

Universität Passau
Philosophische Fakultät

Populismus und Medien
Visuelle Darstellungen politischer Akteure
auf Magazincovern

Publikationsbasierte Dissertation zur Erlangung
des Doktorgrads der Philosophie (Dr. phil.)

vorgelegt von
Lorenz Klumpp

Passau, den 28. September 2023

Erstgutachter: Prof. em. Dr. Horst-Alfred Heinrich, Universität Passau
Zweitgutachter: Prof. Dr. Wilhelm Hofmann, Technische Universität München

Inhalt

1. Einleitung	1
2. Zentrale Konzepte	2
2.1 Visuelle Politik.....	2
2.2 Das politische Imaginäre.....	4
2.3 Populismus als Kommunikationsphänomen	4
2.4 Massenmedien und Populismus	5
2.4.1 Populism through the media	6
2.4.2 Populism by the media	7
2.5 Visuelle Politik des Populismus.....	9
2.5.1 Politische Akteure.....	9
2.5.2 BürgerInnen.....	11
2.5.3 Massenmedien	11
3. Methodische Herangehensweise.....	13
3.1 Magazincover als Datengrundlage.....	13
3.2 Die ikonographisch-ikonologische Methode	14
4. Ergebnisse der Forschung im Überblick	17
4.1 Studie 1: NPD und AfD als Wiedergänger des Nationalsozialismus und Nationalismus? Eine Bildanalyse von Magazincovern.....	17
4.2 Studie 2: Donald Trump als (personifizierte) Katastrophe. Ein visuell vermitteltes Bedrohungsszenario der Demokratie.....	18
4.3 Studie 3: Exploring the distinction between populism <i>through</i> and <i>by</i> the media from a visual perspective: representations of German politicians on magazine covers of <i>Der Spiegel</i> and <i>Compact</i>	19
5. Zusammenfassung und Ausblick	21
6. Literaturverzeichnis	23
7. Anhang.....	28

Danksagung

Ohne die Unterstützung vieler Menschen wäre diese Arbeit nicht entstanden. An erster Stelle bedanke ich mich bei meinem Doktorvater Prof. em. Dr. Horst-Alfred Heinrich. Viele Stunden der Titelbild-Verschlagwortung, eine Ringvorlesung zum Thema „Demokratie im Bild“, ein gemeinsam herausgegebener Sammelband hierzu und etliche Kolloquien in Passau liegen hinter uns. Ich bin dir, lieber Horst-Alfred, dankbar, dass für dich in der Zusammenarbeit das Fördern und nicht das Fordern im Mittelpunkt steht. Dazu gehört auch, dass dein Interesse über meine fachliche Weiterbildung hinaus stets auch meiner persönlichen Entwicklung galt. Die Kommunikation auf Augenhöhe ist dir besonders wichtig und das habe ich zu jedem Zeitpunkt gespürt und geschätzt. Ebenfalls großem Dank verpflichtet bin ich meinem Zweitgutachter Prof. Dr. Wilhelm Hofmann von der Technischen Universität München. Der Themenkomplex der Visuellen Politik beschäftigt Sie, lieber Herr Hofmann, gleichermaßen intensiv wie uns. Ich danke Ihnen für die prompte Zusage, mein Promotionsprojekt zu begleiten sowie für Ihre wertvollen Impulse im Entstehungsprozess der Arbeit.

Weiterhin danke ich zahlreichen TeilnehmerInnen verschiedener Workshops, Kolloquien und Konferenzen – sei es im Kontext des Forschungsverbunds, der Passauer Lehrprofessur für Methoden der Empirischen Sozialforschung oder der Passauer Bildgruppe – für ihre kritischen Blicke auf meine Arbeit und ihre konstruktiven Anmerkungen. Ein herzlicher Dank gilt ebenso den Redaktionen und GutachterInnen bei SAGE, Springer VS und dem Franz Steiner Verlag, sowohl für Kritik als auch für die hervorragende Unterstützung bei technischen Fragen.

An dieser Stelle möchte ich dem Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst meinen herzlichen Dank für die Finanzierung unseres Teilprojekts „Visualisierung der Demokratie“ im Rahmen des Bayerischen Forschungsverbunds „ForDemocracy“ aussprechen. Ein besonderer Dank gilt ferner den Ansprechpartnerinnen in der ForDemocracy-Geschäftsstelle, die mir in organisatorischen Belangen freundlich und verlässlich zur Seite standen, namentlich Sabine Toussaint, Christl Metzenrath und Julia Traunspurger.

Nicht zuletzt danke ich meinen Eltern Matthias und Elisabeth sowie meinem Bruder Manuel, die mich zu jeder Zeit in meinem Vorhaben unterstützt haben und die glücklicherweise nicht allzu oft nach dem Stand der Dissertation fragten. Gleiches gilt für meine lieben Passauer und Gießener Freunde, die in entscheidenden Momenten für willkommene Ablenkung sorgten.

Abschließend danke ich meiner Frau Maximiliane. Es lässt sich nur schwer in Worte fassen, was du, liebe Maxi, zum Gelingen dieses Projekts beigetragen hast. Mit deiner positiven Art hast du mich immer wieder bestärkt weiterzumachen. Dafür danke ich dir von Herzen.

Passau, im Juni 2024

Lorenz Klumpp

1. Einleitung

Die Literatur zum Zusammenhang zwischen Medien und Populismus ist inzwischen kaum mehr zu überblicken (Esser et al. 2017, Krämer und Holtz-Bacha 2020, Moffitt 2019). Mindestens drei zentrale Themenkomplexe lassen sich seit Beginn eines verstärkten Forschungsinteresses in diesem Feld Anfang der 2000er Jahre (Mazzoleni et al. 2003) identifizieren. Das betrifft erstens die Frage, wie die traditionellen Massenmedien, darunter insbesondere die Qualitäts- und die Boulevardmedien, den Erfolg von PopulistInnen durch ihre Berichterstattung beeinflussen. Zweitens gehört dazu die Frage, wie populistische Akteure die Massenmedien nutzen bzw. wie sie mit ihnen interagieren. Schließlich fällt darunter drittens die Auseinandersetzung mit Medien, die selbst einen politischen Populismus vertreten.

Überraschenderweise konzentrierte sich die Forschung in all diesen Fragen lange überwiegend auf textuelle Botschaften, wie beispielsweise Zeitungsartikel oder Onlineforen. Überraschend deswegen, weil davon auszugehen ist, dass ein nicht unerheblicher Teil der populistischen Anziehungskraft in dessen stilistischer, ästhetischer und performativer Dimension begründet liegt (Moffitt 2016). In jüngerer Vergangenheit ist deshalb – nicht zuletzt durch die Omnipräsenz der sozialen Medien – ein verstärktes Interesse an visuell übermittelten Botschaften im Zusammenhang mit Populismus zu beobachten.

Das Interesse an visuellen Medien im Kontext des Populismus ist überhaupt erst einer konzeptionellen Hinwendung von Populismus als Kommunikationsphänomen zu verdanken. Populismus wird demzufolge weder primär als Ideologie noch als Strategie des Machterhalts bzw. -erwerbs noch als Diskurspraxis verstanden. Vielmehr verschiebt die kommunikationszentrierte Perspektive den Fokus von der Frage, wie sich populistische Ideologie konstituiert, hin zur Frage, wie sie kommuniziert wird. Die Forschung konzentriert sich hierbei auf charakteristische Inhalts- und Stilmerkmale in der Kommunikation. Ziel ist eine graduelle Bestimmung von Populismus, die sich am kommunikativen Output eines Akteurs bemisst (De Vreese et al. 2018: 425f.). Speziell für die Untersuchung von Bildmaterial beschäftigt sich ein Forschungsstrang mit der Visuellen Politik des Populismus (Moffitt 2022a) und konzentriert sich auf die theoretischen, methodischen und empirischen Besonderheiten visueller Kommunikation im Kontext des Populismus.

Die vorliegende Dissertation versteht sich als Beitrag zu dieser Forschungsdebatte, indem sie sich einerseits auf die visuelle Darstellung populistischer Akteure auf den Titelseiten des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* (Klumpp 2020, 2022) sowie andererseits auf visuelle Darstellungen des politischen Personals insgesamt auf Covern von *Der Spiegel* und *Compact* (Klumpp 2023) konzentriert und die damit verbundenen Deutungsangebote an die LeserInnen untersucht. Kern der Arbeit bilden somit drei in sich geschlossene Studien mit je unterschiedlichen Fragestellungen. Ziel dieses Textes ist die Herausstellung des übergeordneten Zusammenhangs der Einzelstudien. Zu diesem Zweck widmet sich der erste Teil zunächst der Klärung zentraler Konzepte. Hierfür wird die Relevanz von Bildern für den politischen Diskurs reflektiert und für eine stärkere Berücksichtigung des Forschungsfelds der Visuellen Politik plädiert. Dies wird anschließend mit populismustheoretischen Überlegungen verknüpft. Bevor dann die Einführung in das methodische Vorgehen erfolgt, wird ein kurzer Überblick über bestehende empirische Forschung zur visuellen populistischen Kommunikation geliefert. Sodann werden die Ergebnisse der Arbeit präsentiert und abschließend Perspektiven für die weitere Forschung aufgezeigt.

2. Zentrale Konzepte

2.1 Visuelle Politik

Bilder sind zentraler Bestandteil von Politik sowohl hinsichtlich der Machtausübung als auch hinsichtlich der Infragestellung bzw. Kritik von Macht. Sie tragen dazu bei, wie politisch relevante Sachverhalte, Personen und Ereignisse wahrgenommen, erlebt und verstanden werden. Die (Un-)Sichtbarkeit (Grave 2022: 180f.) bestimmt das Maß an Aufmerksamkeit, das einer Person oder einem politischen Projekt zu Teil wird und ist damit letztlich mitentscheidend für deren bzw. dessen Erfolg. Das bildliche Erscheinen in der Presse, im Fernsehen oder in den sozialen Medien ist also für PolitikerInnen und politische Institutionen gleichermaßen wichtig wie für Bewegungen und AktivistInnen. Es betrifft jeweils sowohl die Selbst- als auch die Fremddarstellung. In Bezug auf PolitikerInnen ist zuvorderst das *Image Management* (Bernhardt und Liebhart 2020, Schill 2012) in Wahlkampfphasen zu nennen. Was soziale Bewegungen angeht, lassen sich etwa Aktionen der Gruppe Pussy Riot, der Black-Lives-Matter Bewegung oder der Letzten Generation anführen. In allen Fällen geht es dabei sowohl um den Auftritt im jeweiligen Moment vor Ort – etwa anlässlich eines Wahlkampftermins, einer Demonstration oder einer Aktion zivilen Ungehorsams – als auch um die bildliche Dokumentation des jeweiligen Ereignisses in den (sozialen) Medien und der (abgeänderten) Weiterverbreitung, beispielsweise in Form von Memes (Aiello und Parry 2020: 135ff.). Traditionelle Massenmedien wiederum legen ihrerseits durch Auswahl, Zuschnitt und Inszenierung von Bildern eine bestimmte Deutung von Personen und Ereignissen nahe (Kanter 2016).

Bildern kommt eine starke Rolle im politischen Diskurs zu, weil sie einer assoziativen Logik (Müller 1999) folgen und sich somit implizite Aussagen transportieren lassen, „die sprachlich nur schwer wiedergegeben werden können“ (Marquart und Matthes 2013: 228). Wie Dan Schill unter Rückgriff auf neurologische Studien anführt, sind Bilder der dominante Modus im menschlichen Lernen. Sie lassen sich nicht nur schneller und effizienter verarbeiten als geschriebener Text und enthalten mehr Informationen als andere Symbolformen, sondern sie sind auch leichter zu erinnern und helfen beim Abruf von Informationen (2012: 121). Erschwerend kommt hinzu, dass sich eine bildlich übermittelte Botschaft argumentativ in der Regel nur schwer widerlegen lässt. Vielmehr bedarf es für dieses Unterfangen eines weiteren Bildes, wie sich unter anderem in digitalen Bildkulturen wie etwa der Meme-Kultur beobachten lässt. Der Kampf um die Deutungshoheit über bildliche Motive und Symbole etwa ist von wechselseitigen Referenzen in moderat bis stark modifizierter Form geprägt (Lobinger et al. 2020).¹ Umso wichtiger erscheint es, Bilder nicht als illustratives Beiwerk zu verbalen Botschaften zu betrachten, sondern als eigenständige diskursive Akte (Hatakka 2019: 32) anzuerkennen.

Während es für die Kommunikationsforschung selbstverständlich zu sein scheint, sich medial verbreiteten Bildern zuzuwenden, ist die politikwissenschaftliche Auseinandersetzung mit Bildern mit wenigen Ausnahmen traditionell von Zurückhaltung geprägt. Dieser Umstand hängt mit einem grundsätzlichen Unbehagen gegenüber visuellen Medien und ihrer Rolle für die Konstituierung von Öffentlichkeit zusammen. In der Tradition von Jürgen Habermas stehende Theoretiker sehen in der Öffentlichkeit einen

¹ Einschränkung muss gerade im Kontext mit Magazincovern erwähnt werden, dass visuelle Botschaften häufig mit verbalen Botschaften gekoppelt sind. Diese Multimodalität, d.h. die Verknüpfung von visueller und verbaler Botschaft, gilt es in der Interpretation von Deutungspotenzialen zu berücksichtigen.

Raum, in dem BürgerInnen debattieren, frei Ihre Meinung austauschen und in diesem Prozess politische Identitäten entwickeln. Der Fokus liegt hierbei auf politischer Partizipation im Sinne von rationaler Deliberation. Bilder werden in diesem logozentrierten Verständnis als störend, mystifizierend und vom Wesentlichen ablenkend wahrgenommen (Aiello und Parry 2015: 12f.). Insbesondere mit dem Aufkommen des Fernsehens, das in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zu einer zentralen Quelle für Informationen über politische Ereignisse avancierte, wurden vielfach Bedenken geäußert, dass BürgerInnen zu passiven Konsumenten eines politischen Spektakels würden und der politische Prozess durch die Fokussierung auf Konflikte und Skandale einer ungesunden Verzerrung ausgeliefert sei. In seinem Werk *Homo Videns* etwa stellt Giovanni Sartori (1997) Bilder dem reflexiven Denken gegenüber und macht die visuelle Kultur für Probleme heutiger Demokratien verantwortlich. So werden Bilder nicht selten mit den Stichworten Irrationalität, Verführbarkeit oder Lüge in Verbindung gebracht.² Wie jedoch Ulrich Sarcinelli konstatiert, besteht Politik immer aus der Kombination von „Herstellung“ (i. S. von decision making), ‚Darstellung‘ (i. S. von kommunikativer Vermittlung) und ‚Vorstellung‘ (i. S. von Perzeption)“ (1989: 293). Teil dieser kommunikativen Trias sind eben auch Bilder, in ihrer materiellen und in ihrer immateriellen Form. In Anlehnung an Aby Warburg lässt sich hierbei zwischen dem *Abbild* und dem subjektiven *Denkbild* unterscheiden (Müller 2011a: 46). Diese Beziehung zwischen dem Abbild, d.h. dem materialisierten Artefakt und dem Denkbild, d.h. den Vorstellungen, die durch das Abbild hervorgerufen werden, ist maßgeblich für das methodische Vorgehen in den drei vorgelegten Einzelstudien (s. unten).

So steht der genannten bildkritischen Perspektive der Forschungsstrang der visuellen Politik (Bleiker 2018, Hofmann 1999, Bernhardt et al. 2019) gegenüber, der den vorherrschenden logozentrierten Öffentlichkeitsbegriff problematisiert. Im Rahmen dieser Konzeption wird eine „[i]konische Öffentlichkeit“ (Müller 1999: 18) in modernen, von Massenmedien geprägten Gesellschaften vorausgesetzt, wobei der textzentrierten und der bildzentrierten Kommunikation gleichwertige Rollen zugeschrieben werden. Was die visuelle von der verbalen Kommunikation unterscheidet, ist ihr Funktionsprinzip. So zeichnet sich visuelle Kommunikation durch eine assoziative Logik aus, die sich nicht rational ergründen lässt, auf Vorbildern beruht und eine emotionale Komponente beinhaltet (ebd.). Es geht also nicht darum, das Visuelle dem gesprochenen

² Wie Wilhelm Hofmann zu Recht festhält, lässt sich nicht behaupten, dass Bilder als Objekte lügen, „weil sie schlicht nicht die Wahrheit sagen können“ (2004: 313). Grundsätzlich lassen sich Bilder (wie Texte im Übrigen auch) sowohl zur ‚neutralen‘ Informationsverbreitung als auch zu Manipulationszwecken nutzen. Diese Formulierung legt das konstruktivistische Element der medialen Vermittlung politischer Wirklichkeit offen. Ein in diesem Zusammenhang vielzitiertes Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit sind die Diskrepanzen zwischen den von US-Präsident Trumps Stab behaupteten Massen, die bei dessen Inauguration zugegen gewesen sein sollen und die über den Twitter-Account des National Park Service (NPS) veröffentlichte Fotografie einer nicht annähernd voll besuchten National Mall. Als Kontrast setzte der NPS ein Bild des gleichen jedoch deutlich stärker frequentierten Areals anlässlich der Inauguration des Amtsvorgängers Obama im Jahr 2009 daneben (Strand und Schill 2019: 168). Als weiteres Beispiel – in diesem Fall aus der Presse – lässt sich ein Bericht der *Süddeutschen Zeitung* über eine Demonstration in Paris nach den Anschlägen auf die Redaktion der Satirezeitung *Charlie Hebdo* anführen. An der Spitze des Demonstrationzugs, der Schätzungen zufolge mehr als eine Million Teilnehmer umfasste, befanden sich laut Artikeltext der französische Präsident François Hollande und Bundeskanzlerin Angela Merkel. Korrekt ist, dass sie in erster Reihe untergehakt zu sehen sind, falsch jedoch, wie die entsprechende Kameraperspektive auflöst, dass sie sich an der Spitze der eigentlichen Demonstration befanden. Stattdessen entstand das Bild anlässlich einer separaten Versammlung prominenter PolitikerInnen abseits der Masse (Bucher 2020: 10). Darren Lilleker et al. problematisieren diese Art der Bildverwendung für einen faktenbasierten demokratischen Diskurs. Die Interpretation liege in der Voreingenommenheit des Betrachters: „[I]f we agree it is true; if we disagree it is fake“ (2019: 4).

bzw. geschriebenen Wort überzuordnen, sondern die Bedeutung von Bildlichkeit für den politischen Diskurs grundsätzlich und jenseits normativer Aspekte anzuerkennen und zu untersuchen.

Angestoßen durch poststrukturalistische Debatten sowie den *pictorial turn* (Mitchell 1992) in den Geistes- und Sozialwissenschaften scheint Bewegung in die Trennung „zwischen Vertretern einer ‚Sprachpolitik‘, die den Bildern kein rationales oder gar emanzipatorisches Potenzial zutrauen (z.B. Jürgen Habermas), und denen, die eine ‚Bildpolitik‘ für ein zentrales Konstitutionsmoment toleranter und emanzipatorischer politischer Praxis halten (z.B. Niklas Luhmann, Jacques Derrida)“ (Hofmann 2004: 312) gekommen zu sein. Nicht zuletzt bedingt durch die heutige Allgegenwärtigkeit von Bildern auf unseren mobilen Endgeräten hat die jüngere politische Kommunikationswissenschaft sich stärker dem Bild als politisch relevantem Kommunikationsmedium mitsamt dessen affektiven, kulturellen und ästhetischen Aspekten geöffnet (u.a. Aiello und Parry 2020, Lilleker und Veneti 2023, Veneti et al. 2019).

2.2 Das politische Imaginäre

In den obigen Ausführungen zur Relevanz von Bildlichkeit im Zusammenhang mit Politik taucht im Modell von Sarcinelli (1989) der Begriff *Vorstellung* auf. Vor dem Hintergrund der im Rahmen der Dissertation durchgeführten Analysen von Titelseiten deutscher Nachrichtenmagazine wird die Bedeutung des Begriffs im Folgenden näher erläutert. In Verbindung mit einer Perspektive auf politische Kulturforschung, die sich nicht primär mit der Messung von Einstellungen zu politischen Institutionen und den politischen Präferenzen, Normen und Werten von BürgerInnen befasst, sondern die „die fluiden Konstruktionsmechanismen von Vorstellungen, Ideen und Auffassungen untersucht, die Verwobenheit von affektiven und rationalen Vorgängen des Politischen berücksichtigt sowie die kulturellen Praktiken und politische Wahrnehmungsmuster analysiert“ (Diehl 2019: 47)³, versteht die vorliegende Dissertation Magazincover als Teil dessen, was Paula Diehl als das politische Imaginäre definiert. Dieses politische Imaginäre „kann sowohl als kollektives Repertoire von Vorstellungen, Bildern, Symbolen, Emotionen, Diskursen, Narrativen, Mythen etc. als auch als Vorstellungskraft betrachtet werden, die dieses kollektive Repertoire erzeugt“ (ebd.: 50). Massenmedial verbreitetes Bildmaterial ist Teil dieses kollektiven Repertoires und entwickelt es zugleich stetig mit. In Medienbildern spiegelt sich zunächst die Wahrnehmung und Deutung des thematisierten politischen Sachverhalts seitens der Nachrichtenredaktionen. RezipientInnen wiederum sehen die Bilder und finden ihre Vorstellungen und Bedeutungszuschreibungen der politischen Welt darin bestätigt, widerlegt oder es eröffnen sich überhaupt erst neue Themenfelder, die unmittelbar mit Deutungsmustern versehen sind.

2.3 Populismus als Kommunikationsphänomen

Populismus wurde in zahlreichen Disziplinen unter verschiedenen erkenntnistheoretischen Vorzeichen beschrieben und definiert, die an dieser Stelle nicht in ihrer Vielfalt diskutiert werden können (siehe etwa De la Torre 2019). Für den Zweck des hier formulierten Forschungsinteresses – der visuellen Darstellung populistischer

³ Für diese Perspektive in der politischen Kulturforschung vgl. ferner Wolfgang Bergem et al. (2019) sowie Birgit Schwelling (2004).

Akteure in einem traditionellen Medium (Klumpp 2020, 2022) sowie einem Vergleich der visuellen Darstellung des politischen Personals insgesamt unter dem theoretischen Blickwinkel des *populism by the media* und *populism through the media* (Klumpp 2023) – folgt der Autor dem Ansatz des Populismus als Kommunikationsphänomen.

Dem weitverbreiteten Verständnis von Populismus als ‚dünner Ideologie‘ zufolge zeichnet sich Populismus durch die Unterscheidung eines ‚guten Volkes‘ und einer ‚korrupten Elite‘ aus und bedarf dabei einer ideologischen Anleihe, wie z.B. dem Sozialismus oder dem Nationalismus, um politisch wirksam zu werden. Deshalb wird das Attribut ‚dünn‘ angefügt. Die Definition des ‚guten Volkes‘ oder des populistischen ‚Wir‘ richtet sich nach der kernideologischen Ausrichtung. Während es im Linkspopulismus als unterprivilegierte soziale Gruppierung in Erscheinung tritt, charakterisiert es sich im Rechtspopulismus durch die ethnokulturelle Homogenität (Priester 2016: 534). Dementsprechend eignet sich dieser Zugang, um beispielsweise die Konsolidierung von Populismus in einem bestimmten Land in einem festgelegten Zeitraum zu ermitteln und mit anderen Ländern zu vergleichen (Mudde und Rovira Kaltwasser 2018). Entscheidend ist der Zugang gleichermaßen für die Kategorisierung eines politischen Populismus etwa in Bezug auf eine Person, eine Partei, eine Bewegung oder ein journalistisches Produkt.

Mit der hier angewandten kommunikationszentrierten Perspektive auf Populismus (Aalberg et al. 2017, de Vreese et al. 2018) verschiebt sich das Interesse von der Frage, wie sich eine bestimmte populistische Ideologie beschreiben oder messen lässt, hin zu der Frage, welche Rolle die politische Kommunikation bei deren Vermittlung einnimmt. Diese Sichtweise erlaubt die gleichzeitige Untersuchung von inhaltlichen und stilistischen Aspekten. Somit wird Populismus zu einem graduellen Konzept, das sich am kommunikativen Output eines Akteurs bemisst (de Vreese et al. 2018: 425-426). Wenn danach gefragt wird, wie populistische Akteure in einem Printmedium visualisiert werden (Klumpp 2020, 2022), wird natürlich vorab die Einstufung der *Alternative für Deutschland* (AfD) sowie des US-Präsidenten Donald Trump als populistisch gemäß dem Ansatz der dünnen Ideologie vorgenommen. Gleiches gilt für die Kategorisierung einer rechtspopulistischen Ausrichtung des *Compact*-Magazins.⁴

2.4 Massenmedien und Populismus

Idealtypisch lassen sich drei Ebenen der populistischen politischen Kommunikation ausmachen: 1) politische Akteure, 2) (Massen-)Medien und 3) BürgerInnen. Abbildung 1 liefert einen Überblick über die zentralen Fragestellungen in den einzelnen Bereichen sowie an den Schnittstellen. Die im Rahmen der Dissertation publizierten Aufsätze konzentrieren sich auf die Darstellungen politischer Akteure durch die Massenmedien. Insofern werden im Folgenden zwei bedeutende Perspektiven auf die Verbindung zwischen Massenmedien und Populismus vorgestellt.

⁴ Zur Einstufung des Magazins im politischen Spektrum vgl. den Abschnitt *Populism by the media*.



Abb. 1: Die drei Säulen populistischer politischer Kommunikation. Eigene Darstellung und Übersetzung nach Aalberg et al. (2017: 9).

2.4.1 Populism through the media

Die erste Perspektive firmiert unter dem Begriff *populism through the media*⁵. Sie schreibt den Medien die Rolle eines Ermöglichungsfelds für politischen Populismus durch die Schaffung von Opportunitätsstrukturen zu. Diese Perspektive wird im Zusammenhang mit der Frage eingenommen, wie die (traditionellen) Massenmedien durch ihre Berichterstattung den Erfolg oder den Misserfolg einer populistischen Partei beeinflussen. Sie können populistischen Akteuren Sichtbarkeit verschaffen und ihre Legitimität steigern. Als zentraler Punkt für diese Perspektive gilt die Annahme einer Kongruenz zwischen Medienlogik und populistischer Logik (Diehl 2012). Populistische Politiker provozieren gezielt, um so die Aufmerksamkeit der Medien auf sich zu ziehen und in der Öffentlichkeit sichtbar zu werden und die Botschaft möglichst lange im Medienzyklus zu erhalten, insbesondere in den frühen Phasen ihrer Entstehung. Die Medien können zudem ein für populistische Akteure günstiges Meinungsklima schaffen, indem sie die Politik der bereits etablierten Parteien nicht nur kritisieren, sondern diskreditieren (Mazzoleni et al. 2003).

Im Zuge der Mediatisierung sind Techniken der Vereinfachung, Polarisierung, Personalisierung, Stereotypisierung, Emotionalisierung, Dramatisierung und die Priorisierung von Konflikten sowohl in den Medien als auch in der Politik insgesamt stark

⁵ Hier wird bewusst der englische Ausdruck beibehalten, weil die semantische Unterscheidung von *by* und *through* im Deutschen nur unzureichend vom Wort ‚durch‘ abgedeckt wird. Im deutschen Sprachgebrauch schafft die Unterscheidung zwischen Adjektiv und Substantiv Abhilfe. Während mit ‚populistisch‘ ein aufmerksamkeitsregender rhetorischer Stil zum Ausdruck gebracht wird, wie ihn politische Akteure im gesamten Spektrum verwenden, ist der Begriff *Populismus* in der Regel mit einer politischen Agenda im hier ‚dünnen‘ ideologischen Sinn verknüpft (Puhle 2021: 46).

verbreitet (Moffitt 2016: 75). Diese Rahmenbedingungen passen jedoch besonders gut zur populistischen Dichotomisierung zwischen ‚Volk‘ und ‚Elite‘ und der Ablehnung von sozialer Komplexität und politischem Pluralismus.

Hinsichtlich der Frage, wie die traditionellen Massenmedien durch ihre Berichterstattung den Erfolg einer populistischen Partei beeinflussen, zeigen die Forschungsergebnisse (Mazzoleni et al. 2003, Hatakka 2019) kein einheitliches Bild. So führt beispielsweise negative Berichterstattung nicht zwangsläufig zu schlechten Wahlergebnissen. Eine hohe Sichtbarkeit im öffentlichen Raum kann diese wettmachen (Esser et al. 2017: 366). Zudem können populistische Akteure die negative Berichterstattung durch traditionelle Medien auch zum Anlass nehmen, um diese als Teil der korrupten Elite darzustellen und sich selbst als unfair behandeltes Sprachrohr des ‚wahren Volkswillens‘ zu gerieren. Was Unterschiede zwischen Qualitätsmedien und Boulevardpresse anbelangt, kommt Tjitske Akkerman (2011) in ihrer Studie britischer und niederländischer Zeitungen zu dem Ergebnis, dass die Boulevardzeitungen entgegen der häufigen Annahme keine stärkere Tendenz zu Anti-Establishment Positionen aufweisen als die seriösen Zeitungen. Martin Wettstein et al. (2018) hingegen fanden in ihrer Untersuchung von Medien in zehn europäischen Ländern heraus, dass Boulevardzeitungen mehr populistische Aussagen verbreiten als Qualitätsmedien. Diesem uneindeutigen Bild zufolge lassen sich Massenmedien je nach Zeitraum, geographischem Kontext und untersuchtem Medium mal als *Freund*, mal als *Feind* (Akkerman 2011) von populistischen Akteuren bezeichnen.

2.4.2 Populism by the media

Das Konzept des *populism by the media* beschreibt den Umstand, dass Medienorganisationen sich selbst für einen Populismus im Sinne der ‚dünnen‘ Ideologie einsetzen, indem sie ein homogen gedachtes ‚Volk‘ konstruieren sowie gleichzeitig die ‚Elite‘ diskreditieren. Dieser Ansatz steht in Einklang mit Benjamin Krämers (2014) Definition von Medienpopulismus. Er sieht darin die Nutzung sowohl stilistischer als auch ideologischer Elemente, wie z.B. „die Konstruktion und die Favorisierung von Eigengruppen, Feindseligkeit gegenüber Eliten und Institutionen der repräsentativen Demokratie sowie deren Umgehung, das Vertrauen auf Charisma und (gruppenbezogenen) gesunden Menschenverstand und der Appell an moralische Empfindungen (also auf einen emotionalisierenden, personalisierenden und ostentativen Diskurs, der ‚Klartext‘ verspricht)“ (ebd.: 48). Diese Form sei vornehmlich in unterschiedlichen Formaten von Boulevardmedien (Presse, Funk und Fernsehen) vorzufinden, die sich einerseits auf einer Metaebene ‚über‘ die Politik stellten, was sie vorgeblich in die Lage versetze, kritisch und unabhängig zu urteilen, um anschließend eine ‚vernünftiger‘ Position einzunehmen. Andererseits verorteten sie sich selbst ‚unter‘ der Politik, da sie sich mit dem Volk solidarisch zeigten und als „Anwälte und Delegierte der Massen“ (ebd.: 51, jeweils eigene Übersetzung) fungierten.

Seit gut zehn Jahren sind auch Online Nachrichtenformate, die zugunsten von populistischen Akteuren berichten bzw. zum Teil in deren Dienste schreiben, Teil des *populism by the media*. Bisweilen veröffentlichen populistische Politiker selbst Beiträge auf diesen Plattformen. Internationale Bekanntheit hat insbesondere das *Breitbart News Network* erlangt, für das beispielsweise Nigel Farage und Geert Wilders regelmäßig Kolumnen schrieben (Moffitt 2019: 240). Diese Formate werden in der Literatur auch als ‚alternative Medien‘ bezeichnet, die im rechten und – wenngleich weniger – im linken politischen Spektrum zu verorten sind (Heft et al. 2020: 23). Sie vereint die Eigenschaft, dass sie sich öffentlich als Korrektiv der als ‚Mainstream‘ wahrgenommenen Medien bezeichnen. Sie beziehen sich dabei immer darauf, dass die von ihnen

vertretene Perspektive im öffentlichen Diskurs ungerecht behandelt werde (Haller et al. 2019: 3). Sie definieren sich nicht zwangsläufig durch eine Nähe zu einer bestimmten Ideologie, sondern eher durch ihre Anti-Establishment-Haltung und in Abgrenzung zu den traditionellen Medien.⁶ Beispiele im deutschen Kontext sind unter anderem *PI-News*, *Junge Freiheit* und *Compact Online*⁷. Die beiden letztgenannten verfügen über ein wöchentlich bzw. monatlich erscheinendes Printformat.

Im Fall von *Compact* muss auf zwei Entwicklungen hingewiesen werden. Die erste betrifft die ideologische Ausrichtung des Magazins. Während der Chefredakteur Jürgen Elsässer zu Beginn seiner publizistischen Tätigkeit für zahlreiche linke Zeitschriften tätig war, ist *Compact* heute als Teil eines rechtspopulistischen und rechtsextremistischen publizistischen Netzwerks einzuordnen, wenngleich es nach wie vor als dasjenige Querfrontmagazin zu agieren versucht, das es von Beginn an seinem Selbstverständnis nach war (Lang 2016). Mit Querfront ist weder eine eindeutig linke noch eindeutig rechte Positionierung gemeint, sondern das Bestreben, lagerübergreifend eine Bewegung gegen das angeblich illegitime liberale ‚Establishment‘ aufzubauen. Dementsprechend unterbreitet das Magazin je nach politischer Lage Deutungsangebote für heterogene Protestmilieus. Zudem bietet es vielerlei Verschwörungstheorien eine Plattform, wie zuletzt im Zuge der Corona-Pandemie zu beobachten war (Schilk 2022). In der vorliegenden Arbeit wird es sowohl als rechtspopulistisches als auch als rechtsextremistisches Medium eingeordnet. Diese Attribute schließen sich weder zwangsläufig aus noch sind sie deckungsgleich (Jesse und Panreck 2017: 65ff.). Das Magazin verbindet populistische Elemente, wie z.B. das Aufgreifen des Antagonismus zwischen ‚Volk‘ und ‚Elite‘ mit extremistischen Elementen, d.h. expliziter Demokratiefeindlichkeit in Form von Ablehnung des Konstitutionalismus und fundamentaler Menschengleichheit. Aufgrund der Verbreitung völkisch-nationalistischer sowie minderheitenfeindlicher Aussagen und der dauerhaften Agitation gegen RepräsentantInnen der Bundesrepublik Deutschland hat das Bundesamt für Verfassungsschutz (BfV) die *Compact-Magazin GmbH* im Jahr 2021 vom Verdachtsfall zur „gesichert rechtsextremistischen Bestrebung“ (BfV 2021: 76) hochgestuft.

Der zweite Punkt betrifft die Hybridisierung (Chadwick 2013, Hatakka 2019) des Angebots, d.h. die Kombination bzw. Überschneidung der Verbreitung von Inhalten über alte Publikationsformate (die gedruckte Zeitschrift) und neue (*Compact Online*, soziale Medien sowie den YouTube Kanal *Compact-TV*), wodurch unterschiedliche Zielgruppen angesprochen werden.⁸

⁶ Die in der Literatur vorgeschlagene und auch in einem Artikel des Autors (Klumpff 2023) angeführte Gegenüberstellung von Mainstream- und Alternativmedien wird hier als problematisch erachtet, da sie die populistischen und teils extremistischen Selbstverständnisse aufgreift und festsetzt. Ich danke Sylvia Broeckmann für diesen Hinweis und plädiere fortan für die Bezeichnungen traditionelle Medien auf der einen und populistische bzw. extremistische Medien auf der anderen Seite.

⁷ Für einen Überblick über weitere Medien vgl. Annett Heft et al. (2020). Aufschluss hinsichtlich der Popularitätswerte und des Mediennutzungsverhaltens geben Nic Newman et al. (2019).

⁸ Ein weiterer in dieser Arbeit nicht berücksichtigter Aspekt ist der populistische Bürgerjournalismus (Esser et al. 2017: 367). Dieser betrifft populistische Online Medien, in deren Kommentarspalten privatisierte Echokammern mit eigener Deutungshoheit (Raabe 2019) entstehen. Gleichmaßen ist er jedoch auch auf den Seiten traditioneller Medien zu finden, deren offizielle redaktionelle Linie Populismus zwar ablehnt, zugleich aber in Kommentarspalten kaum moderiert, sodass sich dort ein populistischer Diskurs entfalten kann. Dabei profitieren die Medien von der Frequentierung ihrer Seiten und den damit einhergehenden Werbeeinnahmen (Esser et al. 2017: 371).

2.5 Visuelle Politik des Populismus

Während die medien- und kommunikationszentrierte Perspektive auf das Phänomen Populismus inzwischen zu einem etablierten Forschungsfeld zählt, ist die Verknüpfung mit den oben beschriebenen Aspekten der Visuellen Politik bis auf wenige Ausnahmen im Rahmen der multimodalen Diskursanalyse (Wodak und Forchtner 2014) noch sehr jungen Datums. Erst in den letzten fünf Jahren widmen sich Studien vermehrt den visuellen Aspekten der populistischen politischen Kommunikation – und zwar auf allen Ebenen (politische Akteure, Medien und BürgerInnen, s. Folgeabschnitt). Analog zum oben vorgestellten Modell muss so von einer visuellen populistischen politischen Kommunikation oder einer Visuellen Politik des Populismus (Moffitt 2022a) gesprochen werden. Benjamin Moffitt hat zurecht darauf hingewiesen, dass die visuell-kommunikative Dimension von Populismus kein inhärenter oder definitorischer Bestandteil des Populismus ist und die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit visuellen Medien nicht bestrebt ist, eine neue Populismusdefinition hervorzubringen. Vielmehr sei darunter ein Perspektivwechsel in der Populismusforschung zu verstehen, der in Kombination mit den bestehenden Definitionen der ‚dünnen Ideologie‘ oder dem strategischen Ansatz zu denken und weiterzuentwickeln ist (ebd.: 559ff.).

Wenngleich sich die vorliegende Arbeit auf die Medienebene konzentriert, scheint es angebracht, einen kurzen Überblick über die bestehende Forschung auf allen Kommunikationsebenen zu geben, um einen Eindruck über die Bandbreite an möglichen Zugängen und Fragestellungen im Bereich der Visuellen Politik des Populismus zu bekommen.

2.5.1 Politische Akteure

Ein Schwerpunkt in der aktuellen Forschungslandschaft zur Visuellen Politik des Populismus bilden Untersuchungen der Social Media Auftritte populistischer Akteure (Parteien und PolitikerInnen). Neben der einfachen Zugänglichkeit der Daten und der Relevanz, über die Facebook, Instagram, Twitter und Co. aufgrund ihrer Reichweite verfügen, dürfte das besondere Interesse der Forschung für diese Kanäle in der populismustheoretischen Annahme liegen, dass sie eine unmittelbare Kommunikation mit den BürgerInnen erlauben und nicht den Filter von Rundfunkanstalten oder Nachrichtenredaktionen durchlaufen müssen. Diese intermediären Strukturen werden im populistischen Politikverständnis als obsolet erachtet, da die Evidenz des homogenen Gemeinwillens vorausgesetzt wird (Mudde und Rovira Kaltwasser 2018: 1670). Außerdem sind die sozialen Medien ein beliebtes Untersuchungsfeld für die visuelle Kommunikationsforschung, weil sie in ihrer Anlage tendenziell das Visuelle gegenüber dem Textuellen oder dem Auditiven vorziehen.

In ihrer Untersuchung von Instagram-Bildern von Jair Bolsonaro zeigen Ricardo Mendonça und Renato Caetano (2021) auf, dass sich der ehemalige brasilianische Präsident mit der Ablehnung von grundlegenden Verhaltensnormen, der Zurschaustellung übertriebener Männlichkeit und der improvisierten Verwendung von Alltagsgegenständen versucht, sich als gewöhnlicher Bürger zu präsentieren, der auf außergewöhnliche Weise die Präsidentschaft innehat. Die propagierte Ablehnung von Hierarchie und der Ruf nach Horizontalität löst sich den AutorInnen zufolge letztlich jedoch nicht auf. Vielmehr sei die Selbstinszenierung als Parodie zu verstehen, die genau jene Distanz wieder herstellt, die sie zu überwinden versuchte (ebd.: 212).

Gleichermaßen von der Relevanz und der Werbewirksamkeit von Instagram ausgehend untersucht Jennifer Bast (2021) die auf dieser Plattform dargebotenen visuellen Kommunikationsstrategien acht führender populistischer PolitikerInnen in

Europa. Als zentrales Ergebnis hält sie fest, dass die Botschaften in der bildlichen Kommunikation weitgehend allgemein bekannten Mustern nicht-populistischer PolitikerInnen ähneln, insofern als sie Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit demonstrieren, gepaart mit nicht-politischen Inhalten wie beispielsweise Einblicken in ihr Privatleben (ebd.: 18). Was die vermeintlichen Unterschiede in der visuellen Kommunikation zwischen populistischen und nicht-populistischen Parteien über soziale Medien angeht, kommen Xénia Farkas et al. (2022) zu einem ähnlichen Schluss. Die AutorInnen setzen ihren Fokus auf die bildbasierten Facebook-Posts von Parteien der 28 EU-Mitgliedsstaaten einen Monat vor der Europawahl 2019. Sie konstatieren, dass zwar in Ansätzen eine stärkere Führerzentriertheit, die Identifikation mit dem ‚einfachen Bürger‘ sowie die auffällige Verwendung nationaler Symbole vorliege, sich jedoch grundsätzlich kein genuin populistischer visueller Kampagnenstil ausmachen lasse. In großen Teilen ähnelten sich die Bildsprachen von populistischen und nicht-populistischen Parteien (ebd.: 13).

Moffitt (2022b) konzentriert sich in seiner Studie auf die Instagram Accounts von Bernie Sanders und Donald Trump. Er verlagert jedoch insofern die Perspektive, als es ihm nicht primär um die Selbstdarstellung der Politiker geht, sondern um die Frage, wie die beiden das ‚Volk‘ visuell darstellen. Die Analyse zeigt, dass Sanders‘ ‚Volk‘ insgesamt demographisch weit diverser in Erscheinung tritt als das von Trump, dessen ‚Volk‘ überwiegend weiß, mit stereotypisch männlichem Erscheinungsbild und tendenziell älteren Personen in seinen Posts erscheint. Somit stellt Moffitt fest, dass die häufig angenommene Homogenität des populistisch imaginierten ‚Volkes‘ zumindest mit Blick auf Sanders nicht zutrifft. Als Konsequenz daraus regt er an, Sanders entweder nicht als populistisch einzustufen oder die Annahme eines als homogen gedachten ‚Volks‘ zumindest für den Linkspopulismus zu überdenken (ebd.: 18).

Im analogen Bereich wird die visuelle Kommunikation populistischer politischer Akteure mittels Wahlplakaten untersucht. So analysiert etwa eine Reihe von AutorInnen die visuellen Mobilisierungsstrategien der AfD über deren Wahlplakate (Doerr 2021, Freistein und Gadinger 2020, Lessinger und Holtz-Bacha 2019). Die Studien zeigen, dass die AfD-Plakate von einer anti-islamischen Rhetorik geprägt sind, die mit provokativen Bildern zu Geschlecht und sexistischen Inhalten kombiniert wird. Zum Teil greift die AfD Elemente aus dem Frauen- und LGBT-Rechtsdiskurs auf, um sich als liberale Oppositionspartei zu präsentieren. Gleichzeitig zeigen jedoch detaillierte Analysen der Bild-Text-Botschaften, dass die illiberale politische Agenda beibehalten wird. Mithilfe professioneller Grafikdesigner entwirft die Partei so zunächst progressiv anmutende Plakate, um neue Wählergruppen zu adressieren (Doerr 2021). Alle genannten Studien finden in ihren Analysen die von Ruth Wodak (2015) beschriebene charakteristische Angststrategie des Populismus vor – so auch Eva-Maria Lessinger und Christina Holtz-Bacha (2019) in ihrer Analyse der „ironisch-zynischen Foto-Serie“ von AfD-Wahlplakaten. Diese Posterkampagne folge dem einfachen Muster einer Kombination aus Foto und Claim, wobei das Bild nicht primär der Illustration des thematisierten Problems diene. Vielmehr entstehe durch die Kombination aus Text und Bild ein ironischer bzw. zynischer Bruch, wie sie am Beispiel eines Plakats zeigen, auf dem die Silhouetten von Personen auf einem überfüllten Ruderboot zu sehen sind. Die Überschrift „In Seenot? Eher die nächste Verbrechenswelle!“ wendet die Botschaft ins Zynische, indem Notleidende als Verbrecher deklariert werden (156 ff.). Katja Freistein und Frank Gadinger (2020) arbeiten in ihrer detaillierten Betrachtung von Plakaten der beiden rechtspopulistischen Parteien UKIP und AfD das Narrativ des ehrlichen bedrohten Mannes bzw. der stolzen Mutter heraus und zeigen auf, wie

dadurch traditionelle Geschlechterrollen in Kombination mit Vorstellungen von Patriarchat und Nationalismus perpetuiert werden.

2.5.2 BürgerInnen

Auf Ebene der BürgerInnen konzentriert sich die Forschung überwiegend auf die Verbreitung digitaler Bildkulturen wie Memes oder der *Vaporwave*-Ästhetik⁹ im Zusammenhang rechtsextremer Netzwerke. Mittels Kombinationen aus Text, Bild und Symbolen entstehen dort aus populärkulturell harmlosen, unpolitischen Figuren, Gemälden oder Kompositionen fremdenfeindliche und demokratiefeindliche Botschaften, etwa im Zusammenhang mit der US-amerikanischen *Alt-Right*-Bewegung (Lobinger et al. 2020) oder dem rechtsextremen Netzwerk *Reconquista Germanica* (Bogerts und Fielitz 2019). In der bewussten Aneignung und Dekontextualisierung von liberalen Themen, Symbolen und Figuren können sich NutzerInnen in den von ihnen wahrgenommenen Kampf um die Diskurshegemonie aktiv (und anonym) selbst einbringen. AutorInnen in diesem Forschungsfeld liefern inhaltsanalytische Untersuchungen des verbreiteten Bildmaterials und plädieren für eine intensiviertere und breitere Vermittlung bildlicher Kompetenz – insbesondere in der Schule. Zu häufig würden Bilder lediglich als Quellen oder als Impuls für den Themeneinstieg genutzt, ohne sie in ihrer komplexen visuellen Qualität und ihren mediensemiotischen Besonderheiten zu reflektieren (Jazo 2021: 238).

2.5.3 Massenmedien

Auf dieser Ebene ist zunächst die visuelle Darstellung populistischer Akteure durch die traditionellen Medien zu nennen. So ist etwa Juha Herkman (2019) der Frage nachgegangen, wie dänische, finnische und schwedische rechtspopulistische PolitikerInnen in Cartoons karikiert werden. Seine Analyse zeigt, dass die meisten Visualisierungen den Populismus ausdrücklich mit Faschismus, Nazismus, Nativismus und Rassismus in Verbindung bringen. Einen Grund dafür sieht er darin, dass sich über das Medium des politischen Cartoons nicht abstrakt über Populismus diskutieren lasse, weshalb zu drastischeren Signifikanten gegriffen und eine pointierte Darstellung gewählt werde. Dies markiere einen zentralen Unterschied zum klassischen Nachrichtenjournalismus und zeigt die besondere Rolle von Karikaturen im Meinungsdiskurs auf (ebd.: 260).

Hier setzt eine der im Rahmen der Dissertation publizierte Studie an und kommt zu einem ähnlichen Ergebnis. Untersucht wurde hier die visuelle Darstellung der AfD in ihrer Anfangsphase auf den Titelseiten des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* (Klump 2020). Mittels eines Vergleichs der Titelseiten zur *Nationaldemokratischen Partei Deutschlands* (NPD, seit Juni 2023 *Die Heimat*) Anfang der 1960er Jahre können Kontinuitäten im visuellen Framing aufgezeigt werden, die Vergleiche zur NS-Diktatur bemühen sowie Phasen eines starken Nationalismus in der deutschen Geschichte und einer drohenden rechten Gefahr wachrufen. Die anfängliche Euro-Kritik und Globalisierungsskepsis der AfD kommen bildlich hingegen nicht zur Geltung. Die weitere Auseinandersetzung mit der Partei auf den Titelbildern bleibt auf Verbindungen der AfD nach Russland sowie eine Spendenaffäre beschränkt. Im Aufsatz wird sowohl die mit dem Fokus auf die national(sozial)istische Vergangenheit potentiell einher-

⁹ Vaporwave ist ein audiovisuelles Musikgenre, das seit 2010 im Internet Verbreitung findet. Während die akustische Ebene sich durch eine „Retromischung aus Fahrstuhlmusik, Synthesizer-Klängen und 80er-Jahre-Computerspiel-Sound, die gesampelt, verzerrt und gedehnt werden“ auszeichnet, ist die visuelle Ebene „von Pastell- und Magentatönen geprägt sowie von einer Glitch-Ästhetik, also dem bewussten gestalterischen Einsatz von digitalen Bildfehlern und -störungen. Er gleicht einem eklektizistischen Mengsel japanischer Schriftzeichen, Windows-95-Logos, antiker Statuen und Urlaubsmotiven wie Palmen oder Sonnenuntergängen“ (Jazo 2021: 235).

gehende Verharmlosung des Nationalsozialismus problematisiert als auch die Tatsache, dass über die Bilder tendenziell eine Pathologisierung der Partei (und damit auch ihrer Wählerschaft) vermittelt wird. Die Möglichkeit einer korrigierenden Funktion bestehender Repräsentationsdefizite im demokratischen System bleibt unsichtbar.

An anderer Stelle hat der Autor mit Fokus auf Trumps Amtszeit (2016-2020) den Zugang über ein konkretes Bildmotiv gewählt. Bei der Sichtung von *Der Spiegel* Cover mit Trump fiel auf, dass die von ihm ausgehende Gefahr für die Demokratie über seine Amtszeit hinweg punktuell wiederholt durch das Katastrophenmotiv visualisiert wird. Trump erscheint als (über-)natürliche Gewalt und teils personifizierte Katastrophe (beispielsweise als Tsunami) wodurch der Eindruck entsteht, dass Menschen nichts gegen ihn ausrichten können. Die von Trump ausgehende Bedrohung steht im Mittelpunkt, Mechanismen demokratischer Resilienz hingegen finden kaum Beachtung (Klumpp 2022).

Die zweite Perspektive der Forschung auf Medienebene beschäftigt sich mit der Darstellung von PolitikerInnen und politischen Themen in der visuellen Kommunikation durch populistische Medien. Felix Schilk und Gregor Gegenfurtner (2022) haben etwa die Gesamtheit aller Cover des *Compact*-Magazins zwischen 2009 und 2020 einer Bildtypenanalyse unterzogen und rekonstruiert, wie Eliten- und Fremdeindbilder, Aufwertungen der ‚Wir‘-Gruppe sowie verbindende Narrative visuell gerahmt werden.

Daran anknüpfend ist der Autor in einem Aufsatz der Unterscheidung zwischen *populism through* und *populism by the media* mittels eines Vergleichs von Darstellungen des politischen Personals auf Titelbildern von *Der Spiegel* und *Compact* nachgegangen. Die Analyse hat gezeigt, dass *Der Spiegel* in seinen Visualisierungen Opportunitätsstrukturen für Populismus bietet, während *Compact* den Populismus in seiner rechtspolitischen Ausrichtung aktiv propagiert (Klumpp 2023).

In Anlehnung an die diskurstheoretischen Überlegungen von Wodak (2015) zeigen Salla Tuomola und Karin Wahl-Jorgensen (2023) in ihrer Studie, wie die Desinformation und Verschwörungstheorien verbreitende finnische Nachrichtenseite MV-Lehti in der Berichterstattung zum Thema Einwanderung zwischen 2015-2017 negative Emotionen wie Angst, Abscheu, Hass und Misstrauen mobilisiert, um ethnische Minderheiten, junge Frauen, die für Multikulturalismus eintreten, sowie politische Eliten mit einer großzügigen Einwanderungspolitik als Sündenböcke für die ‚Not der einfachen Leute‘ darzustellen.

3. Methodische Herangehensweise

Das methodische Instrumentarium zur Analyse visueller Medien ist umfangreich und vielfältig. Je nach Forschungsinteresse bieten sich unterschiedliche Herangehensweisen an (Petersen und Schwender 2018). Da sich die vorliegende Arbeit der Erforschung der Bildinhalte und möglicher Deutungsmuster widmet und hierbei der detaillierten Analyse ausgewählter Bilder gegenüber großer Bildkorpora den Vortritt lässt, bietet sich eine qualitative und interpretative Herangehensweise an. Besonders geeignet ist dafür die ikonographisch-ikonologische Analyse, da sie ein kleinschrittiges Vorgehen vorsieht und dadurch einen hohen Grad an intersubjektiver Nachvollziehbarkeit ermöglicht. Bevor eine nähere Beschreibung der Methode erfolgt, wird die Relevanz von Magazincovern für Fragestellungen im Kontext von Massenmedien und Populismus erläutert.

3.1 Magazincover als Datengrundlage

Wenngleich die wachsende Kommerzialisierung, zunehmender Wettbewerb und die Möglichkeiten des Internets traditionellen Nachrichtenmedien zunehmend Konkurrenz machen, sind diese Kanäle für BürgerInnen nach wie vor zentrale Quellen der Informationsgewinnung über das politische Geschehen (Hölig und Hasebrink 2019). Aus der Kombination der von den Medien angebotenen Deutungsmustern und persönlichen Dispositionen können seitens der BürgerInnen bestimmte Konsequenzen erfolgen, wie beispielsweise Vorstellungen von der politischen und wirtschaftlichen Lage des Landes, positive oder negative Emotionen, Einstellungen zu politischen Maßnahmen und zum politischen Personal; allesamt Faktoren, die sich auf das Wahlverhalten auswirken können. Über die Massenmedien verbreitete Bilder tragen dazu bei, wie BürgerInnen politische Sachverhalte wahrnehmen, verstehen, einordnen und bewerten. Sie beeinflussen die Vorstellungen, die wir von Politik haben.

Im Bereich der Printmedien zählen Magazincover zu den besonders prominenten Trägern politischer Botschaften. Denn über ihre AbonnentInnen hinaus erreichen die Titelbilder in ihrer Funktion als werbendes Aushängeschild auch potentielle LeserInnen im Zeitschriftenhandel sowie RezipientInnen der Online-Ausgaben. Zudem können sie über Algorithmen im News-Feed von App-NutzerInnen landen, sei es in ihrer ursprünglich publizierten Form oder von anderen NutzerInnen modifiziert. Die Hybridisierung des Medienangebots (Chadwick 2013) hat dafür gesorgt, dass ein primär als Printprodukt veröffentlichtes Medium auf vielfältige Weise zirkuliert, und zwar online wie offline. So werden Magazincover beispielsweise auch zur politischen Meinungsäußerung von BürgerInnen genutzt, etwa im Plakatformat anlässlich von Demonstrationen. Im Falle des *Compact*-Magazins werden über einen Online-Shop Karten und Plakate mit den Cover-Motiven vertrieben, um die Reichweite zu erhöhen.

Neben den Bildinhalten sind die Aufmachungen Teil diskursiver Auseinandersetzung. Organisationen wie der *European Publishing Congress* und die *American Society of Magazine Editors* verleihen jährlich Preise für die besten Cover. So gesehen sind Titelbilder als Kunstwerke mit (populär)kultureller Bedeutung zu verstehen. Magazine als Gesamtprodukte gelten als Fenster, die Einblicke in die kulturelle Verfassung einer Gesellschaft zu einem bestimmten Zeitpunkt und Ort gewähren (Kitch 2018:14). Das Titelbild, so lässt sich hinzufügen, ist dabei der Blickfang, um einen politischen Sachverhalt auf zugängliche Weise zu vermitteln.

3.2 Die ikonographisch-ikonologische Methode

In den drei Studien orientiert sich der Autor an der ikonographisch-ikonologischen Methode, die bisweilen in einem breiteren Verständnis auch als Methodologie oder theoretischer Ansatz aufgefasst wurde und wird (Müller 2011b). Es handelt sich dabei um ein hermeneutisches Verfahren, mit dem sich die kulturelle Bedeutung von Bildern und anderen visuellen Ausdrucksformen untersuchen lässt. In ihrer modernen Form geht sie auf die Kunsthistoriker Aby Warburg und Erwin Panofsky zurück.

Das Potential von Ikonographie und Ikonologie für die sozialwissenschaftliche Forschung zeigt sich insbesondere darin, dass sie ein Verständnis davon vermitteln können, wie Individuen und Gruppen kulturellen Artefakten zu einem bestimmten Zeitpunkt Sinn zuschreiben. Für die vorliegende Dissertation ist methodologisch insbesondere die auf Martin Warnke (1994) zurückgehende politische Ikonographie von Interesse, da sie die künstlerische Inszenierung von politischer Macht und Herrschaft untersucht. Am Warburg-Haus in Hamburg leitete Warnke die einschlägige Forschungsstelle, aus deren Arbeit unter anderem das Handbuch für politische Ikonographie (Fleckner et al. 2011) hervorging.

Als Vorgehen zur Bildinterpretation in der Tradition von Panofsky (1975) wenden erziehungs- (Marotzki und Stoetzer 2006, Pilarczyk und Mietzner 2005) und sozialwissenschaftliche (Heinrich und Stahl 2017) Studien die ikonographisch-ikonologische Methode an. Während sie überwiegend zur Beschreibung und Interpretation von Bildinhalten einzelner ausgewählter Werke zur Anwendung kommt, kann sie gleichermaßen für die Analyse größerer Bildkorpora von Nutzen sein, etwa für den iterativen Prozess der Typenbildung. Im Sinne der *grounded theory* lässt sich über die detaillierte Interpretation eines einzelnen Werks kritisch dessen Bedeutung in der Ordnung des relevanten Gesamtmaterials einer zuvor definierten Fragestellung beleuchten. Dadurch entstehen gegebenenfalls neue Hypothesen, sodass bestehende Typologien überarbeitet werden müssen (Grittmann und Ammann 2011, Pilarczyk und Mietzner 2005: 133).

Der Autor folgt dem Modell von Panofsky (1975), der idealtypisch zwischen der vorikonographischen Beschreibung, der ikonographischen Analyse und der ikonologischen Interpretation unterscheidet. Die vorikonographische Beschreibung konzentriert sich auf die unmittelbar sichtbaren Bildobjekte, das *primäre* oder *natürliche Sujet* (ebd.: 38). Es geht zunächst um eine möglichst neutrale Beschreibung des Bildinhalts. Kulturelle Bedeutungen werden dementsprechend ausgeklammert. Dieses rein deskriptive Vorgehen erfolgt auf Basis der Alltagserfahrung, „der Vertrautheit mit Gegenständen und Ereignissen“ (ebd.: 50). Dieser vermeintlich simple Schritt ist notwendig, da bereits die kategorisierende Benennung von Dingen kulturell variante Bedeutungsgehalte des Betrachters beinhaltet. Wenngleich sich dieses Problem nicht abschließend lösen lässt, so wird es doch zumindest durch die intersubjektive Verständigung eingedämmt (Marotzki und Stoetzer 2006: 18f.).

In der ikonographischen Analyse werden sodann die zuvor ermittelten Bildmotive mit ihren kulturspezifischen Bedeutungspotenzialen in Zusammenhang gebracht. Benannt wird nun das *sekundäre* bzw. *konventionale* Sujet, das „die Welt von *Bildern*, *Anekdoten* und *Allegorien* bildet“ (Panofsky 1975: 50, Hervorh. i. Orig.). Während beispielsweise *Das letzte Abendmahl* von Leonardo da Vinci auf der vorikonographischen Ebene mit dem gedeckten Tisch, den darum versammelten und lebhaft interagierenden Personen als Tischgesellschaft aufgefasst wird, lässt sich das Wandgemälde

unter Hinzunahme von kulturellem Wissen als Darstellung des letzten Abendmahls Jesu identifizieren.

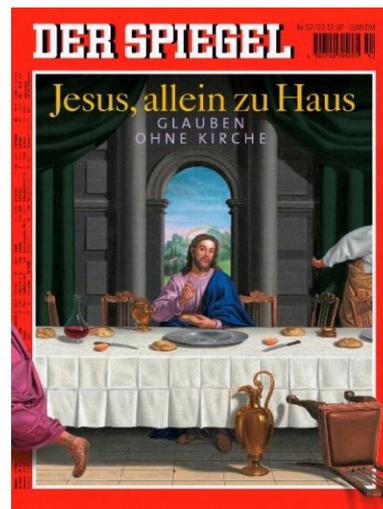
Die abschließende ikonologische Interpretation in Panofskys Modell erlaubt es schließlich, durch Hinzunahme verschiedener Quellen und deren Diskussion eine möglichst umfassende und zugleich kohärente Deutung des Bildes zu erreichen. Ziel ist im Sinne Panofskys die Interpretation der *eigentlichen Bedeutung* bzw. das *Gehalt* des Bildes (ebd.).

Der Unterschied zwischen Ikonographie und Ikonologie besteht also im Wesentlichen darin, dass sich erstere auf die Identifikation von Bildmotiven und einer Bedeutungszuschreibung dieser beschränkt, wohingegen letztere Bilder als Quellen für eine weitgreifende soziale, politische und kulturelle Analyse der Zeit, in der sie entstanden und verbreitet wurden, versteht. Zur Veranschaulichung lässt sich – um bei Panofskys Beispiel des Abendmahls zu bleiben – die *Spiegel*-Ausgabe Nr. 52/1997 heranziehen. Der Porträt-Maler Marvin Mattelson hat hierfür ein Titelbild entworfen, das an *Das letzte Abendmahl* des Renaissance-Künstlers Vicente Juan Masip angelehnt ist. Eindeutig erkennbar ist in der Coverdarstellung jedoch lediglich Jesus, allein in der Mitte sitzend und den Betrachter anblickend. Die Stühle um den gedeckten Tisch sind in Unordnung bzw. umgefallen und zwei der Apostel verlassen fluchtartig die Szene, was beides auf eine plötzliche Auflösung der Zusammenkunft hinweist. Der Titel „Jesus, allein zu Haus. Glauben ohne Kirche“ liefert einen Anhaltspunkt für die Bedeutung des Bildes für den zeitgenössischen Kontext. So ließe sich schlussfolgern, dass das Cover und die damit verknüpfte Titelgeschichte den Bedeutungsverlust der Kirche zum Gegenstand hat.¹⁰ Das Beispiel steht nicht nur für den massenmedialen Rückgriff auf christliche Ikonographie zum Zwecke der Verhandlung eines aktuellen Problems. Es verdeutlicht überdies, dass die textuelle Botschaft in der ikonologischen Interpretation mit berücksichtigt werden muss. Titelbilder vermitteln multimodale Botschaften, sodass sich das zu übermittelnde Argument nur unter Beachtung der visuellen und der textuellen Aspekte entschlüsseln lässt. Im vorliegenden Fall liegt eine Referenz zum Film *Kevin - Allein zu Haus* vor, in dem der achtjährige Kevin unter kuriosen Umständen von seiner Familie für die Weihnachtsreise zu Hause vergessen wird.

¹⁰ Eine ausführliche ikonographisch-ikonologische Analyse müsste hier freilich zunächst eine Beschreibung der Bildobjekte vornehmen, diese mit ihren Bedeutungspotentialen in der christlichen Ikonographie erörtern, Abweichungen vom Original diskutieren und schließlich weitere Dokumente wie beispielsweise Literatur, Meinungsumfragen und anderes Material heranziehen, um zu einer Interpretation der zeitgenössischen Bedeutung zu gelangen. Zum Zweck der exemplarischen Darstellung sollen diese Ausführungen jedoch genügen.



a)



b)

Abb. 2: a) Vicente Juan Masip: Das Abendmahl, ca. 1562, Museo del Prado, Madrid, CC gemeinfrei.
 b) *Der Spiegel*, Nr. 52/1997: „Jesus, allein zu Haus. Glauben ohne Kirche“, © SPIEGEL-Verlag.

Mit Blick auf die häufig vorgebrachte Kritik an der Validität ikonographisch-ikonologischer Forschung ist es wichtig, auf die rezeptionsästhetische Temporalität (Grave 2022) hinzuweisen, die ein stetiges Wiedereintauchen in das Bild erfordert, sodass alternative Lesarten möglich bleiben. Materielle Bilder präsentieren sich den BetrachterInnen stets in einer doppelten Form – einerseits als das, was auf oder in dem Bild zu sehen ist (Bildobjekt) und andererseits als dem Träger, dem physischen Bildding (Leinwand, Zeitung, Bildschirm etc.). Zudem sind Bilder unbestimmt, und zwar insofern als sie keiner Grammatik folgen, sie setzen sich nicht aus distinkten und disjunkten Zeichen zusammen. Sie bauen vielmehr „auf einem Kontinuum von Markierungen, Spuren, Linienzügen und Farben auf“ (ebd.: 185). Aus der Kombination dieser beider Eigenschaften, der Zwiespältigkeit und der Unbestimmtheit des Bildes, ergibt sich, „dass bei einer Betrachtung von Bildern im Laufe der Zeit eher die Zahl der Fragen als die der Antworten zunimmt“ (ebd.: 186f.). Für die Forschungspraxis bedeutet das, dass die präsentierten Deutungspotentiale eben genau dies sind – Potentiale – und weitere Lesarten unentdeckt bleiben.

Wenngleich dieses interpretative Verfahren von Offenheit geprägt ist, sind die Interpretationen im sozialwissenschaftlichen Kontext der vorliegenden Arbeit stets vor dem Hintergrund der jeweiligen Fragestellung und ihrer theoretischen Rahmung zu verstehen. Sowohl die Bildauswahl als auch die Analyse unterliegt dabei informierten Vorannahmen des Forschers, die sich im Forschungsprozess durch iterative Schleifen weiterentwickeln (Yanow 2014).

Abschließend gilt es zu berücksichtigen, dass mittels der ikonographisch-ikonologischen Methode sich zwar Deutungspotentiale aufzeigen lassen, die sich im Rahmen dessen bewegen, was Gillian Rose *site of image* (2016: 25) genannt hat. Generalisierbare Aussagen darüber, wie bestimmte Individuen oder Gruppen ein Bild rezipieren, lassen sich mit der hier vorgestellten Methode nicht treffen. Dies fällt in den Bereich *site of audiencing* (ebd.) und muss methodisch mittels Experimenten und Befragungen ergründet werden.

4. Ergebnisse der Forschung im Überblick

4.1 Studie 1: NPD und AfD als Wiedergänger des Nationalsozialismus und Nationalismus? Eine Bildanalyse von Magazincovern

Die erste Studie ist von der Frage geleitet, wie die AfD in ihren Anfangsjahren auf den Titelseiten von *Der Spiegel* visualisiert wurde. Als Untersuchungszeitraum wurde das Gründungsdatum 2013 bis Dezember 2019 festgelegt. Zum Vergleich wurden darüber hinaus die Cover zur NPD beginnend mit ihrer Gründung 1964 bis zum knapp verpassten Einzug in den Bundestag 1969 berücksichtigt. Die NPD war nach dem Verbot der Sozialistischen Reichspartei (SRP) bis zur Gründung der AfD die einzige Partei rechts der Union, die überregionale Erfolge im Sinne von Landtagsmandaten zu verzeichnen hatte, sodass sich ein Vergleich der Visualisierung dieser beider Parteien auf den Covern anbietet, um Kontinuitäten im visuellen Framing aufzuzeigen. Die Studie hebt jeweils ein Beispiel zur NPD und eines zur AfD für eine detaillierte Analyse heraus, zwei weitere Beispiele werden cursorisch besprochen. Die Gefahr von rechts für die Demokratie wird damals wie heute mit mehr oder weniger offensichtlichen visuellen und textuellen Referenzen zum Nationalsozialismus sowie Phasen eines aufstrebenden Nationalismus auf den Titelseiten verhandelt.

Theoretisch lassen sich diese Visualisierungen dem *populism through the media* zuordnen. Die häufig zitierte gegenseitige Abhängigkeit von Massenmedien und Populismus bzw. die Affinität populistischer Kommunikation mit der medialen Aufmerksamkeitslogik (Diehl 2012) lässt sich nicht nur in der textuellen Berichterstattung, sondern auch in der Bebilderung der AfD beobachten. Gezielte Provokationen von PolitikerInnen führen zu entsprechender Beachtung in den Medien. Komplexitätsreduktion, Personalisierung und Emotionalisierung sind Eigenschaften der medialen Logik, die besonders kompatibel mit dem Kommunikationsstil populistischer Akteure sind. Die visuelle Vermittlung ist hier von besonderer Bedeutung, da Bilder besonders einprägsam sind und pointiert komplexe Botschaften vermitteln können, für die es verbal deutlich längerer Erklärungen bedarf. Referenzen auf die Ikonographie des Nationalsozialismus sind speziell im deutschen Kontext wirksam im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit potentieller LeserInnen. So wurde etwa Anfang 2016 eine provokante Äußerung der AfD-Bundessprecherin Frauke Petry zum Anlass genommen, sie und Alexander Gauland in der faschistischen Tradition des Führerporträts darzustellen (*Der Spiegel* Nr. 6/2016)¹¹. Mit der Positionierung der beiden auf dem Zeppelfeld des Reichsparteitagsgeländes wird zudem auf die NS-Ästhetik der Masseninszenierung zurückgegriffen.

Der Forschungsbeitrag diskutiert potentielle Auswirkungen derartiger Darstellungen für den öffentlichen Diskurs. Zunächst ist diesbezüglich festzuhalten, dass inhaltliche politische Debatten aus dem Blick zu geraten drohen. Neben dem Potenzial, mittels historischer Vergleiche den Nationalsozialismus zu verharmlosen, gilt es zudem zu fragen, ob diese Visualisierungsformen nicht auch eine Aufwertung der Partei bzw. des völkisch-nationalistischen Flügels und damit den „Gewöhnungseffekt an antidemokratische Selbstverständnisse“ (Diehl 2018: 95) begünstigen. So passt etwa im Falle Björn Höckes die medial aufgegriffene Analogie zu faschistischen Führerdarstellungen zu dessen Selbstverständnis. Anlässlich der thüringischen Landtagswahl (*Der Spiegel* Nr. 7/2020) erscheint eine hell ausgeleuchtete frontale Nahaufnahme des AfD-Politikers kontrastreich vor schwarzem Hintergrund auf der Titelseite. Unterlegt ist das Bild

¹¹ Die Titelbilder sind frei abrufbar unter:

<https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-2023.html> (Letzter Zugriff am 22.09.2023).

mit der Zeile „Der Dämokrat“, einer Verschmelzung der Wörter Demokrat und Dämon. Die an Dämonendarstellungen aus dem expressionistischen Film (Eisner 1975) erinnernde Bildkomposition stilisiert ihn als das vermeintlich banale Böse. Die Dämonisierung hat aber stets etwas Mystifizierendes, sie enthebt den Dämonisierten der menschlichen Sphäre, verleiht ihm etwas Übernatürliches und sorgt so letztlich für dessen Überhöhung.

Selbstverständlich lässt sich nicht empirisch belegen, welchen konkreten Einfluss die visuelle mediale Darstellung der AfD auf deren Erfolg hat. Genauso wenig wie sich dies abschließend für die textuelle Berichterstattung behaupten lässt. Wichtig ist es jedoch, so das zentrale Argument in dieser Studie, die visuelle Komponente in dieser Debatte nicht zu vernachlässigen, da massenmedial verbreitete Bilder die Politikvorstellungen der RezipientInnen beeinflussen können.

4.2 Studie 2: Donald Trump als (personifizierte) Katastrophe. Ein visuell vermitteltes Bedrohungsszenario der Demokratie

Diese Studie analysiert fünf Cover von *Der Spiegel*, die Trump als Katastrophe darstellen – sei es in personifizierter Form oder als Instanz, die die Macht hat, die Katastrophe herbeizuführen.

Aus der politikwissenschaftlichen Perspektive der dünnen Ideologie wird Populismus wahlweise als Ausprägung eines Korrektivs der liberalen Demokratie, die ihre repräsentative Funktion (vorübergehend) unzureichend erfüllt, oder als pathologische Ausprägung der Demokratie aufgefasst. Das ‚Pathologische‘ ist dabei in der populistischen Geringschätzung von Gewaltenteilung und Rechtsstaatlichkeit zu sehen, die keine klare Abgrenzung zum Autoritarismus mehr erlaubt (Vorländer 2011: 192, 194). So lässt sich Populismus als demokratieinhärentes oder als für sich stehendes Phänomen verstehen. Unabhängig vom eingenommenen Standpunkt in dieser Frage fordert Populismus die Demokratie heraus, bisweilen ist von der populistischen Bedrohung (Rummens 2017) die Rede. Bislang weitgehend unerforscht sind jedoch die bildlichen Motive, welche die Massenmedien bemühen, um diese Bedrohung zu visualisieren.

Bei der Betrachtung von *Der Spiegel*-Covern zu Trump fiel auf, dass das visuelle Motiv der Katastrophe vor dessen Wahl genutzt wird und sich anschließend durch seine gesamte Amtszeit in unterschiedlicher Ausprägung hindurchzieht. So wird in diesem Beitrag argumentiert, dass das Katastrophenmotiv als eine mögliche visuelle Inszenierungsform für die Vermittlung der bedrohten Demokratie fungiert. Nicht selten findet eine apokalyptische Rhetorik im öffentlichen Diskurs Anwendung, wenn – so wie im Falle der Präsidentschaft Trumps – eine tiefgreifende soziale und politische Veränderung eintritt bzw. möglicherweise bevorsteht. Wenn sich eine Gesellschaft an einem Scheideweg befindet, fungiert die apokalyptische Rhetorik als Mittel, um sich einen Reim auf den für viele Menschen nur schwer fassbaren Wandel zu machen (Goodnow 2019: 833). Zugleich ist diese Form der Inszenierung aber auch als Alarmsignal, als Warnung interpretierbar, sich der drohenden Katastrophe entgegenzustellen. Als Teil des politisch Imaginären sind bildliche Katastrophenfiktionen eine besonders wirksame Form der Kommunikation. Bleibt es bei verbalen Äußerungen, sind RezipientInnen angehalten, sich selbst ein Bild dazu vorzustellen. Wenn ihnen hingegen, wie auf den Titelseiten, direkt ein Bild mitgeliefert wird, wird die Katastrophe bei den

BetrachterInnen konkreter und dadurch auch möglicher (ebd.). Zukunftsfiktionen der Katastrophe „drücken nicht nur etwas aus, sondern greifen unmittelbar strukturierend in das Imaginäre einer Kultur ein“ (Horn 2014: 23).

Die Analyse zeigt, dass die von Trump ausgehende Bedrohung in zwei Titelbildern sichtbar planetarische Ausmaße annimmt, angedeutet durch einen Globus, der – gepaart mit entsprechenden Titelzeilen – sinnbildlich auf eine veränderte Weltordnung unter seiner Präsidentschaft hindeutet. Einmal, in der Darstellung kurz vor der Wahl, erscheint Trump im Science Fiction Stil als übernatürliche Macht hinter dem Erdball (*Der Spiegel* Nr. 38/2016), während die Titelzeile „Fünf Minuten vor Trump“ die kurz bevorstehende Katastrophe ankündigt. Ein anderes Mal rast Trumps als Komet stilisierter Kopf auf den Globus zu (*Der Spiegel* Nr. 46/2016), die Titelzeile verkündet „Das Ende der Welt (wie wir sie kennen)“. Ein expliziter Bezug auf die gefährdete Demokratie erfolgt in zwei weiteren Covern mittels der Architektur demokratischer Institutionen, die im Begriff sind, vom als Trump personifizierten Tsunami verschlungen (*Der Spiegel* Nr. 45/2017) bzw. von ihm in Ruinen (*Der Spiegel* Nr. 45/2020) verwandelt zu werden. In Form von übergroßen Darstellungen sowie als personifizierte Naturgewalt weisen die Bilder dem 45. Präsidenten der USA (Über-)Macht zu, wohingegen so gut wie keine Referenzen auf die Resilienz der Demokratie (Merkel und Lührmann 2021) in Form ihrer institutionalisierten Mechanismen zur Bekämpfung autoritärer Absichten vorzufinden sind. Wenn die Fiktion einer Zukunft als Katastrophe nach Verhinderung schreit (Horn 2014: 25), so liefern die Bilder im hier untersuchten Fall keine ernstzunehmenden Gegenmittel gegen den drohenden Schrecken. Stattdessen wird Trumps aggressiver Kommunikationsstil bildlich aufgegriffen und damit letztlich auch die Angst vor ihm verstärkt.

4.3 Studie 3: Exploring the distinction between populism *through* and *by* the media from a visual perspective: representations of German politicians on magazine covers of *Der Spiegel* and *Compact*

Die ersten beiden Studien konzentrieren sich auf Deutungsmuster in der visuellen Darstellung populistischer Akteure in einem traditionellen Medium und diskutieren mögliche Implikationen für den öffentlichen Diskurs sowie das Demokratieverständnis, das über die Bilder vermittelt wird. Sie behandeln die Affinität zwischen politischem Populismus und der Medienlogik, die sich beide durch Provokationen um Aufmerksamkeit von WählerInnen bzw. LeserInnen bemühen. Auf theoretischer Ebene lässt sich dies als *populism through the media* beschreiben, also einem populistischen Stil seitens der Medien, der begünstigende Bedingungen für einen politischen Populismus schafft, indem er beispielsweise Tabubrüche visuell aufgreift.

Die dritte Studie erweitert diese Perspektive und nimmt mit Covern des *Compact*-Magazins explizit die visuelle Kommunikation eines rechtspopulistischen und rechtsextremen Mediums in den Blick. *Compact* wird dem *populism by the media* zugeordnet, d.h. das Magazin verfolgt eine dezidiert populistische Agenda im Sinne des Populismus als ‚dünner‘ Ideologie. Mit dem Vergleich der bildlichen Darstellungen von deutschen PolitikerInnen auf den Titelbildern von *Der Spiegel* und *Compact* liefert der Artikel einen Beitrag zur Unterscheidung zwischen *populism through the media* und *populism by the media* in einem visuellen Kontext.

Methodisch wurde hier ebenfalls mit der ikonographisch-ikonologischen Analyse vorgegangen. Im Gegensatz zu den Studien 1 und 2 wurde sie in diesem Fall jedoch zur Besprechung von Beispielen angewendet, die aus einer Bildtypenanalyse hervorgegangen sind. Gesichtet wurden hierfür zunächst alle Cover von *Der Spiegel* und *Compact*, die zwischen 2010 und 2020 erschienen sind und auf denen aktive zeitgenössische PolitikerInnen der Bundesrepublik Deutschland zu sehen sind (insgesamt 103 Cover: 67 *Der Spiegel*, 36 *Compact*). Um die für den Forschungskontext relevanten Cover herauszufiltern, wurde das Material mit Blick auf die Merkmale gesichtet, die dem Populismus im Kommunikationskontext theoretisch zugeschrieben werden: Personalisierung, Emotionalisierung, Dramatisierung und die Betonung antagonistischer Strukturen (Mazzoleni 2014). So wurden sechs Bildtypen identifiziert, die mit den genannten Merkmalen verbunden sind.

Die Analyse zeigt, dass beide Magazine mit teilweise den gleichen Bildtypen operieren. Die tiefergehende Analyse der Deutungsmuster macht dann jedoch die Unterschiede zwischen einem visuell vermittelten *populism through* und einem *populism by the media* deutlich. Im Bildtypus ‚Kriminelle‘ beispielsweise fokussiert *Der Spiegel* auf Fehlverhalten, d.h. Intrigen oder nicht eingehaltene Wahlversprechen. *Compact* hingegen stellt Politiker als Verräter dar, die nach dem Willen ausländischer Politiker oder Organisationen handeln. Dies geht einher mit einem verallgemeinerten Elitenfeindbild und der Rückgewinnung vermeintlich verlorener Souveränität. Die Fremdenfeindlichkeit des *Compact*-Magazins wird im Bildtypus ‚religiöser Kontext‘ gekoppelt mit dem Elitenfeindbild sichtbar. Es gibt jedoch auch Bildtypen, die sich klarer jeweils einem der Medien zuordnen lassen. Der Bildtypus ‚Antagonist‘ ist fast ausschließlich auf den Covern von *Der Spiegel* zu finden. Vermittelt wird demokratische Politik dadurch als konfliktgeladenes Feld (Streit, insbesondere auch persönliche Konflikte), wohingegen die um Konsensfindung bestrebte demokratische Auseinandersetzung ausgeblendet wird. Der Bildtypus ‚austauschbare Elite‘ ist ausschließlich im *Compact*-Magazin vorzufinden. Diese Cover behandeln das populistische Narrativ einer konformistischen Elite, deren VertreterInnen unabhängig von ihren Positionen und ihrer Parteizugehörigkeit als austauschbar gelten. Mittels Fotomontagen werden Körper und Gesichter von KanzlerkandidatInnen vermischt (Angela Merkel und Peer Steinbrück: *Compact* Nr. 11/2012, Merkel und Martin Schulz: *Compact* Nr. 03/2017¹²), um diese Beliebigkeit zu verbildlichen.

Die Studie liefert Anstöße, wie sich visuelle Kommunikation im Bereich des Medienpopulismus untersuchen lässt. Die Fokussierung auf Darstellungen von PolitikerInnen schränkt dabei freilich die Aussagekraft ein. Der Blick auf Titelbilder, die konkrete Politikfelder verhandeln, wie beispielsweise Migrations-, Gesundheits- oder Außenpolitik, geben weiteren Aufschluss über die visuelle populistische Kommunikation (Schilk und Gegenfurtner 2022).

¹² Die Titelbilder sind frei abrufbar unter: <https://www.compact-shop.de/produktkategorie/compact-magazin/> (Letzter Zugriff am 22.09.2023).

5. Zusammenfassung und Ausblick

Die vorliegende Dissertation verknüpft den Ansatz der Visuellen Politik mit dem Populismus als Kommunikationsphänomen. In drei Studien widmet sich der Autor auf unterschiedlichen Wegen dem Zusammenhang zwischen Massenmedien und Populismus. Die Studien 1 und 2 behandeln die Frage, wie populistische Akteure auf Covern des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* visuell dargestellt werden. Während für die erste eine historisch vergleichende Perspektive eingenommen wurde, indem die Titelbilder zur NPD Mitte der 1960er Jahre mit denjenigen zur AfD von ihrer Gründung bis ins Jahr 2019 gegenübergestellt wurden, geht die zweite vom visuellen Motiv der Katastrophe in Zusammenhang mit Darstellungen Trumps aus und identifiziert sie als eine Möglichkeit, den Präsidenten der USA als Bedrohung der Demokratie ins Bild zu setzen. Was die beiden Studien eint, ist ebendiese Perspektive der vielerorts erwähnten Bedrohung der Demokratie durch populistische Akteure und wie sie in einem traditionellen Medium visualisiert wird. Somit liefern diese Arbeiten einen Beitrag zu einem Forschungsfeld, das bislang überwiegend Texte und verbale Botschaften untersucht hat.

Die dritte Studie erweitert die Perspektive und setzt sich kritisch mit der Unterscheidung zwischen *populism through the media* und *populism by the media* auseinander – unter dem Blickwinkel der visuellen Kommunikation zweier Nachrichtenmagazine bzw. deren Titelseiten. Es wird davon ausgegangen, dass zwischen dem politischen Populismus und der massenmedialen Aufmerksamkeitslogik eine Affinität besteht, die sich insbesondere in der bildlichen Kommunikation niederschlägt, da diese prädestiniert ist für vereinfachende, emotionalisierende, dramatisierende und konfliktzentrierte Botschaften. Eine Bildtypenanalyse von Covern des als linksliberal eingestuftem Magazin *Der Spiegel* sowie des rechtspopulistischen und rechtsextremen Magazins *Compact* zeigt, dass beide auf emotionalisierende Darstellungen von PolitikerInnen zurückgreifen. Die detaillierte Auseinandersetzung mit den Deutungspotentialen der Bilder legt jedoch offen, dass *Der Spiegel* – z.B. durch die Darstellung von Konflikten zwischen PolitikerInnen und das Aufgreifen von provokanten Äußerungen – günstige Bedingungen für den politischen Populismus schafft (*populism through the media*), wohingegen in den Titelbildern von *Compact* explizit eine populistische und bisweilen extremistische Agenda propagiert wird (*populism by the media*).

Wenngleich die dritte Studie mit der Bildtypenanalyse arbeitet, liegt der Fokus der gesamten Dissertation auf dem qualitativen, interpretativen Verfahren der ikonographisch-ikonologischen Methode. Diese Entscheidung wurde bewusst getroffen, um möglichst detaillierte Bildanalysen durchführen sowie Deutungspotentiale ermitteln zu können. Damit geht selbstverständlich einher, dass die Ergebnisse in ihrer Reichweite begrenzt sind. Gerade weil die Forschung an der Schnittstelle zwischen Visueller Politik und Populismus noch verhältnismäßig jung ist, bietet sich ein exploratives Verfahren an, um zunächst auszuloten, welche Bildmotive im Kontext des *populism through* und des *populism by the media* relevant sind.

Weitere inhaltsanalytische Forschungen sollten den Analyserahmen auf andere Medien ausweiten, um zu überprüfen, ob die hier präsentierten Ergebnisse auch für größere Bildkorpora zutreffen. Darüber hinaus wären Rezeptionsstudien und Befragungen von Interesse, um herauszufinden, in welchem Maße den durch die

Interpretationen gewonnenen Deutungsmustern tatsächlich von RezipientInnen Bedeutung zugeschrieben wird.

Weiterhin muss einschränkend festgehalten werden, dass für die drei vorgestellten Studien lediglich visuelle Darstellungen von Parteien bzw. PolitikerInnen ausgewählt wurden. Das erscheint vor dem Hintergrund eines Mediensystems, das grundsätzlich von einem hohen Grad an Personalisierung (Van Aelst et al. 2011) geprägt ist, plausibel. Zudem sind an die visuellen Darstellungen des politischen Personals oftmals auch politische Inhalte geknüpft. Will man jedoch insbesondere Charakteristika eines visuellen *populism by the media* untersuchen, muss künftige Forschung ihren Blick verstärkt auf die Bebilderung inhaltlicher politischer Auseinandersetzungen richten. Speziell wäre dabei auf Politikfelder zu achten, die zentral für den jeweils untersuchten Populismus sind – d.h. beispielsweise Migrationspolitik für den Rechtspopulismus und Sozialpolitik für den Linkspopulismus.

Trotz der genannten Limitationen setzt die vorliegende Dissertation neue Impulse für die Erforschung visueller Kommunikation im Zusammenhang mit Populismus. Denn wenn wir uns ein „vollständiges Bild“ von Populismus und seiner heutigen Funktionsweise machen wollen, müssen wir auf seine visuelle Politik achten“ (Moffitt 2022a: 564, eigene Übersetzung). Mit dem Fokus auf Massenmedien liefern die hier präsentierten Studien Erkenntnisse auf einer Ebene, die im Gegensatz zur visuellen Kommunikation seitens populistischer politischer Akteure – etwa über soziale Medien oder Wahlplakate – bislang wenig Beachtung gefunden hat. Da Medienbilder aber genauso als Teil des politischen Imaginären unsere Vorstellungen von Politik mitprägen, ist es von sozialwissenschaftlichem und gesellschaftlichem Interesse, sowohl die traditionellen Medien als auch die selbsternannten alternativen Medien als Sprachrohre unterschiedlicher Wählergruppen auf ihre Bildsprache hin zu untersuchen.

6. Literaturverzeichnis

- Aalberg, Toril, Frank Esser, Carsten Reinemann, Jesper Strömbäck, und Claes de Vreese. 2017. *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge.
- Aiello, Giorgia und Katy Parry. 2020. *Visual communication. Understanding images in media culture*. London: SAGE.
- Aiello, Giorgia und Katy Parry. 2015. Political Aesthetics. In *The International Encyclopedia of Political Communication*, Hrsg. Gianpietro Mazzoleni, Kevin G. Barnhurst, Ken'ichi Ikeda, Rousiley C.M. Maia und Hartmut Wessler, Bd. I, 11–16. Chichester: Wiley Blackwell.
- Akkerman, Tjitske. 2011. Friend or foe? Right-wing populism and the popular press in Britain and the Netherlands. *Journalism* 12(8): 931–945.
- Bast, Jennifer. 2021. Managing the image: The visual communication strategy of European right-wing populist politicians on Instagram. *Journal of Political Marketing*, Online First: <https://doi.org/10.1080/15377857.2021.1892901>.
- Bergem, Wolfgang, Paula Diehl und Hans J. Lietzmann. 2019. *Politische Kulturforschung reloaded. Neue Theorien, Methoden und Ergebnisse*. Bielefeld: transcript.
- Bernhardt, Petra und Karin Liebhart. 2020. *Wie Bilder Wahlkampf machen*. Wien: mandelbaum verlag.
- Bernhardt, Petra, Karin Liebhart und Andreas Pribersky. 2019. Visuelle Politik: Perspektiven eines politikwissenschaftlichen Forschungsbereichs. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* 48(2): 44–54.
- Bleiker, Roland. 2018. *Visual Global Politics*. London: Routledge.
- Bogerts, Lisa und Maik Fielitz. 2019. "Do You Want Meme War?" Understanding the Visual Memes of the German Far Right. In *Post-Digital Cultures of the Far Right. Online Actions and Offline Consequences in Europe and the US*, Hrsg. Maik Fielitz und Nick Thurston, 137–153. Bielefeld: transcript.
- Bucher, Hans-Jürgen. 2020. Einführung: Medienkritik – zwischen ideologischer Instrumentalisierung und kritischer Aufklärung, In *Medienkritik – zwischen ideologischer Instrumentalisierung und kritischer Aufklärung*, Hrsg. Hans-Jürgen Bucher, 9–19. Köln: Herbert von Halem.
- Bundesamt für Verfassungsschutz (BfV). 2021. *Verfassungsschutzbericht 2021*. Hrsg. Bundesministerium des Innern und für Heimat. Köln/Berlin.
- Chadwick, Andrew. 2013. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York: Oxford University Press.
- De la Torre, Carlos. 2019. *Routledge Handbook of Global Populism*. New York: Routledge.
- De Vreese, Claes H., Frank Esser, Toril Aalberg, Carsten Reinemann und James Staney. 2018. Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *The International Journal of Press/Politics* 23(4): 423–438.
- Diehl, Paula. 2019. Interdisziplinarität, Politische Repräsentation und das Imaginäre. Plädoyer für eine neue Perspektive der politischen Kulturforschung. In *Politische Kulturforschung reloaded. Neue Theorien, Methoden und Ergebnisse*, Hrsg. Wolfgang Bergem, Paula Diehl und Hans J. Lietzmann, 39–57. Bielefeld: transcript.
- Diehl, Paula. 2018. Rechtspopulismus und Massenmedien. Eine explosive Mischung. In *Großerzählungen des Extremen. Neue Rechte, Populismus, Islamismus, War on Terror*, Hrsg. Jennifer Schellhöh, Jo Reichertz, Volker M. Heins und Armin Flender, 87–96. Bielefeld: transcript.
- Diehl, Paula. 2012. Populismus und Massenmedien. *APuZ* 62(5–6): 16–22.
- Doerr, Nicole. 2021. The visual politics of the Alternative for Germany (AfD): Anti-Islam, ethno-nationalism, and gendered images. *Social Sciences* 10: 20.
- Eisner, Lotte. 1975. *Die dämonische Leinwand*. Überarbeitete, erweiterte und autorisierte Neuauflage. Frankfurt: Kommunales Kino.
- Esser, Frank, Agnieszka Stępińska und David Nicolas Hopmann. 2017. Populism and the Media. Cross-National Findings and Perspectives. In *Populist Political Communication in Europe*, Hrsg. Toril Aalberg, Frank Esser, Carsten Reinemann, Jesper Stromback und Claes De Vreese, 365–380. New York: Routledge.

- Farkas, Xenia, Daniel Jackson, Paweł Baranowski, Márton Bene, Uta Russmann und Anastasia Veneti. 2022. Strikingly similar: Comparing visual political communication of populist and non-populist parties across 28 countries. *European Journal of Communication* 37(5): 545–562.
- Fleckner, Uwe, Martin Warnke und Hendrik Ziegler. 2011. *Politische Ikonographie. Ein Handbuch*. München: C.H. Beck.
- Freistein, Katja und Frank Gadinger. 2020. Populist stories of honest men and proud mothers: A visual narrative analysis. *Review of International Studies* 46(2): 217–236.
- Goodnow, Trischa. 2019. Signs of the Apocalypse: An Analysis of Trump Magazine Covers During the 2016 Presidential Campaign. *American Behavioral Scientist* 63(7): 826–835.
- Grave, Johannes. 2022. *Bild und Zeit. Eine Theorie des Bildbetrachtens*. München: C.H. Beck.
- Grittmann, Elke und Ilona Ammann. 2011. Quantitative Bildtypenanalyse. In *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation: ein Handbuch*, Hrsg. Thomas Petersen und Clemens Schwender, 163–178. Köln: Herbert von Halem.
- Haller, André, Kristoffer Holt und Renaud de La Brosse. 2019. The ‘other’ alternatives: Political right-wing alternative media. *Journal of alternative and community media* 4(1): 1–6.
- Hatakka, Niko. 2019. *Populism in the hybrid media system: Populist radical right online counterpublics interacting with journalism, party politics, and citizen activism*. Dissertationsschrift, Universität Turku.
- Heft, Annett, Eva Mayerhöffer, Susanne Reinhardt und Curd Knüpfer. 2020. Beyond Breitbart: Comparing Right-Wing Digital News Infrastructures in Six Western Democracies. *Policy & Internet* 12(1): 20–45.
- Heinrich, Horst-Alfred und Bernhard Stahl. 2017. Pictorial stereotypes and images in the Euro debt crisis. *National Identities* 19(1): 109–127.
- Herkman, Juha. 2019. Populism in political cartoons: Caricatures of Nordic populist leaders. *Popular Communication* 17(3): 252–267.
- Hölig, Sascha und Uwe Hasebrink. 2019. *Reuters Institute Digital News Report 2019 – Ergebnisse für Deutschland*. Unter Mitarbeit von Julia Behre. Arbeitspapiere des HBI Nr. 47. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut.
- Hofmann, Wilhelm. 2004. Die politische Kultur des Auges. Der *pictorial turn* als Aspekt des *cultural turn* in der Politikwissenschaft. In *Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft*, Hrsg. Birgit Schwelling, 309–334. Wiesbaden: Springer VS.
- Hofmann, Wilhelm. 1999. *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*. Baden-Baden: Nomos.
- Horn, Eva. 2014. *Zukunft als Katastrophe*. Frankfurt a. M.: S. Fischer.
- Jazo, Jelena. 2021. Hitler-Memes, Nazi-Ponys und »Fashwave«. NS-Ästhetik in Internetbildern. In *Rechte Angriffe - toxische Effekte*, Hrsg. Elke Gaugele und Sarah Held, 227–240. Bielefeld: transcript.
- Jesse, Eckhard und Isabelle-Christine Panreck. 2017. Populismus und Extremismus. Terminologische Abgrenzung – das Beispiel der AfD. *Zeitschrift für Politik* 64(1):59–76.
- Kanter, Heike. 2016. Ästhetisches Agieren und die Auslegung von Welt – ikonische Macht in der Gestaltung von Pressefotografien. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 41: 187–211.
- Kitch, Carolyn. 2018. Theory and methods of analysis. Models for understanding magazines. In *The Routledge handbook of magazine research. The future of the magazine form*, Hrsg. David Abrahamson und Marcia Prior-Miller, 9–21. New York: Routledge.
- Klumpp, Lorenz. 2023. Exploring the distinction between populism *through* and *by* the media from a visual perspective: representations of German politicians on magazine covers of *Der Spiegel* and *Compact*. *Visual Communication*, Online First: <https://doi.org/10.1177/14703572231173079>.
- Klumpp, Lorenz. 2022. Donald Trump als (personifizierte) Katastrophe. Ein visuell vermitteltes Bedrohungsszenario der Demokratie. In *Demokratie im Bild*, Hrsg. Horst-Alfred Heinrich und Lorenz Klumpp, 87–119. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Klumpp, Lorenz. 2020. NPD und AfD als Wiedergänger des Nationalsozialismus und Nationalismus? Eine Bildanalyse von Magazincovern. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 30(3): 425–456.

- Krämer, Benjamin und Christina Holtz-Bacha. 2020. *Perspectives on Populism and the Media: Avenues for Research*. Baden-Baden: Nomos.
- Krämer, Benjamin. 2014. Media populism: A conceptual clarification and some theses on its effects. *Communication Theory* 24: 42–60.
- Lang, Jürgen P. 2016. Biographisches Porträt: Jürgen Elsässer. In *Jahrbuch Extremismus & Demokratie*, Hrsg. Uwe Backes, Alexander Gallus und Eckhard Jesse, 225–240. Baden-Baden: Nomos.
- Lessinger, Eva-Maria und Christina Holtz-Bacha. 2019. Nicht von gestern. Die Parteienplakate im Bundestagswahlkampf 2017. In *Die (Massen-)Medien im Wahlkampf*, Hrsg. Christina Holtz-Bacha, 125–164. Wiesbaden: Springer VS.
- Lilleker, Darren G. und Anastasia Veneti. 2023. *Research Handbook on Visual Politics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Lilleker, Darren G., Anastasia Veneti und Daniel Jackson. 2019. Introduction: Visual Political Communication. In *Visual Political Communication*, Hrsg. Anastasia Veneti, Daniel Jackson und Darren G. Lilleker, 1–13. London: Palgrave Macmillan.
- Lobinger, Katharina, Benjamin Krämer, Rebecca Venema und Eleonora Benecchi. 2020. Pepe – Just a funny frog? A visual meme caught between innocent humor, far-right ideology, and fandom. In *Perspectives on Populism and the Media: Avenues for Research*, Hrsg. Benjamin Krämer und Christina Holtz-Bacha, 333–351. Baden-Baden: Nomos.
- Marotzki, Winfried und Katja Stoetzer. 2006. Die Geschichten hinter den Bildern. Annäherungen an eine Methode und Methodologie der Bildinterpretation in biographie- und bildungstheoretischer Absicht. In *Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive*, Hrsg. Winfried Marotzki und Horst Niesyto, 15–44. Wiesbaden: Springer VS.
- Marquart, Franziska und Jörg Matthes. 2013. Charakteristika, Inhalte und Wirkungen politischer Plakate aus Sicht der visuellen Kommunikations- und Framingforschung: Ein Forschungsüberblick. In *Visual Framing: Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung*, Hrsg. Stephanie Geise und Katharina Lobinger, 217–234. Köln: Herbert von Halem.
- Mazzoleni, Gianpietro. 2014. Mediatization and Political Populism. In *Mediatization of Politics*, Hrsg. Frank Esser und Jesper Strömbäck, 42–56. London: Palgrave Macmillan.
- Mazzoleni, Gianpietro, Julianne Stewart und Bruce Horsfield. 2003. *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis*. Westport: Praeger.
- Mendonça, Ricardo und Renato Caetano. 2021. Populism as parody: The visual self-presentation of Jair Bolsonaro on Instagram. *International Journal of Press/Politics* 26(1): 210–235.
- Merkel, Wolfgang und Anna Lührmann. 2021. Resilience of democracies: responses to illiberal and authoritarian challenges. *Democratization* 28(5): 869–884.
- Mitchell, William J.T. 1992. The Pictorial Turn. *Art Forum International* 30(3): 89–94.
- Moffitt, Benjamin. 2022a. Taking Account of the Visual Politics of Populism. *Polity* 54(3): 557–564.
- Moffitt, Benjamin. 2022b. How Do Populists Visually Represent ‘The People’? A Systematic Comparative Visual Content Analysis of Donald Trump and Bernie Sanders’ Instagram Accounts. *The International Journal of Press/Politics*, Online First: <https://doi.org/10.1177/19401612221100418>.
- Moffitt, Benjamin. 2019. Populism and media in Western Europe. In *Routledge Handbook of Global Populism*, Hrsg. Carlos De la Torre, 235–248. New York: Routledge.
- Moffitt, Benjamin. 2016. *The Global Rise of Populism. Performance, Political Style, and Representation*. Stanford: Stanford University Press.
- Mudde, Cas und Cristóbal Rovira Kaltwasser. 2018. Studying Populism in Comparative Perspective: Reflections on the Contemporary and Future Research Agenda. *Comparative Political Studies* 51(13): 1667–1693.
- Müller, Marion G. 2011a. Ikonografie und Ikonologie, visuelle Kontextanalyse, visuelles Framing. In *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation*, Hrsg. Thomas Petersen, Clemens Schwender, 28–55. Köln: Herbert von Halem.

- Müller, Marion G. 2011b. Iconography and Iconology as a Visual Method and Approach. In *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*, Hrsg. Eric Margolis und Luc Pauwels, 283–297. Los Angeles: SAGE.
- Müller, Marion G. 1999. Politische Vision. In *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*, Hrsg. Wilhelm Hofmann, 15–27. Baden-Baden: Nomos.
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Antonis Kalogeropoulos und Rasmus Kleis Nielsen. 2019. *Digital News Report 2019*, University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Panofsky, Erwin. 1975. *Sinn und Deutung in der bildenden Kunst*. Köln: Dumont.
- Petersen, Thomas und Clemens Schwender. 2018. *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch*. Köln: Herbert von Halem.
- Pilarczyk, Ulrike und Ulrike Mietzner. 2005. *Das reflektierte Bild. Die seriell-ikonografische Fotoanalyse in den Erziehungs- und Sozialwissenschaften*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Priester, Karin. 2016. Rechtspopulismus – ein umstrittenes theoretisches und politisches Phänomen. In *Handbuch Rechtsextremismus*, Hrsg. Fabian Virchow, Martin Langebach und Alexander Häusler, 533–560. Wiesbaden: Springer VS.
- Puhle, Hans-Jürgen. 2021. Populismen im 21. Jahrhundert. Begriffe und Entwicklungen. In *Die Kirchen und der Populismus: Interdisziplinäre Recherchen in Gesellschaft, Religion, Medien und Politik*, Hrsg. Ilona Nord und Thomas Schlag, 45–56. Leipzig: Evangelische Verlagsanstalt.
- Raabe, Lea. 2019. Die Kommentarspalten des Online-Magazins COMPACT als privatisierte Echokammer. In *Digitalität und Privatheit. Kulturelle, politisch-rechtliche und soziale Perspektiven*, Hrsg. Christian Aldenhoff, Lukas Edeler, Martin Hennig, Jakob Kelsch, Lea Raabe und Felix Sobala, 197–224. Bielefeld: transcript.
- Rose, Gillian. 2016. *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. London: SAGE.
- Rummens, Stefan. 2017. Populism as a Threat to Liberal Democracy. In *The Oxford Handbook of Populism*, Hrsg. Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo und Pierre Ostiguy, 554–570. Oxford: Oxford University Press.
- Sarcinelli, Ulrich. 1989. Symbolische Politik und politische Kultur. Das Kommunikationsritual als politische Wirklichkeit. *Politische Vierteljahresschrift* 30(2): 292–309.
- Sartori, Giovanni. 1997. *Homo videns. Televisione e post-pensiero*. Rom: Laterza.
- Schilk, Felix und Gregor Gegenfurtner. 2022. Visuelles Framing im Compact-Magazin. Ergebnisse einer quantitativen Bildtypenanalyse. *Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung* 2(2): 287–312.
- Schilk, Felix. 2022. Compact – Scharniermedium der extremen Rechten. <https://gegneranalyse.de/fallstudie-2-compact/#intro> (Letzter Zugriff am 04. September 2023).
- Schilk, Felix. 2017. *Souveränität statt Komplexität. Wie das Querfront-Magazin „Compact“ die politische Legitimationskrise der Gegenwart bearbeitet*. Münster: Unrast.
- Schill, Dan. 2012. The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication. *Review of Communication* 12(2): 118–142.
- Schwelling, Birgit. 2004. Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft. Theorien, Methoden, Problemstellungen. Wiesbaden: Springer VS.
- Strand, Ryan T. und Dan Schill. 2019. The Visual Presidency of Donald Trump’s First Hundred Days: Political Image-Making and Digital Media. In *Visual Political Communication*, Hrsg. Anastasia Veneti, Daniel Jackson und Darren G. Lilleker, 167–186. London: Palgrave Macmillan.
- Tuomola, Salla und Karin Wahl-Jorgensen. 2023. Emotion mobilisation through the imagery of people in Finnish-language right-wing alternative media. *Digital Journalism* 11(1): 61–79.
- Van Aelst, Peter, Tamir Sheafer und James Stanyer. 2011. The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13(2): 203–220.
- Veneti, Anastasia, Daniel Jackson und Darren G. Lilleker. 2019. *Visual Political Communication*. London: Palgrave Macmillan.

- Vorländer, Hans. 2011. The good, the bad, and the ugly. Über das Verhältnis von Populismus und Demokratie – Eine Skizze. *Totalitarismus und Demokratie* 8(2): 187–194.
- Warnke, Martin. 1994. Politische Ikonographie. Hinweise auf eine sichtbare Politik. In *Wozu Politikwissenschaft? Über das Neue in der Politik*, Hrsg. Claus Leggewie, 170–179. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Wettstein, Martin, Frank Esser, Anne Schulz, Dominique S. Wirz, und Werner Wirth. 2018. News Media as Gatekeepers, Critics, and Initiators of Populist Communication: How Journalists in Ten Countries Deal with the Populist Challenge. *The International Journal of Press/Politics* 23(4): 476–495.
- Wodak, Ruth und Bernhard Forchtner. 2014. Embattled Vienna 1683/2010: Right-wing populism, collective memory and the fictionalisation of politics. *Visual Communication* 13(2): 231–255.
- Wodak, Ruth. 2015. *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. London: SAGE.
- Yanow, Dvora. 2014. Neither rigorous nor objective? Interrogating criteria for knowledge claims in interpretive science. In *Interpretation and method. Empirical research methods and the interpretive turn*, Hrsg. Dvora Yanow und Peregrine Schwartz-Shea, 97–119. New York: M. E. Sharpe.

7. Anhang

Die drei im Rahmen dieser kumulativen Dissertation veröffentlichten Studien sind im Folgenden in der jeweiligen Originalfassung angehängt. Der Autor weist ausdrücklich darauf hin, dass an keinem dieser drei Dokumente Änderungen vorgenommen wurden.

1) Klumpp, Lorenz. 2020. NPD und AfD als Wiedergänger des Nationalsozialismus und Nationalismus? Eine Bildanalyse von Magazincovern. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 30(3): 425–456.

2) Klumpp, Lorenz. 2022. Donald Trump als (personifizierte) Katastrophe. Ein visuell vermitteltes Bedrohungsszenario der Demokratie. In *Demokratie im Bild*, Hrsg. Horst-Alfred Heinrich und Lorenz Klumpp, 87–119. Stuttgart: Steiner.

3) Klumpp, Lorenz. 2023. Exploring the distinction between populism *through* and *by* the media from a visual perspective: representations of German politicians on magazine covers of *Der Spiegel* and *Compact*. *Visual Communication*, Online First: <https://doi.org/10.1177/14703572231173079>.

*NPD und AfD als Wiedergänger des
Nationalsozialismus und Nationalismus?
Eine Bildanalyse von Magazincovern*

Lorenz Klumpp

Zeitschrift für Politikwissenschaft
Journal of Political Science

ISSN 1430-6387
Volume 30
Number 3

Z Politikwiss (2020) 30:425-456
DOI 10.1007/s41358-020-00227-2

Your article is published under the Creative Commons Attribution license which allows users to read, copy, distribute and make derivative works, as long as the author of the original work is cited. You may self-archive this article on your own website, an institutional repository or funder's repository and make it publicly available immediately.

NPD und AfD als Wiedergänger des Nationalsozialismus und Nationalismus? Eine Bildanalyse von Magazincovern

Lorenz Klumpp

Online publiziert: 4. August 2020
© Der/die Autor(en) 2020

Zusammenfassung Im Zuge des Erscheinens und der Etablierung der Alternative für Deutschland (AfD) widmen sich zahlreiche Studien ihrem Aufstieg, ihren Kommunikationsstrategien sowie der medialen Berichterstattung über die Partei. Diese Studien beziehen sich überwiegend auf textuelle Botschaften. Da visuelle Medien jedoch allgegenwärtig sind und unser Verständnis bzw. unsere Interpretationen von Politik beeinflussen, gilt es, politische Sachverhalte stärker als bislang mittels bildbezogener Ansätze zu reflektieren. Im theoretischen Teil wird dies unter Bezugnahme auf die Konzepte der politischen Vision und der visuellen Politik begründet. Empirisch wird anschließend mittels ikonographisch-ikonologischer Analysen die Frage beantwortet, wie das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* die Nationaldemokratische Partei Deutschlands (NPD) und die AfD in ihren Aufstiegs- bzw. Etablierungsphasen auf seinen Titelbildern visualisiert. Ein Vergleich von Darstellungen jener Parteien, die in der Geschichte der Bundesrepublik im rechten Spektrum erfolgreich waren, erlaubt es, Kontinuitäten im visuellen medialen Framing dieser Akteure herauszustellen.

Die explorative Analyse zeigt, dass *Der Spiegel* auf seinen Titelbildern sowohl in Bezug auf die NPD als auch auf die AfD mehrfach auf Vergleiche zum Nationalsozialismus wie auch zum übersteigerten Nationalismus setzt. Außerdem steht der dynamische Aufstieg beider Parteien im Mittelpunkt. Die visuellen Frames werden vor dem Hintergrund ihrer potentiellen Bedeutungen für den Diskurs kritisch erörtert. Außerdem werden Wege für die Ausweitung der präsentierten Bildanalysen aufgezeigt.

Der Aufsatz entstand im Rahmen des Projekts „Visualisierung der Demokratie – ViDe(m)o“, das innerhalb des Bayerischen Forschungsverbunds „ForDemocracy“ vom Bayerischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst gefördert wird.

L. Klumpp, M.A. (✉)
Professur für Methoden der empirischen Sozialforschung, Universität Passau,
Dr.-Hans-Kapfinger-Straße 14b, Passau, Deutschland
E-Mail: lorenz.klumpp@uni-passau.de

NPD and AfD as revenants of Nazism and Nationalism? A visual analysis of magazine covers

Abstract Numerous studies deal with the rise of right-wing populist parties, like the Alternative für Deutschland (AfD) in Germany, as well as with their communication strategies and the representation of these actors in the mass media. But only few are interested in the disseminated visual imagery. As visual media are omnipresent in our everyday life and therefore shape our understanding and interpretation of politics, this paper argues that social science needs to draw more attention to visual approaches. In a first step, this will be outlined on a theoretical level with a special focus on the concepts of political vision and visual politics. By drawing on an iconographic-iconological approach the paper will then answer the question of how the German weekly news magazine *Der Spiegel* visualised the National Democratic Party of Germany (NPD) and the AfD during their initial respectively established phases. The comparison of the visualisations shows several continuities in the visual framing of the two right-wing parties that were successful on a national level.

The exploratory analysis reveals that, in both cases, *Der Spiegel* puts emphasis on analogies to Nazism and exaggerated nationalism. Additionally, we can observe a focus on the dynamic rise of the two parties. The visual frames are discussed against the background of their potential meaning for public discourse. Finally, ways of expanding the visual analysis in this field of research are pointed out.

1 Einleitung

Der in den letzten Jahren zu beobachtende Aufstieg von rechtspopulistischen Parteien wird sowohl in der öffentlichen als auch in der wissenschaftlichen Debatte als Bedrohung für die liberale Demokratie wahrgenommen (Rummens 2017; Ulrich 2017). Parteien rechts der Union werden in Deutschland grundsätzlich mit besonderer Skepsis betrachtet, da sie geschichtlich bedingt im „Widerspruch zu einer deutschen Mehrheitskultur“ (Jaschke 2016, S. 121) stehen. Dies galt lange als Erklärung dafür, dass sich hierzulande keine rechtspopulistische Partei langfristig auf nationaler Ebene etablieren konnte. Dies hat sich im letzten Jahrzehnt mit dem Aufstieg bzw. der Etablierung der Alternative für Deutschland (AfD) geändert. Im Zuge dessen sind zahlreiche Publikationen zur politischen Kommunikation seitens der AfD vorgelegt worden, etwa zu den Inhalten der Parteiprogramme (Arzheimer 2015; Franzmann und Lewandowsky 2020), zu ihrer Nutzung von sozialen Medien (Arzheimer 2015; Stier et al. 2017) sowie zu populistischen Erzählstrategien (Gadinger und Simon 2019). Parallel dazu hat auch die Medienberichterstattung über die AfD das Interesse der Forschung geweckt (Bey und Wamper 2018; Ludwig und Wamper 2017). Zum Teil werden Handreichungen für Journalist*innen formuliert (Gäbler 2017, 2018). Was jedoch die visuelle Darstellung rechtspopulistischer Akteure in den Medien betrifft, hat lediglich Herkman (2019) eine Studie vorgelegt. Er vergleicht Karikaturen populistischer Parteiführungen in den skandinavischen Ländern. Vor dem Hintergrund dieser Forschungslücke im deutschen Kontext nimmt der

vorliegende Beitrag Herkmans Arbeit als Anregung für eine Auseinandersetzung mit massenmedialen Visualisierungen der AfD.

Davon ausgehend, dass massenmedial verbreitete Bilder zur Sinnkonstruktion politischer Wirklichkeit beitragen (Aiello und Parry 2020; Müller 1999), wird hier der Frage nachgegangen, entlang welcher visueller Frames (Geise et al. 2013) das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* auf seinen Covern über die AfD berichtet. Um mögliche Kontinuitäten im Sinne eines Bilderkanons (Paul 2008) hinsichtlich der visuellen Darstellungen der heute wieder breit diskutierten Gefahr von rechts aufdecken zu können, werden zudem Cover aus der erfolgreichen Anfangsphase der NPD zwischen 1964 und 1969 zum Vergleich herangezogen. Historisch gesehen war sie bis zum Erscheinen der AfD die einzige überregional erfolgreiche Partei rechts der Union (Decker und Lewandowsky 2017, S. 32; Werz 2013, S. 422), weshalb sich der Vergleich der Visualisierungen in einem politischen Magazin anbietet. Entscheidend für diesen Beitrag sind die in Bezug auf die beiden rechten Parteien präsentierten Deutungsangebote.¹

Im Folgenden werden zunächst die Konzepte der politischen Vision und der visuellen Politik vorgestellt. Sie fußen zum einen auf einem kommunikationszentrierten Verständnis von Politik, das die Medien als Mittler zwischen Politik und Bürger*innen in den Mittelpunkt stellt. Zum anderen basieren sie auf der Annahme, dass diese Mittlerrolle maßgeblich von ikonischen Elementen geprägt ist (Hofmann 2009, 1999b; Müller 1999). Mittels der ikonographisch-ikonologischen Analyse nach Winfried Marotzki und Katja Stoetzer (2006) – einem zunächst deskriptiven und anschließend interpretativen Verfahren, mit dem sich Sinnkonstruktionen offenlegen und mögliche Bildbedeutungen für den Diskurs erschließen lassen – werden sodann visuelle Frames in der Berichterstattung über die NPD und die AfD herausgearbeitet.

2 Theoretische Überlegungen

2.1 Ein visuelles Verständnis von Politik

Das für diesen Beitrag relevante Verständnis von visueller Politik ist vor dem Hintergrund einer Debatte in der politischen Kulturforschung zu sehen, in der Karl Rohe dafür plädierte, politische Kultur stärker als Muster von *Vor-* und nicht ausschließlich von *Einstellungen* zu konzeptualisieren. Er unterscheidet zwischen zwei Ebenen, der „politischen Sozialkultur“ und der „politischen Deutungskultur“, deren Austauschverhältnis „ein konstitutives Wesensmoment von politischer Kultur“

¹ Ungeachtet dessen sind Unterschiede in der theoretischen Betrachtung und Einordnung hinsichtlich der beiden Parteien sowie zeitgenössische politische Unterschiede zu berücksichtigen. So wurde die NPD damals wie heute überwiegend als rechtsextremistische Partei eingestuft (Dudek und Jaschke 1984; Kühnl 1967). Im Gegensatz zur Kategorisierung der AfD spielte der Begriff des Populismus in der wissenschaftlichen Debatte um die „alte NPD“ (Pfahl-Traughber 2019, S. 57 ff.) keine Rolle. Für die heutigen Erscheinungsformen des Populismus sowie terminologische Abgrenzungen zwischen Rechtspopulismus und Rechtsextremismus vgl. Decker und Lewandowsky (2017), Jesse und Panreck (2017) sowie Priester (2016).

(Rohe 1987, S. 42) darstellt. Während er unter politischer Sozialkultur die in spezifischen Bevölkerungsgruppen mehr oder weniger verfestigten Einstellungen versteht – also den Bereich, der methodisch klassischerweise durch Umfragen abgedeckt wird – bezeichnet er politische Deutungskultur als „kulturelle Aktivitäten, Prozesse und Produkte in jenem und aus jenem Bereich [...], den wir aus einem traditionellen Vorverständnis heraus den ‚Kulturbereich‘ der Gesellschaft nennen“ (ebd.). Für die Erforschung der politischen Deutungskultur sind hermeneutische Ansätze zentral. „Denn politische Soziokultur ist nicht etwas, was in einer bestimmten Lebensphase ein für allemal ‚einsozialisiert‘ werden kann, sondern ist essenziell auf ständige symbolische Verdeutlichung angewiesen. Ihre Überlebens- und Anpassungsfähigkeit, ihr Reichtum und ihre Qualität hängen stets auch davon ab, ob neue Denk- und Handlungsmöglichkeiten erschlossen und/oder in Vergessenheit geratene Lebensweisen wieder in Erinnerung gerufen werden, ob neue Symbole gestiftet, und/oder vorhandene Sinnbezüge wieder sinnfällig gemacht werden“ (ebd.: S. 42f.). Im Kontext dieses Verständnisses sowie im Zuge der Entwicklung von Mediengesellschaften (Donges und Jarren 2017) hat sowohl die politische Kommunikationsforschung insgesamt (Sarcinelli 1989, 2011) als auch die visuelle Kommunikationsforschung im Speziellen an Bedeutung gewonnen (Aiello und Parry 2020; Müller und Geise 2015; Veneti et al. 2019). Maßgebliche Impulse für ikonische Ansätze in der deutschsprachigen Politikwissenschaft gingen vom Arbeitskreis Film und Politik/Visuelle Politik der Deutschen Vereinigung für Politikwissenschaft² aus (Hofmann 1999a; vgl. auch Drechsel 2009 sowie Münkler und Hacke 2009).

So kritisierte Marion Müller die Vernachlässigung der visuellen Dimension von Politik mit dem Verweis auf vorherrschende diskursive Öffentlichkeitsbegriffe, die Öffentlichkeit ausschließlich unter dem Aspekt rationaler Funktionalität konzeptualisieren (Müller 1999, S. 18). Mit Blick auf eine von Massenmedien vermittelte politische Wirklichkeit, könne Öffentlichkeit jedoch eine über argumentative Strukturen hinausweisende Dimension zugeschrieben werden. In einer „[i]konische[n] Öffentlichkeit“ (ebd.: S. 19) kommen der bildzentrierten und der wortzentrierten Kommunikation gleichwertige Rollen zu. Die beiden Kommunikationsformen sind als überlappend zu begreifen, unterscheiden sich jedoch hinsichtlich ihres Funktionsprinzips. Im Gegensatz zur letzteren folgt erstere einer assoziativen Logik, die nicht rational erklärbar ist, auf Vorbildern beruht und eine deutliche emotionale Komponente aufweist. Insofern wird Müllers Konzept der politischen Vision, hier verstanden als Synonym für das Bildhafte der Politik, als nützlich angesehen, um eine stark an Output-Leistungen orientierte Politikwissenschaft durch Fragen nach dem Input in Form von „Wahrnehmungs- und Kommunikationsstrukturen von Politik“ (ebd.: S. 20) zu ergänzen.

Einen ähnlichen Ansatz verfolgt Wilhelm Hofmann (1999b), der eine Theorie der visuellen Politik im Zusammenhang mit Fragen nach der (Un-)Sichtbarkeit von Macht und Herrschaft auch als eine Theorie der Demokratie (Hofmann 2009, S. 112) versteht. Politik, so die verbindende These dieser Konzepte, wird immer auch über visuelle Symbole vermittelt und zwar unabhängig davon, ob die individuelle Ebene, die Kommunikation zwischen Organisationen auf einer Meso-Ebene oder die Ver-

² Der Arbeitskreis firmiert heute unter dem Namen Politik und Kultur.

mittlung von Politik durch Massenmedien im Fokus steht (Drechsel 2009, S. 161). Zudem plädieren diese Ansätze dafür, die Erforschung der Zeichenwelten interdisziplinär auszurichten und dabei kunst-, sozial- und kommunikationswissenschaftliche Theorien und Methoden miteinander zu verknüpfen (Kappas und Müller 2006; Verneti et al. 2019).

Wie Giorgia Aiello und Katy Parry (2020) konstatieren, ist die oben geschilderte Dichotomie zwischen einer argumentativ-rationalen und einer assoziativ-emotionalen Dimension von Kommunikation traditionell ebenso umstritten wie die normative Frage, ob visuelle Medien „besser“ oder „schlechter“ für den öffentlichen Diskurs sind. Davon ausgehend, dass Bilder gleichermaßen Informations- wie Manipulationszwecken dienen können, ist es jedoch geboten, achtsam für die vielfältigen Erscheinungsformen von visuellen Medien in der öffentlichen Kommunikation zu sein (110 ff.).³ Wie Forschungsergebnisse aus der Medienpsychologie zeigen, beeinflusst zum Beispiel die Art der visuellen Darstellung eines skandalisierten Politikers (isoliert oder zusammen mit anderen Politiker*innen) die Wahrnehmung der Rezipient*innen (von Sikorski und Ludwig 2018). Doch nicht nur Experimente verdeutlichen die Möglichkeiten, wie durch visuelle Medien Realitäten geschaffen werden. Mittels Rekonstruktionen von Pressefotografien in Tageszeitungen lassen sich die vielfältigen unterschiedlichen Auswahlen, Zuschnitte und Modulationen von Bildern und die damit verbundene „ikonische Macht“ (Kanter 2016) von Redaktionen aufzeigen. Neurophysiologische Studien legen nahe, dass derartige redaktionelle Routinen eng an bestimmte Prinzipien in der ästhetischen Erfahrung des Menschen gekoppelt sind. Die Gruppierung von Objekten in einem Bild, die Orientierung an Symmetrien und die Verwendung von Kontrasten nutzen Künstler*innen und Medienschaffende, um bestimmte Effekte zu erzielen (Ramachandran und Hirstein 1999).

2.2 Abbilder und Denkbilder

Wenngleich bestimmte Prozesse durch das visuelle System festgelegt zu sein scheinen, ist die Bedeutungszuschreibung von Bildern in hohem Maße kontextabhängig, da sie auf Vorerfahrungen beruht, die wiederum durch zeitliche, kulturelle, soziale sowie individuelle Wahrnehmungsdifferenzen bedingt sind. Visuelle Medien haben demzufolge einen stark polysemen Charakter (Geise und Baden 2015, S. 52). Diese Ambiguitäten in der Wahrnehmung lassen sich mit Aby Warburgs Unterscheidung zwischen Abbildern (materiellen Bildern) und subjektiv unterschiedlichen Denkbildern (mentalenen Bildern) verdeutlichen. Dabei wird angenommen, dass jedes Abbild ein Denkbild produziert, aber ein Denkbild nicht zwangsläufig ein Abbild (Müller 2011, S. 46). Das Abbild eines Apfels beispielsweise kann mit dem Denkbild gesunder Ernährung, dem Sündenfall oder einem bekannten Technologieunternehmen korrespondieren.

Diese dualistische Konzeption von Ab- und Denkbild lässt sich für die Zwecke sozialwissenschaftlicher Analyse in ein breit angelegtes Bildkontextmodell einbetten, das zwischen den drei Dimensionen Form, Produktionskontext und Wirkungskontext differenziert. Müller setzt diese drei Kontextstrata in Analogie zum Dreistufenmodell

³ Zur Problematisierung der Manipulation vgl. Drechsel (2009, S. 150 f.) und Hofmann (2009, S. 114 f.).

des Kunsthistorikers Erwin Panofsky, das aus der vor-ikonographischen Beschreibung, der ikonographischen Analyse und der ikonologischen Interpretation besteht (ebd.: S. 46; Panofsky 1975). Angewendet auf die vorliegende Untersuchung heißt das: Bei den Covern handelt es sich formal betrachtet um Bilder in einem journalistischen Produktionskontext. Sie entstehen in der Redaktion des Magazins bzw. werden von dieser in Auftrag gegeben. Der Rezeptionskontext bleibt hier auf die Betrachtung und Interpretation des Forschers beschränkt. Bisweilen wird kritisiert, dass diese Interpretationen nichts über die allgemeine Rezeptionsweise aussagen (Gerth 2012, S. 204). Das mag stimmen, ist jedoch nicht problematisch, da verallgemeinerbare Aussagen zur Medienrezeption grundsätzlich nicht im Erkenntnisinteresse ikonographisch-ikonologischer Forschung liegen. Vielmehr steht die Rekonstruktion möglicher Bildbedeutungen im Mittelpunkt. Das Vorgehen ist geprägt durch ein stetiges Eintauchen ins Material, das die „informierten Vorannahmen“⁴ (Yanow 2014, S. 101) schärft und dadurch im Sinne eines iterativen Prozesses zum Erkenntnisgewinn beiträgt.

2.3 Visuelles Framing

Ausgehend von einer Perspektive, die Massenmedien einen realitätskonstruierenden Charakter zuschreibt, sucht dieser Beitrag nach visuellen Medienframes (Geise et al. 2013; Müller und Geise 2015, S. 269f.), welche die Bildberichterstattung über die NPD und die AfD in ihren Aufstiegs- bzw. Etablierungsphasen leiten. Der auf Erving Goffman (1974) zurückgehende Frame-Ansatz findet seit Anfang der 1990er Jahre vermehrt in der Auseinandersetzung mit massenmedial verbreiteten Informationen Anwendung (Dahinden 2006; Marcinkowski 2014) und hat sich neben Agenda Setting und Priming als eines der Schlüsselkonzepte in der politischen Kommunikationsforschung etabliert. Während sich Agenda Setting laut Holli Semetko (2007, S. 131 ff.) auf die Auswahl von Themen bezieht, die medial Beachtung finden, und Priming beschreibt, welche Aspekte entscheidend für die Informationsverarbeitung, Meinungsbildung und Bewertung politischer Sachverhalte, Politiker*innen und Parteien sind, fokussiert der Framing-Ansatz die Art und Weise, wie bestimmte Themen medial dargestellt bzw. wahrgenommen werden.

Inzwischen existiert ein beträchtlicher Literaturkanon zu Framing und Frames. Auf theoretischer Ebene liefert Matthias Potthoff (2012) eine Systematisierung, in der er die Ansätze aus verschiedenen Disziplinen synthetisiert. Die methodische Bandbreite aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht zeigt Jörg Matthes (2008) in einer Metastudie auf. *Framing* – darüber herrscht weitgehend Konsens – wird zunächst als dynamischer Prozess begriffen, der auf verschiedenen Ebenen (Kommunikator*innen, Medienschaffende und Rezipient*innen) angesiedelt ist, die sich gegenseitig beeinflussen. *Frames* sind die Ergebnisse dieses Prozesses. Sie sind nicht als statisch zu betrachten, sondern sind über die Zeit veränderlich (Entman et al. 2009, S. 177 ff.). *Frames* stellen Deutungsmuster dar (Dahinden 2006, S. 308), die bestimmte Sichtweisen und Kontextualisierungen eines Themas sichtbar machen. Die Frame-Analyse untersucht dementsprechend „the selection and salience

⁴ Eigene Übersetzung.

of certain aspects of an issue by exploring images, stereotypes, metaphors, actors and messages“ (Entman et al. 2009, S. 180).

Verknüpft man nun die Überlegungen zur visuellen Politik mit der Beobachtung, dass sich die Frage der politischen Kommunikation populistischer Parteien im Rahmen heuristischer Mikro-Makro-Kommunikationsmodelle zu einem zentralen Thema für die Forschung entwickelt hat (Aalberg et al. 2017; Herkman 2016), ist es gewinnbringend herauszuarbeiten, wie Medien das Erstarken der AfD visuell rahmen. Die Untersuchung, inwiefern vergleichbare Deutungsmuster in der Visualisierung des Aufstiegs der NPD in den 1960er Jahren vorliegen, kann Aufschluss darüber geben, ob *Der Spiegel* in der Gegenwart im Sinne von Paul (2008) auf einen bekannten Bilderkanon zurückgreift und damit an in der Vergangenheit genutzte Narrative anknüpft. In Bezug auf die „Sichtbarkeit der Macht“ (Hofmann 1999a) lässt sich ferner aufdecken, welche Elemente politischer Macht medial sichtbar gemacht werden und welche nicht.

3 Methodik

3.1 Magazincover als Datenmaterial

Magazine sind „*windows on cultural conditions in any given time and place*“ (Kitch 2018, S. 14). Sie bringen die ihrer Leserschaft unterstellten Vorstellungen und Wünsche möglichst weitgehend zum Ausdruck⁵ und tendieren dazu, Bilder des in einer Gesellschaft jeweils aktuellen Bilderkanons zu reproduzieren. Damit tragen sie wiederum zu deren weiteren Verankerung im kulturellen Gedächtnis bei (Paul 2008, S. 33). Den Titelbildern kommt dabei in mehrfacher Hinsicht eine besondere Rolle zu. Sie sind nicht nur Indikator dessen, was aktuell diskussionswürdig erscheint, sondern fungieren auch als Blickfänger und werbende Aushängeschilder (Spiker 2018, S. 377). Sie sollen Aufmerksamkeit erregen und zum Kauf animieren.

Die Titelbilder des *Spiegels* können als in hohem Maße artifiziell und anspielungsreich gelten (Schütt und Schwarzkopf 1999), was sie für eine politikwissenschaftliche Analyse unter bildwissenschaftlichen Vorzeichen qualifiziert. Insofern werden dessen Cover hier als „historische Quellen verstanden, durch deren ikonografisch-ikonologische Analyse der gesamte soziopolitisch-kulturelle Entstehungskontext beleuchtet werden kann und umgekehrt die Bedeutungen des Bildmaterials anhand dieser Kontextrekonstruktionen erschlossen werden können“ (Müller 2011, S. 29). Die politisch-kulturelle Bedeutung des *Spiegels* wird dadurch verstärkt, dass er nach wie vor als auflagenstärkstes deutsches Nachrichtenmagazin gelistet ist. In den ersten Quartalen der Jahrgänge 1966 und 2016 wurden rund 686.000 bzw. 793.000 Exemplare pro Ausgabe verkauft (IVW 2019). Da das Einzelheft in der Regel von mehreren Personen gelesen wird, geht die Reichweite weit über diese

⁵ *Der Spiegel* ist politisch tendenziell linksorientiert, weshalb eine kritische Distanz zu politisch rechtsorientierten Parteien zu erwarten ist. Das eher bürgerlich konservativ ausgerichtete ebenfalls wöchentlich erscheinende Magazin *Focus* kommt als mögliches Vergleichsmedium für diese Zeitspanne nicht in Frage, da es erst seit 1993 erscheint.

Zahlen hinaus, sodass das Magazin über ein erhebliches Potenzial für die öffentliche Meinungsbildung verfügt.

3.2 Untersuchungszeiträume und Fallauswahl

Ausschlaggebend für die Hinzunahme von Covern zur NPD Mitte der 1960er Jahre ist die Parallelität des bundesweiten Erstarkens einer Partei rechts der Union. Nach dem Verbot der Sozialistischen Reichspartei (SRP), war die NPD die erste überregional erfolgreiche Partei rechts der CDU und erzielte 1966 Erfolge bei Landtagswahlen in Hessen und Bayern. Mit der AfD erscheint 2013 erneut eine Partei rechts der Union. Sie ist derzeit flächendeckend in den Landesparlamenten und seit 2017 im Bundestag vertreten. Da weitere potenziell relevante Akteure wie die 1971 gegründete Bewegung Deutsche Volksunion (DVU), die im Zuge der Debatte um den Milliardenkredit an die DDR 1983 gegründete Partei Die Republikaner (REP) sowie die pro-Bewegung im Vergleich zur NPD und zur AfD lediglich regional begrenzte Erfolge erzielten (Jaschke 2016; Pfahl-Traughber 2019, S. 71 ff.) und somit von einer geringen Bedeutung für die überregionale Presse ausgegangen werden kann, bleiben diese hier unbeachtet.

Die Untersuchungszeiträume lassen sich anhand des sogenannten *media life cycle* Modells bestimmen. Es unterteilt die Beziehung zwischen Massenmedien und populistischen Parteien idealtypisch in vier Phasen: „ground-laying phase“, „insurgent phase“, „established phase“, „decline phase“ (Mazzoleni 2008, S. 59 ff.). Die Gründungsdaten der Parteien bilden den jeweiligen Beginn der Untersuchungszeiträume: für die NPD ist dies der 28. November 1964, für die AfD der 6. Februar 2013. Als Endpunkt (*decline phase*) wird für die NPD der knapp verpasste Einzug in den Bundestag 1969 festgesetzt. Die AfD befindet sich aktuell in der etablierten Phase, sodass der Untersuchungszeitraum bis Dezember 2019 reicht.

3.3 Die ikonographisch-ikonologische Analyse

Für die Einzelbildanalyse wird das von Marotzki und Stoetzer (2006) entwickelte vier Phasen umfassende Verfahren genutzt, das sich an den ikonologischen Studien Panofskys (1975) orientiert. Die im Folgenden dargelegte kleinschrittige Vorgehensweise erlaubt eine explorative Analyse, die nah am Datenmaterial erfolgt und damit eine hohe Nachvollziehbarkeit gewährleistet. Sie eignet sich, um die Bandbreite an möglichen Bedeutungen der Bildobjekte in ihrer Art und Weise der Darstellung sowie ihrem Verwendungskontext offenzulegen. Während Ikonographie, dem Suffix *-graphie* entsprechend, die Beschreibung einzelner Elemente meint, bezeichnet Ikonologie (abgeleitet von *logos*: Denken, Vernunft) eine über das Deskriptive hinausgehende Interpretation (ebd.: S. 42).

Der erste Schritt bewegt sich auf der *Objektebene* und beinhaltet eine Beschreibung der Bildobjekte. Dieser aus Platzgründen häufig nicht verschriftlichte Arbeitsschritt findet hier explizit Erwähnung, da die Beschreibung des Visuellen das ursprünglich Bildhafte erst in den folgenden Schritten einer ikonologischen Interpretation zugänglich macht (Pilarczyk 2017, S. 83).

Im zweiten Schritt, der *Ordnung der Objekte*, liegt der Fokus auf der Bedeutung der Objekte sowie ihrer Einordnung in einen Sinnzusammenhang, der sich aus dem jeweiligen Kulturkontext erschließt, in dem das Bild entstanden ist (vgl. Panofsky 1975, S. 39). Die Konstruktion des Sinnzusammenhangs führt zu einer Narration, d. h. Bildmotive und Bildthema werden mit einer Geschichte in Verbindung gebracht (Marotzki und Stoetzer 2006, S. 22).

Anschließend wird drittens die Inszenierung (*mise-en-scène*) untersucht. Während sich die ersten Schritte mit der Frage befassen, *was* abgebildet ist, wird in diesem Schritt das Augenmerk auf das *Wie* gelegt. Hier sind gestalterische Aspekte wie das Zusammenspiel von Farben, die Perspektive der Aufnahme sowie Vorder- und Hintergrund entscheidend. Diese sind insofern relevant, als sich klassische Künstler*innen wie auch moderne Illustrator*innen bei der Bildgestaltung an „Gesetzmäßigkeiten“ (Ramachandran und Hirstein 1999, S. 17) orientieren, die für die visuelle Wahrnehmung maßgeblich sind.

In der abschließenden *Synthese* wird der Zusammenhang zwischen Bildinhalt und gesellschaftlichem Gehalt des Bildes herausgearbeitet. Externe Quellen⁶ und das Hintergrundwissen des Forschers zur politischen Lage werden mit den Ergebnissen der vorausgehenden Analyseschritte verknüpft und eine ikonologische Interpretation formuliert.

4 Empirische Analyse

Das erstmalige Erscheinen der jeweiligen Partei auf einem Titelbild wurde als Kriterium für eine detaillierte Analyse festgelegt. Somit werden zunächst die Cover 1966, Nr. 15 und 2016, Nr. 6 ausführlich untersucht. Um den Analyserahmen auszuweiten und mögliche weitere visuelle Deutungsmuster erfassen zu können, werden weitere vier Cover aus dem angegebenen Untersuchungszeiträumen vorgestellt, welche die NPD bzw. die AfD in visueller Form darstellen und die Bedeutung der Parteien für die innerdeutschen Machtverhältnisse thematisieren.

4.1 Auf- oder Untergang der Geschichte? (Abb. 1)

Objektebene: In der Bildmitte des Covers sind ein großer weißer Kreis und darin ein blauer Schriftzug zu sehen. Der Kreis ist von roter Farbe umgeben. Das untere Viertel des Bildes ist schwarz und eine leicht unregelmäßige horizontale Linie zieht sich über den untersten Teil des Kreises. Auf der schwarzen Fläche steht ein weißer Schriftzug und darüber ragt ein schwarzes kreuzförmiges Zeichen in den Kreis hinein. Zum Teil überdeckt dieses die blauen Schriftzeichen.

Ordnung der Objekte: Bei dem blauen Schriftzug handelt es sich um die Abkürzung der Nationaldemokratischen Partei Deutschlands (NPD). Das schwarze Zeichen darunter stellt ein Hakenkreuz dar, das hier als Symbol der Nationalsozialistischen Deutschen Arbeiterpartei (NSDAP) bzw. als offizielle Reichs- und Nationalflagge

⁶ In Anlehnung an Gérard Genette (2001) gehen sowohl Peritexte, wie der zum Titelbild gehörige Artikel, als auch Epitexte in Form zeitgenössischer wissenschaftlicher Analysen in die Synthese mit ein.

Abb. 1 *Der Spiegel* vom
4. April 1966, Nr. 15



des NS-Staats zu verstehen ist. An den Haken sind teilweise Brüche sichtbar, was sinnbildlich als Zerstörung und folglich als Ende des Nationalsozialismus aufgefasst werden kann. Zugleich verweisen die Trümmer auf die Zerstörung durch den Krieg. Der rote Hintergrund bildet nicht nur die Farbe der Logos von NSDAP und NPD ab, sondern lässt sich auch als Warnsignal vor der im Titel genannten Gefahr deuten.

Mise-en-scène: Im Kontext des NS-Bezugs erinnert die Verschmelzung der verschiedenen Bildobjekte an die Collagen des dadaistischen Künstlers John Heartfield, in denen er den Aufstieg der NSDAP thematisierte (Coles 2014). Durch die Darstellung des weißen Kreises, der hinter dem schwarzen Vordergrund erscheint, entsteht der Eindruck eines Sonnenaufgangs. Einerseits wirkt die Darstellung so, als sei das Hakenkreuz aus der Mitte des Kreises herausgefallen, zerbrochen und der Nationalsozialismus somit untergegangen. Andererseits steigt das offizielle NPD-Logo hinter dem Hakenkreuz auf, wodurch der Eindruck entsteht, dass die Partei die Ideologie der NSDAP in neuem Gewand hervorbringt. Insofern erzeugt die vertikale Inszenierung eine Dynamik, die auf einen Übergang von unten nach oben verweist. Die Art der Darstellung impliziert eine lineare Entwicklung von der NSDAP hin zur NPD. Dieser vertikale Aufbau lässt sich als diachrone Argumentation deuten, welche die Frage nach einer drohenden „Gefahr von rechts“ implizit mit „Ja“ beantwortet. Der

Bezug zur rechten Gefahr wird überdies durch die von den Nationalsozialisten instrumentalisierte Frakturschrift hergestellt.⁷ Insofern tragen hier auch typographische Elemente durch entsprechendes Layout zur Konstituierung eines visuellen Frames bei (Rössler 2014, S. 47).

Versteht man die schwarze Fläche nicht historisch im Sinne der Kriegstrümmer aus der Vergangenheit, sondern räumlich, eröffnet sich die Deutungsmöglichkeit nicht näher spezifizierter Gruppen in der Bevölkerung, die als Fundament für die Verbreitung rechtsextremen Gedankenguts fungieren. In der Tat spielt diese Lesart in der zeitgenössischen Debatte zur NPD eine tragende Rolle, wie die nachfolgende Synthese zeigt.

Synthese: Das Titelbild erschien im April 1966. Bei der Bundestagswahl im Herbst des Vorjahres kam die NPD zwar lediglich auf 2,0% der Stimmen. Die Befürchtung, dass sie bei den anstehenden Landtagswahlen in Hessen und Bayern besser abschneiden würde, war in weiten Teilen der Bevölkerung jedoch groß. Schließlich zog die NPD im November 1966 mit 7,9% und 7,4% in den hessischen und den bayerischen Landtag ein. Besonderer Anlass zur Sorge für viele war die Tatsache, dass der Gründungsvorstand der NPD zu großen Teilen aus ehemaligen aktiven NSDAP-Mitgliedern bestand (Niethammer 1969, S. 277 ff.).⁸ Sowohl die personelle Aufstellung als auch die programmatische Ausrichtung der NPD zwischen konservativen und radikalen Kräften wurde in der Öffentlichkeit heftig diskutiert (*Der Spiegel* 1966, S. 33).

Der zeitgenössische wissenschaftliche Diskurs lässt sich grob in zwei Stoßrichtungen unterteilen. Auf der einen Seite stehen kritische Auseinandersetzungen mit der NPD, die sich überwiegend mit faschistischen und neonazistischen Elementen der Partei beschäftigen (Kühnl 1967; Niethammer 1969). Auf der anderen Seite sind Analysen zu finden, die politisch-kulturelle Charakteristika in den Blick nehmen und grundsätzlich den Grad der Konsolidierung der bundesrepublikanischen Demokratie bzw. ihrer Verfassung zur Zeit der Großen Koalition diskutieren (u. a. Dahrendorf 1968, S. 92 ff.). Iring Fetscher identifiziert zu dieser Zeit ein zunächst

⁷ Diese Schriftart war keine Erfindung der nationalsozialistischen Führung. Sie blickt auf eine jahrhundertalte Tradition zurück (Keunecke 1993, S. B121). Der Reichsinnenminister Wilhelm Frick und der „Bund für deutsche Schrift“ trugen ab 1933 jedoch maßgeblich dazu bei, dass die Frakturschrift gegenüber der lateinischen (Antiqua) eine vorrangige Stellung einnahm. Als Zeichen der Abgrenzung ordnete das Propagandaministerium 1937 an, dass jüdische Verlage fortan die Antiqua zu nutzen hätten. Im sogenannten Normalschriterlass 1941 wurde die Fraktur dann überraschend verboten und die Antiqua im Gegenzug als „Normalschrift“ deklariert. Zum einen, so die Argumentation, hätten Juden die Schrift für sich vereinnahmt [„Schwabacher-Judenlettern“ (zit. nach ebd.: B123)]. Zum anderen war die Frakturschrift den Bevölkerungen in den besetzten Gebieten nicht geläufig, was die Kommunikation erschwerte. Heute findet die Fraktur u. a. in Logos neonazistischer Bands und Modelabels Verwendung (Miller-Idriss 2017, S. 61). Eine Gleichsetzung der Fraktur als Nazi-Schrift erscheint jedoch nicht nur aus den genannten historischen Gründen problematisch. Deutlich wird die Kontextabhängigkeit für die Bedeutung der Schriftart an weiteren Beispielen. So ist die Fraktur in der Gestaltung von Zeitungsköpfen verbreitet oder in der Werbung, wo sie ein Bild von Tradition und Qualität zu vermitteln versucht.

⁸ Wengleich das nicht ausschließlich für die NPD galt: „Alte Nazis gibt es nicht nur in der NPD und nicht nur Demokraten wählen die etablierten Parteien. Die NPD ist nur ein Teil der deutschen Rechten, die auch in CDU, CSU, FDP und SPD siedelt. Daß sie allein – zumal im Ausland – Furcht erweckt, erklärt sich daraus, daß sie offen am Revers trägt, was in der Brust der anderen schlummert“ (*Der Spiegel* 1968, S. 31).

von der NPD unabhängiges antidemokratisches und antiliberales Potenzial in der bürgerlichen Mitte und verbindet dies mit einer Kritik an den Volksparteien und Publizist*innen sozialdemokratischer wie konservativer Prägung. Diese hätten Topoi verbreitet, die rechtsradikalen Kräften Nährboden lieferten und sie somit erst stark machten: so beispielsweise die Ablehnung vieler Politiker*innen, Feierstunden zum 20. Jahrestag der Befreiung vom Nationalsozialismus abzuhalten sowie die angeblich diskriminierende Behandlung deutscher Kriegsverbrecher oder die von Ludwig Erhard vorgetragenen Worte vom Ende der Nachkriegszeit (Fetscher 1967, S. 16).

Eine ähnliche Perspektive prägt die vielzitierte Analyse von Peter Dudek und Hans-Gerd Jaschke (1984). Ein Großteil der Anschauungen der NPD sei nicht nur von der Union in gleichem Maße vertreten, sondern von weiten Teilen der Bevölkerung mitgetragen worden. Folglich sei „[d]ie Etikettierung der NPD als extremistisch oder neonazistisch [...] daher immer auch das Verdrängen der Einsicht, daß [...] viele der an der NPD kritisierten Politikstrategien zugleich auch anerkannte und wirksame Fermente der politischen Kultur der Bundesrepublik sind“ (ebd.: S. 350). Die Autoren sehen eine Überbewertung der NS-Symbole und eine Unterbewertung der rechtskonservativen Elemente in der Debatte um die NPD zwischen 1964 und 1969. Dabei handelte es sich um eine Dynamik, die entscheidend von den Massenmedien und hier insbesondere von seriösen – und zwar gleichermaßen von sozialdemokratischen, konservativen und liberalen – Zeitungen unreflektiert verstärkt wurde (ebd. 352). Die NPD hatte damals gegen *Der Spiegel*, *stern* und *Quick* Klage beim Göttinger Landgericht eingereicht. Die Partei warf den drei Magazinen Verleumdung vor, da sie behaupteten, die NPD sei eine Nachfolgeorganisation der NSDAP (Frederik 1966, S. 54). Die Klagen wurden zwar abgewiesen, verdeutlichen aber die Intensität der Debatte, zu der das hier analysierte Cover beigetragen haben dürfte.

Die folgende Analyse zeigt, welche Bedeutung diese Problematik 2016 auch in der Debatte um die AfD hatte.

4.2 Auf dem Zeppelfeld (Abb. 2)

Objektebene: Im Vordergrund erstreckt sich bildmässig das Porträt einer Frau. Ihr Kopf, ihr Hals sowie die Ansätze ihrer Schultern sind zu sehen. Sie trägt kurze dunkle Haare. Ihr Blick ist rechts am Betrachter vorbei in die Ferne gerichtet, wobei ihre Augen zusammengekniffen sind, sodass die Stirn in Falten liegt. Ihr Mund ist geschlossen. Links hinter ihr ist in identischer Pose jedoch deutlich kleiner das Porträt eines älteren Mannes zu erkennen, der in gleicher Richtung in die Ferne schaut. Er trägt formelle Kleidung. Unter den beiden Köpfen steht die Bildunterschrift. Im Hintergrund ist eine Menschenmenge auf einer Tribüne zu erkennen, die oben mit Säulen gesäumt ist. In der Menge sind mehrere Flaggen mit einem Kreuz in der Mitte sowie Flaggen mit drei gleich großen waagrechten Streifen auszumachen. Zudem ist rechts unten eine weitere Flagge mit zwei waagrechten Streifen und einem Zeichen in der Mitte zu sehen.

Ordnung der Objekte: Bei der Frau handelt es sich um die damalige AfD-Bundessprecherin Frauke Petry. Der Mann im Hintergrund ist Alexander Gauland, ebenfalls einflussreicher AfD-Politiker. Im Hintergrund ist die Haupttribüne des Zeppelfeldes auf dem Reichsparteitagsgelände in Nürnberg abgebildet. Ursprünglich als Wiese

Abb. 2 *Der Spiegel* vom 6. Februar 2016, Nr. 6



angelegt, ließ Hitler das Feld zwischen 1935 und 1937 zu einer Fläche mit Tribünen umbauen. Die Anlage diente für Aufmärsche und sollte die von der NS-Führung propagierte „Volksgemeinschaft“ erlebbar machen (Steuer 2017, S. 196 ff.). Die Deutschlandflaggen, die sächsische Flagge und die Wirmer-Flaggen⁹ im Bildhintergrund lassen erkennen, dass es sich bei der Menschenmenge auf der Tribüne um PEGIDA-Anhänger*innen handelt.

Mise-en-scène: Die serielle Anordnung Petrys und Gaulands, die Kopfhaltung sowie der durch starke Kontraste verstärkte strenge, militärisch anmutende Gesichtsausdruck erinnern an die Aufmärsche auf dem Zeppelfeld und an das vom nationalsozialistischen Regime intendierte Aufgehen des Einzelnen im „Volkkörper“. Die schwarz-weiß Fotomontage in Abb. 2 verweist auf den Vergangenheitsbezug und

⁹ Die Symbolkraft der Wirmer Flagge mit dem golden umrandeten schwarzen Philippuskreuz auf rotem Grund hat einen bemerkenswerten Wandel vollzogen. Sie wurde 1944 von Joseph Wirmer, einem Widerstandskämpfer gegen den Nationalsozialismus entworfen und sollte als Nationalflagge für ein Deutschland nach Hitler eingesetzt werden. Heute dient eine Abwandlung der Flagge als Symbol der German Defence League, einer Organisation, die angibt, die christliche Tradition vor einer drohenden Islamisierung zu schützen. Seit 2015 beanspruchen PEGIDA-Anhänger die Wirmer Flagge zudem als nationalistisches Symbol, wodurch sie zu einem „besondere[n] neo-konservative[n] ‚Kampfzeichen‘“ (Schlürmann 2015, S. 342) geworden ist.

weckt Assoziationen an Szenen aus Leni Riefenstahls Film *Triumph des Willens*, der die propagandistische Ästhetisierung des Reichsparteitags der NSDAP von 1934 dokumentiert. Hinsichtlich der Inszenierung von politischem Personal steht das Cover in der Tradition von Heartfields Titelbildern für die sozialistische *Arbeiter Illustrierte Zeitung* (1930-1938), auf denen er Hitler und die NS-Führung in Kombinationen aus Fotomontagen und Überschriften lächerlich machte (Coles 2014, S. 169 ff.).

Vor dem Hintergrund der Frage nach der Verkörperung politischer Kollektivität und der Repräsentation des Volkswillens ist die Inszenierung auf dem Magazincover auch im Zusammenhang mit der ideengeschichtlich vielfach rezipierten Visualisierungsform des Frontispizes des *Leviathan* von Thomas Hobbes zu sehen. Die vielfältigen Adaptionen dieser Bildtradition durch totalitäre Führungen hat Horst Bredekamp (2020, S. 142 ff.) ausführlich dokumentiert.¹⁰ Zwar füllt das „Volk“ in Abb. 2 – hier in Form vieler einzelner zu einer Masse verschwimmender PEGIDA-Anhänger – im Gegensatz zum *Leviathan* nicht Petrys Rumpf aus, geschweige denn richten die Individuen die Blicke erkennbar auf ihren Kopf. Genau die Deutungen dieser Unterschiede sind jedoch für die totalitären Anleihen an diese Bildtradition und somit auch für den hier inszenierten NS-Vergleich relevant. Die symbolische Differenz zwischen dem Hobbesschen Riesen und den ikonischen Anleihen durch totalitäre Bewegungen im 20. Jahrhundert besteht darin, dass die Figur des *Leviathan* sowohl den Staat als Institution als auch alle darin vereinten Individuen symbolisiert, wohingegen „die totalitäre Verkörperung [...] die Idee der Volkssouveränität insofern [verschiebt], als dass sie den Willen des Volkes als denjenigen des Führers gestaltet. [...] Die Volkssouveränität wird vom Führer absorbiert und ist nicht mehr die Souveränität des Volkes, sondern die des Führers“ (Diehl 2018b, S. 29 f.). Die Inszenierungen auf dem Reichsparteitagsgelände als öffentlich vermitteltes Erscheinungsbild des „Volks“ spiegeln diese Verkehrung des Repräsentationsprinzips. Im Sinne des Ausrufs „Wir sind das Volk“, der anfänglich bei den Montagsdemonstrationen 1989 in der DDR genutzt wurde und den sich die PEGIDA-Bewegung 2014 zu eigen gemacht hat, wird auf dem Titelbild auf die antipluralistische populistische Denkfigur eines einheitlichen und unmittelbar repräsentierbaren Volkswillens im Sinne von „Wir und nur wir repräsentieren das Volk“ angespielt.

Synthese: Die Veröffentlichung des Covers fällt in eine Phase, in der der einstige thematische Schwerpunkt der AfD, die Kritik an der europäischen Währungspolitik, zumindest in der Kommunikationsstrategie nach außen von der Frage nach dem politischen Umgang mit den Flüchtlingen im Sommer 2015 abgelöst worden war. Das Bild kann als Reaktion auf den von Petry in einem Zeitungsinterview geäußerten Satz, dass die Polizei zur Not „auch von der Schusswaffe Gebrauch machen“ (zit. nach *Der Spiegel* 2016, S. 13) müsste, um Flüchtlinge an der Grenze aufzuhalten, gesehen werden. In diesem Zusammenhang ist auch die Betitelung als „Hassprediger“ zu verstehen, die im Diskurs ursprünglich anders besetzt war und überwiegend radikalislamische Prediger bezeichnete. Mit dem Aufkommen der PEGIDA-Bewegung wurde der Begriff jedoch auch auf die dort auftretenden Redner*innen angewendet, die zu Feindlichkeit und Gewalt gegenüber Migrant*innen aufrufen. Insofern

¹⁰ Zur Auseinandersetzung mit der Wirkungsgeschichte des Hobbesschen Frontispiz siehe auch Manow et al. (2012).

verweist die bildliche Darstellung auf die katalysierende Wirkung, die Parteivertreter*innen der AfD auf die PEGIDA-Bewegung ausübten (Vorländer et al. 2018, S. 202).

In der Äußerung Petrys zeigt sich beispielhaft die generelle Strategie der Skandalprovokation mit anschließender Distanzierung seitens der AfD, welche die Ausweitung von Sagbarkeitsfeldern im Diskurs zum Ziel hat. Gaulands Äußerungen über Jérôme Boateng, Björn Höckes Aussage über das Holocaustmahnmal oder die Anfeindungen des AfD-Bundestagsabgeordneten Jens Maier gegen Noah Becker sind weitere Beispiele hierfür (Bey und Wamper 2018, S. 118f., siehe auch Gadinger und Simon 2019). In Bezug auf die mediale Reaktion dieser Provokation offenbart das Titelbild die systemische Affinität von populistischen Kommunikationsstrategien und massenmedialen Aufmerksamkeitsregeln, deren Funktionsmechanismen sich beide durch Personalisierung, Dramatisierung und Zuspitzung auszeichnen (Diehl 2018a, S. 93). Petrys Andeutung des Schusswaffengebrauchs an der Grenze wird aufgegriffen und bildlich durch einen NS-Vergleich verstärkt. Dabei handelt es sich um eine traditionsreiche Form der Diffamierung des politischen Gegners (Eitz und Stötzel 2009, S. 12), die sowohl im politischen Betrieb zwischen Akteuren unterschiedlicher Parteien als auch medial genutzt wird. Sie löst beim Publikum Empörung aus und generiert weitere Aufmerksamkeit. Die Thematisierung Hitlers als Verkaufsstrategie, die der Historiker Ulrich Herbert – unter anderem mit Bezug auf die zahlreichen Titelgeschichten des *Spiegel* der letzten Jahrzehnte – einmal mit den Worten „Hitler sells“ (Herbert 2015) beschrieb, lässt sich somit auch auf Hitler- bzw. NS-Vergleiche ausweiten.

Ahistorische mediale Inszenierungen, die wie hier Petry und Gauland mit der Szenerie eines Reichsparteitags in eins setzen und damit eine austauschbare Situation zwischen der NS-Diktatur und heutigen Verhältnissen implizieren, sind jedoch, ähnlich wie in der zeitgenössischen Debatte über die NPD Mitte der 1960er Jahre (s. oben), als problematisch zu erachten: „Mag man auch die Beweggründe teilen, die hinter den vielfältigen Verweisen auf die nationalsozialistische Diktatur stehen, so erweisen sie sich in vielen Fällen als fragwürdig, wenn man sie als Aussagen über die Vergangenheit ernst nimmt“ (Steuwer 2017, S. 191). Visuell inszenierte Parallelitäten zwischen rechtspopulistischen bzw. rechtsextremen Parteien und dem Nationalsozialismus gehen somit stets mit der Gefahr einer Verharmlosung der NS-Diktatur einher.

4.3 Parteien im Aufwind (Abb. 3)

Dass die symbolischen Bezüge zumindest zu nationalistischen Tendenzen aus der deutschen Vergangenheit in der Visualisierung von NPD und AfD keine Einzelfälle sind, zeigen weitere Titelbildanalysen (Abb. 3). Eine 1967 initiierte Serie betitelt *Der Spiegel* vor den für die NPD schließlich erfolgreichen Landtagswahlen in Rheinland-Pfalz und Niedersachsen mit „Der neue Nationalismus“ (Abb. 3a). Vor dem Hintergrund der schwarz-weiß-roten Nationalflagge des Deutschen Reiches ist eine phantasievoll zusammengestellte Uniform zu erkennen, die Assoziationen zum deutschen Nationalismus vom 19. Jahrhundert bis in die Zeit des Nationalsozialismus hinein weckt. Konkrete Deutungen sind nicht möglich, da die Elemente zwar



Abb. 3 a *Der Spiegel* vom 17. April 1967, Nr. 17; b *Der Spiegel* vom 8. September 2018, Nr. 37

Originalen entlehnt sind, aber nicht exakt in dieser Form gestaltet, geschweige denn in dieser Kombination aus Pickelhaube, Husarenatilla, Epauletten und Brustriemen getragen wurden.¹¹ Gleichmaßen sind die Orden tatsächlich existierenden Auszeichnungen nachempfunden, in den Details jedoch teilweise der Phantasie des Illustrators entsprungen.¹² Der Trommler ist ohne Körper und Gesicht abgebildet, was ihn anonymisiert und als prototypische Gestalt des Nationalismus erscheinen lässt. Der Schritt und die Armhaltung deuten an, dass er sich auf dem Vormarsch befindet. Der durch das verwirrende Konglomerat an Abzeichen zunächst nicht definierbare „Geist“ des Nationalismus, kann unter Berücksichtigung des gesellschaftspolitischen Kontexts und der dazugehörigen Titelstory (*Der Spiegel* 1967) aber als Anspielung auf die NPD verstanden werden. Die Trommel ist nicht nur militärisches Marschinstrument, sondern erinnert an den Roman *Die Blechtrommel* von Günter Grass (1959), der von der Gesellschaft in Deutschland in der ersten Hälfte des 20. Jahr-

¹¹ Bei dem Helm handelt es sich um eine stilisierte Mannschaftspickelhaube der Infanterie zwischen 1880 und 1914, wobei kein Regiment erkennbar ist und die Kokarde am Riemenende fehlt (Bowman 1989). Der durch die tressenbesetzte Atilla angedeutete Husar gehörte einer anderen Truppengattung an, sodass die Uniform militärhistorisch gesehen nicht zum Helm passt. Gleiches gilt für die Ärmelplatten (Funcken und Funcken 1983, S. 122 ff.).

¹² Das Kreuz direkt um den Hals stellt einen nicht exakt spezifizierbaren Komturorden dar, der für besondere militärische Verdienste vergeben wurde. Das blaue Kreuz direkt darunter ist der *Pour le Mérite*, der von Friedrich II. gestiftete höchste Tapferkeitsorden (Fuhrmann 1992). Hinzu kommt das schwarz ausgefüllte Eiserner Kreuz. Es wurde erstmals 1813, erneut 1870 und schließlich 1939, dann von Hitler, gestiftet. Das Cover zeigt letzteres, was am schwarz-weiß-roten Band erkennbar ist (Klietmann 2004, S. 18). Bei dem gestickten aufgenähten Abzeichen unten links handelt es sich um das Deutsche Kreuz in Gold, das ab 1941 eine Zwischenauszeichnung zwischen Eisernem Kreuz und Ritterkreuz darstellte (ebd.: S. 47 f.).

hunderts erzählt und die Verführbarkeit der Menschen in der Weimarer Republik und der Zeit des Nationalsozialismus thematisiert.

Die bunte Darstellung des Musikers lässt sich außerdem als Parallele zum *Rattenfänger von Hameln*¹³ deuten, welcher der Sage nach mit dem Klang seiner Flöte die Ratten aus der Stadt lockte und die Bevölkerung von der Plage befreite. Als ihm der Lohn dafür verwehrt wurde, entführte er, getarnt in neuem Gewand, die Kinder von Hameln und stürzte sie ins Unglück. Diese Interpretationsmöglichkeit schlägt eine Brücke zur politischen Verführungskunst von Demagogen und erinnert an die Folgen des übersteigerten Nationalismus aus dem 19. und 20. Jahrhundert.

In ähnlich spielerischer Form werden nationalistische Tendenzen im Zusammenhang mit der AfD im September 2018 (Abb. 3b) dargestellt. Im Gegensatz zum anonymen „neuen Nationalismus“ sind hier jedoch explizit Vertreter*innen der Partei abgebildet. Björn Höcke, Beatrix von Storch, Alexander Gauland und Alice Weidel (v.l.n.r.) werden auf dem Pfeil des AfD-Logos über deutschen Städten schwebend als Hexen und Magier inszeniert. Ähnlich der Marschbewegung des personifizierten und zugleich anonymisierten Nationalismus in Abb. 3a wird auch hier eine Dynamik angedeutet. So kann der Hexenritt mit einem nach oben deutenden Pfeil als Besen sinnbildlich für eine im Aufwind befindliche AfD gesehen werden. Das Bild der Hexe erinnert ferner an eine mystische Macht, die sich den Spielregeln der Rationalität entzieht. Insofern verweist die Darstellung auf die von der AfD beförderte Emotionalisierung und die damit einhergehende Irrationalität im öffentlichen Diskurs, die auf Kosten rationaler Argumente an Bedeutung gewinnt (Gadinger und Simon 2019; Korte 2015).

Der Titel „Und morgen das ganze Land?“ ist der umstrittenen Zeile „und heute gehört uns Deutschland – und morgen die ganze Welt“¹⁴ aus dem Lied *Es zittern die morschen Knochen* von Hans Baumann entlehnt, das in den Organisationen des Nationalsozialismus gesungen wurde. Mit „das ganze Land“ ist in Abb. 3b der im September 2017 zu erwartende Einzug der AfD in den bayerischen und den hessischen Landtag gemeint, mit dem die Partei „morgen“ in allen Landesparlamenten sowie im Bundestag vertreten sein würde. Der Mond und die angedeutete Dämmerung symbolisieren einerseits den Vorabend der Wahlen und erzeugen eine mystische Atmosphäre, die mit der Assoziation der Hexen in Einklang steht. Andererseits bildet der angedeutete Vollmond durch die Kreisform eine Parallele zum NPD-Logo und der Hakenkreuzflagge, wenngleich das AfD-Logo in Wirklichkeit keinen weißen Kreis beinhaltet. Somit wird erneut ein Bezug zur nationalistischen und nationalsozialistischen Vergangenheit hergestellt, der im Zusammenhang mit dem Titel an Eroberungsabsichten erinnert.

¹³ Für einen Überblick über verschiedene Versionen dieser Geschichte sowie Karikaturen des Motivs vgl. Humburg (1990).

¹⁴ In einer anderen Fassung heißt es „heute da hört uns Deutschland und morgen die ganze Welt“. Winfried Mogge liefert eine Untersuchung zum Ursprung des Lieds, zu den verschiedenen Textvarianten sowie zur juristischen Kontroverse im Nürnberger Prozess gegen die Hauptkriegsverbrecher. Er kommt zu dem Schluss: „Die Differenzierung, ob und wann es ‚heute gehört‘ oder ‚heute da hört uns Deutschland‘ hieß, erweist sich als nebensächlich. Der Text, gesteigert durch eingängige Melodie und suggestiven Marschrhythmus, bietet so oder so in den einzelnen Formulierungen und im gesamten Inhalt verbal und mental ein großes Potential an Gewalt- und Zerstörungsbereitschaft“ (Mogge 2007, S. 183).

4.4 Nach den Wahlen (Abb. 4)

Abschließend seien zwei weitere Cover vorgestellt, die Parteivertreter*innen kurz nach entscheidenden Wahlerfolgen zeigen (Abb. 4). Das Titelbild in Abb. 4a erschien Ende November 1966, nachdem feststand, dass die NPD erstmals in den hessischen und den bayerischen Landtag einziehen würde. Es zeigt den damaligen NPD-Parteivorsitzenden Friedrich Thielen (r.) und dessen Stellvertreter Wilhelm Gutmann. Das Bild stammt jedoch vom vorangegangenen NPD-Parteitag im Juni 1966 in Karlsruhe. Trotz des seriösen Settings ähnelt die Art der Darstellung den Prototypen von sogenannten Apparatschiks, jenen belächelten Funktionär*innen, die „menschgewordene Apparat[e]“ (Bourdieu 1997, S. 44f.) verkörpern und ihre gesellschaftliche Funktion einzig dem bürokratischen Apparat verdanken. Wäre das im Verhältnis übergroße NPD-Logo vor dem Rednerpult nicht zu sehen, könnte man meinen, es handle sich um eine stereotype Abbildung von Kaderangehörigen. Lediglich das Parteilogo und die Unterschrift „Ruck nach rechts“ lassen einen konkreten Parteibezug erkennen.

Während für die Visualisierung der NPD-Politiker in diesem Beispiel eine nüchtern wirkende Fotografie genutzt wurde, zeigt das Titelbild der Sonderausgabe nach der Bundestagswahl von 2017 (Abb. 4b) die AfD-Bundessprecher*innen in einer deutlich bedrohlicheren Inszenierung. Alice Weidel und Alexander Gauland sind zusammen mit Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) in den Parteifarben der AfD blau, rot und weiß ausgeleuchtet. Beschämt und schuld bewusst schaut Merkel nach unten. Wohlwissend, so legt es zumindest die Inszenierung nahe, dass sie, stellvertretend für die Große Koalition, am Erfolg der AfD mitgewirkt hat. Deutlich größer und links hinter ihr schaut Weidel mit verschränkten Händen vor dem Kinn wie eine



Abb. 4 a *Der Spiegel* vom 28. November 1966, Nr. 49; b *Der Spiegel* vom 26. September 2017, Nr. 39a

Visionärin nach oben in die Ferne. Wiederum versetzt hinter Weidel blickt Gauland mit leicht geneigtem Kopf und angriffslustiger Miene am Betrachter vorbei. Kopfhaltung und Mimik korrespondieren mit den von ihm am Wahlabend geäußerten Worten: „Wir werden Frau Merkel jagen“ (zit. nach Diehl 2018a, S. 89). Die fokussierte Beleuchtung und die starken Farbkontraste, die dem Bild einer Wärmebildkamera ähneln, verstärken die bedrohliche Atmosphäre. Durch die vertikale Anordnung, die größere Darstellung und die erhöhte Position der AfD-Politiker*innen gegenüber Merkel entsteht der Eindruck von Dominanz (Schwartz 1981, S. 46 ff.). Das Wort „überrollen“ unterstreicht dies, indem es die bildliche Assoziation des Rades bzw. des „unter die Räder Kommens“ hervorruft. So setzt das Bild den visuellen Frame einer Übermacht der AfD *vis-à-vis* den etablierten Parteien, wengleich den 12,6 % der Wählerstimmen für die AfD 26,8 % für die CDU und 20,5 % für die SPD gegenüberstanden.

Mit dem Titel „Sie sind da“ wird auf den 2015 verfilmten Roman *Er ist wieder da* von Timur Vermes (2012) angespielt. In der Satire, die Hitler zum Leben erwecken lässt, nimmt sich eine Agentur dem aus der Zeit gefallenem und deshalb zusehends verwirrten Diktator an, organisiert Fernsehauftritte und eine eigene TV-Show für ihn. Im Roman wird die Faszination für Hitler und die damit verbundene Aufmerksamkeitslogik der Massenmedien thematisiert. Gleichzeitig nutzt das Buchcover selbst die Popularität der Hitlerreferenz, indem es den schwarzen Seitenscheitel gekoppelt mit dem ikonischen Hitlerbart zeigt (Weinert 2018, S. 131 f.). Auch wenn auf dem Magazincover in Abb. 4b keine bildliche Referenz zu Hitler besteht, aktiviert die Überschrift den Bezug zum Roman und weckt damit die Assoziation zu Hitler.

Schließlich schafft die Überschrift gekoppelt mit der beschriebenen Vertikalität eine Dichotomie zwischen einem imaginierten „Uns“ und „den Anderen“. Mit dem Wort „Sie“ werden Weidel und Gauland zu „den anderen“ bzw. zu Angehörigen einer *out-group* (Tajfel und Turner 1986). Das nicht explizit erwähnte „Wir“ bzw. die *in-group* sind die sogenannten etablierten Parteien und deren Anhänger*innen, zu denen potenziell auch die adressierte Leserschaft zählt. Diese Gruppe wird im Bild stellvertretend von der Kanzlerin verkörpert. Versteht man dies als Gegenüberstellung zwischen „Wir, die Demokraten“ und „Sie, die Rechtspopulisten“, scheint hier die normative Frage nach der Unterscheidung zwischen einem positiven Demokratie- und einem ausschließlich negativ konnotierten Populismusbegriff durch, die seit langem Teil der politikwissenschaftlichen Debatte ist (Canovan 1999; von Kielmansegg 2017, S. 272 ff.). Aus demokratietheoretischer Sicht bleibt auf die Problematik einer solchen Dichotomie hinzuweisen. Denn „ihr Dasein“ ist im Sinne der repräsentativen Demokratie Ausdruck des Willens eines Teils der Wähler*innen.

5 Fazit

Mit Blick auf die Forschungslücke visueller Darstellungen rechtspopulistischer Akteure durch die Massenmedien untersucht die vorliegende Studie visuelle Frames in Bezug auf die AfD auf Titelbildern des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* und vergleicht diese mit Covern aus den Anfangsjahren der NPD. Unter dem theoretischen Blickwinkel der visuellen Politik wurde einleitend dafür plädiert, Bilder verstärkt

zum Gegenstand sozialwissenschaftlicher Analyse zu machen, da sie unsere Vorstellungen von Politik entscheidend mitprägen. Um die möglichen Bildbedeutungen im Hinblick auf die NPD und die AfD herauszuarbeiten, wurde anschließend der ikonographisch-ikonologische Ansatz vorgestellt und auf das Material angewendet. Wenngleich die vorliegende Studie keine kausalen Verbindungen zwischen Medien und dem Erstarken der Parteien aufzuzeigen vermag, so legen die Coveranalysen im Sinne Herkmans „underlying moral and normative confrontations“ (Herkmans 2019, S. 253) in Bezug auf die beiden Parteien offen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in den Titelbildern hinsichtlich beider Parteien häufig Bezüge zum Nationalismus und Nationalsozialismus salient sind. Zum einen zeigt sich dies in einer abstrakten und dynamischen Form, die über Symbole wie das Hakenkreuz, die Frakturschrift sowie die vertikale Verschmelzung der Parteilogos einen fließenden Übergang der historischen zur zeitgenössischen Gefahr von rechts nahelegt (Abb. 1), zum anderen in einer statischen und direkt gleichsetzenden Form, bei der Petry und Gauland in militärischer Pose auf dem Zeppelfeld erscheinen (Abb. 2). Auch auf weiteren Covern wird auf visuelle wie textuelle Referenzen zurückgegriffen, die aus Geschichtsbüchern und Dokumentationen über die Zeit des Nationalsozialismus und von Nationalismus geprägten Phasen aus der deutschen Geschichte bekannt sind, wenn beispielsweise die Dynamik des Aufstiegs der Parteien im Mittelpunkt steht (Abb. 3a, b).

Die Nazi-Vergleiche können, insbesondere vor dem Hintergrund der assoziativen Logik visueller Kommunikation und ihrer emotionalen Dimension (Müller 1999, S. 19), als aufmerksamkeitssteigernde und damit lukrative mediale Strategie verstanden werden. Wenngleich die visuellen schematischen Analogien zum Nationalsozialismus nicht zwangsläufig gegeben sind (Abb. 4a), muss grundsätzlich auf die damit verbundenen Verzerrungen hingewiesen werden. So erscheinen die Vergleiche sowohl aus historischer Sicht als auch vor dem theoretischen Hintergrund visueller Politikvermittlung für den Diskurs in einer Demokratie diskussionswürdig. Sie bergen einerseits die Gefahr in sich, zur Verharmlosung der NS-Diktatur beizutragen. Andererseits kann eine Fokussierung auf diese Vergleiche zur Ablenkung von jeweils aktuellen politischen und gesellschaftlichen Debatten führen. So sind beispielsweise die in den Anfangsjahren zentrale Kritik der AfD an Modernisierungs- und Globalisierungsprozessen sowie am Euro keine Titelthemen. Mit der Spendenaffäre Ende 2018 und den Verstrickungen zwischen der AfD und der russischen Regierung werden zumindest Bezüge zu aktuellen Ereignissen sichtbar.¹⁵

Exemplarisch werden in den hier betrachteten Covern Muster deutlich, die auch die textbasierte Berichterstattung etablierter Zeitungen über die AfD prägen: zum einen die Themensetzung und zum anderen das binäre Narrativ der Radikalen und der Gemäßigten innerhalb der Partei (Bey und Wamper 2018, S. 120 ff.). Der erste Aspekt bezieht sich auf das Aufgreifen bewusster Provokationen, wie z. B. Petrys Aussage des möglichen Schusswaffengebrauchs oder Gaulands Ankündigung einer Jagd auf Frau Merkel. Bernd Gäbler hat die heikle Frage nach dem medialen Umgang mit diesen gezielten Provokationen treffend als „Stöckchen-Spiel“ (Gäbler 2017) bezeichnet. Der zweite Aspekt lässt sich in abgewandelter Form anhand von

¹⁵ Diese sowie weitere in den Untersuchungszeitraum fallende Cover sind im Anhang verzeichnet.

Abb. 4b illustrieren. Abgewandelt insofern, als darin nicht zwischen „guten“ und „bösen“ AfD-Mitgliedern differenziert, sondern vielmehr eine Dichotomie zwischen Weidel und Gauland als *pars pro toto* für die AfD einerseits und den etablierten politischen Akteuren andererseits inszeniert wird. Damit eröffnet sich der Blick auf das Spannungsfeld zwischen Populismus und Demokratie. Die Frage, ob die AfD eine pathologische Form der Demokratie darstellt oder eine potentielle Korrekturfunktion übernimmt (von Kielmansegg 2017, S. 272 ff.) scheint auf diesem Titelbild zugunsten der pathologischen Form beantwortet zu werden.

Die vorliegende explorative Auseinandersetzung mit visuellen massenmedialen Darstellungen der AfD versteht sich als Ergänzung zu den Inhaltsanalysen der textuellen Medienberichterstattung über die Partei. Eine Ausweitung dieses neuen Forschungsfelds scheint aufgrund der weiter zunehmenden Radikalisierung der Partei und möglicher Entwicklungen im Verlauf ihres *media life cycle* (Mazzoleni 2008) geboten.¹⁶ Auch sind Studien zum visuellen Framing der AfD in Boulevardmedien wie z. B. der *Bild* wünschenswert, um Aufschluss über Unterschiede und Gemeinsamkeiten in den visuellen Deutungsmustern verschiedener Medienangebote geben zu können. Gleichzeitig müssen die medialen Visualisierungen der etablierten Parteien in den Blick genommen werden. Nur eine äquivalente Berücksichtigung von Medien- und Parteiendifferenzen kann Aufschluss darüber geben, ob bzw. in welchem Maß die vielerorts pauschal attestierte besondere Beziehung zwischen populistischen Akteuren und den Medien (Reinemann 2017, S. 177) existiert.

Aus methodischer Sicht bleibt festzuhalten, dass die ikonographisch-ikonologische Analyse für die Exploration visueller Medienframes gewinnbringend ist, da sie dem vermeintlich Offensichtlichen bewusst eine analytische Distanz vorschaltet und es erlaubt, Stück für Stück mögliche Bedeutungen zu rekonstruieren. Eine derart kleinschrittige, zunächst deskriptive Arbeit ist notwendig, um das Visuelle adäquat in einen Text umzuwandeln und theoretisch reflektieren zu können (Pilarczyk 2017, S. 83). Der hermeneutisch-interpretative Zugang erlaubt zwar keine unmittelbaren Aussagen zur Bildwirkung. Einschränkend bleibt zudem auf den Unterschied zwischen der detaillierten und zeitintensiven wissenschaftlichen Bildbetrachtung und den in der Regel nur kurzen Blicken der potentiellen Leser*innen hinzuweisen, die möglicherweise zu anderen Deutungen führen. Wenn man Magazincover jedoch als kulturelle Artefakte (Kitch 2018) begreift und die mediale Bildsprache weit auseinanderliegender Zeiträume kontrastieren sowie Details der Bildgestaltung methodisch angemessen reflektieren will, bleibt die ikonographisch-ikonologische Methode ein starkes Instrument.

Danksagung Ich bedanke mich bei zwei anonymen Gutachter*innen für ihre wertvollen Anmerkungen zum Manuskript. Mein Dank gilt zudem Horst-Alfred Heinrich, Michael Kohlstruck, Bernhard Stahl und Jannis Alberts für ihren kritischen Blick auf frühere Fassungen des Aufsatzes.

Funding Open Access funding provided by Projekt DEAL.

¹⁶ Zweifelsohne hat die AfD in den letzten Jahren personell wie ideologisch einen Wandel durchlebt. Zu den aktuellen Entwicklungen gehören unter anderem die Regierungskrise in Thüringen, die Auflösung des völkischen Flügels sowie die Diskussion um die Parteimitgliedschaft von Andreas Kalbitz. Siehe hierzu Abb. 10 und Abb. 11 im Anhang.

Open Access Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

Anhang

Weitere Titelbilder

Abb. 5, 6, 7, 8, 9, 10 und 11.

Abb. 5 *Der Spiegel* vom 21. Oktober 1968, Nr. 43

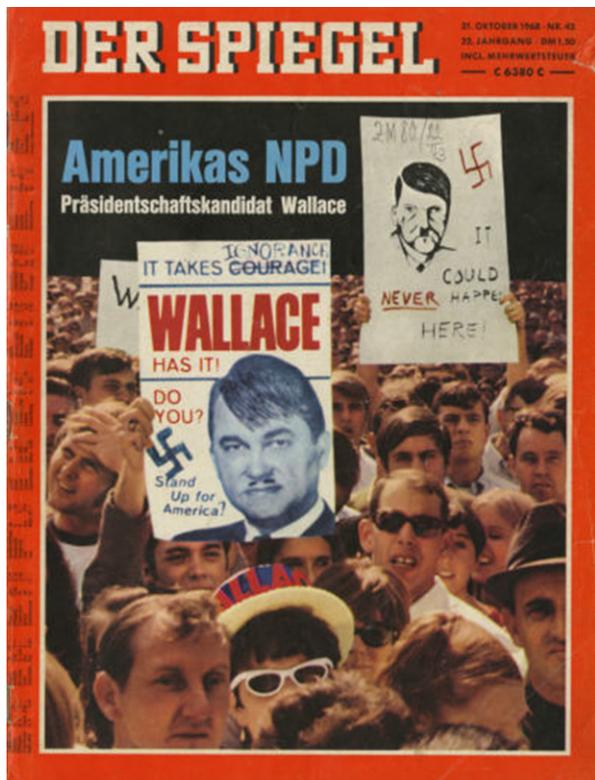


Abb. 6 *Der Spiegel* vom
23. Dezember 1968, Nr. 52

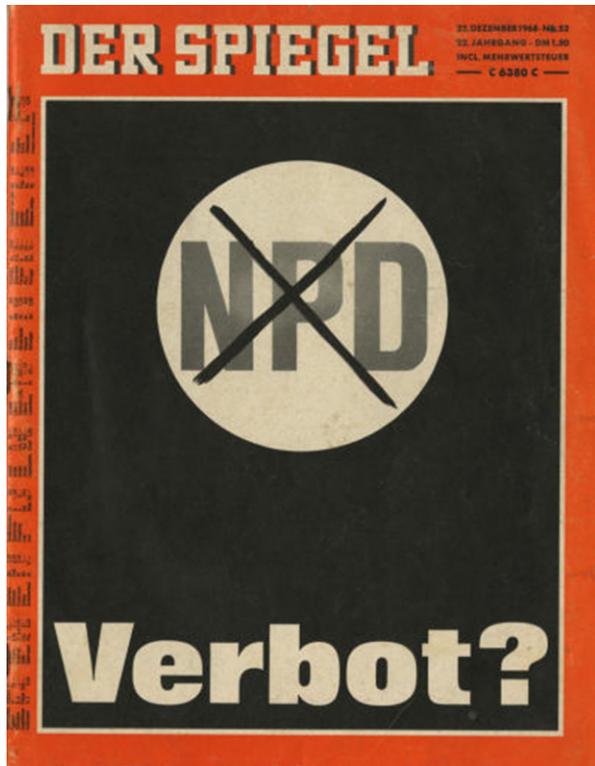


Abb. 7 *Der Spiegel* vom 24. November 2018, Nr. 48

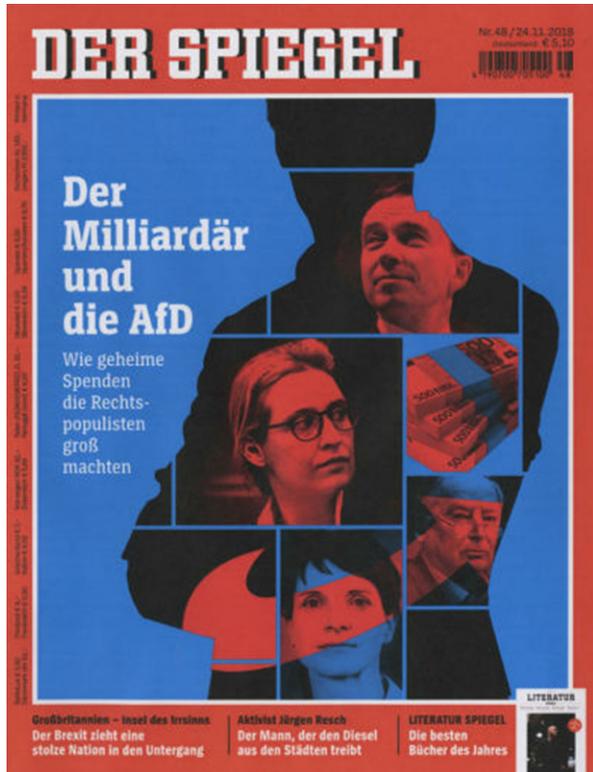


Abb. 8 *Der Spiegel* vom 6. April 2019, Nr. 15

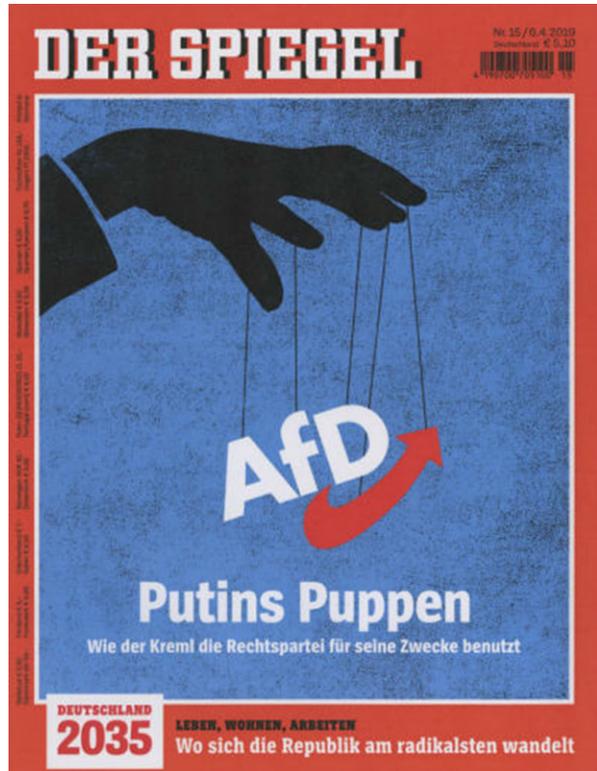


Abb. 9 *Der Spiegel* vom
25. Mai 2019, Nr. 22



Abb. 10 *Der Spiegel* vom 8. Februar 2020, Nr. 7



Abb. 11 *Der Spiegel* vom
23. Mai 2020, Nr. 22



Literatur

- Aalberg, Toril, Frank Esser, Carsten Reinemann, Jesper Strömbäck, und Claes de Vreese (Hrsg.). 2017. *Populist political communication in Europe*. New York: Routledge.
- Aiello, Giorgia, und Katy Parry. 2020. *Visual communication. Understanding images in media culture*. London: SAGE.
- Arzheimer, Kai. 2015. The AfD: finally a successful right-wing populist eurosceptic party for Germany? *West European Politics* 38(3):535–556.
- Bey, Paul, und Regina Wamper. 2018. Die „Mainstream-Medien“: Stütze der AfD? In *Völkisch-autoritärer Populismus. Der Rechtsruck in Deutschland und die AfD*, Hrsg. Alexander Häusler, 117–125. Hamburg: VSA.
- Bourdieu, Pierre. 1997. *Der Tote packt den Lebenden*. Hamburg: VSA.
- Bowman, J.A. 1989. *Line infantry*. The Pickelhaube, Bd. 1. Lancaster: Imperial Publications.
- Bredenkamp, Horst. 2020. *Thomas Hobbes Der Leviathan. Das Urbild des modernen Staates und seine Gegenbilder – 1651–2001*. Berlin: De Gruyter.
- Canovan, Margaret. 1999. Trust the people! populism and the two faces of democracy. *Political Studies* 47:2–16.
- Coles, Anthony. 2014. *John Heartfield. Ein politisches Leben*. Köln: Böhlau.
- Dahinden, Urs. 2006. *Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. Konstanz: UVK.
- Dahrendorf, Ralf. 1968. Das Ende eines Wunders. In *Die Restauration entläßt ihre Kinder oder Der Erfolg der Rechten in der Bundesrepublik*, Hrsg. Freimut Duve, 90–96. Reinbek: Rowohlt.
- Decker, Frank, und Marcel Lewandowsky. 2017. Rechtspopulismus in Europa: Erscheinungsformen, Ursachen und Gegenstrategien. *Zeitschrift für Politik* 64(1):21–38.
- Der Spiegel. 1966. *Wotans Wähler*. Der Spiegel, Bd. 15, 30–40.
- Der Spiegel. 1967. *Rechts ab zum Vaterland*. Der Spiegel, Bd. 17, 72–93.
- Der Spiegel. 1968. *NPD. Tut und tut*. Der Spiegel, Bd. 52, 25–31.
- Der Spiegel. 2016. *Im Schützengraben*. Der Spiegel, Bd. 6, 12–20.
- Diehl, Paula. 2018a. Rechtspopulismus und Massenmedien. Eine explosive Mischung. In *Großerzählungen des Extremen. Neue Rechte, Populismus, Islamismus, War on Terror*, Hrsg. Jennifer Schellhöf, Jo Reichertz, Volker M. Heins, und Armin Flender, 87–96. Bielefeld: transcript.
- Diehl, Paula. 2018b. Die Symbolisierung des Volkes in der Demokratie: Eine ikonografische Spurensuche. *Leviathan* 46(Sonderband 34):23–47.
- Donges, Patrick, und Otfried Jarren. 2017. *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Drechsel, Benjamin. 2009. Trügerischer Augenschein. Hinweise zur Verflechtung von politischer Kultur und visueller Politik. In *Politische Kultur. Forschungsstand und Forschungsperspektiven*, Hrsg. Samuel Salzborn, 147–174. Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Dudek, Peter, und Hans-Gerd Jaschke. 1984. *Entstehung und Entwicklung des Rechtsextremismus in der Bundesrepublik. Zur Tradition einer besonderen politischen Kultur*. Bd. 1. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Eitz, Thorsten, und Georg Stötzel. 2009. Diskurs über NS-Vergleiche. In *Wörterbuch der „Vergangenheitsbewältigung“*. Die NS-Vergangenheit im öffentlichen Sprachgebrauch, Bd. 2, Hrsg. Thorsten Eitz, Georg Stötzel, 12–38. Hildesheim: Georg Olms.
- Entman, Robert, Jörg Matthes, und Lynn Pellicano. 2009. Nature, sources, and effects of news framing. In *The handbook of journalism studies*, Hrsg. Karin Wahl-Jørgensen, Thomas Hanitzsch, 175–190. New York: Routledge.
- Fetscher, Iring. 1967. Rechtes und rechtsradikales Denken in der Bundesrepublik. In *Rechtsradikalismus*, Hrsg. Iring Fetscher, 11–29. Frankfurt a.M.: Europäische Verlagsanstalt.
- Franzmann, Simon T., und Marcel Lewandowsky. 2020. *Populismus? Populisten! Programmatistische Heterogenität rechtspopulistischer Parteien in Westeuropa*. Bonn: Bonner Akademie für Forschung und Lehre praktischer Politik (BAPP).
- Frederik, Hans. 1966. *NPD. Gefahr von rechts?* München: Verlag Politisches Archiv.
- Fuhrmann, Horst. 1992. *Pour le mérite. Über die Sichtbarmachung von Verdiensten. Eine historische Besinnung*. Sigmaringen: Thorbecke.
- Funcken, Liliane, und Fred Funcken. 1983. *Historische Uniformen. 19. Jahrhundert. 1850–1900: Frankreich, Großbritannien, Deutschland, Österreich, Rußland. Infanterie, Kavallerie, technische Truppen, Artillerie*. München: Mosaik.
- Gäbler, Bernd. 2017. *OBS-Arbeitsheft 92. AfD und Medien. Analyse und Handreichungen*. Frankfurt a.M.: Otto Brenner Stiftung.

- Gäbler, Bernd. 2018. *OBS-Arbeitsheft 95. AfD und Medien. Erfahrungen und Lehren für die Praxis*. Frankfurt a.M.: Otto Brenner Stiftung.
- Gadinger, Frank, und Elena Simon. 2019. Kalkulierte Ambivalenz, mobilisierte Ängste und volksnahe Inszenierung: Rechtspopulistische Erzählstrategien in Wahlkampagnen und Regierungspraxis. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 29(1):23–52.
- Geise, Stephanie, und Christian Baden. 2015. Putting the image back into the frame: modeling the linkage between visual communication and frame-processing theory. *Communication Theory* 25(1):46–69.
- Geise, Stephanie, Katharina Lobinger, und Cornelia Brantner. 2013. Fractured Paradigm? Theorien, Konzepte und Methoden der visuellen Framingforschung: Ergebnisse einer systematischen Literaturschau. In *Visual Framing. Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung*, Hrsg. Stephanie Geise, Katharina Lobinger, 42–76. Köln: von Halem.
- Genette, Gérard. 2001. *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Gerth, Sebastian. 2012. Die Erweiterte Bildtypenanalyse. Ein Instrument zur Untersuchung von Pressefotografien aus Rezipienten- und Medienperspektive. In *Bilder – Kulturen – Identitäten. Analysen zu einem Spannungsfeld Visueller Kommunikationsforschung*, Hrsg. Stephanie Geise, Katharina Lobinger, 285–308. Köln: von Halem.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Grass, Günter. 1959. *Die Blechtrommel*. Darmstadt: Luchterhand.
- Herbert, Ulrich. 2015. Der alte neue Diktator. *DIE ZEIT* 50:57.
- Herkman, Juha. 2016. Construction of populism. Meanings given to populism in the nordic press. *Nordicom Review* 37(Special Issue):147–161.
- Herkman, Juha. 2019. Populism in political cartoons: caricatures of Nordic populist leaders. *Popular Communication* 17(3):252–267.
- Hofmann, Wilhelm (Hrsg.). 1999a. *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*. Baden-Baden: Nomos.
- Hofmann, Wilhelm. 1999b. Die Sichtbarkeit der Macht. Überlegungen zum Paradigmenwechsel von der „logozentrischen“ zur „ikonozentrischen“ Politik. In *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*, Hrsg. Wilhelm Hofmann, 7–11. Baden-Baden: Nomos.
- Hofmann, Wilhelm. 2009. „Ich schau Dir in die Augen“: Die Bedeutung visueller Medien für die politische Kommunikation in entwickelten Demokratien. In *Strategien der Visualisierung. Verbildlichung als Mittel politischer Kommunikation*, Hrsg. Herfried Münkler, Jens Hacke, 109–125. Frankfurt a.M.: Campus.
- Humburg, Norbert. 1990. *er Rattenfänger von Hameln. Die berühmte Sagengestalt in Geschichte und Literatur, Malerei und Musik, auf der Bühne und im Film*. Hameln: CW Niemeyer.
- IVW. 2019. Quartalsauflagen. <https://www.ivw.eu/print/quartalsauflagen/quartalsauflagen>. Zugegriffen: 16. März 2020.
- Jaschke, Hans-Gerd. 2016. Strategien der extremen Rechten in Deutschland nach 1945. In *Handbuch Rechtsextremismus*, Hrsg. Fabian Virchow, Martin Langebach, und Alexander Häusler, 115–134. Wiesbaden: Springer VS.
- Jesse, Eckhard, und Isabelle-Christine Panreck. 2017. Populismus und Extremismus. Terminologische Abgrenzung – das Beispiel der AfD. *Zeitschrift für Politik* 64(1):59–76.
- Kanter, Heike. 2016. Ästhetisches Agieren und die Auslegung von Welt – ikonische Macht in der Gestaltung von Pressefotografien. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 41:187–211.
- Kappas, Arvid, und Marion Müller. 2006. Bild und Emotion – ein neues Forschungsfeld. Theoretische Ansätze aus Emotionspsychologie, Bildwissenschaft und visueller Kommunikationsforschung. *Publizistik* 51(1):3–23.
- Keunecke, Hans-Otto. 1993. Die deutsche Schrift im Dritten Reich. Die Nationalsozialisten und das Schicksal der gebrochenen Lettern. *Buchhandelsgeschichte: Aufsätze, Rezensionen und Berichte zur Geschichte des Buchwesens* 1993/4:B121–B129.
- Graf von Kielmansegg, Peter. 2017. Demos und Populus: Demokratietheoretische Annäherungen an das Phänomen Populismus. In *Populismus. Varianten von Volksherrschaft in Geschichte und Gegenwart*, Hrsg. Thorsten Beigel, Georg Eckert, 267–281. Münster: Aschendorff.
- Kitch, Carolyn. 2018. Theory and methods of analysis. Models for understanding magazines. In *The Routledge handbook of magazine research. The future of the magazine form*, Hrsg. David Abrahamson, Marcia Prior-Miller, 9–21. New York: Routledge.
- Klietmann, Kurt-Georg. 2004. *Auszeichnungen des Deutschen Reiches 1936–1945. Eine Dokumentation ziviler und militärischer Verdienst- und Ehrenzeichen*. Stuttgart: Motorbuch.

- Korte, Karl-Rudolf (Hrsg.). 2015. *Emotionen und Politik. Begründungen, Konzeptionen und Praxisfelder einer politikwissenschaftlichen Emotionsforschung*. Baden-Baden: Nomos.
- Kühnl, Reinhard. 1967. *Die NPD. Struktur, Programm und Ideologie einer neofaschistischen Partei*. Berlin: Voltaire.
- Ludwig, Roisin, und Regina Wamper. 2017. Schnittstellen und Abgrenzungen. Zum Umgang der FAZ mit der populistischen extremen Rechten. In *Autoritäre Zuspitzung. Rechtsruck in Europa*, Hrsg. Isolde Aigner, Paul Jobst, und Regina Wamper, 95–120. Münster: Unrast.
- Manow, Philip, Friedbert W. Rüb, und Dagmar Simon (Hrsg.). 2012. *Die Bilder des Leviathan. Eine Deutungsgeschichte*. Baden-Baden: Nomos.
- Marcinkowski, Frank (Hrsg.). 2014. *Framing als politischer Prozess. Beiträge zum Deutungskampf in der politischen Kommunikation*. Baden-Baden: Nomos.
- Marotzki, Winfried, und Katja Stoetzer. 2006. Die Geschichten hinter den Bildern. Annäherungen an eine Methode und Methodologie der Bildinterpretation in biographie- und bildungstheoretischer Absicht. In *Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive*, Hrsg. Winfried Marotzki, Horst Niesyto, 15–44. Wiesbaden: Springer VS.
- Matthes, Jörg. 2008. Medien-Frames inhaltsanalytisch (be)greifen. Eine Analyse von 135 nationalen und internationalen Fachzeitschriftenaufsätzen, 1990–2005. In *Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft*, Hrsg. Jörg Matthes, Werner Wirth, und Andreas Fahr, 157–177. Köln: von Halem.
- Mazzoleni, Gianpietro. 2008. Populism and the media. In *Twenty-first century populism. The spectre of western European democracy*, Hrsg. Daniele Albertazzi, Duncan McDonnell, 49–62. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Miller-Idriss, Cynthia. 2017. *The extreme gone mainstream. Commercialization and far right youth culture in Germany*. Princeton: Princeton University Press.
- Mogge, Winfried. 2007. „Und heute gehört uns Deutschland...“. Entstehung und Nachwirkungen eines Liedes 1933–1993. In *Good-bye memories? Lieder im Generationengedächtnis des 20. Jahrhunderts*, Hrsg. Barbara Stambolis, Jürgen Reulecke, 175–184. Essen: Klartext.
- Müller, Marion. 1999. Politische Vision. In *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*, Hrsg. Wilhelm Hofmann, 15–27. Baden-Baden: Nomos.
- Müller, Marion. 2011. Ikonografie und Ikonologie, visuelle Kontextanalyse, visuelles Framing. In *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation*, Hrsg. Thomas Petersen, Clemens Schwender, 28–55. Köln: von Halem.
- Müller, Marion, und Stephanie Geise. 2015. *Grundlagen der visuellen Kommunikation*. Konstanz: UVK.
- Münkler, Herfried, und Jens Hache (Hrsg.). 2009. *Strategien der Visualisierung. Verbildlichung als Mittel politischer Kommunikation*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Niethammer, Lutz. 1969. *Angepaßter Faschismus. Politische Praxis der NPD*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Panofsky, Erwin. 1975. *Sinn und Deutung in der bildenden Kunst*. Köln: Dumont.
- Paul, Gerhard. 2008. *Das Jahrhundert der Bilder: 1949 bis heute*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Pfahl-Traughber, Armin. 2019. *Rechtsextremismus in Deutschland. Eine kritische Bestandsaufnahme*. Wiesbaden: Springer VS.
- Pilarczyk, Ulrike. 2017. Grundlagen der seriell-ikonografischen Fotoanalyse. Jüdische Jugendfotografie in der Weimarer Zeit. In *Visual History: Bilder und Bildpraxen in der Geschichte*, Bd. 3, Hrsg. Jürgen Danyel, Gerhard Paul, und Annette Vowinckel, 75–99. Göttingen: Wallstein.
- Potthoff, Matthias. 2012. *Medien Frames und ihre Entstehung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Priester, Karin. 2016. Rechtspopulismus – ein umstrittenes theoretisches und politisches Phänomen. In *Handbuch Rechtsextremismus*, Hrsg. Fabian Virchow, Martin Langebach, und Alexander Häusler, 533–560. Wiesbaden: Springer VS.
- Ramachandran, Vilayanur, und William Hirstein. 1999. The science of Art. A neurological theory of aesthetic experience. *Journal of Consciousness Studies* 6(6–7):15–51.
- Reinemann, Carsten. 2017. Populismus, Kommunikation, Medien. Ein Überblick über die Forschung zu populistischer politischer Kommunikation. *Zeitschrift für Politik* 64(2):167–190.
- Rohe, Karl. 1987. Politische Kultur und der kulturelle Aspekt von politischer Wirklichkeit. Konzeptionelle und typologische Überlegungen zu Gegenstand und Fragestellung Politischer Kultur-Forschung. *Politische Vierteljahresschrift* 28(Sonderheft 18):39–48.
- Rössler, Patrick. 2014. Visuelles Framing durch Neue Typographie: Eine historische Inhaltsanalyse. In *Framing als politischer Prozess. Beiträge zum Deutungskampf in der politischen Kommunikation*, Hrsg. Frank Marcinkowski, 45–61. Baden-Baden: Nomos.

- Rummens, Stefan. 2017. Populism as a threat to liberal democracy. In *The Oxford handbook of populism*, Hrsg. Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, und Paulina Ochoa Espejo, 554–570. Oxford: Oxford University Press.
- Sarcinelli, Ulrich. 1989. Symbolische Politik und politische Kultur. Das Kommunikationsritual als politische Wirklichkeit. *Politische Vierteljahresschrift* 30(2):292–309.
- Sarcinelli, Ulrich. 2011. *Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schlürmann, Jan. 2015. Die „Wirmer-Flagge“. Die wechselhafte Geschichte eines vergessenen Symbols der deutschen Christlichen Demokratie. *Historisch-Politische Mitteilungen* 22(1):331–342.
- Schüti, Hans-Dieter, und Oliver Schwarzkopf (Hrsg.). 1999. *Die SPIEGEL-Titelbilder 1947–1999*. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf.
- Schwartz, Barry. 1981. *Vertical classification. A study in structuralism and the sociology of knowledge*. Chicago: University of Chicago Press.
- Semetko, Holli A. 2007. Political communication. In *The Oxford handbook of political behaviour*, Hrsg. Russell J. Dalton, Hans-Dieter Klingemann, 123–143. Oxford: Oxford University Press.
- von Sikorski, Christian, und Mark Ludwig. 2018. The effects of visual isolation on the perception of scandalized politicians. *Communications* 43(2):235–257.
- Spiker, Ted. 2018. The magazine cover. The craft of identity and impact. In *The Routledge handbook of magazine research. The future of the magazine form*, Hrsg. David Abrahamson, Marcia Prior-Miller, 377–391. New York: Routledge.
- Steuer, Janosch. 2017. Das „Volk“ vorzeigen: Die Reichsparteitage und die populistische Legitimation des Nationalsozialismus. In *Populismus. Varianten von Volksherrschaft in Geschichte und Gegenwart*, Hrsg. Thorsten Beigel, Georg Ecker, 191–206. Münster: Aschendorff.
- Stier, Sebastian, Lisa Posch, Arnim Bleier, und Markus Strohmaier. 2017. When populists become popular: comparing Facebook use by the right-wing movement Pegida and German political parties. *Information, Communication & Society* 20(9):1365–1388.
- Tajfel, Henri, und John Turner. 1986. The social identity theory of intergroup behavior. In *Psychology of intergroup relations*, Hrsg. Stephen Worchel, William Austin, 7–24. Chicago: Nelson-Hall.
- Ulrich, Anne. 2017. Mehr Demokratie kommt nicht von rechts. *Blätter für deutsche und internationale Politik* 62(10):13–16.
- Veneti, Anastasia, Daniel Jackson, und Darren Lilleker. 2019. *Visual political communication*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Vermes, Timur. 2012. *Er ist wieder da*. Köln: Eichborn.
- Vorländer, Hans, Maik Herold, und Steven Schäller. 2018. *PEGIDA and new right-wing populism in Germany*. Cham: Springer Nature.
- Weinert, Frederik. 2018. *Nazi-Vergleiche und Political Correctness. Eine sprach- und kommunikationswissenschaftliche Analyse*. Baden-Baden: Nomos.
- Wertz, Nikolaus. 2013. Erscheinungsformen und Debatten um den „Populismus“ in Deutschland. In *Deutsche Kontroversen. Festschrift für Eckhard Jesse*, Hrsg. Alexander Gallus, Thomas Schubert, und Tom Thieme, 421–435. Baden-Baden: Nomos.
- Yanow, Dvora. 2014. Neither rigorous nor objective? Interrogating criteria for knowledge claims in interpretive science. In *Interpretation and method. Empirical research methods and the interpretive turn*, Hrsg. Dvora Yanow, Peregrine Schwartz-Shea, 97–119. New York: M. E. Sharpe.

DONALD TRUMP ALS (PERSONIFIZIERTE) KATASTROPHE.
EIN VISUELL VERMITTELTES BEDROHUNGSSZENARIO
DER DEMOKRATIE¹

Lorenz Klumpp

Die Politische Theorie befasst sich seit längerem mit dem Spannungsverhältnis zwischen Populismus und Demokratie. Im Kern geht es in dieser Debatte um die Frage, ob der Populismus ein mögliches Korrektiv oder eine pathologische Ausprägung der Demokratie darstellt (Canovan 1999; Vorländer 2011). Parallel zu dieser theoretischen Auseinandersetzung befasst sich die Kommunikationswissenschaft empirisch mit der massenmedialen Berichterstattung über populistische Akteure. Im Zentrum steht ihrerseits meist die Frage, inwiefern klassische Medien potentielle Stützen populistischer Akteure sind (Bey und Wamper 2018). Dabei werden wechselseitige Vorteile aufgrund ähnlicher Funktionslogiken von populistischem Stil und medialer Aufmerksamkeitslogik angenommen. So sind beispielsweise das Brechen von Tabus, die Dramatisierung von Sachverhalten, die Geringschätzung des Pluralismus und die vereinfachende Unterteilung politischer Ansichten in ‚gute‘ und ‚böse‘ Merkmale eines populistischen Stils, der in dem Sinne medienwirksam ist, als er Skandale hervorrufft und damit Aufmerksamkeit generiert und Verkaufs- beziehungsweise Klickzahlen erhöht (Diehl 2012; Mazzoleni 2008). Zugleich wird aber auch vor einer Pauschalisierung dieser gegenseitigen Abhängigkeit von Medien und populistischen Akteuren gewarnt. Es müsse zwischen Medien und Parteien differenziert werden, um konkrete Aussagen in spezifischen Kontexten treffen zu können (Reinemann 2017).

Wenngleich die Rolle der Medien in der Populismusforschung in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat, klammert sie jedoch weitgehend die visuelle Dimension der Vermittlung einer populistischen Bedrohung aus. Im folgenden Beitrag wird angenommen, dass massenmedial verbreitete Bilder in diesem Zusammenhang eine bedeutende Rolle einnehmen, da sie Rezipienten Deutungsmuster anbieten, die über eine rein verbale, argumentative Logik hinausgehen, stärker von einer assoziativen Logik geprägt sind und auf emotionaler Ebene operieren

1 Der Beitrag entstand im Rahmen des Projekts *Visualisierung der Demokratie – ViDe(m)o*, das im Forschungsverbund *ForDemocracy* durch das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst gefördert wird. Für konstruktive Kritik im Entstehungsprozess bedanke ich mich herzlich bei den Teilnehmenden des *ForDemocracy*-Kolloquiums sowie des Kolloquiums der Bildgruppe an der Universität Passau. Marika Gruber hat mir hilfreiche Denkanstöße zum Thema Apokalyptik gegeben. Außerdem danke ich Horst-Alfred Heinrich und Maximiliane Eckhardt für wertvolle Anmerkungen zum Manuskript.

(Müller 1999). Medienbilder werden als Elemente einer „politischen Deutungskultur“ (Rohe 1987: 42) im Kontext der Visuellen Politik (Hofmann 1999, Bleiker 2018) verstanden, die unsere Vorstellung von politischer Wirklichkeit mitprägen.

Es wird hier nicht der Anspruch erhoben, eine Theorie visuell vermittelter Bedrohungsszenarien in Bezug auf die Herrschaftsform der liberalen Demokratie zu entwickeln. Vielmehr soll an ausgewählten Titelbildern des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel*, auf denen Donald Trump dargestellt wird, das Motiv der Katastrophe als eine Form der Inszenierung von populistischer Bedrohung in den Fokus genommen werden.

Das Vorhaben erfordert zunächst einige grundlegende Überlegungen zum Katastrophenbegriff insbesondere hinsichtlich der hier relevanten visuellen und metaphorischen Dimension. Daran anschließend wird das Konzept der Visuellen Politik eingeführt, das für die Erforschung politischer Bildlichkeit in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat und den Bildbegriff für die Analyse schärft. Bevor dann fünf Titelbilder, die Trump als oder im Zusammenhang mit einer Katastrophe inszenieren, mittels der ikonographisch-ikonologischen Analyse gedeutet werden, erfolgt die Begründung dieser methodischen Herangehensweise aus einem interpretativen sozialwissenschaftlichen Forschungsparadigma heraus. Im Fazit werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund der eingangs erwähnten Bedrohung der liberalen Demokratie und ihrer Resilienz (Merkel und Lührmann 2021) reflektiert.

KATASTROPHE IM BILD

Der Katastrophenbegriff findet in zahlreichen Disziplinen mit je unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen Verwendung.² Etymologisch leitet sich der Terminus aus dem griechischen *katá* für „herab-“ oder „nieder-“ und *stréphein* für „wenden“ ab. Allgemein gefasst charakterisiert eine Katastrophe somit die Unterteilung in ein Vorher und ein Nachher. Ein ehemals stabiles – wie auch immer geartetes – System gerät ins Wanken, kippt und vollzieht damit eine unumkehrbare Wendung zu etwas qualitativ Neuem. So steht sie im literarischen Drama für den Moment, in dem sich das Schicksal des Helden zum Positiven oder Negativen wendet. Die heute dominante negative Konnotation des Begriffs ist vergleichsweise jung, ähnlich wie die Verknüpfung mit dem Wort *Natur* und dem daraus entstandenen Kompositum *Naturkatastrophe* (Briese und Günther 2009: 170ff.).

Im Zusammenhang mit diesen verhältnismäßig jungen begriffsgeschichtlichen Entwicklungen ist eine gewisse Faszination für oder gar „Lust“ (Walter 2010: 15) an Katastrophen beziehungsweise deren Darstellungen zu beobachten, was sich auch im medialen Kontext spiegelt. Katastrophen haben einen hohen Nachrichtenswert und finden deshalb häufig Eingang in die (visuelle) Berichterstattung.

2 Für einen Überblick der Begriffsgeschichte im sozialwissenschaftlichen Kontext siehe Perry (2018). Eine stärker kulturwissenschaftlich ausgerichtete Auseinandersetzung mit der Terminologie liefern Briese und Günther (2009).

Redaktionen von Fernsehsendern, Zeitungen und Online-Nachrichtenseiten mediatisieren Katastrophen insofern, als sie diese inszenieren und sie überhaupt erst auf einer öffentlichen Ebene sichtbar machen. Medien können in das Katastrophengeschehen eintreten und dessen Verlauf gegebenenfalls mitgestalten (Cottle 2012: 260). Es geht im Folgenden jedoch nicht um massenmedial vermittelte ikonische Katastrophenbilder im engeren Sinn, wie etwa die Explosion des Luftschiffes *Hindenburg* oder die Nuklearkatastrophen von Tschernobyl und Fukushima (Paul 2013). Vielmehr liegt der Fokus dieser Arbeit auf der *Inszenierung* der Person des US-amerikanischen Präsidenten als Katastrophe und den damit einhergehenden Konnotationen im Kontext einer als durch ihn bedroht wahrgenommenen Demokratie. Das schließt selbstverständlich nicht aus, dass bei Betrachtung der Titelbilder Assoziationen zu ‚realen‘ Katastrophendarstellungen oder zur klassischen Ikonographie der Naturkatastrophe (Trempler 2013; Wessolowski 2011a) entstehen können, da die anspielungsreichen Magazincover nicht selten auf Motive aus einem bekannten Bilderkanon zurückgreifen und diese rekontextualisieren.

Entscheidend für diese Studie ist also zum einen die metaphorische Dimension der Katastrophe, was sich etwa am Beispiel sprachlich hervorgerufener Bilder verdeutlichen lässt. Wenn etwa Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier im Zusammenhang mit der Wahl Trumps den Begriff des „politischen Erdbebens“ (Steinmeier 2016) gebraucht, wird das demokratische Ereignis *Wahl* mit dem katastrophalen Naturereignis *Erdbeben* in Verbindung gesetzt. Zum anderen ist eine weitere Bedeutung relevant und zwar die des disruptiven Moments im Sinne einer Irritation, einer Störung der gewohnten sozialen Struktur (Perry 2018: 10ff.), die nicht nur einzelne Medien in Trumps Amtszeit sehen.

VISUELLE POLITIK: WER STELLT WEN WIE WO DAR?

Dass Bilder in der Konstruktion sozialer Wirklichkeit eine essentielle Rolle einnehmen, ist in den Sozialwissenschaften weitgehend anerkannt, wenngleich die Bedeutung des Visuellen in der Konzeptionierung von diskursiver Öffentlichkeit aus normativer Sicht umstritten ist. Aus kulturkritischer Perspektive wird im audiovisuellen Kontext die Gefahr des *Politainment* (Dörner 2001) angeführt, demzufolge das Interesse an Personen in den Vordergrund gerückt und Sachthemen an den Rand gedrängt werden, was eine Verflachung des politischen Diskurses zur Folge haben könne. Dieser Umstand wie auch die Debatte über das Bild als Manipulationsmedium (Aiello und Parry 2020: 110f.) sollten jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass Visualität in ihrem weitesten Sinn dem Wesen der Politik inhärent ist. Politik ist, vollkommen unabhängig von damit in Verbindung stehenden spezifischen Ordnungsvorstellungen, stets auf das Visuelle angewiesen.³ Der an-

3 In totalitären oder absolutistischen Systemen sind visuelle Repräsentationsformen einfacher herzustellen als in modernen demokratisch verfassten Gemeinwesen. Dieser Aspekt wird unter dem theoretischen Vorzeichen der Identitäts- und Differenzrepräsentation (Huhnholz und

gesprochenen kulturkritischen Sicht lässt sich mit Wilhelm Hofmann somit entgegenhalten, sie laufe Gefahr, die „demokratiefunktionale Dimension zu vernachlässigen“ (2009: 275).

In der politischen Kommunikationsforschung hat sich im Laufe der vergangenen zwei Jahrzehnte das Konzept der *Visuellen Politik* (Hofmann 1999) beziehungsweise der *Visual Politics* (Bleiker 2018) etabliert. Es ist interdisziplinär angelegt und nimmt Anleihen bei zahlreichen Forschungstraditionen, wie zum Beispiel der Medien- und Kommunikationswissenschaft, der Geschichtswissenschaft (*Visual History*), den Kulturwissenschaften (*Visual Culture Studies*) und der Kunstgeschichte. Wie Petra Bernhardt et al. (2019: 46) betonen, gilt es, drei grundlegende konzeptionelle Aspekte hinsichtlich eines Bildbegriffs der Visuellen Politik zu klären. Die erste Frage nach dem politischen Gehalt eines Bildes beantworten sie unter Verweis auf Benjamin Drechsel (2007) damit, dass nicht die Bildgattung, sondern die Funktion des Bildes entscheidend sei. Prinzipiell könne jedes Bild politisch kontextualisiert werden. Der zweite Punkt betrifft die Beschaffenheit des Bildes und ist im ersten implizit enthalten. Denn es ist zu unterscheiden zwischen dem haptischen beziehungsweise mit dem Sehsinn zu erfassenden Bild (Abbild) und dem imaginierten Bild (Denkbild), was nicht zwangsläufig in völlig ausgearbeiteter Form visuell vor dem geistigen Auge erscheinen muss.⁴ Darauf beruht die im englischen Sprachgebrauch gängige Unterscheidung zwischen *picture* und *image*. Wenngleich diese nicht immer trennscharf ist, lässt sich grundsätzlich festhalten, dass mit *picture* in der Regel das materialisierte Bild im Sinne eines Gemäldes oder einer Fotografie gemeint ist, wohingegen *image* eine mentale Konstruktion bezeichnet, die handlungsleitend in der alltäglichen Praxis sein kann (Mitchell 1994). Schließlich ist drittens zu beachten, dass „Visuelle Politik ihr Erkenntnisinteresse auf visuelle Phänomene als Quellenmaterial richtet. Bilder dienen der Visuellen Politik nicht zur Veranschaulichung oder Illustration, um Argumente zu untermauern, die sich auch sprachlich zum Ausdruck bringen lassen, sondern vielmehr als Analysegegenstand, der Zugang zu sozialwissenschaftlich relevanten Informationen ermöglicht“ (Bernhardt et al. 2019: 46).

Im Zusammenhang mit Visueller Politik ist der Verflechtung von Erstellung und Verbreitung der Bilder in Online-Medien einerseits und klassischen Medienformaten wie Print und Fernsehen andererseits Rechnung zu tragen. Bilder, die ursprünglich für eine Print-Zeitschrift gedacht waren, zirkulieren online, Printmedien wiederum greifen online viral gehende Bildphänomene auf, sodass von einem *hybrid media system* (Chadwick 2013) gesprochen wird. Neben diesen neueren Entwicklungen, die es Mediennutzern verstärkt ermöglicht, zu Medienproduzenten zu werden, sind ganz grundsätzlich die verschiedenen Ebenen und Akteure im Kommunikationsprozess zu berücksichtigen (Müller 2011). Um beim

Hausteiner 2018) sowie dem politisch Imaginären (Diehl 2015) diskutiert. Zu Gegenbildern der Demokratie siehe auch den Beitrag von Horst-Alfred Heinrich in diesem Band.

4 Zu denken wäre hier zum Beispiel an das individuelle oder kollektive *Image* eines Politikers, das – zusammen mit der visuellen Vorstellung über sein Aussehen – gekoppelt ist mit bestimmten Eigenschaften, die der Person zugeschrieben werden (Kleining 1961: 146).

für den vorliegenden Beitrag relevanten Beispiel des ehemaligen US-Präsidenten zu bleiben, ist zunächst die visuelle strategische Kommunikation Trumps und seines Stabs zu nennen. Hierzu zählen exemplarisch Bilder in den sozialen Mediakanälen (Bernhardt et al. 2019; Strand und Schill 2019). Des Weiteren werden auf der Mediennutzerebene Phänomene der digitalen Bildkultur wie die Verbreitung von *Memes* und damit verbundene Formen ideologischer Aneignung beziehungsweise online ausgetragener Kulturkämpfe (Lobinger et al. 2020) untersucht. Schließlich sind – wie im vorliegenden Beitrag – Muster der visuellen Darstellung Trumps in traditionellen Printmedien Gegenstand von Analysen (Paul und Perreault 2020).

EIN INTERPRETATIVER ANSATZ

Die vorliegende Untersuchung verortet sich in der interpretativen Politikforschung (Barbehön et al. 2019) sowie forschungspraktisch-methodisch in der Tradition der qualitativen Methoden der Bildinterpretation (Bohnsack 2003). Grundlegend wird davon ausgegangen, dass die Gegenstände politikwissenschaftlicher Forschung „nicht als Entitäten mit naturgegebenen Eigenschaften, sondern allein als bewegliche Produkte sinnhafter Konstitutionsprozesse vorliegen“ (Barbehön et al. 2019: 142). So können wir als „Politikwissenschaftler*innen diese bedeutungstragenden Phänomene in die Sprache des fachlichen Diskurses (übersetzen), der zugleich auf die soziale Welt zurückwirkt und somit ein komplexes Wechselverhältnis zwischen wissenschaftlicher Praxis und sozialer Wirklichkeit erzeugt“ (ebd.). In diesem Selbstverständnis wird eine Parallele zu Alfred Schütz‘ (1971) Unterscheidung zwischen der wissenschaftlichen Interpretation und dem Alltagsverständnis menschlichen Handelns deutlich: „Genau genommen gibt es nirgends so etwas wie reine und einfache Tatsachen. Alle Tatsachen sind immer schon aus einem universellen Zusammenhang durch unsere Bewußtseinsabläufe ausgewählte Tatsachen. Somit sind sie immer interpretierte Tatsachen: entweder sind sie in künstlicher Abstraktion aus ihrem Zusammenhang gelöst oder aber sie werden nur in ihrem partikulären Zusammenhang gesehen“ (ebd.: 4f.). Das heißt jedoch nicht, dass weder im alltäglichen noch im wissenschaftlichen Kontext die Wirklichkeit der Welt nicht begreifbar wäre. „Es folgt nur, daß wir jeweils bloß bestimmte ihrer Aspekte erfassen, sofern sie entweder für die Bewältigung des Alltags oder vom Standpunkt der akzeptierten Verfahrensregeln des Denkens, die wir Wissenschaftsmethodik nennen, relevant sind“ (ebd.).

Für die Sinndeutung von Bildern beziehungsweise die Verständigung *über* Bilder kommt im Vergleich zu verbal-textuellem Material (zum Beispiel Interviews oder Artikel) erschwerend hinzu, dass diese erst in das Medium des Textes übersetzt werden müssen (Bohnsack 2003). In der interpretativen Methodologie wird aber explizit auch die Möglichkeit der Verständigung *durch* das Bild mitgedacht. Unsere soziale Wirklichkeit wird demzufolge nicht nur in Bildern repräsentiert, sondern auch durch sie konstituiert. In seiner Theorie des Bildakts, die in der Politikwissenschaft breit rezipiert wird (Huhnholz und Hausteiner 2018; Diehl

2015), hat Horst Bredekamp (2010) Bildern eine inhärente Performanz zugesprochen.

DIE IKONOGRAPHISCH-IKONOLOGISCHE METHODE

Eine Methode, welche die Bildhaftigkeit (Ikonizität) des Bildes, das heißt die Kommunikation durch das Bild, anerkennt, ist das ikonographisch-ikonologische Verfahren, das maßgeblich auf den Kunsthistoriker Erwin Panofsky (1975) zurückgeht und in Auseinandersetzung mit Karl Mannheim Einzug in die sozialwissenschaftliche Forschung gehalten hat (Heinrich und Stahl 2017; Klumpp 2020; Müller 2011). Sie stellt eine Möglichkeit dar, alltägliche Verständigungsprozesse und damit verbundene vorreflexive Wissensbestände in der Interpretation von Bedeutungspotenzialen angemessen zu berücksichtigen beziehungsweise durch getrennte Analyseschritte zunächst explizit auszuklammern (Bohnsack 2003). Im Gegensatz zu Verfahren wie der Fotobefragung, bei der Bilder als Stimuli in einem Interview eingesetzt werden (Schwab und Carolus 2011), zählt die ikonographisch-ikonologische Analyse zu denjenigen Methoden der visuellen Kommunikationsforschung, welche Bilder als Quellen betrachtet. Im Kern besteht die Methode aus einem Dreischritt:

1. Bei der vorikonographischen Beschreibung geht es um die Motivwelt, das heißt die Aufzählung der dargestellten Bildobjekte. Deren Erfassung beruht allein auf Alltagserfahrungen. Kulturelles Wissen und mögliche Deutungen werden zunächst ausgeblendet.
2. Die ikonographische Analyse, die darauf zielt, die Objekte einzuordnen, ist von der Erkenntnis geleitet, dass bestimmte Kompositionen Codes für konventionale Repräsentationen bilden.
3. Die ikonologische Interpretation kontextualisiert die Bedeutungspotenziale. Das Kunstwerk oder in unserem Fall das Cover wird zu „einem Symptom von etwas anderem, das sich in seiner unabsehbaren Vielfalt anderer Symptome artikuliert, und wir interpretieren seine kompositionellen und ikonographischen Züge als spezifischere Zeugnisse für dieses ‚andere‘“ (Panofsky 1975: 41). Die über die Kunstgeschichte hinaus handlungspraktische Relevanz seiner Methode deutet Panofsky in der auf einer vorikonographischen Ebene identifizierbaren Geste des Hutziehens an. Nur wer mit den entsprechenden kulturellen Sinnstrukturen vertraut ist, kann zu dem Schluss kommen, dass es sich um einen Gruß handelt (Bohnsack 2003: 248; Panofsky 1975).

Mit dem Wissen um die Multimodalität (Kress 2010) der Titelseiten, das heißt der Kombination aus textueller und visueller Botschaft, gehen sowohl die Bilder als auch die dazugehörigen Überschriften in die Analyse mit ein. Es muss davon ausgegangen werden, dass Titelzeile und Bild für die Kontextualisierung entscheidend sind, wobei je nach Covergestaltung das Bild dem Text oder umgekehrt der Text dem Bild die Gesamtbotschaft verleihen kann (Tseronis 2021). Ob die schriftlich oder die bildlich übermittelte Information in der Rezeption überwiegt, kann mit der gewählten Herangehensweise nicht beantwortet werden und muss

experimentellen Rezeptionsstudien überlassen bleiben. Diese Frage ist für das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit jedoch nicht relevant, da Deutungsmöglichkeiten erfasst werden sollen und die Analyse auf der Ebene des Bildes (Rose 2016) verbleibt. Der Zeitungskopf, der rote Rahmen sowie die weitere Artikelvorschau weisen für die Titelgeschichte mit Ausnahme der Einordnung in einen journalistischen Produktionskontext keine inhaltliche Relevanz auf. Diese Elemente bleiben deshalb ebenfalls unberücksichtigt.

BILDANALYSE

Für die vorliegende Studie wurden alle Cover des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* im Zeitraum von 2016 bis 2020 gesichtet, auf denen Donald Trump zu sehen ist. Dabei spielte es keine Rolle, ob er allein oder mit weiteren Personen abgebildet ist. Es wird davon ausgegangen, dass die überwiegend deutschsprachige Leserschaft, an die sich das Magazin richtet, in Trump als (potentiellem) US-Präsidenten eine über die USA hinausgehende, für die Idee der liberalen Demokratie insgesamt bedrohliche Figur sieht (DPI 2021: 28). Dies dürfte insbesondere mit Blick auf die transatlantischen Beziehungen samt ihrer Handels- und Sicherheitsarchitektur gelten. Die zeitliche Eingrenzung der Untersuchung ergibt sich aus der Wahlkampfphase im Frühjahr 2016 und Trumps anschließender Amtszeit. Bei eingehender Betrachtung der in diesen fünf Jahren insgesamt 31 erschienenen Titelbilder, die Trump zeigen,⁵ wurden fünf für eine detaillierte Analyse ausgewählt, auf denen er selbst als Katastrophe oder in engem Zusammenhang mit einer solchen dargestellt wurde. Weitere Coverdarstellungen, die sich ebenfalls in die Kategorie ‚Bedrohung‘ einsortieren lassen, jedoch nicht die Inszenierung der (drohenden) Katastrophe aufweisen, wurden ausgeklammert.

VOR DER WAHL: DIE NUKLEARE KATASTROPHE

1. Vorikonographische Beschreibung: In der oberen Bildhälfte des in Abbildung 1 gezeigten Covers ist ein männliches Gesicht in einer frontalen Nahaufnahme von der Stirn bis zur Kinnpartie zu sehen. Die Person schaut mit starrem Blick geradeaus in Richtung des Betrachters, gleichzeitig aber etwas über ihn hinweg. Die Mundwinkel weisen leicht nach unten und die Stirn liegt in Falten. Zwischen Schläfen und Ohren ist kurzes Haar auszumachen. Der Kopf ist in weißblauem Licht ausgeleuchtet, das besonders auf Höhe der Nase
- 5 Die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel war im gleichen Zeitraum 23 Mal auf dem Titelbild zu sehen. Obschon dies lediglich ein quantitatives Maß darstellt und nichts über die Bildinhalte und die Kontextualisierungen aussagt, ist diese Beobachtung vor dem Hintergrund der Debatte um Medien- und Aufmerksamkeitslogik im Zusammenhang mit populistischen und ihnen oftmals konträr gegenübergestellten ‚etablierten‘ und als explizit demokratisch eingestuften Akteuren (Mazzoleni 2008; Reinemann 2017) zumindest bemerkenswert.

Abb. 1: *Der Spiegel* vom 17. September 2016, Nr. 38

und der Augenpartie stark reflektiert, sodass es gleißend weiß erscheint. Die Augenhöhlen sind etwas verdunkelt, wodurch ein Kontrast zum restlichen Gesicht entsteht. Aufgrund der Einstellungsgröße und der starken Ausleuchtung werden selbst kleinste Details des Gesichtsausdrucks sowie einzelne Hautporen, die struppigen Augenbrauen und die Augenringe des Mannes sichtbar. Unterhalb seines rechten Kieferknochens ist am Übergang zum Hals der Ansatz eines Hemdkragens zu erkennen.

Im Vordergrund erstreckt sich über die gesamte Bildbreite ein Foto des Erdballs, der ebenfalls vom Licht erhellt ist, im Verlauf nach unten jedoch immer dunkler wird und schließlich fließend in eine fast schwarze Fläche übergeht. Es sind sowohl grüne und hellbraune Landflächen als auch blauer Ozean, weiße Eisflächen sowie vereinzelt weiße Wolkenfelder darüber zu erkennen. Insgesamt ist etwas mehr als ein Drittel des Globus zu sehen, der das Kinn des Mannes in weiten Teilen überdeckt. Die Erde ist in der Komposition so angeordnet, dass ihre Krümmung annähernd parallel zu den Mundwinkeln des Gesichts im Hintergrund verläuft.

Kopf und Erdkugel füllen zusammen fast die komplette Bildfläche aus. Lediglich seitlich sowie unter- und oberhalb der Ohren ist in den Zwischenräumen ein nicht näher definierbarer Hintergrund sichtbar, welcher sich in die monochromatische blaue Ausleuchtung des Kopfes einfügt. Im untersten Fünftel

des Bildes, auf der Fläche der nach unten hin langsam verblassenden Erde sind Überschrift und Unterzeile des Covers platziert.

2. Ikonographische Analyse: Das Bild zeigt ein photographisches Porträt des republikanischen Präsidentschaftskandidaten Donald Trump für die Wahl im Jahr 2016, das per Fotomontage hinter dem Globus platziert wurde. Mit finsternem, leicht aggressivem Blick schaut er geradewegs in Richtung des Rezipienten. Die Darstellung spielt mit den Perspektiven. So entsteht bei einer fokussierten Betrachtung von Trumps Gesicht der Eindruck von Nähe. Wir sind wie in einer Nahkampfzene mit seinem herausfordernden Blick konfrontiert (Grant 1969: Plate 9b). Nimmt man hingegen die Erde in den Fokus, ergibt sich durch die gewählte Perspektive aus dem Weltall ein Gefühl von Distanz. Eine Referenz für diese Abbildung bilden die Aufnahmen der Apollo 17 Mission von 1972 (Apollo Image Atlas 2022), insbesondere jenes Bild, das unter dem Namen *Blue Marble* (Blaue Murmel) Bekanntheit erlangte und zum Symbol der Umweltbewegung Anfang der 1970er Jahre avancierte (Grober 2010: 23ff.).

Die Ausrichtung von Trumps Augen spricht jedoch für die Dominanz der erstgenannten Perspektive, die auf Trump fokussierte Nähe. Erkenntnisse aus *Eye-Tracking* Studien unterstützen die Annahme, dass der menschliche Blick nach einem ersten raschen Erfassen des Gesamtbildes tendenziell die Augenpartie einer Person sucht und dort in der Regel auch verhältnismäßig lange verharrt (Sülflow 2020: 40, 118ff.). In Abbildung 1 wird diese Fokussierung durch die unnatürliche Überbelichtung seines Gesichts gezielt unterstützt. Schließlich nimmt Trumps Kopf unabhängig vom Blickfokus in der Vertikalen mehr Platz in der Darstellung ein, was ihn übermächtig erscheinen lässt, so als sei er dabei, sich die Erde untertan zu machen. Der angesprochene Eindruck eines drohenden Nahkampfs lässt sich insofern als ein mögliches Duell um die Erde zwischen uns als Rezipienten und Trump präzisieren, als der Globus genau in der Achse zwischen uns und ihm liegt. So wird eine Situation angedeutet, die lediglich zwei mögliche Positionen zulässt. Zumindest ist der Bildausschnitt so gewählt, dass die Begrenzung links und rechts ein Ausweichen unmöglich macht.

Gleichermaßen verbal („Fünf Minuten vor Trump“) wie visuell wird im Cover auf die *Doomsday Clock* Bezug genommen. Seit 1947 bestimmen Atomwissenschaftler im *Bulletin of the Atomic Scientists* (2022a) jedes Jahr die gefühlte zeitliche Distanz bis ‚Mitternacht‘ (*minutes to midnight*), die symbolisch für den Zeitpunkt der Auslöschung der Menschheit durch den Einsatz von Atomwaffen steht.⁶ Je nach Einschätzung der aktuellen Gefahr richten die

- 6 Die noch fehlenden Minuten bis zur totalen Katastrophe (*minutes to midnight*) finden zahlreiche Referenzen in der US-Populärkultur, wie eine auf der Website des Bulletins zusammengestellte Playlist mit entsprechenden Liedtiteln bzw. -texten dokumentiert (Bulletin of the Atomic Scientists 2022b). Das in der Überschrift aufgegriffene deutsche Pendant „Fünf Minuten vor Zwölf“ meint im allgemeinen Sprachgebrauch ein kurz bevorstehendes negativ konnotiertes Ereignis.

Atomwissenschaftler die Uhrzeiger aus. Analog zum Ziffernblatt dieses Zeitmessers, welches eine Weltkarte zielt, sehen wir auf dem Cover einen Globus. Sowohl die überdimensionierte Darstellung Trumps als auch die mittige Positionierung seines Kopfes auf dem Index der Zwölf einer imaginierten *Doomsday Clock* legen eine planetarische Bedrohung durch den Präsidentschaftskandidaten nahe. Diese Bedrohung scheint nicht nur zeitlich unmittelbar bevorstehend, sondern auch räumlich und damit physisch greifbar, wenn man berücksichtigt, dass Trumps Kinn die Erde auf der Rückseite bereits (fast) berührt.

Der über die Uhr assoziierte *Doomsday*, der Tag des Jüngsten Gerichts, eröffnet über das Deutungsmuster einer physischen atomaren Bedrohung hinaus eine Coverinterpretation, die an religiöse Offenbarungserzählungen anknüpft. Neben Verweisen auf die klassische christliche Ikonographie des Jüngsten Gerichts, etwa aus der vielfach illustrierten Johannesapokalypse (Wurster und Loibl 2000: 39ff.), ist hier vor allem die sozial- und kulturwissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Apokalyptik entscheidend, insofern das Bild die religiöse Konnotation politisch kontextualisiert.⁷ Die in Abbildung 1 dargebotene surreale Bildkomposition und das blau schimmernde Licht enthüllt uns als Betrachtern des Titelbilds ähnlich den ‚Sehern‘ aus bekannten religiösen Visionen eine „zeitlich oder räumlich transzendente Realität“ (Kippenberg 1990: 9), die wir von außerirdischer Perspektive aus beobachten. Im Titelbild wird die göttliche Verfügungsgewalt über das Weltende auf den Präsidentschaftskandidaten übertragen. Trump erscheint so als mächtiger, übernatürlicher Richter.

Der Schein des blauen Effektstrahlers auf dem Gesicht des Präsidentschaftskandidaten weckt darüber hinaus Assoziationen zu Science-Fiction-Filmen, wie etwa *Battlefield Earth* (2000) oder *Star Wars: Episode I* (1999). Aus diesen Analogien ergibt sich die Interpretationsmöglichkeit, dass Trump im Bild als bedrohlicher Außerirdischer inszeniert wird, der sich den Planeten Erde zu eigen macht. Ebenso schlüssig ist die Deutung, dass Trump hier als riesiges menschliches Irrlicht erscheint. Das im journalistischen Kontext häufig im Zusammenhang mit Trumps erraticem Verhalten verwendete Wort ‚irrlichtern‘ (Bellinghausen 2018) bekommt auf dem Cover eine entsprechende visuelle Form.

3. Ikonologische Interpretation: Das Cover erschien knapp zwei Monate vor den Präsidentschaftswahlen und fällt somit in eine entscheidende Phase des Wahlkampfes. Denn zum Zeitpunkt der Veröffentlichung Mitte September 2016 besserten sich Trumps Umfragewerte und er übernahm in den *Swing States* Florida und Ohio, jenen Bundesstaaten, in denen Republikaner und Demokraten gleichhohe Chancen auf den Wahlsieg haben und die zugleich wegen ihres proportionalen Gewichts auf nationaler Ebene wahlentscheidend sind, knapp die Führung. Die plötzliche Wendung wird vor allem auf die in der Unterzeile

7 Zur Verwendung der Apokalypse im Zusammenhang gesellschaftlicher Krisenrhetorik siehe Nagel et al. (2008) sowie Horn (2014).

erwähnte Schwäche seiner Kontrahentin Hillary Clinton zurückgeführt. Damit sind mehrere ihr zugeschriebene Unzulänglichkeiten gemeint, die sich sowohl auf körperliche als auch charakterliche Aspekte beziehen. Bei einer Veranstaltung zur Einwerbung von Spendengeldern am 9. September äußerte Clinton, dass man die Hälfte der Trump Unterstützer grob verallgemeinernd in einen *basket of deplorables* (Korb von Bedauernswerten) stecken könne, was ihr von vielen Seiten Kritik einbrachte und die von beiden Präsidentschaftskandidaten geführten Negativkampagnen befeuerte. Trump sprach bei einem Wahlkampfauftritt davon, dass man die Nation nicht führen könne, wenn man die Bürger derart geringschätze. Sein Team produzierte zudem einen TV-Spot, an dessen Ende Clinton selbst als bedauernswert bezeichnet wird. Trump-Anhänger druckten indes T-Shirts mit der ironischen Aufschrift *I'm a Deplo-rable*. Bald darauf nahm Clinton ihre Aussage in Teilen zurück (Lano 2019: 463). Darüber hinaus belastete die Kandidatin der Demokraten immer noch die Kontroverse um einen E-Mail-Server, über den sie in ihrer Funktion als Außenministerin zum Teil als streng geheim eingestufte Mails mit einer Privatadresse versendet haben soll (Dewberry 2017). Erschwerend hinzu kamen in dieser Phase schließlich Clintons gesundheitliche Probleme und ihr Umgang damit. Ausgerechnet am 11. September, dem Jahrestag der Terroranschläge auf das World Trade Center, erlitt sie im Zuge einer Lungenentzündung einen Schwächeanfall, den sie zunächst nicht publik machte und sich ins Private zurückzog. Ihre Unerreichbarkeit ließ Raum für Spekulationen und schadete ihrem Ansehen weiter. Nach anfänglicher Zurückhaltung in dieser Angelegenheit zweifelte Trump dann abermals öffentlich an ihrer Eignung für das Präsidentenamt, diesmal aufgrund ihrer physischen Schwäche. Unter Berücksichtigung dieses Kontexts lässt sich die im Cover dargestellte Übermacht Trumps auch auf Attribute wie körperliche Stärke, Dominanz und ein daran geknüpftes Ideal von Männlichkeit beziehen. Die visuelle Inszenierung kann so als Ausdruck der Hoffnung von Trump-Anhängern auf eine „Rückkehr zur ‚guten alten Zeit‘ weißer, männlicher Überlegenheit“ (Koch et al. 2020: 6) gelesen werden.

Im Gegensatz zum Cover vom 17. Juni (Nr. 25/2016) mit dem Titel „DIE MISSION – Hillary Clinton muss die Welt vor Donald Trump bewahren“, auf dem die demokratische Kandidatin bildfüllend im Vordergrund zu sehen ist und Trump aus dem Hintergrund herausfordernd nach vorne schaut, ist sie hier nicht sichtbar und scheint damit im Kampf um die Präsidentschaft keine Rolle mehr zu spielen. Im Sinne Eva Horns (2014) kann in diesem Cover wenige Wochen vor der Präsidentschaftswahl somit eine nahe Zukunftsfiktion gesehen werden, die Aussagekraft für das kollektiv Imaginäre der Gegenwart besitzt. „Gerade in der Schrillheit ihrer Bilder und der Exzeptionalität ihrer Plots und Figuren sind sie [Zukunftsfiktionen; LK] nicht nur prägnanter als soziologische Durchschnittswerte oder die überraschungsfreien Zukunftsentwürfe von Politikern und Futurologen. Sie drücken nicht nur etwas aus, sondern greifen unmittelbar strukturierend in das Imaginäre einer Kultur ein. (...) Zukunftsfiktionen *machen* nicht nur die Zukunft, sondern vor allem auch die

Gegenwart in der wir leben“ (ebd.: 23f., Hervorhebung im Original). Insofern liefert das Bild ein prägnantes Beispiel für die Performativität visueller Medien. Es löst die Imagination einer künftigen Katastrophe aus, die zum Zeitpunkt der Betrachtung in der Vorstellung bereits eingetreten sein könnte. Diese Art von Projektionen entsprechen zugleich Interventionen, die sowohl diskursive Konstruktionen als auch Verhaltensimplikationen mit sich bringen können (Tenenboim-Weinblatt 2018: 113).⁸ Das gilt hier selbstverständlich nur eingeschränkt, da *Der Spiegel* als deutschsprachiges Medium nur vereinzelt amerikanische Wähler anspricht.⁹

NACH DER WAHL: DER KOMET

1. Vorikonographische Beschreibung: In gleichem Abstand zum linken und rechten Bildrand, etwas unterhalb der Bildmitte beginnend und bis weit in die obere Bildhälfte hineinreichend, ist in Abbildung 2 ein halsloser Kopf im Seitenprofil zu sehen, dessen Gesicht in Richtung der linken unteren Bildecke weist. Der Mund ist weit aufgerissen, sodass weiße Zähne zum Vorschein kommen. Das restliche Gesicht ist einfarbig in einem deckenden Orange dargestellt, sodass weder Augen noch weitere Gesichtszüge erkennbar sind. An Stirn, Schläfe, Ohr und Nacken setzt gelbes Haar an. Die Übergänge zwischen Gesicht und Kurzhaarfrisur weisen zum Teil noch Sprenkel in der Gesichtsfarbe auf, wohingegen der Rest des Haars einfarbig in Gelb leuchtet. Am Hinterkopf und an der Unterseite des Kiefers verläuft die Frisur flammenartig in Richtung der rechten oberen Bildecke in den schwarzen Hintergrund hinein. Im unteren Drittel des Bildes ist auf der linken Seite ein kleiner Globus sichtbar.

Die Gesamtkomposition in den Blick nehmend lässt sich eine Szene im Weltall ausmachen. Der brennende Kopf kann als vermenschlichter Komet betrachtet werden. Die diagonale Linie zwischen Kopf und Globus, in die sich auch die Flammen einfügen, deutet die Flugrichtung des Kometen von rechts oben in Richtung des Globus links unten an. Der Mund ist so weit aufgeris-

- 8 Diesen Aspekt greift auch Paula Diehl (2019) in ihren Überlegungen zu einem politischen Kulturbegriff auf, der über einen rein institutionellen Blick auf Politik sowie die Messung von Einstellungen und Präferenzen hinausgeht. Diehl fokussiert auf symbolische und ästhetische Praktiken, die das politisch Imaginäre mitbestimmen. Unter letzterem versteht sie sowohl das „kollektive Repertoire von Vorstellungen, Bildern, Symbolen, Emotionen, Diskursen, Narrativen, Mythen etc.“ als auch die „Vorstellungskraft (...), die dieses kollektive Repertoire erzeugt. Es ermöglicht die Herstellung derjenigen Wahrnehmungs- und Vorstellungsmuster, mithilfe derer Gesellschaft und Politik gedeutet werden und woran sich politisches Handeln orientiert und bestimmt“ (ebd.: 50).
- 9 Ein Beispiel aus der US-amerikanischen Presse ist eine im April 2016 vom *Boston Globe* veröffentlichte satirische Titelseite, die, ein Jahr vorausblickend, über das Tagesgeschehen des 9. April 2017 unter der Präsidentschaft Trumps berichtet (Blake 2019; Tenenboim-Weinblatt 2018: 113).

Abb. 2: *Der Spiegel* vom 12. November 2016, Nr. 46

sen, dass der von ihm fokussierte – und aus dieser Perspektive verhältnismäßig kleine – Erdball beinahe darin Platz fände. Ganz unten stehen die Titelzeile und der Untertitel geschrieben.

2. Ikonographische Analyse: Hinsichtlich der Bildobjekte bestehen deutliche Parallelen zum vorangegangenen Titelbild. Jedoch unterscheiden sich beide Cover sowohl stilistisch als auch in der Anordnung der Objekte. Während die Betrachter in Abbildung 1 mit einer Fotomontage konfrontiert sind, wurde hier seitens der Bildredaktion eine Karikatur gewählt. Die Karikierung wird weniger durch die überspitzte Darstellung markanter Gesichtszüge (Wessolowski 2011b) als durch die farbliche Überzeichnung augenfällig. Aufgrund der Silhouette mit der charakteristischen Mundpartie und des auffälligen Erscheinungsbilds mit seiner häufig als orange beschriebenen Hautfarbe (Miller 2020) und seiner ikonischen Frisur ist der Kopf als Bildnis Trumps zu identifizieren. Er rast als personifizierter Komet mit wütendem Gesichtsausdruck auf den Globus zu. Dieser ist so ausgerichtet, dass mittig Nord- und Mittelamerika sichtbar sind. Neben der drohenden Kollision zweier Himmelskörper erscheint aufgrund des aufgerissenen Mauls mit den Reißzähnen auch das Bild eines Raubtiers auf der Jagd plausibel. Die Erde lässt sich dann als anvisierte Beute interpretieren.

Bemerkenswert ist abermals das Spiel mit Nähe und Distanz. Als Beobachter der Szene scheinen wir uns im All zu bewegen, sind verhältnismäßig nah an Trump dran, während die Erde weit entfernt fast winzig erscheint. Durch die Perspektive werden analog zu Abbildung 1 Proportionen vermittelt, die den Präsidentschaftskandidaten im Verhältnis zum Erdball gigantisch groß und damit übermächtig wirken lassen. Unterstrichen wird dieser Effekt der Dominanz durch die annähernd vertikale Anordnung der beiden Bildobjekte (Schwartz 1981).

Bevorstehende und tatsächlich stattfindende Kometeneinschläge sind in der Populärkultur als planetarische Untergangsdrohung weit verbreitet, beispielsweise in den Filmen *Deep Impact* (1998) oder *Armageddon* (1998).¹⁰ Sowohl solche filmischen Szenen als auch herkömmliche astronomische Kometendarstellungen bieten in der Regel die umgekehrte Perspektive: einen verhältnismäßig kleinen Kometen, der sich aus dem All auf die große Erdoberfläche zubewegt. Die Verhältnisse aus den gewohnten Bildern sind hier also bewusst ins Gegenteil verkehrt, sodass die Erde wie ein Spielball oder eben wie Beute wirkt, die Trump zum Opfer fällt.

3. Ikonologische Interpretation: Die Titelzeile „Das Ende der Welt (wie wir sie kennen)“ ist eine Referenz auf das Lied *It's the End of the World as We Know It (And I Feel Fine)* von R.E.M. (1987), das verschiedene, nicht zusammenhängende apokalyptische Szenarien thematisiert. Bemerkenswert ist im Zusammenhang mit dem Wahlkampf eine Kontroverse um den Song. Der Präsidentschaftskandidat selbst hatte das Lied bei einem seiner Auftritte ohne Genehmigung der Band abgespielt, die ihm anschließend die weitere Nutzung zu Wahlkampfszwecken untersagte (Wurm 2017). Rund zwei Monate nach der Veröffentlichung des Covers, am Tag der Inauguration, wurde das Lied in die öffentlich zugängliche Playlist *1,000 Days, 1,000 Songs* des Schriftstellers Dave Eggers aufgenommen, welche die Amtszeit Trumps mit Protestliedern begleitete (Hughes 2017). Wengleich im Lied nicht explizit das Katastrophenszenario eines Kometeneinschlags angesprochen wird, passt es insofern ins Bild, als es verallgemeinernd auf Endzeitszenarien Bezug nimmt. Zudem ist die Kontroverse um die Instrumentalisierung des Liedes relevant, weil aus der Sicht Trumps und seiner Anhänger ja ähnlich wie der unterstellten Zielgruppe des Titelbildes ebenfalls eine neue Ära beginnt – nur eben eine positiv konnotierte.

Im Sinne des visuellen *Framing*, das bestimmte bildlich vermittelte Informationen und damit Lesarten hervorhebt und andere aus dem Blickfeld rückt,¹¹ wird in dieser Inszenierung eine unmittelbar vom gewählten Präsidenten ausgehende planetarische Bedrohung suggeriert. Diese lässt sich auf drei Aspekte beziehen. Die ersten beiden sind auf der direkten bildlichen Objektebene zu verorten, während die dritte Lesart metaphorischer Natur ist. So ist erstens Trumps künftige Verfügungsgewalt über den Einsatz von Atomwaffen zu

10 Zur Verwendung apokalyptischer Filmmotive vgl. Pezzoli-Olgiati (2013) sowie Horn (2014).

11 Zum visuellen Framing siehe auch den Beitrag von Horst-Alfred Heinrich in diesem Band.

nennen. Wenngleich diese Gefahr der Zerstörung des Planeten aufgrund von Trumps Unberechenbarkeit durchaus bestand, dürfte sie zu diesem Zeitpunkt doch eher als latente denn als manifeste Bedrohung gegolten haben.¹² Bis zur Amtsübergabe am 20. Januar 2017 hatte ohnehin noch Barack Obama die Befehlsmacht über den sogenannten Atomkoffer. Der zweite Aspekt betrifft Trumps schon damals bekannte Negierung des Klimawandels sowie seine Aversion gegen entsprechende internationale Klimaschutzabkommen. Aus seiner Ankündigung hinsichtlich einer möglichen Auflösung des Weltklimavertrags ergibt sich mittelbar eine mögliche Gefahr für den Planeten Erde. Schließlich lässt sich der dargestellte Angriff auf die ‚Welt‘ unter Berücksichtigung des Entstehungskontextes der US-Wahl drittens als Metapher für eine Bedrohung sozialer und politischer Ordnungsvorstellungen verstehen. Dieser Interpretation folgend geht es um die Zerstörung eines Gesellschaftsmodells, das von Offenheit, Pluralismus und Rechtsstaatlichkeit geprägt ist. Die Darstellung kann somit nicht zuletzt als Sinnbild für einen Angriff auf, um die Unterzeile einzubeziehen, ‚unsere‘ westlichen liberaldemokratischen Grundsätze gelten. Letztere schließen auch die Akzeptanz und Toleranz des politischen Gegners mit ein. Trumps Diffamierungen seiner Kontrahentin Hillary Clinton und die Drohung, sie einsperren zu lassen, sobald er an der Macht sei, deuten beispielhaft auf die Missachtung dieser Grundsätze hin.¹³ Wie genau das Ende der im Titel genannten bekannten ‚Welt‘ aussehen würde, lässt sich aus dem Gezeigten zwar nicht unmittelbar ableiten. Aus institutioneller Perspektive lassen sich aber indirekte Anspielungen auf Trumps Macht und die Frage nach Einhegung der von vielen (auch Republikanern) befürchteten Brüche mit demokratischen Prinzipien des künftigen Präsidenten anführen. Dessen Handlungsspielräume waren aufgrund der republikanischen Mehrheit sowohl im Repräsentantenhaus als auch im Senat groß. Hinzukam eine anstehende Neubesetzung eines Richterpostens im Supreme Court, der zu einer konservativen Mehrheit führen würde und in Bezug auf die Liberale befürchteten, dass Trump sich diese für Ermächtigungen zu Nutze machen würde. Auf der politisch-inhaltlichen Ebene ist unter anderem Trumps Geringschätzung der NATO zu nennen sowie seine vagen Ankündigungen, Freihandelsverträge und festgeschriebene Verpflichtungen zum Klimaschutz auflösen beziehungsweise im Falle von TTIP gar nicht erst ratifizieren zu wollen. Das Bild der gefletschten Zähne verweist schließlich auf einen sich verändernden Kommunikationsstil in der amerikanischen Politik und Gesellschaft, der von hoher Aggressivität gekennzeichnet ist.

- 12 Die Frage nach einem womöglich durch Trump mitverursachten Atomkrieg im Zuge der Auseinandersetzung mit Nordkoreas Machthaber Kim Jong Un wird im Spiegel-Cover Nr. 17/2017 verarbeitet. Zahlreiche weitere Beispiele hierzu finden sich in englischsprachigen Nachrichtenmagazinen, so zum Beispiel in *The Economist* vom 5. August 2017 und in *TIME* vom 12. Februar 2018.
- 13 Der Ausruf *Lock her up* wurde zu einem beliebten Sprechchor bei Trumps Auftritten (Voelz 2020: 202).

Greift man die dem Katastrophenbegriff inhärente und prinzipiell neutrale Wendung auf, bietet sich neben der ausgeführten negativen Konnotation eine aus Sicht von Trumps Anhängern auch positive. So inszeniert er sich vor allem als Repräsentant der durch den globalisierten Kapitalismus wirtschaftlich Abgehängten. Für seine Unterstützer beginnt mit Trumps Einzug ins Weiße Haus mutmaßlich ein neues, von Hoffnung geprägtes Zeitalter, in dem das wirtschaftliche und politische Establishment aufgelöst werde und der Multikulturalismus und die als übersteigert wahrgenommene Berücksichtigung von Minderheiten zu einem Ende komme. Diese den Anhängern Zuversicht spendende Interpretation der ‚Katastrophe Trump‘ wird im hier präsentierten visuellen *Frame* zwar ausgeblendet, spielt für die Kontextualisierung jedoch eine entscheidende Rolle.

Mit Blick auf den zeitlichen Katastrophenverlauf entsteht in dieser Visualisierung der Eindruck, dass Trump ein drohendes Desaster darstellt. Der Moment der Katastrophe naht, ist mit seiner Wahl jedoch noch nicht gekommen. De facto war er zu diesem Zeitpunkt erst *President-elect*, die Inauguration stand noch aus. Das Ende der Welt „wie wir sie kennen“, so ließe sich aus dem Bild deuten, ist zwar nahe, aktuell aber noch nicht gekommen. Dieser zeitliche Aspekt der katastrophalen Wendung spielt auch im nächsten zu analysierenden Cover eine Rolle.

EIN JAHR IM AMT: DER TSUNAMI

1. Vorikonographische Beschreibung: Auf der linken Seite des Bildes ist in der nahezu kompletten Bildvertikalen bis deutlich über die Bildmitte hinaus ein als Welle stilisierter Kopf im Seitenprofil zu sehen. Die sturzbrechende Welle zeichnet sich durch eine kontinuierliche Pinselbewegung aus. Zwei schwarze Linien, die von der unteren linken Bildecke geschwungen in Richtung links oben weisen, bilden die angespannten Halsmuskelstränge der personifizierten Flutwelle. Auf Höhe des schemenhaft angedeuteten Ohrs setzt dann, als gedachte Fortsetzung der Linien, eine gelbe Haarsträhne an, welche den Bogen in Richtung der rechten oberen Bildecke und in das restliche Haar übergehend vollendet. Von den Haarspitzen senkrecht nach untenweisend sind kleine gelbe Farbklecke erkennbar, die sich, die Gesamtkomposition betrachtend, als Gischt identifizieren lassen. Abgesehen vom Wellenkamm, der zugleich das Haar der männlich wirkenden Person repräsentiert und in gleichmäßigem Gelb gehalten ist, sowie einigen schwarzen Linien, die der Konturierung dienen, füllt ein deckendes Orange die Welle beziehungsweise das Gesicht aus. Die Zähne des Mannes liegen bei weit aufgerissenem Mund offen. Der dadurch entstehende Eindruck eines Schreies wird durch winzige orangefarbene fliegende Speichelpartikel verstärkt. Augen sind keine zu erkennen. Auf der rechten Bildseite sind im unteren Fünftel insgesamt vier weiße Bauwerke zu sehen. Während sich eins davon, ein breites zweigeschossiges Haus

Abb. 3: *Der Spiegel* vom 4. November 2017, Nr. 45

mit vier hervorstehenden Säulen und einem Giebel in der Mitte, leicht nach links gekippt von kleinen Wogen teils verdeckt im Wellental befindet, bewegen sich die anderen drei in ungleichmäßigem Abstand deutlich in Richtung Mitte des Wellenbergs. Die Bauten ähneln einem Obelisken, einem mit vielen Fenstern versehenen runden Gebäude mit einer Kuppel sowie einem Tempel mit sieben Säulen und einem Giebel darüber. Die beiden letztgenannten stehen angesichts des Sogs der Welle schon zur Hälfte im Wasser.

Auf der rechten Bildseite sind im unteren Fünftel insgesamt vier weiße Bauwerke zu sehen. Während sich eins davon, ein breites zweigeschossiges Haus mit vier hervorstehenden Säulen und einem Giebel in der Mitte, leicht nach links gekippt von kleinen Wogen teils verdeckt im Wellental befindet, bewegen sich die anderen drei in ungleichmäßigem Abstand deutlich in Richtung Mitte des Wellenbergs. Die Bauten ähneln einem Obelisken, einem mit vielen Fenstern versehenen runden Gebäude mit einer Kuppel sowie einem Tempel mit sieben Säulen und einem Giebel darüber. Die beiden letztgenannten stehen angesichts des Sogs der Welle schon zur Hälfte im Wasser.

2. Ikonographische Analyse: Der Karikaturstil, die Farbgebung sowie Trumps Gesichtszüge erinnern an das Cover vom November 2016 in Abbildung 2.¹⁴ Anders als im Titelbild, das *Der Spiegel* direkt nach der Wahl 2016 herausbrachte, wird der US-Präsident hier, ein Jahr später, als gigantische personifizierte Welle inszeniert, die im Begriff ist, das politische Zentrum der Vereinigten Staaten zu verschlingen. Dieser Bezug auf Washington wird durch die in Schwarz-weiß dargestellten Gebäude der zentralen demokratischen Institutionen hergestellt, dem *Supreme Court*,¹⁵ dem Kapitol, dem Washington Monument und dem Weißen Haus (von links nach rechts). Während letzteres erst leicht ins Wanken geraten ist, bewegen sich die anderen drei Bauten durch den Sog der Wassermasse, bereits gänzlich dem Boden entrissen, auf die Mitte des Wellenbergs zu.

Die Darstellung weist sowohl vom Motiv als auch von der Linienführung Parallelen zum Farbholzschnitt *Die große Welle vor Kanagawa* des Künstlers Katsushika Hokusai (1830) auf, ein auch im Westen viel rezipiertes japanisches Kunstwerk.¹⁶ Sofern eine Anlehnung vom Titelbildillustrator gewollt ist, wurden die Fischerboote aus dem Original durch die politischen Bauwerke Washingtons ersetzt und von der Vorlage abweichend angeordnet. Bemerkenswert sind in beiden Fällen die Größenverhältnisse. Im Fall von Hokusais Werk, das in der Breite um rund 30% gestaucht wurde, wie die etwas zu spitze Form des im Hintergrund sichtbaren Mount Fuji vermuten lässt, ist die Wellenhöhe überdimensioniert für gewöhnliche Stürme in der Bucht von Tokio. Nimmt man die Fischerboote mit ihrer damals üblichen Länge von 12–15 Metern als Maßstab, dürfte die Welle im Holzschnitt ungefähr zehn bis zwölf Meter und damit rund fünf Meter zu hoch angesetzt sein (Cartwright und Nakamura 2009: 123, 131). Was die Coverdarstellung betrifft, wird angesichts der tatsächlichen Höhe des Kapitols und des Washington Monuments von 88 beziehungsweise 169 Metern deutlich, dass die Unverhältnismäßigkeit zum Zwecke der Karikierung noch weitaus drastischer ausfällt. Zudem ist bei Hokusai eine sogenannte Monsterwelle zu sehen, wohingegen wir in Abbildung 3 mit einem Tsunami (japanisch für Hafenwelle), also einer das Festland treffenden Welle konfrontiert sind.

- 14 Die Ähnlichkeiten rühren daher, dass es sich um denselben Illustrator, Edel Rodriguez, handelt. Er wird an dieser Stelle explizit erwähnt, da er über die ganze Amtszeit hinweg Trump-Karikaturen erstellt hat und sein Stil inzwischen als ikonisch gelten kann. Einige seiner Werke sind auf Titelseiten international bekannter Magazine zu sehen. In einem Interview erklärt Rodriguez, weshalb er in seinen Bildern bewusst auf die Darstellung von Trumps Augen verzichtet: „When you put eyes on a person, whoever that person is—even if it’s the worst person ever—you look at the eyes and have more of a connection and sympathy for that character. So I took away the eyes completely because I didn’t want that. I wanted him to be a symbol [rather] than a person, and to me the symbol was a lot of danger for this country. That’s why [the character] is just this mouth screaming at you” (Rodriguez 2020, eckige Klammern im Original).
- 15 Das Portal des Gerichts verfügt über acht Säulen, in der Darstellung sind hingegen nur sieben zu erkennen, was möglicherweise der Zerstörung durch die Welle geschuldet ist.
- 16 Ich danke Barbara Lutz-Sterzenbach für den Hinweis auf diese Bildreferenz.

Das Motiv der Stadtverwüstung durch einen Tsunami nimmt überdies Anleihen aus der Populärkultur. So ist beispielsweise im oben bereits angesprochenen Katastrophenfilm *Deep Impact* (1998) eine gigantische Flutwelle zu sehen. In einer Szene rauscht sie auf New York zu und zerstört zunächst die Freiheitsstatue und anschließend die ganze Stadt. Auf der ikonographischen Ebene ist der Vergleich zu diesem Film in doppelter Hinsicht relevant. Zum einen dringt die Welle westwärts bis tief in die Appalachen ein und verwüstet auf diesem Weg auch Washington. Die Schlusszene zeigt den US-Präsidenten während einer Rede vor der im Wiederaufbau befindlichen Ruine des Kapitols. Zum anderen bildet die im Film inszenierte Abfolge von Kometeneinschlag und Tsunami eine Analogie zur möglichen narrativen Fortsetzung des Covers vom 12. November 2016. Folgt man dieser Vorstellung, hat sich das direkt nach der Wahl befürchtete Szenario eines Einschlags des Kometen Trump (siehe Abbildung 2) inzwischen tatsächlich ereignet und der Präsident hat die Transformation zu einer überdimensionierten Flutwelle vollzogen.

3. Ikonologische Interpretation: Zwei Aspekte sind für die politische Kontextualisierung der Visualisierung relevant. Der erste Aspekt betrifft die Haltung des Präsidenten und zielt auf dessen Verachtung der gesamten Stadt Washington. In ihr leben zum einen überwiegend der demokratischen Partei zugeneigte Wähler. Zum anderen steht sie, nicht nur für Trump, sondern auch in weiten Teilen der Bevölkerung, symbolisch für das abgehobene Establishment, dessen Bekämpfung eines seiner zentralen Wahlversprechen war.

Während der erste Aspekt auf die Ebene der politischen Akteure abzielt, geht der zweite insofern darüber hinaus, als er sich auf die gefährdete strukturelle Verfasstheit der Demokratie bezieht. Erstmals in der Chronologie der hier untersuchten Cover ist – symbolisiert durch die politische Architektur Washingtons – eine konkrete visuelle Referenz zu den demokratischen Institutionen zu erkennen. Somit gerät in dieser Darstellung nicht allein die im populistischen Denkmuster als korrupte Elite wahrgenommene politische Klasse in Trumps Visier, sondern die institutionelle Ordnung als Ganzes. Im Kern geht es dabei um die Frage, ob beziehungsweise inwiefern eine Person allein die Verfasstheit der US-amerikanischen Demokratie zerstören kann oder, anders ausgedrückt, wie *resilient* (Merkel und Lührmann 2021) die Demokratie gegenüber illiberalen und autoritären Bestrebungen ist. Als zentrales Element einer liberalen Demokratie gilt über freie und faire Wahlen in einem Mehrparteiensystem, der Garantie von Meinungs- und Versammlungsfreiheit sowie des allgemeinen Wahlrechts hinaus die institutionalisierte horizontal geteilte Verantwortlichkeit zwischen den institutionellen Gewalten (ebd.: 870), was im US-amerikanischen System mit dem Begriff *checks and balances* umschrieben wird. Das Titelbild thematisiert die Frage, welchen Einfluss die an der Spitze der Exekutive stehende Person Trump auf andere Machttäger im Institutionengefüge auszuüben vermag und inwiefern durch ihn ein destruktives Strickmuster an Entscheidungen in Gang gesetzt wird, das die Demokratie in letzter Konsequenz abschaffen könnte.

Ein prägnantes Beispiel aus dieser Zeit, das die beschädigte gegenseitige Kontrolle der Gewalten beschreibt, ist der Fall des damaligen FBI-Direktors James Comey. Er ermittelte zu den Vorwürfen, Trump und sein Wahlkampfteam hätten geheime Gespräche mit russischen Behörden geführt, um seiner Gegenkandidatin Clinton zu schaden. Im Mai 2017 wurde Comey vom Präsidenten entlassen. Daraufhin wurde sein Vorgänger, Robert Mueller vom Justizministerium mit Sonderermittlungen zur Beeinflussung des Wahlkampfes beauftragt.¹⁷

In Bezug auf die in der Medienberichterstattung typische Chronologie einer Naturkatastrophe wie beispielsweise eines Erdbebens oder einer Flut sei abschließend auf die Semantik der hier gewählten Überschrift „Washington, ein Jahr danach“ hingewiesen. So wäre am ersten Jahrestag einer Katastrophe ein Bild der Verwüstung oder des Wiederaufbaus zu erwarten. Hier wird visuell jedoch im Sinne der erwähnten narrativen Fortsetzung ein Bild der fortwährenden Katastrophe gezeichnet: Die Katastrophe bildet den Dauerzustand. Somit greift das Titelbild die permanente Erregung auf, die seit der Wahl Trumps in Washington herrscht, verbunden mit der Angst vor einer Wende zur Autokratie (Frum 2017). Noch, so lässt sich festhalten, sind die Kontrollmechanismen der *checks and balances* intakt. Der Kipp-Punkt, an dem die Wendung vollzogen sein könnte, das heißt der Wellenbruch, steht kurz bevor.

TRANSATLANTISCHE BEZIEHUNGEN: DER FEUERSTURM

1. Vorikonographische Beschreibung: In Abbildung 4 sind bildmässig im Vordergrund eine Frau und ein Mann zu erkennen, jeweils vom Kopf bis etwas unterhalb der Hüfte. Vom Betrachter aus gesehen auf der linken Seite steht die Frau, die mit ihrer linken Schulter und Hüfte den Rücken des Mannes berührt. Ihre Hände sind vor dem Kinn und der Wange geballt, ihre Oberarme am Rumpf angelegt, sodass die Ellbogen nach unten zeigen. Ihr Kopf und ihr Blick weisen nach links, sodass wir ihr Gesicht im Seitenprofil sehen. Ihre Augen sind weit aufgerissen und die Mundwinkel weisen bei leicht geöffnetem Mund nach unten. Mimik, Gestik und die geduckte Körperhaltung lassen auf eine ängstliche und hilfeschende Person schließen. Die Frau trägt mittellanges braunes Haar, das sie sich auf der linken Seite hinter die Ohren gestreift hat. Ein Seitenscheitel lässt es auf der rechten Seite in die Stirn fallen. Die Frau ist mit einem dunkelblauen Blazer bekleidet, was ihr in ein seriöses Auftreten verleiht.

Auf der rechten Seite im Rücken der Frau ist ein Mann mittleren Alters zu sehen, aufrechtstehend im Profil nach rechts zum Bildbetrachter gewandt und diesen direkt anblickend. Mit seinem rechten Auge zwinkert der Mann den Rezipienten zu. Er trägt ein dunkles Sakko mit weißem Hemd darunter, was

17 Zur Bebilderung der an Trump gerichteten Korruptionsvorwürfe auf Covern US-amerikanischer Nachrichtenmagazine vgl. Paul and Perreault (2020: 66ff.).

Abb. 4: *Der Spiegel* vom 21. April 2018, Nr. 17

auch ihm ein formelles Äußeres verleiht. Mit seiner rechten Hand hält der Mann das untere Ende eines Feuerlöschers, seine linke Hand liegt oben auf dem Gerät auf. Auf dem Feuerlöscher haftet ein blauer Aufkleber, auf dem zwölf kreisförmig angeordnete gelbe Sterne sowie eine Inschrift innerhalb des Kreises sichtbar sind. Sowohl links neben der Frau als auch rechts neben dem Mann sind gelblich orange Flammen erkennbar. In den gleichen Farbtönen erscheint im Zwischenraum hinter den beschriebenen Figuren ein männliches konturenloses Gesicht mit wütender Miene. Als Betrachter schauen wir die Gestalt frontal an. Ihr Kopf ist leicht zu ihrer rechten Seite sowie nach vorn geneigt. Aus dem orangen Gesicht stechen kontrastreich weiße gefletschte Zähne hervor. Der Mund steht weit offen, sodass seine Zunge sichtbar ist. Der Mann kneift die Augenbrauen zusammen, seine Stirn ist angespannt. Die Augen sind halb geöffnet, sein Blick fokussiert die beiden Personen im Vordergrund.

2. Ikonographische Analyse: In Abbildung 4 sehen wir Trump als personifizierten und der Mimik nach im Wortsinn wütenden Feuersturm, der die im Vordergrund stehende Bundeskanzlerin Angela Merkel und den französischen Präsidenten Emmanuel Macron ins Visier nimmt. Er hat die beiden jedoch noch nicht erfasst. Die Dominanz der orange-gelben Flammen verleiht der Szene einen höllartigen Charakter. Dieser infernale Eindruck wird durch

den teuflischen Gesichtsausdruck des US-Präsidenten verstärkt. Auch diese Darstellung weckt Assoziationen zu Spezialeffekten aus Action- und Katastrophenfilmen.

Merkel und Macron stehen als Regierungs- und Staatsoberhäupter stellvertretend für ihre Nationen Deutschland und Frankreich beziehungsweise den in der Überschrift erwähnten ‚Westen‘. Trump, in seiner Funktion als Präsident der USA ebenfalls ein Vertreter der westlichen Welt, ist deutlich als Gegenspieler zu erkennen, vor dem andere ‚gerettet‘ werden sollen, wie der Titel vermittelt. Macrons Feuerlöscher, sein selbstbewusster Stand und sein schelmisches Augenzwinkern in Richtung des Betrachters lassen vermuten, dass er einen Plan hat, wie dem mit Furor heranrauschenden Feuer in der Gestalt Trumps beizukommen ist. Der Aufkleber mit der Europaflagge und der Aufschrift „*J'aime l'Europe*“ zeugt zudem davon, dass er sich selbst in einer verantwortungsvollen Position für die Europäische Union (EU) sieht, während Merkel sich angesichts der Bedrohung ängstlich abwendet. Er steht als Macher da, der Herausforderungen anpackt, sie hingegen wirkt schwach und überfordert. Traditionell gelten beide Staaten als wegweisendes Duo in der europäischen Integration, was mit den Schlagworten *deutsch-französisches Tandem* oder *deutsch-französischer Motor* bezeichnet wird. Die häufig beschworene, aber nicht immer erreichte Einheit der EU in außenpolitischen Fragen wird hier durch einen fehlenden Schulterchluss zwischen Merkel und Macron visualisiert. Einander abgewandt scheint eine Lücke zwischen den beiden zu entstehen, in die Trump hineinzupreschen versucht.

3. Ikonologische Interpretation: Ein Anlass für dieses Cover dürfte die erste Rede des französischen Präsidenten Macron vor dem EU-Parlament gewesen sein, in der er für seine Reformpläne im Sinne einer „neuen europäischen Souveränität“ (Macron 2018) warb. Er sprach in dieser Rede auch von der Herausforderung des Umgangs mit den autoritären Tendenzen des amerikanischen Partners und dessen Strategie, den Multilateralismus in Frage zu stellen (ebd.). Der Vorstoß Macrons wurde als Versuch gesehen, „seine symbolische Rolle als Einigungsfigur für die französische Nation auch auf Europa zu übertragen“ (Thomas 2018: 128). Damit verbunden ist eine von ihm beanspruchte Führungsrolle in Europa. Deutschland hingegen wird, verkörpert durch die Kanzlerin, als ungleich schwächerer Partner gesehen, was als Ausdruck der damaligen innenpolitischen Konflikte verstanden werden kann. Durch die mühsame Regierungsbildung nach der Wahl im September 2017, die umstrittene Flüchtlingspolitik sowie die Machtkämpfe innerhalb der Regierung, insbesondere der zwischen Angela Merkel und Horst Seehofer, sind außenpolitische Fragen in den Hintergrund gerückt.

Die Darstellung verweist außerdem auf die unterschiedlichen Charaktere der beiden europäischen Politiker: Merkel eher zurückhaltend und zögerlich, Macron hingegen tatkräftig und mit Sinn für bedeutungsvolle Symbole und Inszenierung. Die militärische Operation in Syrien hat das amerikanisch-französische Verhältnis gestärkt. Die fehlende Beteiligung Deutschlands an dieser Operation und dessen außenpolitische Zurückhaltung insgesamt stießen bei

Trump und Macron auf Unverständnis und Kritik. Der Umgang mit Trump allgemein sowie konkrete außen- und verteidigungspolitische Maßnahmen entzweien Merkel und Macron, was einerseits durch ein Abwenden der beiden voneinander und andererseits durch das Hineinstoßen Trumps in die entstandene Lücke sinnfällig wird.

Das mit „Wer rettet den Westen?“ betitelte Cover lässt mit Blick auf die Frage nach der Bedrohung für die Demokratie die Frage aufscheinen, was der Westen der ‚Katastrophe Trump‘ entgegensetzen kann, beziehungsweise wie resilient die Demokratie ist. Resilienz meint „die Mechanismen und die technischen Möglichkeiten, die es erlauben, die Katastrophe zu bekämpfen oder, anders ausgedrückt, die Fähigkeit des Systems, den vorangegangenen Gleichgewichtszustand wiederherzustellen“ (Walter 2010: 15). Wolfgang Merkel und Anna Lührmann haben dies in Bezug auf die Demokratie wie folgt formuliert: „Demokratische Resilienz ist die Fähigkeit eines politischen Regimes, Herausforderungen vorzubeugen oder auf sie zu reagieren, ohne dabei seinen demokratischen Charakter zu verlieren“ (2021: 872, eigene Übersetzung). Der Feuerlöscher steht sinnbildlich als Instrument dafür, die autoritäre Bedrohung zu bekämpfen. Gleichzeitig kann er in Bezug auf die belasteten transatlantischen Beziehungen als Mittel für die Herstellung des *status quo ante* verstanden werden. Während die ersten drei Cover keine direkten Bezüge zu anderen Staaten aufweisen, verhandelt dieses Titelbild die außenpolitischen Folgen anderthalb Jahre nach Trumps Amtsantritt.

TRUMPS VERMÄCHTNIS: DAS ERDBEBEN

1. Vorikonographische Beschreibung: In Abbildung 5 ist mittig ein Mann auf einem hellgrauen steinernen Stuhl sitzend zu sehen, dem Betrachter zugewandt und mit grimmigem Gesichtsausdruck geradewegs in dessen Richtung blickend. Der Stuhl ist an den Lehnen mit gebündelten Stäben verziert und durch einen Sockel erhöht, sodass die Darstellung den Anschein einer Statue erweckt. Auf einer Lehne klebt ein roter Sticker mit weißer Aufschrift. Die Hände des Mannes liegen verschränkt in seinem Schoß. Gekleidet ist der Mann mit einem dunkelblauen Anzug, einem weißen Hemd, einer roten Krawatte sowie schwarzen Schuhen. Am linken Revers ist eine Anstecknadel befestigt. Im Vordergrund sind neben Gebäuderümmern mit herausragenden Stahlstreben ein türkises Stück Stoff sowie ein schwarzes Schild mit weißer Aufschrift erkennbar. Auf der vom Betrachter aus gesehen linken Seite liegt im Mittelgrund rücklings der Kopf einer Statue, während auf der rechten Seite auf etwa gleicher Höhe kleine Flammen lodern. Zudem ragt rechts hinter dem Stuhl eine zerfetzte Flagge mit rot-weißen horizontalen Streifen auf der einen und weißen Sternen auf blauem Grund auf der anderen Längshälfte an einem schräg nach rechts oben weisenden Mast hervor. Wiederum eine Ebene weiter hinten sehen wir links ein in Brand geratenes tempelartiges Gebäude mit derselben Flagge auf dem Giebelfirst, deren Stange mittig einen Knick nach links

Abb. 5: *Der Spiegel* vom 30. Oktober 2020, Nr. 45

aufweist. Dahinter steht in Rauch gehüllt die Ruine eines Obelisken und am rechten Bildrand lässt sich auf gleicher Höhe ein ebenfalls lädiertes repräsentatives Gebäude mit Kuppel ausmachen. Der Hintergrund ist von halbkreisförmig um den Mann herum weisenden weißen Wolken gekennzeichnet, die nach außen hin jedoch immer düsterer werden und in ein dunkles Grau übergehen. Das von links oben einfallende Licht erhellt die Person.

Staub, Rauch und umherfliegende Splitter weisen auf eine umfassende Zerstörung hin. Lediglich der Mann selbst ist unversehrt. Allein der Sockel, auf dem er thront weist unterhalb seines linken Fußes einen Riss auf. Mittig über dem Sockel sind Überschrift und Unterzeile platziert.

2. Ikonographische Analyse: Auf dem Stuhl thronend sehen wir Trump, der von Ruinen der politischen Architektur Washingtons sowie der umgestürzten Freiheitsstatue umgeben ist. Die Darstellung ist zweifelsfrei der Statue des *Lincoln Memorial* nachempfunden. Unverkennbar ist die Stuhlkonstruktion mit den in die Lehnen eingehauenen Rutenbündeln, die als Symbol republikanischer Macht fungieren und an „den Zusammenschluss von einzelnen Handlungssträngen in der Hand des Amtsträgers“ (Llanque 2018: 58) erinnern. Hinsichtlich der Armhaltung und der Sitzposition, hier weit in Richtung Stuhlkante und leicht nach vorn gebeugt, weicht das Porträt auf der Titelseite jedoch vom zurückgelehnten Abraham Lincoln ab, dessen Arme auf den Leh-

nen ruhen. Außerdem ist Trump im Gegensatz zum Original nicht aus Stein, sondern lebendig abgebildet. Weitere Inszenierungselemente wie die mittige Position, der Lichteinfall, der aus dem Hintergrund weiß aufleuchtende Schein sowie die charakteristische rote Krawatte in einem sonst von gedeckten und überwiegend dunklen Farben geprägten Cover ziehen den Blick auf den Präsidenten und unterstreichen den monumentalen Charakter des Bildnisses.

Bis auf Trump selbst, der einen sauberen, tadellos sitzenden Anzug und polierte Schuhe trägt, deutet alles in der Darstellung auf Zerstörung hin. Der ohnehin chaotische Eindruck der Szene wird durch die fiktive, verdichtete Anordnung der politischen Architektur Washingtons um das Denkmal herum verstärkt. Der düstere Himmel gilt als negatives Vorzeichen für Kommendes (Wessolowski 2011a: 185) und komplettiert die Atmosphäre des Niedergangs. Folgt man diesem Gedanken, drängen sich neben der motivischen Referenz des Lincoln Denkmals hinsichtlich der Gesamtkomposition Parallelen zum vierten Bild des fünfteiligen Gemäldezyklus *The Course of Empire* auf.¹⁸ In den Ölgemälden thematisiert der US-amerikanische Landschaftsmaler Thomas Cole (1834–1836) prototypisch Aufstieg, Blütezeit und Niedergang eines Imperiums. Das besagte vierte Bild mit dem Titel *Destruction* zeigt die Erstürmung, Plünderung und Zerstörung einer fiktiven am Fluss gelegenen Stadt. Am Himmel stehen dunkle Wolken und dichte Rauchschwaden. Des Weiteren sind durch Beschuss in Brand gesetzte repräsentative Gebäude sowie Schiffe zu sehen. Einer großen Kämpferstatue im Vordergrund wurde der Kopf abgeschlagen und inmitten der Ruinen sind zahlreiche Tote und Verletzte erkennbar.

3. Ikonologische Interpretation: Das Titelbild erschien wenige Tage vor der Präsidentschaftswahl, die über eine mögliche zweite Amtszeit Trumps entscheiden würde. Bemerkenswert ist, dass für Trumps Kopf das gleiche Foto aus der Montage in Abbildung 1 als Vorlage dient. Für jene, die um die Dopplung wissen, ergibt sich so eine zeitliche Klammer von den Wochen kurz vor der Wahl 2016 bis zur unmittelbar bevorstehenden prognostizierten Abwahl im November 2020. Diese wird durch einen Riss im Sockel der Statue sowie den abgewetzten *MAKE AMERICA GREAT AGAIN* Sticker implizit angedeutet. Im Zusammenhang mit der im Untertitel aufgeworfenen Frage, was vom 45. US-Präsidenten im Falle einer Wahlniederlage bliebe, ist die Referenz auf die Statue im Zentrum des *Lincoln Memorial* bezeichnend. Denn das Gebäude gilt als identitätsstiftendes Denkmal, das die nationale Einheit verkörpern soll. Gleichzeitig ist es traditionell ein Ort, an dem große Proteste stattfinden (Kleinsteuber 2001: 87). So war das Memorial im Jahr 1963 beispielsweise Ziel des Marsches auf Washington für Arbeit und Freiheit, im Zuge dessen Martin Luther King seine berühmte Rede *I Have a Dream* hielt. Genau 57 Jahre später, am 29. August 2020, versammelte sich hier die *Black Lives*

18 Den Hinweis auf diese Bildreferenz verdanke ich Karsten Fischer. Für hochwertige Abbildungen des gesamten Zyklus siehe Wallach (1994).

Matter Bewegung, auf die mit dem Schild im Vordergrund des Titelbilds angespielt wird. Hinsichtlich der Bewertung des Präsidenten ergeben sich zwei Interpretationsmöglichkeiten. So wäre es aus Trumps Sicht denkbar, dass er sich selbst an ähnlicher Stelle wie Lincoln als Vertreter des Volkes und folglich auch als Einiger all derer sieht, die nicht zur ‚korrupten Elite‘ gehören. Aus Perspektive der Kritiker ist er hingegen jener, der die von Lincoln beschworene – und durch den Bürgerkrieg letztlich auch wiederhergestellte – Einheit zerstört.¹⁹

Außerdem lässt die Coverdarstellung unter Bezugnahme auf die beschriebene politische Lage zum Erscheinungszeitpunkt von Coles *The Course of Empire* die Analogie zu einem anderen Präsidenten zu, der durch einen Trump-ähnlichen Stil auffiel, und der es vermochte, von einer vergleichbaren politischen Lage zu profitieren: Andrew Jackson.²⁰ Vorausgegangen war auch hier eine Wirtschafts- und Finanzkrise gepaart mit einer Vertrauenskrise der Politik (Horst 2018: 264 ff.).

Dem Landschaftsmaler Cole wird ein geschichtsphilosophischer Pessimismus zugeschrieben, der sich wiederum auf eine langjährige Tradition der republikanischen politischen Philosophie stützt. Dieser Denkschule folgend kann übermäßiger Reichtum und damit verbundene Laster nicht nur zum wirtschaftlichen Niedergang eines Imperiums, sondern auch zur Korrumpierung des politischen Prozesses und zum Aufstieg von Demagogen und Gewaltherrschern führen (Wallach 1994: 92). Es ist bekannt, dass der Künstler der Politik und dem populistischen Stil des damaligen Präsidenten Andrew Jackson kritisch gegenüberstand. Die *Jacksonian Democracy* war unter anderem geprägt von einem Machtzuwachs des Präsidentenamts sowie der Exekutive insgesamt, zu Ungunsten des Kongresses, worin Cole einen Bruch mit dem republikanischen Ethos sah. Folglich ist es nicht abwegig, *Destruction* als Ausdruck der Sorge des Malers über die politische Zukunft seines Landes zu verstehen, wenngleich die damals vorherrschende Rezeption seines Zyklus keine Bezüge zu zeitgenössischen Entwicklungen im eigenen Land zuzulassen schien. Denn auch in der bildenden Kunst waren vielmehr die üblichen positiven Fortschrittserzählungen im Sinne der *Manifest Destiny* dominant (Kolter 2011: 250ff.).

Die zerstörte Stadt als Metapher für ein defektes Gemeinwesen – in dem Sinne, als es selbstaufgelegte Ideale durch Korrumpierung nicht mehr zu erfüllen vermag – ist ikonographisch keine Neuerung des 19. Jahrhunderts wie der Blick auf Ambrogio Lorenzettis *Allegorie der schlechten Regierung* (1337–

19 Lincolns Reputation ist im US-amerikanischen kollektiven wie auch kulturellen Gedächtnis überwiegend positiv. Besonders ab den 1920er Jahren bis in die Zeit des Zweiten Weltkriegs hinein wurde er in Krisen immer wieder als Mahnung an die Stärke und Weisheit Amerikas beschworen. Nach 1945 bröckelte jedoch das Bild des weltlichen Heiligen, was Barry Schwartz (2008) als Symptom des grundsätzlich schwindenden Vertrauens in die nationale Größe Amerikas identifiziert. Postmodernismus und Multikulturalismus hätten das Konzept der nationalen Größe verwässert (ebd.: xi, 9).

20 Zur Debatte über Jacksons Reputation siehe Sellers (1958).

1340) im Palazzo Pubblico von Siena zeigt. Die dazugehörige Darstellung der Stadt führt vor Augen, was geschieht, wenn die am Gemeinwohl orientierte gute Regierung von der Gewaltherrschaft verdrängt wird: Kälte und Dunkelheit halten Einzug, Häuser verfallen und die Arbeit kommt zum Erliegen (Albrecht 2011: 405). Begreift man das Cover in Abbildung 5 als Ausdruck von Trumps ambivalenter Beziehung zur Stadt Washington und gleichzeitig als kritische Bewertung seines politischen Vermächtnisses, trifft Susanne Kolters Formulierung im Zusammenhang mit Lorenzettis und Coles Werken auch hier zu: „Wie die Stadt durch ihre politische Einbindung und Bewirtschaftung geprägt wird, und zwar in ihrem Wesen und ihrem Erscheinungsbild, also in ihrer visuellen Realität, so trifft sie auch das Scheitern der Politik bzw. der Gesellschaft ganz unmittelbar. Die Vernichtung der Stadt, die Zerschlagung des Gemeinwesens, ist nicht selten Folge politischer Fehlleistung, und umgekehrt ist die Stadtzerstörung durchaus gängige Metapher politischen Versagens“ (Kolter 2011: 237).

Die in rissigen Lettern gedruckte Überschrift „TRUMPS AMERIKA Was von ihm bleibt – selbst wenn er gehen muss“ kann in Kombination mit der zerstörten politischen Architektur als Zeichen des von Trump verursachten nachhaltig beschädigten Ansehens der demokratischen Institutionen, insbesondere des Präsidentenamtes selbst, gedeutet werden. Ein weiterer Aspekt betrifft die eingeschränkte Funktionsfähigkeit des Staates, welche sich maßgeblich auf die mangelhafte Führungskompetenz und unberechenbare Personalpolitik des Präsidenten zurückführen lässt. So blieb beispielsweise das Außenministerium in seiner gesamten Amtszeit chronisch unterbesetzt.

Über diese institutionellen Schäden hinaus lassen sich im Cover mit Blick auf Trumps Vermächtnis abschließend auch Referenzen auf politische Inhalte und damit verbundene gesellschaftliche Konfliktlinien erkennen. So weckt die Maske im Vordergrund Assoziationen zu Trumps Missbilligung wissenschaftlicher Erkenntnisse im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie und seiner Mitverantwortung für die vergleichsweise hohe Anzahl an Todesopfern. Die Ruine der Freiheitsstatue als Symbol der Immigration verweist schließlich auf seine umstrittene Einwanderungs- und Asylpolitik.

FAZIT

Der vorliegende Beitrag analysiert die visuelle Darstellung Donald Trumps als Katastrophe auf Covern des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* und erläutert ein bildlich vermitteltes Deutungsmuster der als bedroht wahrgenommenen Demokratie. Somit exploriert die Arbeit einen empirisch weitgehend vernachlässigten Bereich an der Schnittstelle zwischen politikwissenschaftlicher Demokratie- und visueller Kommunikationsforschung.

Die fünf untersuchten Titelbilder stellen weder ein unmittelbar zusammenhängendes Narrativ dar, noch bilden sie eine stilistische Einheit. Es handelt sich um für sich stehende Darstellungen, die der massenmedialen Produktionslogik un-

terliegen und nicht zwangsläufig Bezüge zueinander aufweisen. Bemerkenswert ist jedoch, dass sich das Motiv der ‚(drohenden) Katastrophe Trump‘ in unterschiedlichen Ausprägungen über die gesamte Amtszeit hinweg findet. Mit der Wahl zum Präsidenten ist die Katastrophe nicht abgeschlossen, sie währt vielmehr im Bild fort: als drohender Kometeneinschlag, als Flutwelle oder als Feuersturm. Während diese drei letztgenannten Cover Trump als personifizierte Katastrophe zeigen, wird er den Betrachtern in Abbildung 1 und 5 als leibhaftige Person präsentiert, die über das Geschehen der Katastrophe zu verfügen scheint. Im erstgenannten Fall bezieht sich dies auf den nahenden Weltuntergang mittels der Anspielung auf das apokalyptische Szenario eines Atomkriegs (*Doomsday Clock*), im zweitgenannten auf die Zerstörung des politischen Zentrums der USA in Form eines Bebens in Washington D.C. Mittels der ikonographisch-ikonologischen Analyse konnten visuelle Referenzen aufgezeigt werden, die zum Teil gänzlich anderen Zusammenhängen entspringen und im Titelbild eine Rekontextualisierung erfahren wie etwa im Falle der Flutwelle. Abbildung 5 hingegen zeigt, dass mit der Stadtzerstörung als Sinnbild für ein defektes Gemeinwesen auch auf bekannte Muster der politischen Ikonographie zurückgegriffen wird.

Die Demokratie, sei es in Form ihrer gewählten Repräsentanten oder ihrer durch die politische Architektur symbolisierten Institutionen, wird seitens des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel* im hier untersuchten Zusammenhang überwiegend in einer Position der Schwäche visualisiert. Trump erscheint hingegen als übermächtig. Seine Stärke wird teils durch überproportional große Darstellungen sowie vertikale Anordnungen, teils durch Personifikation als unbezwingbare Naturgewalt bildlich inszeniert. Eine Ausnahme bildet der Feuerlöscher, den Macron in der Hand hält (Abbildung 4), um den Feuersturm Trump einzuhegen. Der Fokus auf das disruptive Moment von Trumps Präsidentschaft im Sinne eines dramatischen Einschnitts in der Geschichte der liberalen Demokratie weist Parallelen zur Forschung von deren Erosion, Niedergang und Dekonsolidierung auf. Die Wehrhaftigkeit beziehungsweise die Resilienz der Demokratie, verstanden als deren institutionalisierte Mechanismen zur Abwehr von autoritären Bestrebungen, wird nicht nur in den Medien, sondern auch im wissenschaftlichen Diskurs vergleichsweise selten thematisiert (Merkel und Lührmann 2021: 871).

Zweifelsfrei sind die Ergebnisse der vorliegenden Analyse in ihrer Reichweite begrenzt. So könnte etwa eine künftige systematische Untersuchung aller bislang erschienenen Trump-Titelbilder deutscher Nachrichtenmagazine sowie ein Vergleich mit deren US-amerikanischen Pendanten (Paul und Perreault 2020) Aufschluss über weitere Muster in der visuellen Darstellung geben. Wünschenswert sind schließlich Erkenntnisse darüber, ob beziehungsweise in welchen Ausprägungen andere populistische oder autokratische Herrscher als Bedrohung in der massenmedialen visuellen Berichterstattung liberaler Demokratien inszeniert werden. Ungeachtet dieser Limitationen zeigt der vorliegende Beitrag einen Weg auf, die vielerorts wahrgenommene populistische Bedrohung in visuellen Medien zu erforschen. Dieser Zugang ist insofern von Bedeutung, als bildliche mediale Deutungsangebote im Sinne einer politischen Deutungskultur (Rohe 1987) die Vorstellungen von Bürgern hinsichtlich des Zustandes der Demokratie mitprägen.

LITERATUR

- Aiello, Giorgia und Katy Parry. 2020. *Visual communication: Understanding images in media culture*. London: SAGE.
- Albrecht, Stephan. 2011. Gemeinwohl. In *Politische Ikonographie. Ein Handbuch*, Bd. 1, Hrsg. Uwe Fleckner; Martin Warnke und Hendrik Ziegler, München: Beck, 401–407.
- Apollo Image Atlas. 2022. <https://www.lpi.usra.edu/resources/apollo/catalog/70mm/magazine/?148>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Barbehön, Marlon; Sybille Münch und Gabi Schlag. 2019. Interpretationen in der Politikwissenschaft. Einleitung in den Sonderband. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 29: 141–151.
- Bellinghausen, Yves. 2018. Wie „Irrlichtern“ zum Modewort wurde. *Süddeutsche Zeitung Magazin* vom 28.9.2018, <https://sz-magazin.sueddeutsche.de/medien/wie-irrlichtern-zum-modewort-wurde-86174>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Bernhardt, Petra; Karin Liebhart und Andreas Pribersky. 2019. Visuelle Politik. Perspektiven eines politikwissenschaftlichen Forschungsbereichs. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* 48(2): 43–54.
- Bey, Paul und Regina Wamper. 2018. Die „Mainstream-Medien“. Stütze der AfD? in *Völkisch-autoritärer Populismus. Der Rechtsruck in Deutschland und die AfD*, Hrsg. Alexander Häusler, Hamburg: VSA, 117–125.
- Blake, Aaron. 2019. The Boston Globe’s ‘disturbing’ fake Trump front page from 2016 is proving increasingly prophetic. *Washington Post* vom 18.6.2019, <https://www.washingtonpost.com/politics/2019/06/18/boston-globes-disturbing-fake-trump-front-page-is-proving-increasingly-prophetic/>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Bleiker, Roland. 2018. *Visual global politics*. London: Routledge.
- Bohnsack, Ralf. 2003. Qualitative Methoden der Bildinterpretation. *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft* 6(2): 239–256.
- Bredenkamp, Horst. 2010. *Theorie des Bildakts. Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2007*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Briese, Olaf und Timo Günther. 2009. Katastrophe. Terminologische Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. *Archiv für Begriffsgeschichte* 51: 155–195.
- Bulletin of the Atomic Scientists. 2022a. *The Bulletin of the Atomic Scientists begins publishing in 1945*. <https://thebulletin.org/virtual-tour/the-bulletin-of-the-atomic-scientists-begins-publishing-in-1945/>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Bulletin of the Atomic Scientists. 2022b. *Doomsday clock playlist*. <https://thebulletin.org/doomsday-clock/doomsday-clock-playlist/>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Canovan, Margaret. 1999. Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political Studies* 47: 2–16.
- Cartwright, Julyan H. E. und Hisami Nakamura. 2009. What kind of a wave is Hokusai’s Great Wave off Kanagawa? *Notes and Records of the Royal Society of London* 63(2): 119–135.
- Chadwick, Andrew. 2013. *The hybrid media system: Politics and power*. New York: Oxford University Press.
- Cottle, Simon. 2012. Mediatized disasters in the Global Age: On the ritualization of catastrophe. in *The Oxford handbook of cultural sociology*, Hrsg. Jeffrey C. Alexander; Ronald N. Jacobs und Philip Smith, Oxford: University Press, 259–283.
- DPI. 2021. *The world’s largest annual study on how people perceive democracy*. Latana, <https://latana.com/democracy-perception-index/>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.

- Dewberry, David R. 2017. From Benghazi to e-mails: Two sides of the same scandal. in *The 2016 US Presidential Campaign. Political Communication and Practice*, Hrsg. Robert E. Denton Jr., Cham: Springer Nature, 231–256.
- Diehl, Paula. 2012. Populismus und Massenmedien. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 62(5–6): 16–22.
- Diehl, Paula. 2015. *Das Symbolische, das Imaginäre und die Demokratie. Eine Theorie politischer Repräsentation*. Baden-Baden: Nomos.
- Diehl, Paula. 2019. Interdisziplinarität, politische Repräsentation und das Imaginäre. Plädoyer für eine neue Perspektive der politischen Kulturforschung. in *Politische Kulturforschung* reloaded. *Neue Theorien, Methoden und Ergebnisse*, Hrsg. Wolfgang Bergem; Paula Diehl und Hans J. Lietzmann, Bielefeld: transcript, 39–57.
- Dörner, Andreas. 2001. *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Drechsel, Benjamin. 2007. Was ist ein politisches Bild? Einige Überlegungen zur Entwicklung der Politikwissenschaft als Bildwissenschaft. in *Moderne. Kulturwissenschaftliches Jahrbuch 2006 (2), Iconic Turn?*, Hrsg. Helga Mitterbauer und Ulrich Tragatschnig, Innsbruck: Studienverlag, 106–120.
- Frum, David. 2017. How to build an autocracy. *The Atlantic* vom März 2017, <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/03/how-to-build-an-autocracy/513872/>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Grant, Ewan C. 1969. Human facial expression. *Man, New Series* 4(4): 525–536.
- Grober, Ulrich. 2010. *Die Entdeckung der Nachhaltigkeit: Kulturgeschichte eines Begriffs*. München: Kunstmann.
- Heinrich, Horst-Alfred und Bernhard Stahl. 2017. Pictorial stereotypes and images in the Euro debt crisis. *National Identities* 19(1): 109–127.
- Hofmann, Wilhelm. 1999. *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*. Baden-Baden: Nomos.
- Hofmann, Wilhelm. 2009. Die Demokratie der Bilder. Die Risiken und Chancen der audiovisuellen Demokratie. in *Bedrohungen der Demokratie*, Hrsg. André Brodocz; Marcus Llanque und Gary S. Schaal, Wiesbaden: Springer VS, 270–286.
- Horn, Eva. 2014. *Zukunft als Katastrophe*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Horst, Patrick. 2018. Nach der populistischen Revolte. Präsident Donald Trump, Andrew Jackson und die Zukunft der Republikanischen Partei. in *Die gespaltenen Staaten von Amerika*, Hrsg. Winand Gellner und Michael Oswald, Wiesbaden: Springer VS, 255–277.
- Hughes, William. 2017. From the creator of 30 Days, 30 Songs comes 1,000 tracks to keep you sane in Trumpworld. *A.V. Club* vom 20.1.2017, <https://www.avclub.com/from-the-creator-of-30-days-30-songs-comes-1-000-track-1798256566>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Huhnholz, Sebastian und Eva Marlene Hausteiner (Hrsg.). 2018. *Politische Ikonographie und Differenzrepräsentation*. Sonderband 34 der Zeitschrift *Leviathan*, Baden-Baden: Nomos.
- Kippenberg, Hans G. 1990. Apokalyptik/Messianismus/Chiliasmus. in *Handbuch religionswissenschaftlicher Grundbegriffe*, Bd. 2, Hrsg. Hubert Cancik; Burkhard Gladigow und Matthias Laubscher, Stuttgart: Kohlhammer, 9–26.
- Kleining, Gerhard. 1961. Über soziale Images. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* Sonderheft 5: 145–170.
- Kleinstüber, Hans J. 2001. Politische Architektur und Visualität. Gedanken am Beispiel von Washington D.C. in *Kommunikation visuell. Das Bild als Forschungsgegenstand – Grundlagen und Perspektiven*, Hrsg. Thomas Knieper und Marion G. Müller, Köln: von Halem, 79–92.
- Klumpp, Lorenz. 2020. NPD und AfD als Wiedergänger des Nationalsozialismus und Nationalismus? Eine Bildanalyse von Magazincovern. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 30(3): 425–456.
- Koch, Lars; Tobias Nanz und Christina Rogers. 2020. The Great Disruptor. Eine Annäherung. in *The Great Disruptor. Über Trump, die Medien und die Politik der Herabsetzung*, Hrsg. dies., Berlin: J. B. Metzler, 1–19.

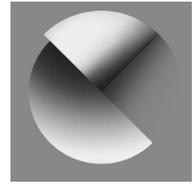
- Kolter, Susanne. 2011. Das Stadtbild als Projektion des Gemeinwesens. Thomas Cole: The Course of Empire. in *Stadt als Erfahrungsraum der Politik. Beiträge zur kulturellen Konstruktion urbaner Politik*, Hrsg. Wilhelm Hofmann, Münster: LIT, 237–259.
- Kress, Gunther. 2010. *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.
- Lano, Carolin. 2019. Basket of Deplorables – Zur Mediendynamik des ‚Negative Campaigning‘ im US-Präsidentenwahlkampf 2016. in *Wahlwerbespots zur Bundestagswahl 2017*, Hrsg. Christian Schicha, Wiesbaden: Springer VS, 459–470.
- Llanque, Marcus. 2018. Die ikonographische Vermittlung von Differenz in Selbstregierungsregimen. *Leviathan* 46(Sonderband 34): 48–70.
- Lobinger, Katharina; Benjamin Krämer; Rebecca Venema und Eleonora Benecchi. 2020. Pepe – Just a funny frog? A visual meme caught between innocent humor, far-right ideology, and fandom. in *Perspectives on populism and the media: Avenues for research*, Hrsg. Benjamin Krämer und Christina Holtz-Bacha, Baden-Baden: Nomos, 333–351.
- Macron, Emmanuel. 2018. *Rede vor dem Europaparlament am 17. April 2018 im Wortlaut*. <https://www.diplomatie.gouv.fr/de/aussenpolitik-frankreichs/frankreich-und-europa/neuigkeiten/article/staatspraesident-macron-vor-dem-europaparlament-rede-im-wortlaut-17-04-18>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Mazzoleni, Gianpietro. 2008. Populism and the media. in *Twenty-first century populism: The spectre of western European democracy*, Hrsg. Daniele Albertazzi und Duncan McDonnell, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 49–62.
- Merkel, Wolfgang und Anna Lührmann. 2021. Resilience of democracies: Responses to illiberal and authoritarian challenges. *Democratization* 28(5): 869–884.
- Miller, Tim. 2020. Actually, the orange man is bad: And that's kind of the point. *The Bulwark* vom 8.5.2020, <https://www.thebulwark.com/actually-the-orange-man-is-bad/>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Mitchell, William J.T. 1994. *Picture theory: Essays on verbal and visual representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Müller, Marion G. 1999. Politische Vision. in *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*, Hrsg. Wilhelm Hofmann, Baden-Baden: Nomos, 15–27.
- Müller, Marion G. 2011. Ikonografie und Ikonologie, visuelle Kontextanalyse, visuelles Framing. in *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation*, Hrsg. Thomas Petersen und Clemens Schwender, Köln: von Halem, 28–55.
- Nagel, Alexander K.; Bernd U. Schipper und Ansgar Weymann. 2008. *Apokalypse. Zur Soziologie und Geschichte religiöser Krisenrhetorik*. Frankfurt am Main: Campus.
- Panofsky, Erwin. 1975. *Sinn und Deutung in der bildenden Kunst*. Köln: Dumont.
- Paul, Gerhard. 2013. Titanic – Hindenburg – Tschernobyl – Tsunami. Visuelle Katastrophenberichterstattung in historischer Perspektive. in *Von Lissabon bis Fukushima – Folgen von Katastrophen*, Hrsg. Karlheinz Sonntag, Heidelberg: Winter, 9–38.
- Paul, Newly und Gregory Perreault. 2020. Picturing the President: Visual analysis of the Donald Trump presidency on US magazine covers between 2016 and 2018. *Journal of Magazine Media* 21(1): 51–81.
- Perry, Ronald W. 2018. Defining disaster: An evolving concept. in *Handbook of disaster research*, Hrsg. Havidán Rodríguez; William Donner und Joseph E. Trainor, Cham: Springer Nature, 3–22.
- Pezzoli-Olgiati, Daria. 2013. Retterfiguren in Dystopien. Vieldeutigkeit apokalyptischer Motive im Spielfilm. in *Untergangsszenarien. Apokalyptische Denkbilder in Literatur, Kunst und Wissenschaft*, Hrsg. Lothar Blum; Markus Schiefer Ferrari; Peter Wagner und Christoph Zuschlag, Berlin: Akademie Verlag, 231–251.
- Reinemann, Carsten. 2017. Populismus, Kommunikation, Medien. Ein Überblick über die Forschung zu populistischer politischer Kommunikation. *Zeitschrift für Politik* 64(2): 167–190.

- Rodriguez, Edel. 2020. This illustrator famously satirized Trump's presidency. What will he do now? Interview mit Lilly Smith. *Fast Company* vom 16.11.2020, <https://www.fastcompany.com/90575357/this-illustrator-got-famous-for-satirizing-trumps-presidency-what-will-he-do-now>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Rohe, Karl. 1987. Politische Kultur und der kulturelle Aspekt von politischer Wirklichkeit. Konzeptionelle und typologische Überlegungen zu Gegenstand und Fragestellung Politischer Kultur-Forschung. *Politische Vierteljahresschrift* 28(Sonderheft 18): 39–48.
- Rose, Gillian. 2016. *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. London: SAGE.
- Schütz, Alfred. 1971. Wissenschaftliche Interpretation und Alltagsverständnis menschlichen Handelns. in *Gesammelte Aufsätze, Bd. 1. Das Problem der sozialen Wirklichkeit*, Hrsg. Alfred Schütz, Den Haag: Nijhoff, 3–54.
- Schwab, Frank und Astrid Carolus. 2011. Laborstudien. Fragebogen und visuelle Stimuli. in *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch*, Hrsg. Thomas Petersen und Clemens Schwender, Köln: von Halem, 294–311.
- Schwartz, Barry. 1981. *Vertical classification: A study in structuralism and the sociology of knowledge*. Chicago: University of Chicago Press.
- Schwartz, Barry. 2008. *Abraham Lincoln in the post-heroic era: History and memory in late Twentieth-Century America*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sellers, Charles G. 1958. Andrew Jackson versus the historians. *The Mississippi Valley Historical Review* 44(4): 615–634.
- Steinmeier, Frank-Walter. 2016. „Ein politisches Erdbeben kann ein Weckruf sein“. Interview mit Spiegel Online vom 10.11.2016. <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/frank-walter-steinmeier-hofft-auf-klarstellungen-von-donald-trump-a-1120658.html>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Strand, Ryan T. und Dan Schill. 2019. The visual presidency of Donald Trump's first hundred days: Political image-making and digital media. in *Visual political communication*, Hrsg. Anastasia Veneti; Daniel Jackson und Darren G. Lilleker, Cham: Springer Nature, 167–186.
- Sülflow, Michael. 2020. *Der Einfluss des Blickverhaltens auf die Urteilsbildung über Politiker*. Baden-Baden: Nomos.
- Tenenboim-Weinblatt, Keren. 2018. Media projections and Trump's election: A self-defeating prophecy? in *Trump and the media*, Hrsg. Pablo J. Boczkowski und Zizi Papacharissi, Cambridge: MIT Press, 111–118.
- Thomas, Anja. 2018. Ein Paradigmenwechsel im französischen Europadiskurs – Auswirkungen für das deutsch-französische Tandem in der EU? *integration* 41(2): 28–140.
- Trempler, Jörg. 2013. *Katastrophen. Ihre Entstehung aus dem Bild*. Berlin: Wagenbach.
- Tseronis, Assimakis. 2021. From visual rhetoric to multimodal argumentation: Exploring the rhetorical and argumentative relevance of multimodal figures on the covers of *The Economist*. *Visual Communication* 20(3): 374–396.
- Voelz, Johannes. 2020. Zu einer Ästhetik des Populismus. Teil I: Der populistische Erscheinungsraum. in *The Great Disruptor. Über Trump, die Medien und die Politik der Herabsetzung*, Hrsg. Lars Koch; Tobias Nanz und Christina Rogers, Berlin: J. B. Metzler, 187–214.
- Vorländer, Hans. 2011. The good, the bad, and the ugly. Über das Verhältnis von Populismus und Demokratie – Eine Skizze. *Totalitarismus und Demokratie* 8(2): 187–194.
- Wallach, Alan. 1994. Thomas Cole: Landscape and the course of American Empire. in *Thomas Cole: Landscape into history*, Hrsg. William H. Truettner und Alan Wallach, New Haven: Yale University Press, 23–111.
- Walter, François. 2010. *Katastrophen. Eine Kulturgeschichte vom 16. bis ins 21. Jahrhundert*. Stuttgart: Reclam.
- Wessolowski, Tanja. 2011a. Naturkatastrophe. in *Politische Ikonographie. Ein Handbuch*, Bd. 2, Hrsg. Uwe Fleckner; Martin Warnke und Hendrik Ziegler, München: Beck, 182–187.

- Wessolowski, Tanja. 2011b. Karikatur. in *Politische Ikonographie. Ein Handbuch*, Bd. 2, Hrsg. Uwe Fleckner; Martin Warnke und Hendrik Ziegler, München: Beck, 44–50.
- Wurm, Philipp. 2017. Apokalypse zum Mitgrölen. *Der Spiegel* vom 28.8.2017. <https://www.spiegel.de/geschichte/r-e-m-song-it-s-the-end-of-the-world-as-we-know-it-and-i-feel-fine-a-1159798.html>. Letzter Zugriff am 23.7.2022.
- Wurster, Herbert und Richard Loibl. 2000. *Apokalypse. Zwischen Himmel und Hölle*. Regensburg: Pustet.

GEMÄLDE, FILME UND MUSIK

- Armageddon. 1998. Regie: Michael Bay; Drehbuch: Jonathan Hensleigh und J. J. Abrams; u.a. mit: Bruce Willis, Ben Affleck und Liv Tyler; 151 Minuten.
- Battlefield Earth – Kampf um die Erde. 2000. Regie: Roger Christian; Drehbuch: Corey Mandell und J. D. Shapiro; u.a. mit: John Travolta, Barry Pepper, Forest Whitaker und Kim Coates; 118 Minuten.
- Cole, Thomas. 1834–1836. *The Course of Empire*. Fünfteiliger Gemäldezyklus, New-York Historical Society.
- Deep Impact. 1998. Regie: Mimi Leder; Drehbuch: Bruce Joel Rubin und Michael Tokin; u.a. mit: Téa Leoni, Robert Duvall, Elijah Wood, Vanessa Redgrave und Morgan Freeman; 120 Minuten.
- Hokusai, Katsushika. 1830. *Die große Welle vor Kanagawa*. Farbholzschnitt, Nationalmuseum Tokio.
- Lorenzetti, Ambrogio. 1337–1340. Allegorie der schlechten Regierung. Fresko, Palazzo Pubblico Siena.
- R.E.M. 1987. It's the End of the World as We Know It (And I Feel Fine). Aus dem Studioalbum *Document*, I.R.S. Records, 4:05 Min.
- Star Wars: Episode I – Die dunkle Bedrohung. 1999. Regie und Drehbuch: George Lucas; u.a. mit: Liam Neeson, Ewan McGregor, Natalie Portman, Jake Lloyd und Pernilla August; 136 Minuten.



Exploring the distinction between populism *through* and *by* the media from a visual perspective: representations of German politicians on magazine covers of *Der Spiegel* and *Compact*

LORENZ KLUMPP 

University of Passau, Germany

ABSTRACT

By drawing on a communication-based approach to populism, this article argues that populism research should put more emphasis on the performative and stylistic dimension of the phenomenon, including its visual elements, in different media formats. The study theoretically refers to the distinction of populism *through* and *by* the media, which has been discussed to a great extent in populist political communication research. Empirically, the author focuses on visual representations of politicians on the covers of the German news weekly *Der Spiegel* as well as those of *Compact* – a far-right alternative magazine. The article argues that political magazines contribute to how the political is imagined, particularly by the visual messages they convey via their front pages. An image type analysis of both magazines' covers between 2010 and 2020 is conducted ($N = 103$) in order to explore patterns in the visual representations of German politicians disseminated by the magazines. On the one hand, the comparison of a mainstream and far-right alternative medium enriches the theoretical debate of how populism is strengthened by opportunity structures through the media. On the other hand, the issue of how populism is actively promoted by the media is addressed.

KEYWORDS

alternative media • iconographic-iconological analysis • image type analysis • magazine covers • mainstream media • media populism • populism

Visual Communication 2023

Vol. 0(0) 1–30

© The Author(s) 2023

Article reuse guidelines: sagepub.com/journals-permissions

DOI 10.1177/14703572231173079



INTRODUCTION

The relationship between news media and populism has been of central interest to political communication scholars in the last 20 years (Aalberg et al., 2017; Mazzoleni, 2008; Waisbord, 2019). By taking a look at recent literature in this field, two observations can be made. First, empirical studies have primarily been focusing on verbal indicators, i.e. mostly content analyses of newspaper articles (e.g. Hameleers and Vliegenthart, 2020). Second, when it comes to the potential promotion of populist actors through media coverage, analyses traditionally distinguish between mainstream or elite media and tabloid media (Pallaver, 2018; Wettstein et al., 2018). This article aims to broaden this perspective, arguing, on the one hand, that populism research needs to acknowledge the affective role of aesthetic elements, such as images, and their ‘power to signify’ (Hatakka, 2019: 32). On the other hand, by drawing on the heuristic distinction between populism *by* and populism *through* the media (De Vreese et al., 2018; Esser et al., 2017), it compares the visual representations of a traditional German mainstream news magazine, *Der Spiegel*, to that of *Compact*, referred to as a far-right alternative outlet which attempts not to reach the intellectual vanguard but the ‘common man’ (Quent, 2019: 206). Viewing magazines as cultural artefacts that shape our understanding of politics (Kitch, 2018), they are considered a relevant object of study for the given research interest. Thus, the article explores the research question of how the distinction between populism *through* and populism *by* the media materializes on the covers of *Der Spiegel* and *Compact*. To this end, an image type analysis based on all their cover images that depict contemporary German political representatives between January 2010 and December 2020 is conducted.

In the following section, I will briefly review two approaches to populism and argue that a discourse and performance-orientated approach is useful for enriching our understanding of the visual aspects of populism in a media environment. In the Methods section I will then introduce the image type analysis developed by Grittmann and Ammann (2011). I then present the image types explored in the material before finally discussing the results against the background of the theoretical distinction between populism *through* and populism *by* the media as well as avenues for future research.

THEORETICAL CONSIDERATIONS

Populism from a communication perspective

For decades, the concept of populism has been studied in different academic disciplines (De la Torre, 2019) and with different epistemological and ontological presuppositions. The ‘thin ideological’ approach conceptualizes populism as an ‘*ideology that considers society to be ultimately separated into two homogeneous and antagonistic groups, ‘the pure people’ versus ‘the corrupt elite’, and which argues that politics should be an expression of the volonté générale (general will) of the people*’ (Mudde, 2004: 543, emphasis in original). Populism, in this

understanding, does not have a single ideological core. Rather, it is dependent on a ‘host ideology’, i.e. socialism, conservatism and (economic) liberalism, which makes it a successful political agenda. The kind of ideology that is linked to the abstract concept of *populism* depends upon national as well as historical contexts. While it can be associated with anti-neoliberalism, e.g. in Spain (*Podemos*) and Greece (*Syriza*), it is of a nativist character in the Netherlands (*Partij voor de Vrijheid*), in Austria (*Freiheitliche Partei Österreichs*) and in Germany (*Alternative für Deutschland*). From an analytical standpoint, the ideational perspective may be fruitful in a discussion of consolidation of left-wing or right-wing populism within a country or in cross-country comparisons. However, as it neglects the creation of populist ideas and how they are maintained or disseminated, the approach reaches its limits when it comes to the way in which populism is created and negotiated in society. Thus,

the downside to the ideational (or thin-ideological) approach is that it regards populism as a set of exogenous attitudes and ideas already present in the minds of citizens and politicians and therefore does not consider the processes involved in communicating these attitudes. (Hatakka, 2019: 31)

This is where a second perspective comes in: theorizing populism as discourse. Proceeding from the post-structuralist assumption that no idea about society is naturally given but has to be articulated into being (Laclau, 2005), scholars of this approach are interested in meaning-making processes which are driven by discourses. According to this view, populist political actors aim to unify unmet societal demands to create so-called *chains of equivalence*. These demands do not necessarily have to coincide with each other. Rather, what unites them is their distinction of a collectively imagined ‘other’ (Laclau, 2005: 73–74, 130). They gather around an empty signifier, ‘the people’, which stands in opposition to ‘the elite’. The question of concrete content, i.e. the interrelation between the different demands, is subject to discursive struggles and may change depending on context and political conjuncture. Whereas the discourse approach also draws on a dichotomy between ‘the people’ and ‘the elite’, it is not so much interested in the belief system itself but more in the process by which contents are articulated (De Cleen et al., 2018: 652).

In recent years, the discourse theoretical approach has been extended by the idea of *mediation*, understanding populism increasingly as a performative, stylistic and communicative phenomenon (De Vreese et al., 2018; Moffitt, 2016a, 2016b). The emphasis on performativity, ‘the stylistic, politico-cultural, and relational aspects of populism’ (Moffitt, 2016b: 53) is useful here for two reasons. First, this approach acknowledges a bottom-up dimension of populism by taking into account the media¹ as influential actors on a meso level, operating between the citizens (micro level) and structural factors (macro level), e.g. the political system (Reinemann et al., 2017: 22). Second, and this

is crucial from an empirical perspective, it is not confined to purely verbal messages but also considers aesthetic elements, for example, images (Moffitt, 2016a: 22, 40), which are regarded as signifying discursive acts in their own right and not just supplements for illustrative purposes. Surprisingly, research in the field of media and populism is largely logocentric and the investigation of visual material has been underexposed (Bucy and Joo, 2021: 11; Mendonça and Caetano, 2021: 215).

Media and populism: populism and media

When it comes to research on the relationship between the media and populism, one of the main characteristics has been the distinction between populism *through* the media and populism *by* the media (De Vreese et al., 2018; Esser et al., 2017; Hameleers and Vliegenthart, 2020).² The first addresses the question of how far traditional mass media serve as a platform and have a catalysing function for populist movements and parties by offering opportunity structures. This strand of research not only refers to the coverage of politics in different news outlets (mostly contrasting mainstream with tabloid formats) and its implications but it also considers changes over time by analysing the relationship between the media and populist movements at different stages of their development. According to the ‘media life cycle’ model (Mazzoleni, 2008), for instance, mainstream media may support populist political actors in a ground-laying phase by focusing on the failures of established actors. Generally, the notion of populism *through* the media highlights the compatibility of the populist logic with the commercial logic of the media as far as the struggle for recipients’ attention is concerned, suggesting that both operate via personalization, emotionalization, stereotypization and simplification (Moffitt, 2016a: 76–77). Therefore, the relationship between the media and populist actors has been characterized as a mutual dependency (Mazzoleni, 2008: 50).

The second perspective, populism *by* the media, extends this view and conceptualizes a ‘media populism’ arguing that the media themselves can occur as populist political actors who promote an antagonistic structure of ‘us’ vs ‘the corrupt elite’. Media populism is defined as

the use of . . . the construction and favoritism of in-groups, hostility toward, and circumvention of the elites and institutions of representative democracy, reliance on charisma and (group-related) common-sense [sic], and appeal to moral sentiments (thus on an emotionalizing, personalizing, and ostentatiously plainspoken discourse). (Krämer, 2014: 48)

In doing so, populist media may be completely independent of populist movements or political actors. They may, but do not necessarily, strive for a strategic alliance with populist politicians or parties. They can also speak in

their own right ‘by being pro-active advocates on behalf of the people, with a critical attitude toward power holders’ (De Vreese et al., 2018: 429). To sum up, the concept of populism *through* the media suggests that the congruence of media logic and political populism is confined to the stylistic level, while populism *by* the media tends to assume an ideological congruence between the two.

The distinction between populism *through* and *by* the media thus serves as an heuristic background for a comparison of different media outlets by not focusing primarily on the salience of people-centrist or anti-elitist statements (as suggested by the ideational approach) but also by considering stylistic elements in visual representations. It allows further investigation of the underlying assumption that populism is (unintentionally) fostered (Mazzoleni, 2008: 50) through a mainstream medium such as *Der Spiegel* (populism *through* the media), while it is actively performed by a far-right alternative medium like *Compact* (populism *by* the media).

Populism and visual media. There are numerous studies with a focus on social media that investigate the growing importance of internet memes in populist political communication (e.g. Lobinger et al., 2020), visual self-presentations of populist leaders on Instagram (e.g. Bast, 2021; Bernhardt and Liebhart, 2017; Mendonça and Caetano, 2021) and potential differences in the visual communication of populist and non-populist parties on Facebook (Farkas et al., 2022). In addition, Moffitt (2022) has addressed the question of how visual representations of ‘the people’ differ in right and left populism by comparing Donald Trump and Bernie Sanders’ Instagram accounts. Researchers have also investigated populist political storytelling and mobilization strategies via images using discourse analysis (Doerr, 2021; Wodak and Forchtner, 2014) and visual narrative analysis (Freistein and Gadinger, 2020; Freistein et al., 2022). Finally, visual representations of populist actors in mainstream media have gained academic interest (Herkman, 2019; Klumpp, 2020). The present article contributes to this research field by drawing attention to the above-mentioned distinction of populism *through* the media and populism *by* the media. The comparative design complements recent works that have focused on the imagery of far-right alternative outlets (Schilk and Gegenfurtner, 2022; Tuomola and Wahl-Jorgensen, 2023).

In this context, studying magazines is promising because of their politico-cultural significance. Magazines fulfil multiple functions. They may serve as instruments of power in terms of the Gramscian notion of preserving hegemony. Furthermore, they can be seen as community creators by operating as platforms where social and cultural identity issues of an assumed homogeneous group are expressed and discussed. Finally, and more broadly, magazines are considered cultural artefacts containing elements of both (Kitch, 2018). The present study draws on this magazine-as-culture approach in that it searches visual content ‘for recurring stories and symbols’ (p. 13). Cover images are of particular interest here because they convey the magazines’ central messages

in a pointed way. Their recognition value in newsstands and social media makes covers an important form of expression of how the political is imagined (Browne and Diehl, 2019).

METHODS AND MATERIALS

Image type analysis

Image type analysis follows in the tradition of visual content analysis (Parry, 2020; Rose, 2016), but integrates the iconographic–iconological approach of art history as well (Grittmann and Ammann, 2011: 165). This allows for in-depth analysis of denotation and connotation. Both social science and art history are interested ‘in understanding and unravelling how individuals as well as groups of people make sense of cultural artifacts and how, in turn, the visuals shape cultural belief systems at a given time’ (Müller, 2011: 286). According to this understanding, image type analysis takes up art historian Erwin Panofsky’s assumption that image motifs conventionalize in cultural spaces and epochs, and that specific themes and ideas determine the world of images. Grittmann and Ammann (2011) argue that the notion of *types* (Panofsky, 1982), serving art historians as reference points enabling classification and dating of single works of art, is also fruitful for media and communication research in a discussion of patterns of visual media coverage and their multiple implicit meanings.

The method consists of two main steps. In a first step, the visual material is classified along recurring motifs following an inductive reasoning (Müller, 2011: 286). The second step consists of constructing image types. The method requires an in-depth knowledge of the visual material achieved through constant (re-)immersion (Müller, 2011: 287; Parry, 2020: 355). Due to the complex design of magazine covers, image types in this context cannot achieve the internal homogeneity and external heterogeneity that characterize conventional press photography (Grittmann, 2007). Thus, there may be overlaps and a cover can be assigned to more than one image type.

Characterization of the two magazines

Despite its occasional tendency towards tabloidization and its sometimes sarcastic prose (Gehrs, 2005), the newsweekly *Der Spiegel* has always been known for its investigative journalism and background reports. It is considered an elitist medium with a predominantly left-liberal orientation, although its political stance can be described as somewhat erratic, not only in the era of its founder and publisher Rudolf Augstein but also in the years since (Gehrs, 2005; Schrag, 2007: 163–164). The magazine has a leading function in the German media landscape not only in terms of a large readership³ but also in the constitution of the public sphere in the way that other media and political communication experts regularly refer to it. Thus, issues set by this *Leitmedium* spill over into the media environment (Wilke, 2009).

It can be assumed that *Compact* is part of this environment, on the one hand reacting to the issues but, on the other, setting its own agenda which is characterized by an apocalyptic and conspiracist worldview (Quent, 2019: 206). In accordance with Cas Mudde's (2019: 7) definition of the far right, the magazine has become a case of extremism, rejecting 'the essence of democracy, that is, popular sovereignty and majority rule.' This not only becomes obvious when studying the magazine's content (Schilk, 2017; Schilk and Gegenfurtner, 2022) but also when considering its close relationship to the Alternative for Germany (AfD) and, in recent years, to the party's nationalist wing *Der Flügel* in particular. Since the dissolution of the latter by the Federal Office for the Protection of the Constitution in spring 2020, *Compact* has been listed as a suspected case of right-wing extremism. In 2021, the Federal Office classified the magazine as 'definitely extremist' (Bundesamt für Verfassungsschutz, 2021: 76).⁴

Over the past few years, communication scholars have shown increased interest in the symbiotic interdependencies (Haller et al., 2019) between political actors and media outlets at the fringes of the political spectrum and how this affects the political climate. In this context, and independently of a medium's ideological orientation, Kristoffer Holt and colleagues draw on the concept of alternative media referred to as 'self-perceived corrective[s] of "traditional", "legacy" or "mainstream" news media in a given sociocultural and historical context' (Holt et al., 2019: 862). Following this reasoning, *Compact* is defined here as a far-right alternative magazine whereas *Der Spiegel* represents a traditional mainstream medium with a liberal tradition, leaning slightly to the left (Schrag, 2007). Taken together and bearing in mind Kitch's (2018: 13) notion of 'magazines as culture', it seems reasonable to compare visual representations of politicians in these two magazines by asking whether and how they differ and what implications this may have on the distinction of populism *through* and *by* the media. Finally, this approach allows complementing content analyses of *Compact* (Culina and Fedders, 2016; Schilk, 2017) which have been so far mostly limited to a textual basis (but see Schilk and Gegenfurtner, 2022).

Data selection

For this study, all covers of *Der Spiegel* and *Compact* depicting contemporary German politicians from 2010 to 2020 were considered. The focus on the depiction of politicians chosen here is based on the relevance of personalized news coverage of politics which is expected to be especially prominent on a visual level (Diehl, 2017). From a symbolic and performative perspective, the politician's body is considered a direct medium of communication. This has crucial implications for democratic representation as mass-mediated images of politicians compensate for the inevitable distance between them and the citizens, and serve as a medium of identification for the audience in two ways.

On the one hand, images represent the respective claims and policies of representatives. On the other hand, they are able to connect citizens to the politician in a more personal way (Diehl, 2017: 365–366).

As *Compact* was first published in 2010, this year was chosen as a starting point for the investigation. Depictions of foreign and formerly active politicians were not included as they are of less importance for the German readership at the given time of publication. Furthermore, portraits covering less than one fifth of the image's vertical extent were excluded from analysis. In total, the sample consists of 103 cover images (67 of *Der Spiegel*, a weekly magazine, and 36 of *Compact*, a monthly magazine). The main image of the title story was the unit of analysis, not considering banderols or smaller images. However, headlines, subtitles and captions provide crucial contextual information by underlining or opposing the connotation of the visual representation (Tseronis, 2021). Due to the covers' multimodal character (Kress, 2010) the verbal messages are considered in the analysis, too.

In order to detect relevant material in the context of this study, it seemed useful here to draw on the elements which are theoretically attributed to populism in a communication context, such as personalization, emotionalization, dramatization and the accentuation of antagonistic structures in a mediatized political realm (Mazzoleni, 2014). The material was reviewed, with a view to identifying patterns linked to the above-mentioned attributes. The six cases (see Table 1) are discussed via the iconographic–iconological approach used in image type analysis for the purpose of detailed description and interpretation (Grittmann and Amann, 2011; Panofsky, 1982).

Of all selection criteria, the notion of emotionalization needs to be clarified in more detail. From a cognitive psychological perspective, emotions are conveyed more easily through visuals due to an associative logic, as opposed to a more rationally determined textual communication which is bound to grammatical and semantic conventions (Messaris and Abraham, 2001; Müller, 1999). However, without negating the circulation 'through individual bodies' (Wahl-Jorgensen, 2019: 5, emphasis in original), emotion is conceptualized here rather as a relational and discursively relevant phenomenon which is hence – at least partially – socially constituted. In this sense, 'emotions circulate in public discourse in patterned ways that have profound social and ideological ramifications' (Wahl-Jorgensen, 2019: 9). The media as well as political actors make use of this in their visual communication in order to attract people's attention and/or to promote a specific political agenda.

ANALYSIS AND RESULTS

Before the image types are presented, a few formal characteristics of the covers will be pointed out. *Compact*, for example, mostly uses close-up portraits whereas *Der Spiegel* draws on a broader range of portrait formats. Whereas *Compact* mostly depicts only a single politician, *Der Spiegel* more often shows

Table 1. Examined covers ($N = 103$), *Der Spiegel* (67), *Compact* (36) (multiple coding possible).

Image types	<i>Der Spiegel</i>	<i>Compact</i>	Description
Criminals	18	15	The politician is portrayed as a criminal in his/her appearance and/or by the caption. This includes cheats, racketeers as well as traitors to presumed national interests.
Religious context	4	3	The politician is depicted in a garment that suggests a religious context. The caption suggests a religious context.
Action heroes	1	4	The politician is depicted in the costume of an action hero or in a recognizable scene of an action film.
Historical context	14	7	The politician is depicted in the clothing of an historical figure.
			The politician is depicted in a representation tradition from the past (poster).
			The politician has been photomontaged into a photo from the past.
			The politician is depicted together with a former or deceased politician.
			The caption makes a reference to the past.
National Socialists	3	4	At least one of the above points contains a reference to National Socialism.
Antagonists	17	2	The cover shows at least two politicians whose relationship is characterized either by a dismissive posture/ gaze or by confrontation (shouting at each other, looking directly into each other's eyes). It can be reinforced by terms like 'fight' or 'warrior' in the caption.
Interchangeable elite	0	2	The head of a politician is placed on the torso of another established politician by photomontage.
Others	16	8	Covers that cannot be mapped to any of the image types.



Figure 1. *Der Spiegel*, 30 September 2013. © DER SPIEGEL, reproduced with permission.

politicians in interactive situations. Angela Merkel, the incumbent Chancellor at the time of study, was the most depicted politician in both magazines' covers (*Der Spiegel*: 40, *Compact*: 16). Eight *Der Spiegel* covers show AfD politicians, on the part of *Compact* there are two. The background in the covers varies significantly depending on the topic and the context. Strikingly, however, all of the viewed *Compact* covers except for three operate with a black vignetting which not only focuses the viewer's attention on the centre of the image but also fosters a dramatization of the depicted scene. *Der Spiegel* also uses this stylistic device, but to a lesser extent and in a rather context-dependent manner. In the case of *Compact*, it seems to be more of a trademark and an expression of the supposed truths that are obscured by the leading mainstream media and that the magazine purports to expose (Schilk and Gegenfurtner, 2022: 307). In the following, six prominent image types are exemplified.⁵

Criminals

Figure 1 shows the cover of *Der Spiegel* no. 40/2013. We can see the close-up portraits of a man with short black hair on the left and a woman with medium-length brown hair on the right. The man wears a red bandana with lots of small identical imprints saying 'SPD'. The cloth covers his mouth and nose. His stern gaze directly focuses upon the viewer. The woman, slightly in the

background, looks in the same direction. She wears a mask covering the rims of her eyes. A source of light illuminates the two faces while a vignetting fades to a black background. The persons are Sigmar Gabriel, at that time party leader of the Social Democrats (SPD) and the Chancellor Angela Merkel (Christian Democratic Union, CDU). It is clearly recognizable that they are portrayed as bandits here. The caption saying ‘Hand over your money!’ underlines the notion of a hold-up situation. The close-up shots combined with a call for action create a performative image that attempts to incorporate the viewer (Ginzburg, 2001).

The subtitle reads, ‘The tax plans of the CDU/CSU and SPD’ and thus provides more information on the connotative level for an iconological interpretation. The cover refers to negotiations concerning tax policies between SPD and the CDU shortly after the federal election of 2013. The majority of voters opted for parties (above all the CDU) that had promised not to raise taxes. However, the election results created a situation in which the CDU had to make concessions to the SPD in order to reach a coalition agreement which was finally formed in December. The cover alludes to the idea that voters were cheated out of the announcement made in the run-up of the elections.

Compact also operates with the visualization of politicians as criminals, especially in connection with the so-called refugee crisis. Issue no. 12/2015 shows Merkel in a close-up portrait behind prison bars (*Compact*, 2015a).⁶ Her face is illuminated, which makes her look pale against the black vignetting and the dark background of the prison cell. The corners of her mouth point downwards and she seems lost. The cover has to be seen in the context of Merkel’s refugee policy and her decision to open German borders to unregistered refugees in autumn 2015. As a result, conservative and right-wing populist actors accused her of breaking the law and filed criminal charges against her. Taking into account this background knowledge and the cover’s textual messages, a twofold enemy image is constructed here. On the one hand, the cover shows the dichotomy of ‘us’ (the people) and ‘them’ (the elite) as an inner enemy. On the other hand, it implicitly addresses an outer enemy (the refugees). The title ‘Merkel? Arrest her!’ reminds the viewer of a plebiscite and thus reveals the populist critique of liberal democracy. In this illiberal view, the homogeneous, spontaneous and direct will of the people replaces judicial review.

Within the category *criminals*, *Der Spiegel* focuses on misconduct, i.e. intrigues, cheatings and racketeering. *Compact*, in contrast, depicts politicians as traitors who act according to the will of foreign politicians or organizations. This goes hand in hand with a generalized elite enemy image and the reclamation of supposedly lost sovereignty.

Religious context

Visual references to religion have an emotionalizing potential, especially when national and cultural identities are at stake (Simpson, 2019). Figure 2 shows a close-up of Merkel wearing a white nun’s habit; a veil with blue horizontal

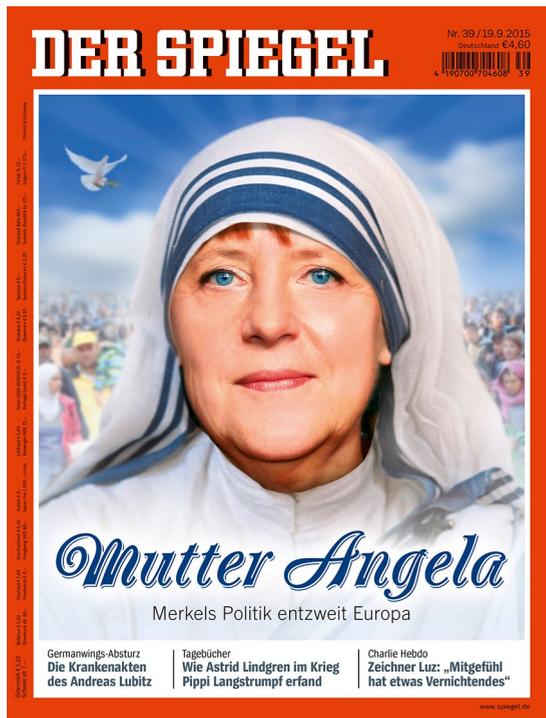


Figure 2. *Der Spiegel*, 19 September 2015. © DER SPIEGEL, reproduced with permission.

stripes on the forehead covers her hair and falls over her shoulders. Her gaze focuses on the viewer with a discreet smile and shining eyes. In the background we can see an indistinct crowd. Two women are wearing headscarves. Above the crowd there is blue sky with some white clouds. Considering the date of publication as well as the caption 'Mother Angela – Merkel's policy divides Europe' we can conclude that this cover is part of the debate on the so-called refugee crisis. Merkel is depicted as Mother Teresa, who is equally renowned for her charity towards the disadvantaged as well as for the poor conditions in the houses of her order (Sebba, 1997). Despite controversy surrounding Merkel's generous refugee policy, this visual portrayal is quite positive and indicates support with regard to her decisions. Considering the brightness, the soft-focus effect, the aureole and the gleam of light in Merkel's eyes, the cover makes her appear as a saint who gives hope to the refugees. This impression is reinforced by the Christian cross on her shoulder and the peace dove in the upper left corner – both known as symbols for hope (Klotz, 2009).

Compact issue no. 01/2015 depicts Merkel in a close-up shot, set on the right half of the cover (*Compact*, 2015b). She wears a greyish-green headscarf covering most of her hair, her ears and her neck. She stares at the viewer with a lethargic facial expression, the corners of her mouth pointing

downwards. She looks pale and tired. To her left, in the background, we can see the Republic Square and the Bundestag building⁷ with a crescent placed on top of its cupola. A blue sky with some white clouds completes the scene. Black vignetting extends to both the left and the top edge of the picture. Written in red letters the title reads 'Mutti Multikulti' and the subtitle says 'Merkel's migration policy'.

The cover was published months before the start of what would later be referred to as the refugee crisis. However, the issue of migration had been on the agenda long before. The release of this cover coincided with the founding period of the ethno-nationalistic PEGIDA⁸ movement. We are confronted with a twofold framing of enemy images here. On the one hand, we can identify the notion of an 'Islamization' of Germany, the crescent being not only a widespread Muslim emblem used, for example, as finials on minarets, but also part of national symbols, such as flags (Schacht and Ettinghausen, 1986), is chosen here to promote the image of an 'islamized' German state. On the other hand, we can see Merkel depicted in a hijab, insinuating that she is one of 'them' and acting in their name.⁹

Action heroes

Another image type uses the portrayal of politicians as *action heroes*, also for emotionalizing purposes. In February 2010, *Der Spiegel* depicts the Minister of Foreign Affairs Guido Westerwelle as an unmistakable incarnation of *The Incredible Hulk* from the film of the same title (Figure 3). He is equipped with a supernaturally muscular green-coloured body and the caption reads 'The incredible Guido'. He wears a ripped muscle shirt in the colours of the Free Democratic Party (FDP). The imprint saying '18%' hints at a widely ridiculed election campaign in 2002 in which the Liberals sought to triple their vote share from 6 to 18 percent.¹⁰ With the torso slightly bent forward to the side and the legs in an offset position, Westerwelle rushes through the scene trampling anything standing in his way. His gaze is directed resolutely ahead and the facial expression reminds the viewer of an energetic speech. As the subtitle indicates, the cover refers to taking stock of his first 118 days as Vice Chancellor. At that time, public debate centred on the question of whether he is suited to hold office due to his provocative statements on the *Hartz IV* social welfare measures, taken up in the cover by a cracked luminous advertisement in the lower right section of the image. In the middle ground on the right we can see Chancellor Merkel burying her face in her hands, seemingly not believing what her coalition partner is about to do. In the background, a devastated Berlin is going up in flames with the Bundestag building in the upper left corner as well as the tumbling and smoking television tower and the Federal Chancellery in the upper right corner. The flag behind Westerwelle's right shoulder alludes to a party donation scandal with the Mövenpick hotel group. The three-level image composition seems to trace his path. A helicopter



Figure 3. *Der Spiegel*, 22 February 2010. © DER SPIEGEL, reproduced with permission.

flying over the scene spotlights the politician's head, underscoring the attention on his person. This matches his attention-grabbing populist image in the public debate, both during the 18 percent campaign in 2002 and his statements on social welfare measures in 2010.

In a similar manner, though in a static way, the Minister-President of Thuringia Bodo Ramelow of the party The Left, is depicted on a *Compact* cover in March 2020 (*Compact*, 2020) as *Rambo*. The caption presents the catchy alliteration 'Rambo Ramelow' and the visual orchestration differs only slightly from the original *Rambo II* movie poster. Portrayed from the head to the hips and in a slight low-angle shot, Ramelow stands in an upright position catching the eye of the observer. He wears a red bandeau, a dark muscle shirt and poses with a rapid fire gun, holding it right in front of his waist. A source of light shines upon him from the upper right side. In the background we can see red flames and black smoke.

The cover has to be seen in the context of the Thuringian government crisis in February 2020 which was triggered by the election of Thomas Kemmerich (FDP) on 5 February. For the first time, a Minister-President was elected with votes from the right-wing populist and partly right-wing extremist AfD. In the first two ballots, Bodo Ramelow of the Left Party and Christoph

Kindervater as the non-party candidate of the AfD were up for election. Since neither of them received an absolute majority in the Landtag, the FDP parliamentary group proposed its leader Kemmerich as a third candidate in the third ballot. The AfD parliamentary group maintained Kindervater's candidacy for the third ballot, but unanimously voted for Kemmerich, who finally won the election. After severe criticism, he resigned three days later. The subtitle 'The red coup' alludes to the view that Kemmerich had been forced to resign and that a legitimate election had been cancelled. Instead, the 'elite' (The Left, SPD, The Greens and the CDU) had installed a left minority government. From this perspective, the visual reference reveals a twist as Rambo is usually referred to as an anti-communist hero (Sweeney, 1999). However, the cover presents Ramelow as coup leader who circumvents the 'true' will of the people.

Both covers relate the depicted representatives to action heroes, dominating the scene with their massive bodies. This popular cultural genre might also be appealing to an audience not interested in party politics and quarrelling between political actors. At the same time, the references foster a dramatization and emotionalization of politics.

National Socialists

Another image type found in the visualization of contemporary politicians concerns historical recontextualizations. Direct references to National Socialism (NS) play a major role in the portrayal of right-wing populist actors, e.g. in political cartoons (Herkman, 2019). Thus, two examples from this category are presented here. Especially in German political culture, analogies to NS have an emotionalizing potential. In issue no. 6 of 2016, *Der Spiegel* portrayed the AfD's chairwoman Frauke Petry together with the well-known party official Alexander Gauland in the form of busts (Figure 4). Both show the same severe facial expression. They hold their heads high and their gaze seems to focus a distant target standing on the right side from the perspective of the viewer. In the background, we see a crowd gathering on a grandstand bordered by arcades at the top end. Whereas the two politicians are each inserted with a modern photograph, though in black-and-white and sepia, the background is depicted in the form of a somewhat blurred and dusty-looking old photograph. Continuing the analysis to the connotative level allows for the interpretation that the construction in the background is the grandstand of the Zeppelin Field on the National Socialist's party (NSDAP) rally grounds in Nuremberg. Considering the image's dimensions, the politicians are inserted at the site as if they were leaders of the NSDAP. The allusion is underscored by the slight low-angle shot which reminds the viewer of fascist propaganda photography (Herz, 1994) and films such as the well-known *Triumph of the Will* from 1935 by Leni Riefenstahl. The people in the background are waving different kinds of flags known from rallies of the ethno-nationalistic PEGIDA movement that have been taking place in Germany since October 2014.



Figure 4. *Der Spiegel*, 6 February 2016. © DER SPIEGEL, reproduced with permission.

Together with the caption ‘the hate preachers’, the anachronistic visual orchestration hints at the relation between the AfD and PEGIDA and the implications this has for the political climate (Vorländer et al., 2018: 202). The issue’s publication preceded a provocative statement ascribed to Petry saying that the police – as *ultima ratio* – had to use firearms to stop illegal refugees at the border.

Strikingly, the reference to NS in the depiction of contemporary politicians is not restricted to representatives of right-wing parties’ depictions in a mainstream medium. The cover of *Compact* issue no. 01/2017 shows Chancellor Merkel in a bust portrait black and white photograph with a completely black background (*Compact*, 2017a). A source of light illuminates the right half of her face. In the lower left corner, we can see her right hand making a moderating gesture. It seems to be a typical depiction of her, except for the iconic ‘Hitler moustache’. The black-and-white photograph suggests a reference to the past. Combined with a low-angle shot it creates a perfect analogy to the iconography of NS propaganda (Herz, 1994).

As the caption ‘Merkel’s last battle. End time in the chancellor’s bunker’ reveals, the example refers to Adolf Hitler’s last days in the *Führerbunker* and the analogy of wishing for the end of Merkel’s tenure as chancellor. Thus, the cover draws a parallel between the delusional and self-centred dictator, who

lived in seclusion, and the incumbent chancellor Merkel not reflecting upon her supposed mistakes. As a result of Donald Trump's election and the global rise of illiberalism, she was called the 'leader of the free world' (Garton Ash, 2016). *Compact* counters this view with the following message: just as Nazi Germany could only come to an end with Hitler's death, the 'globalist elite' and the 'liberal world' would only end with Merkel's resignation.¹¹

To sum up, then, the two presented cases both make use of what is anchored in the collective memory as evil. However, the cover images point to two different developments perceived as dangerous. The outrage-provoking visualizations of *Der Spiegel* deal with the danger right-wing populist actors pose for liberal democracy. The cover of *Compact*, in contrast, purports to oppose a 'liberal hegemony' incarnated by Merkel who is depicted as a dictator. The linkage to Nazi dictatorship in *Compact* covers is also salient in representations of other politicians. The May 2011 issue depicts Renate Künast (The Greens) in the uniform of the *Schutzstaffel*. Heiko Maas (Social Democratic Party), Minister of Justice, equally shown in a uniform, was associated with Joseph Goebbels and his speech in the Berlin Sportpalast (1943) in July 2016 (*Compact*, 2011, 2016). In this sense, the reference to NS seems to be a popular visual stylistic device used by the far-right alternative magazine to depict leading members of government or the disdained Greens as members of an illegitimate elite.

Antagonists

Compact most often only depicts a single politician on its covers whereas *Der Spiegel* also focuses on interaction of representatives. However, negotiation and deliberation as ideal principles of democracy do not seem to characterize these visual representations. Rather, an antagonistic element comes to the fore. According to the notion of populism *through* the media, the tendency towards highlighting conflict and breakdown has been described as an opportunity structure for political populism, potentially catalysing general mistrust in representatives (Mazzoleni, 2008). The focus on dissent and on politicians as opponents is reflected visually in multiple ways. *Der Spiegel* of 4 June 2016 shows Chancellor Merkel and the Bavarian Minister-President Horst Seehofer arranged symmetrically yet clearly separated on a red couch (Figure 5a). They ostentatiously face away from each other, a setting which reminds the viewer of a couple in crisis, unwilling to communicate. Seehofer clenches his fists and presses his lips together tightly, expressing aggressiveness and Merkel's posture, as well as her facial display, conveys defiance. The issue was published at a time when the two politicians' parties were in a factional struggle about the conservative orientation of the Union.¹² The dispute had already begun during the so-called European refugee crisis in 2015 when Seehofer called for a restrictive immigration policy. The headline 'Are you crazy?' hints at its potential consequences for the stability of the grand coalition as well as at the



Figure 5a. *Der Spiegel*, 4 June 2016. © DER SPIEGEL, reproduced with permission.

assumed boost for the right-wing populist AfD which could ensue. The subtitle 'The Chancellor and her Seehofer: A vain enmity becomes a danger to the country' also points to the damage to the nation which is visually symbolized by the use of the German flag's black, red and gold colours.

Figure 5b shows another display of visualized antagonism. This visually construed antithesis (Tseronis, 2021: 11) published in November 2014 deals with the Ukraine crisis, triggered by the annexation of the Crimea by Russia. On the upper left side, we can see Merkel's severe looking face in a profile shot, looking directly into the eyes of Vladimir Putin, whose face opposes hers in exactly the same way. Both heads are bent slightly forward suggesting their readiness to fight. A virtual vertical line divides the image into two halves, symbolizing the two camps in the conflict. The opponents seem to be backed by their adherents, symbolically visualized by crowds waving the Ukrainian and the European flag on the one side and the Russian one on the other. The bluish cast in the faces and the background remind the viewer of ice. This impression is emphasized by the caption 'Cold Warriors', which is at the same time an insinuation of a possible immediate escalation. Taken together, the image type *antagonists* is interpreted as an expression of populism *through* the media as it stresses conflict and not the consensus-seeking aspects of democracy.



Figure 5b. *Der Spiegel*, 24 November 2014. © DER SPIEGEL, reproduced with permission.

Interchangeable elite

The antagonistic type almost exclusively occurs in the images of *Der Spiegel*, due also to *Compact's* focus on one politician per cover. The *interchangeable elite*, however, is an example exclusively present in the latter. Obviously using photomontage, the faces of the Social Democratic candidates for the chancellorship in the 2013 and 2017 campaigns were placed onto Merkel's body.

Compact issue no. 11/2012 shows a bust portrait of Merkel with a fusion of Peer Steinbrück's face, the dome of the Bundestag building appearing in the background (*Compact*, 2012). Steinbrück, who formerly led the Federal Ministry of Finance (2005–2009), was nominated as the candidate for chancellorship of the Social Democrats (SPD) in October 2012.¹³ The caption saying 'Steinbrück: Is she going to be the next chancellor?' underscores the assumed arbitrary replaceability. Thus, in this image, Merkel and Steinbrück represent the entirety of the 'corrupt elite' who do not act in accordance with the will of the 'people'. Following this interpretation, the dome's symbolic meaning of parliamentarism and democratic transparency is challenged here. Its eclipse instead points to the elite's dark deeds.

Similarly, we find a visualization of Martin Schulz in the *Compact* issue no. 03/2017 showing his face on Merkel's body, unmistakably symbolized by her iconic diamond gesture and unicoloured blazer (*Compact*, 2017b). In the

background, the European Flag is visible, pointing to his presidency of the European Parliament (2012–2017). The stars of the flag are orchestrated as a halo which alludes to Schulz's glorification and the euphoria among German Social Democrats in the federal election battle. The former EU politician was very popular and his nomination as candidate brought back momentum for the stumbling SPD against Merkel's CDU.¹⁴ The headline 'Schulz becomes Merkel' as well as the subtitle 'The new candidate of the elite' support the visual message of an homogeneously constructed elite. These images take up the populist narrative of a conformist elite whose personnel is considered interchangeable in their political positions, no matter their party affiliation. The interpretation of the *interchangeable elite* presented here thus points to populism *by* the media.

CONCLUSION

This study has enquired into the question of how far a theoretical distinction between populism *through* and *by* the media becomes visible in a comparative analysis of the visualizations of German politicians on covers of the German news weekly *Der Spiegel* and the far-right alternative monthly *Compact*. The analysis offers insights into the visual communication of two German political magazines that are important mouthpieces of the potential electorate of mainstream parties and a right-wing populist and extremist party, respectively.

Of course, populism *by* the media on the part of *Der Spiegel* is not to be expected from the outset. However, an agitating style for attention-grabbing purposes is likely to be visible in both magazines, just as Christian, Social and Liberal Democrats may sometimes use provocative rhetoric. In order to further clarify the theoretical distinction between populism *through* and *by* the media, a linguistic differentiation between the adjective 'populist' and the noun 'populism' is considered useful. While the former refers to a temporary appealing rhetoric and style also used by mainstream media, the latter is understood as a political programme of a medium in the ideational sense (Puhle, 2021: 46). Within the notion of populism *through* the media, the visual highlighting of conflict and antagonism in democratic politics can be interpreted as opportunity structures for populist actors. An example is the image type *antagonists*. The prioritization of conflict is considered to be obstructive to democratic discourse and is closely linked to theoretical debates on the tense relationship between democracy and populism in a media and communication perspective. Although conflict is also at the heart of democracy, 'a purely agonistic view dismisses the fact that the politics of consensus-seeking through communicative action is also central to democracy' (Waisbord, 2019: 231).

However, as the analysis shows, populism as an '-ism', i.e. populism *by* the media, only applies to *Compact*. Regarding the populist Manichean world view of 'bad elites' acting against the 'good people', this becomes visible in the image type of the *interchangeable elite* as well as in *criminals*. As far as

xenophobic and Islamophobic imagery is concerned, this materializes in the type of *religious context*.

The image type *action heroes* reveals that both periodicals draw on this popular cultural genre, indicating an emotionalization and dramatization of politics. Such references to popular tastes are also reflected in the type of *National Socialists*, which has traditionally been a popular reference in German politics and culture and is widely used to defame and scandalize the political opponent, no matter its ideological orientation (Eitz and Stötzel, 2007: 489–504). *Compact* uses ostensibly unambiguous visual references to past regimes for new rule, power and representational purposes.

Admittedly, the results presented here are limited in scope, and this is mainly for two reasons. Firstly, the study relies on a relatively small sample, focusing only on depictions of politicians in magazine covers. This is a reasonable starting point for analysis given the high degree of personalization in political news coverage and the potential implications visual framing of politicians may have for identification purposes of the citizens in the context of populism (Diehl, 2017). However, future research should take into account various outlets as well as images with more policy-specific content. By looking at visuals dealing with issues that right-wing populist and far-right actors are considered to have ownership of, such as migration, future research could provide deeper insights with regard to the construction of populist chains of equivalence. Secondly, the semiotic approach does not allow for inferences of recipients' reactions. Therefore, future research is encouraged to expand the approach by adopting an audience-centred perspective.

Notwithstanding these methodological caveats, this contribution has shown the potential of studying magazine covers in a populist communication context. Approaching populism from the performative and stylistic perspective has proved useful as it allows precise reflection upon the complex relationship between content and style. In order to arrive at a satisfactory iconological interpretation, we as observers are dependent on both contextual information in the sense of knowledge on current affairs as well as on paratextual knowledge (Genette, 1997), i.e. additional information that goes beyond the images such as captions and the journalistic stories behind them. Nonetheless, images should be considered as discursive acts within this theoretical approach because they are powerful instruments for simplifying, emotionalizing and dramatizing political issues. They are easily modified, re-contextualized and used for populist and anti-democratic purposes, as can be seen in the meme culture, hate speech and in targeted political disinformation campaigns. Therefore, it is crucial to further clarify the role of images in the problematic relationship between populism and liberal democracy, and the growing importance of post-truth politics (Waisbord, 2019). Within this context, research should also investigate mutual references in the imagery of mainstream and self-proclaimed alternative media. Fostering visual media literacy in this field will be increasingly necessary as visual communication and

its emotional appeal are expected to gain relevance in years to come, online as well as offline.

ACKNOWLEDGEMENTS

An earlier version of this article was presented at the 2nd Helsinki Conference on Emotions, Populism and Polarisation (HEPP) in May 2021. I want to thank all the participants for their helpful comments. I am also indebted to two anonymous reviewers as well as Horst-Alfred Heinrich and Maximiliane Eckhardt who helped to improve the manuscript with their valuable thoughts. Jack Broughton took care of linguistic revisions. Finally, I am grateful to Jana Pflaeging, one of the journal's editors, for her kind support in the publication process.

DECLARATION OF CONFLICTING INTERESTS

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship and publication of this article.

FUNDING

This study was conducted as part of the research project *Visualisierung der Demokratie* within the Bavarian Research Association *ForDemocracy*. The project was funded by the Bavarian State Ministry of Science and the Arts.

ORCID ID

Lorenz Klumpp  <https://orcid.org/0000-0001-8929-1323>

NOTES

1. Following Niko Hatakka (2019:37), by 'media' I refer 'to all platforms that allow the mediation of ideas and discourse. In most populism research, 'the media' refers to traditional channels of mass communication, that is, the legacy media or professional news organizations previously represented mainly by the print press, radio, and television. Therefore, when using 'the media', I am referring to the journalistic professional news media.'
2. The authors include a third perspective, namely 'populist citizen journalism' (Esser et al., 2017; see also Moffitt, 2019) which describes the phenomenon of media organizations giving space for readers to comment on articles online. This final perspective focuses on recipients' reactions to media content and will not be taken into consideration here.
3. According to the Information Community for the Assessment of the Circulation of Media (IVW), *Der Spiegel's* edition was around 560,000 in the fourth quarter 2022 (IVW, 2023).

4. One of the *Compact* founders, Jürgen Elsässer, used to be a member of the Communist League and author of many left-wing media. Scholars therefore considered *Compact* to be part of a *Querfront* network in its early years, suggesting that it tried to unite radical left and right positions to overcome a perceived liberal hegemony. Despite its development into a far-right medium, the magazine shows ideological flexibility and still utilizes *Querfront* argumentation for opportunistic purposes, e.g. on the occasion of the heterogeneous protests on political measures in the Covid-19 pandemic.
5. The category 'other' does not imply that no more types can be identified here. However, they were not considered relevant in the given context of populism by and through the media.
6. All *Compact* covers analysed here are shown in a separate research documentation (Klumpp, in press).
7. It is still known as the 'Reichstag building'. With the term 'Bundestag building' I refer to its political function today as the seat of the German Federal Parliament.
8. Short form of *Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes* (Patriotic Europeans against the Islamization of the Occident).
9. Within this religious contextualization of Merkel, both examples relate to the notion of motherhood as a manifestation of female leadership. The attribution of 'mother' is not necessarily used with derogatory intent. Regarding *Compact*, however,

the toxic cocktail of Muslimizing Merkel's appearance, then maternalizing her leadership role, not only negate the power of her decisions and trivialize her status as the last standing leader of the free world, but also speak volumes about the underlying anxieties about plural societies and intersectional identities. (Simpson, 2019: 313)
10. While the party did not reach this goal back then, in the federal election 2009, the FDP received 14.6 percent of the votes, which marked a considerable success.
11. The visual representation of Merkel as a National Socialist has been used in multiple adaptations and contexts. To provide just one example, in the Euro debt crisis when Southern European countries, notably Greece, struggled with far-reaching demands for budget cuts, a Greek newspaper depicted Merkel in a *Bund Deutscher Mädel* (League of German Girls) uniform. It is also in this context where the only example of *Der Spiegel* shows a leading member of the government associated with NS. In March 2015, Chancellor Merkel is inserted, by way of collage, into a photo from the early 1940s showing some high-ranking military personnel of the *Wehrmacht* in front of the Acropolis (*Der Spiegel*, 2015). However, she wears no NS insignia and the subtitle 'How Europeans see the Germans' contextualizes the visual message.

12. The Christian Social Union (CSU) is the Bavarian regional sister party of the conservative Christian Democratic Union (CDU) which does not run for elections in Bavaria. Only at federal level do both parties operate together and are referred to as 'CDU/CSU' or simply as 'Union'.
13. Due to his controversial personality and a number of unfortunate performances, Steinbrück could not lead the party to a victory against the constantly popular incumbent Angela Merkel in the 2013 Bundestag elections (Rosar and Hoffmann, 2015).
14. However, the SPD ended up with its worst result since 1949 (Wuttke and Schoen, 2019).

REFERENCES

- Aalberg T et al. (eds) (2017) *Populist Political Communication in Europe*. New York, NY: Routledge.
- Bast J (2021) Managing the image: The visual communication strategy of European right-wing populist politicians on Instagram. *Journal of Political Marketing* Online First. DOI: 10.1080/15377857.2021.1892901.
- Bernhardt P and Liebhart K (2017) Politik auf Instagram: Bildstrategien von Norbert Hofer und Alexander Van der Bellen im Bundespräsidentenwahlkampf 2016 (Politics on Instagram: Visual strategies applied by Norbert Hofer and Alexander van der Bellen during the presidential election campaign 2016). *SWS-Rundschau* 57(2): 146–167.
- Browne C and Diehl P (2019) Conceptualising the political imaginary: An introduction to the Special Issue. *Social Epistemology* 33(5): 393–397.
- Bucy EP and Joo J (2021) Editors' introduction: Visual politics, grand collaborative programs, and the opportunity to think big. *International Journal of Press/Politics* 26(1): 5–21.
- Bundesamt für Verfassungsschutz (Federal Office for the Protection of the Constitution) (2021) Verfassungsschutzbericht (Annual Report). Bundesministerium des Innern und für Heimat (Federal Ministry of the Interior) (ed.). Cologne/Berlin.
- Compact* (2011) Die Öko-Diktatur kommt. Available at: <https://www.compact-shop.de/shop/heft-download/download-2011/compact-heft-mai-2011-download/> (accessed 23 February 2023).
- Compact* (2012) Steinbrück: Wird sie die nächste Kanzlerin? Available at: <https://www.compact-shop.de/shop/heft-download/download-2012/compact-heft-november-2012/> (accessed 23 February 2023).
- Compact* (2015a) Merkel? Verhaften! Die kriminelle Kanzlerin. Available at: <https://www.compact-shop.de/shop/compact-magazin/compact-magazin-dezember-2015-print-pdf/> (accessed 23 February 2023).
- Compact* (2015b) Mutti Multikulti. Merkels Migrationspolitik. Available at: <https://www.compact-shop.de/shop/heft-download/download-2015/compact-heft-januar-2015/> (accessed 23 February 2023).

- Compact* (2016) Wollt Ihr den totalen Maas? Available at: <https://www.compact-shop.de/shop/compact-magazin/compact-magazin-juli-2016/> (accessed 23 February 2023).
- Compact* (2017a) Merkels letzter Kampf. Endzeit im Kanzlerbunker. Available at: <https://www.compact-shop.de/shop/compact-magazin/compact-magazin-januar-2017/> (accessed 23 February 2023).
- Compact* (2017b) Schulz wird Merkel. Der neue Kandidat der Eliten. Available at: <https://www.compact-shop.de/shop/compact-magazin/compact-magazin-maerz-2017/> (accessed 23 February 2023).
- Compact* (2020) Rambo Ramelow. Der rote Putsch. Available at: <https://www.compact-shop.de/shop/compact-magazin/compact-3-2020-rambo-ramelow-der-rote-putsch/> (accessed 23 February 2023).
- Culina K and Fedders J (2016) *Im Feindbild vereint: zur Relevanz des Antisemitismus in der Querfront-Zeitschrift Compact* (United in the concept of the enemy: On the relevance of anti-Semitism in the *Querfront-Magazine Compact*). Munich: edition assemblage.
- De la Torre C (ed) (2019) *Routledge Handbook of Global Populism*. New York, NY: Routledge.
- De Cleen B, Glynn J and Mondon A (2018) Critical research on populism: Nine rules of engagement. *Organization* 25(5): 649–661.
- De Vreese CH et al. (2018) Populism as an expression of political communication content and style: A new perspective. *International Journal of Press/Politics* 23(4): 423–438.
- Diehl P (2017) The body in populism. In: Heinisch RC et al. (eds) *Handbook on Political Populism*. Baden-Baden: Nomos, 361–372.
- Doerr N (2021) The visual politics of the Alternative for Germany (AfD): Anti-Islam, ethno-nationalism, and gendered images. *Social Sciences* 10: 20.
- Eitz T and Stötzel G (2007) *Wörterbuch der 'Vergangenheitsbewältigung'. Die NS-Vergangenheit im öffentlichen Sprachgebrauch* (Dictionary of the *Vergangenheitsbewältigung*: The Nazi Past in Public Usage). Hildesheim: Georg Olms.
- Esser F, Stepińska A and Hopmann DN (2017) Populism and the media: Cross-national findings and perspectives. In: Aalberg T et al. (eds) *Populist Political Communication in Europe*. New York, NY: Routledge, 365–380.
- Farkas X et al. (2022) Strikingly similar: Comparing visual political communication of populist and non-populist parties across 28 countries. *European Journal of Communication* 37(5): 545–562.
- Freistein K and Gadinger F (2020) Populist stories of honest men and proud mothers: A visual narrative analysis. *Review of International Studies* 46(2): 217–236.
- Freistein K, Gadinger F and Unrau C (2022) It just feels right: Visuality and emotion norms in right-wing populist storytelling. *International Political Sociology* 16(4): 1–23.

- Garton Ash T (2016) Populists are out to divide us. They must be stopped. *The Guardian*. Available at: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/nov/11/populists-us> (accessed 9 March 2023).
- Gehrs O (2005) *Der Spiegel-Komplex: Wie Stefan Aust das Blatt für sich wendete* (The Spiegel-complex: How Stefan Aust turned the magazine in his favour). Munich: Droemer.
- Genette G (1997) *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Ginzburg C (2001) 'Your country needs you': A case study in political iconography. *History Workshop Journal* 52(1): 1–22.
- Grittmann E (2007) *Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie* (The political image: Photojournalism and press photography in theory and empiricism). Cologne: Herbert von Halem.
- Grittmann E and Ammann I (2011) Quantitative *Bildtypenanalyse* (Quantitative image type analysis). In: Petersen T and Schwender C (eds) *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation: ein Handbuch* (Decoding images: Methods for visual communication research: A handbook). Cologne: Herbert von Halem, 163–178.
- Haller A, Holt K and De la Brosse R (2019) The 'other' alternatives: Political right-wing alternative media. *Journal of Alternative and Community Media* 4(1): 1–6.
- Hameleers M and Vliegenthart R (2020) The rise of a populist zeitgeist? A content analysis of populist media coverage in newspapers published between 1990 and 2017. *Journalism Studies* 21(1): 19–36.
- Hatakka N (2019) 'Populism in the hybrid media system: Populist radical right online counterpublics interacting with journalism, party politics, and citizen activism', Doctoral dissertation, University of Turku, Finland.
- Herkman J (2019) Populism in political cartoons: Caricatures of Nordic populist leaders. *Popular Communication* 17(3): 252–267.
- Herz R (1994) *Fotografie als Medium des Führer-Mythos* (Photography as a medium of the Führer myth). Munich: Klinkhardt & Biermann.
- Holt K, Figschou TU and Frischlich L (2019) Key dimensions of alternative news media. *Digital Journalism* 7(7): 860–869.
- IVW (2023) DER SPIEGEL (woe). Available at: <https://www.ivw.de/aw/print/qa/titel/122> (accessed 24 February 2023).
- Kitch C (2018) Theory and methods of analysis: Models for understanding magazines. In: Abrahamson D and Prior-Miller M (eds) *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form*. New York, NY: Routledge, 9–21.
- Klotz K (2009) Die Friedenstaube. Ikone der Friedensbewegung und Symbol der Hoffnung (The peace dove: Icon of the peace movement and symbol of hope). In: Paul G (ed.) *Das Jahrhundert der Bilder. Bildatlas. Band 1*.

- 1900 bis 1949 (The Century of Images: Picture Atlas, Vol. 1, 1900 to 1949). Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 776–783.
- Klump L (2020) NPD und AfD als Wiedergänger des Nationalsozialismus und Nationalismus? Eine Bildanalyse von Magazincovern (NPD and AfD as revenants of Nazism and Nationalism? A visual analysis of magazine covers). *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 30(3): 425–456.
- Klump L (in press) Populism by the media: Bildtypen in der Darstellung des politischen Personals auf *Compact*-Covern – eine Forschungsdokumentation (Populism by the media: Image types in the representation of politicians on *Compact*-Covers – A research documentation).
- Krämer B (2014) Media populism: A conceptual clarification and some theses on its effects. *Communication Theory* 24: 42–60.
- Kress G (2010) *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. New York, NY: Routledge.
- Laclau E (2005) *On Populist Reason*. New York, NY: Verso.
- Lobinger K et al. (2020) Pepe – Just a funny frog? A visual meme caught between innocent humor, far-right ideology, and fandom. In: Krämer B and Holtz-Bacha C (eds) *Perspectives on Populism and the Media: Avenues for Research*. Baden-Baden: Nomos, 333–351.
- Mazzoleni G (2008) Populism and the media. In: Albertazzi D and McDonnell D (eds) *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Mazzoleni G (2014) Mediatization and political populism. In: Esser F and Strömbäck J (eds) *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 42–56.
- Mendonça R and Caetano R (2021) Populism as parody: The visual self-presentation of Jair Bolsonaro on Instagram. *International Journal of Press/Politics* 26(1): 210–235.
- Messariss P and Abraham L (2001) The role of images in framing news stories. In: Reese S et al. (eds) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah: Erlbaum, 215–226.
- Moffitt B (2016a) *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Moffitt B (2016b) The performative turn in the comparative study of populism. *American Political Science Association Comparative Politics Newsletter* 26(2): 52–58.
- Moffitt B (2019) Populism and media in Western Europe. In: De la Torre C (ed.) *Routledge Handbook of Global Populism*. New York, NY: Routledge, 235–248.
- Moffitt B (2022) How do populists visually represent ‘the people’? A systematic comparative visual content analysis of Donald Trump and Bernie

- Sanders' Instagram accounts. *International Journal of Press/Politics* Online First. DOI: 10.1177/19401612221100418.
- Mudde C (2004) The populist zeitgeist. *Government and Opposition* 39(4): 541–563.
- Mudde C (2019) *The Far Right Today*. Cambridge: Polity.
- Müller MG (1999) Politische Vision (Political Vision). In: Hofmann W (ed.) *Die Sichtbarkeit der Macht: Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik* (The Visibility of Power: Theoretical and Empirical Investigations of Visual Politics). Baden-Baden: Nomos, 15–27.
- Müller MG (2011) Iconography and iconology as a visual method and approach. In: Margolis E and Pauwels L (eds) *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. London: SAGE, 283–297.
- Pallaver G (2018) Populism in the mainstream media: Germany, Austria, and Italy in comparison. In: Pallaver G et al. (eds) *Populism, Populists, and the Crisis of Political Parties: A Comparison of Italy, Austria, and Germany 1990–2015*. Bologna: Società editrice il Mulino, 99–119.
- Panofsky E (1982) Iconography and iconology: An introduction to the study of Renaissance art. In: Panofsky E (ed.) *Meaning in the Visual Arts*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 26–54.
- Parry K (2020) Quantitative content analysis of the visual. In: Pauwels L and Mannay D (eds) *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*, 2nd edn. London: SAGE, 353–366.
- Puhle HJ (2021) Populismen im 21. Jahrhundert. Begriffe und Entwicklungen (Populisms in the 21st Century. Concepts and Developments). In: Nord I and Schlag T (eds) *Die Kirchen und der Populismus: Interdisziplinäre Recherchen in Gesellschaft, Religion, Medien und Politik* (The Churches and Populism: Interdisciplinary Research in Society, Religion, Media, and Politics). Leipzig: Evangelische Verlagsanstalt, 45–56.
- Quent M (2019) Deutschland rechts außen. Wie die Rechten nach der Macht greifen und wie wir sie stoppen können (Germany far right. How the Right are grabbing for power and how we can stop them). Munich: Piper.
- Reinemann C and De Vreese CH (2017) Populist political communication: Toward a model of its causes, forms and effects. In: Aalberg T et al. (eds) *Populist Political Communication in Europe*. New York, NY: Routledge, 12–25.
- Rose G (2016) *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, 4th edn. London: SAGE.
- Rosar U and Hoffmann H (2015) Einflüsse der Bewertung der Kanzlerkandidaten Steinbrück und Merkel auf die Wahlchancen ihrer Parteien bei der Bundestagswahl 2013: War er der Falsche, war sie die Richtige? (Influences of the evaluation of the chancellor candidates Steinbrück and Merkel on the electoral chances of their parties in the federal election 2013: Was he the wrong one, was she the right one?).

- In Korte K-R (ed.) *Die Bundestagswahl 2013 Analysen der Wahl-, Parteien-, Kommunikations- und Regierungsforschung* (The 2013 Bundestag Elections: Analyses in Election, Party, Communication and Governance Research). Wiesbaden: Springer VS, 119–139.
- Schacht J and Ettinghausen R (1986) Hilāl. In: Lewis B et al. (eds) *The Encyclopaedia of Islam*, Vol. III. Leiden: EJ Brill, 379–385.
- Schrag W (2007) *Medienlandschaft Deutschland* (The Media Landscape of Germany). Konstanz: UVK.
- Schilk F (2017) *Souveränität statt Komplexität. Wie das Querfront-Magazin 'Compact' die politische Legitimationskrise der Gegenwart bearbeitet.* (Sovereignty instead of Complexity. How the *Querfront-magazine Compact Deals with the Current Legitimation Crisis*). Münster: UNRAST.
- Schilk F and Gegenfurtner G (2022) Visuelles Framing im Compact-Magazin. Ergebnisse einer quantitativen Bildtypenanalyse (Visual framing in the Compact magazine. Results of a quantitative image type analysis). *Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung* 2(2): 287–312.
- Sebba A (1997) *Mother Teresa: Beyond the Image*. New York, NY: Doubleday.
- Simpson PA (2019) 'Mama Merkel' and 'Mutti-Multikulti': The perils of governing while female. In: Krimmer E and Simpson PA (eds) *Realities and Fantasies of German Female Leadership: From Maria Antonia of Saxony to Angela Merkel*. Rochester: Boydell & Brewer, 301–317.
- Der Spiegel* (2015) The German Übermacht. Wie Europäer auf die Deutschen blicken. Available at: <https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-2015-13.html> (accessed 23 February 2023).
- Sweeney F (1999) 'What mean expendable?': Myth, ideology, and meaning in 'First Blood' and 'Rambo'. *Journal of American Culture* 22(3): 63–69.
- Tseronis A (2021) From visual rhetoric to multimodal argumentation: Exploring the rhetorical and argumentative relevance of multimodal figures on the covers of *The Economist*. *Visual Communication* 20(3): 374–396.
- Tuomola S and Wahl-Jorgensen K (2023) Emotion mobilisation through the imagery of people in Finnish-language right-wing alternative media. *Digital Journalism* 11(1): 61–79.
- Vorländer H, Herold M and Schäller S (2018) *PEGIDA and New Right-Wing Populism in Germany*. Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Wahl-Jorgensen K (2019) *Emotions, Media and Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Waisbord S (2019) Populism as media and communication phenomenon. In: De la Torre C (ed.) *Routledge Handbook of Global Populism*. New York, NY: Routledge, 221–234.
- Wettstein M et al. (2018) News media as gatekeepers, critics, and initiators of populist communication: How journalists in ten countries deal with

- the populist challenge. *International Journal of Press/Politics* 23(4): 476–495.
- Wilke J (2009) Historische und intermediale Entwicklungen von Leitmedien. Journalistische Leitmedien in Konkurrenz zu anderen. (Historical and intermedia developments of *Leitmedien*. Journalistic *Leitmedien* in competition with others). In: Müller D et al. (eds) *Leitmedien. Konzepte – Relevanz – Geschichte* (*Leitmedien*. Concepts – Relevance – History), Vol. 1. Bielefeld: transcript, 29–52.
- Wodak R and Forchtner B (2014) Embattled Vienna 1683/2010: Right-wing populism, collective memory and the fictionalisation of politics. *Visual Communication* 13(2): 231–255.
- Wuttke A and Schoen H (2019) Who were the voters behind the Schulz Effect? An Analysis of Voter Trajectories in the run-up to the 2017 German Federal Election. In: Korte K-R and Schoofs J (eds) *Die Bundestagswahl 2017. Analysen der Wahl-, Parteien-, Kommunikations- und Regierungsforschung* (The 2017 Bundestag Elections. Analyses in Election, Party, Communication and Governance Research). Wiesbaden: Springer VS, 47–62.

AUTHOR BIOGRAPHY

Lorenz Klumpp is a PhD student affiliated to the Professorship for methods of empirical social research at the University of Passau, Germany. His research interests are in visual politics and the relationship between populism and the media. He is a member of the Bavarian Research Association *ForDemocracy*. Address: University of Passau Faculty of Arts and Humanities, Dr.-Hans-Kapfinger-Straße 14d, Passau, 94032 Germany. [email: lorenz.klumpp@uni-passau.de]