

**FH JOANNEUM Gesellschaft mbH**



Der Erfolg rechtspopulistischer Botschaften unter  
Modernisierungsverlierern im Zusammenhang  
mit Sozialen Medien

**Bachelorarbeit 1**  
**zur Erlangung des akademischen Grades einer**  
**Bachelor of Arts in Business**

eingereicht am Fachhochschulstudiengang  
„Gesundheitsmanagement im Tourismus“

**Betreuer: Prof. (FH) Mag. Mag. Dr. Harald A. Friedl**  
**eingereicht von: Tobias Waltl**

**Gesamtzeichenanzahl:**  
**66.922**

*November 2021*

## **Eidesstattliche Erklärung**

Ich versichere hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt und die mit ihr verbundenen Tätigkeiten selbst erbracht habe und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Die hochgeladene Version und die allenfalls abgelieferte gedruckte Version sind identisch.

Ich erkläre zudem, dass ich die Arbeit im Sinne der Prinzipien der Richtlinie der FH JOANNEUM zur Sicherung Guter Wissenschaftlicher Praxis und zur Vermeidung von Fehlverhalten in der Wissenschaft erstellt habe.

Insbesondere erkläre ich, dass ich Inhalte, die ich aus Werken Dritter oder auch aus eigenen Werken wörtlich oder inhaltlich übernommen habe, geeignet - und den Regeln für gutes wissenschaftliches Arbeiten entsprechend - gekennzeichnet und die Informationsquellen durch detaillierte Quellenangaben deutlich ersichtlich gemacht habe.

Die vorliegende Originalarbeit ist in dieser Form zur Erreichung eines akademischen Grades noch keiner anderen Hochschule im In- oder Ausland vorgelegt worden.<sup>1</sup>

Ich bin mir bewusst, dass eine unwahre eidesstattliche Erklärung rechtliche Folgen haben kann.

Kirchbach am 30.11.2021

---

Tobias Walzl

---

<sup>1</sup> Diese Formulierung entfällt bei gemeinsamen Studienprogrammen (z.B. Double Degree Programmen); es gelten die hierfür festgelegten Regelungen

## Zusammenfassung

**Problem:** Parteien und Politiker\*innen nutzen zunehmend soziale Medien, um auf sich aufmerksam zu machen. Der von ihnen praktizierte Populismus hat sich damit auch in den sozialen Medien etabliert. Rechtsextreme Parteien sind Vorreiter, wenn es darum geht, sich in alternativen Medien zu präsentieren. Ihre Botschaften sind emotional und liegen einer Ideologie zugrunde deren Werte es aus ihrer Sicht zu vertreten gilt. Modernisierungsverlierer\*innen lehnen den sozialen Wandel aufgrund ihrer schwierigen sozialen Lage und ihren inneren Einstellungen ab. Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden warum Modernisierungsverlierer für rechts populistische Botschaften besonders empfänglich sind und welche Kompetenzen für einen verantwortungsvollen Umgang mit sozialen Medien entscheidend sind.

**Methode:** Die Literaturrecherche für diese Bachelorarbeit erfolgte ausschließlich auf der Basis von Sekundärforschung. Ein Großteil der für diese Arbeit verwendeten Literatur stammt aus Monografien, Internetquellen und Online-Magazinen wie z.B.: "Bundeszentrale für politische Bildung", "Springer Link", und "Statista".

**Ergebnisse:** Die Literaturrecherche ergab, dass Medienkompetenz erforderlich ist, um mit rechtspopulistische Botschaften in sozialen Medien angemessen umzugehen. Rechtspopulisten präsentieren sich als volksnah und behaupten, die Sprache des "Volkes" zu sprechen. Diese Sprache ist durch ein kollektives "Wir" gekennzeichnet, das sich gegen Migranten, Islamisierung und "korrupte" Eliten wendet. Modernisierungsverlierer\*innen sind aufgrund ihrer sozialen Lage und ihrer inneren Einstellung besonders anfällig für diese Themen. Wenn sie aufgrund ihrer emotionalen Befangenheit nicht mehr in der Lage sind, ihre Meinung zu reflektieren, um ihr Handeln zu beeinflussen, zeigt dies, dass ihnen die Medienkompetenz fehlt. Diese mangelnde Kompetenz führt dazu, dass Inhalte weiterverbreitet werden, was wiederum rechtspopulistischen Parteien zum Erfolg in sozialen Netzwerken verhilft.

**Diskussion:** Die Vermittlung von Medienkompetenz ist notwendig, da sich diese zu einer Schlüsselkompetenz entwickelt hat. Darüber hinaus ist eine ethische Dimension des Populismus notwendig, um die Rahmenbedingungen zu bestimmen. Dies wäre nützlich, Rechtspopulismus von Rechtsextremismus und Faschismus abzugrenzen.

**Schlüsselwörter:** Modernisierung, Modernisierungsverlierer, digitale Kompetenz, Modernisierungsprozess, Rechtspopulismus, Mediennutzungskompetenz

## **Abstract**

**Problem:** Parties and politicians are increasingly using social media to draw attention to themselves. The populism they practise has thus also established itself in social media. Right-wing extremist parties are pioneers when it comes to presenting themselves in alternative media. Their messages are emotional and based on a certain ideology whose values they believe should be represented. Losers of modernisation reject social change because of their difficult social situation and their inner attitudes. The aim of this paper is to find out why modernisation losers are particularly receptive to right-wing populist messages and which competences are crucial for a responsible use of social media.

**Method:** The literature for this Bachelor thesis was searched exclusively on the basis of secondary research. Much of the literature used for this thesis comes from monographs, internet sources and online magazines such as: "Bundeszentrale für politische Bildung", "Springer Link", and "Statista".

**Results:** The literature review revealed that media literacy is necessary to deal appropriately with right-wing populist messages in social media. Right-wing populists present themselves as close to the people and claim to speak the language of the "people". This language is characterised by a collective "we" that opposes migrants, Islamisation and "corrupt" elites. The losers of modernisation are particularly vulnerable to these issues because of their social situation and their inner attitudes. If, due to their emotional bias, they are no longer able to reflect on their opinions in order to influence their actions, this shows that they lack media competence. This lack of competence leads to content being further disseminated, which in turn helps right-wing populist parties to succeed in social networks.

**Discussion:** The teaching of media competence is necessary, as this has developed into a key competence. Furthermore, an ethical dimension of populism is necessary to determine the framework conditions. This would serve to clearly distinguish right-wing populism from right-wing extremism and fascism.

**Keywords:** Modernisation, losers of modernisation, digital competence  
Modernisation process, Right-wing populism, media use competence

## Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung.....	3
Abstract .....	4
Inhaltsverzeichnis.....	5
1 Einleitung.....	6
1.1 Problemstellung.....	6
1.2 Ziel der Arbeit und Limitation.....	7
1.3 Forschungsfragen .....	8
1.3.1 Hauptforschungsfrage, These und Erläuterung .....	8
1.3.2 Unterfragen, Thesen und Erläuterung.....	8
1.4 Aufbau .....	9
2 Methodendarstellung.....	10
2.1 Methode der Literaturrecherche .....	10
2.2 Systematische Literaturrecherche.....	10
2.3 Quellenanforderung.....	14
2.4 Literaturerfassung und Zitierweise .....	14
2.5 Gender Aspekt und Ethische Implikation .....	14
3 Theorieteil.....	15
3.1 Skizze der Modernisierungsverlierertheorie nach Spier .....	15
3.2 Populismus und seine Dimensionen .....	18
3.3 Charakteristika der Medienkompetenz.....	20
3.3.1 Digitale Kompetenz .....	21
3.4 Rechtspopulistische Kommunikation in Soziale Medien .....	22
4 Diskussionskapitel.....	25
5 Schlusskapitel .....	27
5.1 Antworten auf die Unterfragen und die Forschungsfrage .....	27
5.1.1 Unterfrage 1.....	27
5.1.2 Unterfrage 2.....	28
5.1.3 Unterfrage 3.....	29
5.1.4 Unterfrage 4.....	30
5.1.5 Hauptforschungsfrage .....	31
5.2 Kritische Reflexion der Methode und der Validität der Ergebnisse .....	32
5.3 Offene Forschungsfragen.....	33
5.4 Praktische Empfehlung .....	34
Literaturverzeichnis .....	35
Abbildungsverzeichnis.....	38
Tabellenverzeichnis.....	38

# 1 Einleitung

## 1.1 Problemstellung

Nach Spier seien sog. „Modernisierungsverlierer“ aufgrund ihrer zumeist schwierigen sozialen Lage für rechtspopulistische Einstellungen und politische Gruppierungen besonders empfänglich (Spier, 2010, S. 193). Modernisierung und der damit einhergehende Prozess sind Teil des sozialen Wandels, eine notwendige Bedingung, die zu einer Veränderung der modernen Welt führt. Teil dieser Entwicklungsprozesse sind industrielle, strukturelle und soziale Anpassungen (Schubert & Klein, 2018).

Diese Anpassungen unterliegen fortwährenden Veränderungen. In einer sich immer komplexer darstellenden Welt gibt es Menschen, die an gewissen Werten und Anschauungen kompromisslos festhalten, da ihnen das Vertraute ein Gefühl von Sicherheit gibt. Aus diesen Überzeugungen und Werten resultieren ihre politischen wie auch sozialen Handlungen. Die mit dem sozialen Wandel einhergehenden Veränderungen werden bei ihren politischen und sozialen Entscheidungen jedoch nicht berücksichtigt. Dieses Verweigerungsverhalten charakterisiert die sog. Modernisierungsverlierer\*innen. Diese treiben immer weiter an den Rand der Gesellschaft, wo sie sich in Gruppen zusammenschließen, um sich als „das Volk“ gegen „die Elite“ zu stellen. Diese Elite „...ist in den Vorstellungen der Populisten korrupt, selbstsüchtig und nur am Machterhalt orientiert“ (Spier, 2010, S. 21).

(Rechts-)Populismus bedient sich unter anderem einer Art der Kommunikation, die so gewählt ist, um gezielt Emotionen wie Angst anzusprechen. Hierbei kann man auch von der emotionalen Dimension des Populismus sprechen (Nuissl & Popović, 2020, S. 340). Ursache dieser Ängste können Themen wie Globalisierung, der Verlust traditioneller Werte oder die Angst vor Ausländern\*innen und Migration sein (Hoffmann, 2018, S. 5). Eine wesentliche Rolle hierbei spielt nicht nur die populistische Kommunikation, sondern auch die Verbreitung der Botschaften.

Soziale Medien bilden ideale Rahmenbedingungen, um populistische Botschaften zu verbreiten. Diese dienen als Katalysator solcher Botschaften, ungeachtet dessen, ob diese wahr oder falsch sind. Vor allem rechtspopulistische Parteien nutzen soziale Netzwerke gerne als Alternative zu den traditionellen Medien. Die FPÖ beispielsweise teilt sich ausgelassen über Netzwerke wie Facebook mit. “[S]eitdem die Partei Teil der Regierung in Wien ist, haben ihre Minister so manche Gesetze als erstes über Social Media bekanntgegeben“ (Hillje, 2019).

Basierend auf dem bisherigen Text soll mithilfe adäquater Fachliteratur gezeigt werden, ob ein Zusammenhang zwischen rechtspopulistischen Botschaften und sogenannten Modernisierungsverlierern besteht.

## **1.2 Ziel der Arbeit und Limitation**

Das Ziel dieser Arbeit ist zu zeigen, inwiefern ein Zusammenhang zwischen Modernisierungsverlierern und rechtspopulistischen Botschaften in sozialen Netzwerken besteht und wie diese ausgeprägt sind. Dazu wird der Begriff „Modernisierungsprozess“ sowie Erscheinungsformen eines solchen Prozesses näher erläutert. Weiters wird auf die soziologischen Charakteristika der sogenannten „Modernisierungsverlierer“ eingegangen sowie darauf, welche Merkmale ihre Kommunikation in sozialen Netzwerken aufweist. Um herauszufinden, ob ein Zusammenhang besteht, werden typische Merkmale der „Mediennutzungskompetenz“ herangezogen und mit den Kenntnissen der „Modernisierungsverlierer“ verglichen.

Diese Arbeit zielt nicht darauf ab zu zeigen, welche Folgen und Auswirkungen rechtspopulistische Botschaften auf die psychische Gesundheit haben. Sie dient nicht als Instrument gegen Populismus und zeigt auch nicht, was man dagegen tun kann. Es wird keine ethische Analyse erstellt, und es wird davon abgesehen rechtliche bzw. verfassungsrechtliche Aspekte zu klären.

### **1.3 Forschungsfragen**

#### **1.3.1 Hauptforschungsfrage, These und Erläuterung**

1. Auf welche Weise lassen sich die Zusammenhänge zwischen Modernisierungsverlierern und „Rechtspopulismus“ im Kontext von sozialen Medien theoretisch erläutern?

1.1. Fehlende Medienkompetenz und das Vertreten von Werten, die nicht mehr zeitgemäß sind, bilden ideale Rahmenbedingungen, um mit rechtspopulistischen Botschaften unter Modernisierungsverlierern Anklang zu finden.

1.2. Begründung: Baackes Konzept (1996) der Medienkompetenz und Spiers Modernisierungsverlierertheorie (2010) in Kombination mit dem Erfolg rechter Parteien in sozialen Netzwerken, gibt Anlass für eine Untersuchung auf mögliche Zusammenhänge.

#### **1.3.2 Unterfragen, Thesen und Erläuterung**

1. Unterkapitel: Worin äußern sich gegenwärtige Modernisierungsprozesse?

1.1. Die Räume des kommunikativen Austauschs haben sich zunehmend in die sozialen Netzwerke verlagert, die SARS-CoV 2 Pandemie hat diesen Prozess des kommunikativen Wandels beschleunigt.

1.2. Begründung: Aus einer veröffentlichten Studie von Statista (2020) geht hervor, dass sich das Konsumverhalten bezüglich digitaler Medien in allen Bereichen deutlich erhöht hat.

2. Unterkapitel: Worin liegen die soziologischen Charakteristika von sog. „Modernisierungsverlierern“?

2.1. Modernisierungsverlierer\*innen lehnen den sozialen Wandel, unter anderem aufgrund ihrer überlieferten Grundsätze, ab.

2.2. Begründung: Die Eigenschaften eines Modernisierungsverlierers sind geprägt von traditionellen Werten (Spier, 2010), die - zumindest aus ihrer Sicht - nicht angepasst werden müssen.

3. Unterkapitel: Welche Charakteristika weist rechtspopulistische Kommunikation in sozialen Medien auf?
  - 3.1. Rechtspopulistische Kommunikation in sozialen Medien wird von Emotionen geleitet.
  - 3.2. Begründung: Diese These stützt sich auf eine von dem Analysedienst Fanpage Karma (2014) veröffentlichten Studie, diese zeigt, dass emotionale Postings am meisten Interaktionen aufweisen.
  
4. Unterkapitel: Welche Zusammenhänge bestehen zwischen der Mediennutzungskompetenz von „Modernisierungsverlierern“ und den Charakteristika von rechtspopulistischen Botschaften?
  - 4.1. Sich medialer Inhalten zu bedienen ohne kritischer Reflexion der dort veröffentlichten Behauptungen oder deren Darstellung begünstigt den Erfolg rechtspopulistischer Botschaften.
  - 4.2. Begründung: Die Kommentare unter den Postings von rechtspopulistischen Parteien (FPÖ, 2021) zeigen, dass die Wortgefechte sehr emotional geführt werden und nur eine Sichtweise zugelassen wird. Argumentationen sind hier nicht erwünscht.

#### **1.4 Aufbau**

In Kapitel eins wird ein Überblick über die Problemstellung gegeben und welche Forschungsfragen sich daraus ergeben haben. Das zweite Kapitel beschreibt die Methodik und wie recherchiert wurde. In Kapitel drei, dem „Theorieteil“, wird auf die Ergebnisse eingegangen, welche sich aus der Literaturrecherche ergeben haben. Der Leser wird über die essenziellen Begriffe aufgeklärt, die es braucht, um den Sinn dieser Bachelorarbeit nachvollziehen zu können. In Kapitel vier werden die Erkenntnisse des Theorie Kapitels so abgeleitet, dass sich damit die Hauptforschungsfrage beantworten lässt. In Kapitel fünf, werden die Forschungsfragen und Unterfragen beantwortet und es erfolgt eine kritische Reflexion der Methoden.

## **2 Methodendarstellung**

In diesem Kapitel wird auf die methodische Vorgehensweise, welche zur Beantwortung der Haupt- und Nebenforschungsfragen führten, eingegangen. Zunächst wurde eine systematische Suche nach adäquater Literatur im Zeitraum von Mai bis Oktober 2021 durchgeführt. In den nachfolgenden Kapiteln wird auf die Ein- und Ausschlusskriterien, den Ablauf der Recherche und auf die Begriffe, welche für die Recherche verwendet wurden, eingegangen.

### **2.1 Methode der Literaturrecherche**

Für diese Bachelorarbeit wird ausschließlich auf der Basis von Sekundärforschung recherchiert. Als adäquate Fachliteratur haben sich die Nachschlagewerke "Modernisierungsverlierer" von Tim Spier (2010), "Wählerschaft der extremen Rechten" von Arzheimer (2008) und "Medienkompetenz als Schlüsselbegriff" von Rein (1996) erwiesen, da sich diese Bücher ausführlich mit dem in ihren Titeln beschriebenen Thematik auseinandersetzen.

Spiers Theorie der Modernisierungsverlierer ist für diese Arbeit äußerst wertvoll, da sie versucht, die Merkmale von Modernisierungsverlierern auf drei Ebenen zu erklären (2010, S. 48-62). Darüber hinaus ist Baackes (1996) Definition von Medienkompetenz ein hilfreicher Ansatz, um den Rahmen für eine verantwortungsvolle Nutzung von (sozialen) Medien zu schaffen. Obwohl sich die Medienkanäle und ihre Nutzung seit 1996 erheblich verändert haben, bietet Baackes (1996) Definition dieser Kompetenz eine wissenschaftlich fundierte Grundlage für diese Arbeit.

### **2.2 Systematische Literaturrecherche**

Die systematische Literaturrecherche dient zur Erhebung von adäquater wissenschaftlicher Literatur. Bei der Recherche nach Fachliteratur werden Theorien berücksichtigt, welche für dieses Thema relevant sind, sowie weiterführende Untersuchungen die einen Zusammenhang zu einem verwandtem Thema darstellen (Flick, 2020, S. 63). Ziel ist es einen Überblick über den Themenbereich zu erlangen, um grundlegende Fragen und Begrifflichkeiten zu klären. Als nützlich hierbei erwiesen sich die Suchmaschine Google (1998) und Google Scholar (2004).

Es erfolgt die Einarbeitung in die relevante Literatur, um eine Basis für weitere methodische Vorgehensweise zu schaffen (Flick, 2020, S. 63). Die Fachliteratur wird eingegrenzt und so gewählt, um die Forschungsfragen zu beantworten.

Primär wird Literatur aus elektronischen Fachdatenbanken und Bücher aus Bibliotheken bevorzugt. Folgende Quellen wurden für die Recherche herangezogen: Österreichischer Bibliothekenverbund, Verbund der österreichischen Hochschulschriften, Datenquellen von: „Science Direct“, „Springer Link“ und der Online-Katalog der FH Joanneum. Ein großer Teil der für diese Arbeit verwendeten Literatur stammt aus Monografien, Internetquellen und Online-Magazinen wie z.B.: "Bundeszentrale für politische Bildung", „Time Magazine“ und "Statista".

Bei der Literaturrecherche wurden folgende Suchbegriffe verwendet:

Tabelle 1 Suchbegriffe Deutsch

<b>Deutsch</b>			
Begriff 1:	Begriff 2:	Begriff 3:	Begriff 4:
Rechtspopulismus	Kompetenz	Soziale-Medien	Sozialer Wandel
Rechtsextremismus	Digitale-Kompetenz	Facebook	Modernisierung
Rechtsradikalismus	Medienkompetenz	WhatsApp	Modernisierungs-verlierer
Populistische-Parteien	Mediennutzungs-kompetenz	Telegram	Modernisierung-prozess
Rechtspopulistische Parteien			Globalisierung
Rechtsextremistische-Parteien			
Rechtsradikale-Parteien			

Tabelle 2 Suchbegriffe Englisch

<b>Englisch</b>			
Term 1: Right-wing populism	Term 2: Competence	Term 3: Social Media	Term 4: Social change
Right-wing extremism Right-wing extremism Populist parties Right-wing populist parties Right-wing extremist parties Right-wing extremist parties	Digital competence Media use competence	Facebook WhatsApp Telegram	Modernisation Modernisation losers Modernisation process Globalisation

Bei der Literatursuche werden sowohl deutsche als auch englische Suchbegriffe verwendet und auch miteinander kombiniert. Um die Suchergebnisse einzugrenzen oder zu erweitern, werden diese Begriffe, wie in Tabelle 3 dargestellt, mit den Boole'schen Operatoren „AND“, „OR“ und „NOT“ verknüpft.

Tabelle 3 Begriffskombinationen

	<b>Begriff 1</b>	<b>Begriff 2</b>	<b>Begriff 3</b>	<b>Begriff 4</b>
Synonym 1	Populismus	Österreich	Modernisierungsverlierer	Soziale Medien
Synonym 2	Rechtspopulismus	Italien		Facebook
Synonym 3	Rechtspopulistische Gruppierungen	Westeuropa		Messenger
Synonym 4	Rechtspopulistische Parteien	Europa	Digitale Kompetenz	Soziale Netzwerke

Wie in Tabelle 4 dargestellt, werden Ein- und Ausschlusskriterien formuliert. Diese dienen dazu, um die Literatur auf der Grundlage von Bevölkerung, Region, Sprache, Verfügbarkeit und Umfeld einzugrenzen. Es werden nur Texte verwendet, die zur Beantwortung der Forschungsfragen beitragen.

Tabelle 4 Ein- und Ausschlusskriterien

	<b>Einschlusskriterien</b>	<b>Ausschlusskriterien</b>
Setting	Soziale Medien, Messenger Dienste	Printausgaben von Medien
Bevölkerungsgruppe	Nutzer von sozialen Medien	Keine Nutzer von sozialen Medien
Region	Europäische Union und Nordamerika	Länder außerhalb Nordamerikas und der Europäischen Union
Sprache	Deutsch und Englisch	Alle anderen Sprachen
Verfügbarkeit	Volltexte, Monografien aus Bibliotheken bis zu 100€	Literatur über 100€

### **2.3 Quellenanforderung**

Einer der wesentlichen Herausforderungen für das Verfassen einer wissenschaftliche Arbeit ist die Sichtung, Auswahl und Verwertung der Materialien (Balzert, Schröder, Schäfer, 2015, S. 166). Laut Balzert ist eine Quelle dann zitierfähig wenn diese: 1) veröffentlicht wurde, 2) nachvollziehbar und 3) kontrollierbar ist (2015, S. 167). Eine Quelle ist dann nachvollziehbar, wenn Informationen über Autor, Titel, Verlag, Ort und Zeitpunkt der Veröffentlichung sowie durch DOI oder ISBN kenntlich gemacht ist. Kontrollierbar ist eine Quelle dann, wenn der Leser die Möglichkeit hat zitierte Inhalte mit den Originalquellen abzugleichen (Balzert, Schröder, Schäfer 2015, S. 168).

### **2.4 Literaturerfassung und Zitierweise**

Die gesammelte Literatur für diese Arbeit wird im Literaturverwaltungsprogramm "Zotero" (Roy Rosenzweig Center, 2021) erfasst und in Form des APA-7 (American Psychological Association, 2019) Zitierstils in das Word-Dokument übertragen.

### **2.5 Gender Aspekt und Ethische Implikation**

In dieser Arbeit verwendet der Autor im Text die "Gender-Stern\*-Form", um eine geschlechtergerechte Sprache auszudrücken. Diese Schreibform dient der Aufrechterhaltung des Leseflusses und wird im Text mit einem "\*" dargestellt. Dies dient dazu, neben der weiblichen und männlichen Form auch nicht-binäre und divers geschlechtliche Personen gleichermaßen anzusprechen.

### **3 Theorieteil**

#### **3.1 Skizze der Modernisierungsverlierertheorie nach Spier**

Im folgenden Kapitel wird die Modernisierungsverlierertheorie nach Spier (2010) in vereinfachter Form dargestellt. Diese Theorie beschreibt Faktoren auf verschiedenen Ebenen, die das Wahlverhalten beeinflussen können. Der Ansatz zur Erklärung der Modernisierungsverlierertheorie nach Spier ergibt sich aus der Ebene der sozialen Lage, der psychischen Disposition und des sozialen Wandels.

Spricht man von der Ebene der sozialen Lage, so wird unter anderem davon ausgegangen, dass der Grund für den Erfolg rechter Parteien sich auf die Schicht- und Klassenlage zurückzuführen lässt. Laut Spier wurde dieses Phänomen schon in den Zeiten des Aufstiegs der NSDAP von Theodor Geiger beobachtet (Geiger, zit. nach Spier, 2010, S. 49). Entscheidenden Einfluss hierbei hatte der bürgerliche Mittelstand, der die NSDAP unterstützte. Diese Unterstützer setzten sich aus Kleinbauern, Handwerkern, Händlern, Angestellten und kleinen Beamten zusammen. Obwohl sie aufgrund ihrer wirtschaftlichen Situation dem Proletariat angehörten, befürchteten sie, dass ihre Arbeit abgewertet würde, da sie sich nicht mit den organisierten Arbeiterbewegungen identifizieren konnten (Spier, 2010, S 49-50). Die Angst vor Deklassierung und dem Ausbleiben des Gefühls nach Zugehörigkeit zu den etablierten Arbeiterbewegung lässt auf eine Art der Deprivation schließen. Als Deprivation wird der Mangel eines erstrebten Zustandes verstanden beziehungsweise der Entzug von etwas Erwünschtem (Spier, 2010, S. 50). Hervorgerufen wird dieser Zustand der Deprivation durch den sozialen Wandel, der wiederum Einfluss auf das gesellschaftliche Leben hat (Ostendorf, 2009).

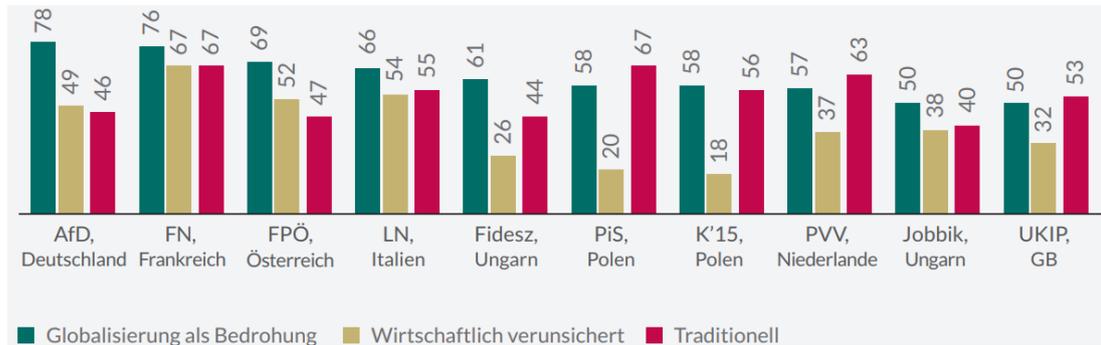
Ein weiterer Faktor ist die Ebene der psychischen Disposition. Bei dieser wird davon ausgegangen, dass das Wahlverhalten eines Individuums auf persönliche Einstellungen und Charakteristika zurückzuführen sei. Bei der psychischen Disposition spricht man auch von der internen Ebene, da diese die „inneren Anschauungen und Haltungen“ des Menschen widerspiegelt. Die soziale Lage fungiert in diesem Fall als externe Ebene, da diese von außen einwirkt. Es ist zu berücksichtigen, dass sich diese beiden Ebenen gegenseitig beeinflussen. Die Persönlichkeitsmerkmale eines Menschen, welche einer gewissen Ideologie zugrunde liegen, legen es demnach nahe eine Partei zu wählen, die diese Werte ebenso vertritt (Spier, 2010, S. 51 - 52).

„Zumeist wird in diesem Zusammenhang die Wirkung der Ideologeme Nationalismus, Antipluralismus, Rassismus Ethnozentrismus, Xenophobie, Antisemitismus, Heterophobie und Sexismus untersucht“ (Spier, 2010, S. 52).

Die Ebene des sozialen Wandels befasst sich mit den gesellschaftlichen Prozessen und den ökonomischen und politischen Auswirkungen, die zur Weiterentwicklung der modernen Welt beitragen (Schubert & Klein, 2018). Diese Entwicklungen werden oft unter dem Begriff Modernisierung zusammengefasst. Modernisierung bringt positive als auch negative Auswirkungen mit sich.

Rechte Parteien nutzen ökonomische, soziale und politische Krisenerscheinungen, welche aus dem sozialen Wandel resultieren können, um ihren Erfolg zu begünstigen (Spier, 2010, S. 53). Trow analysierte die Unterstützer\*innen McCarthys und ging davon aus, dass es sich hierbei um einen modernisierungstheoretischen Ansatz handelte. Gemäß der Bevölkerungsumfragen unterstützten besonders die Kleinunternehmer\*innen McCarthy. Bei seinen Untersuchungen in der Kleinstadt Bennington in Neuengland konnte er keine Anzeichen finden, die auf eine ökonomische Krise hinwiesen. Dies veranlasste ihn dazu davon auszugehen, dass die Kleingewerbetreibenden McCarthy aus Angst vor allgemeinen wirtschaftlichen Konzentrations- und Zentralisationsprozessen unterstützten (Trow, zit. nach Spier, 2010, S. 54). Wie in Abbildung 1 zu sehen, ist die Angst vor wirtschaftlicher Unsicherheit und Globalisierung nach wie vor eines der Hauptanliegen rechtsextremer Parteianhänger. Rechtspopulistische Parteien nutzen die in dieser Grafik dargestellten Bedenken ihrer Anhänger, um ihre Botschaften spezifischer zu formulieren und um damit eine gewisse Stimmung zu erzeugen.

Abbildung 1: Hauptanliegen rechtsextremer Parteianhänger in neun Ländern



Quelle: Hoffmann, I., & de Vries, C. (2018). Globalisierung und die europäische Integration: Bedrohung oder Chance? Wahrnehmung, Kenntnisse und politische Präferenzen der EU-Bürger. Bertelsmann Stiftung. [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/EZ\\_eupinions\\_04\\_2017\\_de\\_utsch.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/EZ_eupinions_04_2017_de_utsch.pdf), S. 5

Modernisierungsverlierer\*innen in aktive und passive Dimensionen zu unterteilen, erleichtert es deren soziologische Charakteristika genauer zuzuordnen. Passive Modernisierungsverlierer\*innen sind aufgrund unzureichender Infrastruktur im Bildungsbereich und den kulturellen und ökonomischen Ressourcen nicht in der Lage, den sozialen Wandel aktiv mitzugestalten und damit von den positiven Auswirkungen dieses Wandels zu profitieren. Somit sind sie tatsächliche „Opfer“ sog. Modernisierungsprozesse. Hingegen sprechen sich aktive Modernisierungsverlierer\*innen aufgrund traditioneller Werte, aus Angst vor der Globalisierung oder allgemeiner System- und Menschenfeindlichkeit bewusst gegen den sozialen Wandel aus, obwohl sie über die nötigen Ressourcen und den Zugang zu Bildung verfügen würden.

Weiters herrscht ein tiefes Misstrauen bei rechtsextremen Parteianhänger\*innen gegenüber den Eliten. Die noch größere Verunsicherung der Parteianhänger\*innen lässt sich aber auf die Einwanderungsthematik zurückführen, obwohl fast kein direkter Kontakt zwischen den Befragten und Migrant\*innen besteht (Hoffmann & de Vries, 2018, S. 5)

**Zwischenfazit:** Dass die Angst vor Modernisierungsprozessen den Erfolg von Rechtspopulist\*innen begünstigt, zeigt das Beispiel von McCarthy (Spier 2010) und die Statistik von Hoffmann (2018). Populist\*innen haben es verstanden diese Ängste der Menschen für ihren persönlichen Erfolg zu nutzen. Nun gilt es also zu klären, was Populismus genau ist und in welchen Erscheinungsformen dieser sich äußert.

### 3.2 Populismus und seine Dimensionen

Aufgrund der unterschiedlichen Auffassungen dessen, was Populismus ist, wird eine Definition anhand der verschiedenen Erklärungsansätzen von NuiSSL & Popović (2020), Spier (2010) und Watzlawick (2019) formuliert.

Populismus kann als politisches Stilmittel der Kommunikation verstanden werden, um mit einer bestimmten Rhetorik „das Volk“ anzusprechen. Hierbei ist die Wahl des Themas von entscheidender Bedeutung. Mit der richtigen Themenwahl wird es den Redner\*innen möglich bestimmte Emotionen bei ihrem Publikum hervorzurufen. Mithilfe dieser Emotionen kann in weiterer Folge eine gewünschte Stimmung erzeugt werden. Durch einfache Rhetorik und deren daraus folgenden trivialen Darstellungen vermeintlich komplexer Situationen hat Populismus das Ziel, das Volk und deren Meinungsführerschaft durch Kommunikation näher zusammen zu bringen. Angesprochen wird hierbei meist der „gesunde Menschenverstand“, der dem Einzelnen das Gefühl gibt, das Gute erkannt zu haben und dadurch die Welt in eine für sich geordnete Reihenfolge zu bringen. Paul Watzlawick beschreibt diese Form der Zuordnung als Interpunktion.

Nach NuiSSL und Popovic kann man Populismus in vier unterschiedliche Dimensionen darstellen (2020, S. 340).

- die technische Dimension des Populismus schafft eine Diskrepanz zwischen dem „Volk“, hier verstanden als das gute „Wir“, und den von außen eindringenden Schlechten, „den Anderen“. Als gutes „Wir“ sind die einfachen Leute gemeint, und die schlechten „Anderen“ beziehen sich auf die mächtigen Eliten, Minderheiten, Migrant\*innen etc.
- bei der emotionale Dimension des Populismus werden Emotionen meist durch eine charismatische und starke Persönlichkeit angesprochen, die den Anhängern das Gefühl vermittelt, kompetent zu sein. Diese gibt sich als Volksnahe und kämpft für die Interessen des „kleinen Mannes“.
- die mediale Dimension dient dazu, Menschen mittels Medien zu erreichen, um Aufmerksamkeit zu generieren. Populist\*innen bedienen sich hierbei verschiedener Arten von Medien, um brisante Themen, Schlagzeilen und Personen in den Mittelpunkt zu stellen, um diese dann hochzuspielen.
- Die inhaltlichen Dimension des Populismus zielt darauf ab, eine klare Gegenposition gegenüber politischen Themen oder ideologischen Werten einzunehmen. Globalkapitalist\*innen, Migrant\*innen, Minderheiten oder der Islam sind wiederum die Zielgruppe, wenn es darum geht, eine ideologische oder politische Gegenposition zu beziehen.

Weiters stellt sich die Frage, wie sich rechtspopulistische und rechtsradikale Parteien voneinander unterscheiden. Parteien, die früher wie gegenwärtig als rechtsextrem, rechtsradikal oder als faschistisch einzustufen waren und sind, werden scheinbar unter dem Sammelbegriff „rechtspopulistische Partei“ erfasst. Cas Mudde (2007) differenziert zwischen populistisch radikalen Rechten, nichtradikalen Rechtspopulisten und nichtpopulistischen Rechtsradikalen. Entscheidendes Abgrenzungsmerkmal hierbei ist der Populismus (Minkenberg, 2018, S. 341). Nationalismus, Nativismus und Autoritarismus sind die Eigenschaften, die jeder dieser Gruppen zuzuordnen sind und laut Minkenberg das „definitive Minimum“ darstellen. Der entscheidende Unterschied hierbei ist, dass extreme Rechte, im Gegensatz zu populistisch-radikalen, eine klare antidemokratische Haltung einnehmen (2018, S. 341).

Weiters ist es für diese Arbeit sinnvoll, zwischen sogenannten "Hardcore-Fremdenfeinde" und "marginalen Fremdenfeinde" zu unterscheiden. Hardcore-Fremdenfeinde bringen ihre Einstellung gegenüber Ausländer\*innen zum Ausdruck und sehen keine Notwendigkeit, diese zu verbergen, da sie den sozialen Normen nur wenig Bedeutung beimessen. Marginale Fremdenfeinde gehen einen Kompromiss zwischen der Offenlegung ihrer Neigung gegenüber Fremden und der Anpassung an die soziale Norm ein (Hagemeyer, 2021, S. 4). Dies ist für die vorliegende Arbeit insofern von Bedeutung, da die Hemmschwelle für die Verbreitung fremdenfeindlicher Inhalte in den sozialen Medien niedriger ist als im direkten Diskurs mit der breiten Öffentlichkeit. Dies wiederum kann als Erklärungsansatz für den Erfolg rechtspopulistischer Botschaften in den sozialen Medien herangezogen werden.

**Zwischenfazit:** Populismus hat das Ziel Unterstützer\*innen zu finden, die sich mit den politischen Ideologien einer Partei identifizieren können. Die unterschiedlichen Dimensionen zeigen nur auf, auf welchen Ebenen man seine Anhänger\*innen abholen kann. Populismus schließt aber meist mehrere Dimensionen mit ein.

Beispiel: Postet eine rechtspopulistische Partei wie die FPÖ auf Facebook ein Bild mit dem Spruch „Daham statt Islam“, schließt diese Art der Kommunikation alle Dimensionen des Populismus mit ein.

Der adäquate Umgang von Nutzer\*innen mit populistischen Botschaften in sozialen Netzwerken erfordert Medienkompetenz. Als nächstes stellt sich die Frage, worin sich eine solche Kompetenz äußert.

### 3.3 Charakteristika der Medienkompetenz

Baacke (1996) teilt das Konzept der Medienkompetenz in Vermittlung und Zielorientierung. Unter den Begriff Vermittlung ist die Medienkritik und Medienkunde einzuordnen. Während Mediennutzung und Mediengestaltung unter dem Begriff der Zielorientierung zusammengefasst werden (Baacke, 1996, S. 120)

Die „Medienkritik“ ist aufgeteilt in drei Dimensionen: 1) die *analytische Dimension* äußert sich darin, dass es dem einzelnen möglich ist gesellschaftlich brisante Thema zu erfassen. 2) *Reflexiv* bedeutet, sich mit dem analytisch erworbenen Wissen auseinanderzusetzen, um sein eigenes Handeln damit zu beeinflussen. 3) Die *ethische Dimension* ergibt sich aus der analytischen und der reflexiven Dimension. Diese bestimmt und definiert die soziale Verantwortung und das daraus resultierende Verhalten.

Der zweite Punkt der Vermittlung ist die „Medienkunde“. Diese gibt Auskunft über die Mediensysteme und wird hier in zwei Dimensionen aufgespalten. 1) *Informativ* bedeutet, man bringt ein Grundwissen mit sich, z.B.: Wie nutze ich einen Computer effektiv für meine Zwecke? Oder welche Dienste werden im Internet angeboten? 2) Die *instrumentell-qualifikatorische* Dimension umfasst die Kompetenzen, die es braucht, um einen Computer einzuschalten, sich auf Seiten anzumelden (Baacke, 1996) oder einen Corona-Wohnzimmer-Test erfolgreich durchzuführen.

Unter dem Begriff „Zielorientierung“ sind die menschlichen Handlungen gemeint, so Baacke (1996). Die „Mediennutzung“ ist aufgegliedert in 1) *rezeptiv anwenden*, darunter versteht man die Programm-Nutzungskompetenz diese dient dazu, Medien für sich zielführend zu nutzen und 2) *Interaktiv anbieten*, das bedeutet auch antworten zu können, in zum Beispiel Online-Foren oder das Erstellen eigener Inhalte in Form von Videos, Blogbeiträgen etc. Die letzte Kategorie ist die „Medien-Gestaltung“. Diese ist 1) *innovativ*, damit ist die Veränderung und Weiterentwicklung der Mediensysteme gemeint (Modernisierungsprozess) und 2) *kreativ*, darunter versteht man unter anderem die Veröffentlichung eigener Informationen in Form von Webseiten sowie deren kreative Gestaltung (Baacke, 1996, S. 120).

Dieses Konzept bietet einen grundlegenden Rahmen für die verantwortungsvolle Nutzung von (sozialen) Medien. Aufgrund der Entwicklungen dieser Medien, insbesondere in den letzten Jahren, kann das Konzept von Baacke (1996) nur als Grundgerüst betrachtet werden, da es aus den 1990er Jahren stammt. Es fehlt an Informationen darüber, wie Algorithmen funktionieren, welchen Einfluss Werbung durch Influencer auf die Gesellschaft hat und wie Populist\*innen die sozialen Medien beeinflussen und somit auch die Politik. Diese Informationen waren in den 1990er Jahren für die angemessene Nutzung sozialer Medien nicht so relevant wie heute.

Medienkompetenz ist eine der Schlüsselkompetenzen in der heutigen Gesellschaft. Diese Schlüsselkompetenz kann auf der gesellschaftlichen aber auch Individualebene gemessen werden und ist abhängig von Macht, Kultur und dem politischen System (Manzel, 2017, S. 208).

### **3.3.1 Digitale Kompetenz**

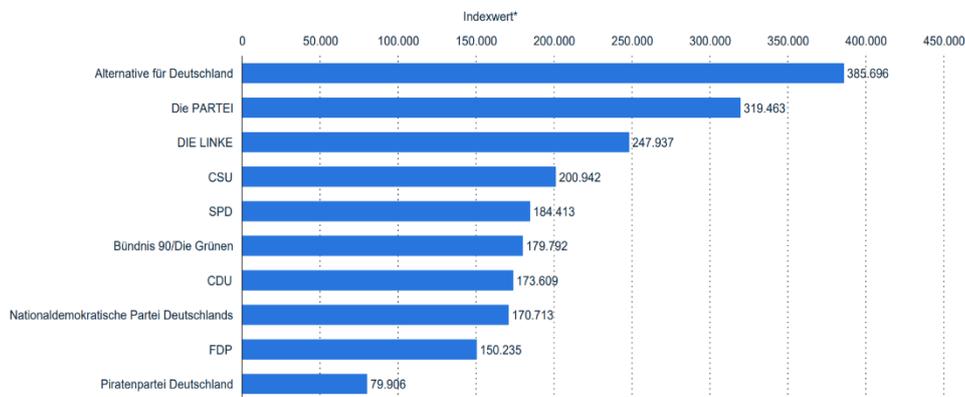
Friedrichsen und Wersig sehen einen notwendigen Beziehung zwischen digitaler Kompetenz und deren Umsetzung in digitale Bildung. Die Gesellschaft und die Wertschöpfungsprozesse werden durch die digitale Globalisierung kontinuierlich verändert. Das Kompetenzprofil von Nutzern\*innen digitaler Plattformen setzt sich aus verschiedenen Anforderungen und Fähigkeiten zusammen, die voneinander abgegrenzt werden müssen. Dazu gehören Interpretationsfähigkeit, soziale Intelligenz, adaptives Denken, interkulturelle Kompetenz und digitales Denken, das bedeutet, „komplexe Daten und Zusammenhänge in Algorithmen und computerisierten Modellen auszudrücken und als solche zu verstehen“ (2020, S. 5).

**Zwischenfazit:** Das Erfassen brisanter Themen, wie zum Beispiel rechtspopulistische Botschaften, die im Internet kursieren, oder die kritische Auseinandersetzung damit, bevor diese auf diversen sozialen Plattformen geteilt werden, setzen eine Medienkompetenz voraus. Diese Medienkompetenz muss als essenzieller Teil der digitalen Bildung gesehen werden. Kinder und Jugendliche benötigen diese Kompetenz als Werkzeug, um Kritikfähigkeit zu erlernen. Parteien und Politiker sind mittlerweile sehr stark in den sozialen Medien. Das hat Auswirkungen auf den politischen Erfolg von (rechts-)populistischen Parteien.

### 3.4 Rechtspopulistische Kommunikation in Soziale Medien

Politiker\*innen verwenden soziale Medien gerne für öffentliche Kundgebungen. Eines der bekanntesten Beispiele dafür ist Donald Trump, der sich bevorzugt via Twitter mitteilt. Viele weitere Populist\*innen, Politiker\*innen und gesamte Parteien in Europa, nutzen ihre Reichweite auf den sozialen Medien, um vermehrt Aufmerksamkeit zu generieren. Hier ersichtlich an der Anzahl der „gefällt mir“ Angaben von Parteien/Politiker. Die Facebook-Seite der FPÖ zählt 147.637 „Gefällt mir“-Angaben, die der ÖVP derzeit 64.663. Sebastian Kurz kommt auf 951.545 „Likes“. Die Facebook-Seite von Matteo Salvini zählt 4.549.117 „Gefällt mir“ - Angaben, die seiner Partei 797.483.

Abbildung 2: Beliebteste politische Parteien in sozialen Netzwerken in Deutschland



Quelle: Pluragraph. (16. Januar, 2018). Beliebteste politische Parteien in sozialen Netzwerken in Deutschland im Januar 2018 [Graph]. In Statista. Zugriff am 28. Oktober 2021, von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/172474/umfrage/politische-parteien-nach-anzahl-der-fans-bei-facebook/>

Wie in Abbildung 2 zu sehen, ist die AfD die beliebteste Partei in Deutschland, wenn es sich um soziale Netzwerke handelt. Ein Beispiel für die Macht sozialer Medien liefert der ehemalige Innenminister von Italien, Matteo Salvini, mit 4.549.117 „Gefällt mir“-Angaben. In einem Interview mit dem Time-Magazine (zit. nach Walt, 2018) sagte er, bezogen auf ein Facebook-Posting, welches er im Zuge der damals aktuellen Flüchtlingsbootpolitik veröffentlichte:

„It reached a total of 8 million people, he says. That is far bigger than traditional media “

Diese Äußerung zeigt, wie beliebt die soziale Medien bei Rechtspopulist\*innen sind. Dort können Populisten\*innen ihre Ansichten öffentlich äußern, ohne dass sie von Journalist\*innen kritisch dazu befragt werden.

Im Gegensatz zu den sozialen Medien haben etablierte öffentlich-rechtliche Medien den Anspruch kontroverse Debatten und Themen so abzubilden, dass es ihrem Publikum selbst überlassen bleibt, sich unvoreingenommen und anhand der Sachlage eine eigene und differenzierte Meinung zu bilden (Ott & Gür-Şeker, 2019, S. 284).

Auch wenn es der Anspruch der etablierten Medien ist, Themen und Debatten möglichst neutral darzustellen, so ist es doch auch ihre Aufgabe, diese zu interpretieren und kritisch zu hinterfragen.

Die Einflussnahme auf das Wahlverhalten und somit auf die Demokratie wird durch medientechnische Mechanismen sozialer Medien begünstigt. Das liegt daran, dass andere Meinungen, die in einem politischen Diskurs nicht erwünscht sind, missachtet und ausgegrenzt werden. Dagegen wird die eigene Meinung, gezielt platziert, um diese möglichst weitreichend unter den Nutzer\*innen zu verbreiten. Ermöglicht wird dies durch einen Algorithmus, der auf Basis des bisherigen Medienverhaltens der Nutzer\*innen und deren automatischer Identifizierung, wenn diese Internetseiten aufrufen versucht, Inhalte gezielt zu vermitteln. Benutzer\*innen von YouTube und Facebook sehen demnach die Anzeigen, die laut Algorithmus ihren Einstellungen entsprechen. Eine wesentliche Rolle hierbei spielt auch das Verhalten der Nutzer\*innen (Ott & Gür-Şeker, 2019, S. 284 - 285).

„Das individuelle Nutzungsverhalten [...] hat eine gesellschaftliche Dimension, weil es an der Konstruktion von Relevanz und dem, was „gefühlte“ als Wahrheit gilt, mitwirkt“ (Ott & Gür-Şeker, 2019, S. 284)

Johannes Hillje beschreibt die Medienstrategie rechtspopulistischer Parteien als Propaganda 4.0 (2021, S. 4). Diese These setzt sich aus den folgenden Faktoren zusammen: die Delegitimierung der klassischen Medien, d.h. die Infragestellung der Anerkennungswürdigkeit klassischer Medien und deren Berichterstattung, das Kommunizieren über alternative Medien und die Schaffung einer kollektiven Identität mit eigenen Digitalkanälen. Diese kollektive Identität besteht aus Anhänger\*innen rechter Parteien. Ihr Konzept beruht auf Abgrenzung einerseits gegenüber etablierten Parteien und andererseits gegenüber Medien, die sich als Repräsentanten für die Erklärung gesellschaftlicher Zustände sehen (Hillje, 2019, S. 4).

Rechte Parteien und rechtsextreme Gruppierungen sind Pioniere, wenn es darum geht, sich online als alternative Informationsquelle zu repräsentieren. Sie wenden sich gegen etablierte Medien, denen sie unterstellen, diese würden aus einer voreingenommenen Perspektive Informationen nur in verzerrter Form darstellen. Weiters nutzen sie Ängste und Unsicherheiten von Nutzer\*innen aus, um sich selbst in ihren radikalen Weltanschauungen zu bestärken (Rieger, 2019, S. 4).

Das Verbreiten und ständige Wiederholen von Botschaften, Parolen und Narrativen ist bei rechtspopulistischen Parteien und rechtsextremen Bewegungen besonders beliebt (Hillje, 2019, S. 6). Eines der gängigsten Narrative ist „die Bedrohung von außen“. Dieses Narrativ wurde in einem Untersuchungszeitraum von 11 Monaten in 2908 Erzählungen auf den Facebook-Seiten diverser rechter Gruppierungen 853-mal gefunden (Baldauf & Amadeu Antonio Stiftung, 2017).

Um einen Zusammenhang zwischen sozialen Medien und Populismus zu erklären, kann man das Konzept der „Echokammern“ heranziehen. In sogenannten Echokammern sind Menschen weitgehend einer einstellungsfreundlichen Kommunikation ausgesetzt, die in diesem Fall auf den Ideologien rechter Parteien beruht. Eingebettet in diesen Kommunikationsmuster wirkt das Wiederholen dieser Botschaften wie ein Echo. Die Menschen bestärken sich gegenseitig in ihrer Meinung, ohne diese kritisch zu reflektieren. In sozialen Medien können Nutzer\*innen selektiv mit Personen ähnlicher Anschauungen in Verbindung treten und dadurch Informationen finden, welche mit ihren eigenen Überzeugungen übereinstimmen. Die virtuelle Kommunikation ist für Populisten von Bedeutung, da diese die soziale Medien nutzen, um mit ihren Anhängern zu kommunizieren und Informationen zu teilen (Boulianne, Koc-Michalska, Bimber 2020, S. 2).

**Zwischenfazit:** Parteien und Populist\*innen sind sich dessen bewusst, welche Reichweite ihre Botschaften haben können. Sie verstehen es, die Nutzer\*innen „abzuholen“ und den Algorithmus zu ihrem Vorteil zu nutzen. Sachlichkeit verkauft sich in solchen Netzwerken schlecht. Umso wichtiger ist es, Emotionen anzusprechen, da diese eine weitaus höhere Interaktion aufweisen. Ob diese Darstellungen mit der Sachlage stimmig sind, spielt keine wesentliche Rolle, da es ohnehin keine journalistischen Filter in sozialen Medien gibt.

## 4 Diskussionskapitel

Modernisierungsprozesse sind Teil des sozialen Wandels und somit Teil der Gesellschaft. Diese Prozesse bringen unaufhörlich Veränderungen mit sich, seien es wirtschaftliche, politische oder soziale. Veränderung kann nur durch Akzeptanz, dem Aufbrechen bestehender Denk- und Verhaltensmuster und den Willen, diese aktiv mitzugestalten, erfolgreich bewältigt werden. Erkennt man aufgrund seiner überlieferten Grundsätze oder aus Misstrauen Veränderungen nicht an, findet man sich möglicherweise in der Rolle als Modernisierungsverlierers wieder. Festzuhalten ist, dass die Theorie des aktiven Modernisierungsverlierers die Prägung eines Individuums durch seine unmittelbare Herkunft nicht berücksichtigt. Modernisierungsverlierer\*innen spiegeln einen Idealtypus wider, der den Erfolg rechtspopulistischer Parteien begünstigt. Diese im Idealtypus verankerten Werte setzten sich laut Spier aus den Folgen des sozialen Wandels, der inneren Einstellung und dem sozialen Umfeld zusammen (2010, S. 49 - 54). Die inneren Einstellungen und daraus resultierende Weltanschauungen und Werte werden vom Individuum nicht hinterfragt (Nuisl & Popović, 2020. S. 341). Vielmehr werden sie durch das soziale Umfeld, in dem dieses Individuum eingebettet ist, aufrechterhalten. Innerhalb dieser homogenen Gruppe wird ein Gefühl von Sicherheit vermittelt. Andere Ansichten und Werte werden hingegen als Angriff gewertet und als persönlich kränkend empfunden. Die Reaktion darauf ist meist abwertend und wird von Emotionen wie Angst und Unsicherheit begleitet, welche meist in Wut endet.

Vor allem Rechtspopulist\*innen verstehen es, marionettenhaft mit den Emotionen ihrer Anhänger\*innen zu spielen. Ist man sich aufgrund der Konfrontation durch die Opposition seiner Meinung doch nicht mehr so sicher, strebt man nach Bestätigung. Diese Bestätigung findet man bei rechtspopulistischen Parteien wieder, diese sprechen, zumindest nach ihren eigenen Angaben, die Sprache „des Volkes“. Die daraus folgende Zustimmung nutzen Parteien wiederum als Bestätigung, genau das zu vertreten, was sich „das Volk“ wünscht. Soziale Medien erleichtern die Interaktion zwischen Politiker\*innen und wahlberechtigten Anhängern\*innen (Ott & Gür-Şeker, 2019, S. 284). Rechtspopulistische Parteien bedienen sich nicht nur der emotionalen, sondern auch der medialen Dimensionen (Kapitel 3.2).

Emotionen anzusprechen ist der Ausgangspunkt für den Erfolg, gemessen anhand der Reichweite eines Postings (Fanpage Karma, 2014). Diese Reichweite hängt auch von der Interaktion in Gestalt von Liken, Teilen und Kommentieren durch Nutzer\*innen ab. Ist ein Thema brisant und weist eine hohe Interaktion auf, wird das zusätzlich vom Algorithmus „belohnt“.

Infrage zu stellen ist jedoch, ob die in Kapitel 3.2 genannten Dimensionen des Populismus ausreichend sind. Eine Erweiterung um die ethische Dimension wäre mehr als notwendig. Die technische, inhaltliche, emotionale und mediale Dimension zeigen zwar auf, worin sich Populismus äußert, setzen aber keinerlei Rahmenbedingungen für einen pflichtbewussten Umgang damit.

Um rechtspopulistische Botschaften, die im Internet kursieren, erkennen und kritisch reflektieren zu können, bedarf es der Medienkompetenz. Diese beinhaltet unter anderem das Erfassen brisanter Themen sowie die kritische Auseinandersetzung damit. Die ethische Dimension ergibt sich aus der Analyse und Reflexion solcher Themen, welche die soziale Verantwortung und das daraus resultierende Verhalten bestimmt (Baacke, 1996). Das Ziel muss es also sein, digitale Kompetenzen in Form von digitaler Bildung zu vermitteln (Friedrichsen & Wersig, 2020). Frau Nathalie von Siemens spricht davon, bestehende Bildungsmuster im Bildungswesen aufzubrechen, da diese überholt seien. Ansonsten drohe Wohlstandverlust und eine soziale Spaltung (Friedrichsen & Wersig, 2020). Diese Spaltung könnte wiederum Rechtspopulisten und ihre Botschaften bestärken.

Parteien und Politiker\*innen sind mittlerweile sehr stark in den sozialen Medien eingebunden. Ihre Botschaften haben Auswirkungen auf ihren politischen Erfolg. Infrage zu stellen ist jedoch, ob diese auch wirklich wissen, dass derartige Botschaften eine Eigendynamik entwickeln, die Demokratie gefährden und ernsthafte Folgen nach sich ziehen können. Als Beispiel kann der Sturm auf das Kapitol in Washington (Kornelius, 2021) herangezogen werden. Mit einer bestimmten Rhetorik wurden gezielt Emotionen angesprochen und die Stimmung aufgeheizt. Dies führte zu einer prekären Lage. Die Behauptung „Der Irrsinn ist bei Einzelnen etwas Seltenes, - aber bei Gruppen, Parteien, Völkern, Zeiten die Regel“ (Nietzsche, 1886, S. 50), spiegelt einmal mehr die Wahrhaftigkeit dieses Zitats wieder.

## 5 Schlusskapitel

### 5.1 Antworten auf die Unterfragen und die Forschungsfrage

#### 5.1.1 Unterfrage 1

Wie äußern sich gegenwärtige Modernisierungsprozesse?

Modernisierung (Kapitel 1.1) äußert sich in Form von Industrialisierung, Urbanisierung, Bildungsexpansion, Wohlstand, Mobilität, Rollendifferenzierung, Demokratisierung etc. (Greiffenhagen, 2002, S. 572). Diese Entwicklungen führen dazu, dass bestehende sozioökonomische Standards, traditionelle Werte und gesellschaftliche Umgangsformen durch moderne Formen abgelöst werden. Diese Entwicklungen sind erforderlich, um gegenwärtige Krisen, wie Pandemien, politische Krisen oder dem Klimawandel und die daraus entstehenden Umweltschäden entgegenzuwirken. Auch gesellschaftliche Weiterentwicklungen, wie Gleichstellung, die Entwicklung digitaler Kompetenzen und Globalisierung sowie die damit einhergehenden wirtschaftlichen und kulturellen Verflechtungen, unterliegen einem gegenwärtigen Modernisierungsprozess.

**These:** Die Räume des kommunikativen Austauschs haben sich zunehmend in die sozialen Netzwerke verlagert, die SARS-CoV 2 Pandemie hat diesen Prozess des kommunikativen Wandels beschleunigt.

Diese These ist zum Teil nachvollziehbar daher wird diese nicht verworfen.

**Begründung:** Die digitale Kommunikation ist für Bildung, Arbeit, aber auch für das gesellschaftliche Leben von großer Bedeutung, insbesondere aufgrund der Entwicklungen der letzten Jahre. Diese Form der Kommunikation befindet sich aufgrund der durch die Pandemie bekannt gewordenen Anwendungsmöglichkeiten noch im Anfangsstadium. Das bedeutet, dass ständige Weiterentwicklungen, sogenannte Modernisierungsprozesse, notwendig sind, um Verbesserungen zu erreichen. Diese These ist aber nur ein Teil dessen, was Modernisierungsprozesse ausmachen. Die Antwort auf die Forschungsfrage zeigt deutlich, dass es eine Vielzahl an Entwicklungen gibt, die sich gegenwärtig auf sozialer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene in einem Modernisierungsprozess befinden.

### 5.1.2 Unterfrage 2

Worin liegen die soziologischen Charakteristika von sog. Modernisierungsverlierer\*innen?

Die soziologischen Charakteristika von Modernisierungsverlier\*innen sind gekennzeichnet von ihrer sozialen Lage und inneren Einstellungen. Diese äußern sich durch bedingungsloses Festhalten an traditionellen Werten, Angst gegenüber der Globalisierung, den wirtschaftlichen Unsicherheiten und allgemeiner System- und Menschenfeindlichkeit. Es ist eine klare Anti-Establishment-Haltung, die Modernisierungsverlierer\*innen charakterisiert. Weiters können sich Eigenschaften, orientiert an den Ideologien des Nationalismus, Antipluralismus, Rassismus Ethnozentrismus, Xenophobie, Antisemitismus, Heterophobie und Sexismus (Kapitel 3.1) äußern.

**These:** Modernisierungsverlierer\*innen lehnen den sozialen Wandel, unter anderem aufgrund ihrer überlieferten Grundsätze, ab.

Diese These lässt sich teilweise bestätigen.

**Begründung:** Laut Wikipedia sind überlieferte Grundsätze Werte und Überzeugungen, die einem bestimmten Handlungsmuster folgen (Überlieferung, 2019). Ein ähnliche Definition bietet der Fundamentalismus. Dieser beschreibt das bedingungslose Festhalten an politischen, aber vor allem religiösen Werten.

„Fundamentalistisch verstandene Religionen und daraus entspringende soziale Bewegungen betrachten ihre Überzeugungen und Vorstellungen als umfassende, absolute Lösung für alle (politischen, wirtschaftlichen und sozialen) Lebensfragen (Schubert, Klaus/Martina Klein, 2020).“

Somit könnte man argumentieren, dass der „Islamische Staat“ ein Zusammenschluss von Modernisierungsverlierer\*innen ist, die aufgrund ihres bedingungslosen Festhaltens an der Schrift des Koran, Opfer des sozialen Wandels sind.

### 5.1.3 Unterfrage 3

Welche Charakteristika weist rechtspopulistische Kommunikation in sozialen Medien auf?

Rechtspopulistische Kommunikation transportiert Emotionen wie Angst, Wut und Ablehnung, zudem polarisiert diese sehr stark. Emotionale Botschaften in sozialen Medien weisen im Vergleich zu sachlichen Postings deutlich mehr Interaktionen von Nutzer\*innen auf. Dies kommt den rechtspopulistischen Parteien, Politiker\*inne und Gruppierungen sehr entgegen, da ihre Botschaften dramatisiert und meist mit Bildern untermauert werden. Zudem wird von Rechtspopulist\*innen gerne behauptet, sie sprächen die Sprache „des Volkes“. Zusammenfassend kann rechtspopulistische Kommunikation in sozialen Medien als emotional, polarisierend, abwertend und unterstellend beschrieben werden, die zudem von dramatisierenden visuellen Bildern begleitet wird. Hinzu kommt, dass eine Diskrepanz zwischen dem „Volk“ und den von außen eindringenden Schlechten, „den Anderen“, geschaffen wird (Kapitel 3.2).

**These:** Rechtspopulistische Kommunikation in sozialen Medien wird von Emotionen geleitet.

Diese These wird als bestätigt angesehen.

**Begründung:** Dass rechtspopulistische Botschaften, wenn sie emotional sind, mehr Aufmerksamkeit bekommen, sieht man an den Interaktionen. Viele Kommentare unter einer solchen Botschaft zeigen, dass sich Nutzer von ihren Emotionen leiten lassen.

Ein Beispiel dafür liefert ein Posting der FPÖ, in dem folgendes zu lesen ist:

„VÖLLIG IRRE: Schwarz-Grün lässt Polizei in Läden schnüffeln, ob Ungeimpfte FFP2-Masken tragen!“

Ein auf dieses Posting bezogener Kommentar eines Nutzers lautete wie folgt:

„Damit die Polizei von der eigentlichen Arbeit abgehalten wird.. Kriminelle Einwanderer davon abzuhalten Straftaten zu begehen.. Da ärgern wir lieber das eigene Volk..“

Kommentare dieser Art spiegeln den Erfolg rechtspopulistischer Arbeit wider. Die „**korrupte Elite**“ hält die Polizei davon ab, Straftaten „**krimineller Einwanderer**“ (das Böse) zu verhindern da diese, aus ihrer Sicht, damit beschäftigt sind das eigne **Volk** (das Gute) zu ärgern.

#### 5.1.4 Unterfrage 4

Welche Zusammenhänge bestehen zwischen der Mediennutzungskompetenz von „Modernisierungsverlierer\*innen“ und den Charakteristika von rechtspopulistischen Botschaften?

Grundlage für die Begründung dieser Zusammenhänge bietet die Medienkompetenz von Baacke (1996). Ein Aspekt dieser Kompetenz ist die Mediennutzung, diese umfasst das rezeptive Anwenden und interaktive Anbieten (Kapitel 3.3). Das bedeutet, Modernisierungsverlierer\*innen sind einerseits in der Lage, Medien und deren Inhalte für ihre Zwecke so zu nutzen, um sich in ihrer Meinung zu bestärken. Andererseits ist es ihnen möglich, diese Meinung mit der breiten Masse in Form von Bildern, Videos und Kommentaren, zu teilen. Das zeigt, dass sie diesen Teil der Medienkompetenz beherrschen. Rechtspopulistische Botschaften sprechen ihre Unterstützer genau auf dieser Ebene an. Diese transportieren Emotionen ebenso in Form von Bildern, Videos und Kommentaren. Zudem polarisieren diese Botschaften sehr stark. Hiermit ist also ein Zusammenhang ersichtlich.

Unterschiede gibt es bei den Aspekten der Medienkritik und Medienkunde (Kapitel 3.3). Diese setzen voraus, dass man in der Lage sei, brisante gesellschaftliche Themen zu erfassen und sich damit auseinanderzusetzen, um dann sein Verhalten durch Selbstreflexion zu beeinflussen.

**These:** Sich an medialen Inhalten ohne kritische Reflexion der dort veröffentlichten Behauptungen oder deren Darstellung zu bedienen, begünstigt den Erfolg von rechtspopulistischen Botschaften.

Diese These wird bestätigt.

**Begründung:** Werden rechtspopulistische Botschaften aufgrund der emotionalen Befangtheit des Nutzers weiterverbreitet, beherrscht man zwar die Kompetenz der Mediennutzung, aber nicht die der Medienkritik. Somit läuft man Gefahr zu glauben, dass sich die Realität nur auf diese Weise darstellen lässt.

### 5.1.5 Hauptforschungsfrage

Auf welche Weise lassen sich die Zusammenhänge zwischen Modernisierungsverlierer\*innen und „Rechtspopulismus“ im Kontext von sozialen Medien theoretisch erläutern?

Nach Spier sind Modernisierungsverlierer\*innen aufgrund ihrer schwierigen sozialen Lage für rechtspopulistische Einstellungen und politische Gruppierungen besonders empfänglich (2010, S. 193). Der Zusammenhang ihrer Persönlichkeitsmerkmale und Werteorientierung lässt sich unter anderem auf das Konstrukt des „Autoritarismus“ zurückführen (Arzheimer, 2008). Minkenberg sieht den Autoritarismus ebenso als eine Eigenschaft der populistisch radikalen Rechten (2018, S. 341). Laut einer empirischen Studie (Ennser zit. nach Minkenberg, 2012) ist die FPÖ und die Lega Nord als rechtsradikale Parteienfamilie einzustufen (Minkenberg, 2018, S. 341).

Rechtsradikalismus beschreibt eine politische Ideologie, welche geprägt ist von einer nativistischen, ethnokulturellen Vorstellung eines homogenen Volkes und der damit zusammenhängenden Kritik an der pluralistischen und liberalen Demokratie. Verkörpert wird diese Ideologie von starken und charismatischen Führungsfiguren (Minkenberg, 2018, S. 339)

Vergleicht man die „gefällt mir“-Angaben von Matteo Salvini (4.549.117) mit denen seiner Partei Lega Salvini Premier (797.483), wird klar, dass eine „charismatische“ Persönlichkeit beliebter ist als die dahinterstehende Partei. Abschließend ist zu sagen, dass sich die Identität von Modernisierungsverlierer\*innen oder rechten Parteien nicht verändert hat, es haben sich lediglich die Räume ihres kommunikativen Austausches verschoben.

**These:** Fehlende Medienkompetenz und das Vertreten von Werten, die nicht mehr zeitgemäß sind, bilden ideale Rahmenbedingungen, um mit rechtspopulistischen Botschaften bei Modernisierungsverlierer\*innen Anklang zu finden.

Diese These wird als bestätigt angesehen.

**Begründung:** Sprüche wie: „Daham statt Islam“ spiegeln eine Idealvorstellung von Werten wider, die es aus Sicht rechter Parteien zu vertreten gilt. Zudem werden Sachverhalte sehr einseitig und in radikaler Form dargestellt. Das Weiterverbreiten dieser Botschaften ohne umfangreiche Recherche begünstigen den Erfolg.

## **5.2 Kritische Reflexion der Methode und der Validität der Ergebnisse**

Diese Arbeit beruht rein auf Desk Research und schließt daher eine eigene empirische Forschung aus. Durch empirische Sozialforschung wären Zusammenhänge, die in dieser Arbeit analysiert wurden, besser darstellbar. Das bedeutet jedoch nicht, dass die Zusammenhänge einzelner Fragen und Aussagen aus der Luft gegriffen sind und der eigenen Vorstellungskraft entspringen. Es ist nicht zu erwarten, dass durch eine empirische Studie die Antwort auf jeweilige Forschungsfragen eine gravierende Änderung der Sachlage darstellen würde.

Die einzelnen Ergebnisse sind für weitere Forschungen relevant, da diese eine logische Struktur aufweisen und anhand der hier verwendeten Literatur nachgewiesen werden können. Eine Studie könnte die Zusammenhänge zwischen der Mediennutzungskompetenz von Modernisierungsverlierer\*innen und den Charakteristika rechtspopulistischer Botschaften bestätigen oder widerlegen und würde die hier dargelegten theoretischen Zusammenhänge untermauern oder widerlegen.

Diese Arbeit beschäftigt sich im Wesentlichen mit dem Phänomen des Modernisierungsverlierers auf europäischer Ebene. Allerdings zeigen manche Ergebnisse und Schlussfolgerungen, dass sich dieses Phänomen ebenso weit über die europäischen Grenzen hinaus beobachten lässt.

### 5.3 Offene Forschungsfragen

Auf welche Weise lassen sich die Zusammenhänge zwischen Modernisierungsverlierer\*innen und „Rechtspopulismus“ im Kontext von Social Media empirisch erläutern?

Diese Forschungsfrage konnte nur theoretisch zeigen, dass es einen Zusammenhang gibt. Um diese These zu bestätigen und damit eine Grundlage für weitere Forschung zu schaffen, benötigt man eine empirische Erhebung. Wie würde diese Erhebung aussehen? Welche Faktoren gilt es zu berücksichtigen? Die Ergebnisse dieser Umfrage wären für diese Arbeit sehr hilfreich.

Inwiefern besteht ein Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau und dem Erfolg rechtspopulistischer Botschaften?

Die Antwort auf diese Forschungsfrage würde zeigen, worin sich ein solcher Zusammenhang äußert und ob dieser Auswirkungen auf die Modernisierungsverlierertheorie hat. Weiters könnte eine solche Erkenntnis zeigen, in welchem Bereich ein Bildungsdefizit besteht.

Warum sind rechtspopulistische Parteien in sozialen Netzwerken beliebter als etablierte Parteien?

Eine Gegenüberstellung der Parteikommunikation in sozialen Netzwerken und der damit verbundenen Rhetorik könnte zeigen, warum Rechtspopulismus so erfolgreich ist und worin er sich unterscheidet. Diese Erkenntnis wäre für Kommunikationsexperten, die sich auf soziale Medien spezialisieren, sehr interessant.

#### **5.4 Praktische Empfehlung**

Diese Arbeit richtet sich an Lehrer\*innen, Sozialberater\*innen und alle Personen, die ihr Wissen betreffend rechtspopulistische Kommunikation in sozialen Medien erweitern wollen. Um von dieser Arbeit profitieren zu können, sollte man die grundlegenden Begrifflichkeiten kennen und mit den Definitionen in dieser Arbeit verknüpfen. Dadurch können Lehrende und Sozialberatende je nach Bedarf, die Zusammenhänge zwischen dem Erfolg rechtspopulistischer Botschaften unter Modernisierungsverlierer\*innen und sozialen Medien erklären und ausbauen.

Die Ergebnisse dieser Arbeit können in der Praxis eingesetzt werden um Eltern, die Aufgrund einer Krise ihre Kinder aus der Schule nehmen, zu zeigen welche sozialen und gesellschaftlichen Folgen, das für ihr Kind haben kann.

## Literaturverzeichnis

American Psychological Association. (2019). *Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.)*.

Arzheimer, K. (2008). *Die Wähler der extremen Rechten 1980-2002* (1. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Baacke, D. (1996). Medienkompetenz-Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In von Rein, A. (Hrsg.) *Medienkompetenz als Schlüsselbegriff*. (1. Ausgabe, S. 112-124) Klinkhardt-Verlag. <http://www.die-bonn.de/id/128>

Baldauf, J. & Amadeu Antonio Stiftung. (2017). *Toxische Narrative: Monitoring rechtsalternativer Akteure*.

Balzert, H., Schröder, M., Schäfer, C., & Motte, P. (2015). *Wissenschaftliches Arbeiten: Ethik, Inhalt & Form wiss. Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation* (2. Auflage, 4. Nachdruck, Sonderdruck für die Studierenden der Leibniz-FH). W3L-Verlag.

Boulianne, S., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2020). Right-wing populism, social media and echo chambers in Western democracies. *New Media & Society*, 22(4), 683–699. <https://doi.org/10.1177/1461444819893983>

Fanpage Karma. (2014). *Emotionen-facebook-social-media-interaktionen-reichweite*. <https://blog.fanpagekarma.com/2014/10/27/emotionen-facebook-social-media-interaktionen-reichweite/?lang=de>

Flick, U. (2020). *Sozialforschung: Methoden und Anwendungen: ein Überblick für die BA-Studiengänge* (5. Auflage). Rowohlt Taschenbuch Verlag.

FPÖ. (2021, 08. November). *Schockierend: die Ausländerkriminalität erschreckend hoch!*. [Video enthalten] [Statusupdate]. Facebook. <https://de-de.facebook.com/fpoe/videos/454918059323585/>

Friedrichsen, M., & Wersig, W. (Hrsg.). (2020). *Digitale Kompetenz: Herausforderungen für Wissenschaft, Wirtschaft, Gesellschaft und Politik* (Korrigierte Publikation). Springer Gabler.

GlobalWebIndex. (6. April, 2020). Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie aufgrund des Coronavirus zu Hause durchgeführt? [Graph]. In Statista. Zugriff am 07. November 2021, von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1110746/umfrage/veraenderung-des-konsums-digitaler-medien-waehrend-der-corona-krise/>

Google. (1998). <https://www.google.at/>

Google Scholar. (2004). <https://scholar.google.at/>

Greiffenhagen, M., Greiffenhagen, S., & Neller, K. (Hrsg.). (2002). Handwörterbuch zur politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland (2., völlig überarb. und aktualisierte Aufl). Westdt. Verl.

Hagemeister, F. (2021). Populism and propagation of far-right extremism. *European Journal of Political Economy*, 102116. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2021.102116>

Hillje, J. (2019). Propaganda 4.0 von Europas Rechtspopulisten. <https://www.bpb.de/gesellschaft/digitales/digitale-desinformation/290580/propaganda-4-0-von-europas-rechtspopulisten>

Hoffmann, I., & de Vries, C. (2018). Globalisierung und die europäische Integration: Bedrohung oder Chance? Wahrnehmung, Kenntnisse und politische Präferenzen der EU-Bürger. Bertelsmann Stiftung. [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/EZ\\_eupinions\\_04\\_2017\\_deutsch.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/EZ_eupinions_04_2017_deutsch.pdf)

Kornelius, S. (2021, Jänner 6). Coup des Wahnsinns. <https://www.sueddeutsche.de/politik/usa-sturm-kapitol-kommentar-1.5166843>

Manzel, S. (2017). Medienkompetenz als eine Schlüsselkompetenz für politische Urteils- und Handlungsfähigkeit. In Gapski, H., Oberle, M., & Staufer, W. (Hrsg.) *Medienkompetenz: Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung*. (S. 207-217). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Minkenberg, M. (2018). Was ist Rechtspopulismus? *Politische Vierteljahresschrift*, 59(2), 337–352. <https://doi.org/10.1007/s11615-018-0076-x>

Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511492037>

Nietzsche, F. (1886). *Jenseits von Gut und Böse*.

Nuissl, E., & Popović, K. (2020). Populismus und Bildung. Zeitschrift für Weiterbildungsforschung, 43(3), 339–355. <https://doi.org/10.1007/s40955-020-00173-0>

Ostendorf, H. (Hrsg.). (2009). Rechtsextremismus: Eine Herausforderung für Strafrecht und Strafjustiz. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co KG. <https://doi.org/10.5771/9783845215266>

Ott, C., & Gür-Şeker, D. (2019). Rechtspopulismus und Social Media: Wie Wortgebräuche in Social Media sprachkritisch betrachtet werden können. In Beisswenger, M. & Knopp, M. (Hrsg.) Soziale Medien in Schule und Hochschule: Linguistische, sprach-und mediendidaktische perspektiven. (S. 279-317). Berlin: Peter Lang.

Pluragraph. (16. Januar, 2018). Beliebteste politische Parteien in sozialen Netzwerken in Deutschland im Januar 2018 [Graph]. In Statista. Zugriff am 28. Oktober 2021, von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/172474/umfrage/politische-parteien-nach-anzahl-der-fans-bei-facebook/>

Rieger, D. (2019). Diskussionsräume und Radikalisierungsprozesse in sozialen Medien. <https://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtspopulismus/290851/diskussionsraeume-in-sozialen-medien>

Roy Rosenzweig Center. (2021). Zotero (5.0.96.2) [JavaScript]. <https://www.zotero.org/>

Schubert, K., & Klein, M. (2018). Das Politiklexikon: Begriffe, Fakten, Zusammenhänge (7., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Dietz.

Spier, T. (2010). Modernisierungsverlierer? Die Wählerschaft rechtspopulistischer Parteien in Westeuropa (1. Aufl). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Überlieferung. (2019, 13. September). In Wikipedia. <https://de.wikipedia.org/wiki/%C3%9Cberlieferung>

Walt, V. (2018, September 24). Why Italy's Matteo Salvini Is the Most Feared Man in Europe. <https://time.com/5394448/matteo-salvini/>

Watzlawick, P. (2019). Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen (Ungekürzte Taschenbuchausgabe, 19. Auflage). Piper.

## **Abbildungsverzeichnis**

*Abbildung 1: Hauptanliegen rechtsextremer Parteianhänger in neun Ländern, (2018) ..... 17*

*Abbildung 3: Beliebteste politische Parteien in sozialen Netzwerken in Deutschland, (2018) ..... 22*

## **Tabellenverzeichnis**

*Tabelle 1 Suchbegriffe Deutsch ..... 11*

*Tabelle 2 Suchbegriffe Englisch ..... 12*

*Tabelle 3 Begriffskombinationen ..... 12*

*Tabelle 4 Ein- und Ausschlusskriterien ..... 13*