

Verschwörungsglaube, Medienzynismus und Militanz: Einstellungen und Informationsquellen von Menschen mit AfD-Wahlpräferenz - ein Beitrag zur Radikalisierungsforschung

Schultz, Tanjev; Ziegele, Marc; Jakob, Nikolaus; Jakobs, Ilka; Quiring, Oliver; Schemer, Christian

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schultz, T., Ziegele, M., Jakob, N., Jakobs, I., Quiring, O., & Schemer, C. (2021). Verschwörungsglaube, Medienzynismus und Militanz: Einstellungen und Informationsquellen von Menschen mit AfD-Wahlpräferenz - ein Beitrag zur Radikalisierungsforschung. *ZRex - Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung*, 1(1), 60-89. <https://doi.org/10.3224/zrex.v1i1.05>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Verschörungsglaube, Medienzynismus und Militanz: Einstellungen und Informationsquellen von Menschen mit AfD-Wahlpräferenz – ein Beitrag zur Radikalisierungsforschung

Tanjev Schultz, Marc Ziegele, Nikolaus Jakob, Ilka Jakobs, Oliver Quiring & Christian Schemer

Zusammenfassung: Der Beitrag untersucht medienbezogene Einstellungen und das Ausmaß des Verschörungsglaubens von Menschen mit AfD-Wahlpräferenz. Er greift die Debatte über Kampfbegriffe wie „Lügenpresse“ und „Systemmedien“ auf und erweitert die Radikalisierungsforschung um einen kommunikationswissenschaftlichen Zugang. Dafür verwendet er das Konzept des „Medienzynismus“. Es bezeichnet ein Einstellungsmuster mit verschwörungsideologischen Zügen: Journalist*innen werden als Lügner und System-Kollaborateure betrachtet. Der Beitrag analysiert auch die Mediennutzung von Menschen mit AfD-Präferenz sowie ihre Einstellungen zu Gewalt. Die Basis bilden vier Bevölkerungsumfragen aus den Jahren 2016 bis 2019. Die Daten wurden in Regressionsanalysen und mit einem Strukturgleichungsmodell ausgewertet. Dabei zeigt sich die Radikalität der AfD-Gruppe: Bei ihr sind Medienzynismus und Verschörungsglaube stark ausgeprägt. Dies geht mit einer überdurchschnittlichen Nutzung „alternativer“ Medien und einem höheren Verständnis für die Anwendung von Gewalt einher. Die Studie findet keine eindeutigen Hinweise für eine sich verschärfende Radikalisierung im Zeitverlauf, aber auch keine Abschwächung. Die Befunde stützen Befürchtungen, dass der Verschörungsglaube mit einer Affinität zu Gewalt verbunden und die Radikalisierung durch eine spezifische Mediennutzung gefördert werden kann.

Schlüsselbegriffe: AfD, Medienzynismus, „Lügenpresse“, Radikalisierung, Mediennutzung, Verschörungsglaube

Summary: The article examines the media-related attitudes of people who are likely to vote for the AfD party. It builds on the debate on terms such as „lying press“ (fake news media) and adds a media studies approach to radicalization research. It introduces the concept of „media cynicism“, which describes a pattern of attitudes that includes features of conspiracy ideologies: journalists are viewed as liars and system collaborators. The article also examines media use, conspiracy beliefs, and attitudes towards violence. Four surveys from 2016 to 2019 form the basis of the study. The data were analyzed using regression analyses and structural equation modeling. The findings illustrate the radicalism of AfD voters: They tend to show strong media cynicism and beliefs in conspiracies. This goes hand in hand with an above-average use of „alternative“ media and an increased support for using violence. The study does not find clear indications of an enhanced radicalization of AfD voters over time, but also finds no signs of a slowdown. The findings support fears that beliefs in conspiracies are connected to an affinity for violence and that radicalization can be fueled by the use of specific news media channels.

Title: Conspiracy beliefs, media cynicism, and violence: Attitudes and media use of Germans with a voting preference for AfD – a media studies perspective on radicalization

Keywords: AfD, media cynicism, radicalization, media use, conspiracy theories

1 Einleitung

Innerhalb weniger Jahre ist die „Alternative für Deutschland“ (AfD) im Parteiensystem der Bundesrepublik zu einem wichtigen Akteur herangewachsen. Nach dem Einzug in den Bundestag 2017 gelangen ihr weitere Erfolge in den Bundesländern, sodass sie schließlich in allen 16 Landesparlamenten vertreten war. Im Zuge der Corona-Krise sowie parteiinterner Auseinandersetzungen sank ihre Popularität im Jahr 2020. In den Jahren zuvor hatte sich die Partei radikalisiert (Häusler 2016a; Isemann/Walther 2019). In Wissenschaft und Öffentlichkeit wird die AfD wahlweise als rechtspopulistisch, rechtsradikal, rechtsextrem, völkisch-autoritär oder autoritär-nationalradikal bezeichnet (Virchow 2016; Salzborn 2018: 16–21; Heitmeyer 2018: 231–270; Häusler 2018). Wichtig ist in diesem Zusammenhang ein Einstellungsmuster, das als „gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit“ bezeichnet wird (Heitmeyer 2002; Zick/Berghan/Mokros 2019). Es schließt unter anderem Rassismus, Sexismus und Islamfeindlichkeit ein. Studien zeigen, dass AfD-Sympathisant*innen Aussagen, die für gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit stehen, stärker zustimmen als andere Bürger*innen (Hövermann/Groß 2016; Zick/Berghan/Mokros 2019: 94 f.).

Der Aufsatz richtet den Blick nun auf weitere relevante Einstellungen, die als Merkmal und auch als Treiber von Radikalisierung betrachtet werden können: medienbezogene Einstellungen, die in Kampfbegriffen wie „Lügenpresse“ aufscheinen, sowie der Glaube an Verschwörungserzählungen. Die beiden Aspekte haben einen inneren Zusammenhang. Denn die radikale Medienkritik, die teilweise als „Medienfeindlichkeit“ (Schindler et al. 2018) und von uns in Fortsetzung früherer Arbeiten als „Medienzynismus“ bezeichnet wird, integriert Elemente von Verschwörungserzählungen, indem Journalist*innen beispielsweise unterstellt wird, lediglich als Marionetten der Mächtigen zu agieren. Geht die Radikalisierung so weit, dass die Menschen auch vor Militanz nicht zurückschrecken, kann sich die Befürwortung von Gewalt auch auf Angriffe gegen Journalist*innen erstrecken.

Solche Aspekte waren zuletzt häufiger Thema in den öffentlichen Debatten über Populismus und Rechtsextremismus. Der Aufsatz liefert dazu empirische Befunde im Zeitverlauf. Die Daten sind im Zusammenhang mit Studien zum Medienvertrauen entstanden, daher enthalten sie keine Variablen zu weiteren wichtigen Konstrukten, etwa zur gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit. Aufgrund dieser Einschränkung konzentriert sich der Aufsatz auf die Aspekte des Verschwörungsglaubens und der Einstellungen zu den Medien und verbindet diese mit Befunden zur Mediennutzung. Zudem können Angaben über die Befürwortung von Gewalt in öffentlichen Auseinandersetzungen gemacht werden.

Die Entwicklung und das Profil der AfD haben Fragen nach den Informationsquellen und den medienbezogenen Einstellungen der AfD-Klientel dringlich werden lassen. Zwar hat das Schüren von Ängsten vor einer „Überfremdung“ und „Islamisierung“ des Landes das radikaler werdende Profil der AfD geprägt. Die Partei macht aber auch Stimmung gegen den „Mainstream“ und meint damit unter anderem die Medien; Ressentiments gegen etablierte

Akteure gehörten in den vergangenen Jahren zu den Motiven vieler AfD-Wähler*innen (Bieber/Roßteutscher/Scherer 2018). Die Rhetorik des „Wir gegen andere (Fremde)“ wird durch ein „Wir (hier unten) gegen die da oben“ ergänzt (Zick/Krause/Küpper 2016: 114). So entstehen themenübergreifende, gegen Eliten und das System gerichtete Widerstandsnarrative, die in Kampfbegriffen wie „Systemparteien“ und „Lügenpresse“ gipfeln. Ob es um Geflüchtete geht oder um Corona, den etablierten Medien wird genauso misstraut wie der Regierung. Dabei können auch Verschwörungserzählungen eine Rolle spielen. Einige Medien – „alternative“ Medien oder Boulevardangebote – verbreiten populistische und verschwörungsideologische Inhalte, sodass die Mediennutzung zum Faktor für Radikalisierungsprozesse werden kann (Müller/Schulz 2019).

Der Beitrag analysiert vor diesem Hintergrund im Zeitverlauf von vier Jahren die Mediennutzung und die medienbezogenen Einstellungen von Bürger*innen mit AfD-Wahlpräferenz, das Ausmaß ihres Verschwörungsglaubens und die Haltung zu Gewalt in politischen Auseinandersetzungen. Als Grundlage dienen vier Datensätze aus den Jahren 2016 bis 2019, in denen in repräsentativen Stichproben die Bürger*innen in Deutschland befragt wurden. Auch wenn es sich nicht um Paneldaten handelt, können die Ergebnisse Hinweise auf Radikalisierungsprozesse geben und mögliche Veränderungen in der AfD-Klientel aufzeigen.

2 Radikalisierung durch Medien und Radikalisierung gegen Medien

Nachdem sich die Radikalisierungsforschung lange Zeit auf dschihadistische Gruppierungen konzentriert hat, wendet sie sich in jüngerer Zeit (wieder) verstärkt rechtsextremistischen Akteuren zu (Quent 2019; Daase/Deitelhoff/Junk 2019). Um dabei den Blick nicht auf Gewalttäter zu verengen, erscheint ein weites Verständnis von Radikalisierung hilfreich: „Radikalisierung als die zunehmende Infragestellung der Legitimation einer normativen Ordnung und/oder die zunehmende Bereitschaft, die institutionelle Struktur dieser Ordnung zu bekämpfen“ (Gaspar et al. 2019: 20).

Radikalisierung ist ein Prozess, „der zu einer extremen Polarisierung von Gefühlen, Überzeugungen und Verhaltensweisen führt“ (Zick/Böckler, 2015: 7). Studien zeigen, dass gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit als Einstellungsmuster mit Militanz im Sinne einer erhöhten Gewaltbereitschaft einhergeht (Zick/Berghan/Mokros 2019: 101 f.). Radikalisierte Akteure können Gewalt auch billigen oder befeuern, ohne (selbst) aktiv zu werden.

Die Rolle der Medien bleibt in Studien zur Radikalisierung oft unterbelichtet. In einem einflussreichen Beitrag von McCauley und Moskalenko (2008), in dem sie zwölf Mechanismen politischer Radikalisierung identifizieren, taucht sie nicht auf. Andere haben Internet-Communities und Propaganda-Medien thematisiert, wie die Publikationen des IS oder den Rechtsrock (Dornbusch/Raabe 2002). Will man die Analyse nicht auf die möglichen Endpunkte einer Radikalisierung und damit auf Gewalttäter und Terroristen beschränken, sondern ein „konzentrisches Eskalationskontinuum“ (Heitmeyer/Freiheit/Sitzer 2020: 58–89) betrachten, ist es notwendig, Radikalisierungsprozesse in der Breite der Bevölkerung und dabei auch die Mediennutzung und das Verhältnis zu Nachrichtenangeboten zu untersuchen (Benkler/Faris/Roberts 2018; Stier et al. 2020).

Zum einen können manche Inhalte zu einer (weiteren) Radikalisierung beitragen. Radikalisierung kann also *durch* („alternative“, radikale) Medien erfolgen oder von diesen gefördert werden. Zum anderen sind eine spezifische Mediennutzung und bestimmte, auf die Medien bezogene Einstellungen selbst Merkmal und Ausdruck einer radikalen Haltung. Im Sinne der Definition ist diese darauf ausgerichtet, eine normative Ordnung und ihre Institutionen – hier: die Medienordnung der Demokratie und die Strukturen einer liberalen Öffentlichkeit – infrage zu stellen und zu bekämpfen. Eine solche Radikalisierung *gegen* (etablierte) Medien drückt sich zum Beispiel in einer Verweigerung der Nutzung aus und gipfelt in Kampfbegriffen wie „Lügenpresse“ oder „Systemmedien“ (Lilienthal/Neverla 2017; Kleinert 2018: 103 f.). In solchen Begriffen drückt sich mehr aus als nur Kritik. Es handelt sich um eine Haltung, die als „Medienzynismus“ bezeichnet werden kann (Jackob et al. 2019; Schultz et al. 2020; Brants 2013): Den Journalist*innen werden niedere Motive unterstellt, sie werden als manipulativ und verlogen dargestellt. Diese Unterstellung geht deutlich weiter als eine aus demokratietheoretischer Sicht sogar wünschenswerte Haltung der Skepsis, die kritisch bleibt, weil Fehler und Fehlverhalten nirgends ausgeschlossen sind und weil auch grundsätzliche Fragen zur Medienordnung und zu etwaigen strukturellen Defiziten der Berichterstattung in der Öffentlichkeit reflektiert und diskutiert werden sollten. Der Medienzynismus mündet jedoch in pauschalen Vorwürfen; die Medien werden sogar zu „Feinden des Volkes“ erklärt (Acosta 2019), weshalb in der Forschung auch von „Medienfeindlichkeit“ die Rede ist (Schindler et al. 2018). Wir ziehen hier, angelehnt an frühere Arbeiten, den Begriff „Zynismus“ vor, weil er hilft, den Kontrast zu vernünftiger Skepsis zu betonen. Mit „Medienzynismus“ ist in diesem Kontext also keine Eigenschaft der Berichterstattung gemeint, sondern die Einstellung von Menschen, die den etablierten Medien in pauschaler Form niedere Motive unterstellen und von ihnen Übles erwarten (Jackob et al. 2019: 19–25).

Der Medienzynismus ist Folge und Ausdruck einer bereits erfolgten Radikalisierung, kann zugleich aber einer ihrer Treiber sein. Die durch ihn verbreiteten Vorwürfe können wie „Brückennarrative“ wirken (Meiering et al. 2019): Sie verbinden unterschiedliche Themen, (wie die Migrationspolitik und die Corona-Krise) und stellen einen Zusammenhang her, der darauf abzielt, die (mediale) normative Ordnung zu diskreditieren. Rechtspopulistische und rechtsextremistische Medienzyniker*innen stilisieren sich zu Kämpfern gegen eine vermeintliche Meinungsdictatur (Häusler 2016b: 157–159; Häusler/Küpper 2019).

Im Medienzynismus sind Verschwörungserzählungen angelegt: Journalist*innen werden als Kollaborateure oder Marionetten dunkler Mächte betrachtet und die Berichterstattung als Komplott zwischen Medien und Politik dargestellt (Rees/Lamberty 2019). Plausibel erscheint auch eine Verbindung zwischen Mediennutzung und Verschwörungsglaube. Während bestimmte „alternative“ Medien Verschwörungserzählungen verbreiten, finden diese bei etablierten Informationsmedien kaum (positive) Resonanz. Für die Verbreitung und Akzeptanz von Verschwörungserzählungen sind mediale Angebote also ein wichtiger Faktor (Schemer et al. 2020).

Sowohl bei der Mediennutzung als auch bei den medienbezogenen Einstellungen und dem Verschwörungsglauben geht es um den epistemischen Hintergrund aktueller extremistischer Entwicklungen. Neumann spricht in diesem Kontext von „kognitiven Extremisten“ (Neumann 2013). Zu befürchten ist, dass es nicht bei Ideen und Worten bleibt, sondern Taten folgen und zumindest einige dieser Extremisten Gewalt unterstützen oder selbst anwenden.

Internationale Studien haben einen Zusammenhang zwischen Verschwörungsglauben und Extremismus gefunden (van Prooijen/Krouwel/Pollet 2015; Krouwel et al. 2017). Dar-

über wird auch in Deutschland diskutiert, zumal das Thema in der Corona-Krise eine größere Rolle spielte (Nocun/Lamberty 2020: 252–273). Speziell für die AfD und ihre Anhänger*innen ist eine Neigung zum Verschwörungsglauben erkannt worden (Pfahl-Traugherber 2019: 16f.; Roose 2020). Insgesamt ist in der Bevölkerung ein Zusammenhang zwischen Verschwörungsmentalität und gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit auffällig (Rees/Lamberty 2019). Die „Verschwörungsmentalität“ ist ein generalisiertes Einstellungsmuster (Imhoff/Bruder 2014; Butter/Knight 2020), sie kann als Element eines „autoritären Syndroms“ betrachtet werden (Decker/Schuler/Brähler 2018). Eine Verbindung mit höherer Gewaltbereitschaft wird ebenfalls diskutiert (Bartlett/Miller 2010).

Medienzynismus und Verschwörungsglaube fordern die Gesellschaft heraus, weil sie die normative und epistemische Ordnung einer auf Vernunft und zivilen Diskurs angewiesenen demokratischen Öffentlichkeit untergraben. Ein ausgeprägter Verschwörungsglaube kann mit einer spezifischen Mediennutzung einhergehen (Hollander 2018). Dabei spielen „alternative“ Medien eine Rolle, die sich gegen offizielle Darstellungen und herrschende Meinungen richten. Solche Medien „position themselves as correctives of the mainstream news media, as expressed in editorial agendas or statements and/or are perceived as such by their audiences or third-parties“ (Holt/Figenschou/Frischlich 2019: 860). Unter diese Kategorie können auch linke und nicht-radikale Medien fallen, im Zusammenhang mit dem Rechtspopulismus und Rechtsextremismus stehen jedoch Angebote vor Augen, in denen entsprechende Positionen propagiert werden (Bachl 2018). Außer einschlägigen Publikationen wie der Jungen Freiheit, Compact oder RT Deutsch können digitale Plattformen wie YouTube und Facebook eine wichtige Rolle spielen, weil dort viele Quellen zu finden sind, die sich vom Selbstverständnis her gegen einen behaupteten Mainstream wenden. Studien zeigen, dass Social-Media-Plattformen und alternative Medien an der Verbreitung von falschen Informationen und Verschwörungserzählungen beteiligt sind (Benkler/Faris/Roberts 2018; Vosoughi/Roy/Aral 2018).

Menschen, die einer bestimmten Verschwörungserzählung glauben, sind oft noch für weitere solcher Erzählungen empfänglich (Wood/Douglas/Sutton 2012). Daher ist es naheliegend, dass der Medienzynismus, der ein Komplott zwischen Politik und Medien unterstellt, mit weiteren Narrativen verbunden ist. Wird den etablierten Medien die Legitimität abgesprochen, stehen Tür und Tor offen für diverse Abweichungen vom behaupteten Mainstream. So bringt die Radikalisierung „kognitive Extremisten“ hervor (Neumann 2013).

Daten und Analysen zu Ausmaß und Entwicklung dieses kognitiven Extremismus fügen der Radikalisierungsforschung eine kommunikationswissenschaftliche Komponente hinzu. Im deutschen Kontext sind dafür Analysen zur AfD besonders relevant. Deren Entwicklung lässt vermuten, dass sie ein organisatorisches Zentrum für den kognitiven (Rechts-)Extremismus bildet. Offen erscheint, ob sich die AfD-Klientel im Laufe der Jahre, in denen die Partei populärer wurde, in dieser Hinsicht weiter radikalisiert hat. Im vorliegenden Aufsatz konzentrieren wir uns auf die Rolle der Medien und medienbezogener Einstellungen: Als Anzeichen für eine Radikalisierung betrachten wir die Existenz und die Zunahme medienzynischer und verschwörungsideologischer Einstellungen, die (zunehmende) Abkehr von etablierten Medien sowie das (erhöhte) Tolerieren oder Befürworten von Gewalt.

Zwischen 2014 und 2019 fanden Zick et al. eine Stabilisierung gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit sowie rechtspopulistischer und rechtsextremistischer Einstellungen in der Gesamtbevölkerung (Küpper/Krause/Zick 2019; Zick/Berghan/Mokros 2019). Medienbezogene Einstellungen wurden dort nicht untersucht. Speziell mit Blick auf AfD-Sympa-

thisant*innen fanden Hövermann und Groß (2016) einen Anstieg gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit; starke Zuwächse habe es zwischen 2014 und 2016 bei Fremdenfeindlichkeit, Muslimfeindlichkeit und der Abwertung asylsuchender Menschen gegeben.

Die Parlamentarisierung der AfD und das Erschließen weiterer Wählerschichten könnten in den folgenden Jahren zu einer Mäßigung in der Breite geführt haben. Gegen diese Annahme sprechen allerdings eine seit 2016 zunächst fortschreitende parteiinterne Radikalisierung sowie die vielfach diskutierte Normalisierung rechtspopulistischer und -extremistischer Positionen (Heitmeyer/Freiheit/Sitzer 2020).

Daten der vergangenen Jahre zeigen, dass rechtsextreme Einstellungen bei AfD-Sympathisant*innen stärker verbreitet sind als bei anderen (Küpper/Krause/Zick 2019: 137–139; Vehrkamp/Merkel 2020: 18 f.). Zwar wurden im Jahr 2020 Anzeichen für eine Trendwende im Meinungsklima und für einen Rückgang populistischer Einstellungen in der Bevölkerung vermeldet, zugleich aber betont, dass die Gefahr durch die verbleibenden Populisten steige, weil sich diese weiter radikalisierten (Vehrkamp/Merkel 2020).

3 Hypothesen und Forschungsfragen

Ausgehend von der skizzierten Literatur und den Befunden zur Radikalisierung ergeben sich die folgenden Hypothesen und Forschungsfragen.

3.1 Abwendung von etablierten Medien

In der Mediennutzung dürfte sich die AfD-Klientel vom Rest der Bevölkerung unterscheiden. Es liegt insbesondere nahe, dass sie sich vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk und den großen Zeitungen abwendet und auf alternative, ideologisch für sie passende Angebote ausweicht, vor allem im Internet. Fraglich erscheint, ob dies auch für Boulevardzeitungen und den privaten Rundfunk gilt, denen manche einen „Medienpopulismus“ attestieren (Krämer 2014), der für AfD-Anhänger*innen attraktiv sein könnte. Offen ist zudem, ob sich die Unterschiede, wenn es sie gibt, im Laufe der Zeit verstärkt oder abgeschwächt haben. Entfernt sich das Profil der Mediennutzung immer weiter von der übrigen Bevölkerung, könnte dies als Hinweis auf eine fortschreitende Radikalisierung gewertet werden. Die Hypothesen und Forschungsfragen lauten entsprechend:

H1a: Menschen mit AfD-Wahlpräferenz informieren sich überdurchschnittlich stark durch alternative Medien.

H1b: Menschen mit AfD-Wahlpräferenz informieren sich weniger als andere durch die etablierten Angebote der Zeitungen und öffentlich-rechtlichen Rundfunksender.

F1a: Informieren sich Menschen mit AfD-Wahlpräferenz stärker oder schwächer als andere Menschen durch die Boulevardpresse und den privaten Rundfunk?

F1b: Hat sich die Mediennutzung in der Gruppe mutmaßlicher AfD-Wähler*innen in den vergangenen Jahren verändert?

3.2 Medienezynismus

Die Entwicklung der AfD lässt erwarten, dass bei ihren Wähler*innen nicht nur gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit verbreitet ist, sondern auch ein Medienezynismus, der sich gegen etablierte Nachrichtenangebote richtet. Offen erscheint auch hier, ob sich diese Tendenz über die Jahre verstärkt.

H2: Bei Menschen mit AfD-Wahlpräferenz ist der Medienezynismus stärker verbreitet als im Rest der Bevölkerung.

F2: Hat sich das Ausmaß des Medienezynismus in der Gruppe mutmaßlicher AfD-Wähler*innen in den vergangenen Jahren verändert?

3.3 Verschwörungsglaube

Wie erläutert, hat der Medienezynismus verschwörungsideologische Züge. Zu erwarten ist daher, dass hohe Ausprägungen beim Medienezynismus mit einer Empfänglichkeit für weitere Verschwörungserzählungen einhergehen. Auch hier stellt sich die Frage, wie sich die Einstellungen im Zeitverlauf entwickeln:

H3: Menschen mit AfD-Wahlpräferenz halten überdurchschnittlich oft Verschwörungserzählungen für glaubwürdig.

F3: Hat sich das Ausmaß des Verschwörungsglaubens in der Gruppe mutmaßlicher AfD-Wähler*innen in den vergangenen Jahren verändert?

3.4 Haltung zur Gewalt

Mit Blick auf die Entwicklung der AfD erscheint es plausibel anzunehmen, dass sich unter ihren Wähler*innen eine größere Akzeptanz von Gewalt finden lässt:

H4: Menschen mit AfD-Wahlpräferenz tolerieren oder befürworten überdurchschnittlich oft den Einsatz von Gewalt in politischen Auseinandersetzungen.

Auch zu dieser Hypothese ließe sich die Frage ergänzen, ob sich im Laufe der Zeit etwas verändert hat. Wir verzichten hier darauf, weil wir dies mit unseren Daten nicht untersuchen können (Fragen zu Gewalt wurden nur in der jüngsten Umfrage gestellt).

3.5 Zusammenhänge

Angesichts des prozesshaften Charakters von Radikalisierung ist anzunehmen, dass die beschriebenen Merkmale in einem Zusammenhang stehen. So kann eine spezifische Mediennutzung mit Effekten einhergehen, die eine Radikalisierung über mehrere Stufen fördern: Studien haben gezeigt, dass in alternativen Internetkanälen häufig populistische Inhalte und Verschwörungserzählungen kursieren sowie Gegenöffentlichkeiten konstruiert werden (z. B. Boberg et al. 2020). Wenn Menschen mit AfD-Präferenz diese Kanäle stärker nutzen, während sie sich von etablierten Medien abwenden, könnten sich ihr Medienezynismus und Verschwörungsglauben verstärken. Dies wäre vermutlich nicht folgenlos für die Haltung zur Gewalt (Jolley/Paterson 2020). Natürlich sind diese Zusammenhänge wahrscheinlich reziprok, d. h. eine spezifische Mediennutzung kann beispielsweise bestimmte Parteienpräfe-

renzen verstärken. Für eine erste Exploration bauen wir jedoch auf den Annahmen der selektiven Wahrnehmung auf, dass eine Präferenz für die AfD mit einer spezifischen, weitgehend einstellungskonsonanten Mediennutzung einhergeht – d. h. weniger etablierte und mehr alternative Medien (Müller/Schulz 2019) – und dass diese Mediennutzung wiederum den Medienzynismus, den Glauben an Verschwörungserzählungen und letztlich auch die Gewaltbereitschaft fördern kann. Da diese mögliche Wirkungskette bislang jedoch nicht vollständig geprüft wurde, formulieren wir eine Forschungsfrage:

F4: Wie hängen bei Menschen mit AfD-Wahlpräferenz die Mediennutzung, Medienzynismus, Verschwörungsglaube und die Zustimmung zu Gewalt zusammen?

4 Methode

Vier Datensätze aus den Jahren 2016 bis 2019 bilden die Basis der Untersuchung. Im Auftrag der Autor*innen führte das Institut Ifak jedes Jahr zwischen Oktober und Dezember Telefonbefragungen (CATI) mit 1 200 Personen durch (insgesamt 4 800 Befragte), die für die Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht, formale Bildung und Region repräsentativ waren. Die Stichprobe wurde zufällig nach dem ADM-Telefonstichprobensystem gezogen, die Auswahl der Befragten erfolgte auf Haushaltsebene durch die Last-Birthday-Methode. Die Daten stammen aus Querschnittsbefragungen. Um dennoch Hinweise für Veränderungen im Zeitverlauf zu erhalten, wurden viele Fragen und Items gleichlautend in allen Umfragewellen verwendet.

Parteipräferenz: In jedem Jahr wurde die Parteipräferenz erhoben: „Ich lese Ihnen jetzt ein paar Parteien vor, bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie diese Partei ‚sehr unwahrscheinlich‘, ‚unwahrscheinlich‘, ‚wahrscheinlich‘ oder ‚sehr wahrscheinlich‘ wählen würden. Falls Sie sich nicht sicher sind, können Sie auch ‚unentschieden‘ wählen.“ Aus den Antworten wurden in der Auswertung drei Gruppen gebildet: Befragte, die sagten, dass es ‚sehr unwahrscheinlich‘ oder ‚unwahrscheinlich‘ sei, dass sie die AfD wählen, wurden der Gruppe „keine AfD-Präferenz“ zugeteilt. Wer ‚unentschieden‘ angab, kam zur Gruppe „unentschieden“. Befragte, die sagten, sie würden die AfD ‚wahrscheinlich‘ oder ‚sehr wahrscheinlich‘ wählen, bildeten die Gruppe „AfD-Präferenz“. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Größen der Gruppen.

Tabelle 1: AfD-Präferenz der Befragten in den vier Jahren der Umfrage

	2016		2017		2018		2019	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Keine AfD-Präferenz	954	80	985	82	961	80	931	78
Unentschieden	78	7	59	5	69	6	74	6
AfD-Präferenz	97	8	96	8	93	8	95	8
Keine Angabe	71	6	60	5	77	6	100	8
Gesamt	1.200	100	1.200	100	1.200	100	1.200	100

Mediennutzung: Die Befragten wurden gebeten, auf einer fünfstufigen Skala (1 = „nie“ bis 5 = „täglich oder fast täglich“) anzugeben, wie häufig sie Nachrichten aus verschiedenen Quellen

rezipierten: 1) Öffentlich-rechtliches Fernsehen, z. B. ARD oder ZDF; 2) privates Fernsehen, z. B. RTL oder Pro7; 3) Überregionale bzw. regionale Abonnementzeitungen; 4) Boulevardzeitungen, z. B. Bild; 5) Soziale Netzwerke, z. B. Facebook oder Twitter; 6) Videoplattformen, z. B. YouTube; 7) Alternative Nachrichtenseiten im Internet (die Befragten wurden gebeten, die Häufigkeit der Nutzung anzugeben für „alternative Nachrichtenseiten wie Politically Incorrect, Compact, Deutsche Wirtschaftsnachrichten oder Russia Today“). Um einen Indikator für die (inter-)aktive Nutzung zu erhalten, sollten die Befragten angeben, wie häufig sie Nutzerkommentare auf den Websites oder Social-Media-Angeboten von etablierten Nachrichtenmedien schreiben.

Medienzynismus: Medienzynismus äußert sich in einer feindseligen Haltung gegenüber den etablierten Nachrichtenmedien, mit verschwörungstheoretischen Zügen. Das Konstrukt wurde über vier Aussagen abgebildet: 1) „Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Bevölkerungsmeinung zu manipulieren“; 2) „Die Bevölkerung in Deutschland wird von den Medien systematisch belogen“; 3) „Die Medien sind in der Bundesrepublik lediglich ein Sprachrohr der Mächtigen.“; 4) „Die Medien untergraben die Meinungsfreiheit in Deutschland.“ Die Befragten konnten auf fünfstufigen Skalen angeben, wie sehr sie den Aussagen zustimmen. Die Aussagen wurden zu einem Mittelwertindex verdichtet, dessen Reliabilität akzeptabel war (2016: $\alpha = .82$, 2017: $\alpha = .80$, 2018: $\alpha = .84$, 2019: $\alpha = .87$).

Verschwörungsglaube: Um den Verschwörungsglauben zu erheben, wurden konkrete Verschwörungserzählungen in Kurzform präsentiert. Anderen Studien folgend (z. B. Hollander 2018; Oliver/Wood 2014), sollten die Befragten auf einer fünfstufigen Skala angeben, ob sie die jeweiligen Behauptungen für wahr hielten (1 ‘ganz sicher nicht wahr’ bis 5 ‘ganz sicher wahr’). Die Auswahl der Items variierte, einige wurden aber in jedem Jahr gleichlautend abgefragt. Dazu zählten 1) die 9/11-Verschwörung: „Die Anschläge auf das World Trade Center am 11. September 2001 wurden von den USA selbst inszeniert.“; 2) die Chemtrail-Verschwörung: „Flugzeuge versprühen im Auftrag der Regierung Chemikalien, um unsere Gedanken zu manipulieren / um Wetter und Klima zu verändern.“; 3) die Big Pharma-Verschwörung: „Die Pharmaindustrie verbreitet gezielt Krankheitserreger, um danach mehr Medikamente zu verkaufen.“; 4) die Umvolkungsverschwörung: „Die unkontrollierte Flüchtlingszuwanderung ist eine neue Strategie zur Abschaffung des deutschen Volkes.“ Die Aussagen wurden zu einem Mittelwertindex verdichtet, dessen Reliabilität in drei von vier Erhebungsjahren akzeptabel war (2016: $\alpha = .71$, 2017: $\alpha = .65$, 2018: $\alpha = .74$, 2019: $\alpha = .76$).

Haltung zu Gewalt: Im Jahr 2019 wurden erstmals Fragen zur Akzeptanz von Gewalt in politischen Auseinandersetzungen gestellt. In Anlehnung und Variation früherer Studien (Ulbrich-Herrmann 2014; Kalmoe 2014) sollten die Befragten zu vier Aussagen auf einer fünfstufigen Skala Stellung nehmen (1 ‚stimme überhaupt nicht zu‘ bis 5 ‚stimme voll und ganz zu‘): 1) „Manchmal muss man politische Ideen auch ohne Rücksicht auf Verluste durchsetzen“; 2) „Gewalt gegen Politiker oder Journalisten kann man heutzutage gut verstehen“; 3) „Manche Menschen verdienen es, beschimpft und bedroht zu werden“; 4) „Wenn Diskussionen nichts mehr bringen, muss man auch einfach mal zuschlagen.“ Die Aussagen wurden zu einem Mittelwertindex mit moderater Reliabilität zusammengeführt ($\alpha = .71$).

Kontrollvariablen: Es wurden Kontrollvariablen erhoben, die in die Regressionsanalysen eingehen: Alter, Geschlecht, formale Bildung und Region (Ost/West).

5 Datenanalyse und -präsentation

Die einzelnen Datensätze wurden zunächst in einem Gesamtdatensatz ($N = 4\,800$) zusammengeführt. Dieser enthält die Information, aus welcher Befragungswelle ein Fall stammt. Die folgende Ergebnisdarstellung basiert auf einer zweistufigen Datenanalyse: Im ersten Schritt wurden die Nutzung etablierter Medien, die Nutzung von Online-Informationsangeboten, der Medienzynismus und der Verschwörungsglaube der Befragten sowie ihre Befürwortung von Gewalt (nur im Jahr 2019) als abhängige Variablen in multivariate lineare Regressionen eingegeben. Als Prädiktoren dienten die AfD-Präferenz der Befragten, das Jahr der Datenerhebung sowie die Interaktionen zwischen beiden Variablen. Zudem wurden die Kontrollvariablen Alter, Geschlecht, formale Bildung und Region berücksichtigt. Die vollständigen Ergebnisse dieser Regressionsanalysen sind im Anhang (Tabellen A1 bis A3) dokumentiert.

Basierend auf den Ergebnissen der Regressionsanalysen wurden im zweiten Schritt Zusammenhänge zwischen AfD-Präferenz und den interessierenden Variablen im Zeitverlauf vertiefend dargestellt – aus Gründen der Anschaulichkeit in Form von Kreuztabellen und Grafiken. Hierfür wurden die Befragten basierend auf ihrer AfD-Präferenz in die im Methodenteil beschriebenen drei Gruppen aufgeteilt (keine AfD-Präferenz, Unentschieden, AfD-Präferenz). Die drei Gruppen wurden hinsichtlich dichotom recodierter Mediennutzungs- und Medieneinstellungsvariablen miteinander verglichen (s. Erläuterung in der jeweiligen Tabelle). Die hier sichtbaren Zusammenhänge und Gruppenunterschiede wurden vor dem Hintergrund der umfassenderen Regressionsanalysen interpretiert.

6 Ergebnisse

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Gruppe der Menschen mit AfD-Wahlpräferenz in den untersuchten Variablen Besonderheiten aufweist, die sich als Ausdruck einer bereits erfolgten Radikalisierung interpretieren lassen. Weniger eindeutig sind die Befunde zur Frage, ob sich diese Entwicklung im Laufe der untersuchten Jahre fortgesetzt und verschärft hat.

6.1 Abwendung von etablierten Medien

Die Ergebnisse zur Mediennutzung bestätigen die Hypothese H1a, wonach eine AfD-Wahlpräferenz mit einem besonderen Muster der Nutzung von alternativen Medien einhergeht. Die Stärke der AfD-Präferenz korreliert in der Regression (Tabelle A1) signifikant positiv mit der Nutzungshäufigkeit „alternativer“ Medien wie Politically Incorrect, Compact, Deutsche Wirtschaftsnachrichten oder Russia Today ($\beta = .10, p < .001$). Veranschaulichend zeigt Tabelle 2, dass im Jahr 2019 22 Prozent in der Gruppe mit AfD-Präferenz solche Medien mindestens einmal pro Woche nutzten. In der Gruppe ohne AfD-Präferenz waren es nur neun Prozent. Ähnlich verhält es sich mit der Nutzung von YouTube: Regressionsanalytisch korreliert diese positiv mit der AfD-Präferenz ($\beta = .07, p < .001$). Tabelle 2 illustriert, dass im Jahr 2019 36 Prozent in der Gruppe mit AfD-Präferenz sagten, sie würden die Videoplattform mindestens einmal pro Woche für Informationen über das aktuelle Geschehen nutzen. In der

Gruppe ohne AfD-Präferenz sagten dies nur 18 Prozent. Eine stärkere AfD-Präferenz geht schließlich auch mit einer häufigeren Nutzung von sozialen Netzwerken als Informationsquelle einher (siehe Tabelle A1, $\beta = .10$, $p < .01$). Tabelle 2 zeigt, dass zum Beispiel im Jahr 2018 38 Prozent der Befragten mit AfD-Präferenz soziale Netzwerke mindestens einmal wöchentlich aufsuchten, während dieser Anteil in der Gruppe ohne AfD-Präferenz bei 20 Prozent lag.

Nur teilweise zeigen die Daten, dass sich die Nutzung alternativer Informationsangebote bei Menschen mit AfD-Präferenz im Zeitverlauf anders entwickelt als bei Menschen ohne diese Präferenz (F1b). Verglichen mit dem Erhebungsjahr 2016 ist die Nutzung von alternativen Nachrichtenseiten, YouTube und sozialen Netzwerken für tagesaktuelle Informationen über alle Befragten hinweg im Zeitverlauf signifikant rückläufig (siehe Tabelle A1). Die Ergebnisse der Interaktionsanalysen in Tabelle A1 („Modell 2-Spalten“) sind für alternative Nachrichtenseiten und soziale Netzwerke allerdings nicht signifikant. In anderen Worten: Die Entwicklung der Nutzung dieser Angebote weicht innerhalb der Gruppe von Menschen mit AfD-Präferenz nicht signifikant von der Entwicklung innerhalb der Gruppe von Menschen ohne diese Präferenz ab. Eine Ausnahme stellt die Nutzung von YouTube dar; hier wird der Interaktionseffekt für das Jahr 2018 signifikant. Das Interaktionsdiagramm (Abbildung A1) verbildlicht für 2018 einen überproportional starken Anstieg der YouTube-Nutzung innerhalb der Gruppe mit AfD-Präferenz – bei weitgehend konstanter Nutzung innerhalb der Gruppe ohne diese Präferenz und innerhalb der Gruppe der Unentschiedenen.

Für die Online-Nutzung ist auch relevant, wie häufig sich Personen an politischen Diskussionen beteiligen, indem sie Kommentare zu Medienberichten schreiben. Tatsächlich zeigt die Regression (Tabelle A2), dass eine AfD-Präferenz mit dem häufigen Schreiben von Kommentaren einhergeht ($\beta = .05$, $p < .001$). Tabelle 3 illustriert, dass zuletzt 18 Prozent der Befragten mit AfD-Präferenz sagten, dass sie mindestens mehrmals im Monat solche Kommentare posten. Bei den Menschen ohne AfD-Präferenz sind es nur fünf Prozent. Letzterer Wert bleibt darüber hinaus über die Jahre relativ stabil. In der Gruppe mit AfD-Präferenz nimmt das regelmäßige Schreiben von Kommentaren dagegen im Laufe der Zeit deutlich zu (von 7 auf 18 Prozent). Ein ähnliches Phänomen lässt sich in der Gruppe der Unentschiedenen beobachten – hier steigt der Anteil der regelmäßigen Kommentierer*innen von 9 auf 16 Prozent. Regressionsanalytisch ist der Interaktionseffekt im Jahr 2019 signifikant (Tabelle A2, $\beta = .14$, $p < .001$). Hier finden sich also im Zeitverlauf durchaus Hinweise einer steigenden Präsenz von Menschen mit starker AfD-Präferenz in politischen Online-Diskussionen (siehe auch Abbildung A2).

Hypothese 1b nimmt darüber hinaus an, dass eine ausgeprägte AfD-Präferenz mit einer geringen Nutzungsfrequenz etablierter Medien einhergeht. Die Regressionen in Tabelle A2 bestätigen diese Hypothese für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ($\beta = -.11$, $p < .001$) und für Tageszeitungen ($\beta = -.09$, $p < .001$). In beiden Fällen sinkt die Nutzungsfrequenz dieser Angebote mit steigender AfD-Präferenz. Tabelle 4 illustriert für das Jahr 2016, dass 85 Prozent der Menschen ohne AfD-Präferenz die Informationsangebote der Öffentlich-Rechtlichen mindestens einmal pro Woche nutzten. Bei Personen mit AfD-Präferenz waren es nur 58 Prozent.

Tabelle 2: Nutzung von alternativen Nachrichtenseiten, YouTube und sozialen Netzwerken nach AfD-Präferenz

AFD-Präferenz	Nutzung von alternativen Informationsangeboten ^{a)}					Soziale Netzwerke						
	Alt. Nachrichtenseiten		YouTube			2016		2017		2018		2019
Keine AfD-Präferenz	12% (110)	10% (94)	7% (70)	9% (85)	24% (233)	14% (142)	15% (141)	18% (171)	28% (268)	25% (244)	20% (187)	27% (246)
Unentschieden	15% (12)	9% (5)	7% (5)	7% (5)	34% (26)	25% (15)	29% (20)	30% (22)	26% (20)	16% (9)	44% (35)	31% (22)
AFD-Präferenz	17% (16)	15% (14)	15% (14)	22% (21)	41% (40)	23% (22)	39% (36)	36% (34)	33% (32)	28% (27)	38% (35)	32% (30)
% gesamt	12% (138)	10% (113)	8% (89)	10% (111)	27% (299)	16% (179)	18% (197)	10% (227)	28% (320)	24% (280)	23% (257)	27% (298)
n	1.129	1.129	1.118	1.092	1.128	1.138	1.122	1.098	1.129	1.136	1.121	1.097

Anmerkung: ^{a)}Ausgewiesen sind die Werte für die mindestens wöchentliche Nutzung des jeweiligen Angebots.

Tabelle 3: Häufigkeit des Online-Komentierens nach AfD-Präferenz

AfD-Präferenz	Schreiben von öffentlichen Kommentaren zu Medienberichten ^{a)}			
	2016	2017	2018	2019
Keine AfD-Präferenz	7 % (65)	5 % (45)	5 % (49)	5 % (48)
Unentschieden	6 % (5)	9 % (5)	16 % (11)	16 % (12)
AfD-Präferenz	7 % (7)	7 % (7)	11 % (10)	18 % (17)
% gesamt	7 % (77)	5 % (57)	6 % (70)	7 % (77)
n	1.130	1.132	1.121	1.098

Anmerkung: ^{a)} Ausgewiesen sind die Werte für das mindestens mehrmals monatliche Schreiben von Kommentaren.

Tabelle 4: Nutzung öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Tageszeitungen nach AfD-Präferenz

AfD-Präferenz	Nutzung von Informationsangeboten ^{a)}							
	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk				Tageszeitungen			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018 ^{b)}	2019 ^{b)}
Keine AfD-Präferenz	85 % (806)	79 % (774)	83 % (796)	76 % (709)	65 % (617)	60 % (587)	72 % (690)	69 % (641)
Unentschieden	80 % (62)	86 % (50)	77 % (53)	71 % (53)	62 % (48)	39 % (23)	68 % (47)	67 % (49)
AfD-Präferenz	58 % (56)	72 % (70)	79 % (73)	54 % (51)	48 % (46)	44 % (42)	58 % (54)	62 % (59)
% gesamt	82 % (924)	79 % (894)	82 % (922)	74 % (813)	63 % (711)	57 % (652)	70 % (791)	68 % (749)
N	1.129	1.136	1.122	1.098	1.129	1.138	1.122	1.099

Anmerkungen: ^{a)} Ausgewiesen sind die Werte für die mindestens wöchentliche Nutzung des jeweiligen Angebots. ^{b)} 2018 und 2019 wurde die Nutzung überregionaler und regionaler Tageszeitungen in getrennten Fragen erhoben, zuvor war es eine gemeinsame Frage. Für die Darstellung 2018 und 2019 wird für jeden Befragten die jeweils höhere Nutzungsfrequenz ausgewiesen, dieses Verfahren kann für den „Sprung“ in den absoluten Nutzungszahlen verantwortlich sein.

Forschungsfrage F1a untersucht Zusammenhänge zwischen der AfD-Neigung der Befragten und der Nutzung weiterer etablierter Medienangebote. Die Regressionen (Tabelle A3) zeigen, dass eine starke AfD-Präferenz mit einer überdurchschnittlichen Nutzung des privaten Rundfunks ($\beta = .09$, $p < .001$) und von Boulevardzeitungen einhergeht ($\beta = .07$, $p < .001$). Tabelle 5 verdeutlicht, dass im Jahr 2019 in der Gruppe ohne AfD-Präferenz 47 Prozent Angebote des privaten Rundfunks mindestens wöchentlich nutzten, während es in der Gruppe mit AfD-Präferenz 63 Prozent waren. Bei den Boulevardzeitungen fallen die deskriptiven

Unterschiede etwas geringer aus – hier nutzten im Jahr 2019 zehn Prozent in der Gruppe ohne und 16 Prozent in der Gruppe mit AfD-Präferenz diese Medien regelmäßig.

Tabelle 5: Nutzung privater Rundfunk und Boulevardpresse nach AfD-Präferenz

AfD-Präferenz	Nutzung von Informationsmedien ^{a)}							
	Privater Rundfunk				Boulevardzeitungen			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Keine AfD-Präferenz	60 % (572)	51 % (502)	51 % (492)	47 % (438)	16 % (148)	11 % (107)	9 % (90)	10 % (94)
Unentschieden	65 % (51)	54 % (32)	62 % (43)	61 % (45)	24 % (18)	12 % (7)	19 % (13)	19 % (14)
AfD-Präferenz	72 % (70)	49 % (47)	63 % (57)	63 % (60)	14 % (14)	12 % (11)	13 % (12)	16 % (15)
% gesamt	61 % (693)	51 % (581)	52 % (592)	49 % (543)	16 % (180)	11 % (125)	10 % (115)	11 % (123)
N	1.129	1.139	1.120	1.099	1.127	1.135	1.121	1.097

Anmerkung: ^{a)} Ausgewiesen sind die Werte für die mindestens wöchentliche Nutzung des jeweiligen Angebots.

Hinsichtlich der Entwicklung der Mediennutzung im Zeitverlauf (F1b) finden sich in den Daten keine auffälligen Unterschiede zwischen Menschen mit und ohne AfD-Präferenz – die jeweiligen Interaktionseffekte sind für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Tageszeitungen, den privaten Rundfunk und für Boulevardzeitungen nicht signifikant (Tabelle A2). Zwar nimmt z. B. die Häufigkeit der regelmäßigen Nutzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Jahr 2019 gegenüber dem Jahr 2016 geringfügig ab ($\beta = -.07, p < .001$), diese Abnahme ist jedoch unabhängig von der Stärke der AfD-Präferenz. Eine Radikalisierung von Menschen mit AfD-Präferenz im Sinne einer im Vergleich zur Gesamtbevölkerung überproportional starken Abkehr von etablierten Medien im Zeitverlauf ist also im Untersuchungszeitraum nicht festzustellen.

Insgesamt geht eine starke AfD-Präferenz aber mit einem spezifischen Mediennutzungsmuster einher: In der Gruppe mit Präferenz für die AfD werden in höherem Maße YouTube, alternative Nachrichtenseiten und soziale Netzwerke als Quellen ausgeschöpft, die Nutzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und von Tageszeitungen ist dagegen geringer. In den Kommentarspalten von Medien, die von der Wissenschaft oftmals als „Gegenöffentlichkeiten“ konzipiert werden (z. B. Toepfl/Piwoni 2018), finden sich Menschen mit AfD-Präferenz allerdings vermehrt. H1a und H1b haben sich damit bestätigt. Zu F1a zeigen die Daten, dass die Häufigkeit der Nutzung von privatem Rundfunk und Boulevardpresse mit steigender AfD-Präferenz zunimmt. Auf F1b kann nur differenziert geantwortet werden, eine klare Tendenz lässt sich hier (noch) nicht erkennen. Zuletzt sah es allerdings so aus, als würden sich Menschen mit und ohne AfD-Präferenz im Hinblick auf ihre Nutzung von YouTube und Kommentarspalten zunehmend voneinander entfernen.

6.2 Medienezynismus

Noch deutlicher als für die Mediennutzung sind die Zusammenhänge zwischen AfD-Präferenz und medienbezogenen Einstellungen (H2): Die Regression in Tabelle A3 (Anhang) zeigt, dass eine starke AfD-Neigung und ein ausgeprägter Medienezynismus Hand in Hand gehen ($\beta = .34, p < .001$). Tabelle 6 illustriert, dass zuletzt – im Erhebungsjahr 2019 – mehr als zwei Drittel der Menschen, die der AfD zugeneigt sind, den vier medienezynischen Aussagen im Durchschnitt eher zustimmten. In der Gruppe ohne AfD-Präferenz hatte nur jede*r Fünfte diese Zustimmungswerte.

Tabelle 6: Medienezynismus nach AfD-Präferenz

AfD-Präferenz	Hoher Medienezynismus ^{a)}			
	2016	2017	2018	2019
Keine AfD-Präferenz	26% (246)	19% (189)	22% (209)	20% (188)
Unentschieden	54% (42)	37% (22)	38% (26)	44% (32)
AfD-Präferenz	69% (67)	51% (49)	63% (58)	68% (65)
% gesamt	31% (355)	23% (260)	26% (293)	26% (285)
n	1.129	1.133	1.121	1.091

Anmerkung: Ausgewiesen sind die Werte für eine mindestens mittlere durchschnittliche Zustimmung zu den vier Zynismus-Items (≥ 3).

Hinsichtlich der Entwicklung des Medienezynismus (F2) wird in der Regression der Interaktionseffekt zwischen dem Jahr der Datenerhebung und der AfD-Präferenz für das Jahr 2019 signifikant. Das bedeutet: Die Zustimmung zu medienezynischen Aussagen nahm in der Gruppe der Menschen ohne AfD-Präferenz im Jahr 2019 weiter ab bzw. blieb in der Gruppe der Unentschiedenen konstant. Dagegen stieg die Zustimmung in der Gruppe mit AfD-Präferenz weiter an (siehe auch Abbildung A3). Hier zeichnen sich also im Zeitverlauf Tendenzen der Einstellungspolarisierung ab.

Zwei der vier Aussagen, die in das Konstrukt „Medienezynismus“ eingeflossen sind, sollen einzeln betrachtet werden, weil sie in Auseinandersetzungen über die Rolle der Medien besonders prominent sind und zum Verschwörungsglauben überleiten: der Lügenvorwurf und der Verschwörungsvorwurf. Ein hoher Anteil der Menschen, die der AfD zuneigen, stimmt der Behauptung zu, die etablierten Medien in Deutschland würden die Bevölkerung „systematisch belügen“. Im Jahr 2019 stimmte jede*r zweite Befragte mit AfD-Präferenz dieser Aussage eher oder voll und ganz zu (siehe Abbildung 1), während dies nur bei 15 Prozent der Befragten ohne AfD-Präferenz der Fall ist.

Noch stärkere Befürwortung findet in der Gruppe mit AfD-Präferenz die Unterstellung, die Medien würden mit der Politik „Hand in Hand“ arbeiten, um die Bevölkerung zu manipulieren: Dieser Aussage stimmten in den Erhebungsjahren zwischen 49 und 63 Prozent zu

(Abbildung 2). In der Gruppe ohne AfD-Präferenz stimmen deutlich weniger Menschen zu: zwischen 17 und 23 Prozent.

Abbildung 1: Anteil der Befragten, die der Aussage „Die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen“ eher oder voll und ganz zustimmen, nach AfD-Präferenz.

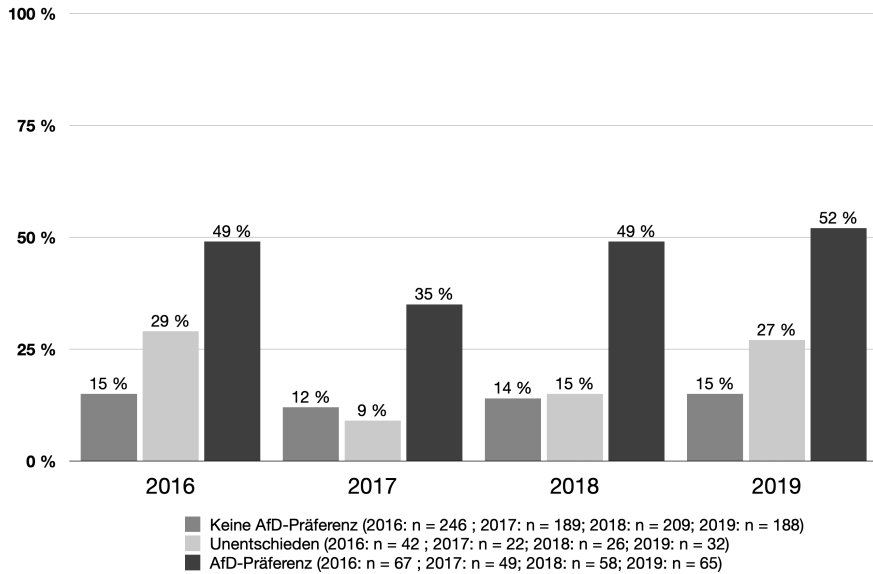
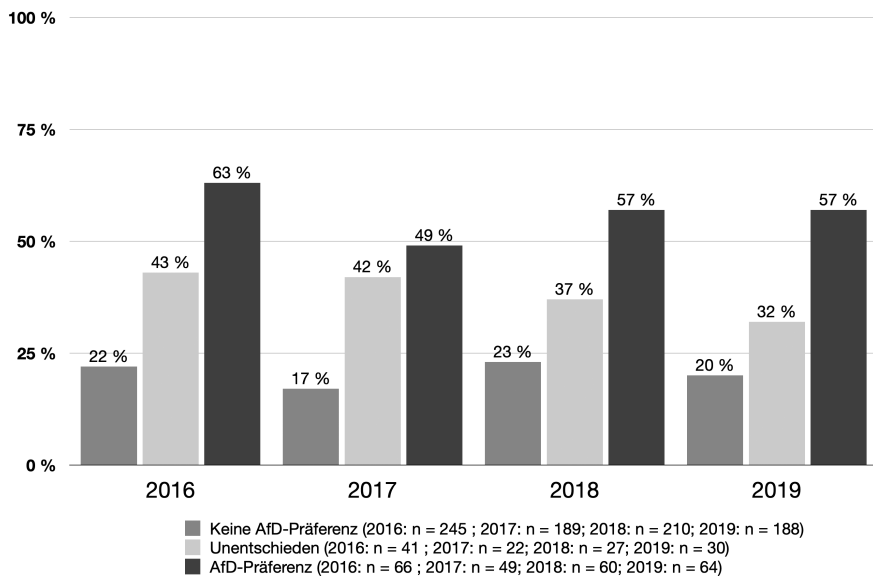


Abbildung 2: Anteil der Befragten, die der Aussage „Die Politik und die Medien arbeiten Hand in Hand, um die Bevölkerungsmeynung zu manipulieren“ eher oder voll und ganz zustimmen, nach AfD-Präferenz



6.3 Hang zum Verschwörungsglauben

Eine starke AfD-Wahlpräferenz geht mit einem überdurchschnittlich hohen Glauben an Verschwörungserzählungen einher (H3). Diese Hypothese kann regressionsanalytisch bestätigt werden, der entsprechende Zusammenhang ist positiv und signifikant ($\beta = .27$, $p < .001$). Tabelle 7 veranschaulicht, dass zuletzt 30 Prozent der Befragten mit AfD-Präferenz tendenziell Aussagen wie „Pharmaunternehmen verbreiten gezielt Krankheiten, um danach mehr Impfstoffe zu verkaufen“ zustimmten, während die Zustimmungswerte in der Gruppe ohne AfD-Präferenz lediglich bei sieben Prozent lagen. Zwar gibt es auf deskriptiver Ebene von Jahr zu Jahr Schwankungen. Dennoch lag die Zustimmung in der Gruppe mit AfD-Präferenz jedes Mal deutlich über der Zustimmung in der Gruppe ohne AfD-Präferenz.

Hinsichtlich eines zeitlichen Trends (F3) nimmt die mittlere Zustimmung der Befragten zu Verschwörungserzählungen über die Jahre zwar signifikant ab (ausgehend von 2016: $\beta_{2017} = -.10$, $p < .001$, $\beta_{2018} = -.07$, $p < .001$, $\beta_{2019} = -.11$, $p < .001$). Diese Entwicklung wird jedoch nicht von der Stärke der AfD-Präferenz beeinflusst, die entsprechenden Interaktionseffekte sind nicht signifikant (siehe Tabelle A3).

Tabelle 7: Verschwörungsglaube nach AfD-Präferenz

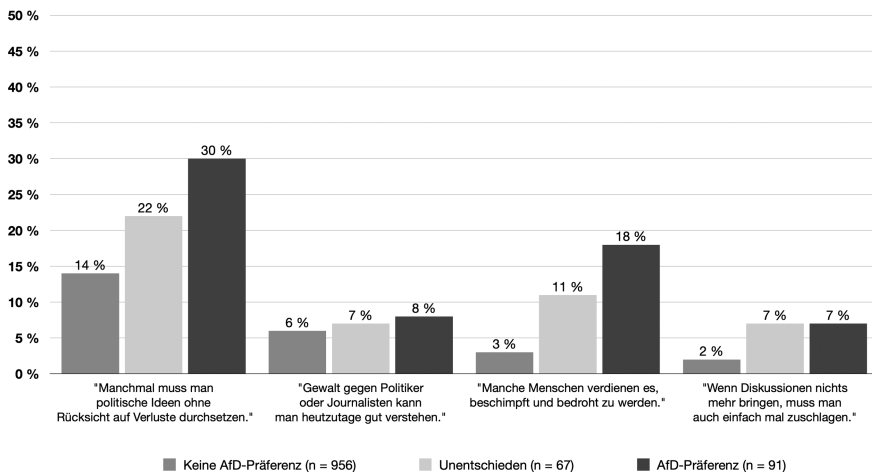
AfD-Präferenz	Hoher Verschwörungsglaube ^{a)}			
	2016	2017	2018	2019
Keine AfD-Präferenz	9 % (86)	7 % (67)	11 % (104)	7 % (68)
Unentschieden	21 % (16)	12 % (7)	23 % (16)	15 % (11)
AfD-Präferenz	31 % (30)	20 % (19)	23 % (21)	30 % (28)
% gesamt	12 % (132)	8 % (93)	13 % (141)	10 % (107)
n	1.124	1.124	1.122	1.087

Anmerkung: ^{a)} Ausgewiesen sind die Werte für eine mindestens mittlere durchschnittliche Zustimmung zu den vier Verschwörungserzählungs-Items (≥ 3).

6.4 Zustimmung zu Gewalt

Über das Verhalten der Befragten kann die Studie keine Auskunft geben, die Regressionsanalyse zeigt aber, dass die Stärke der AfD-Präferenz mit einer höheren Zustimmung zu Gewalt einhergeht ($\beta = .17$, $p < .001$, Tabelle A3 im Anhang). Abbildung 3 veranschaulicht, dass fast jeder Fünfte (18 Prozent) in der AfD-Gruppe der Aussage zustimmt, dass manche Menschen es verdienen, beschimpft und bedroht zu werden. In der Gruppe ohne AfD-Präferenz stimmen dieser Aussage nur drei Prozent zu. Auch die anderen Aussagen zu Gewalt finden in der Gruppe mit AfD-Präferenz mehr Zustimmung, allerdings teilweise auf niedrigem Niveau. Damit zeigt sich die AfD-Klientel, jedenfalls auf der Ebene offener artikulierter Einstellungen, insgesamt gewaltaffiner als die übrige Bevölkerung.

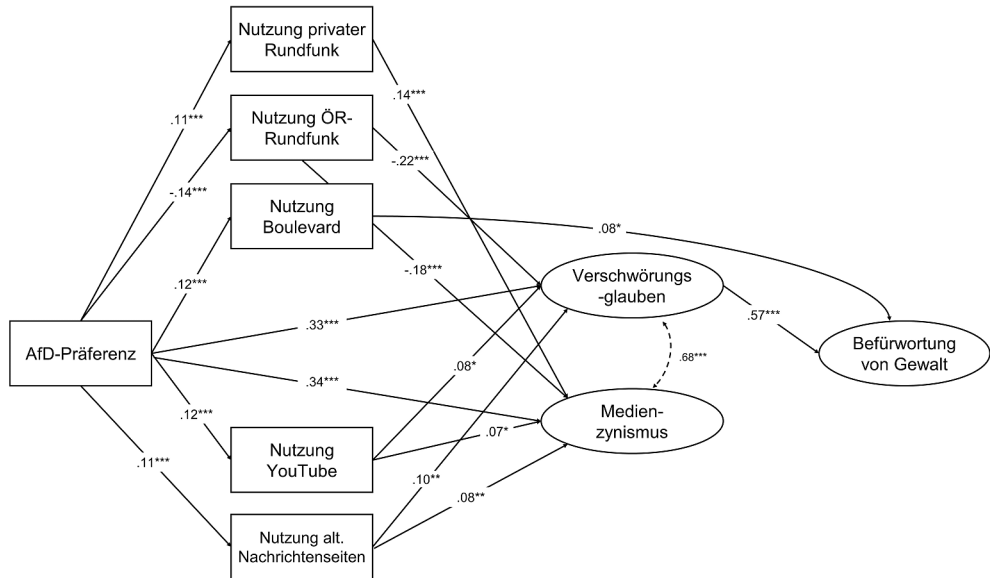
Abbildung 3: Anteil der Befragten, die Aussagen zu Gewalt eher oder voll und ganz zustimmen, nach AfD-Präferenz (nur Daten aus 2019)



6.5 Zusammenhänge

Um zu explorieren, ob die stärkere Affinität zu Gewalt zumindest teilweise mittelbare Folge einer spezifischen Mediennutzung und eines dadurch erhöhten Verschwörungsglaubens und Medienzynismus ist, wurde mit den Daten aus dem Jahr 2019 ein Strukturgleichungsmodell mit AMOS 23 gerechnet. Es ist zu vermuten, dass es zwischen den hier betrachteten Variablen sich wechselseitig verstärkende Effekte gibt; wir unternehmen an dieser Stelle nur einen ersten Versuch, mögliche Zusammenhänge aufzudecken. Als unabhängige Variable ging die Stärke der AfD-Präferenz der Befragten in das Modell ein, als abhängige Variable diente die Einstellung zur Gewalt. Als Mediatorvariablen wurden die Nutzungsfrequenz einzelner Medienangebote (Stufe 1, nur Angebote, die in den ursprünglichen Regressionen im Jahr 2019 signifikant mit der AfD-Präferenz zusammenhingen) sowie Verschwörungsglaube und Medienzynismus (Stufe 2) hinzugefügt. Als Kontrollvariablen wurden Geschlecht, formale Bildung, Region des Wohnorts (Ost/West) und Alter der Befragten berücksichtigt. Verschwörungsglauben, Medienzynismus und Affinität zu Gewalt wurden als latente Variablen entsprechend ihrer jeweiligen Indikatoren operationalisiert. Das in Abbildung 4 in vereinfachter Form dargestellte Modell hatte einen akzeptablen Fit ($\chi^2/df = 2.1, p < .001, CFI = .97, RMSEA = .037$).

Abbildung 4: Zusammenhänge zwischen AfD-Präferenz, Mediennutzung, Medienzynismus, Verschwörungsglauben und Befürwortung von Gewalt



Anmerkung: Standardisierte Koeffizienten. Nur signifikante Pfade abgebildet. Die Ladung der einzelnen Indikatoren auf die Konstrukte Verschwörungsglauben, Medienzynismus und Affinität zu Gewalt werden aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht dargestellt. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Aus dem Modell ergibt sich: Eine AfD-Präferenz geht mit einer signifikant erhöhten Nutzung von YouTube, alternativer Nachrichtenseiten, Boulevardzeitungen und Angebote des privaten Rundfunks einher. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird dagegen seltener genutzt. Im nächsten Schritt hängt die Nutzung von YouTube und alternativen Nachrichtenseiten signifikant positiv mit der Stärke des Verschwörungsglaubens und des Medienzynismus zusammen. Auch die häufige Nutzung des privaten Rundfunks fördert offenbar den Medienzynismus. Ein positiver Zusammenhang zwischen der Nutzung von Boulevardzeitungen und Verschwörungsglauben verfehlt knapp das konventionelle Signifikanzniveau ($p = .08$). Eine häufige Nutzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geht dagegen mit weniger Medienzynismus und Verschwörungsglauben einher. In der letzten Stufe ist im Modell eine signifikant positive Korrelation zwischen Verschwörungsglauben und der Zustimmung zu Gewalt festzustellen. Menschen, die Verschwörungserzählungen glauben, haben eher als andere Verständnis für Gewalt gegen Politiker*innen und Journalist*innen. Ein derartiger Zusammenhang ist für den Medienzynismus nicht sichtbar; allerdings korrelieren Medienzynismus und Verschwörungsglaube erwartungsgemäß stark, sodass es plausibel ist, dass Medienzyniker*innen auch anfällig für Verschwörungserzählungen sind und so radikalisiert werden könnten. Schließlich illustriert das Modell die schon gezeigten direkten Zusammenhänge zwischen AfD-Präferenz, Verschwörungsglauben und Medienzynismus sowie einen schwachen direkten Effekt der Nutzung von Boulevardzeitungen auf die Zustimmung zu Gewalt.

7 Diskussion und Fazit

In der Erforschung des Rechtsextremismus und verwandter Erscheinungen wie dem Rechtspopulismus lässt sich eine Radikalisierung unter anderem an der Verbreitung und der Zunahme gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit festmachen. Konstrukte wie Autoritarismus, Rassismus und Antisemitismus liegen hier auf der Hand. Die vorliegende Studie ergänzt solche Analysen durch einen medienbezogenen Ansatz, in dessen Mittelpunkt ein Einstellungsmuster steht, das als „Medienzynismus“ bezeichnet wird. Charakteristisch dafür sind pauschale Vorwürfe gegen die etablierten Nachrichtenmedien, die mit Kampfbegriffen belegt und als „Lügenpresse“ delegitimiert werden sollen. In Mediengesellschaften bekämpfen Extremisten nicht nur das politische, sondern auch das mediale System. Dies geht einher mit Verschwörungserzählungen, die sich gegen etablierte Medien richten, aber auch andere Akteure betreffen können.

Der Medienzynismus ist zum einen Merkmal und Ausdruck einer bereits erfolgten Radikalisierung. Aus ihm spricht eine Ablehnung der medialen Ordnung. Zum anderen kann er als Mechanismus für eine weiter fortschreitende Radikalisierung wirken, auf individueller Ebene ebenso wie auf der Ebene von Gruppen und Gesellschaften. Der Medienzynismus ist anschlussfähig in Milieus, die ansonsten keine oder (noch) wenig direkte Berührung mit dem Rechtsextremismus haben. Als Brückennarrativ kann er zu neuen Diskurs-Konstellationen und „rechten Bedrohungsallianzen“ (Heitmeyer/Freiheit/Sitzer 2020) führen und beispielsweise Menschen, die Impfstoffe ablehnen, sowie Personen, die den Klimawandel leugnen, verbinden. Die Proteste gegen die Anti-Corona-Maßnahmen sind dafür ein Beispiel.

Als Faktor weiterer Radikalisierung ist der Medienzynismus auch deshalb zu beachten, weil er nicht nur die mögliche Folge einer verstärkten Nutzung alternativer Angebote ist, sondern auch zu einer stärker werdenden Abwendung von etablierten Medien führen kann, zu denen in Deutschland der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die großen Zeitungen gehören. Ein Abkapseln in eigenen Vorstellungen und die selektive Rezeption alternativer (Propaganda-) Medien können die Radikalisierung vorantreiben. Man braucht nicht nur an eine Tendenz zu Gewalt und Terror zu denken. Aus demokratietheoretischer Sicht erscheint die Abwendung von Informationsangeboten, die den Diskurs über Milieus hinweg organisieren, als eine Entwicklung, die den Zusammenhalt in der Gesellschaft und die Leistungsfähigkeit der Öffentlichkeit gefährdet.

Die Analyse von vier Datensätzen aus den Jahren 2016 bis 2019 hat gezeigt, dass sich in einem Teil der Bevölkerung in Deutschland ein Medienzynismus verfestigt hat, der tatsächlich oft mit einem bestimmten Profil in der Mediennutzung und einer teilweisen Abwendung von etablierten Medien einhergeht. Dieser Teil der Bevölkerung besteht zu einem großen Teil aus Menschen, die dazu neigen, die AfD zu wählen.

Der Medienzynismus hat verschwörungsideologische Züge und unterstellt einen Pakt zwischen Medien und Politik zur Manipulation der Bevölkerung. Er korreliert mit dem Glauben an andere Verschwörungserzählungen. Auch hier stechen die mutmaßlichen AfD-Wähler*innen hervor, sie halten überdurchschnittlich oft solche Erzählungen für wahr. Für Informationen über das aktuelle Geschehen nutzen sie stärker als andere Gruppen alternative Quellen, darunter YouTube und alternative Nachrichtenseiten sowie Boulevardzeitungen. Die (Selbst-) Beschreibung einzelner Medienangebote als „alternativ“ wirft allerdings Probleme der Abgrenzung auf, die zu Vorsicht bei der Interpretation des entsprechenden Items führen

sollten. Um die Mediennutzung noch genauer erfassen zu können, wären umfangreichere Befragungen zu diesem Aspekt wünschenswert (Schwarzenegger 2021).

Wie die vorliegende Studie zeigt, wenden sich die wenigsten AfD-Anhänger*innen vollständig von etablierten Medien ab, also z. B. von den Nachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Sie nutzen diese z. B. auch, um gezielt ihre Meinungen und ihren Ärger in Kommentaren auszudrücken, in denen sie die Berichterstattung angreifen. Ausweislich der vorliegenden Studie sind Menschen mit AfD-Präferenz viel aktiver im Verfassen von Online-Komentaren als Menschen ohne AfD-Präferenz.

Ein Strukturgleichungsmodell hat gezeigt, dass die Nutzung von YouTube und alternativen Nachrichtenseiten positiv mit der Stärke des Verschwörungsglaubens und des Medienzynismus zusammenhängt. Eine häufige Nutzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geht dagegen mit weniger Medienzynismus und geringerem Verschwörungsglauben einher. In der letzten Stufe wurde im Modell eine positive Korrelation zwischen Verschwörungsglauben und der Zustimmung zu Gewalt gefunden. Diese Befunde bestätigen Befürchtungen, dass Verschwörungserzählungen zu mehr Aggression und Gewalt in der Gesellschaft führen könnten.

Lässt sich unter den Menschen mit AfD-Präferenz eine fortschreitende Radikalisierung erkennen? Auf individueller Ebene ist eine Beurteilung hier schon deshalb nicht möglich, weil der Studie keine Paneldaten zugrunde lagen, sondern jährliche Bevölkerungsumfragen. Dazu kommt, dass der Untersuchungszeitraum mit vier Jahren (2016 bis 2019) vergleichsweise kurz war. Bei den meisten Variablen lässt sich keine klare Dynamik erkennen, bei einigen scheint es aber eine Tendenz zu geben: So ist die Gruppe mit AfD-Präferenz über die Jahre und insbesondere im Jahr 2019 zunehmend medienzynischer geworden, während der Medienzynismus in der Gruppe ohne AfD-Präferenz rückläufig ist. Tendenzen einer Polarisierung zeigen sich auch bei der Nutzung von YouTube und hinsichtlich der Partizipation in Kommentarbereichen: In der Gruppe mit AfD-Präferenz stieg im Jahr 2018 die Nutzung von YouTube für Informationen signifikant an, während sie in den anderen Bevölkerungsgruppen konstant blieb oder rückläufig war. Zwar setzte sich dieser Trend im Jahr 2019 nicht eindeutig fort. Dennoch scheint YouTube für AfD-Anhänger*innen einen bedeutsamen Informationskanal darzustellen – sicherlich auch oder sogar vorzugsweise für „alternative“ Nachrichten, die sich gegen den „Mainstream“ richten. Noch deutlicher zeigte sich dieser Trend für das Kommentieren im Internet; die Ergebnisse deuten darauf hin, dass der Anteil der Menschen mit AfD-Präferenz in den Kommentarbereichen von etablierten Medien im Zeitverlauf immer weiter steigt. Angesichts der Bedeutung, die solche Nutzer*innenkommentare für die Meinungsbildung vieler Leser*innen haben (siehe z. B. Zerback/Fawzi 2017), ist diese Entwicklung durchaus kritisch zu sehen.

Auf die Medien bezogene Radikalisierung zeigt sich in der Gesamtschau zum einen in der Distanz zwischen den Gruppen (mit/ohne AfD-Präferenz), zum anderen im hohen Stand des Medienzynismus und der vergleichsweise hohen Zustimmung zu Gewalt bei AfD-affinen Befragten. Wer geglaubt hatte, durch die parlamentarische Verankerung der AfD könnte sich ein Mäßigungseffekt einstellen, findet dafür in der vorliegenden Studie kaum Anhaltspunkte.

Sollte die AfD, wie es sich im Jahr 2020 und im Frühjahr 2021 andeutete, schwächer werden, bliebe die Frage, ob damit die Radikalisierung relevanter Bevölkerungsteile gestoppt wäre. Dies ist nicht zwangsläufig so, es käme womöglich nur die Institutionalisierung der radikalen Einstellungen ins Stocken. Die Studie hat gezeigt, dass jenseits der AfD-Kernthemen Nation, Migration und Islam auch allgemeine medienbezogene Einstellungen bedeutsam

sind. Der Medienzynismus kann als Brückennarrativ bei jeglichen Reizthemen aktiviert werden und sich dann auch jenseits einer Partei wie der AfD artikulieren und institutionell neu formieren. Die jüngsten Daten für die Studie wurden kurz vor Ausbruch der Corona-Pandemie erhoben. Deren Einfluss konnte dementsprechend nicht berücksichtigt werden. Die Mobilisierung von Rechtsextremisten und anderen Akteuren gegen die Corona-Berichterstattung der Medien und gegen die Corona-Maßnahmen der Politik deuten jedoch darauf hin, dass Medienzynismus und Verschwörungserzählungen auch in Zukunft als Störelemente im Diskurs auftauchen dürften.

Auch wenn nicht alle gewalttätig werden – die Radikalisierung „kognitiver Extremisten“ (Neumann 2013) kann für die Gesellschaft zu einem ernstem Problem werden. Der Rechtsextremismus greift die epistemischen und informationellen Grundlagen der demokratischen Öffentlichkeit an. Umso wichtiger erscheint aus demokratietheoretischer Perspektive, dass die Qualitätspresse ihre Aufgaben verantwortungsvoll wahrnimmt und es ihr durch vertrauensbildende Maßnahmen gelingt, das bei vielen Bürger*innen noch vorhandene Grundvertrauen zu stabilisieren, auszubauen oder zurückzugewinnen.

Literaturverzeichnis

- Acosta, Jim (2019). *The Enemy of the People. A Dangerous Time to Tell the Truth in America*. New York: Harper.
- Bachl, Marko (2018): (Alternative) media sources in AfD-centered Facebook discussions. *Studies in Communication and Media*, 7(2), S. 256–270. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-2-256>
- Bartlett, Jamie & Miller, Carl (2010). *The power of unreason: conspiracy theories, extremism and counter-terrorism*. London: Demos.
- Benkler, Yochai; Faris, Robert & Roberts, Hal (2018). *Network Propaganda. Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press.
- Bieber, Ina; Roßteutscher, Sigrid & Scherer, Philipp (2018). Die Metamorphosen der AfD-Wählerschaft: Von einer euroskeptischen Protestpartei zu einer (r)echten Alternative? *Politische Vierteljahresschrift*, 59, S. 433–461. <https://doi.org/10.1007/s11615-018-0103-y>
- Boberg, Svenja; Quandt, Thorsten; Schatto-Eckrodt, Tim & Frischlich, Lena (2020). *Pandemic Populism: Facebook Pages of Alternative News Media and the Corona Crisis – A Computational Content Analysis*. ArXiv Preprint, <https://arxiv.org/abs/2004.02566>
- Brants, Kees (2013). Trust, Cynism, and Responsiveness. The Uneasy Situation of Journalism in Democracy. In Chris Peters & Marcel Broersma (Hrsg.), *Rethinking Journalism. Trust and Participation in a Transformed News Landscape* (S. 15–27). London: Routledge.
- Butter, Michael & Knight, Peter (Hrsg.) (2020). *Routledge Handbook of Conspiracy Theories*. Abingdon. Routledge.
- Daase, Christopher; Deitelhoff, Nicole & Junk, Julian (Hrsg.) (2019). *Gesellschaft extrem. Was wir über Radikalisierung wissen*. Frankfurt/M.: Campus.
- Decker, Oliver; Schuler, Julia & Brähler, Elmar (2018). Das autoritäre Syndrom heute. In Oliver Decker & Elmar Brähler (Hrsg.), *Flucht ins Autoritäre. Rechtsextreme Dynamiken in der Mitte der Gesellschaft* (S. 117–156). Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Dornbusch, Christian & Raabe, Jan (Hrsg.) (2002). *RechtsRock. Bestandsaufnahme und Gegenstrategien*. Münster: Unrast.
- Gaspar, Hande Abay; Dase, Christopher; Deitelhoff, Nicole; Junk, Julian & Sold, Manjana (2019). Zur wissenschaftlichen Konzeptualisierung illiberaler Einstellungen. In Christopher Daase; Nicole

- Deitelhoff & Julian Junk (Hrsg.), *Gesellschaft extrem. Was wir über Radikalisierung wissen* (S. 15–43). Frankfurt/M.: Campus.
- Häusler, Alexander (Hrsg.) (2016a). *Die Alternative für Deutschland. Programmatik, Entwicklung und politische Verortung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Häusler, Alexander (2016b). Themen der Rechten. In Fabian Virchow; Martin Langebach & Alexander Häusler (Hrsg.), *Handbuch Rechtsextremismus* (S. 135–180). Wiesbaden: Springer VS.
- Häusler, Alexander (Hrsg.) (2018). *Völkisch-autoritärer Populismus. Der Rechtsruck in Deutschland und die AfD*. Hamburg: VSA.
- Häusler, Alexander & Küpper, Beate (2019). Neue rechte Mentalitäten in der Mitte der Gesellschaft. In Andreas Zick; Beate Küpper & Wilhelm Berghan (Hrsg.), *Verlorene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2018/9* (S.147–172). Bonn: Dietz.
- Heitmeyer, Wilhelm (2002). Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit. Die theoretische Konzeption und erste empirische Ergebnisse. In ders. (Hrsg.), *Deutsche Zustände, Folge 1* (S. 15–34). Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Heitmeyer, Wilhelm (2018). *Autoritäre Versuchungen. Signaturen der Bedrohung I*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Heitmeyer, Wilhelm; Freiheit, Manuela & Sitzer, Peter (2020). *Rechte Bedrohungsallianzen. Autoritäre Versuchungen. Signaturen der Bedrohung II*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hövermann, Andreas & Groß, Eva (2016). Menschenfeindlicher und rechtsextremer – Die Veränderung der Einstellungen unter AfD-Sympathisanten zwischen 2014 und 2016. In Andreas Zick; Beate Küpper & Daniela Krause (Hrsg.), *Gespaltene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2016* (S. 167–183). Bonn: Dietz.
- Hollander, Barry A. (2018). Partisanship, individual differences, and news media exposure as predictors of conspiracy beliefs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(3), S. 691–713. <https://doi.org/10.1177/1077699017728919>
- Holt, Kristoffer; Figenschou, Tine Ustad, & Frischlich, Lena (2019). Key Dimensions of Alternative News Media. *Digital Journalism*, 7(7), S. 860–869. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1625715>
- Imhoff, Roland & Bruder, Martin (2014). Speaking (Un-)Truth to Power: Conspiracy Mentality as a Generalised Political Attitude. *European Journal of Personality* 28 (1), S. 25–43. <https://doi.org/10.1002/per.1930>
- Isemann, Simon D. & Walther, Eva (2019). *Wie extrem ist die AfD? Die Entwicklung der AfD und deren Wählerschaft als Radikalisierungsprozess*. In Eva Walther & Simon D. Isemann, *Die AfD – psychologisch betrachtet*. Wiesbaden: Springer VS.
- Jackob, Nikolaus; Jakobs, Ilka; Quiring, Oliver; Schultz, Tanjev; Schemer, Christian & Ziegele, Marc (2019). *Medienskepsis und Medienzynismus. Funktionale und dysfunktionale Formen von Medienkritik*. *Communicatio socialis*, 51 (1), S. 19–35.
- Jolley, Daniel & Paterson, Jenny L. (2020). Pylons ablaze: Examining the role of 5G COVID-19 conspiracy beliefs and support for violence. *British journal of social psychology*, 59(3), S. 628–640. <https://doi.org/10.1111/bjso.12394>
- Kalmoe, Nathan P. (2014). Fueling the Fire. *Violent Metaphors, Trait Aggression, and Support for Political Violence*. *Political Communication*, 31(4), S. 545–563. <https://doi.org/10.1080/10584609.2013.852642>
- Kleinert, Hubert (2018). *Die AfD und ihre Mitglieder*. Wiesbaden. Springer VS.
- Krämer, Benjamin (2014). Media populism: A conceptual clarification and some theses on its effects. *Communication Theory*, 24(1), S. 42–60. <https://doi.org/10.1111/comt.12029>
- Krouwel, André; Kutiyanski, Yordan; van Prooijen, Jan-Willem; Martinsson, Johan & Markstedt, Elias (2017). Does Extreme Political Ideology Predict Conspiracy Beliefs, Economic Evaluations and Political trust? Evidence From Sweden. *Journal of Social and Political Psychology*, 5(2), S. 435–462. <https://doi.org/10.5964/jpspp.v5i2.745>

- Küpper, Beate; Krause, Daniela & Zick, Andreas (2019). Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2002–2018/9. In Andreas Zick; Beate Küpper & Wilhelm Berghan (Hrsg.), *Verlorene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2018/9* (S. 117–146). Bonn: Dietz.
- Lilienthal, Volker & Neverla, Irene (Hrsg.) (2017). *Lügenpresse: Anatomie eines politischen Kampfbegriffs*. Köln: KiWi.
- McCauley, Clark & Moskaleiko, Sophia (2008). Mechanism of Political Radicalization: Pathways Toward Terrorism. *Terrorism and Political Violence*, 20, S. 415–433. <https://doi.org/10.1080/09546550802073367>
- Meiering, David; Dziri, Aziz & Foroutan, Naika (2019). Radikalisierung von Gruppen: Brückennarrative als verbindende Erzählungsstrukturen. In Christopher Daase; Nicole Deitelhoff & Julian Junk (Hrsg.), *Gesellschaft extrem. Was wir über Radikalisierung wissen* (S. 91–129). Frankfurt/M.: Campus.
- Müller, Philipp & Schulz, Anne (2019). Alternative media for a populist audience? Exploring political and media use predictors of exposure to Breitbart, Sputnik, and Co.. *Information, Communication & Society*, S. 1–17. DOI: 10.1080/1369118X.2019.1646778
- Neumann, Peter (2013). Radikalisierung, Deradikalisierung und Extremismus. Aus *Politik und Zeitgeschichte* (9.3.2013). Zugriff am 10.9.2020 unter <http://www.bpb.de/apuz/164918/radikalisierung-deradikalisierung-und-extremismus>.
- Nocun, Katharina & Lamberty, Pia (2020). Fake Facts. Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen. Köln: Bastei Lübbe.
- Oliver, J. Eric, & Wood, Thomas J. (2014). Conspiracy theories and the paranoid style(s) of mass opinion. *American Journal of Political Science*, 58(4), S. 952–966. <https://doi.org/10.1111/ajps.12084>
- Quent, Matthias (2019). *Rassismus, Radikalisierung, Rechtsterrorismus. Wie der NSU entstand und was er über die Gesellschaft verrät* (2. Aufl.). Weinheim: Beltz Juventa.
- Rees, Jonas & Lamberty, Pia (2019). Mitreißende Wahrheiten: Verschwörungsmythen als Gefahr für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. In Andreas Zick; Beate Küpper & Wilhelm Berghan (Hrsg.), *Verlorene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2018/19* (S. 203–116). Bonn: Dietz.
- Roose, Jochen (2020). *Sie sind überall. Eine repräsentative Umfrage zu Verschwörungstheorien*. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Salzborn, Samuel (2018). *Rechtsextremismus. Erscheinungsformen und Erklärungsansätze*. 3. Aufl., Baden-Baden: Nomos.
- Schemer, Christian; Ziegele, Marc; Schultz, Tanjev; Quiring, Oliver; Jakob, Nikolaus & Jakobs, Ilka (2020). Media Effects on Beliefs in Conspiracy Theories. Paper presentation, 103. Conference of The Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), August 6–9.
- Schindler, Johanna; Fortkord, Claudia; Posthumus, Lone; Obermaier, Magdalena; Fawzi, Nayla & Reinemann, Carsten (2018). Woher kommt und wozu führt Medienfeindlichkeit? Zum Zusammenhang von populistischen Einstellungen, Medienfeindlichkeit, negativen Emotionen und Partizipation. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66(3), S. 283–301.
- Schultz, Tanjev; Ziegele, Marc; Jakobs, Ilka; Jakob, Nikolaus; Quiring, Oliver & Schemer, C. (2020). Medienzynismus weiterhin verbreitet, aber mehr Menschen widersprechen. *Media Perspektiven*, 6, S. 322–330.
- Schwarzenegger, Christian (2021). Communities of Darkness? Users and Uses of Anti-System Alternative Media between Audience and Community. *Media and Communication*, 9(1), S. 99–109.
- Toepfl, Florian & Piwoni, Eunike (2018). Targeting dominant publics: How counterpublic commenters align their efforts with mainstream news. *New Media & Society*, 20 (5), S. 2011–2027.
- Ulbrich-Herrmann, Matthias (2014). Gewaltbefürwortende Einstellungen. Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS). <https://doi.org/10.6102/zis123>

- van Prooijen, Jan-Willem; Krouwel, André P.M. & Pollet, Thomas V. (2015). Political Extremism Predicts Belief in Conspiracy Theories. *Social Psychological and Personality Science*, 6 (5) 570–578. <https://doi.org/10.1177/1948550614567356>
- Vehrkamp, Robert & Merkel, Wolfgang (2020): Populismusbarometer 2020. Populistische Einstellungen bei Wählern und Nichtwählern in Deutschland 2020. Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung.
- Virchow, Fabian (2016). Rechtsextremismus: Begriffe – Forschungsfelder – Kontroversen. In Fabian Virchow; Martin Langebach & Alexander Häusler (Hrsg.), *Handbuch Rechtsextremismus* (S. 5–41). Wiesbaden: Springer VS:
- Wood, Michael J.; Douglas, Karen M. & Sutton, Robbie M. (2012). Dead and alive: Beliefs in contradictory conspiracy theories. *Social Psychological and Personality Science*, 3(6), S. 767–773. <https://doi.org/10.1177/1948550611434786>
- Zerback, Thomas; Fawzi, Nayla (2017). Can online exemplars trigger a spiral of silence? Examining the effects of exemplar opinions on perceptions of public opinion and speaking out. *New Media & Society*, 19(7), S. 1034–1051. <https://doi.org/10.1177/1461444815625942>
- Zick, Andreas & Böckler, Nils (2015). Radikalisierung als Inszenierung. Vorschlag für eine Sicht auf den Prozess der extremistischen Radikalisierung und die Prävention. *Forum Kriminalprävention*, 3, S. 6–16.
- Zick, Andreas; Berghan, Wilhelm & Mokros, Nico (2019). Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit in Deutschland 2002–2018/9. In Andreas Zick; Beate Küpper & Wilhelm Berghan (Hrsg.), *Verlorene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2018/9* (S. 53–116). Bonn: Dietz.
- Zick, Andreas; Krause, Daniela & Küpper, Beate (2016). Rechtspopulistische und rechtsextreme Einstellungen in Deutschland. In Andreas Zick; Beate Küpper & Daniela Krause (Hrsg.), *Gespaltene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2016* (S. 111–141). Bonn: Dietz.
- Ziegele, Marc; Schultz, Tanjev; Jakob, Nikolaus; Granow, Viola; Quiring, Oliver & Schemer, Christian (2018). Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. *Media Perspektiven*, 4, S. 150–162

Anhang

Tabelle A1: Regression der Nutzung von Informationsangeboten im Social Web auf die AfD-Präferenz der Befragten, das Jahr der Befragung sowie Kontroll- und Interaktionsvariablen

	Alternative Nachrichten		YouTube		Soziale Netzwerke		Kommentare schreiben	
	Modell 1	Modell 2	Modell 1	Modell 2	Modell 1	Modell 2	Modell 1	Modell 2
	β	β	β	β	β	β		
AFD-Präferenz								
Jahr								
2016 (Ref.)	1	1	1	1	1	1	1	1
2017	-.07***	-.03	-.14***	-.15***	-.04*	-.02	-.04	-.04
2018	-.08***	-.07	-.12***	-.19***	-.04*	-.09**	-.02	-.07
2019	-.05**	-.02	-.08***	-.12***	-.01	-.04	.02	-.10*
Kontrollvariablen								
Alter	-.10***	-.10***	-.36***	-.36***	-.38***	-.38***	-.14***	-.14***
Geschlecht (1=weibl.)	-.07***	-.07***	-.14***	-.13***	-.02	-.02	-.03	-.03
Bildung (1=min. Abitur)	.08***	.08***	.01	.01	-.01	-.01	-.01	-.01
Region (Ost/West)	-.02	-.02	-.03	-.02	-.01	-.01	-.02	-.02
Interaktionen								
AFD-Präf. * 2016 (Ref.)	1		1		1		1	
AFD-Präf. * 2017		-.05		.00		.61		-.01
AFD-Präf. * 2018		-.01		.10**		.06		-.07
AFD-Präf. * 2019		-.03		.05		.24		.14***
n	4424	4424	4445	4445	4443	4443	3623	3623
R^2	.033	.035	.16	.17	.15	.15	.043	.047
ΔR^2		.003**		.002**		.000		.005***

Anmerkungen: In Modell 1 werden jeweils die „Haupteffekte“ von AfD-Präferenz und Jahr ausgewiesen, Modell 2 zeigt jeweils die Interaktionseffekte.

Tabelle A2: Regression der Nutzung von etablierten Medien auf die AfD-Präferenz der Befragten, das Jahr der Befragung sowie Kontroll- und Interaktionsvariablen

	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk		Tageszeitungen		Privater Rundfunk		Boulevardzeitungen	
	Modell 1	Modell 2	Modell 1	Modell 2	Modell 1	Modell 2	Modell 1	Modell 2
	β	β	β	β	β	β	β	β
AfD-Präferenz	-.11***	-.08**	-.09***	-.06*	.09***	.10**	.07***	.06*
Jahr								
2016 (Ref.)	1	1	-.09***	-.07*	1	1	1	1
2017	-.03*	-.01	-.07***	-.03	-.04*	-.01	-.05**	-.04
2018	-.01	-.01	.04*	.05	-.04*	-.04	-.05**	-.06
2019	-.07***	-.02	.02	.03	-.07*	-.08	-.04*	-.07*
Kontrollvariablen								
Alter	.35***	.35***	.28***	.28***	-.12***	-.12***	-.09***	-.09***
Geschlecht (1=weibl.)	.00	.00	-.01	-.01	.02	.02	-.07***	-.07***
Bildung (1=min. Abitur)	.04***	.04***	.07***	.07***	-.16***	-.16***	-.07***	-.07***
Region (Ost/West)	-.01	-.01	-.04**	-.04**	-.00	-.00	-.01	-.01
Interaktionen								
AfD-Präf. * 2016 (Ref.)	1	1	1	1	1	1	1	1
AfD-Präf. * 2017	-.03	-.03	-.05	-.05	-.04	-.04	-.02	-.02
AfD-Präf. * 2018	.01	.01	-.01	-.01	-.00	-.00	.00	.00
AfD-Präf. * 2019	-.06	-.06	-.01	-.01	.01	.01	.04	.04
n	4.443	4.443	4.447	4.447	4.444	4.444	4.438	4.438
R ²	.14	.14	.10	.10	.05	.05	.02	.02
ΔR^2	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00

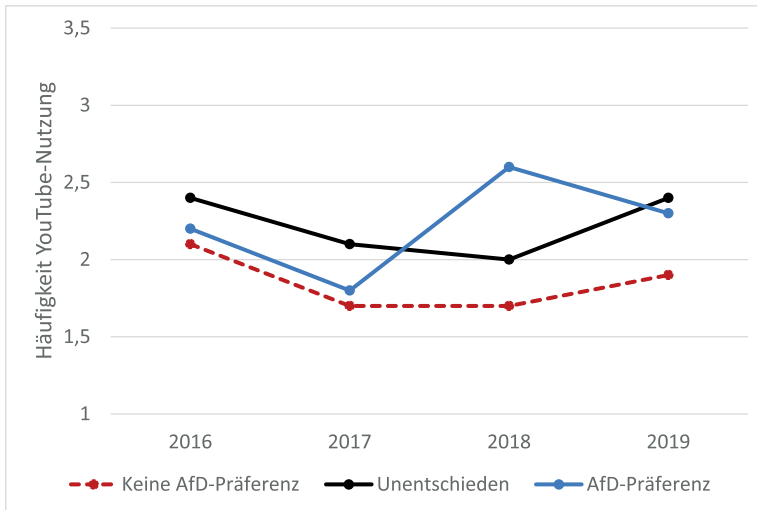
Anmerkungen: In Modell 1 werden jeweils die „Haupteffekte“ von AfD-Präferenz und Jahr ausgewiesen, Modell 2 zeigt jeweils die Interaktionseffekte.

Tabelle A3: Regression von Medienzynismus und Verschwörungsglauben auf die AfD-Präferenz der Befragten, das Jahr der Befragung sowie Kontroll- und Interaktionsvariablen

	Medienzynismus		Verschwörungsglauben		Zustimmung zu Gewalt ^a	
	Modell 1	Modell 2	Modell 1	Modell 2	Modell 1	
	β	β	β	β	β	
AfD-Präferenz	.34***	.33***	.27***	.32***	.17***	
Jahr						
2016 (Ref.)	1	1	1	1	-	
2017	-.10***	-.06*	-.08***	-.10**	-	
2018	-.07***	-.08*	-.06***	-.08*	-	
2019	-.11***	-.16***	-.19***	-.25***	-	
Kontrollvariablen						
Alter	-.03*	-.03*	-.09***	-.09***	-.10**	
Geschlecht (1=weibl.)	.05***	.05***	.06***	.06***	-.05	
Bildung (1=min. Abitur)	-.19***	-.19***	-.18***	-.18***	-.12***	
Region (Ost/West)	.07***	.07***	.07***	.07***	.07*	
Interaktionen						
AfD-Präf. * 2016 (Ref.)	1	1	1	1	-	
AfD-Präf. * 2017		-.09		.03	-	
AfD-Präf. * 2018		.02		.02	-	
AfD-Präf. * 2019		.06*		.04	-	
n	4.439	4.439	4.155	4.155	1.095	
R ²	.18	.19	.16	.16	.07	
ΔR ²		.01**		.00		

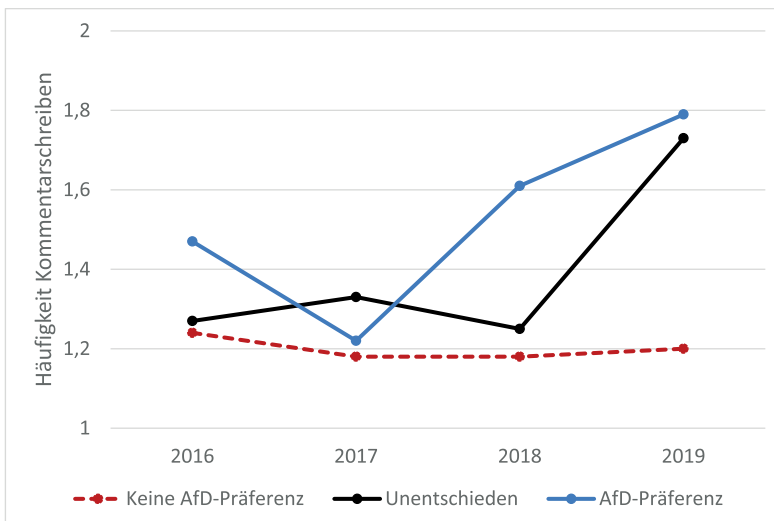
Anmerkungen: In Modell 1 werden jeweils die „Haupteffekte“ von AfD-Präferenz und Jahr ausgewiesen, Modell 2 zeigt jeweils die Interaktionseffekte. ^{a)} Diese Analyse basiert nur auf den Daten der Erhebungswelle 2019, da die Zustimmung zu Gewalt in den Vorjahren nicht erhoben wurde. Entsprechend ist eine Auswertung der Entwicklung des zeitlichen Verlaufs (Modell 2) nicht möglich.

Abbildung A1: Interaktionseffekt zwischen AfD-Präferenz und Jahr der Datenerhebung auf die Nutzungsfrequenz von YouTube.



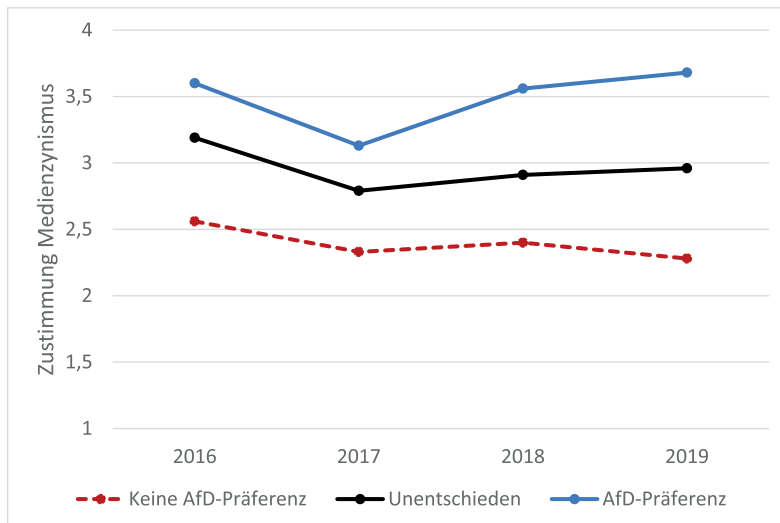
Anmerkungen: n = 4.445; Berücksichtigte Kovariaten: Bildung, Region, Alter, Geschlecht.

Abbildung A2: Interaktionseffekt zwischen AfD-Präferenz und Jahr der Datenerhebung auf die Frequenz des Kommentarschreibens.



Anmerkungen: n = 3.623; Berücksichtigte Kovariaten: Bildung, Region, Alter, Geschlecht.

Abbildung A3: Interaktionseffekt zwischen AfD-Präferenz und Jahr der Datenerhebung auf den Medienzynismus.



Anmerkungen: n = 4.439; Berücksichtigte Kovariaten: Bildung, Region, Alter, Geschlecht.