



Der Demagoge

Norbert Rath

Zitation: Rath, Norbert (2016): *Der Demagoge*, in: *Kritiknetz - Zeitschrift für Kritische Theorie der Gesellschaft*

© 2016 bei Norbert Rath, www.kritiknetz.de, Hrsg. Heinz Gess, ISSN 1866-4105

Der Pulitzer-Preisträger D. C. Johnston, investigativer Journalist bei der *New York Times*, hat aus seiner dreißigjährigen Beschäftigung mit den Aktivitäten von Donald J. Trump eine sorgfältig recherchierte Studie unter dem Titel *Die Akte Trump* vorgelegt (2016), die eine Materialbasis für einen kritischen Blick auf diesen Kandidaten liefert. Zur Wahlkampagne von Trump lassen sich die vor allem von Adorno (1946, 1950, 1951) sowie Löwenthal & Gutermann (1950) verantworteten Studien des *Instituts für Sozialforschung* zu Propaganda und Vorurteilsbildung noch mit Gewinn heranziehen und bieten überraschend treffsichere Analysen. Damit zeigt sich, wie gleichförmig Tricks, Muster und Klischees demagogischer Rhetorik über Jahrzehnte hin sein können.

1 Der Geschäftemacher

„Schauen Sie Donald Trump doch an: Er ist der lebende Inbegriff für die Geldrafferei und die Vulgarität, die Toqueville damals ins Auge stachen.“
(Carey, in: Südde. Ztg., 19.10.16, S.15)

Donald J. Trump war und ist ein Virtuose unterschiedlicher Formen des Geschäftemachens. Er nutzt die fließenden Übergänge, die es in den USA zwischen Kommerz, Show-Business und Politik gibt, um reich, berühmt und mächtig zu werden. Kant (1784, 4. Satz) sieht das menschliche Handeln als durch „Ehrsucht, Habsucht und Herrschsucht“ mitbestimmt. Diese drei Charakterzüge scheint D. J. Trump in seltener Reinheit zu repräsen-

tieren. Er hat seine Karriere als Bewunderer von Ronald Reagan begonnen. Unter der Präsidentschaft dieses von politischen Gegnern lange Zeit unterschätzten Schauspielers im Weißen Haus hat sich die US-Politik entscheidend verändert. Zu den bis heute fortbestehenden Hypothesen seiner Politik gehören der mittlerweile über 36 Jahre andauernde Bürgerkrieg in Afghanistan und die Destabilisierung des Irak. Verteilungspolitisch gesehen, kam es in den USA seit Reagan zu einer immer weiter gehenden Öffnung der Schere zwischen Arm und Reich, Regulierungen für die Aktien- und Finanzmärkte wurden zurückgefahren, die Globalisierung vorangetrieben. Aus Sicht der Verlierer der sogenannten Reaganomics: Der Klassenkampf wurde wieder energischer von oben geführt.

Trotz mehrerer Insolvenzen versteht Donald J. Trump es, sich als erfolgreicher Geschäftsmann zu präsentieren und bis heute so wahrgenommen zu werden. Er kann seinen Namen vermarkten, überall auf der Welt gibt es nach ihm benannte, wenn auch meist nicht von seinem Firmengeflecht gebaute „Trump Towers“. Trump ist nicht nur eine Person, Trump ist eine Marke. Für Immobilien-Bosse, so heißt es entschuldigend, gehört etwas Hochstapelei zum Geschäft. Dass Donald Trump in mehr als 3500 Prozesse verwickelt war bzw. noch ist (so Johnston 2016, S. 47 u. 309), wirft die Frage auf, ob bei seiner Sorte von Geschäftemacherei alles mit rechten Dingen zugeht und zugeht. Rechtfertigt die Jagd nach Erfolg auch krumme Wege? Sein Biograph Johnston formuliert in aller Schärfe: „Donald ist ein Trickbetrüger, dessen Geschäftsmodell darin besteht, Geld aus Unternehmen herauszusaugen und das Gerippe liegen zu lassen.“ (im Interview mit Wetzels, Südde. Ztg. vom 15.9.16, S.13.) Was immer er sonst noch ist, er ist jedenfalls ein Multimillionär – und ein erfolgreicher Blender. „Dass er einen chaotischen Zusammenbruch seines Firmenimperiums und eine Privatinsolvenz vermeiden konnte [im Jahr 1990], hatte er der Regierung zu verdanken, die ihn vor den Banken rettete“ (Johnston 2016, S. 11). Diese Episode mit dem damals drohenden Absturz Trumps in die Bedeutungslosigkeit erinnert an Verse aus Brechts Oper *Aufstieg und Fall der Stadt Mahagonny*: „Hallo, Leute, da steht ein Mann / Der seine Zeche nicht bezahlen kann. / Frechheit, Unverstand und Laster! / Und das Schlimmste ist: kein Zaster!“ (16. Szene, 1967, S. 547) Schon damals erfolgte die ‚Rettung‘ Trumps nach dem dann erst mit der Bankenkrise 2007/2008 so richtig in Mode gekommenen Motto „too big to fail“. In der zweiten der drei Fernsehdebatten mit Hillary Clinton antwortete Donald Trump übrigens auf ihre Frage, warum er keine oder fast keine Einkommensteuer zahle, kurz und bündig: „Weil ich clever bin.“

2 Der Prominente aus dem Show-Business

*„Was ist der Taifun an Schrecken /
Gegen den Menschen,
wenn er seinen Spaß will?“
(Brecht: Mahagonny-Oper,
Szene 11, 1967, S. 526)*

Donald J. Trump ist – wie Ronald Reagan – einer der wenigen Politiker, die einen Stern auf dem „Walk of Fame“ in Los Angeles haben. Er hatte eine eigene Fernsehshow („The Apprentice“, wörtlich: „Der Lehrling“), in der er die Zuschauer u.a. mit plötzlichen Kündigungen unterhielt („You are fired!“). „The Apprentice“ war nach den Standards des Fernsehgeschäfts erfolgreich. Viele Menschen wollten sehen, wie Trump als Weltenrichter des Business agierte, indem er Personen kurzerhand ‚feuerte‘. Trump hat zudem in einer ganzen Reihe von Filmen Nebenrollen gespielt und in zahlreichen Talkshows mitgemacht. Schon vor seiner Wahlkampagne im Jahr 2016 war er den meisten wahlberechtigten US-Amerikanern als Turmbauer und Prominenter des Show-Business wohlbekannt.

Der Rollenwechsel vom Geschäftsmann zum Showmaster und weiter zum Politiker und zurück ist Teil des Geschäftsprinzips. Hauptsache, man wird bekannt, und der Name geht durchs Land und um die Welt. Der Name Trump hat zuletzt sicherlich noch einmal an Marktwert gewonnen, und zwar durch die aufsehenerregende Kandidatur für die US-Präsidentschaft. Johnston vermutet, das sei gut fürs Geschäft, selbst wenn der Kandidat nur zweiter Sieger werden sollte, wofür alle seriösen Umfragen zwei Wochen vor der Wahl sprechen. Kann ein Geschäftsmann unseriös, ein Show-Master brutal, ein Kandidat ungeeignet sein, wenn ihn 40 % der US-amerikanischen Wahlbürger zum Präsidenten haben wollen?

Ein Seifenoper-Prinzip in US-Wahlkämpfen hat schon Adorno beobachtet: „Wie die Hausfrau, die eine Weile die Leiden und guten Taten der von ihr favorisierten Schauspielerin genossen hat, sich motiviert fühlt, die vom Sponsor angebotene Suppe zu kaufen, so akzeptiert der Zuhörer, der durch Propaganda gut unterhalten wurde, die vom Sprecher repräsentierte Ideologie aus Erkenntlichkeit für die gebotene Show. 'Show' ist tatsächlich das treffende Wort. Der selbsternannte Führer bietet eine Vorstellung ('performance'), die an das Theater, an Sport und religiöse Erweckung erinnert.“ (Adorno 1946, S. 402)

3 Der rachsüchtige Rebell

*„Mein Motto lautet:
Übe stets Vergeltung. Wenn
dich wer über den Tisch zieht,
mach ihn fertig.“*

(D. J. Trump, zit. n. Johnston 2016, S. 51)

Der typische Demagoge gibt gleichzeitig den Rebellen gegen die Autorität und diese Autorität selbst. Er ist der Angreifer, der zur Identifikation mit sich selbst einlädt. Er fordert die andern auf, ihn in seiner Rolle zu unterstützen. Am Ende wird er wohl alles beim alten lassen, aber er kann für seine Zuhörer eine Weile den großen Veränderer spielen. Vielleicht spielt er mehr mit ihnen als für sie. Sie sollen glauben, dass es ganz anders werden kann, dass sie in ihm einen Propheten und Messias gefunden haben. Natürlich nur für die, die zugehörig sein dürfen. Einige müssen ausgeschlossen sein, damit die Eigengruppe sich gegen sie zusammenfinden kann. Kriminelle, Migranten, Muslime sind nicht willkommen; gegen sie wendet sich der Rebell, gegen sie dürfen seine Anhänger mobil machen. Außenseiter sind nicht erwünscht. Gegen sie sollen Mauern gebaut werden, innen wie außen, um sie draußen zu halten. Je en-

ger der Zusammenschluss der Eigengruppe, desto wichtiger die Exklusion der Fremdgruppen. Auf die Zuwanderer als die Fremden wird projiziert, was man sich selbst verbieten muss: die Lust am Brechen von Regeln, an fremdem Eigentum, an der Gewalttat.

Die destruktive Dynamik, die der Rebell in seinen Anhängern mobilisiert, kann ihnen Angst machen. Er muss darum auch derjenige sein, der alles wieder unter Kontrolle bringen wird. Er ist der Rebell, dem nichts widerstehen kann, und zugleich der starke Führer, der Recht und Ordnung für die Seinen garantiert. Sein autoritärer Vater ist für Donald Trump vermutlich – biographisch gesehen – die stärkste und wichtigste Figur gewesen (vgl. Johnston 2016, S. 37). Er selbst ist der lebende Beweis dafür, dass man permanent gegen die Regeln des Systems rebellieren kann und dafür einen Erfolg nach dem andern einfährt. Wer die andern und ihre Regeln angreift, wer die Regeln bricht, die nicht zu seinen Gunsten sind, der wird am Ende belohnt werden.

Adorno weist auf den Spagat von Angriff auf die Autorität und Verkörperung der Autorität hin, in dem sich Demagogen versuchen: Der sich als „Übermensch“ stilisierende Agitator müsse zugleich „doch noch dem Geführten ähnlich sein und als seine 'Vergrößerung' erscheinen. [...] Dies soziologische Wunder vollbringt die psychologische Ambivalenz. Das Bild des Führers befriedigt den doppelten Wunsch der Geführten, sich der Autorität zu unterwerfen und zugleich selbst Autorität zu sein.“ (1971, S. 50)

4 Christ oder Rassist?

*„Und wenn einer tritt, dann bin ich es /
Und wird einer getreten, dann bist's du!“*
(Brecht: *Mahagonny*, Szene 11, 1967, S. 530)

Einige Zeilen des Folksängers Woody Guthrie aus seinen Songs vom Anfang der 50er Jahre richten sich gegen die bei der Vermietung von Trump-Appartements in Beach Haven herrschende Rassendiskriminierung, damals verantwortet von Donalds Vater Fred Trump: „I suppose that Old Man Trump knows just how much racial hate / He stirred up in that bloodpot of human hearts“ (zit. nach Johnston 2016, S. 63). Passen diese Liedzeilen auch auf Äußerungen von Donald Trump im Wahlkampf von 2016? Er hat geäußert, er wolle die Südgrenzen der USA gegen Mexiko zur Abwehr mexikanischer ‚Krimineller und Vergewaltiger‘ durch eine große Mauer absichern lassen.

Um die wichtige Gruppe evangelikaler Wähler zu gewinnen, stilisiert Trump sich als guter Christ. „In Iowa traf Trump 2015 mit einer Gruppe von Evangelikalen zusammen. Als die *Christian Post* über dieses Treffen berichtete, bezeichnete sie Trump als Mann mit ‚angeblich christlichem Glauben‘.“ (Johnston, S. 59) Auf die Frage nach einem ihm besonders wichtigen Bibelzitat antwortete Trump ausweichend, es gebe so viele wichtige. „Man muss kein gläubiger Mensch sein, um zu bemerken, in welch krassem Widerspruch viele Äußerungen Trumps zum Thema Religion mit den Lehren der Bibel [...] und damit auch zu seiner Behauptung stehen, ein Christ zu sein.“ (Johnston 2016, S. 295) Immerhin gibt es mindestens eine biblische Botschaft, die auf ihn zugeschnitten ist: „Macht euch Freunde mit dem trügerischen Mammon.“ (Lukas, 16,9)

Das christliche Gepräge, das sich Wahlkämpfer in den USA gern geben, ist offenbar weitgehend unecht. Man gibt sich religiös, weil die Leute das so wollen, auch wenn viele einem die vorgespiegelte Religiosität nicht abnehmen. Es gilt, den Schein zu wahren, die religiöse Konvention zu bedienen. Von der „unleugbaren Abschwächung der religiösen

Gefühle und der von ihnen abhängigen libidinösen Bindungen“ spricht schon Freud in *Massenpsychologie und Ich-Analyse* (1921) (GW XIII, S. 107 f.). Auf diese Schrift bezieht sich Adorno in seinen Analysen zur Struktur demagogischer Rhetorik häufig (z. B. 1971, S. 36 ff., 53 ff.). Der Vortrag des Demagogen erfülle eine quasi-religiöse Funktion in nach-religiösen Zeiten, er wirke auf die Anhänger wie ein Ritual: Sie erfahren „eine Art von institutionalisierter Erlösung von ihrer eigenen Unartikuliertheit durch den Wortschwall des Sprechers. Dieser Akt der Offenbarung und die zeitweilige Aufhebung einer verpflichtenden Selbstkontrolle ist das entscheidende Muster des propagandistischen Rituals“ (Adorno 1946, S. 403). Das funktioniert nach dem Schema: Was wir schon immer geahnt, gefühlt, dunkel gedacht haben, endlich einmal wagt es einer laut auszusprechen.

Adorno spricht von der „Radfahrernatur“, die der Agitator anspricht: „Die Tendenz, ‚nach unten zu treten‘, die sich katastrophal in der Verfolgung wehrloser und schwacher Minderheiten äußert, ist ein ebenso ausgesprochener Zug dieses Charakters wie der Haß auf die, die draußen sind. Praktisch fallen beide Tendenzen häufig zusammen.“ Es gebe eine „alles durchdringende starre Unterscheidung der geliebten Eigengruppe und der abgelehnten Fremdgruppe.“ (Adorno 1971, S. 52) Diese rigide Bevorzugung der Eigengruppe gilt als ein charakteristischer Zug des ‚autoritären Charakters‘ (vgl. Adorno u.a. 1950 bzw. 1968/69: Bd. 1 (1968), S. 392 ff.; Bd. 2 (1969), S. 170 ff., 342 ff.).

5 Der Trickster

„Trickster scheinen erstaunlich resistent zu sein gegen Eingrenzungen. Sie sind zwanghafte Grenzübertreter.“ (Hynes 1993, S. 33)

Dass man das trifft, was andere sich intensiv wünschen und ihnen klar macht, dass man derjenige ist, der ihre Wünsche zur Wirklichkeit werden lassen kann, auf dieses Kunststück des Arbeitens mit den Imaginationen anderer verstehen sich Trickster und Hochstapler. Auch folgendes Verfahren wird von ihnen häufig genutzt: Etwas behaupten und das Behauptete immer weiter vertreten, auch wenn man selbst genau weiß, dass es erlogen ist – eine der Strategien des erfahrenen Schwindlers. Glaubwürdigkeit für die eigenen Halbwahrheiten und Falschaussagen beanspruchen und die Thesen des Gegners als verlogen markieren, ist für die Wahlkampagne Trumps im Jahr 2016 eine Schlüsselstrategie gewesen.

An Beispielen dafür mangelt es nicht: Der längst widerlegte Vorwurf, Obama sei nicht in den USA geboren und hätte daher gar nicht für die Präsidentschaft kandidieren dürfen, wird von Trump zuletzt noch in der Variante aufgewärmt, die schließlich von Obama vorgelegte Geburtsurkunde sei gefälscht. Dahinter steht die letzten Endes auf den Rassismus 'weißer' Wähler setzende Behauptung: Ich bin ein echter Amerikaner (und ein Weißer dazu) – der da aber ist es nicht (sondern 'nur ein Mischling'). Überhaupt ist Angaben von Trump oft nicht recht zu trauen: „Unabhängige Fakten-Checker attestieren Trump regelmäßig hohe Werte an Falschaussagen. '70 Prozent von Trumps Behauptungen sind falsch, fragwürdig oder zumindest nicht belegbar', schrieb etwa Polit-Fact.com.“ (Batthyany, Süddt. Ztg. vom 16. 9. 16, S. 7.)

„Make America great again“: Trump sagt, er habe diesen Slogan erfunden, er hätte ihn sich patentieren lassen sollen. Er vertraut dabei auf das kurze Gedächtnis seiner Wähler, denn schon Ronald Reagan hatte in seiner Wahlkampagne die Gemüter der US-Wähler mit diesem Slogan benebelt. Ist erst das Bewusstsein erobert, und sei es von einer

Halbwahrheit, einem auf Wunschdenken gestützten Glauben, einem durchsichtigen Schwindel, so kann das realitätsstiftende Kraft haben. Mit solchen Sorten von Imagination trumpft, so scheint es, Donald J. Trump auf. „Dass illegale Einwanderer millionenfach in die Wahlregister geschummelt werden, damit sie für Clinton stimmen, wie Trump behauptet, gehört in die Schublade der Verschwörungstheorien, die er immer wieder bemüht hat.“ (Batthyany, Süddt. Ztg. vom 21. 10. 2016, S. 2)

6 Der Egomane

„Sollten wir einem ignoranten, dünnhäutigen Größenwahnsinnigen die Möglichkeit eröffnen, die Welt in die Luft zu jagen?“ (N. Chomsky, in: Süddt. Ztg. v. 21.10.2016, S. 22)

Wenn wieder ein Gesetz durchs italienische Parlament gebracht werden sollte, das einen persönlichen Vorteil für S. Berlusconi enthielt, eine Strafverfolgung gegen ihn in einer undurchsichtigen Angelegenheit unmöglich machte, einen bestimmten Prozess gegen ihn zum Platzen brachte, dann agierte der damalige italienische Regierungschef wie ein Taschendieb, der sein Opfer ablenkt, ehe er es bestiehlt: Er verschob die Aufmerksamkeit des Publikums auf einen Nebenaspekt. Zum Beispiel giftete er Martin Schulz im EU-Parlament öffentlich an, dieser sei für eine Rolle als KZ-Bewacher sehr geeignet. Der Sturm der Entrüstung, der sich daraufhin in deutschen und italienischen Medien erhob, diente als wunderbare Ablenkung, um einen Pro-Berlusconi-Deal im Parlament ohne große öffentliche Aufmerksamkeit mal eben so passieren zu lassen.

Derartige Künste beherrscht auch Donald J. Trump. Die brennende Frage nach der Ge-

sundheit der (mit ihm etwa gleichaltrigen) Hillary Clinton, Fragen wie die nach der mangelhaften Geheimhaltung ihres E-Mail-Verkehrs, nach der Geburtsurkunde des Präsidenten Obama, nach sexuellen Eskapaden von Bill Clinton in den 90er Jahren – all diese Fragen haben eine nur geringe politische Bedeutung. Durch die Antworten darauf wird kaum eine bedeutsame Entscheidung auf den Weg gebracht. Aber sie haben eine wichtige Ablenkungsfunktion. Dass in Trumps kommerzieller Karriere eine Reihe undurchsichtiger Geschäfte und Skandale eine Rolle zu spielen scheinen; dass Profiteure der Weltfinanzkrise von 2007/08 zu seinen Wirtschaftsberatern zählen; dass der Spitzensteuersatz für Großverdiener unter ihm als Präsidenten massiv gesenkt werden soll, solche Nachrichten rücken dann in die zweite Reihe. Trump agiert wie ein geschickter Bully, der auf dem Schulhof lauthals die (kaum nennenswerten) Untaten seiner Mitschüler anprangert und diese öffentlich angreift, damit seine eigenen Schandtaten nicht ruchbar werden.

Für Adorno ist der Agitator „gewöhnlich ein meisterhafter Verkäufer seiner eigenen psychologischen Defekte.“ (1946, 402) Woraus speist sich der Rapport zwischen Führer und agitierten Anhängern? Agitatoren haben keine Hemmungen, sich auszudrücken. „Sie haben für ihre Zuhörer die Funktion, stellvertretend für sie zu tun und zu sagen, was diese selbst auch gern täten oder sagten, ohne es zu können oder zu wagen.“ (ebd.) Ein Beispiel für einen solchen stellvertretenden Dialog zum Thema 'von Donald Trump lernen heißt siegen lernen': „Wenn ich Präsident bin, werdet ihr sagen ...: 'Bitte, Mr. President, wir gewinnen zu oft. Wir halten das nicht mehr aus. Können wir nicht einmal verlieren?' Und ich werde sagen: 'Nein, wir werden weiter siegen, siegen, siegen ... weil wir Amerika wieder groß machen werden.' Und ihr werdet sagen: 'Okay, Mr. President. Okay.'“ (Trump,

zit. in: Piehler 2016, hier: zit. nach Mayer, Süddt. Ztg. vom 24./25. 9. 2016, S. 53.)

Der Kandidat teilt hier seinen Bewunderern eine Art Wunschtraum mit und imaginiert einen Dialog auf dem Niveau eines Kasperle-Theaters über sein nie endendes Siegen. Auf einem ähnlichen Niveau liegt Mr. Trumps Versprechen (nach der 3. Debatte mit H. Clinton): Ja, er werde die Wahlen anerkennen: „when I win.“ Das erinnert an ein Kind, das vor dem „Mensch ärgere dich nicht“-Spiel verspricht: „Nein, ich werde die Figuren nicht durcheinanderwerfen – wenn ich gewinne.“

7 Der Demagoge

„In Trumps Aussagen findet sich also stets ein bisschen Wahrheit, aber die geht völlig unter in dem überwölbenden Komplott, von dem er redet.“ (Johnston, in: Wetzl, Süddt. Ztg. v.15. 9. 16, S.13.)

Adorno hat in seinen Analysen des Vorgehens von US-Agitatoren einige wiederkehrende Strategien festgestellt. Nicht nur in den späten 40er Jahren in den USA, auch heute noch kann sich demagogischer Menschenfang nach ähnlichen Mustern abspielen. Der Demagoge gibt die Themen vor. Er hämmert seinen Zuhörern die von ihm vertretenen Meinungen ein. Er versucht die Unterscheidung von objektiv richtig und unrichtig, wahr und falsch zu unterminieren. Was er vorträgt, muss wahr sein, weil er es vorträgt, weil die andern sich gegen ihn verschworen haben, um die Wahrheit nicht ans Licht kommen zu lassen. Er trägt die Fackel der Wahrheit, und nur er.

Donald J. Trump ist vermutlich nicht einmal ein fanatischer Gesinnungs-Rassist. Er nutzt Rassismus, um Punkte zu machen. Er ist ein Gelegenheits-Rassist. Es bringt Stimmen der

weißen Wählerschaft, wenn man gegen noch mehr Immigranten aus Mexiko ist, wenn man von Mexikanern als „bad hombres“ spricht, wenn man gegen Muslime hetzt, wenn man die Frage des Herkunftslandes von B. Obama am Kochen hält, weil man damit so schön zeigen kann, dass er eigentlich nicht dazugehört zum geschlossenen Club der 'weißen Amerikaner'. Donald J. Trump ist kein Paranoiker wie Stalin, kein Hysteriker wie Hitler. Diese Verbrecher waren möglicherweise von der Wahrheit der Lügen, die sie verkündeten, zeitweise überzeugt. Donald J. Trump steht – narzisstisch – für sich selbst, das ist seine Botschaft. Er glaubt an sich (oder spielt diesen Glauben an sich mit großem schauspielerischen Einsatz) und fordert die andern auf, ihn zu bewundern und an ihn und seinen Gott „Success“ zu glauben. In dem Maß, in dem viele, möglichst alle an ihn glauben, wird er „Success“ haben, werden seine Anhänger „Success“ haben. Und sie werden, das verspricht er, immer weiter siegen. (Nebenbei: Ein Parfüm, an dem Trump mitverdient, heißt „Success“.)

Der Agitator und die Massenindividuen können sich wechselseitig bestätigen. Der „moderne Führer“ schein „weniger ein Bild des Vaters zu sein [...] als eine Vergrößerung der eigenen Persönlichkeit, eine kollektive Selbstprojektion.“ (Adorno 1971, S. 47) Insofern könnte ein narzisstischer Typus als Führer-Darsteller geeignet sein: „Donald Trump versucht nicht zu verstehen, wie andere ihn wahrnehmen. Stattdessen entwertet und diskreditiert er alle, die ihn nicht so wahrnehmen wie er sich selbst. Das macht ihn zu einem Narzissten von Weltrang.“ (Johnston 2016, S. 292)

Für Adorno ist die Sprache der verschiedenen Demagogen „so gleichförmig, daß man nur die Reden eines einzigen zu analysieren braucht, um sie alle zu kennen. Dazu kommt, daß man auch in den einzelnen Reden wieder

nur endlose Wiederholungen findet, wenn man den sehr begrenzten Bestand an Motiven und rhetorischen Kunstgriffen einmal kennt.“ (ebd., S. 35 f.) Es gelte, „das psychologische System, das diese Bestandteile umfaßt und sie produziert [...] ins Auge zu fassen“, dabei liege „die Assoziation der Paranoia“ nahe (ebd. S. 36).

Zu den wichtigsten Regeln im Geschäftsleben gehört Trump zufolge das Misstrauen: „Seien Sie paranoid“, fordert er 2005 seine Zuhörer bei einem Motivationsvortrag auf (Johnston 2016, S. 46). Der Demagoge kann ansteckend und mitreißend, ja unwiderstehlich wirken, wenn es ihm gelingt, auf den unbewussten psychischen Strukturen seiner Anhänger zu spielen wie auf einer Klaviatur, die auf ihn gestimmt ist. Er bestätigt sich durch sie, sie können sich durch ihn bestätigt fühlen. Er verwandelt ihre Ängste in Fundamente seiner Macht. Er zeigt, was Angst macht, und ist zugleich derjenige, der die Angst besänftigt, der das Angstmachende besiegen kann. Wenn ihr mich bewundert, wenn ihr euch mir unterwerft, das ist seine Botschaft, dann braucht ihr keine Angst mehr zu haben.

Leo Löwenthal und Norbert Gutermann haben in ihrer Studie „*Lügenpropheten*“ – im Rahmen der Beiträge des *Instituts für Sozialforschung* zur Vorurteils- und Antisemitismusforschung – die Techniken und Themen US-amerikanischer Demagogen im Einzelnen analysiert (1950, dt. 1968). Ihrer Studie zufolge ist eine Mentalität des Misstrauens ein fruchtbarer Boden für Agitation: „Der Agitator spielt mit dem Mißtrauen, das seine Zuhörer grundsätzlich gegen alle sozialen Erscheinungen haben, die in ihr Leben eingreifen, ohne daß man versteht, wie das eigentlich geschieht.“ (S. 10) Er sucht seinen Zuhörern „zu suggerieren, daß sie ihm an Wissen und Können oder auch an Mut unterlegen sind, und daß sie mehr auf ihn angewiesen sind als er auf sie.“ (S. 17) „Der Agitator nährt die

Idee einer permanenten Verschwörung gegen die ewig Betrogenen" (S. 20). „Er hetzt sein Auditorium zu sozialen Reaktionen auf, die denen des verfolgungswahnsinnigen Individuums gleichen" (S. 21). Er stellt sich „in den Augen der Zuhörer als der einzige Repräsentant des Volksganzen" dar (S. 38). „Die gefährlichste Abart des Fremden ist in den Augen des Agitators der Flüchtling." (S. 40) „Wenn er den Feind als einen Kriminellen, einen Entarteten, ein widerliches Tier, eine Mikrobe kennzeichnet, trifft der Agitator bei seinen Zuhörern tiefe Schichten von Hass und Sich-betrogen-fühlen" (S. 41). Man vergleiche die rhetorischen Glanzleistungen von Trump über den angeblichen Vergewaltiger Bill Clinton, über Hillary Clinton als „nasty woman", die ins Gefängnis gehöre, über generische Journalisten als Ratten. „Der Agitator entmenschlicht den Feind auf verschiedenen Ebenen: als Ausländer, der aus einer verdächtigen Gegend stammt, als Verbrecher, der sich in einem moralisch anrüchigen Milieu herumtreibt, und als Degenerierten, der biologisch minderwertig ist." (S. 44 f.) Der Agitator insistiert darauf, „daß alle sozialen Probleme auf dem Konflikt zwischen der Eigengruppe und den Fremdgruppen beruhen" (S.77). Ethnozentrismus ist ein Schlüssel zur Wahlkampagne von Donald J. Trump.

8 Wahlchancen

Trump = Trumpf: „eine besonders wertvolle Karte, die alle anderen sticht“; to trump: „täuschen oder betrügen‘ [...]. Weitere Bedeutungen des Verbs sind ‘skrupellos täuschen‘ oder ‘fälschen, fabrizieren oder erfinden‘“ (Johnston 2016, S. 21).

Über Mr. Trump scheint alles längst gesagt zu sein. Er gilt – so steht es in angesehenen Presseorganen wie der *New York Times* oder der *Süddeutschen Zeitung* – als ein Rassist,

Macho, Sexist, Schwindler, ein Mann ohne Werte und Moral, ein Trickser, Blender, Scharlatan und Demagoge. Seine Karriere in der US-Öffentlichkeit geht einher mit einer Reihe von Beinah-Insolvenzen und Insolvenzen, peinlichen Auftritten, rhetorischen Entgleisungen, Skandalen, nicht zu reden von den kaum noch zählbaren Prozessen, an denen er beteiligt war und ist. Trump gilt vielen als ein Spekulant, der vor allem in seiner Zeit als Casino-Besitzer trübe Kontakte zu verurteilten Kriminellen hatte. Johnston (2016, S. 71) spricht von der „Verstrickung Trumps mit Gangstern, Mafia-Verbündeten und Betrügnern". Kann man insofern in der Ankündigung, er werde als Präsident daran arbeiten, dass Hillary Clinton den ihr angemessenen Platz im Gefängnis erhalte, eine Art Entlassungsangriff sehen? Rufen nicht Diebe, um von sich abzulenken, seit eh und je: 'Haltet den Dieb!'

Wie kann jemand mit dieser Vorgeschichte und diesem immer neu bestätigten zweifelhaften Ruf so viele erwachsene US-Amerikaner zu seinen Anhängern zählen? Den Umfragen etwa zwei Wochen vor der Wahl zufolge werden ihm am 8. 11. 2016 um die 40 % der Wähler ihre Stimme geben. Wären nur Männer bei den Präsidentenwahlen wahlberechtigt, würde er die Wahlen wahrscheinlich für sich entscheiden können. Wären nur weiße Männer wahlberechtigt, würde er die Wahlen sogar mit ziemlicher Sicherheit gewinnen und Präsident der Vereinigten Staaten werden. Ist das nicht erklärungsbedürftig? Die immer neuen moralisierenden Kommentare, die sich über die Ruppigkeit und Rüpelhaftigkeit des Trump-Wahlkampfes auslassen, über seinen, wie es heißt, mangelnden Respekt vor Frauen, über seine grobianische Rhetorik, seinen wenig behutsamen Umgang mit politischen Gegnern, erklären es nicht zureichend. Wie kann ein Bilderbuch-Kapitalist, der den Kapitalismuskritiker spielt, ein Superreicher, der plötzlich sein Herz für

die Armen entdeckt, ein Globalisierungsprofiteur, der den Globalisierungskritiker gibt, ein Mitglied der Eliten, das gegen die Eliten wettert, ein Machtmensch, der verspricht, den Mächtigen einmal so richtig einzuheizen – wie kann ein Kreuzungspunkt so vieler sozialer Widersprüche so viele Menschen der wenig oder nichts besitzenden Schichten als Anhänger gewinnen? Dieses Rätsel könnte etwas mit der Durchschlagskraft der demagogischen Rhetorik dieses Kandidaten zu tun haben.

Paradoxalität ist in diese Demagogie eingebaut, und ihr Meister darf selbstwidersprüchlich sein, diese Lizenz geben ihm seine Anhänger. Trump sagt, er sei gegen den Irakkrieg gewesen, aber 2003, als die G. W. Bush-Administration den Einmarsch plante und durchführte, war er noch ein Befürworter (übrigens ebenso wie Hillary Clinton, die trotz des ungünstigen Erscheinungsbildes ihres Gegenkandidaten keineswegs als reine Lichtgestalt betrachtet werden sollte). Trump sagt, er werde sich schnell mit dem russischen Präsidenten über Syrien verständigen, aber das mögliche Ergebnis einer solchen Verständigung bleibt im Dunkeln. Trump will für die von ihm projektierte hohe Mauer an der Südgrenze der USA die Mexikaner selbst bezahlen lassen – „sie wissen es nur noch nicht“. Trump will das Freihandelsabkommen mit Kanada und Mexiko und die wichtigsten Welthandelsabkommen neu verhandeln, mit, wie er verspricht, besseren Ergebnissen für die Arbeitsplätze in den USA. Trump will eine Steuerreform, bei der für die ärmeren Bevölkerungsschichten etwas herauspringen soll – aber vor allem auch für die reicheren und reichsten. Versprich allen alles, so werden alle für dich sein.

Nicht über seine rassistischen, verschwörungstheoretischen, fremdenfeindlichen Äußerungen, so scheint es kurz vor der Wahl, stolpert dieser Kandidat, sondern vor allem sexistische Prahlereien und Übergriffigkeiten

sind offenbar für die Abwendung der Wähler und mehr noch der Wählerinnen ausschlaggebend. Hier scheint ein Superreicher zu sein, der schon alle Spielzeuge gehabt hat, nur das der Präsidentschaft noch nicht, und der es sich kaufen wollte. Und er hätte gute Chancen gehabt, dieses ganz besondere Spielzeug zu bekommen – wenn er nicht zugleich auch jemand wäre, der zu oft nach der Parole aus Brechts *Mahagonny-Oper* agiert hat: „Vor allem aber achtet scharf / Daß man hier alles dürfen darf.“ (Szene 13, 1967, S. 532.)

9 Trump und die Folgen

„Er wird einen Weg finden, auch aus der Niederlage Profit zu schlagen. Denn um dieses eine Wort dreht sich sein ganzes Leben.“
(Batthyany, Süddt. Ztg. v. 17.10.16, S.4.)

Donald J. Trump wird vermutlich gegen Hillary Clinton verlieren. Er überschreitet Peinlichkeitsschwellen, verletzt Grenzen, diskriminiert Minoritäten. Das zieht Anhänger an und produziert Gegner. Mag sein, dass die Summe der ethnischen Gruppen, die sich angewidert von ihm abwenden, durch Feindseligkeit feindselig geworden, nicht groß genug ist, um ihm eine krachende Niederlage zu bereiten. Aber auch der Mainstream schätzt nicht dauerhaft den Tabubrecher. Die Mehrheit der Wähler will Ordnung, Sicherheit, Klarheit, Solidität, Glaubwürdigkeit. All das verkörpert Trump nicht. Die Attitüde des Rabauken kann zumeist nur eine Minderheit überzeugen. Dieser Rebell wird, so sagen es die Demoskopien, die Präsidentschaftswahlen am 8. November 2016 nicht gewinnen können. Er hat zu keinem Zeitpunkt seiner Wahlkampagne mit Abstand gegenüber Hillary Clinton geführt. Einige Male hatte er sie in der Wählergunst beinahe eingeholt, hat aber immer

wieder an Zustimmung eingebüßt, meist aufgrund eigenen aktuellen oder früheren, jetzt bekannt gewordenen Fehlverhaltens.

Nicht jeder Multimillionär, nicht jeder im Show-Business erfolgreiche Komödiant, nicht jeder unterhaltsame, aber plötzlich aggressiv polternde Clown ist ein Politiker, dem zugetraut wird, auch in schwierigen Zeiten das Staatsschiff zu steuern. Der auf Vergeltung setzende Angreifer, der sich zugleich in der Rolle des wohlmeinenden Führers versucht, mag vielen unglaubwürdig und sogar lächerlich erscheinen. Wer es mit dem Christentum ernst meint, wendet sich unangenehm berührt von einem Schauspieler ab, der offenbar um des eigenen Erfolgs willen die Religion in sein Repertoire aufgenommen hat. Ein Schwindler, ein Trickster ist nicht wirklich beliebt, auch wenn er noch so viel Erfolg hat; die peinliche Frage, ob er durch seine Erfolge nicht jeweils viele andere geschädigt hat, wird er nicht los. Ein Egozentriker und Ego-mane mag im politischen Tageskampf Erfolge verzeichnen, wenn er seine Gegner mobbt und niederschreit. Als väterlicher, der Gemeinschaft und ihren Werten verpflichteter Präsident wird er nicht so leicht erscheinen können; in dieser Rolle wird er nicht glaubhaft wirken. Sexistische Äußerungen kommen – zumindest bei einem Großteil des weiblichen Publikums – nicht gut an. Der hemmungslose Demagoge kann durch seinen konfrontativen Stil zwar viele Wähler gewinnen, möglicherweise aber schreckt er noch mehr ab: die Moderaten, die Angehörigen von Minderheiten, die Mehrzahl der weiblichen Wähler. Die Vielfalt der Medien ist nicht von einer Partei zu kontrollieren, solange die Demokratie einigermaßen intakt ist. Im US-amerikanischen Fernsehen ist Donald J. Trump im vergangenen Jahr doppelt so häufig zu sehen gewesen wie die Kandidatin der Demokraten. Aber wichtige Fernsehgesellschaften, wichtige Zeitungen des Landes stehen ihm äußerst kritisch gegenüber,

und Dauerpräsenz im Fernsehen heißt noch nicht: gewonnene Wahlen. Für alle politischen Lager hat Donald Trump einen höheren Unterhaltungswert als Hillary Clinton. Aber sie gilt in weiten Kreisen als das im Vergleich mit ihm kleinere Übel. Auch ein mit allen Wasser gewaschener Trickster kann die verbreitete Abneigung gegen seine Unseriosität, seine protzige Selbstdarstellung, seine Bully-Attitüden, seine Verachtung der 'Loser' nicht einfach überspielen und wegzaubern. Seine Kampagne, so erfolgreich sie im Agenda-Setting war, bleibt – vermutlich für eine Mehrheit der Wähler – abstoßend.

Trumps Kampagne krankt an der Widersprüchlichkeit des Kandidaten und der von ihm ausgegebenen Botschaften. Nach den Prinzipien, nach denen er angetreten ist: Aufmerksamkeit um der Aufmerksamkeit willen zu erregen; Show, Geschäft und Politik zum eigenen Vorteil miteinander zu verbinden; zu täuschen und zu schwindeln, wo die Wahrheit keinen Nutzen zu bringen scheint – wird er nicht gewinnen können. Die Trump-Show hat diesen Wahlkampf aufgemischt und die Gesellschaft noch weiter polarisiert. Aber dass die US-amerikanischen Wähler diese Show in vier oder gar acht Jahre andauernde politische Wirklichkeit verwandeln wollen, das mag man im 'alten Europa' denn doch nicht glauben. „Versöhnen statt spalten“ war einmal eine Parole des seinerzeit erfolgreichen Wahlkämpfers Johannes Rau. Das Versöhnen könnte für den streitsüchtigen Donald J. Trump eine Anforderung sein, der er nicht gerecht werden kann.

Vermutlich ist dieser Wahlkampf viel zu stark personalisiert gewesen. Einige der Probleme des Landes sind dabei von Donald Trump schärfer angesprochen worden als von anderen Kandidaten. Damit hat er gepunktet. „Auf diesem Gefühl, von Washington im Stich gelassen worden zu sein, hat Trump seinen Wahlkampf aufgebaut. Das war perfide, zu-

weilen rassistisch [...]. Aber es war eben auch erfolgreich, weil das Problem, das er ansprach, in der Realität existierte und sehr viele Menschen betraf"; zum Beispiel, was die Folgen der sogenannten Globalisierung angeht: „volkswirtschaftlich gesehen mag Freihandel unter dem Strich sinnvoll und ein Zugewinn sein; aber in sozialer Hinsicht war er für viele Städte und die Menschen dort ein absolutes Desaster.“ (Wetzels, Süddeut. Ztg. vom 15./16. 10. 16, S. 9.) Die scharfe Kritik Trumps an den problematischen Folgen einer liberalen Handelspolitik für die Industrie-Arbeitsplätze scheint sogar dazu beigetragen zu haben, dass auch Hillary Clinton sich im Wahlkampf – entgegen früheren Positionen – plötzlich als Kritikerin eines allzu weitgehenden Freihandels entpuppt hat.

Der Trump-Kritiker Johnston verweist in seinem Resümee von *Die Akte Trump* auf den mangelnden Respekt Trumps vor Regeln, beispielsweise im Hinblick auf die Gewaltenteilung in der Politik. Er kommt zu dem Schluss: „der große Anklang, den Trump in der Bevölkerung findet, ist auch ein Ausdruck der tiefen Krise, in der die Vereinigten Staaten von Amerika stecken. Sein Aufstieg veranschaulicht die wachsende Kluft zwischen der politischen Elite und dem Rest des Landes.“ (2016, S. 296) Diesen Punkt der von den Eliten zurückgelassenen Globalisierungs- und Modernisierungsverlierer betont vor allem auch Noam Chomsky: „Die amerikanischen Arbeiter werden seit nunmehr 40 Jahren von beiden großen Parteien ignoriert. Deshalb wenden sie sich nun gegen das gesamte System und folgen jemandem wie Trump, der zumindest so tut, als habe er ihre Interessen im Sinn.“ (in: Süddeut. Ztg. vom 21. 10. 2016, S. 22) Trump bringt mit dem Erfolg seiner Spielart von Demagogie grell zum Vorschein, was zu lange im Halbdunkel soziologischer Studien geblieben ist: Dass vom Wachstum und Erfolg der US-amerikanischen Wirtschaft seit Jahrzehnten eine kleine

Schicht von Reichen und Superreichen in hohem Maße profitiert hat und profitiert, während das Reallohniveau der breiten Mehrheit im großen und ganzen stagniert und für einige Gruppen der arbeitenden Bevölkerung sogar deutlich abgesunken ist. Trumps zentraler Widerspruch ist, dass er zu der Gruppe der rücksichtlosen Profiteure gehört, aktuell aber den Anwalt des 'kleinen Mannes' spielt. Nicht zuletzt an diesem Widerspruch muss seine Kampagne scheitern. Die Probleme der von breiten Schichten als empörend und ungerecht erfahrenen Ungleichheit aber bleiben (vgl. grundsätzlich zu diesem Thema: Wilkinson & Pickett 2010).

Literatur:

Anmerkung: Die hier zitierten Studien zur Vorurteilsforschung von Adorno (1946; 1950, dt. 1986/69; 1951, dt. 1971) sowie Löwenthal & Gutermann (1950, dt. 1968) befassen sich mit US-amerikanischen Demagogen, die antisemitische und faschistische Denkweisen und Parolen verbreitet haben. Durch den Bezug auf diese Studien soll nicht behauptet werden, dass Donald J. Trump Antisemit oder Faschist sei. Kaum bestreitbar aber ist, dass er 2016 einen demagogischen Wahlkampf geführt hat.

Theodor W. Adorno (1946): *Anti-Semitism and Fascist Propaganda* (1946). In: Gesammelte Schriften, Band 8: Soziologische Schriften I, hrsg. von Rolf Tiedemann, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1972, S.396-407. (Die hier zit. Passagen aus diesem Aufsatz sind übersetzt von N. Rath.)

Theodor W. Adorno u. a. (1950) (dt. 1968/69): *Der autoritäre Charakter. Studien über Autorität und Vorurteil*. Mit einem Vorwort von Max Horkheimer. (Zuerst englisch New York 1950: *The Authoritarian Personali-*

ty). Ins Deutsche übersetzt von Elisabeth Götte, Edith Hünninger, Rainer Koehne und Annagreta Menzel sowie Ernst von Schenck unter der Leitung von Theodor W. Adorno, Bd. 1: 1968; Bd. 2: 1969, Amsterdam: de Munter.

Theodor W. Adorno (1971): *Die Freudsche Theorie und die Struktur der faschistischen Propaganda* (zuerst engl. New York 1951). Deutsch von Rainer Koehne. Hier zit. nach: Adorno: *Kritik. Kleine Schriften zur Gesellschaft*, hg. von R. Tiedemann, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1971, S. 34-66.

Sacha Batthyany: *Duell-Stunde*. In: Süddt. Ztg. Nr. 223 vom 26. 9. 2016, S. 7.

Sacha Batthyany: *Donald Trump – Wie ein Sektenführer*, in: Süddt. Ztg. Nr. 240 v. 17. 10. 2016, S. 4.

Sacha Batthyany: *Angreifen, bis er explodiert*. In: Süddt. Ztg. Nr. 244 v. 21. 10. 2016, S. 2.

Bertolt Brecht (1967): *Aufstieg und Fall der Stadt Mahagonny*. Oper, entstanden 1928/29. In: Brecht: *Gesammelte Werke in 20 Bänden*, Bd. 2, Stücke 2, Frankfurt am Main 1967: Suhrkamp, S. 499-564.

Peter Carey, interviewt von Martin Killian: „Die Amerikaner leben in Fantasien.“ In: Süddt. Ztg. Nr. 242 vom 19. 10. 2016, S. 15.

Noam Chomsky, interviewt von Claus Hülverscheidt und Kathrin Werner: „Der Staat finanziert, die Wirtschaft kassiert“. In: Süddt. Ztg. Nr. 244 vom 21. 10. 2016, S. 22.

Sigmund Freud (1921): *Massenpsychologie und Ich-Analyse* (1921). In: *Gesammelte Werke*, hg. von Anna Freud u. a., Frankfurt am Main: Fischer 1999, Bd. XIII, S. 71-161.

William J. Hynes (1993): *Mapping the Characteristics of Mythic Tricksters: A Heuristic Guide*, in: Hynes & William G. Doty: *Mythical Trickster Figures: Contours, Contexts, and Criticisms*, Tuscaloosa: University of Alabama Press 1993, S. 33, zit. nach: Wikipedia-Art.: *Trickster*, Zugriff am 26. 10. 2016.

David Cay Johnston (2016): *Die Akte Trump*. Deutsch von Regina Berger u.a., Wals bei Salzburg (Amerik. Originalausgabe: *The Making of Donald Trump*. Brooklyn, NY: Melville House Publishing 2016).

Immanuel Kant (1784): *Idee zu einer allgemeinen Geschichte in weltbürgerlicher Absicht*. In: Kant: *Werke in zehn Bänden*, hg. von W. Weischedel, Darmstadt 1968, Bd. 9.

Leo Löwenthal & Norbert Gutermann (1950): *Lügenpropheten. Eine Studie über die Techniken und Themen des amerikanischen Agitatoren*. Amerik. 1950, deutsche Übersetzung in Th. W. Adorno u.a. 1950/1968, Bd. 1, S. 1-84.

Moritz Piehler (Hg.) (2016): „Weil ich einfach sehr gut aussehe“. *Erschreckend wahre Worte von Donald J. Trump*. Deutsch-englische Ausgabe mit Quellenhinweisen. Reinbek: Rowohlt. (Rez. dazu: Christian Mayer, in: Süddt. Ztg. Nr. 222 vom 24./25. 9. 2016, S. 53.)

Hubert Wetzel: *Trickbetrüger und Rassist*. Der Bestsellerautor und Pulitzerpreisträger David Cay Johnston über die Abgründe in der Persönlichkeit von Donald Trump [=Interview mit D. C. Johnston über Trump]. In: Süddt. Ztg. Nr. 214 vom 15. 9. 2016, S. 13.

Hubert Wetzel: *Aufstand der Unbeschützten*. In: SZ Nr. 239 vom 15./16. 10. 2016, S. 9.

Richard Wilkinson & Kate Pickett (2010): *Gleichheit ist Glück. Warum gerechte Gesell-*

schaften für alle besser sind, Berlin: Tolke-
mitt Verlag. (Englische Originalausgabe: *The
Spirit Level. Why More Equal Societies Almost*

Always Do Better, London: Penguin Books
2009).