



KAPITEL 3.4

Digitaler Wandel, Radikalisierungsprozesse und Extremismusprävention im Internet

Diana Rieger, Lena Frischlich, Stefanie Rack, Gary Bente

Prof. Dr. Diana Rieger

Professorin für Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität in München. Zuvor war sie Juniorprofessorin für Digitale Kommunikation an der Universität Mannheim. Ihre Forschungsinteressen liegen im Bereich der Medienwirkungsforschung und der Wirkung von Hate Speech und extremistischer Internetpropaganda oder dem Einsatz von Gegenbotschaften (häufig Counter-Narratives genannt) zur Prävention.

Dr. Lena Frischlich

Nachwuchsforschungsgruppenleiterin "DemoRESILdigital - Demokratische Resilienz in Zeiten von Online-Propaganda, Fake news, Fear- und Hate speech" an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen u. a. im Bereich der (extremistischen) Propaganda und entsprechender Gegenangebote und der positiven Medienwirkung.

Stefanie Rack

Mitarbeiterin bei klicksafe – klicksafe ist eine Sensibilisierungskampagne zur Förderung der Medienkompetenz im Umgang mit dem Internet und neuen Medien im Auftrag der Europäischen Kommission.

Prof. Dr. Gary Bente

Professor am Lehrstuhl für Kommunikation an der Michigan State University. Bis 2017 leitete Prof. Bente den Lehrstuhl für Medien- und Kommunikationspsychologie an der Universität zu Köln.

Einleitung

Online-Medien sind auch in Deutschland längst selbstverständlicher Teil des Alltags geworden. Die meisten Menschen nutzen das Internet, viele sind über das eigene Smartphone täglich online. Der quasi permanente Zugang zu Informationen und die Möglichkeit, ständig mit anderen verbunden zu sein, führen zu einem fundamentalen Wandel menschlichen Erlebens in der digitalisierten Gesellschaft: „Der Mensch von heute – und zumal der von morgen – denkt, fühlt, erlebt und handelt in der Erwartung, ‘permanently online, permanently connected’ (POPC) zu sein oder doch zumindest sein zu können“¹.

Auch die Verbreitung von Informationen hat sich verändert – im Netz kann quasi jede und jeder eigene Inhalte veröffentlichen – auch Extremistinnen und Extremisten. So machen sich beispielsweise auch rechtsextremistische Personen und islamistische Extremistinnen und Extremisten² Online-Medien zunutze, etwa um ihre Feinde einzuschüchtern, Angriffe zu koordinieren, Videos von Anschlägen zu verbreiten, Allianzen zu festigen oder um Wissen über Anschlagstaktiken zu vermitteln. Online-Kanäle können im Rahmen sogenannter “Cyber-Kriege” mit Hilfe von Computerviren, Denial-of-Service (DDoS)³ Angriffen oder gezielte Hacks auch selbst zum Ziel von Angriffen werden. Vor allem aber erleichtern Online-Medien Extremistinnen und Extremisten die Verbreitung von Propaganda, mit deren Hilfe (unter anderem) neue Anhängerschaften rekrutiert werden sollen. Im Gegensatz zu traditionellen Rekrutierungswegen, etwa dem Verteilen von Flyern, können dabei auch Personen erreicht werden, zu denen (zunächst) kein physischer Kontakt besteht.

Natürlich ist die Nutzung von Online-Medien etwas, was extremistische Personen mit allen Bewohnerinnen und Bewohnern unserer digitalen Welt verbindet, so formuliert es Peter Neumann im Vorwort zum Bericht des Institute for Strategic Dialogue:

„Dass sich auf den Laptops von Terrorverdächtigen Kopien dschihadistischer Online-Magazine befinden und dass sie mit ihren Kameraden per Messenger und in sozialen Netzwerken

kommunizieren, ist nicht unbedingt ein Beweis für „Online-Radikalisierung“, sondern zeigt, dass Extremisten – trotz ihrer extremen politischen Ansichten – Produkte ihrer Zeit sind. Oder erwarten wir ernsthaft, dass sich Extremisten nach wie vor Briefe schreiben, ihre Flüge im Reisebüro buchen und ihre Fotos zum Entwickeln ins Labor bringen?“⁴

Dennoch wird immer wieder befürchtet, dass durch Online-Propaganda die Gefahr sogenannter „verteilter“ Indoktrinationsprozesse (engl. distributed indoctrination) steigt, bei denen Me-



PROPAGANDA⁵

Propaganda ist das vorsätzliche und systematische Streben, Wahrnehmungen zu gestalten, Gefühle und Gedanken zu beeinflussen und Verhalten im Sinne einer Ideologie – meist einer mit absolutem Gültigkeitsanspruch – zu fördern. Propaganda ist kein Merkmal einer bestimmten Ideologie und kein dichotomes Merkmal, eine bestimmte Kommunikation kann mehr oder weniger propagandistisch sein.

1 Vorderer et al. 2015, 260.

2 Rechtsextremistinnen und -extremisten sowie islamistische extremistische Personen sind für eine Vielzahl von deutschsprachigen Online-Propaganda-Angeboten verantwortlich und stehen daher im Fokus dieses Kapitels (Bundesministerium des Innern 2017). Diese Schwerpunktsetzung bedeutet aber nicht, dass andere Ideologien und Gruppierungen keine Online-Propaganda verbreiten oder weniger extremistisch sind. Prinzipiell sind Online-Propaganda und Extremismus kultur- und ideologieübergreifende Phänomene.

3 Bei einer DDoS-Attacke werden digitale Server gezielt überlastet, indem sie durch unzählige koordinierte Anfragen oder E-Mails bombardiert werden.

4 Baldauf/Ebner/Guhl 2018, 5.

5 Frischlich/Rieger 2017; Frischlich 2018.

diennutzende auch durch Extremistinnen und Extremisten jenseits ihres geographischen Umfeldes oder ihrer temporalen Bedingungen radikalisiert werden könnten. Im Gegensatz dazu steht die alte Vorstellung, dass Indoktrination immer eingebettet in einem spezifischen Kontext verläuft (engl. *embedded indoctrination*).

Das vorliegende Kapitel beleuchtet die Befürchtung einer stark vereinfachten distributed indoctrination über das Internet und gibt Einblicke in die Rolle von Online-Medien im Allgemeinen und Online-Propaganda im Speziellen für extremistische Radikalisierungsprozesse. Dem Internet können in diesem Themenkontext verschiedene Rollen zugesprochen werden: als Verbreiter von extremistischer Propaganda, als Verstärker einer möglichen Wirkung, aber auch als Ort, in dem auch Prävention stattfinden kann. Diese Rollen können darüber hinaus auf verschiedenen Ebenen sichtbar werden. Folgende Punkte können daher als Ausgangspunkt zur Lektüre dieses Kapitels gelesen werden:

Extremistische Propaganda ist im Netz weit verbreitet

Festgehalten werden kann, dass extremistische Propaganda im Netz weit verbreitet ist. Wie groß die Menge an extremistischer Online-Propaganda genau ist, ist schwer zu sagen. Das Angebot verändert sich ständig, nicht zuletzt dadurch, dass auch große Online-Plattformen inzwischen verstärkt gegen extremistische Inhalte vorgehen. Eine erste Einschätzung für den deutschsprachigen Raum liefert das Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet, Jugendschutz.net. Jugendschutz.net berichtet, dass im Jahr 2016 insgesamt 102.423 potenziell jugendgefährdende Inhalte geprüft wurden; 20 Prozent der identifizierten Verstöße entfielen dabei auf extremistische Online-Inhalte.⁶

Die Wahrscheinlichkeit, im Netz auf extremistische Angebote zu stoßen, scheint einer finnischen Untersuchung zufolge zu steigen: Während im Jahr 2013 etwa 17 Prozent der finnischen Internetnutzerinnen und -nutzer unter 30 Jahren berichteten, dass sie im Netz schon einmal extremistischen Botschaften ausgesetzt waren, stieg dieser Anteil 2015 bereits auf mehr als 60 Prozent.⁷ Auch für Deutschland zeigte eine repräsentative Befragung, dass 2016 etwa 40 Prozent der 14- bis 19-Jährigen über Videoplattformen wie YouTube zumindest gelegentlich mit extremistischen Inhalten in Kontakt kamen.⁸

Online-Propaganda löst keine Radikalisierung aus – kann Radikalisierungsprozesse aber unterstützen

Die bisherige Befundlage in aktuellen Überblicksarbeiten zeigt, dass der reine Kontakt mit Online-Propaganda nicht als Auslöser, sondern eher als Katalysator innerhalb eines komplexen Radikalisierungsprozesses zu verstehen ist.⁹ Veränderungen in der digitalen Gesellschaft, die Verfügbarkeit digitaler Gemeinschaften und das Leben als Online-Individuum haben die Möglichkeiten für extremistische Radikalisierungsbemühungen verändert. Nicht mehr zeitgemäß erscheint das Bild eines „Puppenspiels“, bei dem nur die Puppenspielerin oder der Puppenspieler steuert.¹⁰ Radikalisierung kann demnach besser als „Tango“ verstanden werden, bei dem eine Partei führt und die andere sich führen lässt. Ob die Strategien, die

6 Glaser et al. 2017.

7 Kaakinen/Oksanen/Räsänen 2018.

8 Reinemann et al. 2019.

9 Hohnstein/Glaser 2017; Meleagrou-Hitchens/Kaderbhai 2017.

10 Ritzmann im Interview mit Kixmüller 2018.

Propaganda einsetzt, um zu „führen“ (= Push-Faktoren) erfolgreich sind, hängt daher auch von den Eigenschaften des Publikums (= Pull-Faktoren) ab, dass sich „führen“ lassen muss.

Es gibt einige Gemeinsamkeiten bezüglich der bedeutsamen Push- und Pull-Faktoren im Rechtsextremismus und islamistischen Extremismus¹¹ – auch wenn es um Online-Propaganda geht. Diese phänomenübergreifenden Faktoren stehen im Mittelpunkt dieses Kapitels, für Spezifika einzelner Phänomenbereiche verweisen wir auf die Beiträge zur Phänomenologie in diesem Band (s. Kap. 2).

Online-Medien bieten auch neue Möglichkeiten für die Extremismusprävention

Online-Medien sind nicht nur für die Verbreitung und Wirkung extremistischer Propaganda relevant – auch für die Extremismusprävention können sie eingesetzt werden. So können Sozialarbeiterinnen und -arbeiter online ins Gespräch kommen, und politische Bildungsträger erreichen im Netz neue Zielgruppen. Online-Medien bieten in diesem Kontext daher einzigartige Gelegenheiten, sich über Hilfsangebote jenseits des sozialen oder geographischen Nahraums zu informieren.

Die Rolle von Online-Medien muss auf mehreren Ebenen betrachtet werden

Vor diesem Hintergrund beleuchtet das vorliegende Kapitel die Bedeutung von Online-Medien sowohl für extremistische Radikalisierungsprozesse, als auch für Präventionsansätze auf drei Ebenen: auf der „Makro-Ebene“ der **digitalen Gesellschaft**, der „Meso-Ebene“ **virtueller Gemeinschaften**, und der „Mikro-Ebene“ des **Online-Individuums**. Im Fokus stehen jeweils die veränderten **Voraussetzungen** für Radikalisierungsversuche, die sich in der digitalen Welt ergeben, die **Wirkung**, die extremistische Propaganda auf die jeweilige Zielgröße (Gesellschaft, Gruppe, Individuum, s. Kap. 3.1-3.3) hat, und welche Implikationen sich daraus für die **Prävention** ergeben.

Die digitale Gesellschaft

Radikalisierung in der digitalen Gesellschaft

Gesellschaftliche Meinungsbildungsprozesse finden heutzutage mit Hilfe von Online-Medien statt. Früher kam den Massenmedien (beispielsweise dem Rundfunk, den Tageszeitungen im Bereich Print und dem Fernsehen) die zentrale Rolle zu, zwischen dem politischen System und den Bürgerinnen und Bürgern zu vermitteln, um eine informierte Teilhabe zu ermöglichen. Online wird das Angebot an medialen Informationen durch unzählige alternative Nischenprodukte ergänzt, auch solche mit extremistischen Inhalten. Die Vielfalt an extremistischen Angeboten profitiert von drei fundamentalen Veränderungen: Wer Inhalte veröffentlichen kann, wie diese Inhalte ausgewählt werden und die globale Vernetzung von Inhalten.

Vielfalt von Aktiven durch den Wegfall von „Gatekeeperinnen und -keepern“

Früher waren Medien in ihren Möglichkeiten, Inhalte zu veröffentlichen, durch verschiedene Faktoren begrenzt, etwa durch die Seitenzahl einer Zeitung. Meist entschieden Profis, etwa Herausgeberinnen und Herausgeber, welche Informationen es durch dieses „Tor“

¹¹ Ebner 2017.

(engl. Gate) in die Arena der Öffentlichkeit schafften und gedruckt oder ausgestrahlt wurden. Das hat sich mit dem Internet verändert. Heutzutage kann quasi jede und jeder eigene Inhalte erstellen, kommentieren, und diese – zumindest potenziell – einem globalen Massenpublikum zugänglich machen. Auch wenn zumindest in Deutschland immer noch die meisten Menschen ihre Nachrichten primär durch den Fernseher erhalten,¹² degradiert das Internet Medienmacherinnen und -macher durch die Veröffentlichungsmöglichkeiten in vielerlei Hinsicht von Torwächterinnen und -wächtern (engl. Gatekeepern) zu „Torbeobachterinnen und -beobachtern“.¹³ Daher macht es allein die schiere Masse an Zugängen zu digitalen Öffentlichkeiten unmöglich, das Hochladen von Propagandainhalten zu verhindern. So berichtete Facebook, dass das Video des rechtsextremistischen Terroristen, der im neuseeländischen Christchurch im März 2019 in zwei Moscheen 50 betende Musliminnen und Muslime getötet und seine Tat live im Netz gestreamt hatte, zunächst nur von 200 Personen gesehen worden war. Insgesamt fanden sich aber in den ersten Stunden nach dem Anschlag über eine Million Kopien des Videos auf der Plattform. Diesen Umstand machen sich verschiedene Akteurinnen und Akteure zunutze: Grob lassen sich extremistische Medieninstitutionen, Privatpersonen und Fake Accounts unterscheiden.

Extremistische Medieninstitutionen

Das Angebot extremistischer Medieninstitutionen umfasst sowohl Unterhaltungsmedien als auch Nachrichtenkanäle. Insbesondere der selbsterklärte „Islamische Staat“ (IS) machte zu seinen Hoch-Zeiten mit hochprofessionellen, „hollywoodartigen“ Filmen auf sich aufmerksam, die teilweise mit mehreren Kameras und hochkomplexen Zeitlupen von eigenen Filmstudios inszeniert wurden.¹⁴ Aber auch rechtsextremistische Akteurinnen und Akteure nutzen Unterhaltungsmedien wie Videospiele oder Musikvideos für ihre Zwecke.

Für Nachrichten findet sich ein alternatives „Pseudo-Press“-System mit eigenen Medienagenturen, Zeitungen, Radio- und Video Kanälen im Netz. Auf Seiten islamistischer Extremistinnen und Extremisten sind das etwa die Nachrichtenagentur des „IS“, die Aamaq News Agency, die sich unter anderem mit der Verbreitung von Bekenner-Meldungen zu terroristischen Anschlägen einen Namen gemacht hat, oder die online Hochglanzmagazine Dabiq oder Rumiah. Im ultra-rechten Spektrum tragen in Deutschland (ebenso wie global) unzählige pseudo-journalistische Websites, Blogs und angebliche Online-Zeitungen zur Verbreitung von propagandistischen Desinformationen bei. Die lebhaft geführte Debatte um sogenannte „Fake News“ im Nachklang der US-Wahl 2016 ist nur ein Ausdruck dieser umfassenden „Desinformationsordnung“.¹⁵

Für Mediennutzende ist es häufig schwer, zwischen politisch verzerrter Meinung und faktisch akkuraten Nachrichten zu unterscheiden. So zeigte eine Studie des Pew Research Centers 2018, bei der einer repräsentativen Stichprobe von Amerikanerinnen und Amerikanern jeweils fünf Fakten und fünf Meinungsäußerungen vorgelegt wurden, dass nur 26 Prozent der Befragten alle Fakten korrekt als Fakten identifizieren konnten. Bei Meinungsäußerungen erkannten lediglich 35 Prozent, dass es sich um eine Meinungsäußerung und nicht um ein Faktum handelte.¹⁶

¹² Hasebrink/Hölig 2017.

¹³ Engl. Gatewatcher; Bruns 2009.

¹⁴ Für einen Überblick s. Winter 2015.

¹⁵ Bennett/Livingston 2018.

¹⁶ Mitchell et al. 2018.



DESINFORMATIONEN

Desinformationen sind absichtlich verzerrte oder frei erfundene Inhalte mit überdauernder Täuschungsabsicht, etwa frei erfundene Gerüchte über Straftaten von Geflüchteten. Manchmal werden Desinformationen auch als „Fake News“ bezeichnet, allerdings sind Desinformationen nicht unbedingt „fake“ – oft werden korrekte Inhalte in einen verzerrten Kontext gesetzt oder mit irreführenden Überschriften versehen.

Gezielte Desinformationen und Propaganda werden längst nicht nur von extremistischen Medieninstitutionen verbreitet, auch andere Mediennetzwerke – teilweise mit Verbindungen zu staatlichen Stellen – werden zu Propagandazwecken eingesetzt oder spielen extremistischen Narrativen in die Hände. Etwa wenn der russische Auslandssender Russia Today (RT) Verschwörungstheorien verbreitet, oder ungarische und iranische Nachrichtenmedien Falschnachrichten anonymer Schweizer Verschwörungstheorieblogs teilen. Zudem verbreiten sich Falschmeldungen auch über professionelle Medienkanäle und politische Akteurinnen und Akteure. Für Deutschland beobachtete die Stiftung Neue Verantwortung, dass neben rechtsextremistischen und rechtspopulistischen Akteurinnen und Akteuren auch unsauber arbeitende Massenmedien zur Verbreitung von Fehlinformationen beitragen. Die Washington Post identifizierte beispielsweise 492 Falschaussagen, die der amtierende US-Präsident Donald Trump in den ersten 100 Tagen seiner Regierung tätigte.

Die chinesische Regierung hat gar ein offizielles Propaganda-Ministerium, das unter anderem die Inhaftierung und „Umerziehung“ der muslimischen Minderheit der Uiguren unter unmenschlichen Bedingungen als „Kampf gegen der Terror“ verbrämt.

Es ist daher kaum verwunderlich, dass sich propagandistische Gerüchte und Desinformationen teilweise mit enormem Erfolg verbreiten. Als Kanzlerin Merkel 2018 ein Interview zu der Entscheidung der Essener Tafel gab, keine Menschen mit Migrationshintergrund mehr aufzunehmen, wurde der stark verzerrte Artikel des rechtsextremen Blogs „Halle Leaks“, bei dem der Kanzlerin ein gefälschtes Zitat zugeschrieben wurde, bei Facebook 134 mal so häufig geteilt wie der entsprechende Artikel der „Zeit“ zum selben Thema.¹⁷

Auch bei Twitter verbreiten sich Gerüchte schneller als professionelle Nachrichten, wie eine Studie aller zwischen 2006 und 2017 auf Twitter geteilten Nachrichten, die als „falsch“ gekennzeichnet wurden, zeigt – insbesondere, weil Mediennutzerinnen und -nutzer mit geringer „Twitter-Erfahrung“ dazu beitragen, Falschmeldungen zu verbreiten und so die Reichweite dieser Inhalte vergrößerten.¹⁸

Privatpersonen

Online-Medien ermöglichen es auch „Privatpersonen“ ohne institutionellen Rahmen, zu Propagandistinnen und Propagandisten zu werden. Ein rassistischer Kommentar ist rasch gelikt, ein Poster des Lieblingscomputerspiels mit dem Slogan „Call for Jihad“ zu versehen, dauert nur wenige Minuten und ein Statement-Meme¹⁹ zum „weißen Stolz“ ist bei Instagram schnell gepostet, gelikt oder geteilt. Es ist daher wenig verwunderlich, dass ein Großteil der rechtsextremistischen Inhalte, die Jugendschutz.net 2016 überprüfte, auf einzelne Posts und Kommentare entfiel. Nur acht Prozent der gesichteten Web-Angebote waren ganze Profile oder Kanäle, nur zwei Prozent ganze Websites.²⁰

¹⁷ Unseren eigenen Analysen zufolge: 15.791 mal (Brinkschulte/Frischlich 30.03.2018, Facebook-Engagement via Netvizz)

¹⁸ Vosoughi/Roy/Aral 2018.

¹⁹ Als Meme bezeichnet man kulturtypische Ideen, Stilrichtungen oder Wissensinhalte, die sich von Account zu Account verbreiten. Meist wird die Bezeichnung umgangssprachlich für einen interessanten oder amüsanten Online-Inhalt verwendet, der sich rasch im Netz verbreitet. Oft handelt es sich um Bilder, die mit einer bestimmten Textbotschaft kombiniert werden.

²⁰ Jugendschutz.net 2016.

Privatpersonen kommt bei der Verbreitung extremistischer Inhalte eine wichtige Rolle zu. Je mehr Nutzerinnen und Nutzer extremistische Inhalte auf ihren eigenen Accounts teilen, sie auf andere Server laden oder in anderen sozialen Medien verbreiten, desto größer wird die Reichweite entsprechender Inhalte, desto schwieriger wird es, Inhalte aus dem Netz zu entfernen, und desto schwieriger ist es oft auch für Mediennutzerinnen und -nutzer, den Ursprung von Informationen nachzuvollziehen. Nicht immer ist dabei davon auszugehen, dass Privatpersonen sich ihrer „Propaganda-Tätigkeit“ bewusst sind.²¹

Fake Accounts und gefälschte Gruppen

Extremistische Personen setzen auch gefälschte Nutzerprofile, sogenannte „Fake Accounts“ für ihre Zwecke ein. So zeigt eine dänische Untersuchung, dass sich Rechtsextremistinnen und Rechtsextremisten als Jihadistinnen bzw. Jihadisten tarnen und gefälschte Propaganda-Seiten aufsetzen, um Belege für die „Gefahr“ durch islamistische Extremistinnen und Extremisten zu liefern.²² Medienberichte zeigen, dass auch deutsche rechtsextremistische Personen sich als „besorgte“ Bürgerinnen und Bürger ausgeben, um den Hass auf Geflüchtete zu schüren.²³ Unsere eigenen Analysen zeigen, wie sie versuchen, mit Hilfe von Fake-Accounts Präsenz bei Veranstaltungen zu simulieren und Verunsicherung zu schüren.²⁴

Und auch andere Aktive mischen mit: Im Vorfeld der US-Wahl lancierten russische Provokateurinnen und Provokateure mit Hilfe gefälschter Online-Profile ultrakonservative Kampagnen zur Unterstützung des späteren US-Präsidenten Donald Trump. Medienberichten zufolge führten diese Aktionen zu Demonstrationen mehrerer hundert Republikaner.²⁵ Dieselben Fake Account Netzwerke mischten auch im deutschen Bundestagswahlkampf mit, äußerten sich bei Twitter u. a. zu Übergriffen durch Personen mit Migrationshintergrund und betteten diese in ein generelles islamfeindliches Narrativ ein.²⁶

Angesichts der schieren Masse an Online-Inhalten reicht es allerdings nicht, eine Online-Gruppe zu erzeugen oder etwas bei Facebook zu posten – nur Inhalte, die Aufmerksamkeit erregen, können auch eine Wirkung erzeugen. Ob das gelingt, hängt unter anderem von den Funktionsweisen von Algorithmen ab.

Empfehlungsalgorithmen spielen Extremistinnen und Extremisten in die Hände

Viele der Inhalte, die Nutzerinnen und Nutzer zu sehen bekommen, werden im Vorfeld von Algorithmen ausgewählt. Algorithmen sind – etwas vereinfacht dargestellt – festgelegte Ereignisketten, in denen Bedingungen für ein Ereignis festgelegt werden: „wenn a dann b“, „wenn nicht a dann c“. Alle Prozesse, die in Computern oder Smartphones ablaufen, basieren letztlich auf Algorithmen. Kritisch diskutiert werden vor allem Algorithmen, die Inhalte personalisiert auf die Nutzerinnen und Nutzer zugeschnitten auswählen. So nutzt der Algorithmus, der Google zugrunde liegt, seit 2012 verschiedene persönliche Daten der Nutzerinnen und Nutzer, um ihnen ein besonders „gutes“ Suchergebnis zu bieten, etwa um ihnen Restaurants in ihrer Stadt und nicht am anderen Ende des Landes zu empfehlen.

21 Auch staatliche Einzelpersonen können so Propagandistinnen und Propagandisten unterstützen (oder ihnen etwas entgegensetzen). So streitet beispielsweise der amtierende US-Präsident Donald Trump in seinen Tweets häufig den Anstieg einer rechtsextremen Gesinnung ab und unterstützt/legitimiert so indirekt rassistische Äußerungen.

22 Farkas/Schou/Neumayer 2017.

23 Local Times Erfurt 2016.

24 Schatto-Eckrodt et al. ohne Datum.

25 Collins/Poulsen/Ackerman 2017.

26 Appelbaum et al. 2017.

Algorithmen empfehlen auch extremistische Inhalte. Zum Beispiel arbeitet der Empfehlungsalgorithmus bei YouTube mit 'keywords' oder 'tags', mit denen Videos versehen werden. Wird beispielsweise ein Video mit dem Stichwort „Islam“ angesehen, so steigt die Wahrscheinlichkeit, dass zeitgleich auch weitere Videos mit den gleichen oder ähnlichen Stichworten angezeigt werden. Extremistinnen und Extremisten können sich das zunutze machen, um Propaganda in scheinbar harmlose Themenfelder einzuschleusen.²⁷ Selbst unpolitische, gewaltlose Suchanfragen können dadurch zu extremistischem Material führen. Eine Studie zeigt beispielsweise, dass Nutzerinnen und Nutzer mit nur zwei Klicks von Angeboten der Bundeszentrale für politische Bildung bei YouTube zu islamistisch-extremistischen Online-Videos geleitet werden.²⁸

Extremistinnen und Extremisten machen sich auch zunutze, dass viele Soziale Netzwerke durch Empfehlungsalgorithmen „Trends“ (auch „trending topics“ genannt) bei ihren Empfehlungen berücksichtigen. Studien im Rahmen des deutschen Bundestagswahlkampfes zeigen, dass Propagandistinnen und Propagandisten versuchen, mit Hilfe von Fake Accounts solche Trendstatistiken zu verzerren. Beispielsweise wurde der Hashtag #Verräterduell massiv im Rahmen des Kanzlerduells verbreitet.²⁹ Solche Fake-Likes, Shares oder Views sind schon für wenig Geld zu haben, 100 automatisierte „Views“ gibt es im Netz für weniger als einen Euro.³⁰ Angesichts dessen sollte die Anzahl an „Likes“ oder „trending topics“ nie unmittelbar als Abbildung der realen Meinung verstanden werden. Eine Analyse der NGO #ichbinhier zusammen mit dem Institute for Strategic Dialogue³¹ zeigte erst kürzlich, dass fünf Prozent aller Accounts, die bei Facebook mit hasserfüllten Inhalten interagieren, für die Hälfte aller Likes verantwortlich sind.

Haben Mediennutzerinnen und -nutzer erst einmal einen bestimmten rechtsextremen Kanal bei YouTube abonniert, bekommen sie mit einer höheren Wahrscheinlichkeit auch weitere rechtsextreme Kanäle auf der Plattform empfohlen.³² Selbst wenn Personen mit einer „rechtsextremen“ Suchhistorie im Vergleich zu anderen Menschen mit einer „linksextremen“ Suchhistorie dasselbe Video sehen, werden ihnen im Anschluss unterschiedliche nächste Videos empfohlen – die Wahrscheinlichkeiten, mit Videos gegen Gewalt konfrontiert zu werden, verschieben sich.³³ Befürchtet wird, dass dadurch extremistischen Filterblasen entstehen könnten.



FILTERBLASE

Die Filterblasen-Hypothese geht davon aus, dass Empfehlungsalgorithmen dazu führen, dass Mediennutzerinnen und -nutzer online nur noch mit bestimmten, angenehmen Inhalten konfrontiert werden, während alles andere automatisch ausgefiltert wird. Da Menschen Inhalte bevorzugen, die ihre eigene Meinung bestätigen, sind es dann abweichende Meinungen, die ausgefiltert werden.

Studien zeigen jedoch, dass die Filterblasen-Hypothese³⁴ in dieser dramatischen Formulierung wahrscheinlich nicht zutrifft.³⁵ Zwar sind Suchergebnisse bei Google spezifisch an die jewei-

27 Ahmed/George 2017.

28 Schmitt et al. 2018.

29 Grimme/Assenmacher/Adam 2018.

30 Frischlich/Quandt 2019.

31 Kreißel et al. 2018.

32 O'Callaghan et al. 2015.

33 Regnér 2014.

34 Siehe Infobox: Pariser 2011.

35 Haim/Graefe/Brosius 2017.

ligen Nutzerinnen und Nutzer angepasst – in der Regel sind diese Veränderungen jedoch minimal: Zum Beispiel tauchen Artikel zum selben Thema an einer unterschiedlichen Stelle in den Suchergebnissen auf. Das betrifft zudem nicht die obersten, „prominentesten“ Ergebnisse, sondern eher die Anzeigen etwas weiter unten.³⁶ Generell ermöglichen Online-Medien erst einmal auch den Zugang zu neuen Themen – auch über Länder- und Sprachgrenzen hinweg.

Extremistinnen und Extremisten machen sich die globale Vernetzung zunutze

Schon immer haben Medien uns über Ereignisse jenseits unseres geographischen oder zeitlichen Kontextes informiert, das ist online aber besonders einfach. Diesen Umstand benutzen Propagandistinnen und Propagandisten und beziehen sich zum Beispiel auf globale Konflikte, wie die Verfolgung der Rohingya in Burma.³⁷ Externe Konflikte spiegeln sich auch in deutschsprachiger Propaganda mit Auslandsbezug wider (s. auch Kap. 2.4).

Online-Medien ermöglichen es zudem, auch weit entfernte Ereignisse „in Echtzeit“ mitzerleben. Seit 2016 bietet Facebook die Live-Streaming Funktion an, bei der Nutzerinnen und Nutzer Videos von ihrem Smartphone aus live an ihre Freunde senden können. Plattformen wie Snapchat bieten kurze Videos an, die sich nach einem Tag automatisch löschen (sogenannte „Stories“). Jugendschutz.net erwähnt in seinem aktuellen Bericht zum Islamismus im Internet auch die Tatsache, dass Extremistinnen und Extremisten mit Hilfe von solchen Live-Werkzeugen gezielt Teilhabe am extremistischen Leben ermöglichen.³⁸ Ein Beispiel ist die Live-Übertragung des rechtsextremistisch-motivierten Terroranschlags in Christchurch über Facebook Live.

Durch globale Vernetzung können beispielsweise auch Russland-finanzierte Werbeanzeigen in adaptierter Form als rechtspopulistisches Meme im deutschen Bundestagswahlkampf auftauchen,³⁹ schließlich ist die globale Vernetzung extremistischer Akteurinnen und Akteure online einfacher zu bewerkstelligen, als wenn Treffen physisch stattfinden müssten. Gerade wenn es um die Vermittlung von Wissen, die Koordination von transnationalen Aktionen oder den Austausch konkreter Propaganda-Materialien geht, bieten Online-Medien praktische Strukturen an.

Als Fazit kann für die Ebene der digitalen Gesellschaft festgehalten werden, dass durch das Internet Akteurinnen und Akteure Zugang zu digitalen Öffentlichkeiten erhalten. Diese Möglichkeiten werden auch für die Lancierung und Verbreitung extremistischer Propaganda missbraucht. Empfehlungsalgorithmen und globale Vernetzung spielen Extremistinnen und Extremisten dabei in die Hände und können die Reichweite extremistischer Inhalte erhöhen. Die gleichen Möglichkeiten kann sich jedoch auch die Extremismusprävention zunutze machen.

Prävention in der digitalen Gesellschaft

Die Digitalisierung ermöglicht es mehr Akteurinnen und Akteuren, Propaganda im Netz zu verbreiten. Entsprechend braucht die universelle Radikalisierungsprävention (für Details zu unterschiedlichen Präventionsformen, s. Kap. 5.1) in der digitalen Gesellschaft verschiedene

³⁶ Flaxmann/Rao 2016.

³⁷ Benigni/Joseph/Carley 2017.

³⁸ Frankenberger et al. 2018.

³⁹ Frischlich 2018.

Handelnde, die sich grob in 1. Institutionen, 2. Zivilgesellschaft sowie 3. Medien und 4. Plattformbetreiber unterteilen lassen.

Institutionen

Behörden

Neben der institutionalisierten Gesamtprävention (s. Kap. 5 und 6) können Behörden eine wichtige Rolle in der strategischen Aufklärung über Präventionsangebote spielen. Beispielsweise stellt die Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) Materialien über Extremismen zur Verfügung und bietet im Rahmen des „Infodienstes Radikalisierungsprävention“ eine digitale Übersicht für Anlaufstellen im Kontext (ausschließlich) islamistisch-extremistischer Radikalisierung an. Auch das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) stellt Themendossiers zu (wiederum islamistisch-extremistischer) Radikalisierung an. Die Sicherheitsbehörden veröffentlichen Informationen zu verschiedenen Extremismen (u. a. gegen Rechtsextremismus unter Polizei-Beratung.de). Inwiefern diese Informationen es jedoch in die digitalen Lebenswelten Jugendlicher (oder von Pädagoginnen und Pädagogen) schaffen, ist unseres Wissens nach kaum beleuchtet. Immerhin: Die BpB ist auch bei Instagram, Facebook und Twitter vertreten.

Das Wissen über Meldesysteme für problematische Inhalte, wie sie beispielsweise Jugendschutz.net, das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet, mit dem Online-Meldeformular <http://www.hass-im-netz.info/> anbietet, ist unserer praktischen Erfahrung nach nicht weit genug verbreitet. Hier wären Aufklärungskampagnen auf breiter Basis wünschenswert.

Generell könnten auch staatliche Stellen Online-Medien nutzen, um über eigene Inhalte zu informieren und um den Dialog mit Bürgerinnen und Bürgern zu ermöglichen. Bund, Ländern und Kommunen kommen dabei auch im Umgang mit Online-Propaganda jeweils eigene Aufgabenbereiche zu, auf die an dieser Stelle jedoch nicht detailliert eingegangen werden kann. Die Kapitel 5, 6 und 7 bieten vertiefte Informationen zu den Präventionsangeboten auf den verschiedenen Verwaltungsebenen.

Zudem ist die Stärkung von demokratischen Grundhaltungen durch klare Positionierung gegen Extremismus von Seiten der Politik und ein Ausbau bzw. zumindest eine Verstärkung medialer Sensibilisierungs-Kampagnen und Programmen wünschenswert. Ein Vielfaltsdiskurs, wie wir ihn nicht erst seit der Zuwanderung führen sollten (seien es die Zuwanderungsströme in den 1960ern oder die in den letzten Jahren) und der bereits im Kindesalter begonnen werden muss, kann ein wichtiger Baustein für den Widerstand gegen Rassismen und Ideologisierungen jeglicher Art sein.

Schulen

Schulen kommt eine zentrale Rolle bei der Vermittlung von (Medien-)Kompetenzen an junge Mediennutzerinnen und -nutzer zu. Die Vielfalt an extremistischer Propaganda im Netz und die Verbreitung von Desinformationen stellen Pädagoginnen, Pädagogen, Eltern und Schülerinnen bzw. Schüler vor neue Herausforderungen. Es gibt jedoch verschiedene Projekte, die Bildungseinrichtungen bei dieser Herausforderung unterstützen. Der Aufgabe der Medienkompetenzvermittlung und Aufklärung in Schule und Unterricht nehmen sich beispielsweise die im Folgenden vorgestellten Projekte klicksafe und CONTRA an (für einen Gesamtüberblick über die deutsche Präventionslandschaft, s. Kap. 7).



BEISPIELE AUS DER ARBEIT VON KLICKSAFE

Klicksafe ist eine Sensibilisierungskampagne zur Förderung der Medienkompetenz im Umgang mit dem Internet und neuen Medien im Auftrag der Europäischen Kommission. Die Plattform bietet neben Informationen für Eltern unter anderem konkrete Stundenentwürfe an, mit denen Pädagoginnen und Pädagogen Themen wie Online-Propaganda, Hasskommentare oder Desinformationen mit Schülerinnen und Schülern bearbeiten können.

Konkret werden in solchen Stundenentwürfen Szenesymbole, Slogans und Mechanismen der rechtsextremistischen und islamistisch-extremistischen Szene in Deutschland anhand realer Beispiele aus dem Social Web analysiert und auf ihre Wirkungskraft hin untersucht oder menschenverachtende Inhalte und Feindbildkonstruktionen unter die Lupe genommen.

Insbesondere beim Deuten von Erkennungszeichen einer möglichen Radikalisierung ist Umsicht und Kenntnis vonnöten, um Vorverurteilungen zu vermeiden, die fruchtbare Auseinandersetzungen verhindern und Ausgrenzungserfahrungen begünstigen können. Selbstevaluationsbögen und Sachinformationen unterstützen Lehrpersonen dabei, das eigene Vorwissen einzuschätzen und sensibilisiert vorzugehen. Aussteigergeschichten helfen, Faszinationen erfahrbar zu machen, ein Umdenken zu verfolgen und Wege aus der Radikalisierung nachempfinden zu können. Welche Handlungsoptionen Mitlesende, Mitwissende sowie Freundinnen und Freunde bei ideologisierten Menschen haben, wird exemplarisch anhand der Vorstellung von Melde- und Hilfesystemen sowie Argumentationstrainings gegen extremistische Ansichten vermittelt.

Das Entlarven von Desinformationen über Methoden wie den „faktenfinder“ der Tagesschau oder die „Hoaxmap“ (Falschmeldungen zu Geflüchteten) kann vor schneller Übernahme extremistischer Meinungen schützen. Spannend für Schülerinnen und Schüler ist auch die technische Möglichkeit der Google Image Reverse Suche, mit der man manipulierte Bilder entlarven kann. So kann der Ursprungsort des Bildes vor einer Manipulation herausgefunden und das Bild richtig eingeordnet werden. Die Schülerinnen und Schüler lernen, dass bei Sozialen Medien die Dichte an Falschinformationen höher ist als bei klassischen Portalen mit Gatekeeperfunktion. Verschwörungstheorien, Filterblasen, Echokammern und die Algorithmisierung unserer Informationswelt können hier flankierende Themen der Unterrichtseinheit sein.



BEISPIELE AUS DER ARBEIT VON CONTRA

Im EU-Forschungsprojekt CONTRA wurden Lernmaterialien entwickelt, die Jugendliche auf Manipulationsversuche und Ansprachen im Internet vorbereiten sollen, indem sie sie darin stärken, problematische Inhalte zu erkennen, zu reflektieren und zu Handlungsideen zu empowern. Um diese Ziele zu erreichen, wurde der Fokus auf die Förderung von Medienkritikfähigkeit gelegt. Die Lernmaterialien dienen der Primärprävention und behandeln die Erarbeitung einer Arbeitsdefinition von Online-Propaganda (Aufmerksamkeit und Sensibilisierung: Was ist Propaganda, woran kann man sie erkennen?), einer analytisch-kritischen Reflexion der Inhalte und des Umgangs mit ihnen und der Stärkung und Vertretung der eigenen Position in diesem Zusammenhang (Empowerment).

Da in diesem Projekt der Schwerpunkt auf Online-Propaganda gelegt wird, wird in den Lerneinheiten auch Wissen darüber vermittelt, wie das Internet Informationen aufbereitet und verbreitet, beispielsweise umfassen die Lerneinheiten Übungen zu den Manipulationsversuchen und -mechanismen von Online-Propaganda (Welche rhetorischen und visuellen Mittel werden in ihr verwendet?), als auch zur Arbeitsweise von Online-Medienangeboten (Arbeitsweise von automatisierten Algorithmen, Filterblase).

Wichtig erscheint die Förderung von Medienkritikfähigkeit auch aus dem Grund, da häufig ein Ungleichgewicht herrscht: Einer sehr medienaffinen und „digitalisierten“ extremistischen Propaganda-Maschinerie stehen häufig auf Seiten der Prävention gemischte Erfahrungen im Umgang mit digitalen Medien gegenüber. Es gehört daher auch die Notwendigkeit dazu, dass sich Lehrende mit der Thematik vertraut machen und eventuelle Wissenslücken zu Online-Propaganda und Arbeitsweise von Algorithmen schließen.

Zivilgesellschaft

Neben der Vermittlung von Wissen über Manipulationsversuche an Schülerinnen und Schüler ist es oft auch für Eltern sowie Pädagoginnen und Pädagogen wichtig, sich über entsprechende Themen aktuell informieren zu können. Hier können Websites mit frei verfügbaren Infomaterialien, wie sie etwa von Trägern wie ufuq.de zur Verfügung gestellt werden, einen niedrigschwelligen Zugang bieten. Gerade für ältere Mediennutzende mit wenig Online-Erfahrung kann es schwer sein, Desinformationen und Online-Propaganda zu erkennen oder zu überprüfen.⁴⁰ Hier fehlen medienpädagogische Angebote jenseits des schulischen Umfeldes.

Insgesamt kommt der Zivilgesellschaft eine wichtige Rolle bei der Verbreitung nicht-extremistischer Online-Inhalte zu. Sei es, dass Jugendliche eigene Narrative ins Netz stellen, oder dass Kunstschaffende sich in ihren Werken für eine pluralistische demokratische Gesellschaft einsetzen – das Netz braucht die vielfältigen Stimmen aller. Oft ist es so, dass der größte Teil der Mediennutzerinnen und -nutzer Online-Inhalte nur konsumiert, deutlich weniger von ihnen produzieren eigene Inhalte oder Kommentare und ein winziger Teil ist für den Großteil an Inhalten im Netz selbst verantwortlich.

Durch den Wegfall der „Gatekeeper“ steigt nicht nur die Wahrscheinlichkeit, dass Mediennutzerinnen und -nutzer auf problematische Inhalte im Netz stoßen, sondern auch, dass sie entsprechende Inhalte melden.⁴¹ Dazu gehört sicherlich eine Portion „Netzcourage“ – zivilgesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein ist etwas, das immer wieder betont und durch einfache Meldevorgänge und Anleitungen allen Nutzerinnen und Nutzern ermöglicht werden sollte. In Zeiten, in denen Live-Videos von Terrorangriffen wie dem Christchurch Shooting kursieren, sollte jede Person sich vor dem Teilen fragen, welche ethischen und rechtlichen Grundsätze sie verletzt.

Medien

Noch immer informieren sich die meisten Deutschen durch traditionelle Massenmedien über das Weltgeschehen.⁴² Medien spielen daher eine wichtige Rolle bei der Meinungsbildung über Terrorismus und Extremismus.⁴³ Das Aufkommen von Faktencheck-Organisationen zeigt, dass dies auch bei der Verfügbarmachung zuverlässiger Informationen angesichts der Massen an Desinformationen im Netz der Fall ist. Der Umgang mit Propaganda, Terrorismus und Desinformationen stellt Medienschaffende vor große Herausforderungen.⁴⁴ Gleichzeitig werden sie selbst zum Angriffsziel für extremistische Manipulationsversuche.⁴⁵ Die Schulung von Journalistinnen und Journalisten für den Umgang mit extremistischer Propaganda, Hasskommentaren⁴⁶ oder Desinformationen, wie sie die US-NGO firstdraft.com⁴⁷ anbietet, können hier wertvolle Impulse liefern. Einen guten Überblick über die Manipulation der Aufmerksamkeitsökonomie durch extremistische

40 Guess/Nagler/Tucker 2019.

41 Über die Reichweite der Plattformanbieter hinaus gibt es weitere Meldestellen für Propaganda, Hate Speech und andere problematische Inhalte, beispielsweise das Demokratiezentrum BW.

42 Hasebrink/Hölig 2017.

43 Brosius/Esser 1995; Frindte/Haußecker 2010.

44 Weichert 2007; Marwick/Lewis 2017.

45 Frischlich/Boberg/Quandt 2017; Preuß/Tetzlaff/Zick 2017.

46 Etwa Antonio Amadeu Stiftung, Kahane 2015.

47 firstdraftnews.com.

Personen und wie Medien extremistischen Feuern den Sauerstoff entziehen können, bietet Phillips 2018.

Plattformbetreiber

Von einer Verantwortung über die Verbreitung und Tolerierung extremistischer Inhalte können auch Diensteanbieter wie Google, YouTube, Twitter oder Facebook nicht freigesprochen werden. Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz ist – trotz aller berechtigten Kritik – ein erster Schritt in Richtung der Inpflichtnahme der Dienstbetreiber. Zu lange wurden und werden das Wachsen und Versammeln über soziale Netzwerke für Hass und Hetze, der Austausch über Vorbereitung und Planung von Anschlägen oder die Verfügbarkeit von Bombenbauanleitungen von Seiten terroristischer Zellen in geschlossenen Systemen wie bspw. dem Krypto-Messenger Telegram⁴⁸ geduldet. Propagandainhalte wurden nicht nachhaltig gelöscht. Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass sich die Plattformbetreiber durchaus bemühen, Extremismus im Netz entgegen zu treten. So berichtet etwa jugendschutz.net, dass die Löschung jugendgefährdender Inhalte inzwischen deutlich besser funktioniere.⁴⁹ Beispielsweise kann für die Monate Januar bis Juli 2018 festgehalten werden, dass auf den Plattformen von Twitter, Facebook und Google mehr als 500.000 Inhalte gemeldet worden sind, von denen wiederum durch die Betreiber 17 Prozent gelöscht wurden.⁵⁰ Schwieriger sieht es auf „Randplattformen“ aus, die sich teilweise ausdrücklich durch eine Ablehnung von Zensur („Gab.ai“), die angebliche Förderung freier Rede (Gabs „Dissenter“) oder durch Trolling geprägte Imageboardkultur (4Chan, 8Chan etc.) definieren.

Gleichzeitig muss das Löschen von Inhalten immer auch sorgsam im Kontext des Grundrechtes auf freie Meinungsäußerung diskutiert werden – Meinungsfreiheit ist nicht umsonst ein zentrales demokratisches Gut. Die Bestimmung dessen, was „Hassrede“ oder „Propaganda“ eigentlich ist, ist häufig nicht einfach und vom Kontext abhängig. Unterschiedliche Akteurinnen und Akteure können dieselben Inhalte anders verstehen. Hier stoßen standardisierte Vorgehensweisen entsprechend rasch an ihre Grenzen. Es sollte dabei auch über die möglichen Nebenwirkungen von verschiedenen Empfehlungsalgorithmen diskutiert werden. Desinformationen, zum Beispiel viel gelikte und geteilte Beiträge, die Unwahrheiten über Geflüchtete verbreiten, könnten durch Algorithmen „belohnt“ werden im Sinne der Adwords-Monetarisierung, des Rankings oder der Reichweite.

Die Entwicklung von Präventionsstrategien auf Seiten der Plattformbetreiber könnte daher sowohl auf Ebene des Findens problematischer Inhalte ansetzen, als auch auf Ebene algorithmischer Funktionen passieren. So könnten Unternehmen und Plattformbetreiber sich das bereits erwähnte Microtargeting zunutze machen. Das Project „Redirect“, welches zum Google-Konzern gehört, zeigt beispielsweise Mediennutzerinnen und -nutzern, die bei YouTube nach Extremismus suchen, als „Werbung“ vor dem eigentlichen Video zunächst ein Video gegen Extremismus.⁵¹ Eine Initiative von Geflüchteten mit dem Titel #Search racism, find truth versuchte ähnliches im deutschsprachigen Bereich und schaltet kurze Videos vor fremdenfeindlichen rechtspopulistischen YouTube Videos.⁵²

48 jugendschutz.net.

49 Glaser et al. 2017.

50 Gollatz/Riedl/Pohlmann 2018.

51 redirect.

52 #search-racism-find-truth.

Als Fazit kann für die Prävention in der digitalen Gesellschaft festgehalten werden, dass es sich hier um ein Querschnittsthema handelt, das alle Präventionsakteure betrifft. Kontinuierlicher Austausch und eine breite Vernetzung sind daher Basis einer erfolgreichen Präventionsarbeit auf gesellschaftlicher Ebene. Weder Propaganda noch Prävention sind jedoch allein als gesellschaftliche „Makro“-Phänomene zu verstehen; soziale Dynamiken und die Gruppen, in denen Mediennutzerinnen und -nutzer sich (auch) im Netz bewegen, ihre virtuelle Gemeinschaft, spielen ebenfalls eine zentrale Rolle.

Die virtuelle Gemeinschaft

Radikalisierung in virtuellen Gemeinschaften

Wer wir sind, wird auch durch die sozialen Gruppen geprägt, denen wir angehören und mit denen wir uns identifizieren, etwa unsere Familien, Freunde, Religion oder Nationalität. Die Möglichkeit, über Online-Medien ständig mit anderen aus unserer Gruppe verbunden zu sein, verändert dabei zwar nicht, dass wir uns zu Gruppen zusammenfinden, aber es ist davon auszugehen, dass sich verändern kann, wie wir uns zusammenfinden. Online-Medien bieten unzählige Möglichkeiten, sich in virtuellen Gruppen auszutauschen und Gleichgesinnte zu finden. Sie können daher als Infrastruktur für extremistische Gruppen dienen und dabei helfen, bestimmte kollektive Identitäten – etwa das „deutsch“ oder „muslimisch“ Sein – im Sinne extremistischer Ideologien zu interpretieren und zu festigen.

Virtuelle Gruppen als wirksame Infrastruktur für Extremistinnen und Extremisten

Online ist es besonders leicht, Gruppen zu finden, die die eigenen Interessen oder Erfahrungen teilen, selbst dann, wenn die Mitglieder offline weit verstreut sind. 2017 nutzten beispielsweise bereits mehr als eine Milliarde Menschen die Gruppen-Funktion bei Facebook, in Deutschland allein waren es Millionen.⁵³ Die meisten davon sind vermutlich nicht politisch oder gar extremistisch orientiert. Allerdings können Gruppen eben auch für extremistische Zwecke genutzt werden: So plante die rechtsterroristische Vereinigung „Revolution Chemnitz“ Medienberichten zufolge ihren Anschlag mit Hilfe einer Chat-Gruppe im Instant Messenger Telegram.⁵⁴

Mangelnde Datenlage zur Nutzung virtueller Gruppen

Noch ist vergleichsweise wenig über die Nutzung von virtuellen Gruppen speziell durch extremistische Personen bekannt, obwohl solche Gruppen bereits von Al-Qaida als zentrales Rekrutierungsinstrument angesehen wurden.⁵⁵ Bekannt ist, dass etwa antisemitische Cyberhate-Gruppen innerhalb kürzester Zeit Tausende von Mitgliedern anziehen können und Hunderte von Facebook-Gruppen ihre Identität als ‘Tea-Party’-Mitglied zelebrieren.⁵⁶ Es kann sehr schnell gehen, solchen Online-Gruppen beizutreten, ein Klick genügt. Manchmal ist aber auch eine gesonderte Anmeldung oder sogar ein gewisses Engagement im Vorfeld notwendig, etwa eine Begründung, warum man beitreten möchte.

⁵³ Facebook Newsroom 2017.

⁵⁴ Machowecz et al. 2018.

⁵⁵ Torok 2010.

⁵⁶ Morin/Flynn 2014; Oboler 2015.

Während davon einerseits die Privatsphäre der Mediennutzerinnen und -nutzer profitiert, erschwert sich andererseits die (wissenschaftliche) Untersuchung entsprechender Foren.

Letzteres gilt aber natürlich nicht nur online: Das Spannungsfeld zwischen dem Recht auf Privatsphäre und dem Bedürfnis, Informationen zu sammeln und auszuwerten, existiert online wie offline. Berichte über das „Innenleben“ extremistischer Gruppen existieren daher mehrheitlich durch investigative Journalistinnen und Journalisten, die sich ‚undercover‘ in solchen Gruppen bewegt haben.⁵⁷ Solche Ansätze bewegen sich stets in einem schwierigen ethischen Spannungsfeld und laufen Gefahr, das Misstrauen gegenüber dem Journalismus (in rechten Kreisen häufig als „Mainstream“-Medien verteufelt) innerhalb extremistischer Echokammern zu begünstigen.

Extremisten halten sich (auch) in Echokammern auf

Ähnlich wie bei der Filterblasen-Hypothese sind die empirischen Belege für Echokammern⁵⁸ eher gemischt. Die meisten Mediennutzerinnen und -nutzer konsumieren sehr unterschiedliche Medien – sie lesen Zeitung, scrollen durch Facebook und schauen Fernsehen. Diese Vielfalt schränkt die Wahrscheinlichkeit von Echokammern ein.⁵⁹ Gerade extremistische Szenen achten aber darauf, dass ihre Mitglieder nicht zu viel „Abweichendes“ konsumieren.⁶⁰ So zeigen Studien, dass Personen, die an Verschwörungstheorien glauben, bei Facebook hauptsächlich mit anderen Personen interagieren, die auch an solche Theorien glauben, aber nicht mit Personen, die wissenschaftliche Quellen konsumieren – und umgekehrt.⁶¹

Je extremer die politische Meinung, desto eher wenden Mediennutzerinnen und -nutzer sich im Netz von Andersdenkenden ab.⁶² Im Laufe der Zeit kann so der Eindruck entstehen, die eigenen (vielleicht auch extremeren) Einstellungen wären mehrheitsfähig. Eine Umfrage unter Teilnehmenden eines digitalen Neo-Nazi Forums in den USA zeigte, dass Personen, die besonders viel Zeit in diesem Forum verbrachten, stärker dazu neigten, die Zustimmung der breiten Bevölkerung zu überschätzen – sie fühlten sich stärker im Recht.⁶³

Virtuelle Gruppen können den Umgang mit Informationen auch dann verzerren, wenn es sich nicht um geschlossene Echokammern handelt: Dies wird häufig darüber erreicht, dass Informationen anders verarbeitet werden, wenn eine kollektive Identität in Personen angesprochen wird, etwa wenn es um „unsere (deutschen/muslimischen etc.) Frauen“ geht.



ECHOKAMMERN

Die Echokammern-Hypothese geht, ähnlich wie die Filterblasen-Hypothese, davon aus, dass Menschen Inhalte bevorzugen, die ihre eigene Meinung bestätigen. Der Unterschied liegt darin, dass Nutzende im Fall einer Echokammer aktiv diejenigen Medien bevorzugen (beispielsweise durch Anklicken bestimmter Beiträge), die ihre Meinung unterstützen, und diejenigen meiden, die abweichende Meinungen und Ansichten verbreiten. Ähnlich wie bei der Filterblasen-Hypothese wird befürchtet, dass dadurch im Laufe der Zeit einseitige (homogene) Meinungsumgebungen entstehen können.

⁵⁷ Schreiber 2016.

⁵⁸ Siehe Infobox: Sunstein 2007.

⁵⁹ Dubois/Blank 2018.

⁶⁰ Neumann/Baugut 2016.

⁶¹ Del Vicario et al. 2016.

⁶² Bright 2017.

⁶³ Wojcieszak 2008.

Der Missbrauch kollektiver Identitäten und (mögliche) Folgen

Wie wir denken, fühlen und sogar, woran wir uns erinnern, wird davon beeinflusst, wie sehr wir uns mit den sozialen Gruppen identifizieren, denen wir angehören, also unserer kollektiven oder sozialen Identität. Nehmen wir uns selbst primär als Teil einer Gruppe wahr (etwa als Deutsche oder Deutscher bzw. Muslimin oder Muslim), fühlen, denken und handeln wir für diese Gruppe.⁶⁴ Das versuchen Extremistinnen und Extremisten sich zunutze zu machen. Beispielsweise ist die „globale Glaubensgemeinschaft“ (Umma) ein bedeutsames Element des muslimischen Glaubens. Islamistische Extremistinnen und Extremisten missbrauchen dieses Element, um ihre Gewalt zu rechtfertigen. Beispielsweise erklärte der selbsternannte Kalif Abu Bakr al-Baghdadi in seiner Ausrufung des „IS“, dieser sei ein Ort, an dem „Araber und Nicht-Araber, Weiße und Schwarze, Bewohner des Ostens und des Westens Brüder“ seien.⁶⁵ Genauso laut rufen rechtsextremistische Personen nach einem globalem „Weißen Stolz“ oder fordern die Verteidigung des „Abendlandes“. Manche träumen Berichten der New York Times zufolge gar von der Rückkehr des kolonialen Rhodesiens.⁶⁶

Auch für extremistische Bewegungen mit Auslandsbezug (s. Kap. 2.4) können Online-Medien bei der Aufrechterhaltung einer gemeinsamen Identität eine wichtige Rolle spielen, da sie Diaspora-Gemeinschaften miteinander vernetzen. Eine Befragung türkischer und kurdischer Mediennutzerinnen und -nutzer in Deutschland, den Niederlanden und Belgien zu den Gezi-Protesten⁶⁷ in Istanbul zeigte, dass Personen mit türkischem oder kurdischem Migrationshintergrund während der Proteste soziale Medien nutzten, um sich stärker mit anderen türkischen und kurdischen Menschen in Europa und in der Türkei zu vernetzen.⁶⁸ Eine verstärkte Vernetzung mit der Herkunftskultur bedeutet dabei keinesfalls eine Abwendung von der Aufnahmegesellschaft – Menschen haben verschiedene kollektive Identitäten; mehrere Identitäten können ein wichtiger Widerstandsfaktor sein.⁶⁹ Die extremistische Ansprache einer kollektiven Identität kann die Ablehnung von Online-Propaganda aber auch stärker machen: Deutsche Studierende lehnten beispielsweise rechtsextremistische Propaganda stärker ab als islamistisch-extremistische. Bei in Deutschland lebenden muslimischen Studierenden war es genau umgekehrt: Sie standen islamistisch-extremistischer Propaganda kritischer gegenüber.⁷⁰ Radikalisierung entsteht erst dann, wenn eine einzelne extremistische Identität fundamental oppositionell wird (s. auch Kap. 3.2).

Konstruktion extremistischer Identitäten

Gerade für Personen, die sich offline ausgeschlossen und gesellschaftlich isoliert fühlen, kann eine virtuelle Gruppe besonders attraktiv sein. Studien zeigen, dass sozialer Ausschluss extremistische Einstellungen begünstigt⁷¹ und das Engagement in virtuellen Grup-

64 Tajfel/Turner 1979.

65 Atwan 2016.

66 Ismay 2018.

67 Die Gezi-Proteste begannen im Mai 2013 in Istanbul mit einer kleinen Gruppe von Aktivistinnen und Aktivisten, die gegen die geplante Umwandlung des Gezi-Parks in ein Einkaufszentrum protestierten. Die Polizei reagierte mit voller Härte, der Premierminister Recep Tayyip Erdoğan verurteilte die Proteste aufs Schärfste. In den folgenden Tagen griffen die Proteste auf weitere Städte über und richteten sich zunehmend gegen die autoritäre Führung des Landes.

68 Giglou/Ogan/d'Haenens 2018.

69 Haslam et al. 2016.

70 Rieger/Frischlich/Bente 2019.

71 Lyons-Padilla et al. 2015; Pfundmair 2018.

pen dazu führt, dass einem die virtuelle Gruppe immer wichtiger wird, selbst wenn es sich um eine „White Pride“ Gruppe handelt.⁷²

Einen der seltenen Einblicke darin, wie sich extremistische Gruppierungen in Medien bilden, stellt die interdisziplinäre Analyse der WhatsApp-Konversation einer deutschen Gruppe islamistisch-extremistischer Jugendlicher dar, die einen Anschlag auf den Essener Sikh-Tempel planten.⁷³ In dieser Analyse beschreiben Autorinnen und Autoren unterschiedlicher Fachbereiche, wie Gruppenphänomene, etwa die Etablierung von Autoritäten oder Identitätskonstruktionsprozesse, sich anhand des Chat-Verlaufes nachvollziehen lassen (für Details zur Studie, s. Kap. 3.2).

Verzerrung kollektiver Erinnerungen

Die Mitgliedschaft in (virtuellen) Gruppen kann nicht nur unser Fühlen und Denken, sondern auch unsere Erinnerungen beeinflussen. Erinnerungen sind sozial geprägt. Über Wiederholungen und gegenseitige Bestätigung kann sich die Erinnerung an ein und dasselbe Ereignis, etwa denselben Krieg, zwischen verschiedenen Gruppen unterscheiden. Das betrifft auch den Umgang mit Erinnerungen an die koloniale Vergangenheit der eigenen Nation,⁷⁴ die in extremistischen Kreisen oft deutlich anders erzählt werden als jenseits dieser Zirkel.

Oft malen Propagandistinnen und Propagandisten die Vergangenheit ihrer sozialen Gruppe in einem rosigen, nostalgischen Licht. Da wird dann die Kameradschaft bei der SS gefeiert oder die „Reinheit“ des Lebens zu Zeiten Mohammeds glorifiziert.⁷⁵ Rechtspopulistische und rechtsextremistische Personen berufen sich dabei oft auf ein ethnisch „reines“ Land (in Deutschland gerne auch das Kaiserreich); islamistische Extremistinnen und Extremisten schwärmen von der Zeit des islamischen Weltreiches. In beiden Fällen entsteht dabei das Bild einer utopischen Vergangenheit, in der Frieden und Ordnung herrschte, Männer noch „echte“ Männer waren und Frauen ihren Platz kannten. „Make America great again“ fordert nicht nur der amtierende US-Präsident: Sowohl rechts- als auch islamistisch extreme Personen berufen sich zudem auf die Zeit der Kreuzfahrer, um sich als Nachfahren eines jahrhunderteumspannenden Kampfes gegen die jeweils anderen zu inszenieren. Studien aus den Niederlanden zeigen, dass solche „kollektiven Nostalgien“ Vorurteile gegenüber Fremdgruppen fördern können. Wer mit Nostalgie an die Niederlande der Vergangenheit denkt, findet eher, dass Niederländisch-Sein ein „Geburtsrecht“ ist, das man als Einwanderin und Einwanderer nicht erwerben kann.⁷⁶

Die Inszenierung von Intergruppenkonflikten

Die Abgrenzung einer idealisierten Eigengruppe gegen eine (oder mehrere) dämonisierte Fremdgruppen spielt eine zentrale Rolle bei Radikalisierungsprozessen (s. auch Kap. 3.2) und kann als ein Kernelement von Propaganda gelten. Bereits der Ur-Vater der Propaganda-Forschung, Harold Lasswell, betonte, dass erfolgreiche Propaganda darauf beruhe, die Bedrohung der Eigengruppe durch einen unwiederbringlich bösartigen Feind zu betonen, der jedoch be-

⁷² McKenna/Bargh 1998.

⁷³ Kiefer et al. 2017.

⁷⁴ Spinney 2017.

⁷⁵ Clarke/Ingram 2018.

⁷⁶ Smeekes/Verkuyten/Martinovic 2015.

kämpft werden könne, solange nur alle zusammenhalten (1927). Diese scharfe Betonung des „Wir-gegen-die“ wird auch durch die Verbreitung von Verschwörungstheorien befeuert.

Nutzung von Verschwörungstheorien

Verschwörungstheorien sind Erklärungen für Ereignisse, die den üblichen Erklärungsmustern widersprechen, wobei die grundlegende Annahme ist, dass diese Ereignisse durch einen geheimen Plan von mächtigen Individuen verursacht werden.⁷⁷ Auch Extremistinnen und Extremisten greifen auf Verschwörungstheorien zurück – etwa die Theorie einer globalen „Verschwörung gegen den Islam“ oder der „Umvolkung“, die dazu diene, die „reine deutsche Rasse“ auszulöschen.⁷⁸

Das Gefühl der Bedrohung durch „die anderen“ kann Aggression und Gewalt begünstigen. Studien zeigen, dass Personen, die sich von Mitgliedern einer Fremdgruppe bedroht fühlen, eher bereit sind, Aggressionen gegen diese Gruppe zu befürworten und selbst auszuüben.⁷⁹ In so einem Klima können auch hasserfüllte Kommentare (englisch hate speech) gegen „die anderen“ im Netz gedeihen.

Hate Speech als Werkzeug der Polarisierung und Radikalisierung

Hate Speech⁸⁰ ist im Netz weit verbreitet. In einer repräsentativen Umfrage berichteten 67 Prozent der Deutschen über 14 Jahren, dass sie zumindest ab und zu Hasskommentare im Netz sehen.⁸¹ Bei den unter 29-Jährigen, die sich traditionell besonders häufig im Netz aufhalten, sind es sogar 91 Prozent. Besonders nach Anschlägen wird das Netz von hasserfüllten Kommentaren überflutet.⁸²

Hasskommentare können bei Lesenden die Einstellung gegenüber den verunglimpften Gruppen verändern und sie dazu anregen, sich selbst negativer über die besagte Gruppe zu äußern.⁸³ Gleichzeitig können Hasskommentare auch direkt denjenigen schaden, die angegriffen werden: Wer Hate Speech im Netz sieht, neigt dazu, anderen Menschen weniger zu vertrauen.⁸⁴ Nicht zuletzt kann Hate Speech weitere Radikalisierungsprozesse fördern: Wer diskriminiert wird und sich ausgeschlossen fühlt, befürwortet radikale Ideen stärker.⁸⁵ Hate Speech könnte diesen Eindruck bei den angegriffenen Personen befördern. Zusammenfassend kann Hate Speech langfristig zu einer Spaltung („Polarisierung“) der Gesellschaft beitragen und zukünftige Radikalisierungsprozesse begünstigen. Es muss demnach festgehalten werden, dass die virtuelle Gemeinschaft eine zentrale Rolle in



HATE SPEECH

Als Hate Speech werden kommunikative Angriffe auf Mitglieder bestimmter sozialer Gruppen bezeichnet, die durch eine verzerrte Einstellung der Täterinnen und Täter gegenüber diesen Gruppen motiviert sind, zum Beispiel durch rassistische, islamophobe, antisemitische oder sexistische Vorurteile.

77 Bruder et al. 2013.

78 Rieger/Schneider 2018.

79 Böhm/Rusch/Gürek 2015.

80 Siehe Infobox: Ebd.

81 Reinemann et al. 2019.

82 Kaakinen/Oksanen/Räsänen 2018.

83 Hsueh/Yogeeswaran/Malinen 2015.

84 Näsi et al. 2015.

85 Lyons-Padilla et al. 2015.

Radikalisierungsprozessen spielen könnte. Virtuelle Gruppen können als Infrastruktur für Aktionen dienen und als Echokammern die eigene Wahrnehmung und Erinnerung verzerren. Extremistinnen und Extremisten missbrauchen kollektive Identitäten für ihre Zwecke und tragen über Verschwörungstheorien und Hasskommentare zur Polarisierung der Gesellschaft bei. Aber nicht nur für Propaganda sind virtuelle Gruppen und Gruppenidentitäten von Bedeutung – auch die Prävention kann sich die Ansprache einer kollektiven Identität in der virtuellen Gemeinschaft zunutze machen.

Ansatzpunkte für die Prävention in virtuellen Gemeinschaften

Extremismusprävention auf der Ebene der digitalen Gemeinschaft betrifft vor allem den Raum der Online Communities, der digitalen Gruppen, die offen – oder auch sehr geschlossen – gestaltet sein können. Entsprechend dem beschriebenen Angebot an extremistischen Gruppierungen, das von offenen Profilen oder Gruppen-Accounts bis zu abgeschotteten, geschlossenen Bereichen reicht, können bzw. sollten Präventionsangebote auf dieser Ebene 1. gefährdete Gruppen auch online ansprechen, 2. Gruppendynamiken (auch) online erforschen und für die Prävention nutzbar machen und 3. den Abbau von Vorurteilen fördern und Ausgrenzungserfahrungen im Netz verhindern.

Gefährdete Gruppen auch online in ihren Communities ansprechen

Da virtuelle Gruppen eine Infrastruktur für extremistischen Austausch (siehe oben) bieten, ist es wichtig, Gegenangebote, Gegenargumente oder auch Gegenerzählungen an den „Orten“ zu schaffen, an denen es zur Anwerbung on- wie offline kommt. Aktionen und Initiativen wie „Was postest du“⁸⁶ von ufuq.de oder „#Ich bin hier“⁸⁷ die sich gegen Hass im Netz einsetzen und dorthin gehen, wo die Meinungen gefestigt werden, zeigen, wie solche Präventionsangebote aussehen können. Voraussetzung dafür ist, in diese Gruppen Einlass zu finden, den richtigen Ton zu treffen, sich in der Thematik, Kultur sowie Szene auszukennen, die man „moderiert“. Moderierte Diskussionen könnten auch bei potenziell gefährdeten Mitleserinnen und Mitlesern eine präventive Wirkung haben, wie Erfahrungen aus der Praxis zeigen. Ein besonders eindrucksvolles Projekt ist das Online-Streetwork-Projekt „Jamal Al-Khatib – Mein Weg“⁸⁸ das aus einer Kooperation mit einem jungen österreichischen IS-Rückkehrer entstanden ist, der die Szene kennt und die richtige Sprache für das Präventionsmaterial findet.

Gruppendynamiken online erforschen und Schlussfolgerungen für die Prävention daraus ziehen

Wie die Analyse der WhatsApp-Kommunikationsprotokolle der Essener Sikh-Tempel Attentäter verdeutlicht (s. Abschnitt Identitätskonstruktion und Erinnerungskultur in virtuellen Gruppen weiter oben), zeigen Expertinnen und Experten aus verschiedenen Bereichen, dass die Jugendlichen von den „Anführern“ willkürlich in eine Feindbildkonstruktion im Sinne der Ingroup-Outgroup-Problematik hineinargumentiert werden. Widersprüche aus der Gruppe werden im Keim erstickt, Zweifler werden aus der Gruppe und somit den Informationen zur Planung ausgeschlossen. Doch diese Zweifler benötigt es auch, und diese Zweifler

86 Ufuq e. V.

87 Das Netz.

88 Jamal Al-Khatib, Mein Weg.

müssen den Mut aufbringen, eine Radikalisierung in geschlossenen Räumen zu melden. Es gilt, die Zivilcourage in verschiedenen Bereichen früh und konstant zu fördern, bspw. in Projekten wie „Schule ohne Rassismus - Schule mit Courage“.⁸⁹

Abbau von Vorurteilen fördern – Ausgrenzungserfahrungen verhindern

Online-Medien können bei der Konstruktion und Förderung von kollektiven Identitäten eine wichtige Rolle spielen, insbesondere für Personen, die sich „offline“ ausgegrenzt fühlen. Online-Prävention kann daher einerseits Angebote zur Verfügung stellen, die nicht-extremistische Interpretationen von kollektiven Identitäten fördern, und andererseits zu einem Abbau von Vorurteilen beitragen, um Ausgrenzungserfahrungen zu vermindern. Interkulturelle Projekte, zum Beispiel in den Bereichen des E-Learnings, Gamings oder Peer-to-Peer könnten sich hier besser vernetzen und vor allem sichtbarer werden. Gleichzeitig können solche Online-Gruppen über die Förderung von Intergruppen-Kontakt⁹⁰ zum Abbau von Vorurteilen beitragen – selbst bei langfristig konflikthaften Parteien wie im Fall des Israel-Palästina-Konfliktes.⁹¹

Angesichts der Bedeutung von Hate Speech und Verschwörungstheorien in extremistischen Online-Angeboten erscheint es zudem sinnvoll, gezielt gegen derartige Inhalte vorzugehen. Beispielsweise bietet das NETTZ⁹² Tipps und Lernmaterialien für den Umgang mit Hate Speech an. Im Sammelband *OnlineHate Speech*⁹³ kommen verschiedene Praxisakteurinnen und -akteure zu Wort, die ihre Erfahrungen zum Umgang mit entsprechenden Phänomenen schildern.

Weder alle Propaganda- noch alle Präventionsangebote wirken gleichermaßen oder auf die Gesamtheit der Individuen, die online sind. Medienwirkung – und das gilt auch für Propaganda – hängt von einer Interaktion zwischen den individuellen Charakteristika des Mediums und den differentiellen Eigenschaften des individuellen Nutzers oder der individuellen Nutzerin ab. Neben der grundsätzlichen Struktur der digitalen Gesellschaft und der Anziehungskraft von virtuellen Gemeinschaften muss daher der Mensch im Netz, das „Online-Individuum“, betrachtet werden.

Das Online-Individuum

Die Radikalisierung des Online-Individuums: Ein Wechselspiel aus Push- und Pull-Faktoren

Wir leben in einer Welt, in der uns digitale Kommunikationstechnologien, insbesondere das Smartphone, ermöglichen, quasi permanent online zu sein. Das resultierende Phänomen der ständigen Verfügbarkeit („permanently online, permanently connected“, POPC) führt zu weitreichenden Konsequenzen für die Nutzerinnen und Nutzer. Studien zeigen beispielsweise Auswirkungen auf die Schlafqualität, die akademische Leistung von Studierenden und das Gefühl von Informationsüberlastung und digitalem Stress. Andererseits

⁸⁹ Schule ohne Rassismus, Schule mit Courage.

⁹⁰ Pettigrew/Tropp 2006.

⁹¹ Walther 2009.

⁹² Das Netz.

⁹³ von Kaspar/Riffin/Gräser 2017.

kann die Nutzung von Smartphones Grundbedürfnisse befriedigen, indem beispielsweise das Smartphone zu einem Gefühl von Kontrolle beitragen kann. Soziale Medien können darüber hinaus das Gefühl von Zusammengehörigkeit fördern.⁹⁴ Das machen sich auch Extremistinnen und Extremisten zunutze.

Ob und wie der Kontakt mit Internet-Propaganda eine radikalisierende Wirkung entfaltet, hängt auch davon ab, welche individuellen Dispositionen (Push-Faktoren) ein Anwender aufweist. Aktuelle Medienwirkungsmodelle betonen die Bedeutung solcher spezifischen individuellen Wechselwirkungen zwischen Medien- und Personeneigenschaften in bestimmten sozialen Kontexten.⁹⁵ Entsprechend ist nicht von der „allgemeinen“ Wirkung des Internets bei Radikalisierungsdynamiken auszugehen, sondern eine präzise Betrachtung des Zusammenspiels von Medien- und Personenfaktoren erforderlich. Bei der Überlegung zu einem möglichen Radikalisierungspotenzial des Online-Individuums können demnach Push- und Pull-Faktoren als eine Interaktion zwischen Eigenschaften des Mediums (Pull-Faktoren), beispielsweise der Online-Propaganda, und Eigenschaften des Individuums (Push-Faktoren) verstanden werden.

Pull-Faktoren auf Seiten des Mediums

Wie bereits erwähnt, ermöglichen Online-Medien, dass sich Menschen permanent austauschen und miteinander in Kontakt stehen können. So können über Online-Medien Beistand und Zuspruch von Freundinnen und Freunden oder Bekannten geteilt und Informationen gesucht werden, selbst in Lebenssituationen, in denen dies früher nicht möglich gewesen wäre. Sie erfüllen damit wichtige Orientierungshilfen, die sich extremistische Gruppierungen zunutze machen. Neben den bereits diskutierten sozialen und identitätsstiftenden Funktionen (siehe oben zur digitalen Gesellschaft in diesem Buch), sind online auch personalisierte Ansprachen etwa über Instant Messenger oder mit Hilfe des so genannten Microtargeting möglich.

Konkrete Orientierungshilfe

Heute suchen Menschen Antworten auf ihre Fragen oftmals auch – wenn nicht sogar zuerst – im Internet. Was man nicht weiß, wird rasch gegoogelt. Das gilt zum Beispiel auch bei Unsicherheiten bezüglich der korrekten Religionsausübung. Bei Recherchen nach Fragen zu muslimischer Lebensführung wie bspw. „Darf ich als Muslimin oder Muslim Red Bull trinken?“ landen Jugendliche nicht selten auf Köder-Seiten und Blogs mit islamistisch-extremistischer Propaganda. Gleiches gilt für die Suche nach Beauty- und Lifestylethemen, die, zum Beispiel bei der beliebten Foto-Plattform Instagram, geschickt mit Aufrufen zum militanten Kampf verwoben werden.

Auch über Kochrezepte wird der Anschluss an (jugendliche) Lebenswelten gesucht. Rechtsextremistische Aktive aus der Identitären Bewegung versuchen im YouTube Kanal „Baclava-Küche“, Lifestyle-Themen wie vegane Küche mit der Ablehnung jüdischer Lebensmittel zu verbinden. Derartig „moderne“ Rechtsextreme werden auch als Nipster bezeichnet, ein Kunstwort aus Nazi und Hipster.⁹⁶

⁹⁴ Vorderer et al. 2018.

⁹⁵ Valkenburg/Peter 2013.

⁹⁶ Klicksafe, *Rechtsextremismus hat viele Gesichter*, 40ff.

Persönliche Ansprache

Online-Medien erleichtern nicht nur das Verfügbarmachen von Informationen, sondern auch die gezielte und aktive Ansprache einzelner Anwendender. Eine Besonderheit von Online-Medien im Vergleich zu klassischen „Massenmedien“ wie dem Fernsehen ist die Möglichkeit der interaktiven, personalisierten Ansprache von Nutzerinnen und Nutzern. Per Instant Messenger (z. B. WhatsApp, Telegram, etc.) kann direkt auf Fragen, Sorgen oder Probleme eingegangen werden. Die Personen fühlen sich so angenommen und unterstützt. Die Strukturen sozialer Medien erleichtern das Gefühl, „gesehen“ zu werden: „Likes“, „Shares“ oder Kommentare helfen bei der Befriedigung des Bedürfnisses nach Zugehörigkeit und Bedeutsamkeit.

Die Besonderheit der persönlichen Kommunikation in Instant Messengern fördert die Verbundenheit und suggeriert Privatsphäre und Intimität.⁹⁷ Der ehemalige Salafist Dominic Schmitz (2016) berichtet, dass in solchen Situationen sogar Freundschaft oder Liebe zwischen Rekrutin oder Rekrut und Rekrutierendem entstehen kann. Die französische Journalistin Anna Erelle berichtet, wie sie – getarnt als junge Muslimin – bereits nach kurzer Zeit von Anwerbern des „IS“ im Netz kontaktiert und in stundenlangen Skype-Gesprächen umworben wurde.⁹⁸

Das intime Umfeld in Instant Messengern nutzen extremistische Personen auch bei der Vorbereitung und Durchführung von Anschlägen. So betreuten Medienberichten zufolge Mentorinnen und Mentoren des 'IS' die Täter der Anschläge in Ansbach und Würzburg über WhatsApp oder Telegram während der Ausführung.⁹⁹

Um potenzielle Interessierte zu identifizieren, können sich Extremistinnen und Extremisten auch mit dem sogenannten Microtargeting, der personalisierten Darbietung von Werbeanzeigen in sozialen Medien, helfen. Plattformen wie Facebook bieten Werbetreibenden eine Unzahl von Eigenschaften der Zielgruppe an, mit deren Hilfe die Ausstrahlung von Botschaften gezielt gesteuert werden kann. Bis 2017 konnte man dabei auch „Judenhasser“ als Zielgruppe festlegen, noch im Mai 2018 konnte man Personen auswählen, die sich für Gewalt und Salafismus interessieren.¹⁰⁰

Attraktive Geschichten

Häufig ist es allerdings gar nicht das Medium an sich, das eine Wirkung begünstigt, sondern vielmehr der Inhalt und die Art und Weise, wie dieser Inhalt transportiert wird. Nicht jeder Aufruf oder jede Propaganda beinhalten das gleiche Potenzial, radikale Einstellungen zu fördern oder sogar zu einer gewaltbereiten Radikalisierung beizutragen. Welche Inhalte dazu allerdings in der Lage sind, ist in vielerlei Hinsicht noch ungeklärt.

Zur potenziellen Wirkung von Online-Propaganda als Push-Faktor kann dabei generell festgehalten werden, dass Propagandavideos von den meisten jungen Erwachsenen eher als aversiv erlebt werden.¹⁰¹ Wie bei Kinofilmen werden auch Propagandavideos besser bewertet, wenn sie spannend gemacht, professionell produziert und abwechslungsreich sind, kurzum: wenn sie eine gute Geschichte erzählen. Solche Videos werden als attraktiver wahrgenommen und regen Identifikationsprozesse an, auch mit dem Extremismus.¹⁰²

97 Baaken/Schlegel 2017.

98 Erelle 2015.

99 Leyendecker/Mascollo 2016.

100 Eigene Recherche, 24.05.2018.

101 Rieger/Frischlich/Bente 2013; Rieger et al. 2019.

102 Morten et al. 2017; Frischlich et al. 2018.

Generell lässt sich festhalten, dass sowohl rechtsextreme Personen als auch islamistische Extremistinnen und Extremisten mit ihrer Propaganda oft direkt an der Lebenswelt ihres Publikums ansetzen. Da werden Hashtags gekapert, um eigene Themen in die Diskussion zum #Tatort einzuschmuggeln, oder sie äußern sich zu aktuellen Ereignissen.¹⁰³

Eine weitere Strategie sind Videos, in denen junge Jihadistinnen und Jihadisten oder rechtsextremistische Personen von ihrem persönlichen Weg in den Jihad bzw. die Szene erzählen, um andere zu motivieren, es ihnen nachzutun („Lifestyle Activists“).¹⁰⁴ Wie oben bereits angesprochen, ist aber immer die Interaktion zwischen Medium (bzw. Medieninhalt) und Einzelperson entscheidend. Daher sollte nicht von einer starken Medienwirkung per se ausgegangen werden – auch nicht, wenn die erzählte Geschichte im extremistischen Narrativ gut ist (siehe unten zu Präventionsansätzen für das Online-Individuum).

Push-Faktoren auf Seiten des Individuums

Letztlich entscheiden Mediennutzende selbst, ob sie ein bestimmtes Propaganda-Video ansehen oder sich bestimmte Gegenbotschaften zu Herzen nehmen. Auch wenn die Forschung auch hier noch in den Anfängen steht, wurden bestimmte Push-Faktoren identifiziert, die Radikalisierungsprozesse oder eine aufgeschlosseneren Haltung gegenüber extremistischen Botschaften begünstigen könnten (s. auch Kap. 3.3). Zum einen sind das situative Faktoren, also Umstände, die in der Situation liegen können. Zum anderen sind Personenfaktoren gemeint, also Eigenschaften und Einstellungen der Person, die über verschiedene Situationen hinweg stabil sind.

Existenzielle Ängste

Insbesondere existenzielle Ängste scheinen eine wichtige Rolle zu spielen. Das sind Ängste, die „aus der menschlichen Natur“ entstehen – aus unserer Unfähigkeit, die Zukunft zu kontrollieren, der unvermeidlichen Unsicherheit, was uns erwartet, aus unserem Wissen, dass wir letztendlich sterblich sind oder aus unserer unvermeidbaren Unfähigkeit, mit anderen wirklich dauerhaft zusammen zu sein – unserer existenziellen Einsamkeit.¹⁰⁵ Existenzielle Ängste sind im menschlichen Alltag nicht permanent aktiviert, sondern werden durch bestimmte Situationen in den Vordergrund gerückt, etwa wenn wir von anderen ausgeschlossen werden oder unsicher sind.

Eine Vielzahl von Studien zeigt, dass Menschen, die unsicher sind, radikalere Gruppen bevorzugen.¹⁰⁶ Ebenso tolerieren Menschen, die an ihre eigene Sterblichkeit erinnert wurden, eher Rassismus, gewalttätige militärische Interventionen, Aggressionen und sogar Selbstmordanschläge im Namen ihrer Eigengruppe.¹⁰⁷ Auch das Gefühl von Ausschluss begünstigt die Akzeptanz von Terrorismus.¹⁰⁸ Solche existenziellen Ängste schwächen auch die Ablehnung extremistischer Propagandavideos ab¹⁰⁹ und können somit potenziell die Tür für radikalere Ideologien und Gedanken öffnen.

103 Schmitt et al. 2017.

104 Rieger et al. 2013.

105 Jonas et al. 2014.

106 Hogg et al. 2007; Hogg/Blaylock 2012.

107 McGregor et al. 1998; Greenberg et al. 2001; Pyszczynski et al. 2006.

108 Pfundmair 2018.

109 Frischlich et al. 2015; Rieger/Frischlich/Bente 2017.

Ansprache von Bedürfnissen

Bezüglich der persönlichen Eigenschaften hat die bisherige Forschung bereits einige Faktoren untersucht, die eine Wirkung von Propaganda im Internet begünstigen können. Beispielsweise bewerteten Menschen, die ein Bedürfnis nach klaren Hierarchien und Ordnung haben, Regeln und eine einfache Weltsicht bevorzugen und bereit sind, diejenigen zu bestrafen, die sich gegen Autoritäten auflehnen (also Menschen, die autoritaristisch sind) oder die Gewalt als ein Mittel zur Konfliktlösung akzeptieren, extremistische Propagandavideos positiver.¹¹⁰ Auch Individuen, die bereits radikalere Ansichten vertreten, bewerten Propaganda positiver.¹¹¹

Wie Meleagrou-Hitchens et al. in ihrer Forschungsübersicht zur Rolle des Internets in Radikalisierungsprozessen betonen, darf nicht vergessen werden, dass extremistische Inhalte im Netz den Nutzenden einfache Antworten auf komplexe sozio-politische Fragen und konkrete Hilfestellungen bei der Ausübung von Gewalt bieten (siehe oben). Online-Medien können die Suche nach solchen Materialien für Personen mit einer entsprechenden Einstellung erleichtern, auch wenn der Anteil an expliziten Gewaltvideos selbst zu Hoch-Zeiten des für seine Brutalität bekannten, „IS“ vergleichsweise klein war.¹¹²

Aber nicht nur autoritaristische oder gewaltverherrlichende Angebote sind im Netz zu finden, viele Angebote zielen auch auf das Bedürfnis nach Selbstwirksamkeit ab. Klickt man sich etwa durch das ultrarechte Pseudo-Presse-Angebot, sieht man, dass viele dieser Blogs ausdrücklich dazu auffordern, aktiv an Demonstrationen teilzunehmen, Geld zu spenden, die Seite zu „ liken“ oder Sticker zu verteilen.¹¹³ Damit bieten sie Mediennutzenden „einfache“ Möglichkeiten, die eigene Sache zu unterstützen und wecken darüber hinaus das Bedürfnis, „etwas bewegen zu können“, zu befriedigen. Ähnliches bietet auch der „IS“: In ausgeklügelten Propaganda-Strategien werden Sympathisierende aufgefordert, Materialien auf neue Server zu laden und im Netz zu verbreiten, um somit eine Löschung durch Plattformbetreiber zu vermeiden und die Reichweite zu erhöhen.¹¹⁴ Das ermöglicht es auch „Jihobbists“, sich aktiv zu beteiligen.¹¹⁵

Schließlich spricht Propaganda auch das Bedürfnis nach Bedeutung an. Die Suche danach im Leben (und der damit verbundene Wunsch, etwas „Besonderes“ oder jemand „Wichtiges“ zu sein) ist ein bedeutender Faktor in Radikalisierungsprozessen.¹¹⁶ Videos, in denen Kämpfende sowie Märtyrerinnen und Märtyrer glorifiziert werden, Likes von anderen Mitgliedern der Community, Verschwörungstheorien, die einem versprechen, man sei unter den Wenigen, die „die Wahrheit“ verstanden haben – sie alle versprechen dem Individuum das Gefühl, etwas Besonderes zu sein.

Online-Medien wirken demnach in einem Zusammenspiel aus Push- und Pull-Faktoren auf individuelle Radikalisierungsprozesse. Mit Hilfe von attraktiven Geschichten, Identifikationsangeboten und digitaler Eins-zu-Eins-Betreuung versuchen Extremistinnen und Extremisten, neue Gleichgesinnte zu gewinnen und Mitglieder bei Aktionen zu

¹¹⁰ Rieger/Frischlich/Bente 2013.

¹¹¹ Morten et al. 2017.

¹¹² Winter 2015.

¹¹³ Eigene Beobachtungen anhand der Analyse prominenter ultra-rechter alternativer Medien.

¹¹⁴ Stern/Berger 2016.

¹¹⁵ Neumann 2008.

¹¹⁶ Kruglanski 2009; Kruglanski et al. 2013.

unterstützen. Ob diese Pull-Faktoren allerdings auch zum Erfolg führen, hängt von verschiedenen Push-Faktoren auf Seiten des Individuums ab. Besonders existenzielle Ängste, die Suche nach Sinn, ein Bedürfnis nach einfachen Antworten und Hierarchien sowie der Wunsch nach Selbstwirksamkeit können als Push-Faktoren die Ablehnung extremistischer Angebote schwächen. Hier ist die Prävention gefordert, eigene Pull-Angebote zu machen, die Mediennutzenden nicht-extremistische Antworten auf ihre Fragen und Bedürfnisse bieten.

Ansatzpunkte der Prävention für das Online-Individuum

Angebote für die Extremismusprävention auf der engen, nahezu privaten Ebene des Online-Individuums sollten an den Bedürfnissen der Empfängerin bzw. des Empfängers, den Push-Faktoren, ansetzen und die eigenen Pull-Faktoren nutzen. Neben Angeboten zur Orientierung für junge Menschen, die (auch) im Netz zu finden sein sollten, sind persönliche Ansprache und attraktive Angebote besonders wichtig. Letztere sollten 1. auf authentische Geschichten setzen, 2. Anwerbeversuche von Seiten der Extremistinnen und Extremisten aufdecken und 3. mit positiven Influencerinnen und Influencern arbeiten.

Authentische Geschichten als Baustein der Radikalisierungsprävention

Das Lernen über Erzähltes, Lebensgeschichten und biografische Erfahrungen ist eine bewährte Methode in der Pädagogik, um einerseits Betroffenheit und Empathie zu erreichen, andererseits über Geschehnisse zu informieren und glaubwürdig aufzuklären. Aussteigergeschichten aus der rechtsextremen Szene oder Rückkehrer-Interviews deutscher Konvertitinnen und Konvertiten aus dem Dschihad können unserer Praxiserfahrung nach interessierte Jugendliche ob der Brutalität solcher Berichte zum Nachdenken anregen.

Insgesamt werden solche Geschichten, Erzählungen und Berichte, die sich gegen extremistische Botschaften wenden, als Gegenbotschaften oder auch Counter-Narrative bezeichnet. Dieser Begriff ist insofern etwas irreführend, da es gar nicht unbedingt um „Gegen“-Argumente geht, sondern auch um Argumente, die für die große Botschaft der demokratisch-pluralistischen Gesellschaft von zentraler Bedeutung sind.¹¹⁷ Counter-Narrative werden daher durchaus auch kritisch diskutiert, auch, weil sie selbst Ziel von Hassrede sein können¹¹⁸ oder durch Empfehlungsalgorithmen mit problematischen Inhalten verbunden sind.¹¹⁹

Die Forschung zu Videos, die sich im weitesten Sinne gegen Extremismus und für demokratischen Pluralismus einsetzen, zeigen, dass solche Videos besonders effektiv sind, wenn sie eine gute Geschichte erzählen – eben genau so wie Propagandavideos.¹²⁰ Schaut man sich unterschiedliche „Genres“ von Gegenbotschaften genauer an, so sind es besonders persönliche Geschichten von Aussteigern, die eigene Fehler authentisch berichten, ohne andere zu verurteilen, die bei jungen Erwachsenen positive Reaktionen hervorrufen und die Identifikation mit demokratisch handelnden Personen fördern. Unwahr-

117 Qasem/Nordbruch 2017.

118 Ernst et al. 2017.

119 Schmitt et al. 2017.

120 Frischlich et al. 2017, 2018.

scheinlich erscheint hingegen, dass Videos gegen Extremismus direkt zur Ablehnung extremistischer Ideologien führen¹²¹ oder gar de-radikalisieren können.¹²²

Bereits heute arbeiten verschiedene Präventionsprogramme mit solchen Lebensberichten: Auf der multimedialen Website „Die Tränen der Dawa“¹²³ des Violence Prevention Networks etwa können Schülerinnen und Schüler anhand von Videos die Radikalisierung zweier Freunde nachempfinden.

Pop-Dschihadistische Kultur im Internet reflektieren – Anwerbeversuche aufdecken

Eine Ästhetisierung extremistischer Aussagen, kombiniert mit dem alltäglichen Lifestyle der jungen Generation, ist eine problematische Vermischung, die reflektiert werden muss, zum Beispiel im unterrichtlichen Zusammenhang.¹²⁴ Konkret können im Unterricht solche Seiten betrachtet und an ihnen exemplarisch die propagandistischen Absichten aufgezeigt werden. Alternative Angebote, wie bspw. die Seite der Jungen Islamkonferenz,¹²⁵ die Seite „mein Islam“,¹²⁶ betrieben von Lehrenden und Studierenden des Fachs Islamische Religionspädagogik in Ludwigsburg, bieten einen fachlich fundierten Raum für Information und Auseinandersetzung.

Präventionsangebote können sich zudem ebenfalls die Kreativität und den Wunsch nach Selbstwirksamkeit junger Mediennutzender für die Erstellung eigener Inhalte zunutze machen. Das Projekt „#bildmachen – Politische Bildung und Medienpädagogik zur Prävention religiös-extremistischer Ansprachen in Sozialen Medien“, das von ufuq.de geleitet wird, hat das Ziel, Jugendliche und junge Erwachsene gegenüber Inhalten im Bereich des religiösen Extremismus zu stärken. Auf der Website www.bildmachen.net findet sich eine „Hall of Meme“ mit den besten Bildern aus den Workshops, die gespeichert und geteilt werden können.

Positive Influencerinnen und Influencer

Resultierend aus dem vorherigen Punkt ist es notwendig, den „Jugendlichen auf der Suche“ demokratische Angebote der Identifikation zu machen. Bei den viel erwähnten und zitierten YouTuberinnen und YouTubern der „Datteltäter“, die anti-rassistische und anti-dschihadistische Videos auf ihrem Kanal posten, stellt sich aber die Frage, ob sie Jugendliche aus bildungsfernen Schichten mit ihrer akademischen Art überhaupt erreichen können. Ähnliches gilt für die bpb-Reihen #whatIS oder „Begriffswelten Islam“ auf YouTube, die Fragen zum Islam zu beantworten versuchen. Auch hier stehen teilweise hohe kognitive Hürden vor dem Verstehen. Eine Inhaltsanalyse zu Gegenbotschaften zeigt, dass insgesamt viele Videos gegen Extremismus „von oben herab“ agieren, etwa wenn Fachleute Vorträge halten.¹²⁷ Die Vortragsweise eines Pierre Vogel mag vielen plump und unakademisch erscheinen, tausende von jungen Männern hat er jedoch damit erreicht. Die Faszination erfolgreicher Prediger auf Jugendliche und das Angebot an extremistischen Videos zu untersuchen, ist nicht umsonst ein zentraler Aspekt aktueller Forschungsprojekte in Deutschland.¹²⁸

121 Morten et al. 2017.

122 Doosje/van Eerten 2017.

123 Die Tränen der Dawa.

124 Klicksafe.

125 Junge Islam-Konferenz.

126 Mein Islam - dein Islam.

127 Rieger/Morten/Frischlich 2017.

128 U. a. Dschihadismus im Internet, Spektren salafistischer Diskurse in NRW.

Fazit: Radikal und Online?

Die Digitalisierung hat vieles verändert. Neben neuen und erweiterten Möglichkeiten zur (gesellschaftlichen) Teilhabe bieten sich in Online-Medien auch neue Möglichkeiten für die Verbreitung extremistischer Online-Propaganda. Die Befürchtungen sind groß, dass Online-Propaganda Radikalisierungsprozesse auslösen könnte. Nach aktuellem Kenntnisstand kann sie aber eher als Katalysator, denn als Auslöser von Radikalisierungsprozessen verstanden werden.¹²⁹ Online bieten sich allerdings auf der Ebene der digitalen Gesellschaft, der virtuellen Gemeinschaft und durch das permanente Online- und Verbunden-Sein neue „Gelegenheitsstrukturen“ für Extremistinnen und Extremisten.¹³⁰ Radikalisierung hängt aber von einer Vielzahl an Push- und Pull-Faktoren ab, Medieninhalte sind nur einer davon. Zudem können dieselben Veränderungsprozesse der Medienwelt auch für die Extremismusprävention genutzt werden.

Insgesamt bietet die digitale Gesellschaft Strukturen und Funktionen an, die begünstigend auf die Vielfalt und Verbreitung von Online-Propaganda wirken können: Ein Wegfall der klassischen Gatekeeping-Funktion der Medien, die Verstärkung von Inhalten durch Algorithmen sowie die Möglichkeit zur globalen Vernetzung und damit unmittelbaren Kontaktaufnahme und Teilhabe am extremistischen Lifestyle können extremistischen Aktiven in die Hände spielen. Aber auch für die Radikalisierungsprävention bieten sich in der digitalen Gesellschaft neue Ansatzpunkte. Neben der Vermittlung von Wissen und der Einbeziehung so unterschiedlicher gesellschaftlicher Teilsysteme wie Politik, Medien und dem Bildungsbereich sind auch die Dienstbetreiber als Träger der digitalen Infrastruktur von zentraler Bedeutung für eine gelungene Extremismusprävention auf der gesamtgesellschaftlichen Makro-Ebene.

Virtuelle Gruppen und Gemeinschaften spielen eine wichtige Rolle als Infrastruktur für extremistische Gruppierungen und bei der Konstruktion (extremistisch-interpretierter) Identitäten. Zwischen extremistischen Echokammern und scheinbar harmlosen Facebook-Gruppen wird versucht, die nationale oder religiöse kollektive Identität von Mediennutzenden zu missbrauchen, um Verschwörungen und Hass zu verbreiten und Erinnerungen als „gloriose“ Vergangenheit zu verfälschen. Radikalisierungsprävention muss entsprechend ebenfalls im virtuellen Raum präsent sein – identitätsstiftende Angebote können nicht Extremistinnen und Extremisten überlassen werden. Hass gegen einzelne und soziale Gruppen muss auch im (teil-)öffentlichen Raum der Netzgemeinschaft geahndet werden – derartige Diskriminierung schadet nicht nur den direkten Opfern, sondern trägt auch zu weiteren Polarisierungs- und Radikalisierungsprozessen bei den Angehörigen der Täter- und Opfergruppen bei. Wenn die digitale Gesellschaft von Hassrede gegen Muslime überquillt, befeuert das individuelle Ausgrenzungserfahrungen – ein wichtiger Push-Faktor für Radikalisierungsprozesse. Prominente Desinformationen über die Zunahme an Verbrechen durch Zuwanderer in Deutschland füttern das Angstnarrativ von rechtsextremistischen Personen.

Menschen, die sich diskriminiert und verunsichert fühlen, können dann für die Botschaften von Extremistinnen und Extremisten empfänglicher werden. Ihr „Schutzschild“ gegen radikale Einflüsse¹³¹ „bröckelt“ sozusagen. In einer Welt, in der wir über unser Smartphone quasi permanent online und mit dem Netzwerk unserer (digitalen) Bezugspersonen ver-

129 Meleagrou-Hitchens/Kaderbhai 2017.

130 Engesser/Fawzi/Larsson 2017.

131 Doosje et al. 2016.

bunden sind, sind auch der persönliche Kontakt zu Extremistinnen und Extremisten jenseits geografischer Grenzen und das Microtargeting von potenziellen Anhängerinnen und Anhängern leichter geworden.

Gleichzeitig passiert Propaganda-Wirkung nicht im luftleeren Raum: Gesellschaftliche, soziale und individuelle Gegebenheiten beeinflussen, inwiefern Propaganda ihre „Pull-Wirkung“ entfalten kann.¹³² Prävention sollte an diesen Faktoren ansetzen und, neben der Aufklärung über propagandistische Pull-Faktoren, auch diejenigen lebensweltlichen und persönlichen Push-Faktoren auf Seiten des Menschen in den Blick nehmen, um den extremistischen Angeboten mit eigenen Vorschlägen zuvorkommen. Auch wenn durch das Internet über Ländergrenzen hinweg kommuniziert wird, so sind die Präventionsansätze häufig an nationale Gegebenheiten gebunden und in nationale Kontexte eingebettet.

Wenn jemand sich erst von der Gesellschaft ab- und radikalen virtuellen Gruppen zugewendet hat, wird es zunehmend schwieriger, ihn oder sie zu erreichen, egal wie gut Gegenstimmen aufbereitet werden. Inhalte werden ab einem bestimmten Punkt wahrscheinlich gar nicht mehr aufgenommen, und wenn doch, dann umgedeutet. In der primären Prävention sind demokratische Online-Inhalte, zuverlässige Informationen, zivile Kommentare und identitätsstiftende Räume im Netz aber unerlässlich, um Extremistinnen und Extremisten nicht das Feld zu überlassen.

Präventionsakteurinnen und -akteure sollten sich bei der Erstellung entsprechender Inhalte für die Online-Verbreitung aber immer das Risiko von Nebenwirkungen durch Diskriminierung oder „Verschlimmerung“ vor Augen führen. Hier sind (auch) langfristige Begleitungen unumgänglich (s. Kap. 5).

Generell gilt, dass jede der drei Präventionsebenen (Makro-, Meso-, Mikro-) ihre spezifischen Herausforderungen und Vorteile bietet. Die breite, gesellschaftliche Makro-Prävention, etwa durch Aufklärungskampagnen oder Fakt-checking-Angebote, kann die größte Reichweite erzielen, gleichzeitig können individuelle Faktoren und potenzielle Nebenwirkungen am wenigsten mit einbezogen werden, was die Überprüfung der Wirksamkeit in individuellen Kontexten erschwert. Der persönliche Kontakt und direkte Austausch auf der-Ebene, die Berücksichtigung der individuellen Eigenschaft und das Zuschneiden passender (Online-)Angebote ist vermutlich besonders effektiv, allerdings auch ausgesprochen ressourcenintensiv und mit ethischen Herausforderungen konfrontiert, etwa bezüglich des Microtargetings zu Präventionszwecken.

Möglicherweise sind daher die Meso-Ebene der virtuellen Gruppen und der Austausch innerhalb sozialer Gruppen auch im Netz ein besonders tragfähiger Ausgangspunkt für präventive Angebote. Die Einbindung ganzer Kommunen und Städte, wie sie offline zum Beispiel im Strong Cities Network¹³³ gefördert werden soll, wäre auch in lokalen Online-Gruppen denkbar. Interkulturelle Zusammenarbeit auf Augenhöhe, wie sie in der Sozialpsychologie im Rahmen der Kontakt-Hypothese erprobt ist,¹³⁴ kann helfen, Vorurteile abzubauen, den Perspektivwechsel zu fördern und die eingeschränkte Schwarz-Weiß-Weltsicht der Extremistinnen und Extremisten auch im Netz zu durchbrechen.

132 Frischlich 2018b.

133 strongcitiesnetwork.org.

134 Brown/Paterson 2016.

Literatur

- Ahmed, Mubarak/George, Fred L. (2017): A war of keywords. How extremists are exploiting the internet and what to do about it. London. Online: https://institute.global/sites/default/files/inline-files/IGC_War_of_Keywords_23.08.17_0.pdf.
- Applebaum, Anne/Pomerantsev, Peter/Smith, Melanie/Colliver, Chloe (2017): "Make Germany great again": Kremlin, Alt-right and international influences in the 2017 German elections. London.
- Atwan, Abdel Bari (2016): Das digitale Kalifat - die geheime Macht des Islamischen Staates. München, C.H. Beck.
- Baaken, Till/Schlegel, Linda (2017): Fishermen or swarm dynamics? Should we understand Jihadist online-radicalization as a top-down or bottom-up process? *Journal for Deradicalization*, (13), S. 178-212.
- Baldauf, Johannes/Ebner, Julia/Guhl, Jakob (2018): Hassrede und Radikalisierung im Netz - der OCCI Forschungsbericht. London, Institute for Strategic Dialogue.
- Benigni, Matthew Curran/Joseph, Kenneth/Carley, Kathleen M. (2017): Online extremism and the communities that sustain it: Detecting the ISIS supporting community on Twitter. *PLOS ONE*, 12(12):e0181405. doi: 10.1371/journal.pone.0181405.
- Bennett, W. Lance/Livingston, Steven (2018): The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. London, *European Journal of Communication*, SAGE Publications, 33(2), S. 122-139. doi: 10.1177/0267323118760317.
- Böhm, Robert/Rusch, Hannes/Gürek, Özgür (2015): What makes people go to war? Defensive intentions motivate retaliator and preemptive intergroup aggression. MPRA Paper, 64373. doi: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/64373/>.
- Bright, Jonathan (2017): Explaining the emergence of echo chambers on social media: the role of ideology and extremism. S. 1-19. doi: 10.2139/ssrn.2839728.
- Brosius, Hans-Bernd/Esser, Frank (1995): Eskalation durch Berichterstattung. Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt [Escalation via reporting. Mass media and violence against foreigners]. Wiesbaden, Springer-Verlag. Online: <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-663-12097-1/page/1>.
- Brown, Rupert/Paterson, Jenny (2016): Indirect contact and prejudice reduction: limits and possibilities, *Current Opinion in Psychology*. Elsevier Ltd, 11, S. 20-24. doi: 10.1016/j.copsyc.2016.03.005.
- Bruder, Martin/Haffke, Peter/Neave, Nick/Nouripanah, Nina/Imhoff, Roland (2013): Measuring individual differences in generic beliefs in conspiracy theories across cultures: conspiracy mentality questionnaire. *Frontiers in Psychology*, 4 (April). doi: 10.3389/fpsyg.2013.00225.
- Bruns, Axel (2009): Vom Gatekeeping zum Gatewatching. In: *Journalismus im Internet: Profession - Partizipation - Technisierung*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien, S. 107-128. doi: 10.1007/978-3-531-91562-3.
- Bundesministerium des Innern (2017): Verfassungsschutzbericht 2016. Berlin.
- Clarke, Colin P./Ingram, Haroro J. (2018): Defeating the ISIS nostalgia narrative. RAND.
- Collins, Ben/Poulsen, Kevin/Ackerman, Spencer (2017): Exclusive: Russia used Facebook events to organize anti-immigrant rallies on U.S. soil, *The Daily Beast*, 9 November, S. 15-17. Online: <https://www.thedailybeast.com/exclusive-russia-used-facebook-events-to-organize-anti-immigrant-rallies-on-us-soil>.
- Deutsche Welle (2018): China state media justify Muslim Uighur crackdown to prevent "Cina's Syria". Deutsche Welle, 13 August, S. 11-13.
- Doosje, Bertjan/Moghaddam, Fathali M.Kruglanski Arie W./de Wolf, Arjan (2016): Terrorism, radicalization and de-radicalization, *Current Opinion in Psychology*. Elsevier Ltd, 11, S. 79-84. doi: 10.1016/j.copsyc.2016.06.008.

- Doosje, Bertjan/van Eerten, Jan-Jaap (2017): "Counter-narratives" against violent extremism'. In: Co-laert, Lore (Hrsg.): *De-radicalisation: Scientific insights for policy*. Brüssel, Tomas Baum, S. 83-100. Online: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14678800600933480>.
- Dubois, Elizabeth/Blank, Grant (2018): The echo chamber is overstated: The moderating effect of political interest and diverse media. *Information Communication and Society*. London, Taylor & Francis, 0(0), S. 1-17. doi: 10.1080/1369118X.2018.1428656.
- Ebner, Julia (2017): *The rage: The vicious circle of islamist and far-right extremism*. London, I.B. Tauris & Co.
- Engesser, Sven/Fawzi, Nayla/Larsson, Anders Olof (2017): *Populist online communication: introduction to the special issue*. *Information, Communication & Society*. London, Taylor & Francis, 20(9), S. 1.279-1.292. doi: 10.1080/1369118X.2017.1328525.
- Erelle, Anna (2015): *In the skin of a Jihadist: A young journalist enters the ISIS recruitment network*. Harper Paperbacks.
- Ernst, Julian/Beier, Ann Kristin/Schmitt, Josephine B./Rieger, Diana/Qasem, Sindyan/Roth, Hans-Joachim (2018): „Muss doch nicht unbedingt mit Pistole sein, Alter.“ – Lernarrangements zur Förderung von Medienkritikfähigkeit im Umgang mit extremistischer Internetpropaganda. Ein erster Evaluationsbericht aus dem Forschungsprojekt CONTRA. In: Hohnstein, Sally/Herding, Maruta (Hrsg.): *Digitale Medien und politisch-weltanschaulicher Extremismus im Jugendalter*. Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis. Halle, Deutsches Jugendinstitut, S. 189-212.
- Ernst, Julian/Schmitt, Josephine B./Rieger, Diana/Roth, Hans-Joachim (2018): *Extremismus im Internet – Drei Lernarrangements zur Förderung von Medienkritikfähigkeit im Umgang mit Internetpropaganda in der Schule*. Bundeskriminalamt, Wiesbaden, Griebisch und Rochol Druck GmbH, Hamm.
- Facebook Newsroom (2017): *Eine Community von 30 Millionen: Facebook sagt Danke*.
- Farkas, Johan/Schou, Jannick/Neumayer, Christina (2017): Cloaked facebook pages: Exploring fake Islamist propaganda in social media. *New Media & Society*, 20(1): 146144481770775. doi: 10.1177/1461444817707759.
- Flaxman, Seth R./Rao, Justin M. (2016): Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80 (Special Issue), S. 298-320. doi: 10.1093/poq/nfw006.
- Frankenberger, Patrick/Hofmann, Ingrid/ Ipsen, Flemming/Oezmen, Fehime/Zarabian, Nava (2018): 2017 Bericht – Islamismus im Netz. Mainz. Online: http://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Bericht_2017_Islamismus_im_Internet.pdf.
- Frindte, Wolfgang/Haußecker, Nicole (2010): *Inszenierter Terrorismus (Staged terrorism)*. Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien.
- Frischlich, Lena/Rieger, Diana/Hein, Maia/Bente, Gary (2015): Dying the right-way? Interest in and perceived persuasiveness of parochial extremist propaganda increases after mortality salience. *Frontiers in Psychology, Evolutionary Psychology and Neuroscience*, 6(1222). doi: 10.3389/fpsyg.2015.01222.
- Frischlich, Lena/Rieger, Diana/Morten, Anna/Bente, Gary (2017): *Wirkung*. In: Frischlich, Lena/Rieger, Diana/Morten, Anna/Bente, Gary (Hrsg.): *in Kooperation mit der Forschungsstelle Terrorismus/Extremismus (FTE). Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand*. Wiesbaden, Griebisch und Rochol Druck GmbH, Hamm, S. 81-140.
- Frischlich, Lena (2018a): *Fake News und Social Bots - Erkennung, Wirkung, Bekämpfung*. In: Holz-nagel, Bernd/Steul, Willi (Hrsg.): *Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Zeiten des Populismus*. Leipzig, VISTAS, S. 28-59.
- Frischlich, Lena (2018b): *Propaganda3: Einblicke in die Inszenierung und Wirkung von Online-Propaganda auf der Makro-Meso-Mikro Ebene*. In: Zywiets, Bernd/Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.): *Fake news und Social Bots – Neue Mechanismen populistischer Propaganda*. Aktivismus. Wiesbaden, Springer Fachmedien VS, S. 133-170. doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-22118-8>.

- Frischlich, Lena/Rieger, Diana/Morten, Anna/Bente, Gary (2018): The power of a good story: Narrative persuasion in extremist propaganda and videos against violent extremism. *International Journal of Violence and Conflict*, 12. doi: 10.4119/UNIBI/ijcv.64.
- Frischlich, Lena (2018): Propaganda3: Einblicke in die Inszenierung und Wirkung von Online-Propaganda auf der Makro-Meso-Mikro Ebene. In: Zywietz, Bernd (Hrsg.): *Fake-News, Hashtags & Social Bots: Neue Methoden der populistischen Propaganda*. München, Springer Fachmedien VS.
- Frischlich, Lena/Boberg, Svenja/Quandt, Thorsten (2017): Online newspapers as target of strategic user-generated content - Dealing with hate speech, fake news, and hidden propaganda. In: *Annual Conference of the International Journal of Press and Politics*. Oxford.
- Frischlich, Lena/Quandt, Thorsten (2019): The markets of manipulation: The trading of social bots on clearnet and darknet markets. In: *MISDOOM*. Hamburg.
- Frischlich, Lena/Rieger, Diana (2017): Hass im Netz - Hass im Herzen? Die Wirkung rechtsextremistischer und islamistisch-extremistischer Online Propagandavideos und mögliche Gegenangebote im Netz. In: *Mind*, 2. Online: <http://de.in-mind.org/>.
- Gagliardone, Iginio (2016): Mechachal: Online debates and elections in Ethiopia - from hate speech to engagement in social media. Oxford.
- Giglou, Roya Imani/Ogan, Christine/d'Haenens, Leen (2018): The ties that bind the diaspora to Turkey and Europe during the Gezi protests. *New Media and Society*, 20(3), S. 937-955. doi: 10.1177/1461444816675441.
- Glaser, Stefan/Herzog, Holger/Özkilic, Murat unter Mitarbeit des Teams von jugendschutz.net (2017): Jugendschutz im Internet: Risiken und Handlungsbedarf. Mainz. Online: <http://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/bericht2015.pdf>.
- Gollatz, Kirsten/Riedl, Martin J./Pohlmann, Jens (2018): Removals of online hate speech in numbers. *HIIG Science Blog*. doi: 10.5281/zenodo.1342325.
- Greenberg, Jeff/Schimmel, Jeff/Martens, Andy/Solomon, Sheldon/Pyszczyński, Tom (2001): Sympathy for the devil: Evidence that reminding Whites of their mortality promotes more favorable reactions to white racists. *Motivation and Emotion*, 25(2), S. 113-133. doi: 10.1023/a:1010613909207.
- Grimme, Christian/Assenmacher, Dennis/Adam, Lena (2018): Changing Perspectives: Is it sufficient to detect social bots? *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 10913 LNCS, S. 445-461. doi: 10.1007/978-3-319-91521-0_32.
- Guess, Andrew/Nagler, Jonathan/Tucker, Joshua (2019): Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, (January), S. 1-9. doi: 10.1126/sciadv.aau4586.
- Haim, Mario/Graefe, Andreas/Brosius, Hans-Bernd (2017): Burst of the Filter Bubble?: Effects of personalization on the diversity of Google News. *Digital Journalism*, Routledge, 0811, S. 1-14. doi: 10.1080/21670811.2017.1338145.
- Hasebrink, Uwe/Hölig, Sascha (2017): *Digital News Survey 2017 - Ergebnisse für Deutschland*. Hamburg, Hans-Bredow Institut.
- Haslam, Catherine/Cruwys, Tegan/Haslam, S. Alexander/Dingle, Genevieve/Xue-Ling Chang, Melissa (2016): Groups 4 Health: Evidence that a social-identity intervention that builds and strengthens social group membership improves mental health. *Journal of Affective Disorders*, Elsevier, 194, S. 188-195. doi: 10.1016/j.jad.2016.01.010.
- Hogg, Michael A./Sherman, David K./Dierselhuus, Joel/Maitner, Angela T./Moffitt, Graham (2007) Uncertainty, entitativity, and group identification. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(1), S. 135-142. doi: 10.1016/j.jesp.2005.12.008.
- Hogg, Michael A./Blaylock, Danielle L. (2012): *Extremism and the Psychology of Uncertainty*. Oxford, Blackwell Publishing Ltd.

- Hohnstein, Sally/Glaser, Michaela (2017): Wie tragen digitale Medien zu politisch-weltanschaulichem Extremismus im Jugendalter bei und was kann pädagogische Arbeit dagegen tun? Ein Überblick über Forschungsstand, präventive und intervenierende Praxis im Themenfeld. In: Hohnstein, Sally/Herding, Maruta (Hrsg.): *Digitale Medien und politisch-weltanschaulicher Extremismus im Jugendalter. Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis*. Halle a. d. Saale, Deutsches Jugendinstitut, S. 243-281.
- Hsueh, Mark/Yogeeswaran, Kumar /Malinen, Sanna (2015): "Leave your comment below": Can biased online comments influence our own prejudicial attitudes and behaviors? *Human Communication Research*, 41(4), S. 557-576. doi: 10.1111/hcre.12059.
- Ismay, John (2018): Rhodesia's dead – but White Supremacists Have Given It New Life Online. *The New York Times Magazine*, April, S. 1-7.
- Jonas, Eva/Mcgregor, Ian/Klackl, Johannes/Agroskin, Dmitrij (2014): Threat and Defense: From Anxiety to Approach. In: Olson, James M. and Zanna, Marc P. (Hrsg.): *Advances in experimental social psychology*. 49th edn. Burlington, Elsevier Inc., S. 219-286. doi: 10.1016/B978-0-12-800052-6.00004-4.
- Jugendschutz.net (2016): Zahlen Rechtsextremismus 2016. Mainz. Online: http://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Zahlen_Rechtsextremismus_Online_2016.pdf.
- Kaakinen, Markus/Oksanen, Atte/Räsänen, Pekka (2018): Did the risk of exposure to online hate increase after the November 2015 Paris attacks? A group relations approach, *Computers in Human Behavior*. Oxford, Pergamon, 78, S. 90-97. doi: 10.1016/J.CHB.2017.09.022.
- Kahane, Anetta (2015): *Der Kulturkampf der Gegenwart, 'Geh sterben!' Umgang mit Hate Speech und Kommentaren im Internet*. Berlin, Amadeu Antonio Stiftung, S. 7-8.
- Kaspar, Kai/Gräßer, Lars/Riffi, Aycha (2017): *Online Hate Speech. Perspektiven auf eine neue Form des Hasses*. Marl, Schriftenreihe Grimme Institut.
- Kiefer, Michael/Hüttermann, Jörg/Dziri, Bacem/Ceylan, Rauf/Roth, Viktoria/Srowig, Fabian/Zick, Andreas (2017): *Lasset uns in sha'a Allah ein Plan machen*. Wiesbaden, Springer Fachmedien VS.
- Kixmüller, Jan (2018): Interview mit Extremismus-Experte Alexander Ritzmann: „Die Menschen sollen Angst vor ihren Nachbarn bekommen“ – Hochschulen in Potsdam, *Tagesspiegel Potsdamer Nachrichten*, 6 Juni, S. 1-5. Online: <http://www.pnn.de/campus/1290547/>.
- Kreißel, Philipp/Ebner, Julia/Urban, Alexander/Guhl, Jakob (2018): Hass auf Knopfdruck - Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierter Hasskampagnen im Netz. S. 28. Online: http://www.isd-global.org/wp-content/uploads/2018/07/ISD_Ich_Bin_Hier_2.pdf.
- Kruglanski, Arie W. (2009): Fully committed: Suicide bombers' motivation and the quest for personal significance. *Political Psychology*, 30(3), S. 331-357. doi: 10.1111/j.1467-9221.2009.00698.x.
- Kruglanski, Arie W./Bélanger, Jocelyn J./Gelfand, Michele/Gunaratna,Rohan/Hettiarachchi, Malkanthi/Reinares, Fernando/Orehek,Edward/Sasota, Jo/Sharvit, Keren (2013): Terrorism - a (self) love story: Redirecting the significance quest can end violence, *The American Psychologist*, 68(7), S. 559-575. doi: 10.1037/a0032615.
- Lasswell, Harold D. (1927): *Propaganda techniques in the world war*. London, Paul Kegan, Trench, Trubner & Co.
- Leyendecker, Hans/Mascollo, Georg (2016): Die Chats der Attentäter von Würzburg und Ansbach mit dem IS. *Süddeutsche Zeitung*, September, S. 1-6.
- Local Times Erfurt (2016): *Hetze per WhatsApp*. Local Times Erfurt, August.
- Lyons-Padilla, Sarah/Gelfand, Michele/Mirahmadi, Hedieh/Farooq, Mehreen (2015): Belonging nowhere: Marginalization & radicalization risk among Muslim Immigrants. *Behavioral Science and Policy*, 1(2), S. 1-12. doi: 10.1353/bsp.2015.0019.
- Machowecz, Martin/Middelhoff, Paul/Musharbash, Yassin/Stark, Holger (2018): *Revolution Chemnitz: Zum Umsturz bereit*. Zeit Online, October, S. 1-4.
- Marwick, Alice/Lewis, Rebecca (2017): *Media Manipulation and Disinformation Online*. New York, Data & Society Research Institute, S. 1-104.

- Mcgregor, Holly A./Lieberman, Joel D./Greenberg, Jeff/Solomon, Sheldon (1998): Terror management and aggression: Evidence that mortality salience motivates aggression against worldview-threatening others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), S. 590-605. Online: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/9523407>.
- McKenna, Katelyn Y. A./Bargh, John A. (1998): Coming out in the age of internet. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), S. 681-694.
- Meleagrou-Hitchens, Alexander/Kaderbhai, Nick (2017): Perspectives on Online Radicalization, Literature review 2006-2016. London, Vox Pol. Online: <http://icsr.info/wp-content/uploads/2017/05/ResearchPerspectivesonOnlineRadicalisation.pdf>.
- Mitchell, Amy/Gottfried, Jeffrey/Barthel, Michael/Sumida, Nami (2018): Can Americans tell facts from opinions in the news?
- Morin, David T./Flynn, Mark A. (2014): We are the Tea Party!: The use of Facebook as an online political forum for the construction and maintenance of in-group identification during the "GOTV" weekend. *Communication Quarterly*, 62(1), S. 115-133. doi: 10.1080/01463373.2013.861500.
- Frischlich, Lena/Rieger, Diana/Morten, Anna/Bente, Gary (2017): Wirksamkeit: In: Frischlich, Lena/Rieger, Diana/Morten, Anna/Bente, Gary (Hrsg.) in Kooperation mit der Forschungsstelle Terrorismus/Extremismus (FTE): Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand. Wiesbaden, Griebisch und Rochol Druck GmbH, Hamm, S. 161-224. Online: 978-3-9818469-1-1.
- Näsi, Matti/Räsänen, Pekka/Hawdon, James/Holkeri, Emma (2015): Exposure to online hate material and social trust among Finnish youth. *Information Technology & People*, 28(3), S. 607-622. doi: 10.1108/ITP-09-2014-0198.
- Neumann, Katharina/Baugut, Philip (2016): Neonazis im Scheinwerferlicht der Medien – Eine Analyse reziproker Medieneffekte innerhalb der Neonazi-Szene in Deutschland. Wiesbaden, Springer VS.
- Neumann, Peter (2008): Joining al-Qaeda. Jihadist recruitment in Europe. London, Routledge.
- O'Callaghan, Derek/Greene, Derek/Conway, Maura/Carthy, Joe/Cunningham, Pádraig (2015): Down the (white) rabbit hole: The extreme right and online recommender systems. *Social Science Computer Review*, 33(4), S. 459-478. doi: 10.1177/0894439314555329.
- Oboler, Andre (2015): The rise and fall of a facebook hate group. *First Monday*, 13(11).
- Pariser, Eli (2011): The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think. New York, The Penguin Press.
- Pettigrew, Thomas F./Tropp, Linda R. (2006): A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(5), S. 751-83. doi: 10.1037/0022-3514.90.5.751.
- Pfundmair, Michaela (2018): Ostracism promotes a terroristic mindset, *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*. Taylor & Francis, 0(0), S. 1-15. doi: 10.1080/19434472.2018.1443965.
- Phillips, Whitney (2018): The oxygen of amplification: Better practices for reporting on extremists, antagonists, and manipulators online. Online: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2018/05/FULLREPORT_Oxygen_of_Amplification_DS.pdf.
- Preuß, Madlen/Tetzlaff, Frederik/Zick, Andreas (2017): Publizieren wird zur Mutprobe: Studie zur Wahrnehmung von und Erfahrung mit Angriffen unter Journalist_innen. Bielefeld.
- Pyszczynski, Tom/Abdollahi, Abdolhossein/Solomon, Sheldon/Greenberg, Jeff/Cohen, Florette/Weise, David (2006): Mortality salience, martyrdom, and military might: the great satan versus the axis of evil. *Personality & social psychology bulletin*, 32(4), S. 525-37. doi: 10.1177/0146167205282157.
- Qasem, Sindyan/Nordbruch, Götz (2017): Video kills learning standards? Zu neuen und alten Herausforderungen von politischer Bildung und Prävention im digitalen Zeitalter. In: Frischlich, Lena/Rieger, Diana/Morten, Anna/Bente, Gary (Hrsg.) in Kooperation mit der Forschungsstelle Terrorismus/Extremismus (FTE): Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand, S. 249-258.
- Quandt, Thorsten/Frischlich, Lena/Boberg, Svenja/Schatto-Eckrodt, Tim (2019): Fake News, *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley.

- Regnér, Lucas (2014): The YouTube-born terrorist. *JEX*, 2, S. 137-189.
- Reinemann, Carsten/Nienierza, Angela/Fawzi, Nayla/Riesmeyer, Claudia/Neumann Katharina (2019): *Jugend – Medien – Extremismus*. Wiesbaden, Springer VS.
- Rieger, Diana/Ernst, Julian/Schmitt, Josephine B./Vorderer, Peter/Bente, Gary/Roth, Hans-Joachim (2017): *Propaganda und Alternativen im Internet – Medienpädagogische Implikationen*. *merz - medien + erziehung*, 3, S. 27-35.
- Rieger, Diana/Frischlich, Lena/Bente, Gary (2013): *Disguised in entertainment? Approach and avoidance reactions towards right-wing and Islamic extremist propaganda videos*. In: Paper presented at the 8th Meeting of the Media Psychology Division of the German Association of Psychology. Würzburg.
- Rieger, Diana/Frischlich, Lena/Bente, Gary (2017): *Propaganda in an insecure, unstructured world: How psychological uncertainty and authoritarian attitudes shape the evaluation of right-wing extremist internet propaganda*. *Journal for Deradicalization*, 10(Spring), S. 203-229.
- Rieger, Diana/Morten, Anna/Frischlich, Lena (2017): *Verbreitung und Inszenierung*. In: Frischlich, Lena/Rieger, Diana/Morten, Anna/Bente, Gary (Hrsg.) in Kooperation mit der Forschungsstelle Terrorismus/Extremismus (FTE): *Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand*. Wiesbaden, Griebisch und Rochol Druck GmbH, Hamm, S. 47-80.
- Rieger, Diana/Schneider, Jana (2019): *Zwischen Chemtrails, Reptiloiden und #pizzagate: Verschwörungstheorien aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive*. In: *Landesarbeitsgemeinschaft Mobile Jugendarbeit/Streetwork Baden-Württemberg e. V. & Jugendstiftung Baden-Württemberg, Mythen, Ideologien, und Theorien. Verschwörungsglaube in Zeiten von Social Media. Vaihingen an der Enz, Printmedien Karl-Heinz Sprenger*, S. 13-20.
- Sängerlaub, Alexander/Meier, Miriam/Rühl, Wolf-Dieter (2018): *Fakten statt Fakes*. Berlin. Online: <https://www.stiftung-nv.de/de/publikation/fakten-statt-fakes-verursacher-verbreitungswege-und-wirkungen-von-fake-news-im>.
- Schatto-Eckrodt Tim/Boberg Svenja/Wintterlin Florian/Frischlich Lena/Quandt Thorsten (im Druck): *Bedrohte Deliberation – Information Warfare und Desinformation als Bedrohung digitaler Öffentlichkeiten*. *Communicatio Socialis*.
- Schmitt, Josephine B./Ernst, Julian/Frischlich, Lena/Rieger, Diana (2017): *Rechtsextreme und islamistische Propaganda im Internet: Methoden, Auswirkungen und Präventionsmöglichkeiten*, in: Altenhof, Ralf/ Bunk, Sarah/Piepensneider, Melanie (Hrsg.): *Politischer Extremismus im Vergleich. Schriftenreihe Politische Bildung der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., Bd. 3*. Berlin ; Münster, LIT Verlag, S. 171-210.
- Schmitt, Josephine B./Rieger, Rieger/Rutkowski, Olivia/Ernst, Julian (2018): *Counter-messages as prevention or promotion of extremism?! The potential role of YouTube recommendation algorithms*. *Journal of Communication*, 68(4), S. 780-808. doi: 10.1093/joc/jqy029.
- Schmitt, Josephine B./Ernst, Julian/Rieger, Diana/Roth, Hans-Joachim (Hrsg.) (2020): *Propaganda und Prävention. Forschungsergebnisse, didaktische Ansätze sowie interdisziplinäre und internationale Perspektiven zur pädagogischen Arbeit zu extremistischer Internetpropaganda*. Wiesbaden, Springer VS.
- Schmitz, Dominic Musa (2016): *Ich war ein Salafist: Meine Zeit in der islamistischen Parallelwelt*. Berlin, Ullstein eBooks.
- Schreiber, Julia (2016): *Unter Pseudonym in rechten Facebook Gruppen: So feiert die AfD ihren Wahlerfolg*, *ze.tt*, 15 March. Online: [whhttp://ze.tt](http://ze.tt).
- Smeeke, Anouk/Verkuyten, Maykel/Martinovic, Borja (2015): *Longing for the country's good old days: National nostalgia, autochthony beliefs, and opposition to Muslim expressive rights*. *British Journal of Social Psychology*, 54(3), S. 561-580. doi: 10.1111/bjso.12097.
- Spinney, Laura (2017): *The shared past that wasn't: How Facebook, fake news and friends are altering memories and changing history*. *Nature*, 543(9), S. 168-170.

- Stern, Jessica/Berger, James M. (2016): *ISIS: The State of Terror*. 2nd ed. London, Ecco.
- Stöber, Silvia (2017): *Desinformation in Osteuropa: Deutschland im Zerrspiegel*. Tagesschau.de, 19 July, S. 2-3.
- Sunstein, Cass R. (2007): *Republic.com 2.0: Revenge of the blogs*. Princeton, Princeton University Press.
- Tajfel, Henry/Turner, John C. (1979): An integrative theory of intergroup conflict. In: Worchel, Stephen/Austin, William G. (Hrsg.): *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA, Brooks-Cole, S. 33-47.
- Torok, Robyn (2010): "Make a bomb in your mums kitchen": Cyber recruiting and socialisation of "White moors" and home grown jihadists, *Proceedings of the 1st Australian Counter Terrorism Conference*, (November), S. 54-61.
- Valkenburg, Patti M./Peter, Jochen (2013): The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 63(2), S. 221-243. doi: 10.1111/jcom.12024.
- Del Vicario, Michaela/Bessi, Alessandro/Zollo, Fabiana/Petroni, Fabio/Scala, Antonio/Caldarelli, Guido/Stanley, H. Eugene/Quattrociocchi, Walter (2016): The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), S. 554-559. doi: 10.1073/pnas.1517441113.
- Vorderer, Peter/Klimmt, Christoph/Rieger, Diana/Baumann, Eva (2015): Der mediatisierte Lebenswandel – Permanently online, permanently connected, *Publizistik*, 60(3), S. 259-276. doi: 10.1007/s11616-015-0239-3.
- Vorderer, Peter/Hefner, Dorothee/Reinecke, Leonard/Klimmt, Christoph (Hrsg.) (2018): *Permanently online, permanently connected*. New York, Routledge.
- Vosoughi, Soroush/Roy, Deb/Aral, Sinan (2018): The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), S. 1.146-1.151. doi: 10.1126/science.aap9559.
- Walther, Joseph B. (2009): In point of practice: Computer-mediated communication and virtual groups: Applications to interethnic conflict. *Journal of Applied Communication Research*, 37(3), S. 225-238.
- Weichert, Stefan Alexander (2007): Die Propaganda der Tat – Zur Kommunikationsstrategie des modernen Aufmerksamkeitsterrorismus. In: Glaab, Sonja (Hrsg.): *Medien und Terrorismus. Auf den Spuren einer symbiotischen Beziehung*. Berlin, Berliner Wissenschaftsverlag, S. 83-98.
- Winter, Charlie (2015): Documenting the virtual 'caliphate'. London. Online: <http://www.quilliaminternational.com/wp-content/uploads/2015/10/FINAL-documenting-the-virtual-caliphate.pdf>
- Wojcieszak, Magdalena (2008): False consensus goes online impact of ideologically homogeneous groups on false consensus. *Public Opinion Quarterly*, 72(4), S. 781-791.
- Yablokov, Ilya (2015): Conspiracy theories as a Russian public diplomacy tool: The case of Russia Today (RT). *Politics*, 35(3-4), S. 301-315. doi: 10.1111/1467-9256.12097.

Quellen

- Das Netz: <https://www.das-netz.de/ichbinhier-ev-verein>, Abruf: 11.09.2019.
- Demokratiezentrum BW: Über die Reichweite der Plattformanbieter hinaus gibt es weitere Meldestellen für Propaganda, Hate Speech und andere problematische Inhalte. Online beispielsweise: <https://demokratiezentrum-bw.de/demokratiezentrum/vorfall-melden/> Abruf 11.09.2019.
- Dschihadismus im Internet: <http://www.ifeas.uni-mainz.de/2899.php>.
- Firstdraft.com: <https://firstdraftnews.org/en/education/learn/>.
- Jamal Al-Khatib – Mein Weg: <http://www.boja.at/projekte/flucht/jamal-al-khatib-paedagogisches-paket/>, Abruf: 11.09.2019.
- Jugendschutz.net: Bericht „Islamismus im Netz“ 2017: https://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Bericht_2017_Islamismus_im_Internet.pdf, Abruf 11.09.2019.
- Junge Islamkonferenz: <https://www.junge-islam-konferenz.de/>.

Klicksafe, Unterrichtsmaterialien und weitere Informationen unter: <https://www.klicksafe.de/rechtsextremismus/>, <https://www.klicksafe.de/salafismus/>, <https://www.klicksafe.de/klicksafe-to-go/> (Material zu Desinformationen).

Mein Islam - dein Islam: <https://www.mein-islam-dein-islam.de>.

Redirect: <https://redirectmethod.org/>.

Schule ohne Rassismus - Schule mit Courage: <https://www.schule-ohne-rassismus.org/startseite/>,
Abruf 11.09.2019.

#Search racism, find truth: <http://www.search-racism-find-truth.com/>.

Spektren salafistischer Diskurse in NRW: <https://www.core-nrw.de/>.

Tagesschau: <http://faktenfinder.tagesschau.de/>.

The Guardian: <https://www.theguardian.com/us-news/2019/mar/15/donald-trump-denies-white-nationalism-threat-new-zealand> (Abruf 11.09.19).

Ufuq.de: http://www.ufuq.de/was-postest-du-politische-bildung-mit-jungen-muslim_innen-online/, Abruf: 11.09.2019.

Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-claims>.



