

Bildungslektüre



Bernhard Heinzlmaier
Anpassen, Mitmachen, Abkassieren.
 Wie dekadente Eliten
 unsere Gesellschaft ruinieren
 Hirnkost Verlag, Berlin 120 Seiten,
 Preis: 18,- Euro

Das Buch ist Bernhard Heinzlmaiers persönliche Abrechnung mit den Eliten in Politik und Wirtschaft. Im Zentrum des Buches steht der Vorwurf, dass sich das Establishment nur mehr um eigene Vorteile kümmert und den Interessen des Gemeinwesens gegenüber völlig gleichgültig ist. Positionen in Politik und Wirtschaft werden nur deshalb ergriffen, um zu mehr Geld und öffentliche Aufmerksamkeit zu kommen. Mediengeil umdrängt die Hautevolee die Fernsehkameras und inszeniert sich im Internet, aber alles nur für den eigenen Zweck. Äußerlichkeiten – der edle Anzug, die teure Uhr, das Luxusauto, die Luxusvilla – sind ihr wichtiger als Werte und Moral. Angetrieben werden sie nicht von Idealen, sondern von der persönlichen Eitelkeit. Unsere Eliten sind nach wie vor gottgläubig, aber sie hängen nicht mehr dem alten transzendenten Gott an, ihr Gott ist der Markt. Konkurrenz, Wettbewerb, Deregulierung und Leistung sind ihre Keywords. Was sie aus Unfähigkeit und Interesselosigkeit nicht zustande bringen, soll der Markt für sie erledigen. Doch dieser Markt ist längst nicht mehr der Vorteilsbringer für die Mittel- und Unterschichten. Im Gegenteil, er gibt den Reichen und er nimmt den Armen.

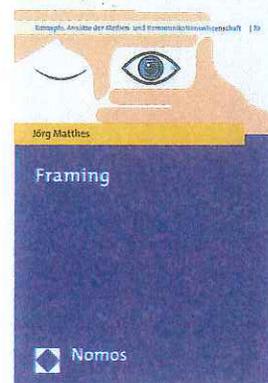
Und er produziert Ängste und Hoffungslosigkeit unter den Schwachen der Gesellschaft und treibt sie den Rechtspopulisten in die Arme.

Die Eliten haben sich zu weit von den „normalen“ Menschen entfernt. Sie schweben in einer abgehobenen Blase über der Gesellschaft, ihre Gespräche sind Selbstgespräche, von denen der Rest der Menschheit ausgeschlossen ist.

Die Politik ist heute genauso opportunistisch wie die durchschnittliche Krämerseele. Wie die schlimmsten Produkte der Kulturindustrie, nehmen wir als Beispiel Helene Fischer, schmiegt die Politik sich gurrend und schnurrend an die vulgären Überzeugungen und ästhetischen Bedürfnisse des Durchschnittsmenschen an und umgarnt sein Ego mit hingebungsvollen Treue-, Nutzen- und Sympathieverprechen, von denen sie in dem Augenblick, in dem sie sie abgibt, schon weiß, dass sie sie nicht halten wird.

Die Politik der Gegenwart ist durchgängig populistisch. Populistisch ist eine Politik, die WählerInnen als Manipulationsobjekte betrachtet, die in erster Linie die eigenen elitären Interessen verfolgt und erst in zweiter Linie an das Gemeinwohl denkt. Populistisch ist letztendlich jede Politik, die von Individuen beherrscht wird, die nur die Macht wollen und denen es egal ist, mit Hilfe welcher Ideen, Inhalte, Aktionen und Kommunikationen sie zu dieser kommen. Populismus ist die pure Lust an der Macht, die ohne Werte und Grundüberzeugungen auskommt.

Das Buch verfolgt die These, dass lediglich durch die Neu- und Umverteilung der Macht innerhalb der herrschenden dekadenten Eliten sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene kein Fortschritt im Sinne der Multitude mehr zu erzielen ist. Es will dazu anregen, über Alternativen jenseits des lächerlichen Festivals der Eitelkeiten nachzudenken, das uns heute die politischen und Wirtschaftseliten als Staatskunst und Unternehmensmanagement zu verkaufen versuchen.



Jörg Matthes
Framing
 Konzepte. Ansätze der Medien-
 und Kommunikationswissenschaft
 Nomos Verlag, 105 Seiten,
 Preis: 19,90 Euro

In einer gesellschaftlichen Debatte gibt es immer mehrere Blickwinkel zu einem politischen Thema, durch die manche Informationen hervorgehoben und besonders betont werden, während andere als weniger wichtig erachtet werden. Diese selektiven Sichtweisen werden in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung als „Frames“ bezeichnet. Das Wechselspiel und das Aushandeln von Frames seitens strategischer Kommunikatoren, Journalisten sowie Rezipienten werden mit dem Framing-Ansatz untersucht.

Dieser Band gibt eine leicht lesbare Einführung in die theoretischen Grundlagen, methodischen Vorgehensweisen und empirischen Ergebnisse dieses prominenten Ansatzes der kommunikationswissenschaftlichen Medieninhalts- und Medienwirkungsforschung. Er eignet sich als Lehrbuch für Studierende, als Nachschlagewerk zu den Strömungen und neuesten Erkenntnissen dieses Forschungsfeldes sowie als Startpunkt für Forschungsarbeiten zum Themenfeld Framing.

(Presstext)