

TEIL 1

WIR GEGEN DIE ANDEREN – DIE GEGENÖFFENTLICHKEIT IM NETZ

Umzug in die andere Echokammer. Die Recherche 13

Fake statt Fakt – das heißt was? · Mitmachen und erleben – nicht mehr nur kommunizieren · Warum das Buch zum Thema? · Radikalisierung über das Netz · Wie Sprache Wirklichkeit verändert · Der Selbstversuch

Eine Gegenöffentlichkeit schaffen – Medien der Neuen Rechten im Netz 25

Die Akteure – von der nationalkonservativen Traditionsmarke bis zum Blog · Protest aus dem Nichts – Emotionen füllen nachrichtenarme Zeiten · Tendenzmedien und Politik-PR – verbreitet wird vor allem Werbung · Die Medien der Neuen Rechten · Mitmachen und erleben – jeder kann aktiv werden · Echokammer-Live: mein Besuch auf der *Compact*-Konferenz 2016 · Vielfältiges Angebot: vom Verschwörungportal bis zum anonymen Fake-Blog · Gemeinsam sind wir stark: die rechte Filterblase · Die Strategie · Reichweite erhöhen: Social Bots in der digitalen Gegenöffentlichkeit · Inhaltliche Schlagseite – Fake als redaktionelles Mittel · Schlüsselthemen: Flüchtlinge und Terror · Emotion als Verstärker

Die Grenze des Sagbaren verschieben 62

Die rechte Brille, mit der ich die Welt betrachte · Katalysator-Themen · Die Erzählungen in der rechten Echokammer · Alles darf gesagt werden – ?

Die »Wir-gegen-die!«-Kommunikation der AfD:

Provokation und Protest statt Programm und Problemlösung 106

Der direkte Draht zum Volk – Soziale Medien als ideales Medium der Populisten · Tabubruch durch Spitzenpolitiker · Eskalation zur besten Sendezeit: die AfD und die »Systemmedien« · Deutungshoheit durch hohe Frequenz · Zielgruppengerechte Ansprache: Emotionen schaffen, um sie zu bedienen · Protest braucht Feinde · Mit wenigen Themen punkten · Provokation um jeden Preis · Die Echokammern der AfD: Einladung für rechtsextreme Positionen · Menschenrechte? Ja, aber nicht für alle! · Die Twitterstrategie der AfD · Reichweite über Contentsharing · Parolen statt Programm

Rechtsextremer Flashmob –

die Identitäre Bewegung 135

Digitaler Flashmob – Sponti-Aktionen online und offline · Netz-Avantgarde und Widerstandsgruppe · Die Kriegserklärung: die IB als europäische Marke · Der rote Faden identitärer Erzählungen · Etikettenschwindel: die »Wortschmiede« der Identitären · Genderwahn bei der IB · Wie aus abstrakten Begriffen Botschaften und Aktionen werden

Bericht aus der Echokammer –

Erfahrungen nach zwei Jahren Selbstversuch 155

Persönlichkeitsspaltung zu Recherchezwecken · Keine Ideologie ohne Erzählung · Einheitsmeinung statt Meinungsvielfalt

TEIL 2

AKTEURE VON AUSSEN

Alte Methoden, digitale Technik –

und eine Botschaft der Stärke.

Die (Des-)Informationsarbeit des Kreml 167

Russlands digitale Medienstrategie für Westeuropa · Russische Medien als Teil der Gegenöffentlichkeit in Deutschland · Die Rollenverteilung – das starke Russland, das schwache Europa · Alte Methoden, neue Technik · Digitale Verstärker: Vernetzung mit Platt-

formen der Neuen Rechten · Politische Verbindungen zu Rechtspopulisten in Deutschland · Regieanweisungen der Politik: Schlüsselbegriffe und Themen · Politische Destabilisierung – und Polarisierung der öffentlichen Meinung · Die Kampagne #unserelisa · Die Kampagne #lügenpresse · Medien im Zensurstaat Russland: Information als Herrschaftsinstrument · (Des-)Information als Waffe im hybriden Krieg · Informationen als Waffe – die Strategie des Verteidigungsministeriums · Die Ukraine als Testfall des hybriden Krieges · Agendasetting im Krieg: Anweisungen des Kreml für die Ostukraine · Die Ukraine-Erzählung in den russischen Auslandsmedien · Politisches Marketing: Trolle im Dienste der Politik · Die Wirkung: Misstrauen und Verunsicherung

**Deutschland ist der Feind der Türkei –
wie Erdoğan über seine Medien
die deutsche Öffentlichkeit polarisiert**

204

Die deutsch-türkische Beziehungskrise 2016/17 · Türkische TV-Sender als Multiplikatoren der AKP-Politik in Deutschland · Türken in Deutschland – für Erdoğan wichtige politische Zielgruppe · Das Netzwerk der AKP in Deutschland · Die Proteste im Gezipark 2013 – der Beginn einer neuen AKP-Medienstrategie · Erdoğan's Trolle · Medien stramm auf Erdoğan-Kurs · Der Stoff, aus dem die Erzählungen der AKP sind · Deutschland steht auf Seiten der Feinde der Türkei und unterstützt den Terror · Die Türken werden wegen ihres Glaubens, ihrer Werte, ihrer Identität beschimpft · Medien und Politik verbreiten Lügen über die Türkei · Deutschland ähnelt der Nazidiktatur, es herrscht Rassismus · »Nazimädchen Merkel« – das Echo der Botschaften Erdoğan's in den Sozialen Medien · Die freiwilligen Unterstützer im Netz

**Der Medien-Dschihad des IS –
Informationen als Werkzeug des Terrors**

229

Radikalisierung vor dem Computer – wie Dschihadisten in Deutschland angeworben werden · Anis Amri – Berlin, Anschlag auf den Breitscheidplatz 19. 12. 2016 · Ohne digitale Medien kein globaler Dschihad des IS · Wer radikalisiert sich? · Dschihad und Terror in Echtzeit – den Schrecken multiplizieren · Kein Weltreich ohne

internationale Propaganda – die Entwicklung seit 2014 · Die Medienstrategie des globalen Dschihad · Informationen als Waffe im Kampf gegen die »Kreuzzügler« · Flexible Wege zum Kunden · Moderne mediale Verpackung · Der Kampf findet auch auf dem Schlachtfeld der Medien statt · Die Medienunternehmen des digitalen Kalifats · Medienplattformen für unterschiedliche Zielgruppen · Der Terror-Ticker *Amaq* – die Nachrichtenagentur des IS · Die Zielgruppen des IS · Die Erzählung für die Zielgruppen in Deutschland: Komm raus aus Isolation und Ungerechtigkeit und werde ein Held! · Scharia statt Demokratie – die verfassungsfeindliche Botschaft kommt bei den Nutzern in Deutschland an

Big Data, Microtargeting, Profiling –

wie mit Donald Trump ein Populist Präsident wurde

254

Die Marke Trump: made by social media · Die Fiktionalisierung der Politik · Der Twitter-Präsident: Politik in 140 Zeichen · Mobilisierung durch Provokation: Trumps Angriff auf Staat und Medien · Alternative Medien verbreiten alternative Fakten · Medium gegen das Establishment: *Breitbart.com* · Das Internet als Schlüsseltechnologie für das Erstarken der Alt-Right-Bewegung · Die technischen Zutaten für den Erfolg von Trump · Warum ein Trump-Wahlkampf in Deutschland (noch) nicht funktioniert · Wahlkampf via Direktmarketing · Kommerzielle Trolle in Mazedonien machen Werbung für Trump

Digitales Marketing –

wie das Netz mir hilft, an den Fakten vorbeizusehen

278

Wie Facebook gläserne Nutzer serviert · News oder Marketing? – Wenn die Gesetze der Werbung den Stellenwert von Informationen bestimmen · Eine gute Platzierung bei Google schafft Reichweite · Algorithmen bestimmen, was ich sehe – bestimmen sie auch, wie ich mich verhalte? · Kinderleicht: Facebook-Werbung schalten · Werbung leicht gemacht: Erstwähler über Facebook für die AfD begeistern · Achtung ansteckend! Warum sich vor allem Gefühle so gut im Netz verbreiten lassen und warum Soziale Medien so wirkungsvolle Verstärker sind · Roboter, die sich verhalten wie Menschen: Social Bots

Kein Algorithmus der Welt wird uns das

kritische Denken abnehmen

289

Wie groß ist der politische Schaden? · Es geht um einen anderen Gesellschaftsentwurf · Weltvereinfachungsformeln für eine komplexe Welt · Desinformation als Mittel zum Zweck · Postfaktisch ist nicht neu · Digitales Agendasetting und Meinungsbildung · Und nun? Digitale Öffentlichkeit gestalten – ein paar Vorschläge · Der digitale Strukturwandel ist eine großartige Chance auf mehr Demokratie

Anhang

315

Anmerkungen · Quellen · Glossar · Dank