



Ergebnisdokumentation

Workshop: Radikalisierung und Digitalisierung: Cross-Media-Ansätze in der Prävention

am 26. September 2018 in der Denkzeit-Gesellschaft e.V.

Eine Veranstaltung im Rahmen des Projekts
„Interdisziplinäres Kompetenznetzwerk Deradikalisierung“.

Kontakt

Denkzeit-Gesellschaft e.V.

Goebenstraße 24

10783 Berlin

030. 689 15 666

info@denkzeit.com

www.denkzeit.com

www.netzwerk-deradikalisierung.com

Expert(inn)en

Dr. Bernd Zywiets, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Ethnologie und Afrikastudien der Universität Mainz (Projekt: „Dschihadismus im Internet“)

Saskia Schindler, streetwork@online / AVP e.V.

Diskutant(inn)en

Sebastian Ehlers, Violence Prevention Network e.V.

Nura Böttger, Jugendhilfeeinrichtung für minderjährige Geflüchtete

Dr. Jan Wollmann, Salam Sachsen-Anhalt

Andreas Funke, casablanca gGmbH - Projekt Werte-Werkstatt

Steffen Rohkohl, Arbeit&Leben Sachsen

Kerstin Gröger, AWO Bonn/Rhein-Sieg

Sakina Abushi, Ufuq

Alexander Ruf, Jugendmigrationsdienst (JMD) – Respekt Coach Tempelhof-Schöneberg

Moderation

Nikolas Vogel, Denkzeit-Gesellschaft e.V.

Protokoll/Projektassistenz

Kati Robbe, Denkzeit-Gesellschaft e.V.

Zusammenfassung der Beiträge

Dr. **Bernd Zywietz** berichtete von seiner Arbeit im Forschungsprojekt „Dschihadismus im Internet“, das am Institut für Ethnologie und Afrikastudien der Universität Mainz angesiedelt ist. Eine interdisziplinär zusammengesetzte Forschergruppe untersucht im Rahmen des Projekts die Gestaltung von Videos, Bildern und Gesängen (anashid) dschihadistischer Gruppen sowie deren Aneignung und Verbreitung. Zywietz wies auf eine notwendige Differenzierung hin: Wenn über „das“ Internet als Einflussfaktor für Radikalisierungen gesprochen wird, dürfe *Internet* nicht mit *Internetpropaganda* gleichgesetzt werden. Internet im Kontext von Extremismus und Online-Radikalisierungen umfasse sehr vielfältige Aspekte (z. B. internetbasierte Individualkommunikation, eCommerce, Cyber-Terrorismus), Propaganda stelle dabei nur einen kleinen Ausschnitt des Phänomens dar. Bei der Beschäftigung mit dschihadistischer Internetpropaganda müssten klassische Propaganda-Vorstellungen überwunden werden, so Zywietz. Statt staatlich initiiertes (top-down) Manipulation, die sich an ein einförmiges, passives Massenpublikum richtet, habe man es in Zeiten des Social-Webs mit einem dynamischeren, partizipativen Prozess zu tun, der von unten (bottom-up) entstehe und von miteinander interagierenden „Überzeugungstätern“ geprägt sei. Zudem betonte er die unterschiedlichen Funktionen, Leitkriterien und Logiken, die Social Media und traditionellen Nachrichtenmedien zu Grunde lägen. Insbesondere stehe im Social Web nicht der Austausch von (belegbaren) Informationen im Vordergrund, sondern vielmehr die soziale, sog. *phatische Funktion* der Kommunikation, bei der es darum gehe, ein Gemeinschaftsgefühl zu bilden und zu stärken.

Am Fallbeispiel des Attentats von Arid Uka aus dem Jahr 2011, bei dem der Täter ein Youtube-Propagandavideo als (Mit-) Auslöser für seine Tat angegeben hatte, arbeitete Zywietz die Folgen der Digitalisierung auf (Internet-) Propaganda heraus. Charakteristisch sei zum einen die „Verflüssigung“ von Inhalten (Content). Bestehendes Bild- und Videomaterial werde zur allgemeinen Verfügungsmasse und könne ohne großen technischen Aufwand umgedeutet und für bestimmte ideologische Zwecke instrumentalisiert werden. Zudem ließen sich fiktionale von non-fiktionalen Inhalten durch das Entfallen des Kontextrahmens und fehlende Genre-Markierung immer schwerer voneinander abgrenzen. Anhand mehrerer Beispiele analysierte Zywietz den hohen Grad an Professionalität der IS-Propaganda, um abschließend auf mögliche Gegenmaßnahmen einzugehen. Chancen sieht er insbesondere in der Förderung kritischer Medienkompetenz, etwa in Form von Video-Essays (vgl. Zimmermann 2017). Hierbei gehe es weniger um die Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Propagandainhalt, sondern um den kritischen Umgang mit Art und Form der (Selbst-) Präsentation und der dargebotenen Argumentation.

Saskia Schindler stellte im zweiten Beitrag das Projekt *streetwork@online* vor, das mittels internetbasierter Maßnahmen einer gewaltbereiten salafistischen Radikalisierung unter Jugendlichen entgegenzuwirken versucht. Das Projekt sei aus der Notwendigkeit heraus entstanden, die klassische Sozialarbeit um virtuelle Räume zu erweitern, so Schindler. Zu Beginn stellte sie zentrale Ergebnisse verschiedener Studien vor, die sich mit der Mediennutzung und dem Alltag von jungen Menschen beschäftigen. So geht etwa aus der JIM-Studie von 2017 hervor, dass Youtube, WhatsApp und Instagram zu den beliebtesten Internetangeboten zählen, während der Beliebtheitsgrad von Facebook erneut zurückging. Was das Informationsverhalten der Jugendlichen betrifft, sind es vor allem Informationen zu persönlichen Problemen (62 %), die die Jugendlichen

am meisten interessieren, gefolgt von Informationen über das aktuelle Weltgeschehen (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2017).

Ziel des „virtuellen Streetworks“ ist es laut Schindler, mit Jugendlichen in sozialen Netzwerken in Kontakt und in den Dialog zu kommen. Dabei werde versucht, bekannte Herangehensweisen aus dem klassischen Streetwork in den virtuellen Raum zu übertragen. Die Kontaktaufnahme durch die Online-Streetworker erfolge zumeist über Gruppenchats, teilweise auch über Einzelchats, in denen kritisch reflektierte Gespräche initiiert werden sollen, wobei es aber nicht darum gehe, theologische Diskussionen zu führen. Neben den direkten Ansprachen bestehe eine weitere Aufgabe der Online-Streetworker im *Screening* von verschiedenen Gruppen und Foren, um festzustellen wo Bedarfe liegen. Der Zugang zu und die Beteiligung an bestimmten Gruppen gestalte sich teilweise schwierig, da bei zu kritischen Nachfragen oder Äußerungen die Löschung einzelner, unerwünschter Kommentare oder der Ausschluss von der Gruppe drohe, räumte Schindler ein. Bis jetzt habe sich das virtuelle Streetwork auf Facebook konzentriert, weil man hier aufgrund des sogenannten Echokammereffekts, besonderen Handlungsbedarf erkannt habe. Dahinter stehe die Annahme, dass Anders als bislang, wolle man künftig verstärkt in Gruppen auftreten, die nicht (direkt) mit dem Thema Islam in Verbindung stehen. Wie die interne Evaluation des Projekts ergeben habe, gehe es in den Gruppen inhaltlich auffällig oft um genderspezifische Themen, so Schindler. Neben dem virtuellen Streetwork betreut das Projekt die Internetplattform [iamstreet](#), auf der Bilder und narrativ-erzählende Videos veröffentlicht werden, die junge Menschen zum Nachdenken anregen und zur Teilnahme an einem offenen, demokratischen Diskurs motivieren sollen.

Relevante Ergebnisse

- (1) Die Fachrunde machte sich Gedanken zur Zielgruppe von Online-Präventionsprojekten und kam zu dem Ergebnis, dass genaue Zielgruppendefinitionen kaum möglich sind. Ehlers zog Parallelen zum Online-Marketing, wo es zunächst darum gehe, eine möglichst große Reichweite zu erlangen. In den Online-Präventionsangeboten behandle man daher vor allem primärpräventive Themen, um die Zielgruppe nicht von vornherein zu sehr einzugrenzen. Wie viele zielgruppenrelevante Personen am Ende tatsächlich erreicht wurden, lasse sich aber nur grob mittels subjektiver Einschätzungen einordnen. Dementsprechend problematisch sieht Zywiets die Evaluierbarkeit entsprechender Präventionsangebote.
- (2) Übereinstimmend kamen die Fachleute zur Feststellung, dass die Reichweite von (staatlich finanzierten) Online-Präventionsangeboten im Vergleich zu Internet-Propaganda begrenzt ist. Konkurrenzfähige Angebote wären allenfalls mit sehr großem Aufwand möglich. Umso wichtiger ist nach Ansicht der Fachleute, dass aus einer aktiven Zivilgesellschaft heraus ein Gegenklangraum im Netz entsteht.
- (3) Kontrovers wurde über Streetwork im virtuellen Raum diskutiert. Teilweise kritisierten die Fachleute mangelnde Transparenz und Authentizität, weil Online-Streetworker unter „Fake-Accounts“ agierten und ihre Identität und ihre Institution nicht offenlegten. Gegen diesen Einwand wurde mit Verweis auf netzkulturelle Besonderheiten argumentiert: innerhalb virtueller Welten sei es viel üblicher und akzeptierter unter einem Pseudonym aufzutreten.
- (4) Einig war sich die Fachrunde, dass pädagogische Standards in diesem neuen Feld und ein professionelles Rollenverständnis für „Online-Streetworker“ erst noch entwickelt werden müssen. Offen blieben die

Fragen, wie Beziehungsaufbau im Netz gelingen kann und ob Methoden aus dem klassischen Streetwork auf den Onlinebereich übertragbar sind.

- (5) Prävention funktioniert nicht im Netz allein, so die einhellige Meinung der Fachleute. Ungeklärt blieb, wie die Überführung von virtuellen Kontakten in die „Offline-Welt“ gelingen kann.

Quellen:

Frischlich, Lena; Rieger, Diana; Morten, Anna; Bente, Gary (2017): Videos gegen Extremismus? Counter-Narrative auf dem Prüfstand. Online verfügbar unter:

https://www.bka.de/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/Publikationsreihen/PolizeiUndForschung/1_51_VideosGegenExtremismusCounterNarrativeAufDemPruefstand.html, zuletzt geprüft am 20.12.2018.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2017): JIM-Studie 2012 - Jugend, Information, (Multi-)

Media. Online abrufbar unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf, zuletzt geprüft am 20.12.2018.

Rieger, Diana; Frischlich, Lena; Bente, Gary (2013): Propaganda 2.0 - Psychological Effects of Right-Wing and Islamic Extremist Internet Videos. Online verfügbar unter:

https://www.bka.de/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/Publikationsreihen/PolizeiUndForschung/1_44_Propaganda2.0.html, zuletzt geprüft am 20.12.2018.

Zimmermann, Jenny (2017): Children in ISIS-Videos (A comparative Video Essay). Entstanden im Rahmen des Masterstudiengangs "Dschihadistische Online-Propaganda: Inhalte, Gestaltung und Möglichkeiten der wissenschaftlichen Erforschung", gehalten von Dr. Bernd Zywietz an der Universität Siegen. Online verfügbar unter: <https://www.online-propagandaforschung.de/index.php/2018/01/06/video-kinder-in-is-videos-video-essay/>, zuletzt geprüft am 20.12.2018.

Weiterführende Literatur/sonstige Quellen

Christoph, Stefan (2015): Funktionslogik terroristischer Propaganda im bewegten Bild. In: Journal for Deradicalization, Nr. 14 S. 145-205.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2018): JIM-Studie 2018 - Jugend, Information, (Multi-) Media. Online abrufbar unter:

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf, zuletzt geprüft am 20.12.2018.

Zywietz, Bernd: Blog unter <https://www.online-propagandaforschung.de/>.