

Die Partei setzt allein 4000 Fotoposts mit entsprechenden Slogans pro Woche ab, betreut 1500 Facebook-Posts und hat in dem sozialen Netzwerk eine geschätzte Reichweite von mehreren Millionen Menschen täglich. Bemerkenswert daran:

Viele der Likes stammen von Leuten, die nicht in Deutschland leben, wie die Forscher zeigten. Einige kamen aus arabischen Ländern und posteten auch nur auf Arabisch, ein valider Hinweis darauf, dass es sich um gekaufte Likes handelte. Die Wissenschaftler entlarvten außerdem Dutzende Fake Accounts mit entwendeten Fotos von anderen Websites, die bis zu mehrere 10 000 Posts pro Monat absetzen und denen einige AfD-Politiker folgen. Gesteuert werden diese Fake Accounts von sogenannten Social Bots, die automatisiert Inhalte verbreiten. Insgesamt kommt die AfD auf rund eine halbe Million Likes, während die CDU als Regierungspartei nur auf rund 190 000 kommt.¹¹

Der Erfolg der AfD in den sozialen Netzwerken sowie ihre Reichweite sind selbst ein Fake, besteht er zu großen Teilen doch nur aus Fake Accounts und gekauften Likes. Doch diese Feststellung erklärt nicht die Wirkung ihres Community-Managements.

DIE GROSSE UNTERGANGSPSYCHOSE

Um zu begreifen, was der Motor der rechten Einflussnahme auf den Diskurs in den sozialen Netzwerken ist, muss man in das Zentrum des AfD-Weltbilds vordringen. Dort findet man ein großes, allem übergeordnetes Narrativ, das in allen Postings wiederholt: Deutschland steht kurz vor dem Untergang, herbeigeführt von den regierenden Eliten.

Durch die Zuwanderung aus muslimischen Ländern findet laut diesem Weltbild, von der großen Masse unbemerkt, ein Bevölkerungsaustausch statt. Da angeblich eine muslimische Familie sehr viel kinderreicher ist als die durchschnittliche deutsche Familie, ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis sich die Deutschen in ihrem eigenen Land in der Minderheit befinden. Statt in einer Gesellschaft gelebter Vielfalt sehen sich die rechten Meinungsmacher mitten in einem Kulturkampf, in dem es heißt: »Wir gegen die.«

Wer »die« sind, ist dabei nicht eindeutig festgelegt, mal sind es türkische oder arabische Muslime, mal ist es jeder Zuwanderer, mal sind es aus Afrika geflüchtete

Menschen, aber auch Linke, Grüne und Feministinnen, und last but not least werden antisemitische Ressentiments bedient.

Auf den flexiblen Austausch der Feindbilder werde ich später in diesem Kapitel genauer eingehen, denn er ist entscheidend, wenn es darum geht, die »Missionierungsstrategie« der Rechten in den sozialen Netzwerken zu verstehen.

Das verbindende Element rechter Propaganda ist die Überzeugung, dass dieser Kulturkampf, die »Umvolkung«, tatsächlich existiert und von der Großen Koalition und anderen Entscheidern gezielt gefördert wird. Als Beweis dient nicht nur der Umgang mit Flüchtlingen, sondern je nach tagesaktueller Lage der Umgang mit Straftätern mit Migrationshintergrund, die Form und Häufigkeit der Berichterstattung über Migranten sowie vor allem deren Kinderreichtum. Die deutsche Kultur, das deutsche Volk sollen verdrängt und ausgelöscht werden, zugunsten einer neuen, muslimisch geprägten Gesellschaft. Indizien dafür sind mal Wortbereinigungen wie die Abschaffung der Bezeichnung »Zigeunerschnitzel«, mal die Umbenennung von Weihnachtsmärkten oder schlicht die sozialrechtlichen Ansprüche von Zuwanderern und Flüchtlingen.

Flankiert wird dieser Austausch von den Argumenten grüner und linker Politiker, von den »Altparteien«, von »Gutmenschen«, »Kuscheltierschmeißern« und »Schlafschafen« sowie natürlich von den »Mainstream«-Medien, denen nicht zu trauen ist.

Die Untergangs- und Kriegsrhetorik der AfD auf Facebook lässt sich so zusammenfassen: »Es ist kurz vor zwölf, wenn wir uns jetzt nicht wehren, werden wir als Volk ausgelöscht.«

Von dieser Behauptung geht eine starke Dramatik aus, ein dumpfes Gefühl einer offiziell verleugneten und dennoch allgegenwärtigen Bedrohung, gegen die es sich unbedingt und mit allen Mitteln zur Wehr zu setzen gilt. Das oberste Gebot heißt: Andere Menschen von der Realität dieser Gefahr überzeugen und sie auf seine Seite ziehen, und zwar mit allen verfügbaren Mitteln. Ideologische Grundsätze oder eine wie auch immer geartete Analyse oder Kritik sind dabei vollkommen nachrangig, wie wir noch sehen werden.

Diese inszenierte Bedrohung steigert sich bei den AfD-Anhängern in eine kollektive Psychose, in der jedes relevante Ereignis als eine Bestätigung des eigenen Wahns interpretiert wird.

Wer einmal als wahr akzeptiert hat, was die AfD als Wahrheit darstellt, wird fortan in einer Realität leben, in der er sich überall bedroht sieht – von Menschen

mit anderer Hautfarbe und Herkunft, von Menschen aus dem linken Milieu, von Politikern und ihren Entscheidungen, von den Medien und ihrer Berichterstattung.

Kein Wunder also, wenn so jemand gerne bereit ist, einen immensen Teil seiner Freizeit nur noch damit zu verbringen, die unzähligen AfD-Postings zu lesen und weiter zu verbreiten. Dieses Verhalten wird innerhalb der Untergangspanik zur obersten Bürgerpflicht, die gegen jede Art von Kritik immun ist.

DER DROHENDE BÜRGERKRIEG

Die Untergangspanik wird gezielt befeuert durch kriegsähnliche Zukunftsbilder, wie sie Björn Höcke in seinem 2018 erschienenen Buch *Nie zweimal in denselben Fluß* skizziert. Man werde, »so fürchte ich, nicht um eine Politik der ›wohltemperierten Grausamkeit‹ herumkommen. Existenzbedrohende Krisen erfordern außergewöhnliches Handeln. Die Verantwortung dafür tragen dann diejenigen, die die Notwendigkeit dieser Maßnahmen mit ihrer unsäglichen Politik herbeigeführt haben.«¹²

Was Höcke damit meint, ist klar. Entweder gibt es eine »erhoffte Wendephase«,¹³ nämlich eine AfD-geführte Regierung, oder die Deutschen sind in ihrer Existenz bedroht und befinden sich in einem Bürgerkrieg, den sie nicht gewinnen können.

Die Mehrheit der Deutschen weiß davon nichts, weil sie bewusst in Unwissenheit gehalten wird. Die behauptete Kriminalität von Ausländern wird in dieser Ideologie zur Vorstufe dieses bevorstehenden Bürgerkriegs umgedeutet und der Multikulturalismus wird zu einer Gefahr für die Mehrheit der Gesellschaft.

Ein anderes Narrativ unterstellt Kanzlerin Merkel und ihrer Regierung, durch die Hintertür den Sozialismus und die einst in der DDR geübte Überwachung einführen zu wollen, so beispielsweise mit der Corona-App, aber auch mit Sprechverboten. Dass es schon jetzt keine Meinungsfreiheit mehr in Deutschland gibt, sei Fakt und beweise, dass wir längst in einem Unrechtssystem leben, gegen das es Widerstand zu leisten gilt, und zwar mit allen Mitteln.

Dieses Narrativ ist besonders perfide, da in den neuen Bundesländern die Erinnerung an die Überwachung durch die Staatssicherheit noch immer lebendig ist.

Wer eine solche Propaganda und die, die an sie glauben, schlicht als »dumm« abtut, geht fehl. Diese Bewusstseinsbeeinflussung hat Methode, und der Erfolg

sollte uns alle wachrütteln. Schauen wir uns die sprachlichen Mittel der AfD auf Facebook genauer an.

DIE RHETORIK DER RECHTEN HETZE

Betrachtet man die übliche Rhetorik in AfD-Postings, so zeigt sich ein Muster. Bestimmte Begriffe werden so oft wiederholt, bis im Sprachgebrauch eine Art Gewöhnung stattfindet. Dazu gehören Begriffe wie »Klimawahn« oder »Flüchtlingswelle«.

Durch das Verbinden von zwei Substantiven verliert das erste Wort seine Aussagekraft und dient nur noch dazu, das zweite näher zu bestimmen. Eine »Welle« ist eine Naturgewalt, die Assoziationen wie »Flut« oder »Überschwemmung« weckt. Das Wort »Wahn« kommt von »Wahnsinn«, der nicht nur zu den psychischen Krankheiten gehört, sondern auch in seiner Bedeutung höchst bedrohlich ist. Auf diese Weise werden starke negative Emotionen geweckt, und gesellschaftliche Ereignisse werden in einen bedrohlichen Bedeutungsrahmen gesetzt, der durch das ständige Wiederholen immer weiter verstärkt wird, bis er schließlich als »wahr« gilt.

Dabei werden gezielt vereinfachende bis schlicht falsche Metaphern geschaffen, die stets einen Bezug zu Krieg, Katastrophe und Untergang haben. Alice Weidel, Co-Vorsitzende der AfD-Bundestagsfraktion, redet nicht zufällig im Plenum von »Kopftuchmädchen« und »Messermännern«,¹⁴ Parteikollegen wie MdB Gottfried Curio greifen diesen Schlagwortstil auf und schreiben auf Twitter von »Straßenterror« und »Bahnhofsstoßern«.¹⁵

Auf Twitter werden Hashtags wie #Klimahysterie, #Staatsfunk, #Staatsversagen und #Ökodschihad gezielt immer wieder benutzt, um komplexe Sachverhalte zu vereinfachen und propagandistisch zu nutzen und, mit Begriffen wie Krieg, Unterdrückung und Chaos in Bezug gesetzt, an Emotionen zu appellieren. Es handelt sich dabei um Umschreibungen, die den tatsächlichen Sachverhalt stark negativ einfärben und in einen falschen Bedeutungszusammenhang setzen, ohne dass dies dem nichtprofessionellen oder dem sprachlich weniger geschulten Leser sofort auffällt.

Werden die Vorstellungen des politischen Gegners nicht als »Wahn« diffamiert, dann beschreibt man seine Politik gerne mit Begriffen wie »Show« oder »Theater«, die implizieren, dass den anderen Parteien nicht zu trauen ist. Mehr noch: Politiker

werden zu bloßen Darstellern einer von wo auch immer gesteuerten Inszenierung, die nur dazu dient, das gemeine Volk abzulenken und in die Irre zu führen. Wenn Jörg Meuthen also auf Twitter von »Laiendarstellern«¹⁶ schreibt, dann diskreditiert er damit die Politiker aller anderen Parteien als Laien, Leute ohne Kenntnisse bzw. Täuscher und Betrüger, denen man nichts glauben darf.

Der Effekt dieses Sprachgebrauchs darf nicht unterschätzt werden. Bei der schier Masse an Postings, die auf den durchschnittlichen AfD-Sympathisanten einprasseln, haben diese Wortschöpfungen Einfluss. Sprache strukturiert unser Denken, und indem wir uns daran gewöhnen, in solchen Schlagwörtern zu denken, werden sie zu unserer Realität. Dieses Vorgehen mit der Verwendung bestimmter Wörter ist pure Berechnung. Man setzt auf die Kraft einfacher Botschaften mit großer Empörungswirkung und erzielt die gewünschten Reaktionen: Aufregung, Angst und Hass. Dieses Klima wird bewusst geschürt, und es wird dafür gesorgt, dass der Einzelne vor lauter neuen Aufregern gar nicht mehr dazu kommt, die einzelnen Postings zu hinterfragen.

Aus fälschlicher Vereinfachung und dem Reframing, dem Verbinden eines Begriffs mit einem neuen, falschen oder ungenügenden Bedeutungsrahmen, werden Kampfbegriffe, in denen es nur noch um Auf- und Abwertung geht. Je emotionaler, je aufregungswürdiger eine Darstellung ist, umso größer ist ihre Reichweite.

Die AfD setzt dabei alle Mittel der schwarzen Rhetorik ein, um sich in der Debatte als Gewinner zu küren. Totschlagargumente und unzulässige Verallgemeinerung sind dabei an der Tagesordnung. »Du kannst doch nicht wollen, dass wir in einem Land leben, in dem Ausländer ungestraft Straftaten begehen dürfen« ist so eine Formulierung.

Auch in Strohmann-Argumenten ist man geübt, vor allem in Debatten mit dem politischen Gegner oder der Hetze gegen selbigen. Statt über das zu diskutieren, was tatsächlich gesagt oder getan wurde, werden Nebenschauplätze aufgemacht und Nebelkerzen gezündet, bei denen man gezielt statt an die Sachebene an die Emotionen appelliert.

Scheinkausalitäten gehören ebenso dazu – »Ausländer nehmen uns die Arbeitsplätze weg« – wie Killerphrasen – »Als deutsche Frau ist man in Deutschland nicht mehr sicher« – und dumpfe Drohungen – »Am Tag X wird abgerechnet«.

Ein weiteres Mittel sind permanente Ad-hominem-Argumente: Weil ein Politiker Mitglied der Partei XYZ ist oder ein Journalist für dieses oder jenes Blatt schreibt,