



Junge Frauen als Zielgruppe von ExtremistInnen in den sozialen Medien und Erkenntnisse für die P/CVE-Arbeit

Verfasst von **Sophie Scheuble** (RAN Practitioners)
und **Fehime Oezmen** (externe RAN-Expertin)

Radicalisation Awareness Network

RAN 
Practitioners

Junge Frauen als Zielgruppe von ExtremistInnen in den sozialen Medien und Erkenntnisse für die P/CVE-Arbeit

Dieser Beitrag ist auch online und auf Französisch verfügbar:

https://ec.europa.eu/home-affairs/networks/radicalisation-awareness-network-ran/publications_de

Originalsprache des Beitrags ist Englisch.

RECHTLICHER HINWEIS

Dieses Dokument wurde für die Europäische Kommission erstellt, spiegelt jedoch nur die Ansichten seiner AutorInnen wider. Die Europäische Kommission ist nicht haftbar für die Folgen einer Weiterverwendung dieser Publikation. Weitere Informationen zur Europäischen Union finden Sie online unter <http://www.europa.eu>.

Luxemburg: Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union, 2022

© Europäische Union, 2022



Die Weiterverwendung von Kommissionsdokumenten wird durch den Beschluss der Kommission 2011/833/EU vom 12. Dezember 2011 geregelt (ABl. L 330, 14.12.2011, S. 39). Sofern nicht anders angegeben, unterliegt die Weiterverwendung dieses Dokuments der Creative-Commons-Lizenz „Namensnennung 4.0 International“ (CC-BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Das bedeutet, dass Sie dieses Material unter Angabe des Urhebers oder der Urheberin und Kenntlichmachung von Änderungen nutzen dürfen.

Zur Nutzung oder Vervielfältigung von Elementen, die nicht Eigentum der Europäischen Union sind, muss ggf. die Erlaubnis der jeweiligen RechteinhaberInnen eingeholt werden.

Einleitung

Im letzten Jahrzehnt wurde das Internet immer mehr zu einem Vektor für Radikalisierung. ExtremistInnen haben ihr Vorgehen an die Internetkultur angepasst und nutzen Gaming, soziale Medien sowie Memes und Videos für sich, was einen der wichtigsten Gründe dafür darstellt, dass sie heute wirksamer den öffentlichen Diskurs beeinflussen und neue Mitglieder anwerben können. Von den Vorteilen sozialer Medien, z. B. Zugänglichkeit, das Erreichen zahlreicher potenziell interessierter Menschen, begrenzte Regulierung und schneller Informationsfluss, profitieren auch extremistische AkteurInnen. Viele Gruppen haben ihre Kommunikation, Anwerbung und Propaganda in das Internet verlegt. Die Online-Präsenz von ExtremistInnen ist nicht auf eine einzelne Plattform beschränkt, sondern über eine Vielzahl von Websites und Plattformen verteilt, darunter soziale Medien, Chatrooms und Darknet-Websites⁽¹⁾. Noch vor wenigen Jahren stand sowohl bei den Medien als auch bei AkteurInnen in der Prävention und Bekämpfung des gewaltbereiten Extremismus (P/CVE) die Online-Anwerbung und -Radikalisierung junger Männer im Mittelpunkt. Dies änderte sich jedoch mit der Abreise junger Frauen und Mädchen in die ehemaligen IS-Territorien, die sich online radikalisiert hatten und gezielt angeworben worden waren.

In einem kürzlich veröffentlichten RAN-Abschlussbericht dazu, wie junge Frauen die sozialen Medien verwenden, wurden die digitalen Anwerbetaktiken sowie die Anfälligkeiten von Mädchen und jungen Frauen diskutiert⁽²⁾. Diese Anfälligkeiten sind unter anderem bedingt durch on- und offline erlebte Diskriminierung, den Wunsch nach einer „Online-Frauenvereinigung“ aus Gleichgesinnten sowie Unsicherheit und Fragen zu (sich in Entwicklung begriffener) Sexualität. Während der folgende Beitrag auch kurz auf potenzielle Anfälligkeiten von Mädchen und jungen Frauen eingeht, liegt der Schwerpunkt jedoch darauf, wie ExtremistInnen in den sozialen Medien Frauen und vornehmlich junge NutzerInnen ansprechen und anwerben.

Im ersten Abschnitt des Beitrags werden extremistische Aktivitäten auf verschiedenen Social-Media-Plattformen besprochen. Danach werden Narrative und Strategien von RechtsextremistInnen und islamistischen ExtremistInnen beleuchtet, mit denen junge Frauen und Mädchen für den (gewaltbereiten) Extremismus gewonnen werden sollen. Anschließend werden die Auswirkungen auf P/CVE ermittelt, um besser verhindern zu können, dass Frauen und Mädchen online zum Ziel von ExtremistInnen werden.

Junge Frauen als Zielgruppe von ExtremistInnen in den sozialen Medien

Aufgrund der COVID-19-Pandemie war es letztes Jahr in vielen P/CVE-Programmen schwierig, diese aufrechtzuerhalten und den Zugang zu Zielgruppen auszuweiten. Obwohl in relevanten sozialen Räumen (z. B. in Jugendzentren oder auf Sportplätzen) gefährdete Personen ausgemacht werden konnten, war die traditionelle aufsuchende Sozialarbeit 2020 nur bedingt möglich. Unser Alltag wird zunehmend von digitalen Technologien bestimmt, doch die sich allmählich öffnenden Kommunikationsräume wurden bisher nicht ausreichend genutzt, um gezielt auf junge Frauen zuzugehen.

Prävention, Intervention und Ausstiegsarbeit müssen immer öfter die Lücke zwischen Offline- und Online-Umgebungen überbrücken. Frauenfeindliche Online-Räume und -Umfelder (in ihrer Gesamtheit auch als die „Manosphere“ bezeichnet) haben in den letzten Jahren an Umfang gewonnen. Frauen sind einerseits Ziel diffamierender Hassrede und antifeministischer Online-Diskussionen von Gruppen wie Men Going Their Own Way (kurz MGTOW) und Incels, bei denen Nutzerinnen üblicherweise kategorisch aus Foren und Subreddits ausgeschlossen werden. Andererseits gibt es andere rechtsextremistische Gruppen (z. B.

(1) Weimann und Masri, „Research Note: Spreading Hate on TikTok“, S. 2.

(2) RAN Practitioners, „Wie (junge) Frauen soziale Medien nutzen und was dies für PVE bedeutet“.

Identitäre Bewegungen und Neonazi-Organisationen wie die Nordic Resistance Movement (NRM)), die aktiv Anwerbestrategien einsetzen, Inhalte erstellen und Hashtags verwenden, mit denen speziell junge Frauen und Mädchen für den Online-Extremismus gewonnen werden sollen.

Wie bereits erwähnt erlangte die Verwendung von Sozial-Media-Plattformen durch islamistische ExtremistInnen in den Medien breitere Bekanntheit, als der IS begann, digital anzuwerben. Der IS startete 2014 eine weltweite Anwerbekampagne in den sozialen Medien, die nicht nur auf potenzielle ausländische terroristische KämpferInnen abzielte, sondern auch speziell auf Frauen und Jugendliche. Der IS konnte eine breite Präsenz in den sozialen Medien aufbauen, wo er mehrere Zehntausend unterstützende Accounts hatte, insbesondere auf **Twitter** ⁽³⁾. Es ist zwar nichts Neues, dass sich Frauen terroristischen Netzwerken anschließen, doch die Anzahl angeworbener Frauen war beim IS viel höher als jemals bei anderen Gruppen ⁽⁴⁾.

In den folgenden Abschnitten werden die bekanntesten Social-Media-Plattformen sowie deren Ausnutzung durch ExtremistInnen kurz dargelegt.

YouTube

YouTube hat von allen Videoplattformen nach wie vor das größte Publikum, obwohl die Konkurrenz durch andere Plattformen wie Vimeo und TikTok stetig zunimmt. Laut einer Umfrage des Pew Research Center sind YouTube und Reddit die einzigen Social-Media-Plattformen, die seit 2019 statistisch merklich gewachsen sind ⁽⁵⁾. YouTube wurde besonders für Jugendliche und junge Erwachsene zu einer Hauptnachrichtenquelle. Doch obwohl sich die Plattform bemüht, veröffentlichte Inhalte zu moderieren, zeigten Inhaltsanalysen zu YouTube-Videos, dass unabhängige YouTube-Kanäle mit deutlich höherer Wahrscheinlichkeit Videos mit Verschwörungsnarrativen erstellen und verbreiten als konventionelle Nachrichtenkanäle ⁽⁶⁾. Zudem erhalten NutzerInnen, die bereits mit fragwürdigen oder extremistischen Inhalten in Kontakt kamen, durch den Algorithmus des Plattform unter Umständen Empfehlungen für Videos mit immer extremeren Botschaften ⁽⁷⁾. So könnten Personen, die sich über politische Themen informieren oder auch alltägliche Fragen beantworten möchten (z. B. „Wie trägt man einen Hidschab richtig?“), aufgrund des Algorithmus an extremistische Inhalte geraten. Für junge Menschen können informationsorientierte Videos im Internet jedoch besonders authentisch wirken, da sie den Eindruck erwecken, dass sie von Leuten „aus dem echten Leben“ beraten werden. ExtremistInnen und Gruppen sind sich potenziell beeinflussbarer Zielgruppen bewusst und nutzen YouTube daher als Hauptplattform, um ihre Ideologien und Narrative sowie Videos zu verbreiten, die an Imagefilme erinnern. Während einige Gruppen wie die relativ neue mit Hizb ut-Tahrir in Verbindung stehende Bewegung „Muslim Interaktiv“ auf TikTok viel höhere Zahlen verzeichnen, erstellen sie weiterhin professionell wirkende und vergleichsweise aufwändige Videos für YouTube ⁽⁸⁾. In ihren Inhalten zeichnen rechtsextreme und islamistische Kanäle binäre Geschlechterstereotypen mit einer klaren Rollenverteilung, die sie als „natürlich“ bezeichnen ⁽⁹⁾.

Facebook

Obwohl Facebook im Vergleich zu den frühen 2010er-Jahren in Europa immer weniger junge Leute anzieht, ist die Plattform nach wie vor eine der meistgenutzten Social-Media-Websites. Eine Studie zur Nutzung sozialer Medien durch Erwachsene in den USA zeigte, dass rund 70 % der 18- bis 29-Jährigen Facebook verwenden ⁽¹⁰⁾. Während andere Plattformen wie TikTok und Snapchat viel weniger Personen aus älteren Altersgruppen erreichen, fällt der Unterschied bei der Marktdurchdringung zwischen den jüngsten und ältesten Nutzergruppen bei Facebook geringer aus (70 % der 18- bis 29-Jährigen und 73 % der 50- bis 64-

⁽³⁾ Shaban, „Teenagers, Terrorism and Technopanic“, S. 535–536.

⁽⁴⁾ ebd.

⁽⁵⁾ Auxier und Anderson, „Social Media Use in 2021“.

⁽⁶⁾ ebd.

⁽⁷⁾ Baaken, „YouTube's Role as a Platform for Extremism“, S. 2.

⁽⁸⁾ Potter, „Mit antisemitischen Viralvideos für das Kalifat“.

⁽⁹⁾ Ipsen et al., „2018 & 2019 Report Right-wing extremism on the Internet“, S. 18.

⁽¹⁰⁾ Auxier und Anderson, „Social Media Use in 2021“.

Jährigen nutzen Facebook) ⁽¹¹⁾. Facebook bleibt daher eine wichtige Plattform für Analyse, Prävention und Bekämpfung der Anwerbung von Mädchen und junge Frauen durch ExtremistInnen. Anfang Oktober 2021 legte Frances Haugen, ein ehemaliger Facebook-Mitarbeiter, interne Unternehmensdokumente offen, denen zufolge der Algorithmus der Plattform jugendliche NutzerInnen aktiv zu schädlichen Inhalten führt ⁽¹²⁾. Gemäß den zugespielten Dateien und Haugens Zeugenaussage vor dem US-Senat profitiert Facebook von einem Algorithmus, durch den sich Unsicherheiten junger Nutzerinnen ausnutzen und verstärken lassen. ExtremistInnen verfolgen zwar andere Ziele als gewinnorientierte Unternehmen, allerdings konzentrieren sie sich ebenso darauf, die Unsicherheiten und Anfälligkeiten ihrer Zielgruppen in den sozialen Medien für ihre Zwecke auszunutzen. 2019 und 2020 beauftragte Facebook ForscherInnen damit, den Einfluss des Empfehlungssystems auf die Polarisierung von NutzerInnen zu untersuchen. Die ForscherInnen legten Testaccounts an und stellten fest, dass sie in einigen Fällen in sogenannte Rabbit Holes getrieben und mit Verschwörungsnarrativen konfrontiert wurden ⁽¹³⁾. ExtremistInnen, die in manchmal offen zugängliche Gruppen und Seiten oder geschlossene Gruppen (bei denen GruppenadministratorInnen über den Beitritt entscheiden) organisiert sind, nutzen die Plattform, um ihre Ansichten auszutauschen, neue Mitglieder anzuwerben und die öffentliche Debatte zu



Abbildung 1: Bild abgerufen von Facebook

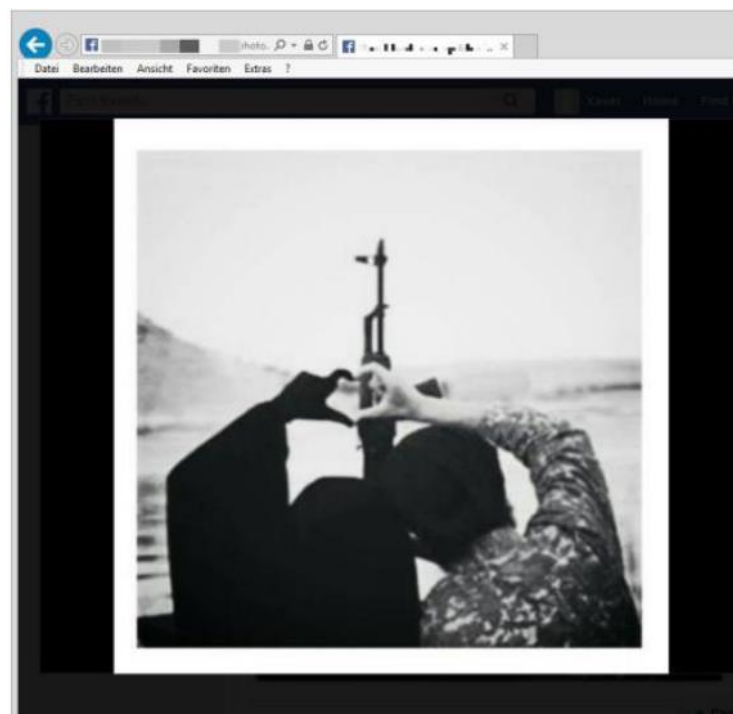


Abbildung 2: Zwei Hände bilden ein Herz vor einem Sturmgewehr. Bild abgerufen von Facebook (Quelle: Jugendschutz.net)

beeinflussen. Rechtsextremistische NutzerInnen betonen vor allem, dass es angeblich notwendig sei, junge Frauen vor nicht-weißen Männern zu schützen. Mit Memes, die Rassismus als schwarzen Humor verkleiden, und Beiträgen, die direkt zu „Selbstverteidigung“ und Gewalt aufrufen, sollen junge Frauen erreicht werden. Das Bild in Abbildung 1 wurde auf Facebook veröffentlicht und befeuert flüchtlingsfeindliche Ansichten, indem es auf Vorfälle anspielt, die sich Silvester 2016 in drei Städten in Deutschland ereigneten und bei denen Frauen von Männern mit Migrationshintergrund belästigt wurden. Es vermittelt die Botschaft, die teilweise vorhandene Willkommenskultur gegenüber Flüchtlingen sei ein Fehler gewesen und räche sich nun bei Frauen, die nun (angeblich) von (allen) Flüchtlingen körperliche Übergriffe zu befürchten hätten.

Die deutsche Organisation Jugendschutz.net ⁽¹⁴⁾ ist auf die Erkennung von Online-Inhalten spezialisiert, die Jugendschutzgesetze verletzen. In seinem Bericht zu Kommunikation und Anwerbetaktiken von RechtsextremistInnen schreibt Jugendschutz.net, dass einige Bilder

⁽¹¹⁾ ebd.

⁽¹²⁾ Alter, How fixing Facebook's algorithm could help teens – and democracy.

⁽¹³⁾ Zadrozny, „Carol's Journey: What Facebook knew about how it radicalized users“.

⁽¹⁴⁾ Siehe: <https://www.jugendschutz.net/>

⁽¹⁵⁾ Beyersdörfer et al., „Network of Hatred: How right-wing extremists use social media to court young people“, S. 20.

gewaltverherrlichende Beiträge, mit denen Frauen als Kämpferinnen angeworben werden sollen, sowie Bilder, die die Eheschließung mit einem IS- oder Al-Qaida-Kämpfer als romantisches Abenteuer darstellen.

TikTok

TikTok ist eine Videoplattform und dient hauptsächlich zur Erstellung und Verbreitung von kurzen Comedy- und Tanzclips. Die App bietet verschiedenste einfach zu verwendende Funktionen, mit denen sich etwa Filter, schnelle Schnitte, Musikeffekte und Sticker einfügen lassen. Seit dem Start der App im Jahr 2016 waren Jugendliche die Hauptzielgruppe von TikTok, weshalb es gerade bei jungen NutzerInnen sehr beliebt ist. Eine kürzlich veröffentlichte Studie zur Nutzung von TikTok durch RechtsextremistInnen zeigt, dass zahlreiche Beiträge rechtsextreme Ideologien mit Bezug auf Rassismus, Antisemitismus und Antifeminismus befördern sowie Hassrede gegen Einwanderung⁽¹⁶⁾ enthalten. Wie auch auf anderen Plattformen wurden auf TikTok IS-Propagandainhalte gefunden, die 2018 entfernt werden mussten⁽¹⁷⁾. Diese Videos richteten sich gezielt an junge Mädchen, indem sie den Ausdruck „Dschihad-Freundin“ verwendeten, während sich junge Frauen selbst als „dschihadistisch und stolz“ bezeichneten⁽¹⁸⁾. ExtremistInnen verbreiten ihre Botschaften offenbar auch an eine breitere Zielgruppe, indem sie auf Themen von aktueller Relevanz eingehen und passende Schlagwörter verwenden, da der TikTok-Algorithmus im Bereich „Für dich“ potenziell interessante Beiträge von allen anderen NutzerInnen empfiehlt (nicht nur aus dem Kreis der eigenen Freunde, ähnlich wie der oben beschriebene Mechanismus von Youtube).

Nachdem der IS 2019 die Kontrolle über die Gebiete ihres selbst ausgerufenen Kalifats in Syrien und dem Irak verlor, wechselten schätzungsweise zwei Dutzend inzwischen gelöschte Accounts, die dem IS zugerechnet werden können, zu TikTok, um Propagandavideos zu verbreiten. Laut der Extremismusexpertin Elisabeth Kendall von der Oxford University können zum Mitsingen einladende Musikvideos mit eingängiger Melodie dazu beitragen, dass sich die IS-Ideologie schnell verbreitet und im kollektiven Gedächtnis haften bleibt⁽¹⁹⁾. Viele dieser Videos richten sich speziell an junge Mädchen. Abbildung 3 zeigt einen Screenshot eines Videos, in dem eine Frau die IS-Flagge mit der Aufschrift „Dschihad-Freundin“ trägt.

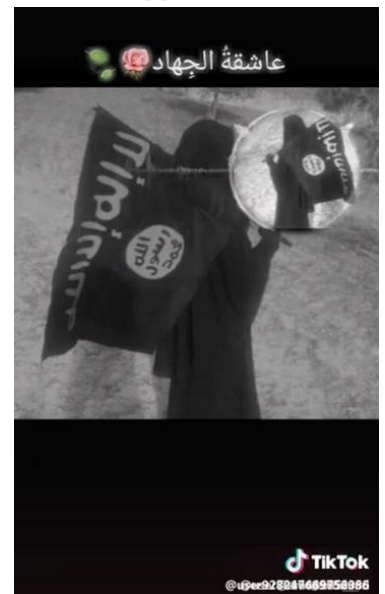


Abbildung 3: Screenshot eines Videos, das von einem inzwischen gesperrten TikTok-Account veröffentlicht wurde, der dem IS zugerechnet werden kann (Quelle: Wall Street Journal)

Andere erwähnenswerte Plattformen

Die oben beschriebenen Plattformen werden von ExtremistInnen genutzt, um Propaganda an ein großes Publikum zu bringen und online potenziell anfällige NutzerInnen zu finden und anzusprechen. Um zunehmenden Verdacht und/oder Überwachung durch die Strafverfolgung zu vermeiden, werden explizitere Gespräche auf Messenger-Dienste wie **Telegram** verlegt, sobald eine potenziell interessierter Person gefunden wurde⁽²⁰⁾. Auch **Gaming-Plattformen** müssen berücksichtigt werden, da sie häufig ähnlich wie Social-Media-Kanäle verwendet werden, um sich mit NutzerInnen austauschen und Diskussionen zu führen⁽²¹⁾. Insbesondere während Livestreams missbrauchen ExtremistInnen Plattformen, um Diskussionen zu politischen Themen und Verschwörungsnarrativen anzuregen oder zu befeuern, um potenzielle neue Mitglieder zu erreichen. Livestreams stellen für die P/CVE-Arbeit eine besondere Herausforderung dar, da

⁽¹⁶⁾ Weimann und Masri, „Research Note: Spreading Hate on TikTok“.

⁽¹⁷⁾ Feuer, „TikTok Removes Two Dozen Accounts used for ISIS Propaganda“.

⁽¹⁸⁾ Weimann und Masri, „Research Note: Spreading Hate on TikTok“.

⁽¹⁹⁾ Wells, „Islamic State Turns to Teen-Friendly TikTok, Adorning Posts With Pink Hearts, para“. 7.

⁽²⁰⁾ Zeiger und Gyte, „Prevention of Radicalization on Social Media and the Internet“.

⁽²¹⁾ Schlegel, „Extremists' use of gaming (adjacent) platforms“.

die Inhalte in Echtzeit nur schwerlich moderiert oder verboten werden können ⁽²²⁾. **Videoportale und Streaming-Plattformen** wie LiveMe und YouNow setzen ihre Richtlinien für verbotene Inhalte meist nicht konsequent durch. Kurz nach der US-Präsidentschaftswahl 2020 wurden einige extremistische NutzerInnen auf Twitter und anderen Plattformen gesperrt, die dann zu Twitch wechselten ⁽²³⁾. Der Livestreaming-Dienst DLive erhielt Anfang des Jahres ebenfalls breitere Aufmerksamkeit, als rechtsextreme RandaliererInnen den Sturm auf das US-Kapitol auf der Plattform übertrugen.

Obwohl Netzwerke und Imageboards wie **Reddit und 4chan** ungefähr doppelt so viele männliche wie weibliche NutzerInnen zählen ⁽²⁴⁾, sind extremistische Inhalte, die sich speziell an Mädchen und Frauen richten, weit verbreitet. In einigen Subreddits werden Rollenbilder wie die traditionelle Hausfrau diskutiert und „Ratschläge“ erteilt, wie diese Rolle erfüllt werden kann, andere stellen das weibliche Äquivalent der Incel-Community dar, deren Mitglieder oft „Femcels“ genannt werden. Reddit sperrt bestimmte Accounts und extremistische Subreddits, doch dies führt meist entweder zur Neugründung der Subreddits unter anderem Namen oder dazu, dass NutzerInnen eigene (unregulierte) Randplattformen erstellen (z. B. Gab ⁽²⁵⁾) ⁽²⁶⁾. Es wurde gezeigt, dass der besondere Abstimmungsmechanismus von Reddit, bei dem Beiträge positiv oder negativ bewertet werden können, die Bildung einer kollektiven Identität von NutzerInnen, die extremistische Inhalte verbreiten, entscheidend unterstützt. Während problematische Inhalte durch positive Bewertungen prominenter platziert und allmählich normalisiert werden, könnten Gegenrede oder Beiträge/Antworten, die extremistische Ansichten infrage stellen, aufgrund von negativen Bewertungen seltener angezeigt werden. Durch aktiv eingesetzte negative Bewertungen und manipulatives „Korrigieren“ der Aussagen und Verhaltensweisen andersdenkender Gruppenmitglieder haben ExtremistInnen Subreddits in Echokammern verwandelt ⁽²⁷⁾. Studien drehten sich bis jetzt meist darum, wie die Bewertungsfunktion Othering-Diskurse und die Bildung einer kollektiven Identität in rechtsextremistischen Umfeldern beeinflusst hat ⁽²⁸⁾. Es wäre interessant, zu untersuchen, wie diese Vorgehensweise speziell bei (jungen) Nutzerinnen angewendet wurde. Twitter startete kürzlich Testphasen für ein ähnliches Bewertungssystem, es wird sich also zeigen, ob es bezüglich extremistischer Blasen auf der Plattform zu einer vergleichbaren Situation kommt.

⁽²²⁾ ebd., S. 5.

⁽²³⁾ Russonello, „Twitch, Where Far-Right Influencers Feel at Home“.

⁽²⁴⁾ Perrigo, The Subreddit /r/Collapse Has Become the Doomscrolling Capital of the Internet.

⁽²⁵⁾ Gab vereint Aspekte von Reddit und Twitter in sich: Beiträge sind auf 3 000 Zeichen beschränkt und werden in einem System bewertet, das dem von Reddit ähnelt. Robert Bowers, der Pittsburgh-Attentäter von 2018, hatte die Plattform vor seinem Anschlag aktiv genutzt. Weitere Informationen zu Gab finden Sie bei Conway et al., „Right-Wing Extremists’ Persistent Online Presence. History and Contemporary Trends“, S. 9–10.

⁽²⁶⁾ Schofield, „Inside the online ‘safe space’ for female incels“.

⁽²⁷⁾ Gaudette, „Upvoting extremism: Collective identity formation and the extreme right on Reddit“.

⁽²⁸⁾ ebd.

Mädchen und junge Frauen online erreichen: Strategien und Narrative von ExtremistInnen

In vielen Fällen erleben junge Frauen und Mädchen immer noch Freiheitseinschränkungen in Offline-Umfeldern, die von kulturellen Normen und/oder Druck aus der Familie aufgebaut werden. Dies kann zu eingeschränktem Zugang zu Beruf und Bildung führen und Entscheidungen im Privatleben beeinflussen. Sind soziale Bindungen mit Gleichaltrigen eingeschränkt, werden die neuen sozialen Interaktionsmöglichkeiten in der virtuellen Welt interessanter. ExtremistInnen nutzen diese Missstände aus, indem sie sich in ihren Gruppen angeblich für Frauen einsetzen und diesen erfüllende und selbstbestimmte Rollen versprechen ⁽²⁹⁾.

Online-Extremismus scheint insofern sehr geschlechtsspezifisch zu sein, als Inhalte, Botschaften und Sprache stark von Geschlechterstereotypen geprägt sind und/oder eine strenge Geschlechtertrennung befürwortet sowie eine (geschlechts-)spezifische Zielgruppe angesprochen wird ⁽³⁰⁾. Eine Inhaltsanalyse von Websites gewaltbereiter ExtremistInnen in Indonesien untersuchte sich wiederholende Wortpaare und Verknüpfungen bezüglich der Begriffe „Ehefrau“ und „Frauen“. Es zeigte sich, dass mit Frauen meist askriptive Rollen wie „Mutter“ oder „Hausfrau“ sowie Zuschreibungen wie „häuslich“ verbunden wurden. In Sätzen, die Männerrollen beschrieben, wurden diese als „Anführer“ oder „Beschützer“ bezeichnet ⁽³¹⁾. Doch auch wenn sowohl RechtsextremistInnen als auch islamistische ExtremistInnen auf digitalen Plattformen dazu neigen, traditionelle Geschlechterrollen zu reproduzieren, wenn sie junge Frauen und Mädchen ansprechen, versprechen sie aktive und manchmal auch militärische Rollen in ihren Gruppen.

Im nächsten Abschnitt werden Strategien, Narrative und Kommunikationsbemühungen beschrieben, mit denen sich rechtsextremistische und islamistisch-extremistische AkteurInnen auf verschiedenen Social-Media-Plattformen an Mädchen und junge Frauen wenden.

Ein Beispiel für rechtsextremistische Propaganda und Anwerbeversuche

Besonders für junge Menschen gehört die Entdeckung der eigenen Geschlechtsidentität zur Persönlichkeitsentwicklung. Mädchen und junge Frauen nutzen wie alle jungen Menschen Google und Social-Media-Plattformen, um Antworten auf ihre Fragen und Ängste diesem Thema zu finden. RechtsextremistInnen wissen, wie sie diese Situation ausnutzen können, und bieten ideologisch gefärbte Antworten und Identifikationsmöglichkeiten auf Online-Plattformen an. Ihre Narrative zu Geschlechterrollen sind hauptsächlich von der Vorstellung klarer, binärer Geschlechtsidentitäten geprägt ⁽³²⁾. Vorstellungen zum Platz von Männern und Frauen in der Gesellschaft spiegeln sich nicht nur in den Gruppen und persönlichen Beiträgen von RechtsextremistInnen in den sozialen Medien wider.

In größerem Umfang nutzen sie ihre Modelle zur Rolle der Frau (die traditionelle Werte repräsentieren) und geschlechtsspezifische Ansätze, um junge Frauen und Mädchen online zu erreichen. Speziell auf männliche und weibliche NutzerInnen abzielende Inhalte fallen besonders auf Instagram auf, in denen mit Bildern, Videos und Grafiken Geschlechterstereotypen reproduziert werden. Eng verbunden mit den idealisierten Geschlechterbildern des Rechtsextremismus steht die Abwertung von Inhalten, die ein anderes Verständnis von Geschlechterrollen zeichnen, sowie Hass gegenüber Personen, die beispielsweise nichtbinäre Geschlechtsidentitäten repräsentieren. Antifeminismus, Feminismus und Feindseligkeit gegenüber Queer- und Trans-Personen gehen in extremistischen Online-Blasen Hand in Hand. ExtremistInnen beschuldigen Feminismus, politische Korrektheit und den „Gender-Irrsinn“, einer imaginären „Islamisierung“ des Westens Tür und Tor zu öffnen, um Mädchen und Frauen zu drängen, ihrer Ideologie in die Sicherheit zu folgen ⁽³³⁾.

⁽²⁹⁾ TED, „A woman's place in security“ | Joana Cook | TEDxLondonBusinessSchool.

⁽³⁰⁾ Johnston et. al., „The Lure of (Violent) Extremism: Gender Constructs in Online Recruitment and Messaging in Indonesia“.

⁽³¹⁾ ebd.

⁽³²⁾ Ipsen et al., „Bericht 2018/2019: Rechtsextremismus im Netz“, S. 18–19.

⁽³³⁾ Dieses Narrativ wird häufig von rechtsextremen AkteurInnen und Gruppen, z. B. Identitären Bewegungen, reproduziert.

Frauen und Mädchen in Neonazi-Gruppen wie der NRM (einer 2016 gegründeten panskandinavischen Bewegung) und der Feuerkrieg Division (einer in den baltischen Staaten aktiven Bewegung) werden als „Nordische Ehefrauen“ und „Rassenkriegerinnen“ bezeichnet. Diese Begriffe werden sowohl zur Selbstbezeichnung als auch von männlichen Online-Mitgliedern dieser Organisationen verwendet ⁽³⁴⁾. Als „diskursive Vermählung von Frauenfeindlichkeit und gesellschaftlicher Stärkung von Frauen“ ⁽³⁵⁾ beschreibt Askanius den Umstand, dass weibliche NRM-Mitglieder einerseits die Rolle von Anwerberinnen haben, die Neonazismus für ein breiteres Publikum in den sozialen Medien zugänglicher und attraktiver machen, sie andererseits aber bei der Suche nach Handlungsmacht in hypermaskulinen Strukturen laufend Stereotypen

und traditionelle Geschlechterrollen reproduzieren, während sie sich gegen die männlichen Gruppenmitglieder behaupten müssen, die sie beschuldigen, Feministinnen zu sein.

Abbildung 4 zeigt einen Screenshot des Twitter-Accounts einer zentralen weiblichen NMR-Persönlichkeit. Indem die NMR und andere rechtsextreme Bewegungen die politische Bedeutung von Frauen und Mädchen an Mutterschaft und Familienfürsorge knüpfen, befeuern sie Narrative, die Frauen als „Bewahrerinnen“ der weißen Rasse darstellen.

Ähnliche Kommunikationsstrategien und Narrative findet man bei allen rechtsextremen Bewegungen und Gruppen in den sozialen Medien.



Abbildung 4: Twitter-Account eines weiblichen NMR-Mitglieds

Obwohl die Stellung und die Beiträge von Mädchen und Frauen in den sozialen Medien meistens von Männern oder (älteren) weiblichen Mitgliedern, die die Unterordnung von Frauen unter Männer propagieren, kontrolliert werden, handelt ein großer Teil der Inhalte auch von der Stärkung von Frauen in der Gesellschaft und von Frauenvereinigungen ⁽³⁶⁾.

Zielgerichtete Online-Ansätze von islamistischen ExtremistInnen

Online-Inhalte von islamistischen ExtremistInnen drehen sich um Identitätsprobleme, kulturelle Zugehörigkeit und (antimuslimischen) Rassismus. Mithilfe geschlechtsspezifischer Ansätze, Echtzeitkommunikation entsprechend den Bedürfnissen und Interessen junger Frauen (z. B. Mode, Lifestyle, Familie und Freundschaft) und eines ansprechenden Designs sollen junge Frauen besser erreicht werden.

Islamistische ExtremistInnen verbreiten, ähnlich wie RechtsextremistInnen, ihre Werte, Normen und Weltbilder durch Verknüpfung mit „Lösungsangeboten“ für Probleme, die vor allem junge Frauen betreffen. Aktuelle Themen wie das Zeitgeschehen und globale Krisen (z. B. rassistisch motivierte Anschläge auf Muslime oder Muslimas oder der Israel/Palästina-Konflikt) werden ebenfalls in verschiedene Social-Media-Kanäle islamistischer ExtremistInnen integriert. Das Problem ist nicht, dass AkteurInnen auf soziale Missstände und Ungerechtigkeiten aufmerksam machen, sondern die Ausnutzung dieser Probleme durch ExtremistInnen, während die eigentlichen ideologischen Absichten verschleiert werden ⁽³⁷⁾. Besonders junge Muslimas, die einen Hidschab tragen, werden in der Öffentlichkeit häufiger diskriminiert. Islamistische ExtremistInnen kombinieren beim Versuch, junge Frauen mit ihrer Propaganda zu erreichen, oft

⁽³⁴⁾ Askanius, „Women in the Nordic Resistance Movement and their online media practices“.

⁽³⁵⁾ ebd.

⁽³⁶⁾ Askanius, „Women in the Nordic Resistance Movement and their online media practices“.

⁽³⁷⁾ Röhlig, „Die Islamisten-Hipster“.

Diskriminierungserfahrungen junger Frauen und andere ähnliche soziale Debatten als Einstiegspunkt, z. B. im Kontext aktueller gesellschaftlicher Debatten zum Verbot von Hidschabs/Burkas in einigen EU-Mitgliedstaaten. Diese Art von islamistisch-extremistischer Propaganda nutzt emotionale Elemente wie Bilder und Videos mit ideologischen Fragmenten. Das heißt jedoch nicht, dass Frauen und Mädchen von männlichen islamistischen Extremisten hilflos in den (gewaltbereiten) Extremismus gezogen werden. Ähnlich wie im Rechtsextremismus nehmen Frauen eine aktive Rolle in ihren Gruppen ein. Dies wird auch bei den Moderationen deutlich, die einige von ihnen in Online-Foren und auf Social-Media-Plattformen durchführen.

Religiöse Interpretationen und Geschlechtertrennung online: Vermeintliche sichere Räume für Mädchen?

Die strikte Geschlechtertrennung, die häufig in islamistisch-extremistischen Ideologien gefordert wird, findet sich auch online: Häufig dürfen männliche Nutzer nicht mit Nutzerinnen kommunizieren oder an Frauengruppen teilnehmen⁽³⁸⁾. Mädchen wird der Eindruck vermittelt, dass sie unter Gleichen seien, allerdings ist es schwierig, zu überprüfen, ob die jeweiligen AccountinhaberInnen wirklich Frauen sind. Hinter diesen Profilen und Beiträgen stehen angeblich Frauen, die jugendliche Mädchen als „Schwestern“ anreden, um ein Zusammengehörigkeitsgefühl zu schaffen. Durch Anbieten dieser sicheren Räume versuchen ExtremistInnen, das Vertrauen möglicher Rekrutinnen zu gewinnen, sie in Gespräche zu verwickeln und allmählich mit ihrer islamistisch-extremistischen Ideologie und ihren Narrativen zu indoktrinieren. Sie bieten auch Optionen für direkten E-Mail- oder Telefonkontakt an, um jungen Nutzerinnen zu einer sich privat und persönlich anfühlenden Kommunikation zu bewegen⁽³⁹⁾. Die auf solchen Plattformen diskutierten Themen sind breitgefächert und umfassen Ratschläge zum „richtigen“ Alltagsverhalten, wie ein Hidschab richtig getragen wird oder Fragen zu Liebe/Ehe. Islamistische ExtremistInnen zitieren häufig religiöse Quellen zur Legitimierung ihrer Ansichten: Durch Verbreitung und (Neu-)Interpretation von Suren aus dem Koran, Hadithen oder Zitaten von Islamgelehrten ohne Berücksichtigung des historischen Kontexts versuchen sie, ihre Ideologie und ihre politischen Ziele zu untermauern.

Sobald Mädchen und junge Frauen per Chat oder Messenger-Dienste (z. B. WhatsApp, Telegram) Kontakt mit den ExtremistInnen aufgenommen haben, laufen diese Interaktionen meist unbemerkt ab. Obwohl WhatsApp und andere Messenger-Dienste automatisierte Systeme entwickelt haben, um Missbrauch und schädliche Inhalte aufzuspüren und zu löschen, wird die Kommunikation aus Datenschutzgründen verschlüsselt, weshalb es schwierig ist, extremistische Inhalte und Anwerbeversuche durch ExtremistInnen abzufangen. Einladungslinks zu Gruppen in Messenger-Diensten werden in öffentlichen Profilen auf verschiedenen Social-Media-Plattformen wie Instagram, YouTube und TikTok gepostet. Wie im vorigen Kapitel aufgezeigt, besteht die Strategie üblicherweise darin, junge Frauen mit harmlos wirkenden Inhalten anzusprechen, um die Hemmschwelle für den Eintritt zur weiteren Indoktrinierung gering zu halten.

⁽³⁸⁾ Jugendschutz.net, „Dschihadisten werben um Mädchen und junge Frauen“, S. 1.

⁽³⁹⁾ Weitere Informationen finden Sie bei Zeiger und Gyte, „Prevention of Radicalization on Social Media and the Internet“, S. 384, oder bei Jugendschutz.net, „Dschihadisten werben um Mädchen und junge Frauen“, S. 1–2.

Ästhetik von Beiträgen in den sozialen Medien, die auf Nutzerinnen abzielen



Abbildung 5: Kommunikation zwischen weiblichen Mitgliedern einer islamistisch-extremistischen Gruppe auf Telegram

Islamistisch-extremistische Gruppen und Seiten in den sozialen Medien, deren Zielgruppe junge Frauen sind, sind häufig sehr bunt und beinhalten oft im Internet bekannte Katzen- und Hundevideos, um Aufmerksamkeit zu wecken⁽⁴⁰⁾. Auch werden häufig Themen wie romantische Beziehungen und Sexualität aufgegriffen. Auf den ersten Blick scheinen sie Empowerment und Selbstwertschätzung zu unterstützen. Bei näherer Betrachtung dieser Inhalte fallen jedoch die ideologischen Fragmente auf, die in Beiträge und Memes für junge Mädchen gewickelt sind. Abbildung 5 zeigt die Verwendung der beliebten Sticker-Funktion auf Telegram, mit der ein junges Mädchen mit Nikab, moderner Kleidung und einem Skateboard abgebildet wird, um an die derzeitigen Gewohnheiten junger Mädchen anzuknüpfen. Darunter war ein weiterer Sticker angebracht, der Mädchen dazu aufrief, sich darum zu bemühen, bessere Muslimas zu werden. Der Aufruf, mögliche Ablenkungen auf dem religiösen Pfad zu meiden und sich davon zu distanzieren, um ein höheres, gemeinsames Ziel zu erreichen, wird in diesen Kanälen regelmäßig wiederholt.

Die übermittelten Werte sind mit geächteten Verhaltensweisen verbunden, was ständig durch Verweis auf ein religiöses Fatwa legitimiert wird. Solche Fatwas finden sich insbesondere auf Websites und Online-Plattformen für Mädchen und diese Strategie wird ebenfalls verwendet, wenn junge Männer angesprochen werden sollen. Fragen bezüglich Religion, Liebe, Sexualität und des Körpers werden anhand religiöser Texte verschiedener Gelehrter beantwortet. Ein Fatwa ist eine islamische Rechtsauskunft zu einem bestimmten Thema, die von einem Islamgelehrten gegeben wird. Junge Menschen wissen oft nicht genau, wer ein Fatwa aussprechen darf, da nicht jeder Gelehrte oder Imam dazu qualifiziert ist. Meist gehen dem Aussprechen eines Fatwa mehrere Jahre des spezialisierten und methodischen Lernens voraus⁽⁴¹⁾. Ratsuchende gehen davon aus, dass die Aussage mit dem Koran, der islamischen Tradition und dem islamischen Gesetz in Einklang steht. Bilder und Memes werden gewöhnlich in Social-Media-Netzwerken mit inspirierenden Botschaften, religiösen Zitaten oder einem Fatwa zusammen mit Bildern und anderen kurzen Texten veröffentlicht. Die Optionen „Gefällt mir“ und „Teilen“ tragen zur Unterwanderung der täglichen Kommunikation von Mädchen und jungen Frauen bei und schaffen allmählich eine Offenheit für islamistischen Extremismus.

⁽⁴⁰⁾ Jugendschutz.net, „Dschihadisten werben um Mädchen und junge Frauen“, S. 1–2.

⁽⁴¹⁾ Es bestehen einige internationale Institutionen und Gremien, die anerkannte Gelehrte an einen Tisch bringen, um gemeinsam Fatwas zu verfassen. In den meisten muslimischen Ländern hat ein Großmufti die höchste religiöse Autorität. Im Schiismus gibt es genauere Grade und Standards, um zu ermitteln, wer Fatwas ausstellen darf, während die verschiedenen Madhhab (Lehrrichtungen) der Sunniten sehr unterschiedliche Strömungen haben. Der Rang und Schulungsgrad eines Gelehrten in der Rechtslehre spielen eine entscheidende Rolle bei der „Legitimität“ eines ausgesprochenen Fatwa. Allerdings gibt es bezüglich Fatwas keine allgemein gültigen und anerkannten Formen, weshalb sich Fatwas auch gegenseitig einschränken oder widersprechen können. Weitere Informationen finden Sie bei Skovgaard-Petersen, „A Typology of Fatwas“.



Abbildung 6: Informationen zu Kleidervorschriften für Muslima, die auf einem islamistisch-extremistischen Telegram-Kanal verbreitet wurden

Ähnlich dem Screenshot auf der vorigen Seite zeigt Abbildung 6 Muslima im Comicstil. In diesen Kanälen werden häufig Informationen und Ratschläge zur „angemessenen“ Kleidung für Frauen und Mädchen verbreitet.

Enge Verbindungen zu den sozialen Medien bestehen auch in Form von Solidaritätsnetzwerken. Der Instagram-Account „freeoursisters“ drückt Solidarität mit Frauen und Mädchen aus, die ehemalige IS-Gebiete verlassen haben und sich nun in Internierungslagern in Syrien und dem Irak oder in Gefängnissen in Europa befinden, sowie mit Frauen, deren Ehemänner wegen Terrorismus verhaftet wurden. Die Initiative wurde vom Verfassungsschutz von Nordrhein-Westfalen überwacht, da eines der zentralen Mitglieder



Abbildung 7

Verbindungen zum IS hatte. Eine Studie zur Beobachtung von Social-Media-Profilen von dänischen dschihadistischen Salafistenorganisationen bezüglich auf Frauen zugeschnittener Narrativen zeigt, dass sich viele der Inhalte um gegenwärtige und Alltagsprobleme drehen⁽⁴²⁾. In vielen Fällen fußen Motivationsnarrative auf traditionellen Doktrinen und Konzepten und sprechen Identitätsprobleme von Muslima an, die in westlichen Ländern leben. Laut diesen Forschungen werden häufig Narrative bezüglich „der Ehre, eine Islam-Schwester zu

sein“ und ihre allgemeine Pflicht, für ihre „Dīn“ einzustehen, verwendet („Dīn“ ist arabisch für „Religion“)⁽⁴³⁾. Diese Organisationen, z. B. Kaldet til Islam (Aufruf zum Islam), motivieren strategisch Mädchen und junge Frauen dazu, sich an extremistischen Aktionen zu beteiligen, wobei die geschlechtsspezifische Diskriminierung von Muslima im Westen als notwendiges Mittel zur Teilnahme am Dschihad konstruiert wird.

Die Beiträge enthalten oft direkte oder unterschwellige Aufrufe zu Gewalt. Rechtsextremistische Accounts auf TikTok und anderen Plattformen verwenden (Neo-)Nazisymbolik und unterstützen den rechtsextremistischen Akzelerationismus. Akzelerationismus ist eine Auffassung unter RechtsextremistInnen, wonach der gesellschaftliche Kollaps vorangetrieben werden sollte, um das derzeitige System durch einen faschistischen Ethnostaat zu ersetzen⁽⁴⁴⁾. In einem TikTok-Video hebt Riley Williams, die nach dem Sturm auf das Kapitol am 6. Januar festgenommen wurde, ihren Arm zum Hitlergruß.

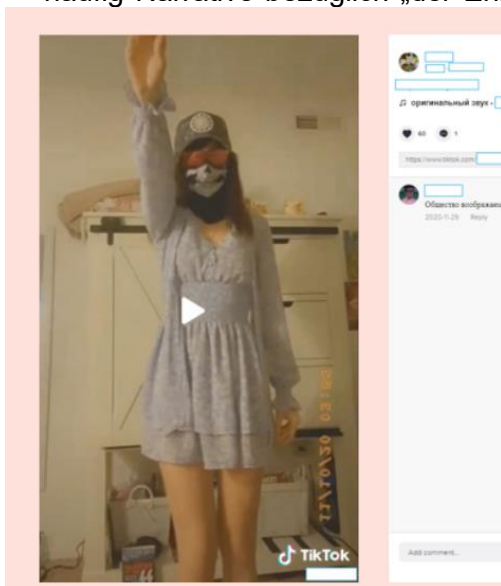


Abbildung 8: Screenshot eines Videos, in dem Riley Williams rechtsextremistischen Akzelerationismus propagiert. Der Screenshot wurde von ISD Analysis of Extremism and Hate Speech auf TikTok erfasst.

Außerdem singt und tanzt sie und sagt dann: „Es gibt keine politische Lösung. Uns bleibt nur der Akzelerationismus. Heil Hitler.“

⁽⁴²⁾ Jul Jacobsen, „Calling on Women: Female-Specific Motivation Narratives in Danish Online Jihad Propaganda“, S. 19.

⁽⁴³⁾ ebd., S. 20.

⁽⁴⁴⁾ O'Connor, „Hatescape: An In-Depth Analysis of Extremism and Hate Speech on TikTok“, S. 9.

Auswirkungen auf die P/CVE-Arbeit: Primäre und sekundäre Prävention in sozialen Medien

Social-Media-Plattformen sind ein zentraler Bestandteil im Alltag der meisten Jugendlichen. Viele BenutzerInnen sind jedoch kaum in der Lage, den Wahrheitsgehalt, die Zuverlässigkeit und die Authentizität ihrer Online-Quellen richtig einzuschätzen. **Digitale Kompetenz und der kritische Konsum von Online-Inhalten** können Schutzfaktoren bei der Radikalisierung im Internet sein. Daher ist es wichtig, Mädchen und jungen Frauen Fähigkeiten zur Verifizierung ihrer Quellen zu vermitteln, damit sie falsche Informationen, Propaganda und Anwerbeversuche von extremistischen AkteurInnen erkennen können.

Da AnwerberInnen die Schwachstellen junger Frauen ausnutzen und der Aufbau von Online-Beziehungen zu radikalisierten und/oder extremistischen Gleichaltrigen in digitalen Netzwerken ein zentraler Bestandteil von Radikalisierungsprozessen ist, **müssen alternative soziale (Online-)Netzwerke geschaffen werden, um den Verlust von Kontakten auszugleichen** ⁽⁴⁵⁾. Dies ist zwar ein integraler Bestandteil vieler Ausstiegs- und Deradikalisierungsstrategien, doch scheint es für Mädchen und junge Frauen, die online eine schwesterliche Gemeinschaft finden, besonders wichtig zu sein. Es sollte diskutiert werden, ob es sinnvoll ist, auf diese Bedrohung mit geschlechtsspezifischen Online-P/CVE-Ansätzen zu reagieren (z. B. mit Kampagnen für alternative und Gegen-Narrative) oder ob ein allgemeinerer Ansatz besser wäre, der zwar das Geschlecht berücksichtigt, aber als eine strukturelle Komponente neben anderen (z. B. Alter, Bildung usw.). In den vergangenen Jahren wurde bei den meisten P/CVE-Kampagnen Narrowcasting empfohlen, um gefährdete männliche und weibliche NutzerInnen zu erreichen ⁽⁴⁶⁾. Während ExtremistInnen sogenannte geschlechtsspezifische Themen und Narrative anscheinend erfolgreich einsetzen, könnten P/CVE-Kampagnen, die sich hauptsächlich auf geschlechtsspezifische Themen stützen, ungewollt Stereotypen reproduzieren und die Zielgruppe fälschlicherweise auf der Grundlage des Geschlechts homogenisieren.

Empfehlungen

- Die COVID-19-Pandemie und die sich daraus ergebende (plötzliche) Notwendigkeit eines breiteren Spektrums an digitalen P/CVE-Maßnahmen hat zu Herausforderungen für PraktikerInnen geführt, die es gewohnt sind, in Offline-Umgebungen zu arbeiten. Zusätzlich zu der ohnehin schon hohen Arbeitsbelastung der PraktikerInnen ist es für viele nicht machbar, sich mit der sich schnell verändernden Welt der sozialen Medien vertraut zu machen und maßgeschneiderte Präventions- und Interventionsdienste anzubieten. Wenn es darum geht, das Online-Verhalten von Mädchen und jungen Frauen besser zu verstehen, kann RAN YOUNG helfen, relevante Plattformen und aufkommende Trends zu identifizieren. Die folgende Liste gibt einen kurzen Überblick über einschlägige Online-Praktiken, die in diesem Bereich Fortschritte machen.
- Um jungen Frauen und Mädchen dabei zu helfen, Propaganda, Fehlinformationen und extremistische Inhalte besser zu verstehen und zu erkennen, kann die Entwicklung von Programmen zur **Stärkung der digitalen Kompetenz sowie der Fähigkeiten zur Verifizierung von Quellen** ein hilfreiches Instrument der Primär- und Sekundärprävention sein. Es gibt eine Reihe von Websites und Suchmaschinen, die den NutzerInnen helfen sollen, herauszufinden, ob die im Internet gefundenen Informationen zuverlässig sind oder nicht. Die irische Initiative BE MEDIA SMART fasst Organisationen und Websites zusammen, die Faktencheck-Tools und Datenbanken anbieten ⁽⁴⁷⁾. Es ist von entscheidender Bedeutung, bessere Unterstützung für Mädchen und junge Frauen

⁽⁴⁵⁾ Gielen, „Exit programmes for female jihadists: A proposal for conducting realistic evaluation of the Dutch approach“, S. 15.

⁽⁴⁶⁾ Schlegel, „A Bookstore, Not a Customized Page“.

⁽⁴⁷⁾ Siehe: <http://www.bemediasmart.ie/fact-check#check>

anzubieten, damit sie auch subtile Formen islamistisch-extremistischer und rechtsextremistischer Propaganda und Anwerbeversuche erkennen können.

- Eine verstärkte Online-Präsenz von zivilgesellschaftlichen Organisationen und P/CVE-PraktikerInnen in den sozialen Medien scheint besonders wichtig zu sein. Um auf digitalen Plattformen eine glaubwürdige Stimme zu haben, können Organisationen niedrigschwellige Bildungsinhalte bereitstellen, sich an Diskussionen unter Social-Media-Beiträgen mit extremistischen Narrativen beteiligen und mit InfluencerInnen zusammenarbeiten, die bei der Prävention und Bekämpfung von gewaltbereitem Extremismus im Internet als Vorbilder fungieren können.
- Wie bereits erwähnt, ist die manchmal begrenzte oder kurzlebige Wirkung von Kampagnen für alternative und Gegen-Narrative oft darauf zurückzuführen, dass sie nur für einen kurzen Zeitraum vor dem Ende der Projekte angesetzt sind. Schlegel schlägt einen „**Buchhandlungsansatz**“ vor, der auf der Zusammenarbeit zwischen P/CVE-AkteurInnen beruht, die eine Vielzahl unterschiedlicher Kampagnen und Themen anbieten, wobei die Geschlechterperspektive berücksichtigt wird, der Schwerpunkt aber nicht unbedingt auf geschlechtsspezifischen Zielgruppen liegt ⁽⁴⁸⁾.
- In den letzten Jahren wurde immer deutlicher, wie wichtig gezielte, lokale P/CVE-Ansätze und die Notwendigkeit lokaler Teams, die sich aus verschiedenen AkteurInnen zusammensetzen, sind, da sich die extremistischen Szenen je nach ihrem Standort stark unterscheiden. Daher sind lokale Hybridmaßnahmen erforderlich, bei denen Offline-Ansätze auf den Online-Raum übertragen werden. Die belgische Stadt Mechelen arbeitet derzeit an einem entsprechenden Modell, bei dem Jugend- und SozialarbeiterInnen versuchen, Gespräche mit gefährdeten Jugendlichen in Offline-Umgebungen auf digitalen Plattformen fortzusetzen (z. B. mit Twitch-FIFA-Turnieren).
- Da sich **Livestreams** auf verschiedenen Social-Media-Kanälen, deren Inhalte in den meisten Fällen kaum moderiert werden können, zunehmender Beliebtheit erfreuen, müssen PlattformanbieterInnen, politische EntscheidungsträgerInnen, ForscherInnen und PraktikerInnen **über mögliche (Gegen-)Maßnahmen diskutieren**, die sie im Hinblick auf extremistische NutzerInnen, die sich die fehlende Regulierung zunutze machen, ergreifen wollen.

⁽⁴⁸⁾ Schlegel, „A Bookstore, Not a Customized Page“.

Relevante Praktiken

1. Unter aktiver Beteiligung von Mädchen und jungen Frauen führt das [Projekt NISA](#) Video- und Online-Kampagnen durch, um alternative Ansätze zu patriarchalen und extremistischen Narrativen in den sozialen Medien zu entwickeln.
2. Bei der Website [Islam-ist](#) handelt es sich um eine Frage-Antwort-Plattform zum Thema „Islam“ rund um Fragen des täglichen Lebens für muslimische Jugendliche. Mit dem Ziel, Radikalisierungsprozesse bei jungen Menschen zu verhindern, steht das Team von Islam-ist über Instagram, Facebook und TikTok mit seiner Zielgruppe in Kontakt. Das Konzept basiert nicht auf geschlechtsspezifischen Themenfeldern, sondern wendet den oben erwähnten Buchhandlungsansatz an.
3. Das Diamond-Programm der [niederländischen Stiftung für interkulturelle Teilhabe und Integration](#) richtet sich an 12- bis 24-Jährige, die Probleme beim Finden ihrer Identität haben. Das Programm bietet Online-Räume, in denen Fragen im Zusammenhang mit Geschlechterrollen, dem Liebesleben und verwandten Themen untersucht und diskutiert werden können.
4. Die US-amerikanische Organisation [Life after Hate](#) hat sich auf die Betreuung gefährdeter Online-NutzerInnen durch AussteigerInnen und Fachleute für psychische Gesundheit spezialisiert. Das Team ist sich der Aspekte der „Schwesternschaft“ bewusst, die in vielen extremistischen Kontexten vorherrschen, und bietet Unterstützung bei alternativen Kontakten und Netzwerken außerhalb des extremistischen Umfelds.
5. Als Teil des Programms zur Stärkung der Zivilgesellschaft (CSEP) der Europäischen Kommission zielt die Initiative [YouthRightOn](#) auf den Einfluss der rechtsextremen Szene auf Jugendliche in Bulgarien ab. Durch die Entwicklung alternativer Narrativen zu den online verbreiteten extremistischen Botschaften soll das Programm die Widerstandsfähigkeit von jungen NutzerInnen in sozialen Medien stärken.
6. Viele Organisationen bieten Anlaufstellen und Beratung speziell für junge Mädchen und Frauen in den sozialen Medien an. Bei [Juuuport](#) und ähnlichen Organisationen sind Teams aus erfahrenen PraktikerInnen, BeraterInnen und geschulten Jugendlichen (ab 15 Jahren) als AnsprechpartnerInnen auf Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat und TikTok präsent. Wenn junge Frauen oder Mädchen wegen Online-Begegnungen besorgt sind oder Fragen im Zusammenhang mit Cybergrooming, Hassrede oder extremistischen Inhalten haben, können sie sich (auch anonym) an Juuuport wenden und erhalten individuelle Unterstützung.
7. Ein weiteres Beispiel ist das Programm [Web-constables](#) der estnischen Polizei und des Grenzschutzes, bei dem PolizeibeamtInnen als Sprecher für Online-Sicherheit fungieren, digitale Räume überwachen und Social-Media-Konten auf verschiedenen Plattformen unterhalten.

Bibliografie

- Alter, C. (5. Oktober 2021). „How fixing Facebook’s algorithm could help teens—and democracy“. *TIME*. <https://time.com/6104157/facebook-testimony-teens-algorithm/>
- Askanius, T. (2020). „Women in the Nordic Resistance Movement and their online media practices: Between internalised misogyny and „embedded feminism“. *Feminist Media Studies*. [online]. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14680777.2021.1916772>
- Auxier, B. und Anderson, M. (2021). „Social media use in 2021“. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- Baaken, T. (2020). „YouTube’s role as a platform for extremism“. Global Network on Extremism & Technology. <https://gnet-research.org/2020/03/02/youtubes-role-as-a-platform-for-extremism/>
- Beyersdörfer, A., Ipsen, F., Eisentraut, S., Wörner-Schappert, M. und Jellonnek, F. (2017). „Network of hatred: How right-wing extremists use social media to court young people“. Jugendschutz.net. https://www.hass-im-netz.info/fileadmin/public/main_domain/Dokumente/Rechtsextremismus/Network_of_Hatred.pdf
- Conway, M., Scrivens, R. und Macnair, L. (2019). „Right-wing extremists’ persistent online presence: History and contemporary trends“. International Centre for Counter-Terrorism - The Hague. <https://icct.nl/app/uploads/2019/11/Right-Wing-Extremists-Persistent-Online-Presence.pdf>
- Feuer, W. (21. Oktober 2019). „TikTok removes two dozen accounts used for ISIS propaganda“. CNBC. <https://www.cnn.com/2019/10/21/tiktok-removes-two-dozen-accounts-used-for-isis-propaganda.html>
- Gaudette, T., Scrivens, R. und Davies, G. (2020). „Upvoting extremism: Collective identity formation and the extreme right on Reddit“. *New Media & Society*, 23(12), 3491-3508. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444820958123?journalCode=nmsa>
- Gielen, A. (2018). „Exit programmes for female jihadists: A proposal for conducting realistic evaluation of the Dutch approach“. *International Sociology*, 33(4), 454-472. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0268580918775586>
- Hope not hate. (2021). „Investigation: ‘For the future, by the future‘“. <https://www.hopenothate.org.uk/investigation-for-the-future-by-the-future/>
- Ipsen, F. et al. (2019). „2018 & 2019 Report right-wing extremism on the internet“.
- Johnston, M., Iqbal, M. und True, J. (2020). „The lure of (violent) extremism: Gender constructs in online recruitment and messaging in Indonesia“. *Studies in Conflict & Terrorism*. [online]. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1057610X.2020.1759267?scroll=top&needAccess=true>
- Jugendschutz.net. (2017). „Dschihadisten werben um Mädchen und junge Frauen“. https://www.hass-im-netz.info/fileadmin/public/main_domain/Dokumente/Islamismus/TP_Dschihadisten_werben_um_junge_M%C3%A4dchen_und_Frauen.pdf
- Jul Jacobsen, S. (2019). „Calling on women: Female-specific motivation narratives in Danish online jihad propaganda“. *Perspectives on Terrorism*, 13(4), 14–26. <https://www.universiteitleiden.nl/binaries/content/assets/customsites/perspectives-on-terrorism/2019/issue-4/jacobsen.pdf>
- O’Connor, C. (24. August 2021). „Hatescape: An in-depth analysis of extremism and hate speech on TikTok“. Institute for Strategic Dialogue. <https://www.isdglobal.org/isd-publications/hatescape-an-in-depth-analysis-of-extremism-and-hate-speech-on-tiktok/>

- Perrigo, P. (30. Oktober 2020). „The subreddit /r/collapse has become the doomscrolling capital of the internet. Can its users break free?“ *TIME*. <https://time.com/5905324/reddit-collapse/>
- Potter, N. (8. Juni 2021). „Mit antisemitischen Viralvideos für das Kalifat“. *Belltower.News*. <https://www.belltower.news/muslim-interaktiv-mit-antisemitischen-viralvideos-fuer-das-kalifat-116977/>
- Radicalisation Awareness Network. (2020). „Wie (junge) Frauen soziale Medien nutzen und was dies für PVE bedeutet“. https://ec.europa.eu/home-affairs/system/files/2021-01/ran_small_scale_meeting_gender_and_social_media_de.pdf
- Röhlig, M. (19. Juni 2021). „Die Islamisten-Hipster“. *SPIEGEL Politik*. <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/muslim-interaktiv-wie-eine-gruppe-von-hizb-ut-tahrir-jugendliche-umwirbt-a-58a2a63d-1798-475c-b2d1-a072c734d232>
- Russonello, G. (27. April 2021). „Twitch, where far-right influencers feel at home“. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2021/04/27/us/politics/twitch-trump-extremism.html>
- Schlegel, L. (5. August 2021). „A bookstore, not a customized page: Why we need more variety, not more tailoring in digital narrative campaigns against extremism“. *European Eye on Radicalization*. <https://eeradicalization.com/a-bookstore-not-a-customized-page-why-we-need-more-variety-not-more-tailoring-in-digital-narrative-campaigns-against-extremism/>
- Schlegel, L. (2021). „Extremists’ use of gaming (adjacent) platforms. Insights regarding primary and secondary prevention measures“. *Radicalisation Awareness Network*. https://ec.europa.eu/home-affairs/networks/radicalisation-awareness-network-ran/publications/extremists-use-gaming-adjacent-platforms-insights-regarding-primary-and-secondary-prevention_en
- Schofield, D. (29. März 2021). „Inside the online ‘safe space’ for female incels: Enter the pink pill“. *Huck*. <https://www.huckmag.com/art-and-culture/tech/inside-the-online-safe-space-for-femcels/>
- Shaban, S. (2020). „Teenagers, terrorism, and technopanic: How British newspapers framed female ISIS recruits as victims of social media“. *International Journal of Communication*, 14(2020), 535-555. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13103>
- Skovgaard-Petersen, J. (2015). „A typology of fatwas“. *Die Welt des Islams*, 55(3-4), 278-285. <https://doi.org/10.1163/15700607-05534p02>
- TED. (13. Juni 2020). „A woman’s place in security“ | Joana Cook | TEDxLondonBusinessSchool [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CqclxX6rsII&t=2s>
- Weimann, G. und Masri, N. (2020). „Research note: Spreading hate on TikTok“. *Studies in Conflict & Terrorism*. [online]. <https://www.tandfonline.com/doi/10.1080/1057610X.2020.1780027>
- Wells, G. (21. Oktober 2019). „Islamic State turns to teen-friendly TikTok, adorning posts with pink hearts“. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/islamic-state-turns-to-teen-friendly-tiktok-adorning-posts-with-pink-hearts-11571680389>
- Zadrozny, B. (22. Oktober 2021). „‘Carol’s Journey’: What Facebook knew about how it radicalized users“. *NBC News*. <https://www.nbcnews.com/news/amp/rcna3581>
- Zeiger, S. und Gyte, J. (2021). „Prevention of radicalization on social media and the internet“. In A. P. Schmid (Ed.), *Handbook of terrorism prevention and preparedness* (pp. 374-411). International Centre for Counter-Terrorism - The Hague. <https://icct.nl/app/uploads/2021/01/Handbook-Ch-12-Zeiger-Gyte-FINAL-1.pdf>

Über die Verfasserinnen:

Sophie Scheuble ist Forscherin auf dem Gebiet von P/CVE mit Schwerpunkt auf akteursübergreifenden Ansätzen im Bereich Ausstieg und Rehabilitation. 2020 begann sie ihre Tätigkeit bei RAN Practitioners. Zusätzlich zu ihrer Arbeit für das RAN ist sie als Projektmanagerin beim Violence Prevention Network in Berlin tätig.

Fehime Oezmen ist Forscherin im Bereich des politischen Extremismus und Expertin auf den Arbeitsgebieten Islamismus, Rechtsextremismus, antimuslimischer Rassismus, Antisemitismus sowie Hassrede und Fake News im Internet.

INFORMATIONEN ZUR EU FINDEN

Internet

Informationen zur Europäischen Union in allen offiziellen EU-Sprachen finden Sie auf der Europa-Website unter: https://europa.eu/european-union/index_de

EU-Veröffentlichungen

Kostenlose und kostenpflichtige EU-Veröffentlichungen können Sie hier herunterladen oder bestellen: <https://op.europa.eu/de/web/general-publications/publications>. Mehrere Exemplare kostenloser Publikationen können Sie über Europe Direct oder Ihr örtliches Informationszentrum anfordern (siehe https://europa.eu/european-union/contact_de).

EU-Recht und zugehörige Dokumente

Zugang zu allen rechtlichen Informationen der EU einschließlich der gesamten EU-Gesetzgebung seit 1952 in allen offiziell vorliegenden Sprachfassungen erhalten Sie bei EUR-Lex unter: <http://eur-lex.europa.eu>

Offene Daten der EU

Das Portal zu offenen Daten der EU (<http://data.europa.eu/de>) bietet Zugriff auf Datensätze der EU. Daten können kostenlos heruntergeladen und genutzt werden, sowohl für kommerzielle als auch für gemeinnützige Zwecke.

Radicalisation Awareness Network

RANI

Practitioners



Publications Office
of the European Union