

Populismus und Herablassung

Niels Werber

I. Populismus als Fall von Invektivität

Zwischen populistischer Kommunikation und Herabsetzung besteht ein Zusammenhang, den die Autorinnen der Konzeptgruppe »Invektivität« in der *Kulturwissenschaftlichen Zeitschrift* konstatiert haben: »Schmähungen und Herabsetzungen prägen öffentliche Debatten von der lokalen bis in die globale Sphäre.«¹ Als Beispiel wird Donald Trump genannt, dessen öffentliche Kommunikation »geradezu als Verkörperung einer Politik der Schmähung«² gelten kann – und überdies, so ließe sich ergänzen, alle Merkmale aufweist, die in der kurrenten politikwissenschaftlichen,³ soziologischen⁴ und medienkulturwissenschaftlichen⁵ Forschung Populismus ausmachen: Trump gibt sich anti-elitär (»drain the swamp«), anti-pluralistisch (»Democrats are Anti-USA; Democrats are Trump-Haters; Democrats hate our Country...«) und teilt die amerikanische Bevölkerung in »good people« und »them« (Migranten, Demokraten, Linke, Kommunisten, Demonstranten, Zeitungsleser, *Fake News Media*...). Ganz gewiss: »Trump polemisiert und polarisiert.«⁶ Seine politischen Gegner (»crooked« Clinton, »shifty« Schiff) werden geschmäht, erniedrigt, beleidigt. Invektivität, verstanden als Herabsetzung, ist nicht nur eine der grundlegenden »Erscheinungsformen des Sozialen«,⁷ sondern offenbar auch eine Erscheinungsform des Populismus. Die populistische Attacke auf eine »alien« elite« und die »evik« Anderen,⁸ die es erst zu verorten und zu bekämpfen, dann zu internieren oder auszuweisen gelte

1 Konzeptgruppe »Invektivität« 2017, S. 5.

2 Ebd.

3 Müller 2016, S. 18f., 44f.; Jörke 2017, S. 69.

4 Koppetsch 2019, S. 32, 64, 92f.

5 Koch/Nanz/Rogers 2019.

6 Krämer 2019, S. 86.

7 Konzeptgruppe »Invektivität« 2017, S. 4.

8 Mudde 2004, S. 560f., 544.

(»lock her up«; »Coyotes and Illegal Immigrants [...] back to their countries«), erweist sich als Spezialfall der »invektiven Exklusion der Anderen.«⁹

Der folgende Beitrag wird »Populismus« ebenfalls als Problem der Invektivität zu fassen suchen, zugleich aber um eine Dimension ergänzen, die in der zitierten Forschung zwar impliziert, aber nicht eigens thematisiert wird: die Dimension der Popularität. Sowohl bei konkreten Personen wie Trump als auch in allgemein gehaltenen Beobachtungen, Invektivität präge die medial konstituierten Öffentlichkeiten von der lokalen bis hin zur globalen Sphäre, wird vorausgesetzt, dass Schmähungen und Herabsetzungen nicht nur vom Invektierten erlebt, sondern auch von einem Publikum beobachtet werden. Erst die ablehnende wie zustimmende Resonanz der Invektive in einem hinreichend großen Publikum führt zu einer Konfliktagenda des Populären, die typisch für den Populismus ist. Und umgekehrt: Ohne Resonanz wird kein Populismus zugerechnet. Um diese Hypothese plausibel zu machen, werde ich mein Interesse an der Theorie und Geschichte des Populären mit Überlegungen zur Invektivität zusammenführen.

II. High/low

In der historischen Semantik des Populären stehen Herabsetzung und Herablassung im 18. Jahrhundert in enger Nachbarschaft. »Populaire« sei, so erläutert es Johann Gottfried Herder 1767, wer sich »zum gemeinen Leben herabläßt« und seine Sprache rhetorisch zum »glatten, ungeschmückten, und entwickelnden Tone herabstimmet.«¹⁰ Wer die »Vorzüge« seiner »Geburt durch Handlungen verdunkelt«, der wird »herabgewürdig[t]« zu der »niedersten Klasse«, heißt es 1784 bei Julius Friedrich Knüppeln.¹¹ Etwas oder jemanden populär zu machen und etwas oder jemanden herabzusetzen, setzt in beiden Fällen eine Anordnung des Niederen, Gemeinen, Ordinären und des Hohen, Vornehmen, Gebildeten voraus, deren asymmetrische Struktur von der Herablassung oder Herabsetzung gleichermaßen gefährdet wird. Wer sich zum gemeinen Leben herablässt oder wer zum niedersten Pöbel herabgesetzt wird, läuft Gefahr, von dort nicht mehr hinaufzukommen. Um es zu generalisieren: Die invektive Herabsetzung und die populäre Herab-

⁹ Konzeptgruppe »Invektivität« 2017, S. 16.

¹⁰ Herder 1767, S. 283.

¹¹ Knüppeln 1784, S. 68.

lassung beruhen im 18. Jahrhundert auf gemeinsamen Voraussetzungen, nämlich auf den Rangordnungen und Statusunterschieden einer noch primär stratifiziert differenzierten Gesellschaft. In beiden Fällen lässt sich Niklas Luhmanns Großthese zur Korrelation und Koevolution von gesellschaftlicher Struktur und semantischer Tradition bestätigen: insofern Herabsetzung vor allem topologisch semantisiert wird, und zwar als Bewegung von der Spitze zum Boden oder vom Zentrum zur Peripherie; und insofern das Populäre als Herablassung der oberen Schichten zu den niederen Ständen aufgefasst und Popularisierung als Ausbreitung und zugleich als Simplifizierung verstanden wird, was bildlich ebenfalls als Bewegung von den Zentren an die Ränder und von oben nach unten dargestellt wird.¹²

Adolph Freiherr von Knigge liefert ein treffendes Beispiel für diese Beobachtung. Ausgangspunkt ist seine Forderung, stets zu berücksichtigen, welcher der vielen »Classen von Menschen« man selbst angehört und mit welchen »Ständen« man es gerade zu tun hat.¹³ Heikel wird es für ihn beim *Umgang mit Menschen* (1788) dann, wenn das grundlegende Ordnungsprinzip der Gesellschaft, nämlich das der Differenzierung in »höhere und niedere Schichten«,¹⁴ verletzt wird. Knigge warnt davor, den »ändern zu verkleinern und bey dem Publico herabzusetzen«,¹⁵ und er verurteilt jede unangemessene Herabsetzung, etwa, jemanden ungerechter Weise aus seiner Position in der Welt »herabzuwürdigen«. ¹⁶ Die für die Popularität unerlässliche Herablassung zu den niederen Schichten sei aber ebenfalls riskant. Auf keinen Fall dürfe man sich dabei auf das Niveau des »Pöbels«¹⁷ begeben. Vermischungen und Kontaminationen müssen vermieden werden. Herablassung ohne Herabsetzung wäre das schwer zu realisierende Ziel jeder Interaktion unter Ungleichen.

»Popularität«, schreibt Johann Christoph Greiling in seiner *Theorie der Popularität* (1805), erfordere jedoch »Herablassung«,¹⁸ um die unteren Stände zu belehren, riskiert aber – nachzulesen etwa in Speranders *Lexikon der A la Mode-Sprache der Teutschen* von 1728 – eine Entwürdigung dadurch, sich auf eine Ebene mit »dem Pöbel oder gemeinen Mann«¹⁹ zu begeben. Greiling

12 Vgl. Luhmann 1980a.

13 Knigge 1993, S. 23, 17.

14 Luhmann 1980b, S. 72.

15 Knigge 1993, S. 337.

16 Ebd., S. 220.

17 Ebd., S. 307.

18 Greiling 1805, S. 16.

19 Sperander 1728, S. 438.

fügt dieser Herablassung zum »gemeinen Volke« bzw. »gemeinem Mann« eine weitere Bedeutung hinzu: Der Herablassung der »Vornehmen« und »Höheren« zu den gemeinen Ständen²⁰ entspreche in Fragen der »Erkenntnis«²¹ die »Herablassung der Gebildeten zu den Ungebildeten«²² oder auch der »höheren« zur »niederen Kultur«.²³ Das Risiko dieser Herablassung besteht für Greiling darin, dass die »populäre Rede« ihren »Adel und Würde« einbüße und das Gebildete, Höhere und Vornehme »gemein und niedrig« erscheinen lasse.²⁴ »Niedere Popularität« spreche zwar das Volk an, vermittele aber nichts Hohes, Vornehmes oder Gelehrtes, sondern bleibe »innerhalb der Grenze des Gemeinen« und zähle daher nicht zu jener »condescendierende[n] Popularität«,²⁵ die etwas Wertvolles oder Wissenswertes aussucht, an die Anforderungen der »niederen und geringeren« Stände anpasst, von oben mit nach unten nimmt und dort verbreitet. Wie Knigges Standesperson, die bleiben muss, was sie ist, wenn sie sich zum Volk herablässt, muss auch die »condescendirende Popularität« von »höherer Art«²⁶ sein.

Etwas populär zu machen oder sich um Popularität zu bemühen, weist um 1800 also denjenigen, zu denen man sich herablässt, einen Rang zu. Das Populäre – unter Bedingungen primär stratifikatorischer Differenzierung – bezeichnet somit einerseits eine Herablassung von oben nach unten, andererseits aber auch eine Zumutung: Etwas »populär« auszudrücken, bedeutet, wie man 1777 in Johann Christoph Adelungs *Wörterbuch* erfahren kann, dass man etwas dem »größten Haufen, den niederen Classen« verständlich oder angenehm machen will, und impliziert mithin, dass die Adressaten anders nicht zu erreichen und dass diese Adressanten eben zu diesem niedrigen »Haufen« zu zählen seien, und umgekehrt, dass die, die sich populär machen, etwas mit den »niederen Classen« gemein haben und Gefahr laufen, in »das Pöbelhafte« hinein zu geraten.²⁷ Das invektive Potential des Populären wird hier gut sichtbar: Die populäre Herablassung steht in enger Beziehung zur invektiven Herabsetzung.

Die Auffassung des Populären im 18. Jahrhundert setzt Asymmetrien voraus, etwa die von hoher und niedriger Kultur, von vernünftigen Ober-

20 Greiling 1805, S. 4.

21 Ebd., S. 3.

22 Ebd., S. 6.

23 Ebd., S. 96.

24 Ebd., S. 124f.

25 Ebd., S. 98.

26 Ebd.

27 Adelung 1777, S. 1119.

schichten und sinnlichen Unterschichten, deren große Bedeutung für die Selbstbeschreibung der Gesellschaft auch nach 1800 erhalten geblieben ist, obwohl sie nicht länger primär stratifikatorisch, sondern funktional differenziert ist. Die noch heute durchaus virulente Selbstbeschreibung der Gesellschaft anhand der Unterscheidungen von hoher Kultur und niederer Populärkultur, von Gebildeten und Ungebildeten, von Ober- und Unterschichten basiert auf den gleichen semantischen Asymmetrien wie Greilings *Theorie der Popularität*: »Popularität«, so heißt es dort, bezeichne ein »Verhältnis der oberen, vornehmen Stände zu den niederen und geringeren, und zwar eine für die letzteren angenehme Herablassung der ersteren.«²⁸ Diese Herablassung sei für die Vermittlung der Hochkultur an die niederen Stände unumgänglich, und Greiling geht davon aus, dass diese das zu schätzen wüssten.

III. Popularität als Herablassung und als Beachtung

An freundlich-paternalistischer Herablassung der Eliten zum Volk mangelt es zweihundert Jahre nach Greiling überhaupt nicht, allerdings ist die für ihn noch ganz selbstverständliche Voraussetzung, dass diese Herablassung durchweg als angenehm erfahren wird, längst nicht mehr gegeben. Vielmehr wird die »condescierende Popularität«²⁹ als Herabsetzung deklariert und mit dem Vorwurf zurückgewiesen, unangemessene Überlegenheitsbehauptungen zu prätendieren. Die Herablassung wird zur Invektive, und das Populäre löst sich im Verlauf des 20. Jahrhunderts genau darum zunehmend von der Vorstellung, Popularität sei eine Folge der auf dem Wege von Vereinfachung und Versinnlichung geleisteten Vermittlung wertvollen Wissens durch die oberen an die unteren Schichten, die dadurch erhoben würden und daher dankbar für die Herablassung sei.³⁰ Als populär kann heute gelten, was Beachtung bei vielen findet und diese Beachtung auch nachweisen kann;³¹ was oder wer populär ist, ist Rankings und Charts, Bestsellerlisten und Top-Ten-Listen zu entnehmen. Populär sind nicht jene Dinge, die die Vornehmen und Gelehrten dem Volk zum gefälligen Genuss empfehlen, sondern solche, die mehr als andere Beachtung finden. »Populär ist, was viele beachten. Po-

28 Greiling 1805, S. 3.

29 Ebd., S. 98.

30 Ebd., S. 51.

31 Vgl. Hecken 2006.

puläre Kultur zeichnet sich dadurch aus, dass sie dies ständig ermittelt.«³² Auch die Resultate dieser Ermittlungen von Beachtungserfolgen werden wiederum so kommuniziert, dass dafür Beachtung gefunden oder verfehlt wird: Auch Charts oder Rankings sind populär oder unbeachtet. In den sozialen Medien wird diese Beachtung instantan ermittelt und beispielsweise in Form von *Downloads*, *Reads*, *Likes* oder *Retweets* angezeigt. Dass das Populäre das Ergebnis einer Herablassung der Oberschichten ist, die hochkulturelle Wissensbestände unters gemeine Volk bringen, ist eine obsoleete Beschreibung der Gegenwartskultur. Das Populäre ist vielmehr eine Relation, die durch Zählen ermittelt werden kann: Ein Platz 1, sei es ein Buch, ein Film, ein Videospiel, ein Musikstück, hat bei mehr Konsumenten Beachtung gefunden als jene Angebote, die auf anderen Plätzen rangieren. Das gleiche gilt für in Umfragen oder Wahlen eruierte Meinungen aller Art oder für Politikerinnen, Managerinnen oder Hochschullehrerinnen. Populär sind sie nur, wenn sie von vielen Beachtung finden. Und populärer als andere sind sie dann, wenn diese Beachtung gemessen und relationiert wird.³³ »Gemein« und »niedrig« ist diese Popularität nicht. Im Gegenteil: Wenn Adornos Vermutung aus dem Jahr 1938 nicht trügt, dann ersetzt zunehmend die quantitativ ermittelte »Bekanntheit« einer Sache ihren »Wert«.³⁴ Eines seiner Beispiele sind »best sellers«, deren Erfolg mit ihrer »Qualität nichts zu tun« habe.³⁵ Für Adorno steht freilich noch fest, was »Schund«³⁶ ist und was »Musik«³⁷: Populär ist, was »die Millionen erreicht«, und dies sei bloße »Massenmusik«, also bloße Fabrikware, keine hohe Kunst.³⁸

Auch mit Blick auf die Populismus-Debatte kann man derartige Formen »condescenderer Popularität« noch immer beobachten, genau wie auch die semantische Operation mit der Differenz zwischen gebildeten und ungebildeten, rationalen und sinnlichen, kritischen und leichtgläubigen »Classen«. Philip Manow hat im *Mercur*, mit kritischem Blick auf die jüngste Konjunktur der Populismus-Kontroverse, ein Beispiel dafür geliefert:

»Bei den Debatten, die momentan unter dem Oberbegriff »Populismus« stehen, hat man mitunter den Eindruck, hier gäben vornehmlich Repräsentanten der Ober-

32 Ebd., S. 85.

33 Zur Praxis des dabei zugrundeliegenden Nullsummenvergleichs siehe Brankovic 2018.

34 Adorno 1973, S. 14.

35 Ebd., S. 22.

36 Ebd., S. 31.

37 Ebd., S. 34.

38 Ebd., S. 34f.

schicht zu Protokoll, wie sehr sie mittlerweile von der Unterschicht angewidert sind. Denn die wählt doch tatsächlich anders, als ihr vorher – natürlich mit den besten Absichten und mit sehr vielen guten Gründen – nahegelegt worden war: für das wirtschaftlich verheerende und komplett irrationale »Leave« statt für das vernünftige »Remain«; für einen Troll als Präsidenten statt für eine erfahrene und seriöse Profipolitikerin; für den Rückfall in solche Atavismen wie Abschottung, Nationalismus und Unmenschlichkeit statt für Weltoffenheit, die Vereinigten Staaten von Europa und »Mitmenschlichkeit« (Bedford-Strohm).³⁹

»Populismus«, so ließe sich Manows Beobachtung kurrenter Debatten zuspitzen, wird dort ausgemacht, wo die Unterschichten den guten, klugen und vernünftigen Ratschlägen durch die fürsorgliche Oberschicht nicht folgen. Nicht nur Bedford-Strohm, ein protestantischer Theologe wie Greiling, scheint sich schwer arrangieren zu können mit der Vorstellung scheiternder Herablassung, einer Herablassung, die nunmehr als Herabsetzung erlebt wird – und zwar deshalb, weil sie Asymmetrien voraussetzt und in ihrer Kommunikation ostentativ ausstellt, die nicht mehr ohne weiteres überzeugen können. Die vorgeblich »gutmüthige Herablassung des Erziehers zum jetzt noch schwachen, aber gute Hofnung gebenden Lehrlinge«⁴⁰ kann dann zu einer Herabsetzung werden, wenn die Asymmetrie zwischen Erzieher und Lehrling nicht mehr selbstverständlich in allen Bereichen des Lebens, der Kultur, des Wissens und der Verhaltenslehren mit der Stratifikation der Gesellschaft in eins fällt.

Greilings *Theorie der Popularität* kennt freilich überhaupt keinen Zweifel daran, dass die oberen Stände wissen, was dem Volk vermittelt werden muss, noch wird ein Gedanke daran verschwendet, dass das Volk diese Vermittlung der von den Eliten ausgewählten Werte und Kenntnisse womöglich nicht als angenehm erleben und dankbar aufnehmen könnte. Dass wohlmeinende Herablassung zurückgewiesen werden könnte, weil die Position der oberen Stände und ihres Wissens darüber, was für das gemeine Volk das beste sei, grundsätzlich angezweifelt wird, kann Greiling sich gar nicht vorstellen. Popularisierungen können für ihn nur allenfalls technisch daran scheitern, dass ein Gedanke falsch eingekleidet, ein Zusammenhang zu abstrakt dargestellt, ein Wert nicht anschaulich genug verbildlicht worden ist. Wer das rhetorische, didaktische, stilistische Know-how besitzt, wird seiner

39 Manow 2018a, S. 5.

40 Fichte 1808, S. 435.

Ansicht nach dagegen Erfolg haben und die niederen Stände durch Herablassung ein wenig »höher erheben«⁴¹.

Diese Gewissheiten gehen im Zuge der funktionalen Ausdifferenzierung der Gesellschaft verloren, die Personen über diverse Rollen und Karrieren in eine Vielzahl von Systemen inkludiert. Jede Person nimmt verschiedenste Leistungs- und Funktionsrollen ein, als Konsument oder Produzent, als Arzt oder Patient, als Lehrer oder Schüler, Trainer oder Sportler, Politiker oder Wähler. Popularisierung, so sollte man meinen, braucht angesichts der Spezialisierung und Diversifizierung der entsprechenden Karrieren jeder Mensch. Popularisierung im Sinne einer Vermittlung von »ungemeinem« Wissen an Laien ist eine ganz alltägliche Erfahrung, die mit der Standesangehörigkeit nichts mehr zu tun hat. Besonderes invektives Potential hat dieses Verhältnis von Funktions- und Leistungsrollen nicht, dazu ist es zu sachbezogen, zu unpersönlich, zu weit entfernt von Fragen der Ehre und Achtung. Eine Theorie des Populären müsste sich heute jedenfalls völlig von der Unterstellung lösen, Popularisierung sei ein »Verhältnis der oberen, vornehmen Stände zu den niederen und geringeren«.⁴² Die Individuen müssen heute mit ihren vielen »Rollenkomplementaritäten«⁴³ zurechtkommen und damit rechnen, dass jede oder jeder auf »Popularität« im Sinne einer »Herablassung« von Spezialistinnen, Expertinnen oder Kennerinnen auf die Ebene der Laien angewiesen ist, damit ihm eine Sache »fäblich«⁴⁴ wird. Die Erfahrung, die um 1800 dem »gemeinen Volk« zugeschrieben wird, darf heute jeder oder jede machen, unabhängig vom sozialen, kulturellen, symbolischen oder ökonomischen Kapital und unabhängig von der Schichtzugehörigkeit.

Wenn die Welt so wäre, wie Niklas Luhmann sie skizziert hat, also funktional differenziert, dann gäbe es heute keinen erhabenen Ort in der Gesellschaft, an dem das »Wahre, Gute und Schöne«⁴⁵ festgelegt würde, das dann von den oberen Ständen in populärer Form an die niederen Stände zu vermitteln wäre. Doch wenn man die von Philip Manow kritisierte Perspektive eines »Repräsentanten der Oberschicht« einnimmt, dann scheint es diesen Ort (wieder oder noch) zu geben. Zumindest lässt sich eine Semantik beobachten, die an den Asymmetrien des 18. Jahrhunderts festhält, auch wenn die Begriffe ein wenig anders lauten und sicher nicht mehr Stände unter-

41 Greiling 1805, S. 156.

42 Ebd., S. 3.

43 Luhmann 1997, S. 1052.

44 Greiling 1805, S. 3.

45 Ebd., S. 22.

schieden werden, sondern: Oberschichten von Unterschichten, Hochkultur von Konsumkultur, Eliten vom Volk, Intellektuelle von den Massen, Gebildete und Bildungsferne. Diese semantische Stratifizierung der Gesellschaft entlang der Unterscheidung von high und low prägt die Beschreibungen der Einfügung des Menschen in die Welt von der Ernährung und Körperpflege bis zum Wohnen, von der Gestaltung des Urlaubs und der Freizeit bis zur politischen Partizipation: All dies kann man, sowie man es von der richtigen Position aus betrachtet, richtig oder falsch machen, nachhaltig oder kurzfristig, rational oder irrational, mit weitem Blick auf die Weltgesellschaft und ihre Komplexität oder getrübt von Ignoranz. 1805 leitete Greiling aus ganz ähnlichen Asymmetrien die Verpflichtung der oberen Schichten ab, sich herabzulassen, ihre exklusiven Fähigkeiten und Kenntnisse populär zu machen, um so das Volk heraufzubilden oder jedenfalls anzuleiten. Auch die »Oberschicht«, mit deren Frustration über die renitente »Unterschicht« Philip Manow einsetzt, versucht dies nach wie vor »mit den besten Absichten und mit sehr vielen guten Gründen.«⁴⁶ Dass große Teile der Bevölkerung diese »Herablassung«⁴⁷ nicht zu schätzen wissen und anders agieren als vorgesehen, führt nicht etwa zu einer Irritation und Revision der semantischen Stratifikation, sondern zu ihrer Stabilisierung. Wenn die Unterschichten trotz aller Erklärungen, Ermahnungen, Belehrungen und Erziehungsmaßnahmen für den Brexit, für Trump, für die AfD optieren und sich um das *global warming* oder die großen Vorzüge der EU für das Gemeinwohl der Europäerinnen nicht scheren, dann sind sie demnach falsch, dumm, kurzfristig, irrational, ignorant, träge, sinnlich, müde, faul.⁴⁸ Cornelia Koppetsch stellt in ihrer schnell populär gewordenen Monographie zu dieser Konstellation einer herablassenden Elite und einer renitenten Bevölkerung ganz allgemein fest: »Die Kartellierungen zwischen Eliten in Kirche, Staat, Politik und Öffentlichkeit haben zu dem Empfinden größerer Bevölkerungskreise beigetragen, dass abweichende Perspektiven kaum mehr repräsentiert [...] werden.« Zu diesem »Empfinden« zählt für Koppetsch offenbar, dass die Mitglieder dieser elitären »Kartellierungen« weitgehend aus »geschlossene[n] Milieus aus der akademischen Mittelschicht« stammten, alle von »einem kosmopolitischen Habitus geprägt« seien und »durch ähnliche Interessen zusammengehalten« würden.⁴⁹ Dass »rechtspopulistische Parteien« mit ihren Angriffen

46 Manow 2018a, S. 5.

47 Ebd., S. 10.

48 Vgl. Garve 1974, S. 335.

49 Koppetsch 2019, S. 91.

auf diese »Konsens-Eliten« bei den »kleinen Leuten« punkten, kann die Soziologin daher nicht verwundern.⁵⁰ Jene Asymmetrien, die die invektive Herablassung genauso voraussetzen wie die Semantik des Populären im 18. Jahrhundert, prägen auch die Grundannahmen ihrer Überlegungen zum Rechtspopulismus: Es seien elitäre »Minderheiten – Politiker, Journalisten, Banker, Hochschullehrer, Gewerkschaftsführer –, die Mehrheiten erklären, was das Beste für sie sei.« Diese Eliten des »kulturellen Liberalismus« hätten »die Wählerschaft der Möglichkeit zur Beteiligung beraubt.«⁵¹ Um es deutlich zu sagen: Koppetsch rekonstruiert hier nicht Selbstbeschreibungen rechtspopulistischer Parteien.

Die Herablassung der Eliten ist ein zentrales Thema in der sozialwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Populismus.⁵² »Die Leute«, wie man die niederen Schichten heute gerne nennt, sind leider so, verführt von Farage oder Trump, Wilders oder Salvini, die diese Disposition der Bevölkerung skrupellos ausnutzen. Jan-Werner Müller hat diese Reaktion der Eliten auf die Resistenz des Volkes gegen seine wohlmeinende Belehrung als »Echo alter, vordemokratischer Vorurteile über die »Pöbelherrschaft« oder emotionalisierte Massen« beschrieben, »die zum Selberdenken grundsätzlich nicht in der Lage« seien.⁵³ Dieses Echo aus der Vergangenheit lässt heute die Überzeugung hören, das Denken für die Unterschichten werde am besten von den Eliten übernommen, die nur nach Wegen der Vermittlung suchen müssten, wie sie diese »trägen Köpfe, diese schwer begreifenden und flatterhaften Menschen« zur »Einsicht« bringen können, wie Garve 1793 über die Popularität ausführt.⁵⁴ Dass dies nicht wie gewünscht gelingt, bereite den Eliten Verdruss; und die Verweigerung des Volkes, sich zur »Einsicht« bringen zu lassen, erklären sich die Eliten mit der »Emotionalität« der einfachen Leute, die sich lieber von Populisten erregen und aufputschen, als sich mit Argumenten überzeugen zu lassen.⁵⁵ Die Leute »begreifen schwer«, aber ihre »Gefühle« lassen sich offenbar ganz nach Belieben der Populisten mobilisieren.⁵⁶ Es ist beinahe so stratifiziert wie bei Greiling: Eine »höhere« Kultur weniger Gelehrte steht der »niederen Kultur« der Vielen gegenüber;⁵⁷ allein

50 Ebd., S. 92.

51 Ebd., S. 124f.

52 Manow 2018b, S. 31.

53 Müller 2016, S. 31.

54 Garve 1794, S. 335.

55 Vgl. etwa die entsprechenden Ausführungen bei Wielenga 2011, S. 108, 206, 208, 235.

56 Müller 2018, S. 125, 133.

57 Greiling 1805, S. 96.

mit der Bereitschaft, »condescendirende Popularität« dankbar entgegen zu nehmen, kann nicht mehr gerechnet werden, und das »Gemeine« setzt sich im Populären durch.⁵⁸

IV. Herablassung und Herabsetzung

Die um 1800 für die populäre Vermittlung ganz selbstverständlich notwendige Herablassung birgt heute ein großes Risiko, als Herabsetzung erfahren zu werden. Jan-Werner Müller hält fest:

»Dieser vermeintlich fürsorgliche, de facto aber herablassende Gestus liberaler Eliten wird echten Populisten in Wahrheit nur weiteren Zulauf verschaffen. Er bestätigt ja gerade den Verdacht, dass »die Leute« nicht als mündige Bürger ernst genommen werden und dass die Politiker glauben, man müsste nur den »Statusstress« jener Bürger richtig behandeln, die als anfällig für populistische Botschaften gelten.«⁵⁹

Philip Manow sieht dies ähnlich, fügt aber hinzu, dass gerade die Auffassung, »Populismus sei mehr Form als Inhalt, mehr Stil als Programm«⁶⁰, »herablassend« sei, weil alle denkbaren Argumente und Anliegen, die von den »Leuten« beachtet und geschätzt werden, grundsätzlich nicht ernst genommen werden. »Die Leute«, so die Unterstellung der Forschungsrichtungen, die Populismus als Politikstil behandeln,⁶¹ ließen sich eben, gerade weil sie so sind, wie sie sind, vom Stil, von der Form des Populismus mitreißen – genau wie sie als Konsumenten der Kulturindustrie oder Unterworfene der Massenmedien auf jeden Reiz so folgsam reagieren wie ein Pawlowscher Hund. Die Antwort auf die Frage, wer denn »anfällig für populistische Botschaften«⁶² sei, fällt erwartbar (»nicht überraschend«) aus – es sind, jedenfalls bei Andreas Reckwitz, die Unterschichten:

»Während die neue akademische Mittelklasse häufig für Mitte-links votiert, tendiert die neue (weiße) Unterklasse nur noch teilweise zur Linken, sondern häufig zum Protest von rechts: zu einem neuen Populismus, der mit Elitenkritik und Anti-Globalismus verknüpft ist. Aus der Perspektive der liberal-kosmopolitischen neuen Mittelklasse und der von ihr getragenen Institutionen wird damit auch die politische

58 Ebd., S. 98.

59 Müller 2016, S. 31f.

60 Manow 2018a, S. 6.

61 Manow 2018b, S. 28f.

62 Müller 2016, S. 32.

Artikulation der Unterklasse ein Gegenstand der negativen Kulturalisierung, sie wird zum Ausdruck des ethisch ›Schlechten‹.«⁶³

Die »Unterklasse« vermag es nicht, das legten »empirische Studien nahe«, sich selbst »in den geschichtlichen Prozess« und »in das gesellschaftliche Ganze sinnvoll einzuordnen«, daher sei sie der Ort »der problematischen politischen Einstellungen.«⁶⁴ Wer selbst sein Leben nicht »sinnvoll einzuordnen« wisse, der sei eben empfänglich für einfache Deutungsangebote, die diese einfachen Leute nicht intellektuell ansprechen, sondern ihre »Gefühle« adressieren und ihre »Wut« entfachen.⁶⁵ Populismus wäre dann eine »Politik der Gefühle«: »Neid«, »Scham«, »Wut«, »Hass« oder »Zorn«. Es sind die Unterschichten (»Erfahrung sozialer Degradierung«), deren »Gefühle« von den populistischen »Protestbewegungen mobilisiert« werden.⁶⁶ Die »Kosmopoliten«⁶⁷ der »neuen Mittelklasse«⁶⁸ scheinen derart nicht mobilisierbar zu sein. Ein solches Populismusverständnis werde zum Teil der »Eliteselbstvergewisserung«, weil jede Kritik an den Eliten als populistisch zurückgewiesen wird.⁶⁹

Die Annahme, dass erstens »die Leute nicht wählen, wie sie sollten«,⁷⁰ und dass zweitens sie es deshalb nicht tun, weil sie sich in ihrer Verführbarkeit und Flatterhaftigkeit von den guten Hirten abgewandt und den Demagogen, die ihre »gemeine« Sprache sprechen, zugewandt haben, ist herablassend. Dass diese »Herablassung« der Eliten auch als invektive Herabsetzung erfahren werden kann, wird vom Erfolg belegt, mit dem die Eliten als Volksverächter kritisiert werden. In der NZZ behauptet Cora Stephan:

»Das Volk hat seine einstigen Verehrer enttäuscht. Jedenfalls schimpfen sie derzeit wie die Rohrspatzen auf den Pöbel und das Pack, auf die dummen Lümmels, die den Rattenfängern hinterherlaufen, kurz: nicht das tun, was die derzeitigen Machtverwalter für richtig halten. Dass sie in Frankreich Marine Le Pen ihre Stimme geben, in Grossbritannien für den Brexit votierten, in Deutschland der AfD einen kompetenhaften Aufstieg verschaffen, in der Schweiz die SVP wählen und nun auch

63 Reckwitz 2017, S. 359.

64 Ebd., S. 359f.

65 Ebd.

66 Koppetsch 2019, S. 150–153.

67 Ebd., S. 150.

68 Ebd., S. 82.

69 Manow 2018b, S. 31.

70 Manow 2018, S. 5.

noch in den USA einen Fernsehstar zum Präsidenten gekürt haben – das alles verzeiht seine Elite dem Volk nicht, nein, niemals.«⁷¹

Die unsinnige Eliterverachtung, die Müller zufolge neben dem Anti-Pluralismus den Populismus definiert,⁷² findet demnach ihr Pendant in der Volksverachtung einer bornierten Elite. Philip Manow nimmt an, dass sich die Eliten hier viel zu schnell einig darin werden, jede Kritik als »populistisch – und daher illegitim« abzutun.⁷³ Diese Überzeugung gebietet aber der Artikulation der »Kritik an uns«⁷⁴ keinen Einhalt, im Gegenteil, Angriffe auf »unmoralische, korrupte und parasitäre Eliten« sind äußerst populär.⁷⁵ Gibt man diese Begriffskombination – unmoralisch, korrupt oder parasitär und Eliten – in ein Tool zur Analyse sozialer Netzwerke ein, dann erhält man schier unzählige Befunde. Das sozialwissenschaftliche Bild der globalen »Eliten in Wissenschaft, Kunst, Literatur und Bildung«, die von der Herausbildung globaler Märkte profitieren und ihr liberales, kosmopolitisches Selbstbild so selbstverliebt wie herablassend pflegen,⁷⁶ kommt dem populistischen Entwurf einer korrupten, von den Sorgen und Seinsweisen des »Volkes« »völlig losgelösten Eliten«⁷⁷ recht nahe. Der Begriff der Elite verstellt hier genauere Beobachtungen: So vage und polemisch das populistische Elitebashing ausfällt, so undifferenziert fällt auch die sozialwissenschaftliche Populismusanalyse dann aus, wenn sie die populistische Unterscheidung »Elite vs. Volk« in ihren Beschreibungen voraussetzt.

V. Populisten und Popularität

Das von der sogenannten »Elite« als »illegitim« abgetane Feld der gemeinen Leute wird ohnehin gar nicht genauer betrachtet. Die Populismusforschung analysiert sehr gerne Populistinnen, meistens Politikerinnen. Damit richtet man sich vielleicht ein wenig zu bequem ein, denn für diese Populismusforschung muss dann die Beobachtung der Eliten genügen: der populistischen

71 Stephan 2016.

72 Müller 2016, S. 26; vgl. auch Reckwitz 2017, S. 359 und Koppetsch 2019, S. 64.

73 Manow 2018a, S. 9.

74 Ebd.

75 Müller 2016, S. 42.

76 Koppetsch 2019, S. 108, 225.

77 Manow 2018b, S. 27.

Eliten, die das Volk verführen, oder auch der paternalistischen Eliten, die das Volk belehren und erheben wollen. Die beratungsresistenten, anfälligen Unterschichten nimmt man jedenfalls nicht in den Blick, wenn allein die Programmatik von Populistinnen untersucht wird. Die elegante, formale Definition von Jan-Werner Müller, die auch Reckwitz aufgreift,⁷⁸ hat den Nachteil, dass man schon immer weiß, was Populismus ist: nämlich anti-pluralistisch und anti-elitär. Geert Wilders, Heinz Strache, Christoph Blocher oder Viktor Orbán sind sicher gute Beispiele für Populisten, die dieser Definition entsprechen,⁷⁹ allerdings genügen für diese Identifikation ein paar Zitate – und über das populistische Publikum erfährt man oftmals nichts. Wenn es unbefriedigend ist, das populistische Klientel aus bewährten semantischen Architekturen und ihren Begriffen und Gegenbegriffen (high/low, vernünftig/irrational, vorausschauend/kurzichtig, verantwortlich/manipulierbar) geradezu zu deduzieren, dann ließe sich in Analogie zum Begriff der »invektiven Triade« des Dresdner Forschungsprogramms vorschlagen, auch den Resonanzraum des Populismus zu beobachten.⁸⁰

Trump, Strache, Blocher, Orbán sind gewählt worden. Sie haben bei vielen Beachtung gefunden, und ihre Beachtungserfolge wurden gemessen, ausgestellt und verglichen. Das macht sie zunächst einmal populär. Empirisch sind diese Beachtungserfolge unstrittig. In allen Bereichen der Gesellschaft zeitigt das Messen und Ausstellen von Popularität große Wirkungen, und in aller Regel hat man sich an den Kaskadeneffekt gewöhnt, der Populäres noch populärer macht. Daher kleben Buchverlage die Banderole »Spiegel-Bestseller« auf ihre Titel, daher verweisen Parteien auf die Beliebtheits- oder Bekanntheitswerte ihrer Spitzenpolitikerinnen, daher verweisen Zeitschriften auf ihre Impact-Faktoren und Wissenschaftlerinnen auf ihren h-Index. Im Falle der Populistinnen scheint es sich aber um eine Popularität zu handeln, die abgelehnt wird. Populismus ist unerwünschte Popularität. Aus der Popularität zieht der Populismus seine Relevanz; denn es ist im Kontext der zeitgenössischen Beachtungsregime und Valorisierungspraktiken kaum noch möglich, Positionen, die nachweislich hohe Beachtung finden, die Legitimation für diese Beachtung zu bestreiten. Anti-elitäre und anti-pluralistische Politikerinnen oder Bewegungen, die keine Beachtung finden, spielen in der Populismus-Debatte und auch in der Populismusforschung gar keine Rolle. Von Populismus scheint mir genau dann die Rede zu sein, wenn etwas

78 Reckwitz 2017, S. 414.

79 Müller 2016, S. 27, 43ff.

80 Vgl. Konzeptgruppe »Invektivität«, S. 19.

von vielen Beachtung findet, dessen Popularisierung nicht vorgesehen war und der Verbreitung des Richtigen, Vernünftigen und Klugen »mit den besten Absichten und mit sehr vielen guten Gründen«⁸¹ nicht entspricht. Den politischen Parteien, die es gewohnt sind, ihr Handeln an Dimensionen messbarer Beachtung (Wahlumfragen, Beliebtheitspunkte, Mitgliederzahlen und Umfragen etc.) auszurichten, fällt daher der Umgang mit der AfD so schwer, deren Popularität nicht zu bestreiten ist; zugleich wird genau diese Popularität als illegitim abgelehnt, ohne dass die offenkundigen Gründe für diese Beachtung von vielen (etwa Wählerstimmen, Umfragewerte) diskreditiert werden können (etwa im Sinne von: Wählerinnen sind Nazis oder verführbar oder dumm etc.).

Die asymmetrische Semantik, die um 1800 die oberen Stände dem großen Haufen oder Pöbel gegenüberstellt und die heute Oberschichten und Unterschichten unterscheidet, konstituiert sich über Begriffe und Gegenbegriffe. Greilings *Theorie des Populären* muss gar nicht genau danach fragen, was die niederen Stände kennzeichnet, denn ihr Autor geht einfach davon aus, dass es in etwa das Gegenteil dessen ist, was ihn als gelehrten, gebildeten und angesehenen Oberhofprediger ausmacht. Ist es heute, nach dem Umbau der Gesellschaft von einer primär stratifiziert differenzierten in eine primär funktional differenzierte, anders? Dies wäre zu erwarten, wenn die Asymmetrie von hoher und niederer Kultur, von high und low das Populäre nicht länger ordnet. Andreas Reckwitz geht genau davon aus: »Die eindeutige Trennung zwischen dem populären und dem hochkulturellen Subfeld [...] scheint für die Ökonomie der Singularitäten so nicht mehr zu gelten.« Er konstatiert eine »Entdifferenzierung« des »Hochkulturellen« und des »Populären«.⁸² Das Populäre wäre also keinesfalls länger pöbelhaft und gemein, niedrig und vernunftlos.

In seiner Monographie *Die Gesellschaft der Singularitäten* unterscheidet Reckwitz gleichwohl die »neue Mittelklasse«, deren Lebensstil als »wertvolle Lebensform prämiert« wird, von der »Lebensform der neuen Unterklasse«, die als »wertlos und defizitär« gelte.⁸³ Von einer Entdifferenzierung der high/low-Unterscheidung ist hier nicht die Rede. Die Beschreibung dieser unteren Schichten erfolgt strikt asymmetrisch: »Die *Unterklasse* wird, wie ihr Name schon sagt, von außen und meist auch von innen als unten in der gesellschaftlichen Hierarchie angesiedelt wahrgenommen – als eine Kultur

81 Manow 2018a, S. 5.

82 Reckwitz 2017, S. 170.

83 Ebd., S. 284.

von ›Verlierern‹ und ›Abgehängten‹.⁸⁴ Dies betreffe nicht nur »materielle Ungleichheiten«, sondern »auch und gerade kulturelle Unterschiede in den Kompetenzen, im Ethos, in der Alltagsästhetik und insgesamt im anerkannten Wert oder der Wertlosigkeit des Lebensstils«. »Valorisierung« feinsten Unterschiede ist nur etwas für die neue Mittelschicht, »Entwertung« dagegen das Alleinstellungsmerkmal der Unterschicht.⁸⁵ Aus empirischer Sicht, vor allem mit Blick auf jüngere ethnographische und historiographische Studien zur Pop- und Jugendkultur, ließe sich einwenden, dass die Ausprägung, Inszenierung und Valorisierung kultureller Distinktionen nicht nur in den Milieus der Mittelschicht zu beobachten sind. Auch Berliner »Prolls« oder »Halbstarke« kultivieren feine Unterschiede.⁸⁶

Reckwitz betont dagegen, dass diese stratifikatorische Ein- und Unterordnung »sowohl in der Selbstwahrnehmung der Subjekte als auch in der gesellschaftlichen Repräsentation«⁸⁷ geteilt werde. Diese Beschreibungen folgen einem »klaren Oben-Unten-Schema«, wie es nach Armin Nassehi für »vormoderne Gesellschaften« prägend gewesen sei, in denen von jeder Stelle aus »die Gesamtstruktur der Gesellschaft relativ leicht zu entschlüsseln« war: »Oben ist oben«, und unten ist unten, »ob ich von oben oder von unten her schaue.« In der funktional differenzierten Gesellschaft der Moderne ist es mit diesem Primat der stratifizierenden Differenzierung vorbei.⁸⁸ Reckwitz scheint hier dagegen von Kontinuitäten oder Renaissanceen auszugehen. Das »untere Drittel der spätmodernen Klassenstruktur«⁸⁹ teile die Einschätzung, die eigene Lebensform sei defizitär, wertlos, un kreativ, stillos, unoriginell. Während in den neuen Mittelschichten der »singularistische Lebensstil« der Hyperkultur dominiere,⁹⁰ sei in den Unterschichten der »kleinen Leute« genau der Kulturessentialismus zu Hause, den der »Rechtspopulismus« maßgeblich aufgreife.⁹¹ Zum »wertlosen Lebensstil« der Unterschicht kommt also noch ihre Neigung zum Rechtspopulismus dazu. Wenn damit der Hang

84 Ebd. Hervorhebung im Original.

85 Ebd.

86 Vgl. Ege 2013; Mrozek 2019.

87 Reckwitz 2017, S. 284.

88 Nassehi 2019, S. 239. Nassehi folgt hier Niklas Luhmanns Forschungen zu Gesellschaftsstruktur und Semantik.

89 Ebd., S. 281.

90 Ebd., S. 274.

91 Ebd., S. 415.

zur AfD gemeint ist, dann wäre dieser Befund allerdings empirisch problematisch.⁹²

Die in Reckwitz' Text *Zum Strukturwandel der Moderne* wirksame semantische Stratifikation geht nicht nur davon aus, dass sie auch als Analyse der Gesellschaftsstruktur zutrifft, was mit Blick auf die funktionale Differenzierung der Gesellschaft ja immerhin bestreitbar erscheint; sie postuliert darüber hinaus, dass die unteren Stände ihre Annahmen teilen. Genau dies rechtfertigt die Herablassung als notwendige Popularisierung von oben, und genau diese Unterstellung macht die Herablassung zu einer Herabsetzung, da die Rezipienten der Popularisierung sich dank dieser Zuordnung stets auf der untersten Ebene der gesellschaftlichen Hierarchien vorfinden. Die Gleichsetzung der »Unterklasse« mit einer »Kultur von ›Verlierern« und ›Abgehängten«, die auch noch der »Selbstwahrnehmung der Subjekte«⁹³ entspreche und den Rechtspopulismus verursache,⁹⁴ setzt die Tradition der herablassenden Herabsetzung fort, jedenfalls scheint es mir nicht unwahrscheinlich zu sein, dass das »untere Drittel« nicht ohne weiteres die Auffassung teilen wird, seine Lebensform sei so defizitär wie wertlos, und dass nicht alle, die dem Rechtspopulismus zur Resonanz verhelfen, zur »Unterklasse« zu zählen sind. Eine Populismusanalyse, die auf dieser Grundlage vorgelegt wird, entkommt dem Oben-Unten-Schema nicht und reproduziert die oben bereits skizzierte Problematik der Elite/Volk-Asymmetrie: »Was den Rechtspopulismus im Kern charakterisiert«, schreibt Reckwitz,

»sind allerdings nicht einzelne politische Inhalte, sondern ist ein grundsätzlich anderes Modell des Politischen. Der Populismus lässt sich präzise als eine bestimmte *Form* des Politischen bestimmen: Er beansprucht, *den Volkswillen unmittelbar* in politischer Praxis umzusetzen; er setzt die Möglichkeit und Wünschbarkeit einer Identität zwischen Regierenden und Regierten voraus und arbeitet somit zumindest implizit mit einem demokratietheoretischen Modell, das nicht von Pluralität und Repräsentation ausgeht. Vielmehr gibt es aus dieser Perspektive *ein* kollektives Interesse des Volkes, das ohne Vermittlungsinstanzen unmittelbar in politisches Handeln umzusetzen ist. Dieser Antipluralismus der Identität ist elementarer als der Antielitismus, den der Populismus verfolgt.«⁹⁵

Das ist eine schöne Reformulierung der Thesen Müllers, den Reckwitz an anderer Stelle zitiert, aber wie kommt er von seiner Nominaldefinition des

92 Manow 2018b, S. 96f.; Koppetsch 2019, S. 96.

93 Reckwitz 2017, S. 284.

94 Ebd., S. 415.

95 Ebd.

Populismus zu Aussagen über die politischen Praktiken der Bevölkerung, die eine erklärtermaßen »praxeologische« Studie⁹⁶ doch adressieren sollte? Philip Manow, aber auch Wolfgang Knöbl⁹⁷ und in dieser Hinsicht auch Cornelia Koppetsch⁹⁸ haben recht: Die Populismusforschung muss aus der Selbsterkundung der normativen Überzeugungen der oberen, neuen, kosmopolitischen oder akademischen Mittelschichten heraus und sich auf ein Feld begeben, das anders zu beschreiben ist als anhand der gegenbegrifflichen Konstruktionen von high und low.

Während um 1800 für die unteren Stände kaum Möglichkeiten bestehen, ihre Fremdbeschreibung mit eigener Resonanz zu kommentieren oder zu kritisieren, ist genau dies heute vielfältig möglich – gerade auch in den digitalen, sozialen Medien, also ohne dass *Gatekeeping*-Instanzen von Medieninstitutionen überschritten werden müssen. Die Popularitätsgewinne populistischer, invektiver Superstars wie Donald Trump oder Geert Wilders wären jedenfalls, so minutiös man nur will, an den Kommunikationen von Tausenden von Nutzern in den sozialen Medien und Foren (4chan, reddit) nachzuvollziehen. Der Zusammenhang von Populismus, Invektivität und den ihr eigenen Praktiken der Herabsetzung ließe sich gerade hier mit quantitativen und qualitativen Methoden erforschen, ohne aprioristisch davon auszugehen, die populistische Praktik sei zuallererst und immer anti-elitär und anti-pluralistisch und ihre sozialen Träger letztlich abgehängte, wertlose Unterschicht: Pöbel, zu dem man sich herablassen muss, mit dem man sich aber nicht vermischen darf. Man müsste sich auch nicht auf die normativ instruierte Analyse der Programmatik von Parteien oder die Äußerungen von Politikerinnen beschränken, wie das Wolfgang Knöbl 2016 im *Mittelweg* kritisiert hat, sondern könnte durchaus die Agency des verachteten »Packs, Pöbels oder Mobs«⁹⁹ analytisch angehen.

VI. Populäre Invektivität

Der Zusammenhang von Herablassung und Herabsetzung, den dieser Beitrag unterstellt hat und zu plausibilisieren versucht, kann nicht unabhängig

96 Ebd., S. 429.

97 Knöbl 2016.

98 Koppetsch 2019, S. 33f.

99 Stephan 2019, o. S.

von der Frage der Anwesenheit oder Abwesenheit verstanden werden. Ob sich ein Autor in einem Buch zu seinem Publikum herablässt oder ein hoher Herr sich vor seinen versammelten Untertaninnen populär gibt, wird bereits im 18. Jahrhundert unterschieden. Garve bezieht die invektive Herabsetzung wie die populäre Herablassung auf die Resonanz in einem »größern Publicum«.¹⁰⁰ Das Autorenkollektiv der Konzeptgruppe »Invektivität« geht in ihrem programmatischen Aufsatz für die *Kulturwissenschaftliche Zeitschrift* mit gutem Grund von einer »invektive[n] Triade von Invektierenden, Invektierten und Publikum« aus. Die Herabsetzung ergebe sich erst aus ihrem »situativen Zusammenspiel.«¹⁰¹ Ohne die »Zuschauenden oder Zuhörenden« bzw. ohne die Öffentlichkeit, wie es an mehreren Stellen des Aufsatzes heißt,¹⁰² bliebe die Invektive ohne Resonanz. In einer (vormodernen, stratifizierten) Gesellschaft, in der Rangordnungen in der Interaktion von Anwesenden konstruiert und restabilisiert werden, genügen wenige, aber satisfaktionsfähige Personen, um einer Schmähung Gewicht zu geben. Dies ändert sich dann, wenn Medien ins Spiel kommen und es so auch zur invektiven Kommunikation unter Abwesenden kommen kann. Heute kann weder Stratifikation als Modus primärer Differenzierung gelten noch Interaktion unter Anwesenden als Regelfall des Vollzugs von Gesellschaft. Für das Invektive folgt daraus: Die Herabsetzung muss popularisiert werden, um folgenreiche Anschlusskommunikation anzuregen, um also »politische und kulturelle Relevanz«¹⁰³ entfalten zu können. Um die Herabsetzung performativ in Gang zu bringen, benötigt die invektive Triade heute, anders als im 18. Jahrhundert, als Publikum mehr als nur einige satisfaktionsfähige Zeugen. Die Herabsetzung muss Beachtung von vielen finden, also populär werden, und wo und wann im Zeitalter skalenfreier Netze ein invektives »Kommunikationsereignis«¹⁰⁴ Beachtung findet und auf den Charts und Listen des Populären nach vorne rückt, zum »trending topic« oder viralen Hashtag wird, ist nicht vorherzusehen. Es ist auch nicht vorherzusehen, ob eine populär gewordene Herabsetzung – etwa Trumps »grab them by the pussy«, »lock her up« oder »send them back«, aber auch »die Bezeichnung von Flüchtlingen als *Viehzeug* durch PEGIDA-Chef Lutz Bachmann«¹⁰⁵ – in der metainvektiven Anschlusskom-

100 Garve 1974, S. 333.

101 Konzeptgruppe »Invektivität« 2017, S. 9.

102 Ebd., S. 5, 8, 15, 18ff.

103 Ebd., S. 3.

104 Scharloth 2018, S. 17.

105 Ebd., S. 11.

munikation gerügt wird, ob die Invektive der weiteren Popularisierung des Invektierenden (also Trumps oder Bachmanns) dient oder ob der Protest gegen die Invektive die Popularisierung der Herabsetzung befördert (wie etwa die Trump-Kritiker auf Twitter an der Popularisierung des Trump-Accounts genauso mitwirken wie seine Fans).

Die öffentliche metainvektive Belehrung darüber, es handele sich um eine moralisch zu ächtende Invektive, wird offenbar in Teilen des Publikums als Herablassung beschrieben und ihrerseits als Herabsetzung zurückgewiesen. Die Zurechtweisung der Unsäglichkeiten Trumps wird mit dem Hinweis auf die Popularität der Invektive zurückgewiesen und ihrerseits als Beleidigung, Schmähung oder Herabsetzung der eigenen Anhänger deklariert, was die Popularisierung der Invektive genauso fördert wie die Beachtung Trumps. Die unerwünschte Popularität invektiver Herabsetzung, die von der Anschlusskommunikation gerade nicht gestoppt wird – etwa durch eine von der Öffentlichkeit erzwungene Entschuldigung –, sondern sich ins Virale steigert, kann man populistisch nennen. Aus einer bestimmten Perspektive gesehen, entwürdigt ihre Popularität diejenigen, die ihr zur Beachtung verhelfen. Aus einer anderen Perspektive besteht aber genau in diesem Versuch einer Entwürdigung der Popularität die herablassende Herabsetzung.

Es ist ein Vorzug der »Invektivität« als heuristischem »Konzept«, dass die invektive Triade in ihrer »kommunikativen Dynamik« ernst genommen werden soll. Es geht um »Resonanzfähigkeit«¹⁰⁶, also um die Beachtung von vielen. In welche Richtung die Popularisierung von Herabsetzungen läuft, lässt das Forschungskonzept offen. Dies ist heuristisch ganz entscheidend, weil die kommunikative Aushandlung von sozialen Positionen im Modus von Achtung und Missachtung, von Anerkennung und Herabsetzung die Beachtung durch Abwesende voraussetzt, deren Anschlusskommunikationen aber nicht vorhersehbar, sondern allenfalls normativ vorab diskreditierbar sind. Die Frage lautet: Was wird aus der invektiven Triade, wenn die Anschlusskommunikation unter Bedingungen moderner Beachtungs- und Bewertungsregime stattfindet? Eine mögliche Antwort lautet: wenn ihre Popularität kurrenten »normativen Geltungsansprüchen, Begründungsnarrativen und Semantiken«¹⁰⁷ widerspricht, dann wird mit einiger Wahrscheinlichkeit Populismus testiert. Meine Vermutung ist, dass genau dies von vielen als herablassende Herabsetzung zurückgewiesen wird.

106 Konzeptgruppe »Invektivität« 2017, S. 19f.

107 Ebd.

Literatur

- Adelung, Johann Christoph, *Grammatisch-kritisches Wörterbuch der hochdeutschen Mundart*, Leipzig 1777.
- Adorno, Theodor W., »Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens« [1938], in: Ders., *Dissonanzen. Einleitung in die Musiksoziologie*, Frankfurt am Main 1973, S. 14–50.
- Brankovic, Jelena/Ringel, Leopold/Werron, Tobias, »How rankings produce competition. The case of global university rankings«, in: *Zeitschrift für Soziologie*, 47, 4, 2018, S. 270–288.
- Ege, Moritz, *»Ein Proll mit Klasse«. Mode, Popkultur und soziale Ungleichheiten unter jungen Männern in Berlin*, Frankfurt am Main/New York 2013.
- Fichte, Johann Gottlieb, *Reden an die deutsche Nation*, Berlin 1808.
- Garve, Christian, »Von der Popularität des Vortrages«, in: Kurt Wölfel (Hg.), *Popularphilosophische Schriften über literarische, ästhetische und gesellschaftliche Gegenstände im Faksimile-Druck*, Stuttgart 1974, S. 331–358.
- Greiling, Johann Christoph, *Theorie der Popularität*, Magdeburg 1805.
- Hecken, Thomas, *Populäre Kultur. Mit einem Anhang »Girl und Popkultur«*, Bochum 2006.
- Herder, Johann Gottfried, *Ueber die neuere Deutsche Litteratur. Fragmente, als Beilagen zu den Briefen, die neueste Litteratur betreffend*, Riga 1767.
- Jörke, Dirk/Selk, Veith, *Theorien des Populismus. Zur Einführung*, Hamburg 2017.
- Knigge, Adolph Freiherr, *Über den Umgang mit Menschen*, Hannover 1993 [1788].
- Knöbl, Wolfgang, »Über alte und neue Gespenster. Historisch-systematische Anmerkungen zum »Populismus««, in: *Mittelweg 36. Zeitschrift des Hamburger Instituts für Sozialforschung*, 6, 2016, S. 8–35.
- Konzeptgruppe »Invektivität«, »Invektivität – Perspektiven eines neuen Forschungsprogramms in den Kultur- und Sozialwissenschaften«, in: *Kulturwissenschaftliche Zeitschrift*, 2, 1, 2017, S. 2–24.
- Knüppeln, Julius Friedrich, *Die Rechte der Natur und Menschheit, entweiht durch Menschen*, Berlin 1784.
- Koppetsch, Cornelia, *Die Gesellschaft des Zorns. Rechtspopulismus im globalen Zeitalter*, 2., durchgesehene und korrigierte Auflage, Bielefeld 2019.
- Kramer, Olaf, »Donald Trump – Der Twitter Präsident«, in: Joachim Knappe/Olaf Kramer/Dietmar Till (Hg.), *Populisten – rhetorische Profile*, Tübingen, 2019, S. 85–92.
- Luhmann, Niklas, »Gesellschaftliche Struktur und semantische Tradition«, in: Ders., *Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft*, Bd. 1, Frankfurt am Main 1980a, S. 9–71.
- Luhmann, Niklas, »Interaktion in Oberschichten. Zur Transformation ihrer Semantik im 17. und 18. Jahrhundert«, in: Ders., *Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft*, Bd. 1, Frankfurt am Main 1980b, S. 72–161.

- Luhmann, Niklas, *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, Frankfurt am Main 1997.
- Manow, Philip, »Dann wählen wir uns ein anderes Volk ...«. Populisten vs. Elite, Elite vs. Populisten« in: *Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken*, 74, 4, 2018a, S. 5–14.
- Manow, Philip, *Die Politische Ökonomie des Populismus*, Berlin 2018b.
- Mrozek, Bodo, *Jugend – Pop – Kultur. Eine transnationale Geschichte*, Berlin 2019.
- Mudde, Cas, »The populist zeitgeist«, in: *Government and Opposition*, 39, 4, 2004, S. 541–563.
- Müller, Jan-Werner, *Was ist Populismus? Ein Essay*, Berlin 2016.
- Müller, Michael/Precht, Jörn (Hg.), *Narrative des Populismus. Erzählmuster und -strukturen populistischer Politik*, Wiesbaden 2018.
- Nassehi, Armin, *Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft*, München 2019.
- Reckwitz, Andreas, *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Berlin 2017.
- Scharloth, Joachim, »Sprachliche Gewalt und soziale Ordnung. Metainvektive Debatten als Medium der Politik«, in: Fabian Klinker/Joachim Scharloth/Joanna Szczek (Hg.), *Sprachliche Gewalt. Formen und Effekte von Pejorisation, verbaler Aggression und Hassrede*, Stuttgart 2018, S. 7–28.
- Sperander, *Lexikon der A la Mode-Sprache der Teutschen*, Nürnberg 1728.
- Stephan, Cora, »Der große Lümmel«, in: NZZ, 24.11.2016, letzter Zugriff: 8.10.2019, <https://www.nzz.ch/feuilleton/zeitgeschehen/neue-volksverachtung-der-grosse-luemmel-ld.130269>.
- Wielenga, Friso/Hartleb, Florian (Hg.), *Populismus in der modernen Demokratie. Die Niederlande und Deutschland im Vergleich*, Münster 2011.