

Extremismus zwischen Beauty-Bloggerinnen und -Bloggern und Popstars¹

Die Bedeutung von Medienkompetenz für das Erkennen und die Bewertung extremistischer Akteursgruppen und Narrative

Claudia Riesmeyer

Politischer und religiös motivierter Extremismus ist ein fester Bestandteil der Lebenswelt Heranwachsender. Mehr als die Hälfte der Heranwachsenden in der Bundesrepublik hat mindestens manchmal bewusst Kontakt zu extremistischen Narrativen und Akteursgruppen (Reinemann et al. 2019; Vodafone Stiftung 2021). Dabei kommen vor allem dem Internet und hier sozialen Medien eine zentrale Rolle als Kontaktpunkte zu: Dort finden sich auf die Interessen der Heranwachsenden zugeschnittene Inhalte, die orts- und zeitunabhängig verfügbar sind. Zugleich können in sozialen Medien alle Nutzenden sowohl Sendende als auch Empfangende sein. Um eine Botschaft rechenweitestark zu verbreiten, braucht es den klassischen Journalismus nicht (mehr).

Soziale Medien spielen zudem in der Lebenswelt Heranwachsender eine wichtige Rolle. Sie nutzen im Durchschnitt täglich 258 Minuten täglich Online-Angebote (JIM-Studie 2020: 33). Dies erhöht unweigerlich das Risiko, in einem vermeintlich sicheren Raum mit Narrativen extremistischer Akteursgruppen in Kontakt zu kommen (DIVISI 2016). Denn der Bedeutung sozialer Medien sind sich auch politische und religiös-extremistische Akteursgruppen bewusst. Sie nutzen soziale Medien gezielt, um ihre Botschaften schnell, kostengünstig und mit großer Reichweite zu verbreiten und sind damit dort anzu-

treffen, wo auch Heranwachsende Zeit verbringen. Ihre Narrative vermischen sich in Newsfeeds der Heranwachsenden mit den Beiträgen von Freundinnen und Freunden sowie Influencerinnen und Influencern und sind so aufbereitet, dass sie visuell und inhaltlich den Rezeptionsweisen der Heranwachsenden entsprechen (Beyersdörfer et al. 2017; jugendschutz.net 2018). Dies kann dazu führen, dass extremistische Inhalte nicht auf Basis formaler Elemente eindeutig erkannt werden können (Reinemann et al. 2019). Heranwachsende benötigen demnach Medienkompetenz, um extremistische Narrative und Akteursgruppen zu erkennen und zu bewerten.

Inwiefern Heranwachsende medienkompetent sind, untersuchte ein von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen finanziertes Forschungsprojekt (Reinemann et al. 2019). Basierend auf einer repräsentativen Befragung Heranwachsender in Deutschland zwischen 14 und 19 Jahren (n = 1.061) und anschließenden Leitfadeninterviews kombiniert mit lautem Denken über sechs beispielhafte extremistische Narrative² (n = 64) wurden vier Typen identifiziert, die sich in ihrer extremismusbezogenen Medienkompetenz unterscheiden (Reinemann et al. 2019).

Extremismusbezogene Medienkompetenz Heranwachsender

Typ 1: Die Informierten

Etwa ein Drittel der Heranwachsenden zeichnet sich durch einen *informierten Umgang* mit extremistischen Narrativen aus. Wenn sie mit Narrativen in Kontakt kommen, dann geschieht dies häufig über traditionelle Massenmedien, in denen in der Regel eine Einordnung und Benennung als extremistische Botschaft erfolgt. Ein 17-jähriger Realschüler liest beispielsweise häufig verschiedene Zeitungen oder sucht im Internet nach Informationen, um sich „einen Querschnitt (zu bilden) aus dem, was da so steht. Und dann habe ich meine Meinung.“ Das politische Interesse und Wissen sind unter diesen Heranwachsenden ebenso wie die Fähigkeit zum Erkennen extremistischer Narrative ausgeprägt. Sie reflektieren über den Inhalt extremistischer Narrative, ordnen diesen ein und denken über die Absendenden und deren mögliche Intention nach. Letztlich kommen sie zu einer mehrheitlich ablehnenden Einschätzung.

Typ 2: Die Reflektierten

Den zweiten Typ bilden etwas mehr als 10 % der Heranwachsenden, die sich durch einen *reflektierten Umgang* auszeichnen, aber im Gegensatz zum ersten Typ weniger aktiv Medien nutzen und über verschiedene Kanäle Kontakt mit extremistischen Narrativen haben (z. B. auch über soziale Medien). Ihr politisches Interesse und Wissen ist aktualitäts- und anlassbezogen (z. B. eine Bundestagswahl oder ein Anschlag einer extremistischen Akteursgruppe). Über extremistische Narrative führen sie Gespräche im sozialen Umfeld, die sie in ihrer Wahrnehmung und Bewertung verstärken können. Eine 17-jährige Realschülerin spricht beispielsweise mit dem besten Freund über extremistische Narrative, „weil der sich mega gut auskennt. Er hat auch so gut wie mit allem Recht, was er sagt. Deswegen, wenn er was sagt, dann glaube ich ihm das auch und weiß, dass es von einer sicheren Quelle kommt.“ Typ 2 erkennt extremistische Narrative allerdings weniger sicher als Typ 1. Er kommt eher zu einer negativen Bewertung und reflektiert allerdings seltener über Absendende und deren Intention als die informierten Heranwachsenden.

Typ 3: Die Gefährdeten

Zum dritten Typ gehören 7 % der Heranwachsenden

in Deutschland. Sie gelten als *gefährdet*, denn sie haben regelmäßig Kontakt zu extremistischen Narrativen, wobei sie jedoch über kein Hintergrundwissen über die Absenderinnen und Absender und deren Intention verfügen. Sie interessieren sich nicht für Politik. Besonders für diesen Typ sind Deprivationserfahrungen im direkten sozialen Umfeld, was ggf. die Zugänglichkeit für extremistische Narrative beeinflussen kann. Ein 14-jähriger Mittelschüler wurde beispielsweise aufgrund seiner nationalen Herkunft beleidigt. Obwohl er in Deutschland geboren worden ist, fühlt er sich als Ausländer und befürwortet extremistische Narrative, in denen es darum geht, ärmeren Kindern im In- und Ausland zu helfen. Allerdings erkennt er wie auch die anderen Heranwachsenden dieses Typs die Narrative nicht als extremistisch und reflektiert nicht über die wahrgenommenen Botschaften. In der Regel kommt Typ 3 zu einer positiven Bewertung der Narrative, die er wiedererkennt und nicht hinterfragt. „Ich finde das (gezeigte Narrativ) gut“, sagt der 14-jährige Mittelschüler.

Typ 4: Die Unbedarften

Knapp 50 % der Heranwachsenden in Deutschland zeichnen sich durch einen *unbedarften Umgang* mit extremistischen Narrativen aus: Sie geben an, keinen Kontakt zu extremistischen Akteursgruppen zu haben bzw. deren Botschaften nicht wahrzunehmen. Werden sie jedoch mit konkreten Narrativen konfrontiert, erkennen sie Ähnlichkeiten zu wahrgenommenen Narrativen und stellen Bezüge her. Dabei fällt ihre Einschätzung positiv aus. Sie hinterfragen selten Absendende und deren Intention. Möglicherweise sind verdeckte Kommunikationsstrategien bei diesen Heranwachsenden besonders wirksam. Ihnen fehlt die Kompetenz, die Glaubwürdigkeit von Online-Inhalten zu beurteilen und dafür Kriterien zu benennen. Sie interessieren sich nicht für Politik, haben einen Mangel an politischem Wissen und suchen kaum gezielt nach Informationen. Konfrontiert mit extremistischen Narrativen kann eine 16-jährige Realschülerin beschreiben, was sie sieht, positioniert sich aber nicht kritisch hierzu. Im Gegenteil: Sie bejaht sowohl das gezeigte rechts-extremistische als auch islamistische Narrativ, in dem es darum geht, Kindern zu helfen und Geld zu sammeln. Dass die Absender die Identitäre Bewegung bzw. Pierre Vogel sind, nimmt sie wahr, kann beide Absendende aber nicht einordnen. „Ich finde es gut, dass die so etwas posten“, fasst sie ihre Einschätzung zusammen.

Zusammenfassung

Die vier Typen verdeutlichen zum einen, dass eine Verbindung zwischen der Medienkompetenz Heranwachsender und ihrem Umgang mit extremistischen Narrativen besteht. Dies kann im positiven Fall dazu führen, dass Heranwachsende als Zielgruppe extremistischer Narrative ihr Wissen anwenden, die Narrative, deren Absendende und Intentionen erkennen und negativ bewerten. Im negativen Fall fehlen ihnen aber diese Fähigkeiten. Zum anderen sprechen die Befunde für die Wirksamkeit verdeckter Kommunikationsstrategien: Auch wenn die Heranwachsenden über Wissen als Bestandteil von extremismusbezogener Medienkompetenz verfügen, gelingt es ihnen nicht immer, dieses Wissen in der konkreten Wahrnehmungssituation anzuwenden. Wenn extremistische Akteursgruppen visuelle, inhaltliche und verdeckte Kommunikationsstrategien wählen, lassen sich knapp 50 % der Heranwachsenden davon leiten und hinterfragen seltener Absendende und Intention.

Heranwachsende benötigen Wissen und müssen immer wieder bestärkt werden, dieses Wissen in der konkreten Wahrnehmungssituation anzuwenden. Das Elternhaus und die Schule sind zentrale Sozialisationsinstanzen (Hurrelmann & Quenzel 2012) für den Erwerb und die Förderung extremismusbezogener Medienkompetenzen und können aktiv zur Prävention und Aufklärung der Heranwachsenden beitragen, indem sie Heranwachsende für extremistische (Rekrutierungs-)Strategien sensibilisieren. Beide Instanzen sollten dabei sowohl die Risiken aber auch die Chancen einer medienkompetenten Mediennutzung betonen und Strategien für den Umgang mit extremistischen Narrativen vermitteln. Dazu zählt erstens, Heranwachsende zu ermutigen, unangemessene Inhalte zu melden, anstatt darüber zu scrollen oder diese mit anderen zu teilen und so zur Verbreitung und ggf. Manifestation der Narrative beizutragen. Zweitens ist es wichtig, sie zu bestärken, Gegenrede zu äußern und sich z. B. unter einem Beitrag einer extremistischen Akteursgruppe zu Wort zu melden und auf die Absendenden und deren Intention zu verweisen. Dies erfordert Mut und Selbstbewusstsein. In beidem sollten Eltern und Lehrkräfte Heranwachsende bestärken.

Literatur

- Beyersdörfer, A., Ipsen, F., Eisentraut, S., Wörner-Schappert, M., & Jellonnek, F. (2017). *Vernetzter Hass*. Jugendschutz.net. https://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Broschuere_Vernetzter_Hass.pdf
- Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVISI) (2016). *Radikalisierung Jugendlicher über das Internet? Ein Literaturüberblick*. DIVISI.
- Hurrelmann, K., & Quenzel, G. (2012). *Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozial-wissenschaftliche Jugendforschung*. Beltz Juventa.
- JIM-Studie (2020). *Jugend – Information – Medien*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- jugendschutz.net (2018). *Themenpapier: Islamisten zwischen Beauty-Bloggern und Pop-Stars*. https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/Themenpapier_Islamisten_zwischen_Beauty-Bloggern_und_Pop-Stars.pdf
- Reinemann, C., Nienierza, A., Fawzi, N., Riesmeyer, C., & Neumann, K. (2019). *Jugend – Medien – Extremismus. Wo Jugendliche mit Extremismus in Kontakt kommen und wie sie ihn erkennen*. Springer VS.
- Vodafone Stiftung (2021). *Generation Messenger. Eine repräsentative Befragung junger Menschen zur Nutzung von Messengerdiensten*. Vodafone Stiftung.

Anmerkungen

- ¹ Titel angelehnt an jugendschutz.net (2018).
- ² Gezeigt wurden den Heranwachsenden Narrative rechts-extremistischer und islamistischer Akteursgruppen (je ein Facebook-Post, ein Meme, ein Kommentar). Dabei wurde darauf geachtet, dass die Narrative für beide Akteursgruppen ähnliche Inhalte aufgriffen. Das Forschungsdesign wurde von der Ethikkommission der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München genehmigt. Die Teilnahme an den Leitfadeninterviews war nur mit schriftlichem Einverständnis möglich. Am Ende der Datenerhebung fand ein Debriefing statt.

Zur Person

PD Dr. Claudia Riesmeyer ist Akademische Rätin auf Lebenszeit am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München. In Forschung und Lehre beschäftigt sie sich mit Fragestellungen der Mediensozialisation und der Medienkompetenz(vermittlung), die sie vorrangig mit qualitativen Forschungsdesigns beantwortet.