



ANDREAS KOLLER

JOURNALISMUS
MACHT
WIRKLICHKEIT

Wozu Journalismus dient.
Woran er krankt. Und was das
mit der Politik zu tun hat.

PICUS

ANDREAS KOLLER

JOURNALISMUS
MACHT
WIRKLICHKEIT

Wozu Journalismus dient.
Woran er krankt.
Und was das mit der Politik zu tun hat.

Theodor-Herzl-Vorlesung
Herausgegeben von Folker Hanusch

PICUS VERLAG WIEN

Die Theodor-Herzl-Vorlesung wird unterstützt von:
Stadt Wien,
Kuratorium für Journalistenausbildung. Österreichische
Medienakademie,
Universität Wien

INHALT

Folker Hanusch ZUR RELEVANZ VON JOURNALISMUS IM DIGITALEN ZEITALTER Vorwort	9
Andreas Koller DREI VORLESUNGEN ZUR POETIK DES JOURNALISMUS	
0. JOURNALISMUS Worum geht es hier eigentlich?	17
1. JOURNALISMUS UND ZEITGEIST	19
2. JOURNALISMUS UND MORAL	51
3. JOURNALISMUS UND POLITIK	77
AUS DER WERKSTATT	
WER BRAUCHT HEUTE NOCH JOURNALISTEN?	105
WER DIE SPREU VOM WEIZEN TRENNT – DIE ROLLE DER MEDIEN FÜR DAS FUNKTIONIEREN DER DEMOKRATIE ..	113
WER BRAUCHT SCHON GUTEN JOURNALISMUS?	118
JENSEITS DER FILTERBLASE. MEINUNGSMACHER ZWISCHEN WUNSCHDENKEN UND WAHRSAGEREI	121
EIN ANGRIFF AUF DIE FREIHEIT UND DIE MENSCHENWÜRDE	124
ANDREAS KOLLER IM GESPRÄCH MIT PETRA HERCZEG UND FOLKER HANUSCH	127

Folker Hanusch
ZUR RELEVANZ VON JOURNALISMUS
IM DIGITALEN ZEITALTER
Vorwort

Die Krise des Journalismus ist derzeit in aller Munde. Journalistinnen und Journalisten haben – so lautet oft die Kritik – angeblich das Gespür für die Bedürfnisse der Bevölkerung verloren, sind zu sehr Teil einer abgehobenen Elite und deren Interessen und haben ihren Sinn für faire Berichterstattung verloren. In Zeiten von Social Media und Fake News müssen sich sogar renommierte Nachrichtenorganisationen wie der Fernsehsender *CNN* dem Vorwurf ausgesetzt sehen, dass sie selbst Falschnachrichten produzieren, zumindest wenn man dem amerikanischen Präsidenten Donald Trump glauben sollte. Tatsächlich befindet sich der Journalismus bereits seit einiger Zeit in einem Status von sehr rapidem Wandel. Das ist nicht unbedingt neu, denn Journalismus lebt seit Jahrhunderten vom, mit und durch gesellschaftlichen, politischen, ökonomischen und vor allem technologischen Wandel. Auch die Kritik am Journalismus gibt es schon seit Urzeiten. Bereits Cicero beschwerte sich über den zunehmenden Klatsch und Tratsch in den sogenannten *Acta diurna*, einer Vorform der Zeitung, deren Aufgabe es eigentlich hauptsächlich war, die Bürger über neue Gesetze und Erlässe zu informieren.

Und doch ist der oftmals totgesagte Journalismus immer wieder aufgestanden und adaptierte sich stets an neue Ver-

hältnisse. Großspurige Ankündigungen eines bevorstehenden Untergangs des Journalismus, wie sie seit Jahren des Öfteren getätigt werden, sind daher mit äußerster Vorsicht zu genießen. In der Tat scheint derzeit wieder eine Art Optimismus unter Medienmachern zu herrschen, die in Zeiten von Fake News dem Journalismus eine goldene Zukunft voraussagen. So zum Beispiel jüngst der Vorstandschef des deutschen Springer-Verlags, Mathias Döpfner, der ankündigte, dass der Journalismus seine beste Zeit noch vor sich habe. Aus reiner Selbstmarketing-Sicht ist dies natürlich verständlich, und es ist auch nicht unwahrscheinlich, dass Journalismus ein immens wichtiger Bestandteil unserer Gesellschaft bleiben wird. Doch muss man anerkennen, dass es gegenwärtig fundamentale Transformationen – insbesondere technologischer und ökonomischer, aber auch immer mehr politischer und kultureller Natur – gibt, die die lange bestehende »Wahrheiten«, also unser traditionelles Verständnis von Journalismus, zunehmend infrage stellen.

Im Kern stehen hier natürlich allgemeine technologische Veränderungen, die sich auf die Rolle des Journalismus auswirken. Seit langer Zeit bestehende Geschäftsmodelle für Nachrichten werden dadurch infrage gestellt. Zeitungen in der westlichen Welt verlieren zunehmend Leser, auch wenn es hier merkliche Unterschiede im Ausmaß gibt. Während Zeitungen in den angelsächsischen Ländern zum Beispiel herbe Verluste verkraften müssen, schreitet dieser Prozess in einem Land wie Österreich verhältnismäßig langsam voran.

Nichtsdestotrotz gibt es beim Publikum verstärkt eine Erwartungshaltung, dass Journalismus kostenlos sein soll, doch wer zahlt dann für guten Journalismus? Das Medien-

nutzungsverhalten verändert sich weiter, und immer mehr Leser beziehen ihre Nachrichten durch soziale Netzwerke wie zum Beispiel *Facebook*, eine Plattform, die in den vergangenen Jahren zu einem der größten, wenn nicht gar dem größten Medienunternehmen weltweit geworden ist. Traditionelle Nachrichtenunternehmen, die über diese Netzwerke ihr Publikum erreichen wollen, müssen sich daher zunehmend Algorithmen ausliefern, die sie oft selbst nicht nachvollziehen können und die anscheinend einen sogenannten Filterblaseneffekt nach sich ziehen. Diese Entwicklung wurde nicht nur im Zuge der US-amerikanischen Präsidentschaftswahlen 2016 in der Kommunikationswissenschaft mit Sorge betrachtet.

Technologische Errungenschaften haben weiters dazu geführt, dass jeder in der Gesellschaft zum Journalisten werden beziehungsweise journalistische Inhalte kritisch beäugen kann. Während diese Entwicklung zu Beginn noch als Demokratisierung von Kommunikation bezeichnet wurde, so gibt es mittlerweile negative Prozesse wie Hetze im Netz, und auch Effekte wie »Lügenpresse« – also das Misstrauen in etablierte Medien – werden verstärkt. Der partizipative Journalismus stellt zunehmend die Autorität von Journalisten und Medienunternehmen infrage und hat zu einer sogenannten Entgrenzung im Journalismus geführt. Journalisten sehen sich nun mehr und mehr mit der Frage konfrontiert, wer sich eigentlich noch als Journalist bezeichnen darf und was das überhaupt für die Gesellschaft bedeutet.

In einer Zeit wie dieser ist es daher immens wichtig zu beobachten, zu diskutieren und zu versuchen zu verstehen, welchen Mehrwert etablierter, institutionalisierter Journa-

lismus in einer Gesellschaft heute noch hat beziehungsweise haben kann. Zu reflektieren darüber, was Journalismus bedeutet und wie die Zukunft des Journalismus aussehen kann oder gar aussehen muss. Genau diesen Themen widmet sich die Theodor-Herzl-Dozentur für Poetik des Journalismus am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. Sie beruht auf der jahrzehntealten Tradition akademischer Gastveranstaltungen, die auf den Ursprung des Wortes »Poetik« – das »Studium des zu machenden Werkes« – zurückgeht. An der Universität Wien wurde die Dozentur im Jahr 2000 etabliert, um der spezifischen, traditionsreichen Kulturleistung des Journalismus Rechnung zu tragen. Versucht wird hier, durch Einladung verdienter Journalistinnen und Journalisten die Arbeit mit Nachrichten zu reflektieren, zu hinterfragen und zu einer praxisnahen Theorie des Journalismus beizutragen.

Im Jahr 2016 wurde die Dozentur an einen der verdientesten und anerkanntesten innenpolitischen Journalisten Österreichs vergeben, Andreas Koller, Stellvertretender Chefredakteur, Leiter der Wiener Redaktion sowie Ressortleiter Innenpolitik der *Salzburger Nachrichten*, der die Geschicke dieses Landes seit fast 35 Jahren als kritischer Beobachter und Kommentator begleitet. Selbst ein Absolvent des Wiener Instituts für Publizistik, begann Koller seine Karriere 1983 als innenpolitischer Redakteur bei der Tageszeitung *Die Presse*, bevor er 1988 zu den *Salzburger Nachrichten* wechselte. Außerdem hat sich Koller um den Journalismus in Bereichen verdient gemacht, die über die Arbeit in der eigenen Zeitung hinausreichen. So ist er Prä-

sident des gemeinnützigen Journalistenvereins Presseclub Concordia, dem ältesten Presseclub der Welt. Weiters ist er Senatssprecher des Österreichischen Presserats und Vorstandsmitglied des Kuratoriums für Journalistenausbildung. Darüber hinaus war er langjähriger Vorsitzender der Initiative Qualität im Journalismus und der Vereinigung der Parlamentsredakteure. Zudem ist er einer der meistausgezeichneten Journalisten des Landes. Sage und schreibe achtmal wurde er vom Branchenblatt *Der Österreichische Journalist* als Innenpolitikjournalist des Jahres geehrt – und zwar in den Jahren 2005, 2007, 2008, 2010, 2012–2014 und 2016. Den Gesamtpreis als Journalist des Jahres erhielt er zudem im Jahr 2010. Bei der Verleihung des René-Marcic-Preises des Landes Salzburg für überragende publizistische Leistungen im Jahr 2012 würdigte die Jury den »unabhängigen, korrekten Stil« Kollers, und beim Kurt-Vorhofer-Preis für Politikjournalismus 2000 wurde sein »außerordentlich hohes journalistisches Qualitätsbewusstsein«, das zeige, dass Koller seit Jahrzehnten für die Wahrung der Grundrechte in Österreich eintrete, von der Jury ausgezeichnet.

Koller war im November 2016 zu Gast am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, um im Rahmen von drei Vorlesungen seine Gedanken zum Journalismus in Zeiten des Wandels darzulegen. Unter dem Titel »JournalismusMachtWirklichkeit« fasste er die wichtigsten Entwicklungen im Journalismus zusammen, wobei er die Bedeutung eines adäquat finanzierten, investigativen und vor allem ethischen und freien Journalismus für die Demokratie klarmachte.

Dieses Buch soll Kollers Vorlesungen als einen wichtigen Beitrag zu aktuellen Journalismusdebatten einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen, um Denkanstöße zu geben. Weiters sollen auch journalistische Arbeitsweisen und Denkprozesse vermittelt werden, um Journalismus ein wenig zu entmystifizieren und zu einem besseren Verständnis davon beizutragen, was Journalisten in ihrer Arbeit eigentlich tun, und vor allem warum sie das tun. Dies geschieht im zweiten Teil des Buches, in dem einerseits Werkstattberichte von Andreas Kollers Arbeit vorliegen, andererseits ein Interview, das Petra Herczeg und ich gemeinsam mit ihm zu seinem Werdegang und den Einflüssen auf seine Arbeit geführt haben.

Für diese Einblicke und die äußerst kollegiale und freundschaftliche Zusammenarbeit bei der Herzl-Dozentur 2016, danken wir Andreas Koller sehr und hoffen, dass das vorliegende Buch zu neuen und interessanten Einblicken und Denkanstößen bei Leserinnen und Lesern beitragen kann.

Wien, im Januar 2017

Andreas Koller
DREI VORLESUNGEN ZUR
POETIK DES JOURNALISMUS
(November 2016)

0. JOURNALISMUS

Worum geht es hier eigentlich?

Der Journalismus hat schon bessere Zeiten gesehen. Er ist dreifach unter Druck geraten. Erstens machen neue internetbasierte Nachrichtenproduzenten ihm seine Rolle als Welterklärer streitig. Der klassische Journalismus kann seinen Lesern, Sehern und Hörern nur noch wenig Neues erzählen, schließlich hat jeder Leser, Seher und Hörer die neuesten News bereits in Echtzeit auf seinem Smartphone konsumiert.

Zweitens rütteln die sozialen Medien an der Kompetenz des klassischen Journalismus als Interpret des Zeitgeschehens. Man ist mit dem Vorwurf der »Lügenpresse« konfrontiert, auch dann (oder gerade dann), wenn man den Lesern faktenreiche Storys anbietet. Denn die intelligenz- und faktenbefreite Verschwörungstheorie, die gleich nebenan im Netz zu lesen ist, liest sich lustiger und klingt für manche Medienkonsumenten plausibler.

Und drittens unterminiert die Wirtschafts- und Werbe-krise das traditionelle journalistische Geschäftsmodell, das im Wesentlichen aus den Erträgen besteht, die auf dem Leser- und dem Werbemarkt zu lukrieren sind.

Es ist also etwas viel auf einmal, mit dem der Journalismus fertigwerden muss. Auf den folgenden Seiten geht es um die hoffnungsfrohe These, dass der Journalismus mit der dreifachen Herausforderung fertigwerden wird – und auch fertigwerden muss, im Interesse unserer Demokratie.

Denn der Journalismus ist der Treibsatz dieser Demokratie. Nicht von ungefähr beseitigen jene, die die Demokratie beseitigen wollen, als Erstes den freien Journalismus, wie zum Zeitpunkt der Niederschrift dieser Zeilen in der Türkei anschaulich zu beobachten ist.

Ich blicke auf mehr als drei Jahrzehnte Erfahrung im politischen Journalismus zurück und habe die ehrenvolle Einladung, die renommierte Theodor-Herzl-Dozentur des Publizistikinstituts der Universität Wien zu bestreiten, sehr gerne übernommen. Die folgenden Ausführungen dienen als Grundlage der drei Vorlesungen, die ich im November 2016 gehalten habe. Die Kapitel sind angereichert um eine gekürzte Wiedergabe der Diskussion, die sich im Hörsaal nach den Vorlesungen ergeben hat.

Im Anschluss finden Sie eine Auswahl aus bereits anderweitig erschienen Beiträgen aus meiner Produktion, die sich mit dem Spannungsfeld zwischen Politik und Medien beschäftigen.

1. JOURNALISMUS UND ZEITGEIST

Von der Postkutsche zum Railjet

Wer die Zukunft gewinnen will, für den lohnt es sich, zunächst in die Vergangenheit zu blicken. Zum Beispiel in den Sommer 1983, als ich meine ersten journalistischen Schritte in der innenpolitischen Redaktion der Tageszeitung *Die Presse* getan habe. Geschrieben wurde damals auf alten, klapprigen Schreibmaschinen. Mechanischen Schreibmaschinen, denn am Horizont zeichnete sich in den Achtzigern bereits die elektronische Datenverarbeitung ab – ein Begriff, der heute rettungslos »retro« ist –, und die knausrige Geschäftsleitung weigerte sich aus guten Gründen, für die paar verbleibenden analogen Jahre noch gutes Geld in elektrische Schreibmaschinen zu investieren. Als Speichermedium für das Geschriebene diente ein praktisches, flaches weißes Material, das wir »Papier« nannten und das weder abstürzen konnte noch von der Stromversorgung abhängig war. Das beschriebene Papier wurde mittels Rohrpost in die Setzerei befördert, wo der technische Produktionsprozess seine Fortsetzung fand.

Von höherem Interesse als diese technischen Details ist für uns heute natürlich die Frage, wie damals der inhaltliche und geistige Produktionsprozess stattfand. Denn dieser Produktionsprozess hat sich in einem Ausmaß geändert, das einer Revolution gleichkommt.

Es gab kein Internet, keine E-Mails und kein Handy. Agenturmeldungen wurden im sogenannten Fernschreiberkammerl auf langen Papierstreifen ausgedruckt, in

handliche Stücke gerissen und von Boten auf die einzelnen Ressorts verteilt. Ein langwieriger Prozess, ein lückenhafter Informationsfluss. Jeder Smartphonebesitzer des Jahres 2016 ist besser und schneller über Weltereignisse informiert als ein Chefredakteur der achtziger Jahre. Wer damals wissen wollte, wie hoch das Budgetdefizit des Vorjahres war oder was der Rechnungshof zur föderalen Schulverwaltung sagte, musste sich diese Fakten mühsam zusammentragen oder in seinem Informantennetz herbeitelefonieren. Heute reichen einige Klicks im Netz. Das ist einerseits ein riesiger Vorteil. Recherche ist einfacher geworden. Andererseits führten die neuen Recherchemethoden zum Bedeutungsverlust der Journalisten. Denn die gleiche Klick-Recherche im Netz kann jeder Smartphonebesitzer und jede iPad-Inhaberin in der gleichen Zeit genauso gut erledigen. Als eines der wichtigsten Informationsinstrumente galten damals Pressekonferenzen. Heute haben Sie das wichtigste Informationsinstrument in der Hosentasche. Kurzum: Der Journalismus musste sich in den vergangenen drei bis vier Jahrzehnten mehrmals neu erfinden. Der Journalismus von 1980 verhält sich zum Journalismus von 2016 wie die Postkutsche zum Railjet.

Und wir können davon ausgehen, dass die nächsten dreißig bis vierzig Jahre einen ähnlichen Transformationsprozess mit sich bringen werden. In der Industrie wird von den Herausforderungen durch die Industrie 4.0 gesprochen. Der Journalismus 4.0 wird uns vor ähnliche Herausforderungen stellen. Die Digitalisierung hat den Journalismus grundlegend verändert, und sie wird das weiter tun.

»Stille Post« im Echoraum

Übrigens, noch etwas hat sich in den vergangenen Jahren radikal verändert. Die Journalisten der früheren Zeit hatten ein riesiges Asset: Sie konnten ihrem Publikum ohne viel Anstrengung Neues erzählen. Zeitungen, Radio und Fernsehen waren Primärinformationsquellen. Heute kommt dieser Status allenfalls noch den Online-Journalisten zu. Doch selbst diese haben oftmals das Nachsehen, wenn sie die Ersten sein wollen, die Ihnen eine Geschichte erzählen. *Twitter* ist mitunter schneller. Manch ein Experte trat bereits mit der Meinung an die Öffentlichkeit, dass *Twitter* und ähnliche Einrichtungen die herkömmlichen Nachrichtenagenturen ersetzen können, beispielsweise die *Austria Presse Agentur*.

Das ist natürlich unrichtig. *Twitter* und die restlichen sozialen Medien sind im Wesentlichen in die elektronische Welt transferierte Gerüchteküchen. Oder, um es höflicher zu formulieren: Virtuelle Marktplätze, auf denen Informationen ausgetauscht werden. Neben den Informationen aber auch Gerüchte, Spekulationen, Verschwörungstheorien und blanker Unsinn. Alles steht gleichberechtigt nebeneinander. Die Aufgabe der Journalistin, des Journalisten ist es nun, die Gerüchte, Spekulationen und Verschwörungstheorien als solche zu entlarven, den Unsinn auszufiltern und die Informationen gegenzuchecken. Das ist eine hochprofessionelle Aufgabe, die unter anderem von Agenturjournalisten erledigt wird, daher wird die *Austria Presse Agentur* keineswegs unnötig, ganz im Gegenteil. Sie wird wichtiger denn je. Das gilt auch für alle anderen Journalis-

ten, mögen sie nun für Zeitungen arbeiten, für klassische elektronische Medien oder für News-Seiten im Internet. *Twitter* und die übrigen sozialen Medien haben nicht, wie vielfach behauptet, den klassischen Journalismus obsolet gemacht. Im Gegenteil. Der klassische Journalismus wird mehr denn je gebraucht. Je höher die Informations- und Desinformationsflut schwappt, desto wichtiger sind die journalistischen Wellenbrecher.

Denn, wie es der Philosoph Konrad Paul Liessmann im Herbst 2015 in einer Rede vor österreichischen Verlegern und Journalisten formulierte: Große Teile der Gesellschaft bewegen sich nur noch in »Echoräumen« und »Filterblasen«, also in einem Informationsumfeld, in dem die eigene Meinung verstärkt wird und andere Meinungen nicht mehr vorkommen. Im Gegensatz zu klassischen Medien, in denen die Rezipientin und der Rezipient auch auf Meinungen stoßen, die nicht die ihren sind. Und die daher möglicherweise das Weltbild der Leserin und des Lesers erweitern. Oder auch erschüttern. Die Zeitung, die klassische Nachrichtensendung in Radio und Fernsehen kennt keinen Algorithmus, der die Nutzerin und den Nutzer vor bestimmten Inhalten bewahrt und ihnen andere Inhalte massiv aufdrängt. Die sozialen Medien tun dies hingegen mit großer Akribie und schaffen dadurch unzählige Teilöffentlichkeiten, die sich mit der Öffentlichkeit an sich verwechseln. Oder, um nochmals Liessmann zu zitieren: »Fragmentierte Öffentlichkeit hält sich für die Öffentlichkeit schlechthin.«

Dieser Gedanke findet sich auch in Kommentaren führender Medien. Klaus Brinkbäumer stellte im *Spiegel* (Ausgabe

5/16) das Folgende fest: »*Facebook* und *Twitter* bergen die Gefahr, dass ihre Nutzer nur lesen, was sie sich wünschen, dass sie sich also minütlich selbst bestätigen und am Ende den eigenen Hass für rational und bestens begründet halten.«

Und der Tübinger Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen schrieb am 11. August 2016 in der *Hamburger Zeit*: »Man will nicht wahrnehmen, was nicht zur eigenen Welt-sicht passt.«

Soziale Medien haben einen weiteren essenziellen Nachteil: Sie funktionieren wie das Kinderspiel »Stille Post«, bei dem Informationen von Mund zu Ohr weitergeflüstert werden und sich nach spätestens drei oder vier Stationen in ihr Gegenteil umkehren. Gegen die Wirklichkeitsverzerrung, die sich innerhalb weniger Minuten im Netz vollziehen kann, ist die Schlagzeile einer durchschnittlichen Boulevardzeitung ein Ausbund an Korrektheit und Seriosität. Die sozialen Medien gleichen einem mittelalterlichen Dorfplatz, dem Ort, wo manch Flüstergerücht seinen Ausgang genommen und sich zum Pogrom ausgewachsen hat. Oder, wie es im jüdischen Witz heißt: Einer blickt aus dem Fenster und ruft einem Bekannten scherzhalber zu: »Lauf schnell zum Markt! Dort tanzt ein Lachs!« Der Bekannte läuft tatsächlich zum Markt und ruft allen, die er unterwegs trifft, die vermeintliche Sensation zu. Schließlich wälzt sich das ganze Dorf zum Marktplatz. Da nimmt der Gerüchtestreuer seinen Mantel und sagt zu seiner Frau: »Ich gehe auch zum Markt. Wer weiß, vielleicht tanzt dort tatsächlich ein Lachs.« – Was ich damit sagen will: Die

Stille-Post-Psychose erfasst mitunter nicht nur die Rezipienten, sondern auch die Urheber einer Information. Beziehungsweise Desinformation.

Wir wissen noch nicht, was diese Form der medialen Rezeption mit uns anstellt. Und mit unserer Demokratie. Denn die Demokratie, wie wir sie kennen, braucht ein Forum. Im klassischen Athen mag dies der Marktplatz gewesen sein. Hierzulande waren es bis vor nicht allzu langer Zeit die *Zeit im Bild* und die großen Zeitungen. Wer diese Medien konsumierte, und das waren sehr viele, befand sich auf einem einigermaßen gleichen Informationsstand. Es gab eine österreichische, eine deutsche, eine schweizerische, eine schwedische Öffentlichkeit. Heute ist die Öffentlichkeit in zahllose Teilöffentlichkeiten aufgespalten, es gibt keine nationalen Grenzen dieser Teilöffentlichkeiten mehr. Die Demokratie aber tut – beispielsweise bei Wahlen – immer noch so, als gäbe es die gute alte nationale Öffentlichkeit. Das wechselhafte Wahlverhalten, das wir derzeit in der ganzen westlichen Welt erleben, mag damit zusammenhängen, dass die streng nach nationalen Grenzen agierenden Demokratien ihre Öffentlichkeit, gewissermaßen ihr Volk, verloren haben. Es ist für Politiker heute unmöglich, mit einer medialen Aussage, einer politischen Maßnahme, einem Wahlkampf flächendeckend das gesamte Wahlvolk zu erreichen. Es wäre eine wissenschaftliche Untersuchung wert zu ergründen, wie weit dieser Umstand zur herrschenden Politik- und Demokratieverdrossenheit beiträgt. Und zum Aufstieg der neuen (oder manchmal gar nicht so neuen) Rechten.