

Rechtsradikales eCampaigning am Beispiel der Anti-Islam-Kampagne

Christoph Busch

Universität Siegen
Fachbereich Soziologie
Adolf-Reichwein-Straße 2
57068 Siegen
buschc@gmx.de

Abstract: In dem Beitrag werden die demokratiepolitischen Gefahren des eCampaigning am Beispiel der rechtsradikalen Anti-Islam Kampagne aufgezeigt. Dazu wird die rechtsradikale bottom-up-Kampagne hinsichtlich der Kriterien Ressourcennobilisierung und Framing untersucht. Entsprechende Elemente des Blogs „Politically Incorrect“ und des sozialen Netzwerks „StudiVZ“ werden dargestellt und auf theoretische Hypothesen wie Delegitimierung und symbolische Verdichtung bezogen. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass das eCampaigning die Mobilisierungsfähigkeit der radikalen Rechten erhöht und es ihnen gelingt, unter Umgehung der Massenmedien an Anti-Islam-Diskurse der politischen Mitte anzuknüpfen.

1. Problemstellung

Auch wenn die Diskussion um Bottom-up-Kampagnen der Zivilgesellschaft im Internet sich inzwischen von allzu optimistischen Prognosen verabschiedet hat, lautet der Grundtenor weiterhin, dass eine solche zunehmende Beteiligung an der politischen Öffentlichkeit mit einer Stärkung der Demokratie gleichzusetzen sei.¹ Dass aber Teile dieser Zivilgesellschaft die Grundlage demokratischer Öffentlichkeit, die Achtung der Menschenwürde, auch im Internet unterminieren, wird bislang kaum beachtet. Dies gilt insbesondere für rechtsradikales eCampaigning, welches eine ultranationalistisch gespeiste Ungleichwertigkeitsideologie² im Internet propagiert.

Seit einigen Jahren lässt sich dies am Beispiel der Anti-Islam Kampagne beobachten, mit der die radikale Rechte Anhänger zu mobilisieren und Sympathisanten zu gewinnen versucht. Spätestens seit dem 11. September 2001 hat diese Kampagne innerhalb der Bewegung an Bedeutung gewonnen. Ideologisch fokussiert sie auf die Abwertung und Abwehr von Moslems, die stereotyp mit negativen Attributen versehen und ihnen die

¹ Vgl. beispielsweise die entsprechenden Artikel im Sammelband [SM07].

² Dies ist keineswegs ein Phänomen des rechten Randes, sondern ist ebenso in der „Mitte“ der Gesellschaft nachweisbar, weswegen der Begriff des Extremismus mit der impliziten Gegenüberstellung zur demokratischen Mitte empirisch unpassend wäre. Vgl. [DB06], S.157f.

gleichen Rechte abgesprochen werden. Im Gegensatz zu früheren Kampagnen³ nutzt die radikale Rechte inzwischen die vielfältigen Möglichkeiten des Internet aktiv. Deswegen interessiert hier, inwieweit sie durch eCampaigning ihre Handlungsfähigkeit erweitern kann.

Kampagnen lassen sich beschreiben als „die strategische Nutzung des öffentlichen Wirkungsraumes durch die systematische Mobilisierung von Ressourcen zur Durchsetzung eines vorher festgelegten Zieles.“⁴ Allerdings ist die radikale Rechte als soziale Bewegung zu verstehen, die als „Netzwerk von Netzwerken“⁵ mit vielfältigen Akteuren auf unterschiedliche Art und Weise agiert. Zwar bildet sie aufgrund ihrer kollektiven Identität einen Handlungszusammenhang, jedoch handelt sie in ihrer Gesamtheit weniger strategisch und systematisch als Organisationen. Insofern ist die Anti-Islam-Kampagne keineswegs als zentral gesteuerte und inhaltlich konzentrierte Kommunikation zu charakterisieren; vielmehr bildet sie eine Bottom-up-Kampagne. Dabei profitiert die rechtsradikale Bewegung – wie andere soziale Bewegungen auch – in zweifacher Weise von den Kommunikationsmöglichkeiten des Internet, die in der Bewegungsforschung unter den Stichworten der „Ressourcembilization“ und des „Framing“ untersucht werden. Diese beiden Zugänge sollen zunächst erläutert werden, um anschließend zwei prominente Fallbeispiele zur Anti-Islam-Kampagne im Internet unter diesen Aspekten zu untersuchen.

2. Zugänge

Bei der Ressourcenmobilisierung wird geschaut, inwiefern das Internet die Vernetzung der Akteure und Sympathisanten stärkt, was angesichts der losen Organisationsform von sozialen Bewegungen von zentraler Bedeutung ist. Denn die Vernetzung dient der Koordination von Aktionen, der symbolischen Integration als Voraussetzung von kollektiver Identität und schließlich der Mobilisierung. Dabei bilden die eigenen Medien „das informationelle Kapillarsystem der Bewegung von rechts.“⁶ Besondere Bedeutung kommt diesbezüglich dem Internet zu. Denn in den Worten einer rechtsradikalen Aktivistin ist das Internet „schnell, billig und sauber“⁷. Neuerdings gewinnt auch das Web 2.0 an Relevanz, welches die Trennung in Anbieter und Nutzer weitgehend aufhebt und in der rechtsradikalen Bewegung den „user generated hate content“⁸ fördert. Die damit verbundene Teilhabemöglichkeit verbreitert zwar die Variationsbreite der Kampagneninhalte, stärkt aber andererseits die Identifikation mit der Bewegung und die Motivation zum Engagement. Beispielsweise haben bereits 1997 Rechtsradikale in einem Strategiepapier zur koordinierten Aktionen in Foren aufgerufen: „Eines ist besonders wichtig, bestaetigen wir uns gegenseitig mit kleinen Differenzen, es genuegen fuenf Aktive pro Forum und wir beherrschen inhaltlich Themenstellung und Diskussionsverlauf. Wenn’s dann

³ Vgl. [Sr07], S.38ff.

⁴ [Bs98], S.68.

⁵ [Nf85], S.197.

⁶ [Pt00], S.402.

⁷ [Pt], S.1.

⁸ Vgl. [Bc08]. S.223ff.

soweit ist, koennen wir die Katze aus dem Sack lassen, ueber Vertreibung, alliierten Bombenterror, Ueberfremdung etc. Diskussionen einleiten.“⁹

Damit wird zugleich der Aspekt des Framings angesprochen. So bietet das Internet der rechtsradikalen Bewegung vielfältige Möglichkeiten, ihre Deutungsmuster in den öffentlichen Diskurs einzuspeisen, bzw. zunächst einmal Öffentlichkeit für ihr Deutungsmuster herzustellen und damit die „Gatekeeper“ der Massenmedien, die Fernseh- und Zeitungsredaktionen, zu umgehen. Diese Funktion betonte bereits 1996 der US-amerikanische Neonazi John Milton Kleim Jr in seinem Strategiepapier „Tactics and Strategy for USENET“. In diesem postuliert er: „USENET offers enormous opportunity for the Aryan Resistance to disseminate our message to the unaware and the ignorant. [...] We MUST [Hervorhebung im Original, d.V.] move out beyond our present domain, and take up on ‚Mainstream‘ groups“¹⁰. In seinem Papier konkretisiert Kleim eine hinsichtlich ihrer Wirkung durchdachte Handlungsanweisung für die Beteiligung an Foren und Chats. Im Sinne eines politischen Versteckspiels fordert er: „Except on ‚our‘ groups, avoid the Race Issue“ oder: „DO NOT EVER post a message that advocates or supports an illegal act or activity“. Die Deutungshoheit soll durch einfache, prägnante Aussagen, Vermeiden von Diskussionen mit politischen Gegnern und ständiges Wiederholen von entscheidenden Themen sowie koordinierte Aktionen mit anderen Aktivisten erreicht werden. Als Delegitimationsstrategie empfiehlt der Autor statt einer argumentativen Auseinandersetzung das gezielte Lächerlichmachen von anderen Meinungen. Ferner sollen andere User, die sich zustimmend äußern, unter Ausschluss der Netzöffentlichkeit per E-Mail angesprochen werden, um sie dauerhaft für die Bewegung zu gewinnen.

3. Fallbeispiel Blog: Politically Incorrect

Unter den jüngeren Entwicklungen im Internet, die unter dem Schlagwort Web 2.0 subsumiert werden, spielen insbesondere Weblogs (kurz: Blog) eine prominente Rolle. Blogs stellen eine Art Tagebuch dar, in dem der Betreiber kontinuierlich Texte, Videos, Bilder oder Audiodateien meistens zu einem Thema oder seiner Person einstellt. Bezüglich der Anti-Islam-Kampagne hat das Blog „Politically Incorrect“ in den letzten zwei Jahren an Bedeutung gewonnen. Das Blog bietet fast ausschließlich Informationen, in denen der Islam negativ dargestellt wird. Dabei wird von den Lesern die Kommentarfunktion intensiv genutzt. Durch die Gleichsetzung von Moschee mit Verletzung der Menschenwürde bekundet der Betreiber in den Leitlinien des Blogs offen seine Abwertung des Islam und seiner Gläubigen: „Mit den Moscheen und ihren Predigern sind auch massive Menschenrechtsverletzungen wie Zwangsehen und Ehrenmorde zu uns gekommen.“¹¹ So handeln zahlreiche Artikel über Straftaten, bei denen die verschiedenen Autoren stets die islamische Religionszugehörigkeit der Täter in den Vordergrund rücken. Außerdem berichten sie über verschiedene Kampagnen gegen Moscheebauten. Dies ist ohnehin ein zentrales Thema des Blogs, welches sich mit einem Logo schmückt, das eine durchgestrichene stilisierte Moschee zeigt. Ferner nahm im April 2008 die Bericht-

⁹ Mailbox „Widerstand“, 1997, zitiert nach: [Pk02] S.131.

¹⁰ Zitiert nach: <http://www.burks.de/tactic.html>, eingesehen am 19.3.2003.

¹¹ <http://www.pi-news.net/leitlinien/>, eingesehen am 10.4.2008.

erstattung über das islamfeindliche Video „Fitna“ vom niederländischen Abgeordneten Geert Wilders breiten Raum ein. Auffallend platziert waren dazu Links zu Webseiten, von denen man das Video downloaden kann.

Bezüglich der Ressourcembolisierung liegt die Bedeutung des Blogs darin, als Informationsbörse zu dienen, die Argumentationsmaterial zu den wichtigsten Themen der Kampagne liefert. Logo und Wilders-Video dienen der symbolischen Integration, weil sie für Insider komplexe ablehnende Einstellungen zum Islam derart verdichten, dass eine Erläuterung nicht mehr notwendig erscheint und Differenzen in der Art der Ablehnung überspielt. Durch die weitere Verbreitung von Logo und Video fördert dies die kollektive Identität der rechtsradikalen Bewegung. Dazu trägt ebenfalls die Kommentarfunktion zu den Artikeln bei, in denen die User sich hauptsächlich gegenseitig in ihren Ressentiments bestätigen. Ferner sieht der Betreiber eine zentrale Aufgabe seines Blogs darin, eine Art Gegenöffentlichkeit zu gestalten, um dadurch das Framing der Diskussion zum Islam in seinem abwertenden Sinn zu propagieren. So schreibt er in seinen Leitlinien: „Als Blogger sehen wir uns in der Pflicht, die schleichende Islamisierung dadurch zu verhindern, dass wir von den Mainstream-Medien unterdrückten Informationen über den realexistierenden Islam in Deutschland und auf der ganzen Welt verbreiten.“¹² Glaubt man der Anzeige der Besucherzahlen im Blog handelt es sich dabei keineswegs um einen weiteren völlig einflusslosen Versuch von Gegenöffentlichkeit. Mit seinen täglich über 20.000 Tausend Besuchern ist es eines der am meisten frequentiertesten Blogs in Deutschland.

4. Fallbeispiel soziale Netzwerke: StudiVZ-Gruppen

Neben Blogs haben ebenfalls soziale Netzwerke im Internet an Bedeutung gewonnen. Das Netzwerk mit den meisten Mitgliedern in Deutschland ist StudiVZ. Es ermöglicht jedem User kostenlos, sich ein eigenes virtuelles Profil zu schaffen, auf dem er sich mittels Bilder und Angaben zu Interessen, Hobbys, etc. präsentieren kann. Zudem sind dort die Nutzerprofile seiner Freunde bei StudiVZ verlinkt. Die soziale Verknüpfung geschieht durch die Gründung und Teilnahme an virtuellen Gruppen. Diese Gruppen können Fortsetzungen von realen sozialen Kontakten im virtuellen Raum sein, sie können sich aber ebenfalls aufgrund gemeinsamer Interessen bilden. Dies betrifft alle denkbaren Themen.

Auch hier spielt Geert Wilders eine große Rolle. Die Gruppe „Geert Wilders – Fitna“ verweist in ihrer Beschreibung zunächst auf mehrere Webseiten, von denen man den Film downloaden kann und auf die Webseite von Wilders. Die Rubrik „aktuelle Infos“ nennt zudem Politically Incorrect als Informationsdienst. Der 80 Mitglieder umfassenden Gruppe kann man jedoch nur beitreten, wenn der Moderator der Gruppe zustimmt. Ähnlich ist es bei einer anderen pro Wilders Gruppe. Wiederum findet man einen Link zu Politically Incorrect. Offener präsentiert sich die Gruppe „Fitna – Alle denken’s, Geert Wilders spricht’s aus.“ Das, was er ausspricht, wird in der Selbstbeschreibung der Gruppe so formuliert: „Die Bedrohung die vom Islam ausgehen kann, wenn man dieser Reli-

¹² Ebd.

gion aus Rücksicht und Toleranz viel zu viele Freiheiten bietet.“ Neben Wilders Video spielt ebenfalls wieder die Ablehnung von Moscheen eine Rolle bei vielen Gruppen. So verwendet die Gruppe „Wir lassen die Kirche im Dorf und die Moschee in Istanbul“ das Logo der rechtsradikalen Wählergemeinschaft „pro Köln“, das eine durchgestrichene Moschee abbildet. Im Forum der Gruppe „Nein zur Moschee in Ehrenfeld“ findet etwa folgende Äußerung teilweise Zustimmung: „Bin gegen den Bau von Moscheen. Deutschland ist und bleibt ein christliches Land... Wer einer anderen Religion angehört, kann gerne in irgendwelchen Hinterzimmern beten. Die einzigen Gotteshäuser, die gebaut werden sollten, sollten christliche Kirchen sein.“

Auch bei den StudiVZ-Gruppen ist eine Ressourcenmobilisierung zu konstatieren. In den Foren werden zahlreiche Argumente und Problemdefinitionen geliefert, die eine Ablehnung und Abwehr von Moslems vermeintlich rechtfertigen. Dabei konzentriert sich die symbolische Verdichtung ebenfalls auf das Symbol der durchgestrichenen Moschee und die Symbolfigur Geert Wilders. Des Weiteren wird bei StudiVZ die Vernetzung der Kampagnen-Aktivistinnen deutlich, die eben auf Politically Incorrect oder pro Köln verweisen. Im übrigen findet man manche aktive Forenschreiber gleich in mehreren Anti-Islam-Foren und zum Teil in deutsch-nationalen Gruppen. Freilich verbreiten nicht alle Mitglieder der genannten Gruppen Ungleichwertigkeitsvorstellungen. Allerdings kann die radikale Rechte ihre Deutungsmuster hier bei einem aufgeschlossenen Publikum verbreiten und den bewegungsinternen Diskurs verlassen.

5. Fazit

Die exemplarische Analyse von Elementen des eCampaignings der radikalen Rechten weist auf zweierlei hin: 1. Die radikale Rechte greift die Möglichkeiten des Internet zu einer besseren internen Vernetzung aktiv auf und schafft es, mit der Bottom-up-Kampagne eine Reihe von Basisaktivisten zu mobilisieren. Dies birgt freilich das Risiko, eine Vielstimmigkeit der Bewegung zu fördern, die der kollektiven Identität abträglich wäre. Deswegen nehmen Knotenpunkte der Bewegung im Internet, wie das Blog Politically Incorrect oder die StudiVZ-Gruppen, eine wichtige Rolle ein, weil sie gemeinsame Bezugspunkte herausstellen und insbesondere die symbolische Integration fördern. 2. Diese Koordination und Mobilisierung der Basisaktivisten führt auch dazu, dass die radikale Rechte ihre Deutungsmuster effektiver in den Mainstream-Diskurs einbringen kann.

Dass die politische Handlungsfähigkeit der radikalen Rechten durch eCampaigning gestärkt wird, wäre bei einem Grundkonsens der politischen Öffentlichkeit über die Achtung der Menschenwürde kein ernsthaftes Problem. Da allerdings islamophobe Einstellungen bei fast einem Drittel der deutschen Bevölkerung verbreitet sind¹³, nutzt die Islam-Kampagne im Internet unter Umgehung der traditionellen Medien geschickt die Gelegenheitsstrukturen, was aus demokratiepolitischer Sicht durchaus brisant ist.

¹³ Vgl. [LKH06].

Literaturverzeichnis

- [Bs98] Baringhorst, S.: Politik als Kampagne. Zur medialen Erzeugung von Solidarität, Leske + Budrich, Opladen, 1998.
- [Bc08] Busch, C.: Rechtsradikale im Web 2.0: „... take up positions on ‚Mainstream‘ groups“. In (Dittler, U.; Hoyer, M. Hrsg.): Chancen und Gefahren digitaler Medien aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Perspektive. kopaed Verlag München, 2008; S.223-238.
- [DB06] Decker, O.; Brähler, E.: Vom Rand zur Mitte. Rechtsextreme Einstellungen und ihre Einflussfaktoren in Deutschland. Friedrich-Ebert-Stiftung, Forum Berlin, Berlin, 2006.
- [LKH06] Leibold, J.; Kühnel, S.; Heitmeyer, W. (2006): Abschottung von Muslimen durch generalisierte Islamkritik. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, H.1-2/2006; (abrufbar unter http://www.bpb.de/publikationen/RVYQHM,0,Abschottung_von_Muslimen_durch_generalisierte_Islamkritik.html)
- [SM07] Stiftung Mitarbeit (Hrsg.): E-Partizipation. Beteiligungsprojekte im Internet. Stiftung Mitarbeit, Bonn, 2007.
- [Nf85] Neidhardt, F.: Einige Ideen zu einer allgemeinen Theorie sozialer Bewegungen. In (Hradil, S. Hrsg.): Soziale Struktur im Umbruch. Karl Martin Bolte zum 60. Geburtstag. Leske + Budrich, Opladen, 1985; S.193-204.
- [Pk02] Parker, K.: Rechtsextremismus im Internet. In (Grumke, T.; Wagner, B. Hrsg.): Handbuch Rechtsradikalismus. Personen – Organisationen – Netzwerke vom Neonazismus bis in die Mitte der Gesellschaft. Leske + Budrich, Opladen, 2002; S.129-139.
- [Pt] Pfeiffer, T.: „Das Internet ist billig, schnell und sauber. Wir lieben es“. Rechtsextremisten entdecken den Computer, o.O., o.J.; (abrufbar unter www.im.nrw.de/sch/35.htm).
- [Pt00] Pfeiffer, T.: Medien einer neuen sozialen Bewegung von rechts, Online-Dissertation, Bochum 2000.