



Kathrin Quatember, Expertin für Rechtsextremismus und alternative Medien

Zwischen Propaganda und Algorithmus

Rechtspopulismus und Social Media

Von Kathrin Quatember.



BILD: pixabay.com | freie kommerzielle Nutzung

RechtspopulistInnen nutzen Social Media für die „tendenziöse Bedienung von Vorurteilen und Feindbildern“ und greifen auf „bewusste Falschdarstellungen oder Falschmeldungen“ zurück, so die Rechtsextremismus-Expertin Kathrin Quatember.

Ein zwinkerndes Smiley und der Begriff „Satire“ über einem „Meme“ (eine Kombination von Bild und Text, wie man sie häufig in den Social Media findet), das Armin Wolf neben der Textzeile „Es gibt einen Ort, an dem Lügen zu Nachrichten werden. Das ist der ORF“ zeigt. Gepostet wurde genau diese Darstellung vom Bundesobmann der FPÖ und Vizekanzler der Republik Österreich Heinz Christian Strache. Und zwar nicht auf seiner offiziellen Facebookseite, sondern auf seinem Privatprofil mit etwas über 40 000 Abonnent*innen. Armin Wolf und der ORF reagierten mit einer Klage gegen Strache. Zu diesem Zeitpunkt hatte das Bild jedoch schon seine Reise durch die Sozialen Netzwerke angetreten, war tausendfach geteilt und verbreitet worden.

Dies ist nur eines von vielen Beispielen, wie Rechtspopulist*innen Social Media nutzen. Primär geht es um das Bedienen von Emotionen. Facebook und Co. leben von Inhalten, die schnell und unmittelbar an Befindlichkeiten und Gefühle der User*innen appellieren, geliked und geteilt werden. Als Quellen besonders beliebt: Kronen Zeitung, heute und Österreich und ihre jeweiligen Auftritte im Netz. Nicht selten bedient man sich außerdem bei der Auswahl der Inhalte einschlägiger Medienportale. Darunter etwa unzensuriert.at, Info Direkt oder Wochenblick. Kennzeichen dieser Medien ist die tendenziöse Bedienung von Vorurteilen und Feindbildern, darunter häufig bewusste Falschdarstellungen oder Falschmeldungen rund um Themen wie Kriminalität, Migration, die Diskreditierung

politisch Andersdenkender bis hin zu antisemitischen Verschwörungstheorien. In der Auswahl der Headlines setzt man auf Alarmismus: „Afrikaner bissen Ohrteil ab“, „Asylanten-Propaganda auf Kinderkanal KiKa“, „Türkin – Waschmaschine vom Steuerzahler“. Man merkt schnell, in welche Richtung es geht. Voyeurismus, Sensationslust und Vorurteile werden geschürt und bedient, Qualitätsmedien als „rotgrüne Lügenpropaganda“ bezeichnet und dadurch wird eine parallele Medienlandschaft geschaffen, die jenen, die sich nicht in dieser Desinformationsblase bewegen, so gut wie verborgen bleibt.

Begünstigt wird die Bildung dieser sogenannten „Bubbles“ durch das Grundprinzip sozialer Netzwerke: Je mehr Likes und je höher die Teilungsrate, desto mehr nimmt der Algorithmus - also das digitale Bearbeitungsschema, auf das diese Netzwerke aufgebaut sind - an, dass der Artikel für viele User*innen von Interesse ist. Und belohnt dieses „Interesse“ mit hoher Reichweite. Kritische Berichterstattung ist hierbei natürlich unerwünscht, alternative Medienportale werden umso beliebter und in Kombination mit Social Media entwickelt sich eine Dynamik, die ganze Wahlen im Sinne von Rechtspopulist*innen entscheidet. Der Sieg Donald Trumps ist dafür das beste Beispiel.

Die Journalistin Ingrid Brodnig beschreibt dieses Phänomen in ihrem Buch „Lügen im Netz“ (Brandstätter Verlag, Wien 2017) anschaulich:

„Die Rechtspopulisten haben speziell auf

Facebook eine immense Reichweite (...). Die FPÖ ist mittlerweile so erfolgreich auf Facebook, dass sie auf etablierte Medien in vielen Fällen gar nicht mehr angewiesen ist: Sie kann ohnehin selbst Themen im Netz setzen, die häufig dann im klassischen Journalismus breit zitiert werden. (...) Hier ändern die sozialen Medien auch die Machtverhältnisse: Früher hofften Politiker darauf, mit einer Ansage in der „Krone“ vorkommen zu können. Heute profitiert die „Krone“ in ihrer digitalen Reichweite, wenn sie von Rechtspopulisten auf Facebook geteilt wird.“ (S. 77f) All das bisher Geschilderte wird zusätzlich begünstigt durch die Schnelllebigkeit sozialer Netzwerke. Recherche und Hinterfragen werden durch die Menge an Information und eine Überemotionalisierung nicht gefördert, sondern begünstigen die Verbreitung von bewussten Falschmeldungen noch weiter.

Was hilft? Recherche, Nachhaken, Nachfragen und ein kritischer Umgang mit den Neuen Medien und tägliche Bewusstseinsbildung über die genannten Mechanismen im eigenen Umfeld. Die Plattformen sind da und prägen die Art, wie miteinander kommuniziert wird. Eine Auseinandersetzung wird unabdingbar sein, will man den Populist*innen nicht das Feld überlassen.

Mag.a Kathrin Quatember, Historikerin, diplomierte Erwachsenenbildnerin und Expertin zu Ideologien des Rechtsextremismus und alternativen Medien. Blog: fireredfriederike.com