



Deutsche  
Hochschule der Polizei

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

# Der Umgang mit salafistisch-jihadistischer Propaganda im Social Web (II)

## Ergebnisse der zweiten Welle einer repräsentativen Online-Befragung

Erarbeitet im Rahmen des Verbundprojektes



„Analyse extremistischer Bestrebungen in sozialen Netzwerken“

**Annika Hamachers**

Fachgebiet II.5 Kommunikationswissenschaft

# Das Projekt ‚X-SONAR‘



- gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung innerhalb des Programms „Forschung für die zivile Sicherheit 2012 – 2017“
- Förderzeitraum: März 2017 bis Februar 2020



## Projektziel

“Das Verbundprojekt leistet praxisorientierte, interdisziplinäre **Grundlagenforschung** zum Verständnis **extremistischer Interaktions- und Eskalationsdynamiken** in **sozialen Onlinenetzwerken**. Es erforscht die Mechanismen der individuellen und kollektiven Gewaltdynamiken sowie die **Selbstregulation** von Radikalität in sozialen Online-Netzwerken.”

## Erfassen individueller und kollektiver Radikalisierungsmuster durch...

### 1) Analyse von Gerichtsakten

- um Radikalisierungs-Katalysatoren sogenannter ‚Foreign Fighters‘, die nach Syrien ausgereist (und zurückgekehrt) sind mit besonderem Blick auf ihre Nutzung sozialer Medien zu dokumentieren

### 2) eine Online-Befragung

- um das Ausmaß der Rezeption radikaler Inhalte im Internet sowie etwaige Selbstregulationsmechanismen der Online-Community zu erfassen

### 3) eine Bedarfsabfrage

- um zugrundeliegende Radikalisierungsmodelle, bereits angewandte Gegenstrategien und akute Bedürfnisse der Sicherheitsbehörden zu evaluieren

- Online-Befragung mit **Pseudo-Panel-Design** in **drei Wellen**
- deutschlandweit repräsentativ nach Alter, Geschlecht und Bildungsgrad
- **zweite Welle** im **Dezember 2018** im Feld
- n= **2690** (zu 3812 im Vorjahr)
- **Hauptitems:**
  - (zufälliger) Kontakt mit unterschiedlichen (islamistischen) Inhalten
  - aktive Suche danach
  - Kontakthäufigkeit
  - Quellen islamistischer Inhalte im Internet
  - Reaktionen auf diese Inhalte
- **Kontrollvariablen:** demographische Angaben (inkl. religiöser Orientierung und Migrationshintergrund), Mediennutzungsverhalten, Internetnutzungsmotive, Medienkompetenz, politisches Wertesystem, *Emotionalität*, *Coping Strategien* und *Bedürfnis nach Devianz*

# Rückblick: Fazit nach Welle 1



Haben	Soll
extrem hohe Kontaktwahrscheinlichkeit, insbesondere mit gewalthaltigen Inhalten, aktive Suche	mit der Praxis entwickelte Propaganda-Typologie
hohe Auskunftsbereitschaft; wenig soziale Erwünschtheit	bessere und spezifischere Tests von Medienkompetenz
Medienkompetenz als zentrale Einflussgröße	

- 1) explizitere Abgrenzung von ‚islamisch‘ und ‚islamistisch‘
  - stärkerer Fokus auf Salafismus/Jihadismus
  - keine Abfrage des Kontakts mit niedrigschwelliger Propaganda
  - dafür differenziertere Abfrage der Kontaktart und des Kontaktortes anhand einer eigens entwickelten **Propagandatypologie**
  
- 2) differenziertere Erfassung des Rezeptionsverhaltens
  - Abfrage von kognitiven und emotiven **Wirkungen** einzelner Inhaltskategorien
    - Was stößt ab? (löst Ekel, Reaktanz, Schock und Meldeverhalten aus)
    - Was zieht an? (macht betroffen, löst Empathie aus, setzt Hemmschwellen herab, wirkt unterhaltend)
  - Erfragen von Reaktionen außerhalb sozialer Netzwerke (z.B. Gespräche mit Eltern, Freunden, Lehrern)
  - kognitive Dimensionen von Selbstregulation operationalisieren (z.B. Coping-Strategien und Selbstwirksamkeit erfragen)

## Haupt-Items im Fragebogen

- Auffinden islamistischer Inhalte
- Quantität islamistischer Inhalte
- aktive Suche nach islamistischen Inhalten
- Quellen islamistischer Inhalte im Internet
- Umgang mit islamistischen Inhalten in sozialen Medien
- Bekanntheit einschlägiger salafistischer Prediger und Organisationen
- Kontakt im Internet mit einschlägigen Predigern und Organisationen
- emotive Wirkungen (ausgelöste Emotionen)
- kognitive Wirkungen (Beurteilungen)
- konative Wirkungen (ausgelöstes Verhalten)
- ‚Meta-Reaktionen‘ (Reaktionen auf Meldeverhalten)

## Kontrollvariablen

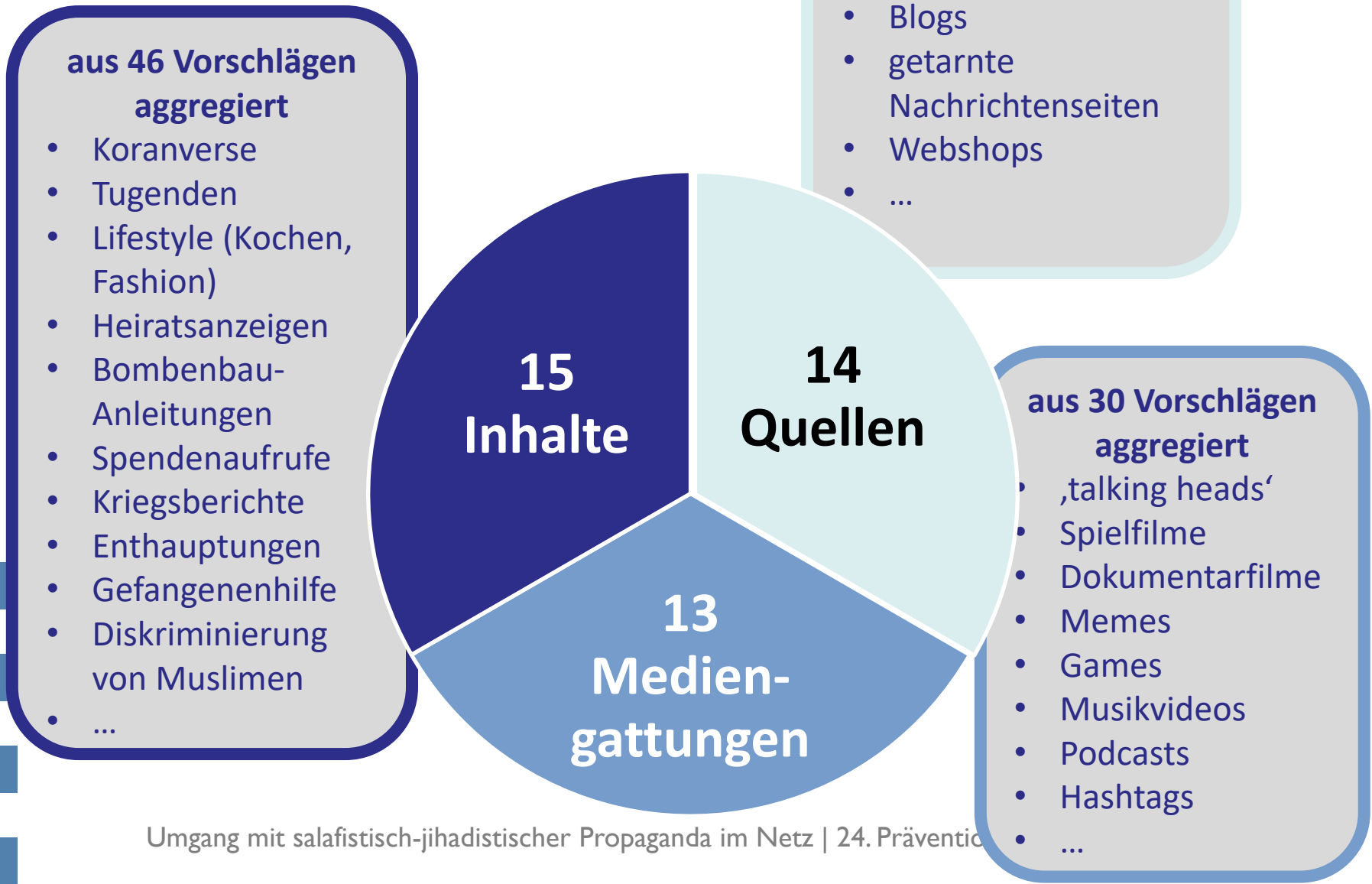
- Mediennutzung allgemein
- Internetnutzung im Speziellen
- Themeninteressen
- Internetnutzungsmotive
- Vertrauen in journalistische/publizistische Leistungen
- Wissen (z.B. zu politischen Geschehen, terroristischen Motiven; über radikale Gruppierungen)
- Third Person Perception
- Soziale Erwünschtheit
- Empathie
- Angst
- wahrgenommene Bedrohungen
- Moral Emotions
- Coping-Strategien
- wahrgenommene Selbstwirksamkeit
- Bedürfnis nach Devianz → Skala?
- Politisches Wertesystem
- Medienkompetenz
- Demografische Angaben

## Erarbeitet aus

- bestehender **Forschungsliteratur** (insbesondere Rieger et al. 2013)
- Praktiker-**Handreichungen** (z.B. Materialien der bpb, der LMA, von jugendschutz.net...)
- **Empirie**



# Online-Propaganda-Typolog



# Fragebogen im Feld



**\* Im Internet kommen ganz unterschiedliche Medien zusammen. Können Sie uns etwas über die Erscheinungsformen der Inhalte sagen, die Sie bislang gefunden haben? Auf welche unterschiedlichen Arten von islamistisch-salafistischen Inhalten sind Sie bereits gestoßen?**

(Mehrere Antworten möglich)

- ☐ Videos mit Vorträgen, Predigten oder Interviews
- ☐ spielfilmartige Videos
- ☐ nachrichtenartige Videos
- ☐ Videos mit Dokumentationen
- ☐ Videos mit sogenannten Nashids (islamische Gesänge ohne Musik/Instrumente)
- ☐ andere Musikvideos
- ☐ Live-Streams
- ☐ sogenannte Letsplays (Mitschnitte von Computerspielen)
- ☐ Fotos
- ☐ Infografiken
- ☐ Fotomontagen (Bilder, die eindeutig nachträglich manipuliert wurden)
- ☐ sogenannte Memes/Image Macros (=Bilder, die nachträglich mit kurzen, prägnanten Texten versehen sind)
- ☐ GIFs oder Sticker (=kleine animierte Bilder bzw. Mini-Videos)
- ☐ Comic-Strips oder Cartoons
- ☐ Bilder mit verbotenen Symbolen (z.B. die IS-Flagge)
- ☐ Podcasts (=Tonmitschnitte) von Interviews, Vorträgen oder Predigten
- ☐ Audio-Reportagen
- ☐ Hörspiele
- ☐ Podcasts von Naschids
- ☐ Podcasts mit anderer Musik
- ☐ sogenannte Call-In-Sendungen (= Diskussionsrunden mit den Moderatoren und Gästen, zu denen man sich manchmal zuschalten lassen kann).
- ☐ als Text gedruckte Interviews, Vorträge oder Predigten
- ☐ Sachtexte
- ☐ Hashtags (z.B. #AllEyesOnISIS)

# Fragebogen im Feld

Hier sehen Sie eine Bild aus einem öffentlichen Post in einem sozialen Netzwerk.



**Verstößt der Post in Ihren Augen gegen den Jugendschutz?**

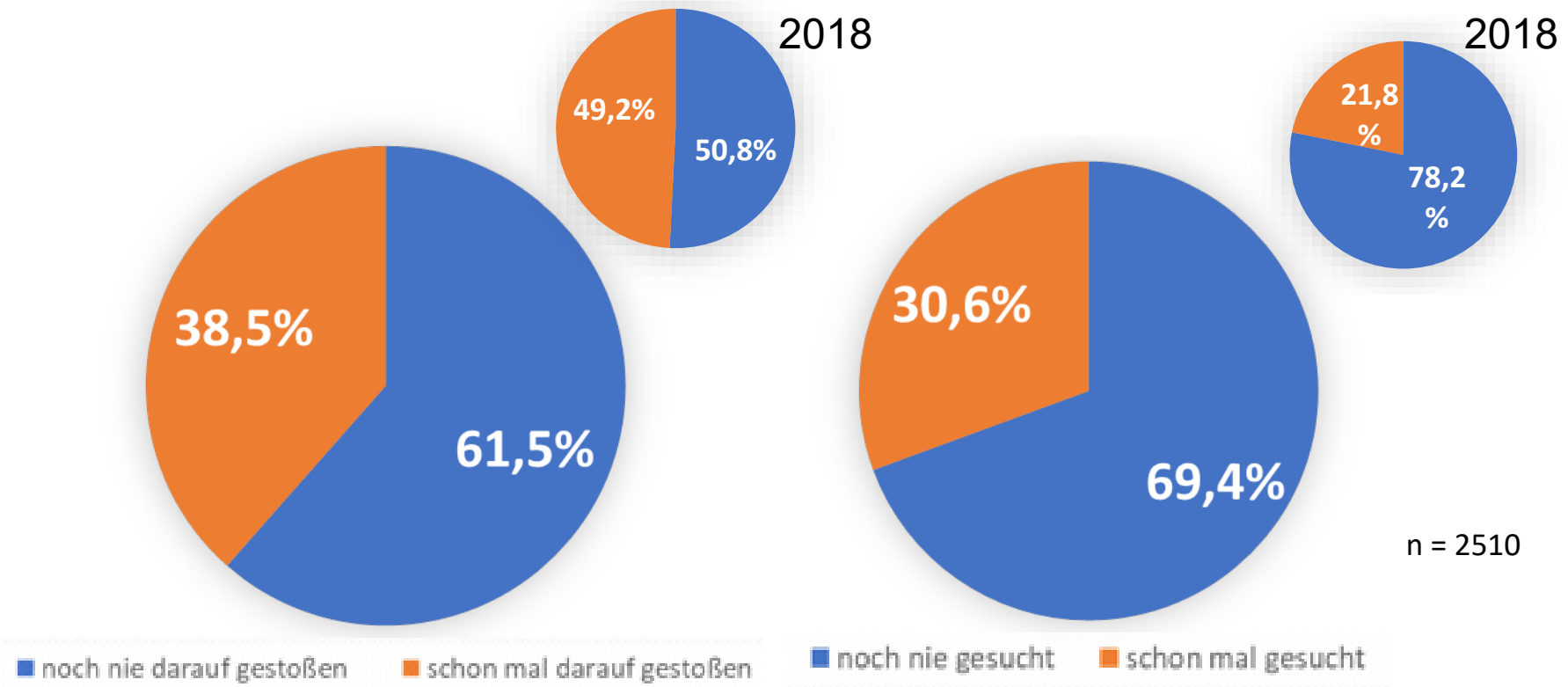
(Bitte kreuzen Sie die Antwort an, die Ihrer Meinung nach am meisten zutrifft.)

- ☐ Ja, weil Jugendliche dadurch verleitet werden, Alkohol zu trinken.
- ☐ Ja, weil verbotene Symbole gezeigt werden.
- ☐ Nein, denn im Internet darf jeder posten, was er will – hier gilt die Meinungsfreiheit.
- ☐ Nein, denn auf dem Bild ist nichts Kritisches zu sehen.
- ☐ Ich bin mir unsicher.

# Ergebnisse der zweiten Welle



## Kontakt mit islamistischen Inhalten im Internet

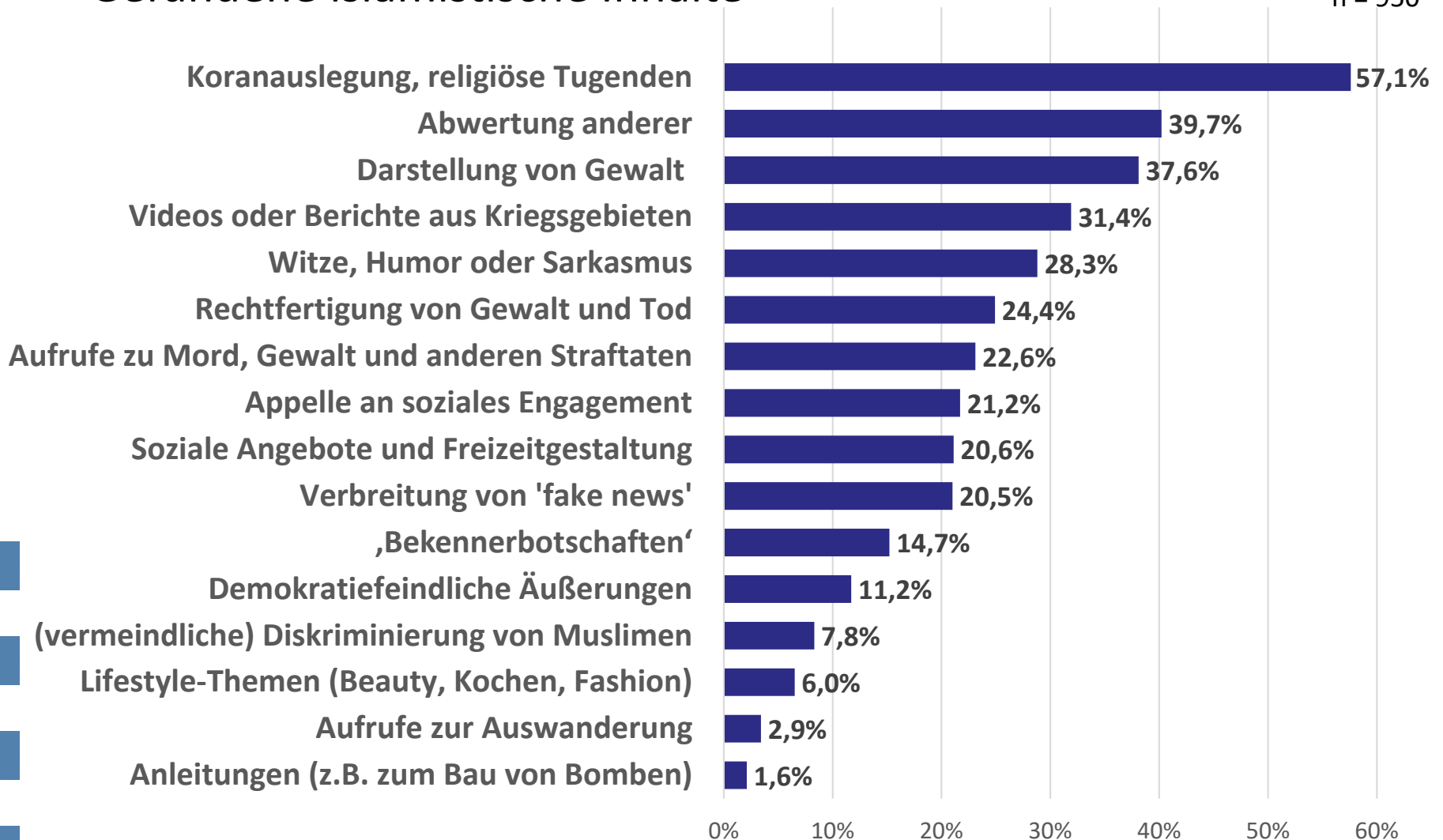


# Ergebnisse der zweiten Welle



## Gefundene islamistische Inhalte

n = 950

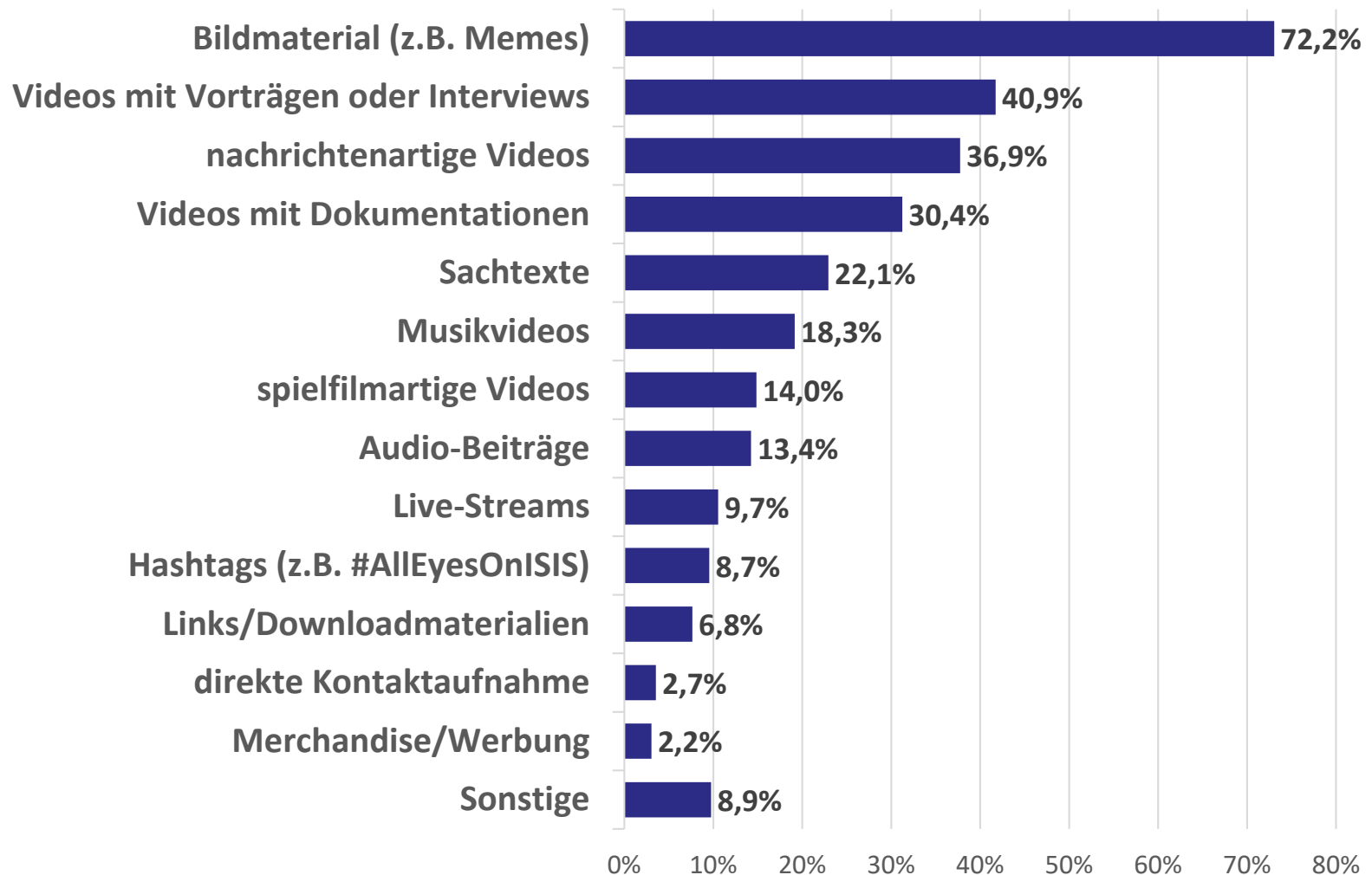


# Ergebnisse der zweiten Welle



## Typen gefundener islamistischer Inhalte

n = 950

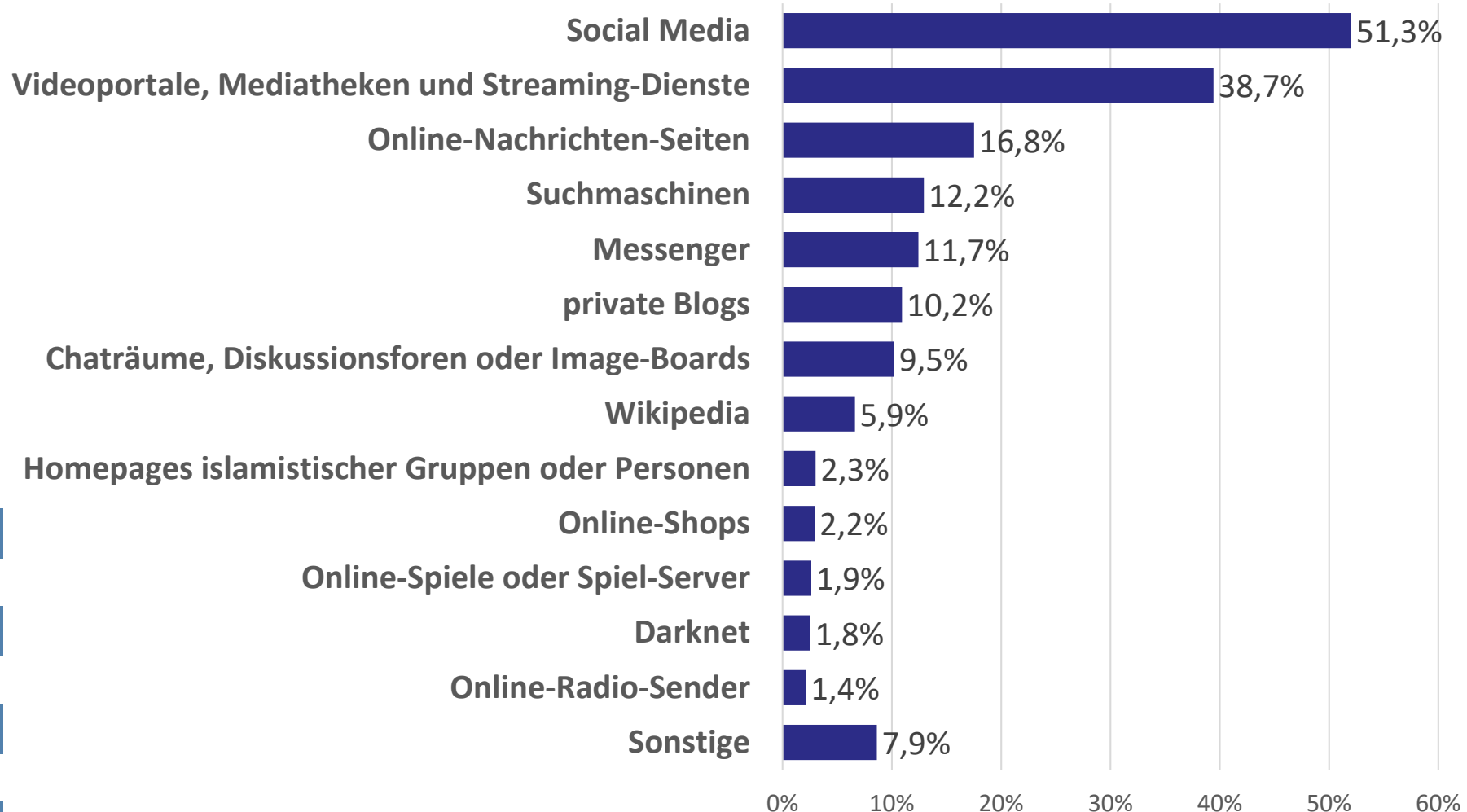


# Ergebnisse der zweiten Welle



## Quellen islamistischer Inhalte

n = 950

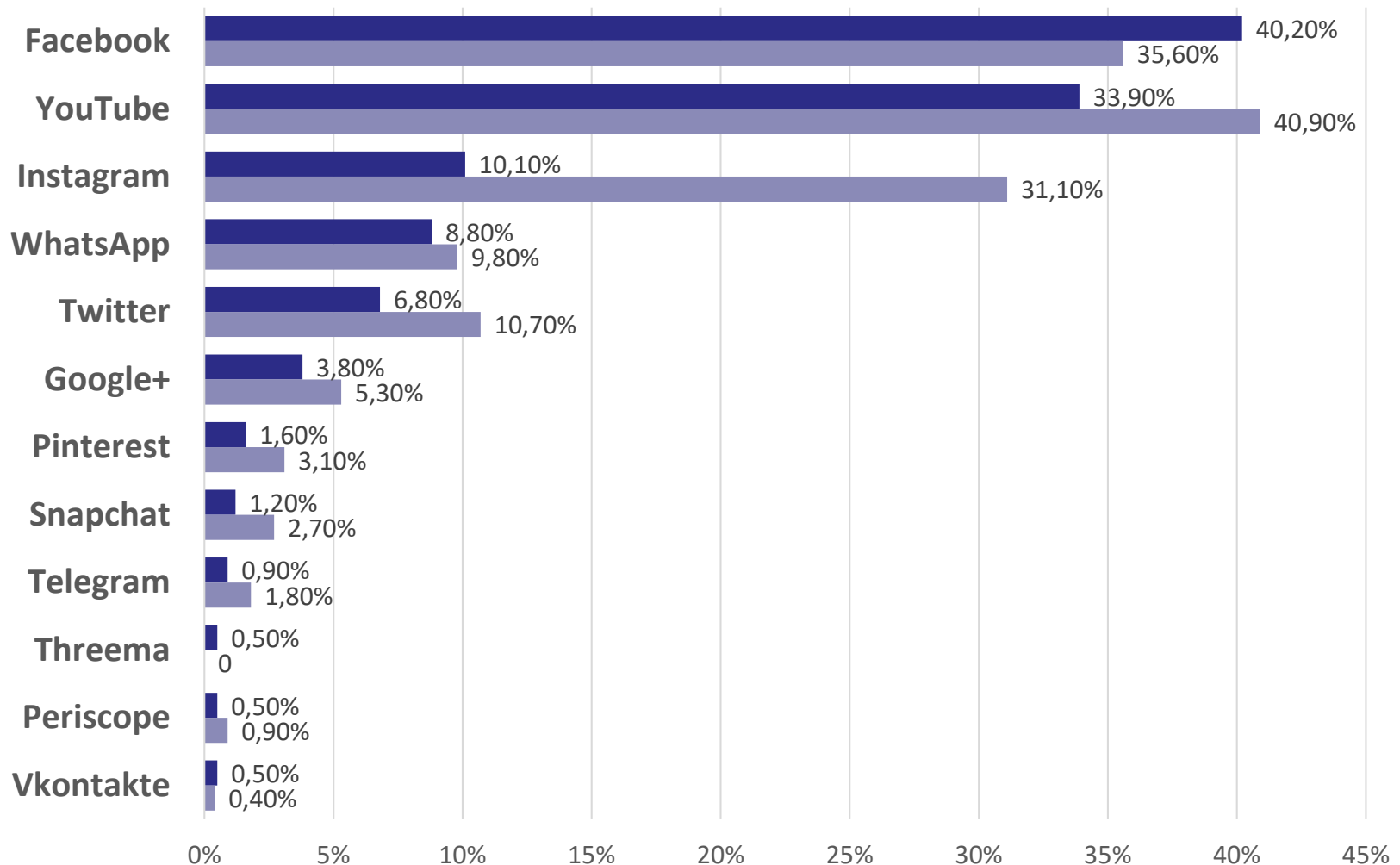


# Ergebnisse der zweiten Welle



## Soziale Medien & Messenger als Quellen islamistischer Inhalte

■ gesamt = 950 ■ u25 = 225

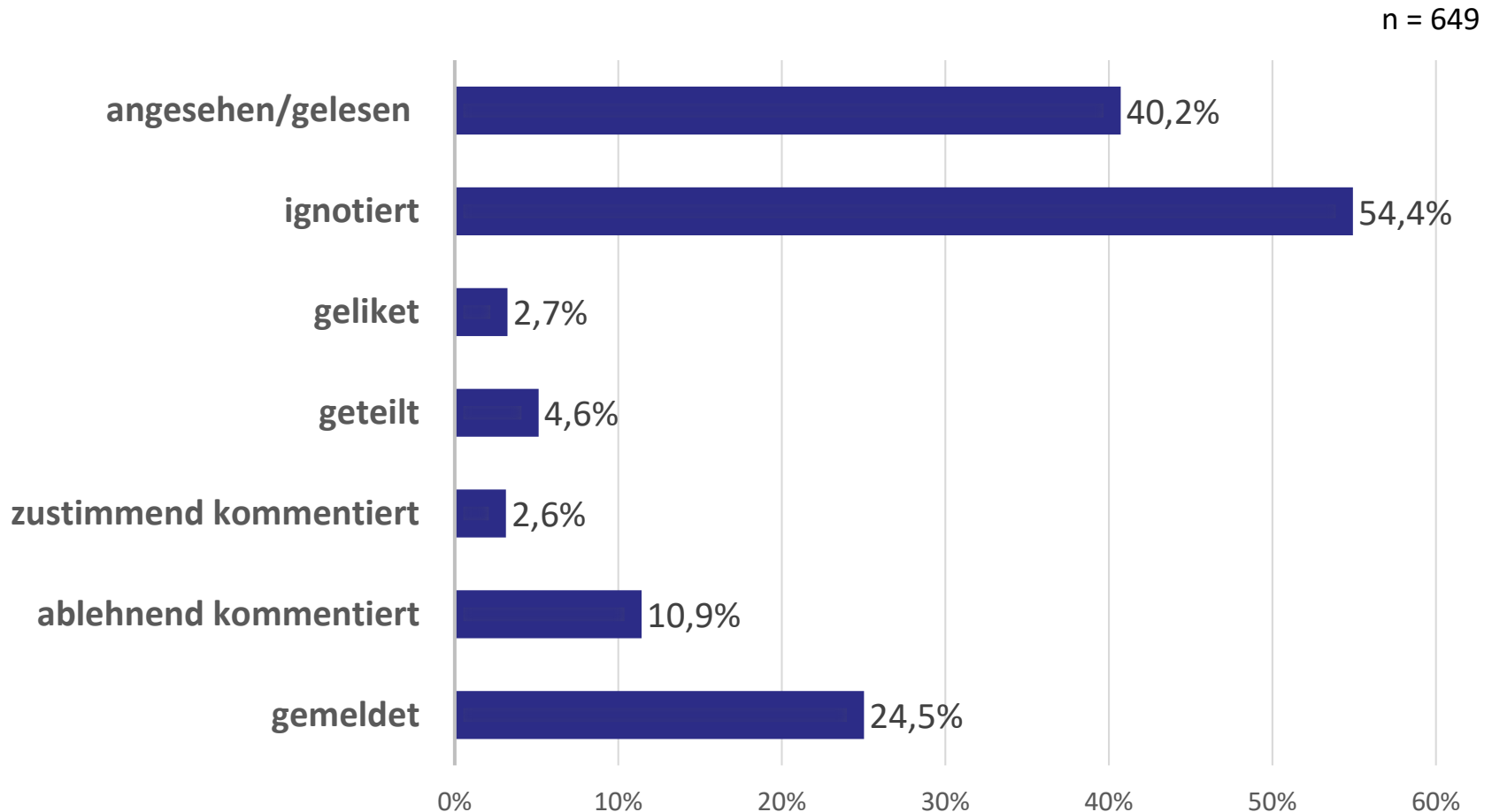




# Ergebnisse der zweiten Welle



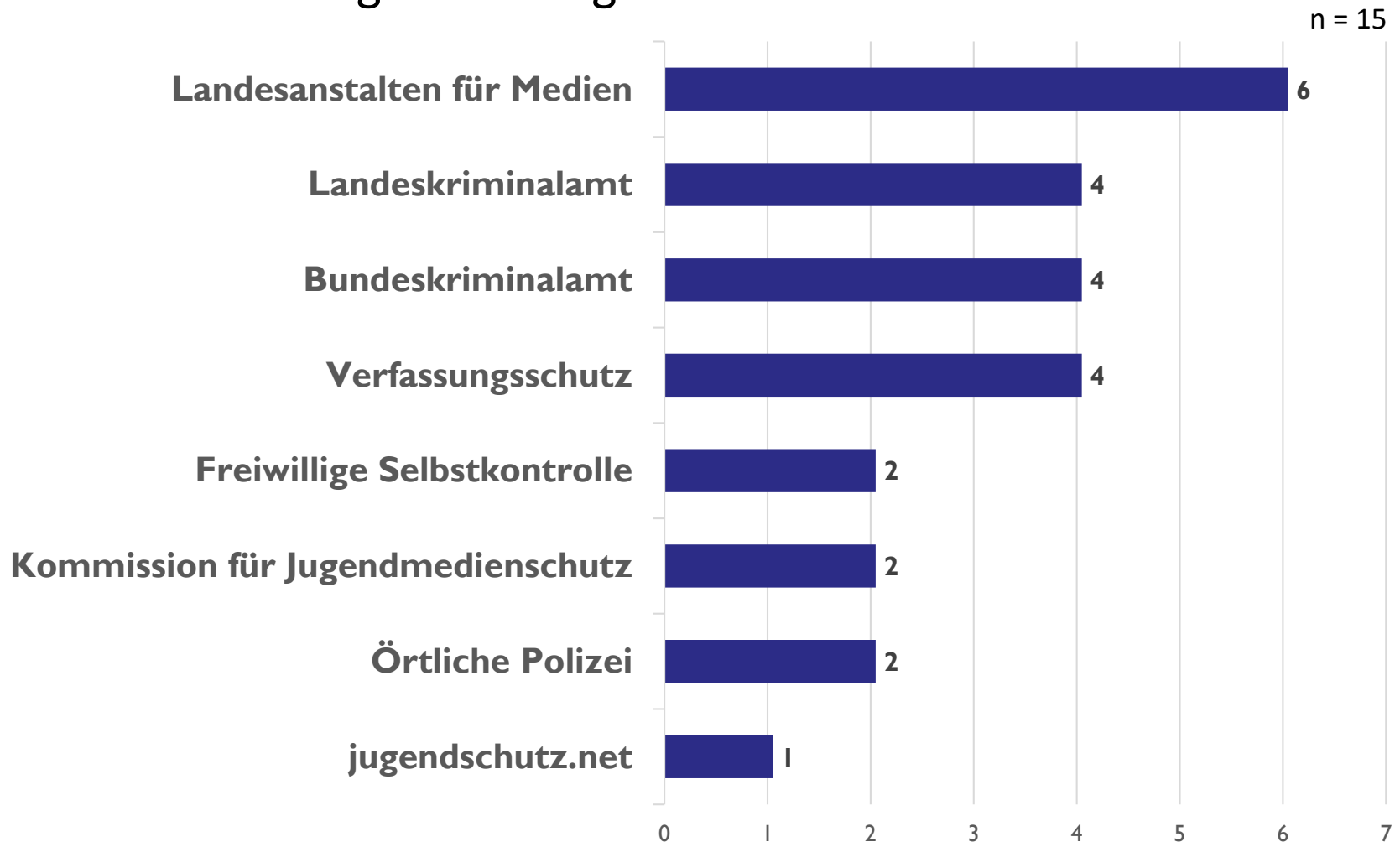
## Umgang mit islamistischen Inhalten in sozialen Netzen



# Ergebnisse der zweiten Welle



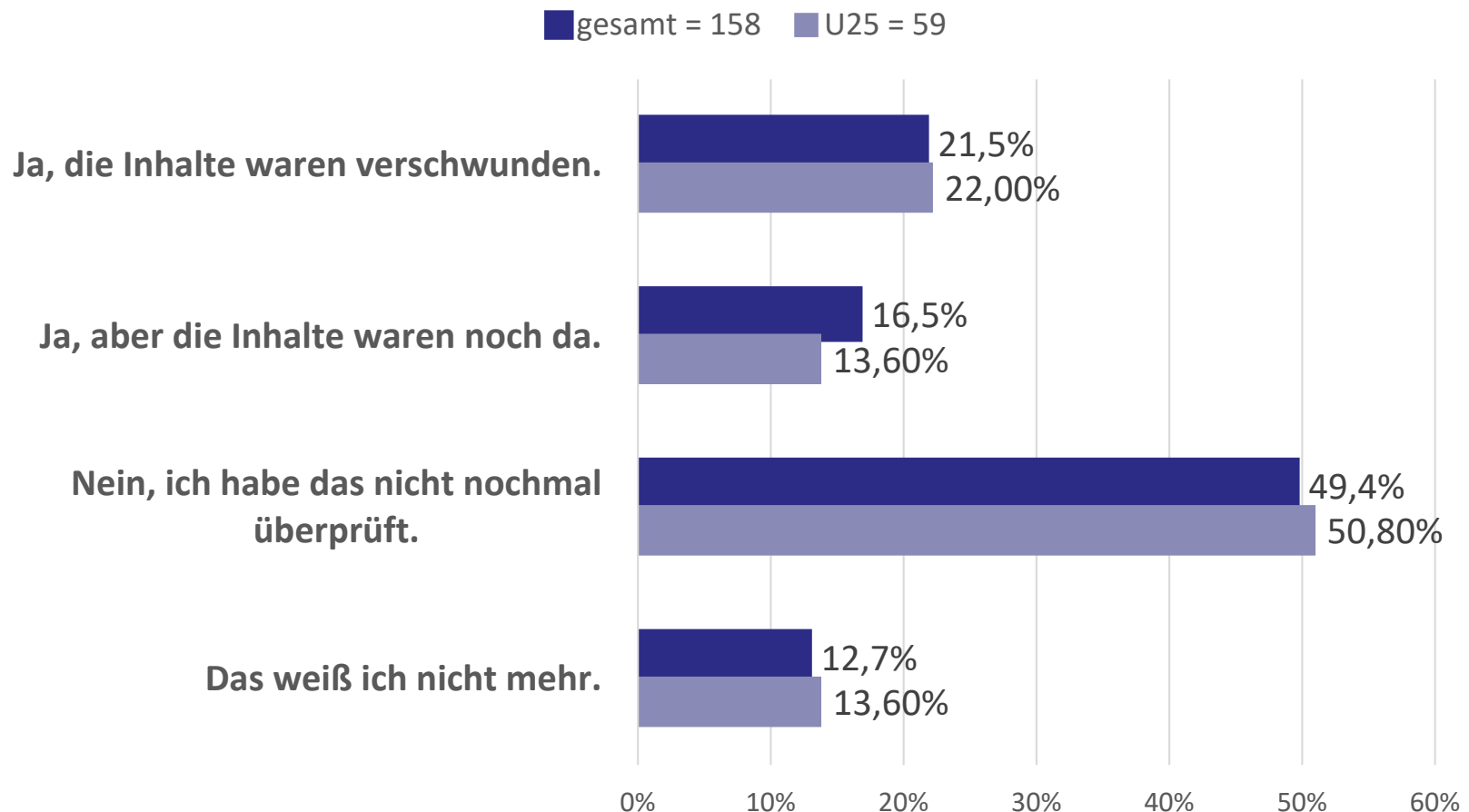
Bei welcher Organisation gemeldet?



# Ergebnisse der zweiten Welle



## Wurden gemeldete Inhalte tatsächlich gelöscht?



# Ergebnisse der zweiten Welle



## Kognitive Beurteilung islamistischer Inhalte (min. ‚stimme teilweise zu‘)

n = min. 893



# Ergebnisse der zweiten Welle



## Emotionale Reaktionen auf islamistische Inhalte

(min. ‚stimme teilweise zu‘)

n = min. 893



# Ergebnisse der zweiten Welle



## Korrelationen von Traits und emotionalen Reaktionen

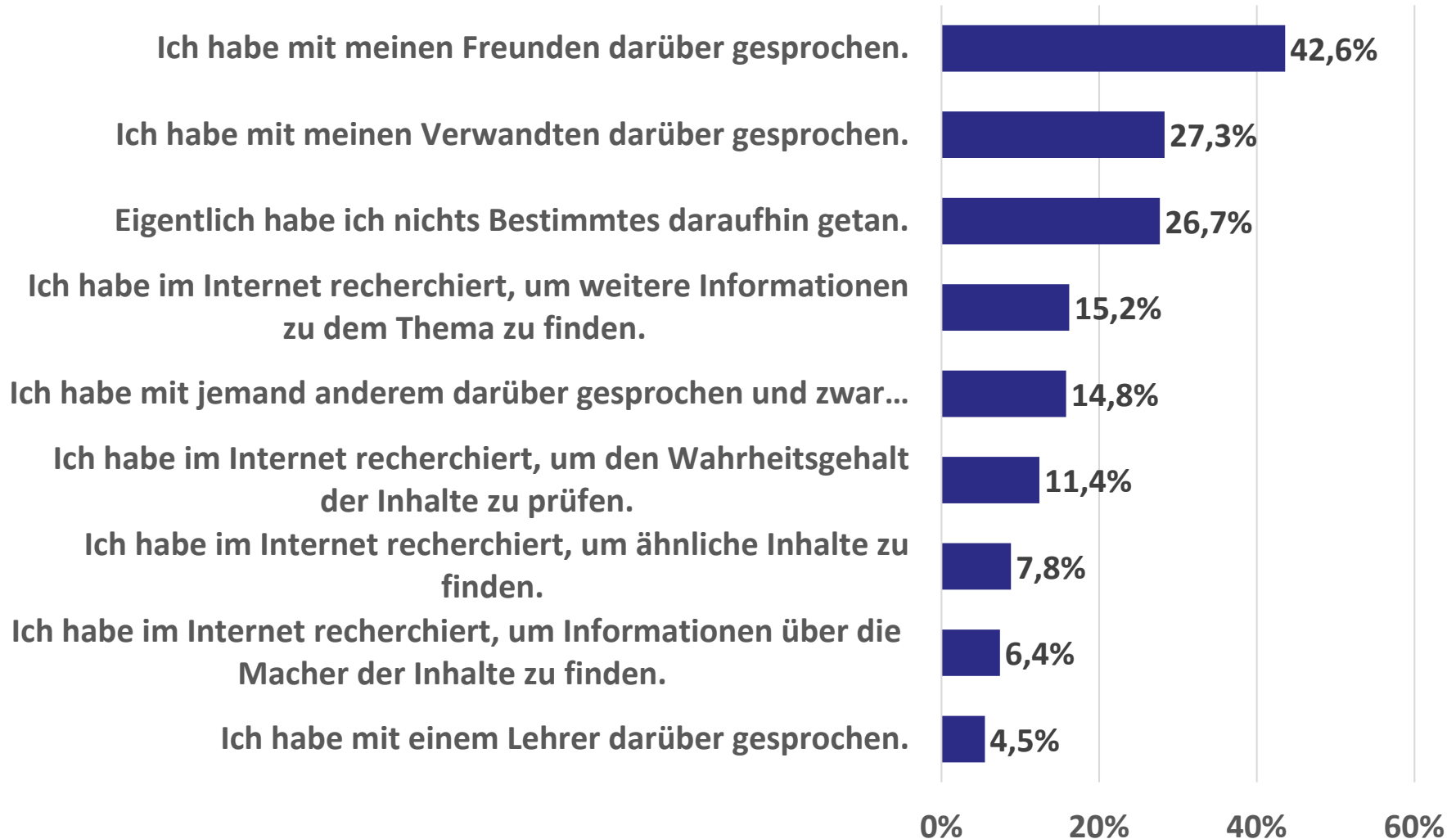
	Mitleid	Wut	Ekel	Scham	Schuld	Identifikation	Neugier
Empathie		0,11**	0,12**	-0,11**	-0,23**	-0,35**	-0,20**
Selbstwirksamkeit					-0,09*		
Devianzbedürfnis		-0,10*			0,27**	0,43**	0,28**
Medienkompetenz	-0,07*	0,14**		-0,13*	-0,21**	-0,37**	-0,21**

# Ergebnisse der zweiten Welle



## Verhaltensreaktionen

n = 907



# Fazit & Implikationen für die Prävention



Haben	Soll
extrem hohe Kontaktwahrscheinlichkeit, insbesondere mit gewalthaltigen Inhalten, aktive Suche	mit der Praxis entwickelte Propaganda-Typologie
hohe Auskunftsbereitschaft; wenig soziale Erwünschtheit	bessere und spezifischere Tests von Medienkompetenz
Medienkompetenz als zentrale Einflussgröße	





# Fazit & Implikationen für die Prävention



Haben	Soll
extrem hohe Kontaktwahrscheinlichkeit, insbesondere mit gewalthaltigen Inhalten, aktive Suche	Bedürfnisgerechte Präventionsarbeit (z.B. Devianzangebote schaffen)
hohe Auskunftsbereitschaft; wenig soziale Erwünschtheit	Pfadabhängige Analyse des Umgangs mit islamistischen Inhalten (→ Wie spielen Einflussfaktoren zusammen?)
Medienkompetenz als zentrale Einflussgröße	
mit der Praxis entwickelte Propaganda-Typologie	
bessere und spezifischere Tests von Medienkompetenz	

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

~

Weiterführende Informationen:

