



Forscht zu Denkrahmen und Sprache in der Politik: Elisabeth Wehling, hier in ihrem Elternhaus in Hamburg.

«Ich würde auf Patriotismus setzen»

Wie Donald Trump die Menschen mit seiner Sprache manipuliert – und warum ihm das Buch «Fire and Fury» nützt. Wie unsere Familien prägen, wo wir politisch stehen. Wie es in den USA gelingen könnte, die Zersplitterung der Gesellschaft zu überwinden. Elisabeth Wehling erforscht in Berkeley, wie Worte Weltbilder prägen. Ein Gespräch.

Von [Olivia Kühni](#) und [Ariel Hauptmeier](#) (Interview), Kathrin Spirk (Bilder), 14.01.2018

Frau Wehling, wie fällen Menschen politische Entscheidungen?

Lassen Sie mich zunächst sagen, wie sie dies nicht tun. Es gibt einen stark in den Köpfen von Politikschaffenden und Politikbeobachtenden, aber auch von Bürgern verankerten Mythos, dass Menschen angeblich nach ihrem materiellen Eigeninteresse entscheiden. Wenn also jemand sagt, wir sollten weniger Steuern zahlen, werde das Reiche überzeugen. Und wenn jemand sagt, dass er oder sie sich für Frauenrechte einsetze, werde man als Frau automatisch diese Person wählen. So funktioniert das nicht. Mit dieser Hypothese fallen Sie immer wieder flach auf den Bauch. Menschen entscheiden

sich nicht aufgrund von rationalem Abwägen für oder gegen Politik, sondern aufgrund der Art und Weise, wie ihr Gehirn die Welt bewertet.

Das heisst?

Wir betrachten die Welt nicht objektiv. Sondern durch verschiedene Deutungsrahmen, sogenannte «Frames». Das sind Bewertungsmechanismen, die wir im Laufe des Lebens erlernen, oft schon in früher Kindheit, und die immer mit Empfindungen und bestimmten physischen Zuständen verknüpft sind. Zum Beispiel: Wenn ich schmutzig bin als Säugling und meine Windel voll ist oder wenn ich etwas Schmutziges esse, dann fühlt sich das nicht gut an – die Haut juckt, oder mir wird schlecht von dem unreinen Essen. Mein Gehirn berechnet also simultan körperlichen Schmutz und negative Emotionen. Über solche Erfahrungen – wir nennen das in der Forschung «primäre Szenen» – erlernen wir bestimmte kognitive Muster. Die nutzen wir später, um über Gut oder Schlecht nachzudenken. Wir sagen darum Dinge wie: Jemand hat schmutzige Gedanken oder jemand wäscht seine Hände in Unschuld.

«Wir haben sehr oft, wenn wir über Politik nachdenken, implizit die Familie im Kopf.»

Und was hat das nun mit Politik zu tun?

Politische Entscheidungen sind moralische Entscheidungen. Wir befinden darüber, ob wir einen bestimmten Vorschlag gut oder schlecht finden. Gut und Schlecht sind aber recht abstrakte Kategorien. Um über sie nachzudenken, nutzen wir also die kognitiven Muster, die wir im Zusammenhang mit positiven oder negativen Gefühlen gelernt haben. Die spannende Frage ist die: Wenn wir alle mehr oder weniger ähnliche Primärerfahrungen machen – wie kommt es dann, dass wir politisch so unterschiedlich aufgestellt sind? Dass Sie beispielsweise ganz progressiv sind und ich ganz konservativ?

Ja, wie kommt das?

Einerseits wissen wir heute, dass es zumindest teilweise mit Genetik zu tun hat. Menschen reagieren unterschiedlich auf Erfahrungen und haben wohl unterschiedliche Veranlagungen beispielsweise zu Aggressivität oder Empathie. Andererseits lernen wir im Leben über die Primärerfahrungen hinaus natürlich einiges mehr. Insbesondere lernen wir, wie man in einer sozialen Gruppe miteinander umgehen sollte und wie sich Autoritäten verhalten sollten, damit alles mit rechten Dingen zugeht. Die erste und direkteste Erfahrung ist da natürlich die Familie. Wir haben sehr oft, wenn wir über Politik nachdenken, implizit die Familie im Kopf.

Wir stellen uns Politik ähnlich vor wie Familie?

Es sagt oft viel über politische Haltungen aus, welche Form des Miteinanders Menschen in einer Familie als richtig empfinden. Wenn ich Sie fragen würde: Brauchen Kinder eher eine strenge Hand oder Empathie? Dann sagt Ihre Antwort viel über ihre politische Einstellung aus. Linke würden wohl sagen: Empathie. Dahinter steckt die Vorstellung, dass man in einer Gruppe besonders wohlwollend und fürsorglich mit sich und mit anderen umgehen sollte – das ist die Art von Gruppe, wo es nach dem eigenen Empfinden mit rechten Dingen zugeht. Wenn ich politisch eher rechts stehe, dann sage ich: Nur das Kind, das mit der strengen Hand erzogen wird, bringt es im Leben zu was. Menschen sind nicht von Natur aus gut, sie müssen erzogen werden, und Strenge ist ein Ausdruck von Liebe. Politisch würde ich dann vielleicht sagen: Wir müssen vorsichtig sein mit zu viel Sozialhilfe, weil Zu-

wendungen ohne Eigenleistung die Menschen verweichlicht, und allzu viel Freundlichkeit gegenüber Geflüchteten hilft denen auch nicht.

Es könnte auch umgekehrt sein: Wie wir über Politik denken, beeinflusst unser Erziehungsverhalten.

Genau dazu haben wir in Berkeley eine Studie gemacht. Dabei haben wir festgestellt, dass sich Menschen, wenn sie dazu gebracht werden, über ihre Familienideale nachzudenken, politisch polarisieren. Sie äussern sich stärker konservativ oder progressiv, die Mitte wird dünner. Umgekehrt funktioniert das nicht. Erinnert man Menschen an ihre politischen Positionen – die «faulen Leute in der sozialen Hängematte» zum Beispiel oder das «schlimme Problem mit der Umweltverseuchung» –, dann tut sich danach in der Familiendomäne nichts. Das zeigt schön auf: Eine Übertragung vom Konkreten ins Abstrakte funktioniert an dieser Stelle, das Umgekehrte nicht. Wir geben aufgrund unserer direkten Welterfahrung dem Abstrakten einen Sinn.

Wenn Menschen nicht rational entscheiden – wie überzeugt man sie politisch? Wie gewinnt man einen Wahlkampf?

Überzeugende Politik appelliert an die Werte von Menschen. Wir wissen, dass unterschiedliche Ideologien unterschiedlich auf bestimmte Moralmetaphern reagieren. Die Metapher der Reinlichkeit ist beispielsweise eine sehr wichtige für konservative, nicht aber für progressive Menschen. Ein Politiker, der das weiss und beherrscht, ist Donald Trump. Es ist ja gerade dieses neue Buch über ihn erschienen, «Fire and Fury», übrigens aus seiner Sicht ein PR-Erfolg.

Warum?

Ich komme gleich dazu. Zunächst: Konservative haben, wie gesagt, ein starkes metaphorisches Reinheitsbedürfnis. Ihr Gehirn reagiert sensibler auf Dinge wie Reinlichkeit und Schmutz. Das zeigt sich auch in Experimenten. Wenn Sie Leute eine Meinungsumfrage ausfüllen lassen und dazu vergammelten Fischgeruch ins Labor strömen lassen, dann bewegen sie sich deutlich nach rechts. Trump und sein Stab nutzen seit Beginn des Wahlkampfes die Metapher von Moral als Reinheit: Alles, was ihm nicht passt, ist «disgusting». Was sagte seine Sprecherin Huckabee Sanders also jetzt, als «Fire and Fury» rauskam und man sie fragte, wie sie die Äusserungen darin einschätze? Sie sagte nicht, sie seien «schlimm» – sie nannte sie «disgusting», ekelerregend. Das ist ganz bewusst gewählt, im Bewusstsein, dass das so um die Welt geht.

«Wenn Sie Leute eine Meinungsumfrage ausfüllen lassen und dazu vergammelten Fischgeruch ins Labor strömen lassen, dann bewegen sie sich deutlich nach rechts.»

Der Titel «Fire and Fury» ist ja eigentlich auch eher ein Kompliment.

Ganz genau. Das klingt nach Stärke und Patriotismus.

Und warum bezeichnen Sie das Buch als PR-Erfolg?

Das Buch nutzt Trump. Das grosse Interesse daran auch. Es passt zur bekannten Taktik von Trump: Immer wenn wichtige politische Ereignisse stattfinden, wenn Dinge entschieden werden, die zu Gegenstimmen führen könnten, hat er irgendwelche Skandale – einen Twitterstreit oder was auch immer. Dieses Mal war es die Steuerreform. Die wurde mitten in der

Nacht eilig beschlossen, teilweise noch handschriftlich ergänzt. Das ist ein Tiefschlag für die amerikanische Demokratie. Auch für die Bevölkerung, die Reform nützt den Superreichen auf Kosten der meisten Bürger. Ein Grossteil der Medienaufmerksamkeit aber richtet sich stattdessen auf dieses Buch – Titelseite für Titelseite. Das ist aus der Sicht Trumps ein wunderbarer Verschleierungsmechanismus. Als Nächstes kommt übrigens das Visasystem, das er ja nur noch verkürzt «lottery» nennt. Dazu sagt er – was faktisch falsch ist –, dass andere Länder da ihre schlimmsten Leute «hineinwerfen» und Amerika dann «blind welche auswählt». Eine starke, aber unzutreffende Metapher.



Elisabeth Wehling.

Konservative scheinen das politische Framing viel besser zu beherrschen als Progressive. Woran liegt das?

Es ist tatsächlich so, dass Konservative oft stringenter Narrative nutzen. Das liegt einerseits daran, dass sie oft viel organisierter kommunizieren. Sie lassen sich eher auf eine organisierte Kommunikation ein, folgen eher hierarchischen Strukturen, während progressive Gruppen eher den Anspruch haben, dass alle ein wenig unterschiedlich sind und jeder halt sagen und schreiben darf, was er will. Damit bekommt man keine politische Marke vermittelt, kein kohärentes Weltbild. Darüber hinaus investieren Progressive oft weniger finanzielle Ressourcen in ihre Kommunikation.

Wir sehen noch einen anderen Grund. Einen Widerwillen, anzuerkennen, wie Menschen wirklich ticken, gerade im deutschsprachigen Raum. Man will an der aufklärerischen Vorstellung festhalten, dass nüchterne Fakten überzeugen – aus Angst, was sonst passieren könnte. Das ist richtig, und das ist ein Problem. Wer die Erkenntnisse der Kognitionsforschung nicht begreift, wer sich dem verschliesst, dass ein Großteil der politischen Entscheidungen implizit abläuft und es wichtig ist, bewusst zu sprechen, dem zerrinnt die Zeit zwischen den Fingern. Das Witzige ist: Viele Leute erzählen mir, sie wüssten ganz genau, dass sie nicht unbewusst irgendetwas denken. Das ist natürlich sehr komisch, weil eben kein Mensch ad hoc darüber referieren kann, was bei ihm oder ihr unbewusst stattfindet – denn dazu müsste es einem ja bewusst sein.

«Jeder, der politische Kommunikation nur als Werbung begreift, sollte sich über sein Demokratieverständnis Gedanken machen.»

Unsere Wahrnehmung ist auch die, über die der Psychologe Jonathan Haidt prominent geschrieben hat: Linke sprechen viel über Gerechtigkeit und Solidarität und anerkennen kaum andere Werte. Konservative sind breiter aufgestellt.

Die Forschung von Jonathan Haidt ist in der Wissenschaft umstritten. Seine Moral-Foundation-Theorie hat schon eine sehr reduzierte Sichtweise auf Ideologie. Andere Forschungslinien, unsere beispielsweise, nutzen sehr viel differenziertere Modelle, die jeweils bis zu dreissig relevante Frames, also Denkmuster, umfassen. Die Idee, dass eine politische Gruppe nur ganz eng denken kann, sich nur an zwei Werten orientiert, die andere aber weiter aufgefächert ist und immerhin fünf moralische Parameter nutzt, das ist mit Vorsicht zu genießen.

Sie würden sagen, beide haben eine ganze Reihe von Werten?

Natürlich, klar. Nehmen wir das Beispiel der Sorge um das langfristige Wohlergehen in der eigenen Gruppe, der Ingroup, das Haidt bei Konservativen verortet. Wenn Sie jetzt aber das Thema Konsumentenschutz nehmen – beispielsweise Warnungen auf Lebensmitteln oder Kritik an der industrialisierten Landwirtschaft –, dann sind das auch Themen der Gemeinschaft, der Fürsorge für die Ingroup, und es sind traditionell eher linke Themen. Es hängt eben davon ab, wie man die Fragen stellt. Wenn Sie die Gruppenloyalität erkunden wollen – fragen Sie da nach dem Verbrennen der amerikanischen Landesflagge oder fragen Sie, ob die Gemeinschaft vor Schaden geschützt werden sollte, etwa durch Regulierungen?

Sie halten sowieso nicht viel davon, bewusst Werte anzusprechen, die man eigentlich nicht vertritt.

Absolut richtig. Ein ehrlicher Politiker verkauft keine Politik, sondern legt seine politische Identität für die anderen sichtbar auf den Tisch. Sodass jene, die sich ihm verbunden fühlen, ihn unterstützen können. Das ist der demokratische Grundgedanke. Jeder, der politische Kommunikation nur als Werbung begreift, sollte sich über sein Demokratieverständnis Gedanken machen.

Um noch einmal auf das konkrete Beispiel USA zurückzukommen: Wie müssten Politikerinnen vorgehen, um dieses arg gesplante Land wieder voranzubringen?

Die Polarisierung der amerikanischen Gesellschaft ist nicht neu, sie ist über

Jahrzehnte vorangetrieben worden. Die Mitte wird immer dünner, die Positionen immer extremer. Wie bekommt man die Leute zusammen? Für mich ist die Frage, ob und wie moderate Konservative und Progressive es schaffen, wieder ein Gefühl der Gemeinschaftlichkeit zu schaffen. Die Idee, dass man füreinander sorgt, zu propagieren. Es gibt im Moment in den USA keinerlei Verständnis eines «Wir» mehr, in dem Sinne, dass sich Bürger wahrlich füreinander zuständig fühlen. Es gibt nicht die Überzeugung, dass Gesundheitsversorgung, Bildung und ein essenzieller Schutz von Leben und Wohlergehen grundlegende Rechte aller Mitbürgerinnen sein sollten.

Wenn Sie eine entsprechende Kampagne empfehlen würden – ganz grob: Wie könnte die aussehen?

Ich würde auf Patriotismus setzen. Die Idee in den Vordergrund stellen, dass Patriotismus bedeutet, füreinander zu sorgen und bestimmte Dinge füreinander und miteinander zu organisieren. Das ist eine Überzeugung, die viele Linke, Moderate und Konservative eigentlich teilen.

Und wie sähe die Kampagne aus?

Füreinander sorgen bedeutet Gesundheit für alle, es bedeutet Polizeischutz, Verbraucherschutz, Umweltschutz als Erhalt der Lebensgrundlage. Es bedeutet auch Bildung für alle und dass Lehrer Kinder nicht schlagen dürfen, wie das in einigen Bundesstaaten noch immer erlaubt ist. Kurz: der Schutz des Mitbürgers vor Schaden an Leib und Seele. Ich würde das so gross aufhängen, als sinnstiftende und viele Menschen ideologisch vereine-nde Idee.

Warum gelingt das nicht?

Aus den Gründen, die wir eben angesprochen haben: Keine einheitliche Kommunikation, man hängt dem traditionellen Aufklärungsgedanken nach und hat das Gefühl, es sei verwerflich, über Werte zu sprechen. Hillary Clinton ist da ein gutes Beispiel. Sie will am liebsten nur über «policies» sprechen. Man sieht es ihr im Gesicht an, wie unwohl sie sich oft fühlt, wenn sie richtig an Werte appellieren statt über Programme sprechen muss. Nicht ohne Grund hat sie sich auch Michelle Obamas Slogan ausgeliehen, «When they go low, we go high» – sie hatte es nicht geschafft, einen eigenen Slogan zu entwickeln, der moralisch-ideologisch Anklang fand.

«Man hat das Gefühl, es sei verwerflich, über Werte zu sprechen.»

Lassen Sie uns zum Schluss nochmals auf die Frames zurückkommen, die Deutungsrahmen, die unter anderem Politiker einsetzen. Was sind spannende aktuelle Beispiele?

Vielleicht haben Sie mitbekommen, dass Trump ein Memorandum unterschrieben hat, dass das eigene Landwirtschaftsdepartement künftig nur noch von Wetterextremen sprechen soll und nicht mehr vom Klimawandel. Extremes Wetter, das ist die Frage: Regnet es heute vor meiner Haustür, wird es wärmer oder kälter? Und wenn nicht, dann habe ich innerlich schnell die Idee verworfen, dass so was wie Klimawandel überhaupt stattfindet. Dieses Wort «Wetterextreme» taucht jetzt immer öfter auf, inzwischen auch in Europa. Ein anderes Beispiel ist das erwähnte «Visa Lottery System», das Trump nur als «lottery» bezeichnet. Damit nimmt man den Fokus weg vom Visum, das man beantragt und bekommt oder eben nicht, und stellt stattdessen den Frame vom «blinden Glücksspiel» in den Vordergrund. Dass Trump zudem sagt, andere Länder würden ihre «schlechtesten» Leute dort «hineinwerfen» und die USA dann «blind» ziehen, prof-

iliert das Ganze als Kontrollverlust aufseiten der Amerikaner. Das zeigt, wie wichtig jedes einzelne Wort in einem Frame ist – und wie gut Trump durchdenkt, was er mit seiner Kommunikation erreichen will.

Sie machen keinen Hehl daraus, dass Sie politisch eher links stehen. Können Ideologieforscher Frames und Kampagnen überhaupt fair beurteilen?

Ich bin politisch eher progressiv eingestellt, insbesondere mit Blick auf die USA, wo ich seit zehn Jahren lebe. Jeder Mensch hat politische Meinungen und Wertüberzeugungen, ob er nun zur Wahl geht oder nicht. So zu tun, als bevorzuge man kein bestimmtes Modell sozialen und damit politischen Miteinanders, wäre wohl eine grössere Herausforderung für faire Forschung. Eine gute Kenntnis seiner selbst ist beim Erforschen von Ideologien ebenso wie bei anderen gesellschaftlich relevanten Berufen eines der obersten Gebote.

Elisabeth Wehling

Die Sprach- und Kognitionswissenschaftlerin forscht an der University of California in Berkeley zu Sprache, Denken und politischen Ideologien. Zuletzt von ihr erschienen: «Politisches Framing», 2016. Wehling, 36, ist in Hamburg aufgewachsen.