LE10: Neue Rechte & soziale Medien

Diese Sitzung widmet sich der Rolle der sozialen Medien bei der Verbreitung von rechten Ideologien und der Gewinnung von Sympathisant*innen für die sog. Neue Rechte. Wir blicken auf bisherige identifizierte Strategien und wie diese in Zusammenhang mit den Charakteristiken und Funktionen sozialer Medien stehen.

Inhalte der Lerneinheit

- Funktionen sozialer Medien im Kontext der Neuen Rechten
- Folgen der Strategien für den demokratischen Diskurs

Arbeitsblatt

- AB10-1: Neue Rechte & soz. Med.

Materialien

- M10-1: Neue Rechte & soz. Med.

Lernergebnisse & Kompetenzen

Nach dieser Einheit…

- können Sie unterschiedliche mediale Strategien der Neuen Rechten benennen und auf aktuelle Beispiele anwenden.
- können Sie Zusammenhänge zwischen technischen Bedingungen sozialer Netzwerke und den Strategien der Neuen Rechten ziehen.
- sind Sie sich möglicher gesellschaftlicher Folgen derartiger Strategien bewusst.

Neue Rechte & Framing

Akteure der Neuen Rechten nutzen soziale Medien, sowie deren technischen Besonderheiten gezielt für die Verbreitung der eigenen Ideologien aus. Die Vorgehensweise ist dabei keinesfalls wahllos, sondern folgt bestimmten Medienstrategien. Guhl, Ebner und Rau (2020) sprechen gar von einem ganzen Online-Ökosystem, in dem die Funktionen, aber kulturelle Besonderheiten von Plattformen genutzt werden, um die eigene Reichweite zu erhöhen, mit den eigenen ideologischen und häufig auch rassistischen Botschaften in „den Mainstream“ einzudringen und Meinungen im eigenen Interesse zu verändern. Die Spannweite an Plattformen reicht hier von den „großen“, kommerziell ausgerichteten Plattformen oder Gaming-Plattformen bis hin zu verschlüsselten Nachrichtendiensten, offen rechtsextremem Gruppen in bspw. Foren, sowie eigenen Alternativmedien. Der media richness Theorie (Daft & Lengel 1986) folgend, wird eine Botschaft besonders dann erfolgreich kommuniziert, wenn man innerhalb eines Mediums interagieren kann, wenn viele unterschiedliche Kanäle genutzt werden und wenn sie an Zielgruppen angepasst/personalisiert werden können – alles Bedingungen, die soziale Medien bereitstellen können (Bliuc et al 2018, 81). Auch die in der vorigen Lerneinheit

angesprochenen subversiven Kommunikationsstrategien, wie Retorsion (Taguieff 2000) oder Recyklifikation (Kökgiran & Nottbohm 2014), können durch die Spezifik digitaler Kommunikation (z.B. Copy-Paste-Kultur) erleichtert werden. Matamoros-Fernandez (2017) spricht auch von einem „platformed-racism“, einem Rassismus, der u.a. durch die Funktionen, das Design und die (fehlenden) Moderationspraktiken der Plattformen selbst weitergetragen bzw. verstärkt wird.

Im Mittelpunkt dieser Lerneinheit steht also die Frage, inwiefern soziale Medien durch ihre bestimmten Charakteristiken, die Verbreitung von rechtspopulistischen und rechtsextremistischen Inhalten beeinflussen und befördern können.

Literatur

Bliuc, A.-M, Faulkner, N., Jakubowicz, A. & McGarty, C. (2018). Online networks of racial hate: A systematic review of 10 years of research on cyber-racism. In: Computers in Human Behavior, 87, 75-86.

Guhl, J., Ebner, J. & Rau, J (2020). Das Online-Ökosystem rechtsextremer Akteure. London u.a.: ISD.

Kökgiran, G. & Nottbohm, K. (2014). Semiotische Guerilla von rechts? Diskursive Aneignungs- und Umdeutungsstrategien der Identitäten Bewegung Deutschland. In: Hentges, G., Nottbohm, K. & M. M. Jansen (Hg.) Sprache – Macht – Rassismus. Berlin: Metropol, S. 327-348.

Matamoros-Fernández, A. (2017). Platformed racism: the mediation and circulation of an Australian race-based controversy on Twitter, Facebook and YouTube, Information, Communication & Society, 20:6, 930-946, DOI: 10.1080/1369118X.2017.1293130

Taguieff, P. A. (2000). Die Macht des Vorurteils. Hamburg: Hamburger Edition.

Basislektüre

Kreißel, P., Ebner, J., Urban, A. & Guhl, J. (2018) Hass auf Knopfdruck. Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierte Hasskampagnen im Netz. London u.a.: ISD. Link zum PDF

ODER

Dittrich, M., Jäger, L., Meyer, C.-F., Rafael, S. (2020). Alternative Wirklichkeiten. Monitoring rechts-alternativer Medienstrategien. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung, S. 31-47. Link zum PDF

ODER

Dittrich, M., Jäger, L., Meyer, C.-F., Rafael, S. (2020). Alternative Wirklichkeiten. Monitoring rechts-alternativer Medienstrategien. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung, S. 48-66. Link zum PDF

Hungry Minds

Daniels, J. 2018. The algorithmic rise of the „alt-right“. In: Contexts 17:1, S. 60–65. Download-Link

Ebner, J. (2019). Counter-Creativity. Innovative Ways to Counter Far-Right Communication Tactics. In: Fielitz, M. & Thurston N. (Hg.) Post-Digital Cultures of the Far Right. Online Actions and Offline

Consequences in Europe and the US. Bielefend: Transcript.

Jakubowicz, A. (2018): Algorithms of hate: How the Internet facilitates the spread of racism and how public policy might help stem the impact. In: Journal & Proceedings of the Royal Society of New South Wales, 151, part 1, S. 69–81.

From:
https://foc.geomedienlabor.de/ - **Frankfurt Open Courseware**

Permanent link:
https://foc.geomedienlabor.de/doku.php?id=courses:studierende:l:s-rassismus:lerneinheit:le09

Last update: **2025/09/29 14:00**