternativmedien. Die Beziehung von politischen Akteur_innen und von Journalist_innen wurde in der politischen Kommunikationsforschung ausführlich thematisiert. Drei Denkrichtungen sind hierbei zentral:

- Die Instrumentalisierungsthese, die von einer Dominanz der Politik gegenüber dem Journalismus ausgeht. Der prominenteste Ansatz ist die Determinationshypothese, die postuliert, dass politische PR die Berichterstattung dominiert (vgl. Baerns 1985).
- Die Dependenzthese, die eine stärkere Beeinflussung der Politik durch den Journalismus postuliert. Insbesondere Kepplinger sieht Journalismus als funktionale Basis für politisches Agieren an (vgl. 1985, S. 261). In der Praxis führt dieser Zwang der Publizität zur Adaption journalistischer Regeln in der politischen Arbeit.
- Interdependenztheorien, die eine wechselseitige Beeinflussung der beiden Systeme annehmen. Das Intereffikationsmodell kann diesem Denken zugeordnet werden: Es betont gegenseitige Beeinflussungen, Abhängigkeiten und Orientierungen der beiden Bereiche (vgl. Bentele/Liebert/Seeling 1997, S. 240). Zentrale These des Ansatzes ist, dass die Bereiche PR und Journalismus wechselseitig voneinander abhängig und auf Induktionen und Adaptionen des jeweiligen anderen Systems angewiesen sind und auch selber ausführen. Diese Grundaussage wird bei Ruß-Mohl (vgl. 1999) radikaler als symbiotische Beziehung dargestellt, bei der beide Seiten voneinander profitieren.

Dieser Beitrag stützt sich auf die letzte der drei Sichtweisen und präsentiert anhand empirischer Beobachtungen aus den USA und Deutschland erste theoretische Überlegungen hinsichtlich einer neu entstehenden Symbiose zwischen rechtsgerichteten politischen Akteur_innen und Alternativmedien.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

Publizistisch-populistische Allianzen in den USA und Deutschland

Erste Hinweise für die These, dass die Herausbildung neuer alternativer Medien zur Entstehung einer symbiotischen Abhängigkeit zwischen rechtsgerichteten Politiker_innen und Medien führt, finden sich in den USA. Beim ersten Briefing von Journalist_innen nach dem Amtsantritt Trumps wurden neue Regeln seitens des Weißen Hauses festgelegt: Anders als bislang, als traditionell die Nachrichtenagentur Associated Press und die großen Fernsehsender die ersten Fragen bei Pressekonferenzen stellten, erhielt das Wort zuerst die Boulevardzeitung „New York Post", dann das religiöse „Christian Broadcasting Network", bevor ein spanischsprachiger Sender und der konservative Sender „Fox" Fragen stellen durften. Pressesprecher Sean Spicer erklärte zudem, dass „noch mehr unterschiedliche Medien" Zutritt zum Weißen Haus erhalten werden (vgl. sun 2017). Trumps Administration gewährte daraufhin rechtsgerichteten Alternativmedien an den offiziellen Pressekonferenzen teilzunehmen. Nicht nur prominente Alternativmedien wie „Breitbart News Network" sondern auch kleinere Anbieter, wie der umstrittene Blog „The Gateway Pundit", durften Korrespondenten entsenden.

Trumps Administration gewährte rechtsgerichteten Alternativmedien an den offiziellen Pressekonferenzen teilzunehmen.

Auffallend ist die Vernetzung der Alternativmedienszene der US-Rechten: „Gateway Pundit"-Korrespondent Lucian Wintrich arbeitete bereits mit Milo Yiannopoulos zusammen, der für „Breitbart" publizierte und als junges Aushängeschild der rechten Szene (vgl. Grynbaum 2017) galt. Zusätzlich zur Öffnung des White House Press Corps gibt es Belege dafür, dass Alternativmedien exklusive Zugänge zum Präsidenten gewährt werden: Trump schlug die Einladung zum traditionellen Korrespondentendinner aus und lud dafür ausgewählte Medienvertreter, darunter „Breitbart" und „The Daily Caller", zu einer vertraulichen Gesprächsrunde ein (vgl. Riotta 2017). Die Verbindung zur alternativen Medienlandschaft geht jedoch über informelle und formelle Treffen hinaus: Der frühere „Breitbart"-Produzent Stephen Bannon wurde Trumps Berater. Im Frühjahr 2017 folgte ihm Julia Hahn, die ebenfalls für das rechte Internetangebot arbeitet, als Beraterin ins Weiße Haus (vgl. Terris 2017).

Die Einbindung von früheren Alternativmedienproduzenten zeigt, dass Donald Trump Potential in den *neuen* Medien erkannt hat. Die Ernennungen dienten einem symbolischen Zweck. Die Trump-Administration zeigte damit rechtsgerichte-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

ten Anhängern, dass sie auch personell einen „gegen-hegemonialen“ Wandel durchführt.

Auch in Deutschland lassen sich Tendenzen erkennen, dass Alternativmedien durch populistische Politikerinnen und Politiker bevorzugt behandelt werden und eine enge Verbindung zwischen ihnen besteht, so z. B. beim Wahlerfolg der AfD (24,3 Prozent) bei der Landtagswahl in Sachsen-Anhalt am 13. März 2016. Am Wahlabend verweigerte der AfD-Spitzenkandidat André Poggenburg zunächst etablierten Medien ein Gespräch und gab stattdessen dem Magazin „Compact“ ein Interview. In der ARD-Dokumentation vom 11. Juli 2016 (Berbner/Stadtlich 2016) werden Aufnahmen gezeigt, die den Chefredakteur von „Compact“, Jürgen Elsässer, in einem gesonderten Studioraum im Interview mit dem Spitzenkandidaten zeigen. Eine Interviewpassage gibt einen Einblick in das Verhältnis des Alternativmediums und der Partei zu den Medien des Landes.

Die persönliche Art des Interviews ("Dich") offenbart eine Entgrenzung der professionelleb Rollen des Publizisten und Politikers.

> *Elsässer zu Poggenburg: „Haben dich die etablierten Medien schon durch den Fleischwolf gedreht?“. Poggenburg dazu: „Sie haben es versucht, auf jeden Fall, wie immer, das ist ja klar. Das haben wir seit Wochen, seit Monaten erleben wir das“ (Berbner/Stadtlich 2016, Min. 28).*

Der Dialog ist aufschlussreich, weil er einerseits zeigt, dass der AfD-Politiker bewusst ein Alternativmedium für das Exklusivinterview auswählte. Andererseits offenbart die persönliche Art des Interviews („Dich“) eine Entgrenzung der professionellen Rollen des Publizisten und des Politikers.

Poggenburg war nicht der einzige AfD-Politiker, der dem „Compact“-Magazin ein Exklusivinterview gab. Das Magazin stellte ein Gespräch mit Jörg Meuthen, einem der beiden Bundessprecher der Partei, im Februar 2017 als Video online. Der Redakteur Peter Feist leitet darin eine Frage zur Euro-Krise mit einem politischen Standpunkt ein:

> *„Compact kommt ja auch aus der eurokritischen Bewegung und wir haben diese Woche alle mit großem Entsetzen ein Fax zur Kenntnis nehmen müssen: 800 Milliarden Schulden sind im Target-System aufgelaufen. Können Sie unseren Zuschauern mal erläutern, was das eigentlich für die deutsche Volkswirtschaft bedeutet? Wie groß die Katastrophe ist? 800 Milliarden – das sind drei Staatshaushalte, wie soll das funktionieren?“ (Compact-Magazin 2017).*

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

Theoretische Einordnung der Exploration

Aus den empirischen Beispielen können erste theoretische Schlussfolgerungen gezogen werden. Wie die US-Beispiele zeigen, wird rechtsalternativen Organisationen Zugang zu offiziellen Presseterminen gewährt. Zudem sind personelle Überschneidungen von Publizist_innen und Politikberater_innen feststellbar. Die Trump-Administration hat das Reichweitenpotential von rechten Alternativmedien entdeckt und erhofft sich weitere Kontakte zu spezifischen Wählergruppen. Die alternativen Medienproduzenten wiederum sind auf Zugang zur Regierungspolitik angewiesen, um selbstständig recherchieren und Exklusivinformationen verwerten zu können. Aufgrund des niedrigeren ökonomischen Kapitals der Alternativmedien sind diese Zugänge essentiell, um Informationen etablierter Medien zu umgehen. Die „Compact"-Beispiele weisen in eine ähnliche Richtung. Auch wenn die AfD als Oppositionspartei theoretisch weniger Aufmerksamkeit als die Regierungsparteien erhält und daher stärker auf alternative Kommunikationswege angewiesen ist, fügt sich die provokative Ausrichtung rechtspopulistischer Parteien häufig in die Medienlogik, insbesondere des Boulevardjournalismus, der durch mehr Skandalberichterstattung und Dramatisierung gekennzeichnet ist (vgl. Mazzoleni 2008, S. 53f.) – ein Befund, der bei Krämer (2014) als „Medienpopulismus" bezeichnet wird. Ökonomisch orientierte Medienunternehmen sind daher auf Kontakte mit populistischen Akteur_innen angewiesen, um beispielsweise mit Skandalberichterstattung (vgl. Haller 2014) Reichweiten zu steigern. Die Bevorzugung alternativer Publizistik durch rechtspopulistische Politiker kann als Hinweis einer neuen Interdependenz auf der Mikro- und Mesoebene angesehen werden.

Alternativmedien werden zunehmend durch Parteien genutzt, die etablierte Medien als Teil des Establishments definieren.

Alternativmedien werden zunehmend durch Parteien genutzt, die etablierte Medien, im Sinne der populistischen Diskursstrategie, als Teil des Establishments (vgl. Jagers/Walgrave 2007, S. 324) definieren. Rechte Alternativmedien wiederum nutzen Zugänge zu Parteiveranstaltungen auf offizieller und inoffizieller Ebene, um ökonomische und ideologische Ziele zu erreichen. Zudem ist eine Parteilichkeit rechtsalternativer Publizistik wahrnehmbar, was exemplarisch an den Gesprächen Meuthens und Poggenburgs mit „Compact" ersichtlich ist. Dieser Befund weist eine historische Analogie zum Selbstverständnis linker Alternativmedien auf, die sich meist klar als

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

parteiisch und als Instrument zur Überwindung hegemonialer Strukturen verstanden haben (vgl. Schweiger 2017, S. 44).

Die Anbindung von Alternativmedien in die Öffentlichkeitsarbeit rechtsgerichteter Politiker erfüllt summa summarum folgende Funktionen:

- Erstens kann sie als Strategie gesehen werden, klassische Medienkanäle zu umgehen und spezifische Zielgruppen anzusprechen.
- Zweitens zeigen Rechtspopulisten medienskeptischen Wählergruppen symbolisch, dass sie alternative Informationsquellen berücksichtigen.
- Drittens wird die Feindbildkonstruktion von etablierten Medien als Teil der Eliten durch die Bevorzugung alternativer Medien weiter vorangetrieben.
- Zusätzlich dazu werden soziale Medien als neue direkte Kommunikationswege zum Elektorat und gleichzeitig als Anreiz für Medienberichterstattung genutzt.

Trump betonte die Bypass-Funktion seiner Social Media-Nutzung daher wie folgt:

> *„Without the tweets, I wouldn't be here [. . .] I have over 100m followers between Facebook, Twitter [and] Instagram [...]. Over 100m. I don't have to go to the fake media" (Barber/Sevastopulo/Tett 2017).*

Sollten sich diese beiden Entwicklungen, interdependente bzw. symbiotische Beziehungen zwischen rechtspopulistischen Politiker_innen und Alternativmedien sowie der Wandlungsprozess von der Massen- zur Targetkommunikation mittels digitaler Plattformen, weiter verstärken, so kann eine zunehmende Fragmentierung der Öffentlichkeit befürchtet werden.

Eine symbiotische Allianz?

Ähnlich wie linke Medienprojekte der 1970er-Jahre wollen rechte publizistische Angebote eine gegen-hegemoniale Struktur erzeugen, um eigene ideologische Ziele zu erreichen. Die soziale Realität kann dadurch beeinflusst werden, beispielsweise wenn Protestbewegungen aus alternativer Medienberichterstattung entstehen. Zudem sind Anzeichen dafür vorhanden, dass rechtsgerichtete Bewegungen und Parteien auf die Berichterstattung von etablierten Medien zunehmend verzichten und alternative Angebote als publizistische Plattform nutzen. Daraus kann ge-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

folgert werden, dass eine neue Interdependenz zwischen Parteien und rechten Alternativmedien im Entstehungsprozess ist. Im Kern geht es um eine strategische Kopplung zwischen rechtspopulistischen Akteuren und alternativen Medien, die einerseits auf dem Prinzip „Publizität gegen Information" beruht. Andererseits sind in den USA Tendenzen erkennbar, dass das Verhältnis zwischen rechten Medien und Politiker_innen über diese symbiotische Tauschbeziehung hinausgeht: Die Eingliederung von rechtspopulistischen Publizisten in die Administration lässt auf eine Allianz schließen, in der rechte Medienproduzierende Schlüsselpositionen in der Regierungsarbeit einnehmen und gezielt gegen-hegemoniale Zielsetzungen verfolgen.

Ob die politische Kommunikation in Deutschland dem US-Vorbild folgen wird, ist unklar, vor allem weil die Reichweiten der US-Alternativplattformen die der deutschen Pendants (noch) deutlich übersteigen. In der journalistischen Praxis (vgl. Wolf 2015, S. 168) sowie in erster explorativer Forschung (vgl. Storz 2015, S. 32) wird die Wirkmacht rechtspopulistischer Alternativmedien jedoch bereits als gefährlich eingestuft.

Literatur

Averbeck-Lietz, Stefanie (2013): Publizistik. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden, S. 285-286.

Baerns, Barbara (1985): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem. Köln.

Barber, Lionel/Sevastopulo, Demetri/Tett, Gillian (2017): Donald Trump: Without Twitter, I would not be here – FT interview. https://www.ft.com/content/943e322a-178a-11e7-9c35-0dd2cb31823a?mhq5j=e1 (zuletzt aufgerufen am 10.7.2017).

Bates, Thomas R. (1975): Gramsci and the Theory of Hegemony. In: Journal of the History of Ideas, 36. Jg., H. 2, S. 351, DOI: 10.2307/2708933.

Bentele, Günter/Liebert, Tobias/Seeling, Stefan (1997): Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. Konstanz, S. 225-250.

Berbner, Bastian/Stadtlich, Sintje (2016): Vertrauen verspielt? http://www.ardmediathek.de/tv/Reportage-Dokumentation/Die-Story-im-Ersten-Vertrauen-verspielt/Das-Erste/Video?bcastId=799280&documentId=36493736 (zuletzt aufgerufen am 21.6.2017).

Beywl, Wolfgang/Brombach, Hartmut (1982): Kritische Anmerkungen zur Theorie der Alternativpresse. In: Publizistik, 27. Jg., H. 4, S. 551-569.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

Candeias, Mario (2011): Gramscianische Konstellationen. Hegemonie und die Durchsetzung neuer Produktions- und Lebensweisen. In: Merkens, Andreas/Dias, Victor R. (Hg.): Mit Gramsci arbeiten. Texte zur politisch-praktischen Aneignung Antonio Gramscis. Hamburg, S. 15-32.

Compact-Magazin (2017): Exklusiv: AfD-Chef Jörg Meuthen im COMPACT-TV-Interview. https://www.compact-online.de/exklusiv-afd-chef-joerg-meuthen-im-compact-tv-interview/ (zuletzt aufgerufen am 28.6.2017).

Grynbaum, Michael M. (2017): White House Grants Press Credentials to a Pro-Trump Blog. https://www.nytimes.com/2017/02/13/business/the-gateway-pundit-trump.html?_r=0 (zuletzt aufgerufen am 22.6.2017).

Guardino, Matt/Snyder, Dean (2014): The Tea Party and the Crisis of Neoliberalism: Mainstreaming New Right Populism in the Corporate News Media. In: Snyder-Hall, Claire/Burack, Cynthia (Hg.): Right-wing populism and the media. Abingdon, Oxon, UK, S. 90-111.

Haller, André (2014): Dissens als kommunikatives Instrument. Theorie der intendierten Selbstskandalisierung in der politischen Kommunikation. 2., korr. Aufl. Bamberg.

Holtz-Bacha, Christina (2015): Alternative Presse. In: Wilke, Jürgen (Hg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Köln, S. 330-349.

Jagers, Jan/Walgrave, Stefaan (2007): Populism as political communication style. An empirical study of political parties' discourse in Belgium. In: European Journal of Political Research, 46. Jg., H. 3, S. 319-345, DOI: 10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x.

Kepplinger, Hans Mathias (1985): Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation. In: Publizistik, 30. Jg., H. 2-3, S. 247-264.

Krämer, Benjamin (2014): Media Populism. A Conceptual Clarification and Some Theses on its Effects. In: Communication Theory, 24. Jg., H. 1, S. 42-60, DOI: 10.1111/comt.12029.

Krotz, Friedrich (1998): Gegenöffentlichkeit. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Wiesbaden, S. 653-654.

Mazzoleni, Gianpietro (2008): Populism and the Media. In: Albertazzi, Daniele/McDonnell, Duncan (Hg.): Twenty-First Century Populism. The Spectre of Western European Democracy. Houndmills u. a., S. 49-64.

Mort, Sébastien (2014): Tailoring Dissent on the Airwaves: The Role of Conservative Talk Radio in the Right-Wing Resurgence of 2010. In: Snyder-Hall, Claire/Burack, Cynthia (Hg.): Right-Wing Populism and the Media. Abingdon/ Oxon, UK, S. 47-67.

Riotta, Chris (2017): Trump invites "neglected" Breitbart and other conservative outlets to White House reception. http://www.newsweek.com/donald-trump-fake-news-outlets-breitbart-white-house-party-steve-bannon-588766 (zuletzt aufgerufen am 22.06.2017).

Ruß-Mohl, Stephan (1999): Spoonfeeding – Spinning – Whistleblowing. Beispiel

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.

USA: Wie sich die Machtbalance zwischen Journalismus und PR verschiebt. In: Rolke, Lothar/Wolff, Volker (Hg.): Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden. Opladen, S. 163-176.

Schweiger, Wolfgang (2017): Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern. Wiesbaden.

Storz, Wolfgang (2015): „... und meine Zielgruppe ist das Volk". „Querfront" – Karriere eines politisch-publizistischen Netzwerks. OBS-Arbeitspapier, Nr. 18. Frankfurt am Main. https://www.otto-brenner-shop.de/uploads/tx_mplightshop/AP18_Storz_2015_10_19.pdf

Strohmeier, Gerd (2004): Politik und Massenmedien. Eine Einführung. Baden-Baden.

sun (2017): Trumps Pressesprecher. „Es ist unsere Absicht, Sie nie anzulügen". http://www.spiegel.de/politik/ausland/usa-donald-trumps-sprecher-verkuendet-neue-regeln-fuer-journalisten-a-1131358.html (zuletzt aufgerufen am 20.6.2017).

Terris, Ben (2017): Who is Julia Hahn? The unlikely rise of Steve Bannon's right-hand woman. https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/who-is-julia-hahn-the-unlikely-rise-of-steve-bannons-right-hand-woman/2017/03/29/c242504c-125e-11e7-ada0-1489b735b3a3_story.html?utm_term=.666f4b45c05d (zuletzt aufgerufen am 21.6.2017).

Weichler, Kurt (1987): Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation. Berlin.

Wolf, Ulrich (2015): Häkelmütze im Pegida-Land. Tarnung ist nicht alles. Aber zumindest hilft sie den Journalisten, die über die Patriotischen Europäer berichten. In: Communicatio Socialis, 48. Jg., H. 2, S. 164-169, DOI: 10.5771/0010-3497-2015-2-164.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2018-2-143
Generiert durch IP '18.219.2.146', am 12.10.2024, 09:04:54.
Das Erstellen und Weitergeben von Kopien dieses PDFs ist nicht zulässig.