

Abstract: Populistische Kommunikation ist wesentlich durch die sprachliche Konstruktion kollektiver Identität geprägt. Durch die Gegenüberstellung eines kollektiven „Wir“ und eines „die Anderen“ werden Zugehörigkeit hergestellt und gesellschaftliche Konfliktlinien vereinfacht dargestellt.

Diese Arbeit untersucht, wie kollektive Identität in den Wahlkampfreden von Donald Trump und Bernie Sanders im US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 2016 konstruiert wird. Die Analyse erfolgt anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse mit quantitativen Elementen von insgesamt sechs Wahlkampfreden. Im Fokus stehen die sprachliche Konstruktion von Ingroup und Outgroup, Formen der Abwertung sowie Prozesse des Othering.

Die Ergebnisse zeigen, dass beide Politiker kollektive Identität in erster Linie über Abgrenzung herstellen. Während Bernie Sanders seine Rhetorik vor allem auf wirtschaftliche Eliten konzentriert und damit eine fokussierte Konfliktlinie konstruiert, adressiert Donald Trump eine größere Bandbreite an Outgroups und nutzt vielfältigere Abwertungsstrategien. Ein zentraler Unterschied zeigt sich im Auftreten von Othering, das ausschließlich in Trumps Reden identifiziert werden konnte.

Die Arbeit verdeutlicht, dass kollektive Identität ein zentrales Strukturprinzip populistischer Kommunikation darstellt, sich jedoch je nach politischer Ausrichtung unterschiedlich ausgestaltet.

Schlagwörter: Populismus, kollektive Identität, politische Kommunikation, Ingroup–Outgroup, Othering, Donald Trump, Bernie Sanders

Art der Arbeit: Bachelor-Arbeit

Verfasserin: Elena Ellerkmann