

OBST

Populismus in der
digitalen Mediendemokratie



Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie **86**

Franz Januschek & Martin Reisigl (Hg.)

Populismus in der digitalen Mediendemokratie

(Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie. Heft 86)

2014, 224 S., 14,8 x 21 cm, ISSN 0936-0271

Pb. ISBN 978-3-942158-96-1 • Einzelheft 18,00 Euro

E-Book ISBN 978-3-942158-97-8 • Einzelheft 18,00 Euro

OBST im Abo (Pb., je 2 aufeinander folgende Hefte) 30,00 Euro

(jeweils zzgl. Versandkosten)

Welche Rolle politische Inhalte („linke“ oder „rechte“) in populistischen Bewegungen und Parteien eigentlich spielen, ist zwar, wie der Populismusbegriff selbst, von jeher Gegenstand wissenschaftlicher Auseinandersetzungen. Dass Populismus vor allem auch mit der Art und Weise der politischen Artikulation zu tun hat, wird nur von wenigen bestritten.

Daher liegt es für die AutorInnen des 86. OBST-Heftes auf der Hand, Populismus mit sprachwissenschaftlichen und diskursanalytischen Mitteln zu untersuchen, um die Spezifika dieser Artikulationsweise zu beschreiben und zu erklären. In diesem Zusammenhang ist unter anderem der Frage nachzugehen, in welcher Beziehung der Populismus

zu den Medien steht. Diese Frage drängt sich umso mehr auf, als der Populismus

immer – also gegenwärtig ebenso wie zu früheren Zeiten – ein besonderes Naheverhältnis zu den

jeweils modernen Massenmedien zu haben scheint.

Die ersten Beiträge des Bandes beginnen mit der Betrachtung des deutschen und deutschsprachigen Populismus und gehen zur Analyse des italienischen, britischen und norwegischen Populismus über. Die Vielfalt populistischer Rhetorik in ihrer medialen Performanz wird damit gut sichtbar, auch wenn noch zahlreiche weitere Länder in vergleichende Analysen einbezogen werden könnten und – in zukünftiger Forschung – auch einbezogen werden sollten.

INHALT

FRANZ JANUSCHEK & MARTIN REISIGL

Populismus in der digitalen Mediendemokratie –
Editorial

MARCEL LEWANDOWSKY

Populismus in sozialen Netzwerken: Die Beispiele
AfD und pro Deutschland

FRANZ JANUSCHEK

„Links-Populismus?“

MARTIN REISIGL

Österreichischer Rechtspopulismus im
Zeitalter von Mediendemokratie und medialer
Erlebnisgesellschaft

MARTIN LUGINBÜHL

Politische Positionierung im crossmedialen
Angebot. Kommunikation der Schweizer SVP und
der JUSO Schweiz über „Neue Medien“

GIORGIA BULLI

Italian populism and the new media: different
approaches, variable success

KARIN STÖGNER & RUTH WODAK

„Nationale Einheit“ und die Konstruktion
des „fremden Juden“ – Die politische
Instrumentalisierung rechtspopulistischer
Ausgrenzung in der *Daily Mail*

JAN-HENNING KROMMINGA

Die Selbstpositionierung rechter Populisten am
Beispiel der norwegischen Fortschrittspartei nach
ihrem Regierungseinzug

FRANZ JANUSCHEK

Rezension: Stephanie Risse (2013): Sieg und Frieden.
Zum sprachlichen und politischen Handeln in
Südtirol/Sudtirolo/Alto Adige

STEFAN MEIER

Rezension: Marcus Wetzchewald (2012): Junktoren
zwischen Text und Bild – dargestellt anhand der
Unternehmenskommunikation im Internet

Zu beziehen über Ihre Buchhandlung oder über die Verlagsauslieferung AZN unter:

Auslieferungszentrum Niederrhein · Hoogeweg 100 · D-47623 Kevelaer · www.azn.de

Telefon: 0049/0/2832/929-293 · Fax: 0049/0/2832/929-222 · E-Mail: azn@uvrr.de



UVRR
Universitätsverlag
Rhein-Ruhr