

Wie Jugendliche in Kontakt mit Extremismus kommen

EIN GESPRÄCH MIT CARSTEN REINEMANN UND CLAUDIA RIESMEYER*

Sie haben sich in Ihrem Projekt mit Extremismus, Jugendlichen und Medien beschäftigt. Warum dieses Thema?

Reinmann: Obwohl auch öffentlich viel über die Aktivitäten von ExtremistInnen im Netz diskutiert wird, wussten wir bislang leider viel zu wenig, wie Jugendliche überhaupt mit extremistischen AkteurInnen und Botschaften in Kontakt kommen und wenn ja, wo. Wir fragten: Welche Rolle spielen dabei Medien, welche das direkte soziale Umfeld? Und erkennen Jugendliche extremistische AkteurInnen, deren Intentionen und Botschaft? Schließlich stellt sich natürlich die Frage, welche Wirkung diese Botschaften entfalten können. Das waren die Ausgangspunkte unseres Forschungsprojekts.

Was verstehen Sie unter »Extremismus«?

Riesmeyer: Den Extremismusbegriff für eine Befragung von Jugendlichen handhabbar zu machen, war zweifelsohne eine der großen Herausforderungen des Projekts. Denn fragt man Jugendliche nach ihrem Begriffsverständnis, dann reicht die Spannbreite von einer sehr vagen Vorstellung (etwas Extremes, das Personen tun, z. B. ExtremsportlerInnen) bis zu sehr konkreten Vorstellungen zu politischem Extremismus, etwa dazu, welche politischen oder religiösen Personen und Organisationen extremistisch sind (z. B. Skinheads, der sogenannte Islamische Staat). Um dennoch sicherzustellen, dass die von uns befragten Jugendlichen ein einheitliches Verständnis von Extremismus haben, haben wir ihnen eine Definition vorgegeben, die auf die Ablehnung der

im Grundgesetz festgelegten Prinzipien und Werte sowie die Akzeptanz oder Ausübung von Gewalt zur Erreichung politischer Ziele abzielt. Obwohl so manche Jugendliche nicht so genau wissen, was extremistisch ist, haben sie doch eine ziemlich gute Vorstellung davon, was die grundlegenden Ideen des Grundgesetzes sind.

Was genau haben Sie untersucht?

Riesmeyer: Unser Forschungsprojekt bestand aus 3 Teilen und lief über anderthalb Jahre. Die Teile bauten aufeinander auf. Im Fokus standen Jugendliche zwischen 14 und 19 Jahren. Das erste Teilprojekt bestand aus einer repräsentativen Befragung von Jugendlichen in Deutschland. Wir haben sie zu ihrem Kontakt mit extremistischen AkteurInnen und Botschaften sowie möglichen Einflussfaktoren befragt. Hier wollten wir grundlegende Erkenntnisse gewinnen und auch eine Typologie erstellen, die verschiedene Gruppen von Jugendlichen auf Basis der Muster ihres Kontakts mit medial vermitteltem Extremismus identifiziert. Diese Typologie war Ausgangspunkt für das zweite Teilprojekt, 23 qualitative Interviews mit Jugendlichen gleichen Alters. Schwerpunkt war hier die Frage, wie gut Jugendliche extremistische AkteurInnen und Botschaften erkennen. Dazu legten wir ihnen Posts mit potenziell extremistischem Inhalt oder Absender vor, die die Jugendlichen bewerten sollten. Da sich das Erkennen extremistischer Botschaften als so wichtig und gleichzeitig problematisch herausstellte, stand dieser Aspekt auch im Mittelpunkt des dritten Teilpro-

jekts, einer kontrollierten Rezeptions- und Wirkungsstudie. Hier ging es uns darum herauszufinden, wie Merkmale von Botschaft und Absender das Erkennen eines Memes¹ als extremistisch beeinflussen.

Kommen Jugendliche mit Extremismus in Kontakt?

Reinmann: Ja, absolut. Etwas mehr als die Hälfte der Jugendlichen sagte uns, dass sie in letzter Zeit zumindest manchmal bewusst mit mindestens einer Form des Extremismus, also rechts-, links- oder religiös-extremistischen Einstellungen und Botschaften, in Kontakt gekommen sei. 13 % gaben an, dies sei häufig, und 5 %, dies sei sehr häufig der Fall gewesen. Zwei Fünftel der Jugendlichen nahmen zumindest manchmal rechtsextremistische Einstellungen und Botschaften wahr, ein Drittel religiös-extremistische und ein Fünftel linksextremistische. Bei allen 3 Typen von Extremismus liegt der Anteil derjenigen, die häufig oder sehr häufig mit ihnen konfrontiert werden, allerdings bei nicht mehr als 11 % (Abb. 1).

Wo geschieht dieser Kontakt?

Reinmann: Dies geschieht an ganz unterschiedlichen Stellen und in unterschiedlichen Situationen. Zum einen spielt für den Kontakt das direkte persönliche Umfeld eine wichtige Rolle. Diese Begegnungen können etwa darin bestehen, dass Familienmitglieder, FreundInnen, MitschülerInnen, LehrerInnen oder Vereinsmitglieder in Gesprächen extremistische Ansichten vertreten oder dass Jugendliche Parolen, Plakate oder Aufkleber im

öffentlichen Raum sehen oder einer Aktion bzw. Demonstration extremistischer Gruppen begegnen.

Zum anderen können Jugendliche über die unterschiedlichsten Arten von Medien mit Extremismus in Kontakt kommen, wobei man 2 Arten von medialen Kontaktpunkten unterscheiden muss: Erstens können Jugendliche in medialen Kontexten mit journalistischer Berichterstattung über Extremismus in Berührung kommen, sei es in traditionellen Formaten von Presse, Fernsehen und Radio oder sei es in journalistischen Onlineangeboten. Entsprechende Berichte können sich beispielsweise ereignisorientiert mit einzelnen Aktionen von ExtremistInnen bzw. deren Folgen beschäftigen (z. B. Demonstrationen, Anschläge, Gerichtsprozesse) oder aber themenorientiert mit dem Phänomen des Extremismus in seinen unterschiedlichen Ausprägungen, etwa im Zusammenhang mit der Präsentation von Statistiken der Sicherheitsbehörden oder in Hintergrundberichten über bestimmte Gruppen, Organisationen und ihre Mitglieder.

Zweitens können Jugendliche in medialen Kontexten mit extremistischen Einstellungen konfrontiert werden, die unmittelbar geäußert oder vermittelt werden. Entsprechende Botschaften können in NutzerInnenkommentaren auf Medienseiten oder Angeboten sozialer Netzwerke, in WhatsApp-Nachrichten oder auf Webseiten, YouTube-Kanälen, Blogs oder Social-Media-Auftritten extremistischer AkteurInnen und Organisationen auftauchen. Aber auch bei der Suche mit Suchmaschinen, der Nutzung von Musik oder Computerspielen können Jugendliche auf extremistische Botschaften stoßen. Das wesentliche Charakteristikum dieser Begegnungen ist, dass eine Einordnung von AkteurInnen

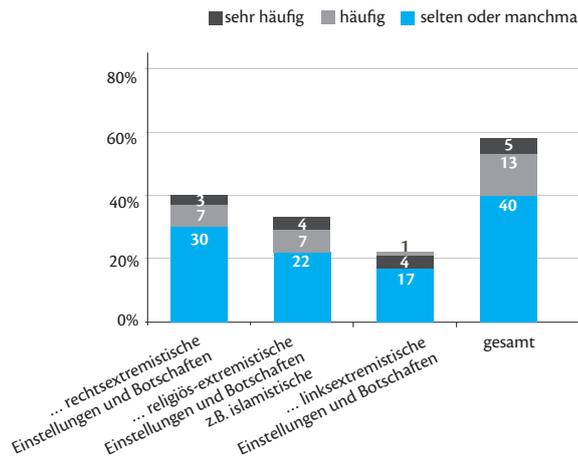


Abb. 1: Kontakt Jugendlicher mit verschiedenen Typen von Extremismus. Basis: alle Befragten (n = 1.061)

nen und Botschaften als extremistisch oftmals vermutlich nicht vorhanden ist – es sei denn, es erfolgt ein entsprechender Hinweis, z. B. durch eine Form der Gegenrede, die einen Kommentar ausdrücklich als extremistisch benennt.

Welchen Anteil haben daran öffentlich-rechtliche Angebote?

Reinemann: Wir haben ein sehr breites Spektrum von medialen Angeboten erfasst, dabei aber nicht zwischen öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Medien unterscheiden können. Allerdings kann man davon ausgehen, dass sich beim Kontakt mit journalistischer Berichterstattung über Extremismus die generellen Zuwendungsmuster Jugendlicher zu informationsorientierten Medieninhalten

widerspiegeln dürften. Generell kann man aber sagen, dass Nachrichtenmedien eine erhebliche Bedeutung haben, denn die Jugendlichen kommen in ihrer Berichterstattung hier am häufigsten mit extremistischen Botschaften oder Organisationen in Kontakt (Abb. 2). An erster Stelle steht dabei das Fernsehen: 20 % der Jugendlichen begegnen extremistischen Einstellungen oder Inhalten dort (sehr) häufig, 14 % erfahren von extremistischen Botschaften oder AkteurInnen

(sehr häufig) in Zeitschriften oder Zeitungen, 9 % im Radio und 8 % auf Online-Nachrichtenseiten oder Apps. Allerdings ist auch der Blick auf das andere Ende der Skala bemerkenswert: Denn fast 30 % der Jugendlichen geben an, im Fernsehen nie etwas über Extremismus zu erfahren. Diese Werte liegen für Zeitungen und Zeitschriften bzw. Radio (40 bzw. 42 %) und die Online-Nachrichtenseiten und Apps sogar noch etwas höher (50 %). Während also viele Jugendliche die Chance haben, von der in journalistischer Berichterstattung üblicherweise stattfindenden Einordnung und Bewertung extremistischer Botschaften und AkteurInnen zu profitieren und ihre extremismusbezogenen Kompetenzen zu verbessern, trifft dies für andere Jugendliche offenbar nicht

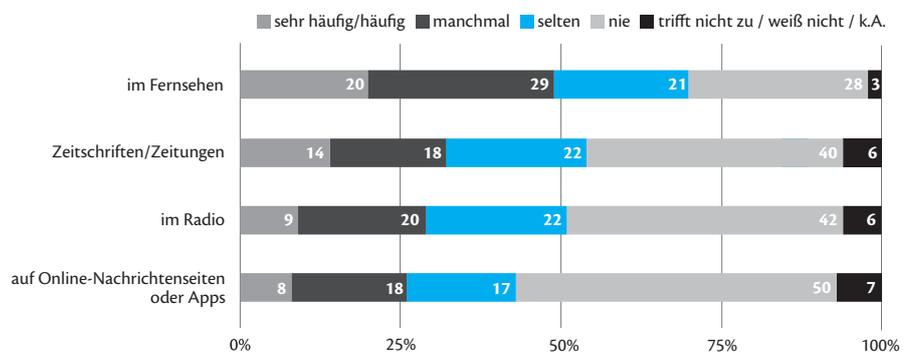


Abb. 2: Mediale Kontakte mit Extremismus in journalistischer Berichterstattung. Basis: alle Befragten (n = 1.061)

zu. Sie nutzen die entsprechenden Medien entweder nicht oder sind nicht in der Lage, sich an die zweifelsohne stattfindende Berichterstattung zu erinnern.

Welche Strategien nutzen Organisationen oder AkteurInnen, um Jugendliche anzusprechen?

Riesmeyer: Extremistische AkteurInnen nutzen das Internet auf vielfältige und ziemlich kreative Weise, um Jugendliche gezielt anzusprechen, zu mobilisieren, zu rekrutieren und ggf. zu radikalisieren. Sie produzieren Videos oder Meme, kommentieren und teilen wahre oder auch falsche Nachrichten, die in ihr Weltbild passen, betreiben Gruppen und Kanäle in Social Media und versuchen, aktuelle Ereignisse zu kapern, etwa mittels bestimmter Hashtags. In letzter Zeit scheint dabei neben Messenger-Diensten vor allem YouTube eine immer wichtigere Rolle zu spielen. Dort kann man schnell, billig und oftmals auch unter dem Radar von Plattformbetreibern, Regulierungs- oder Sicherheitsbehörden seine Botschaften veröffentlichen und Jugendliche sehr zielgenau erreichen. Dabei setzen die AkteurInnen auf moderne Darstellungsformen mit einem lebensweltlichen Bezug zu den Jugendlichen, sie erstellen Videos, produzieren Musik oder nutzen soziale Netzwerke, um sich dort zu vernetzen und neue Jugendliche zu erreichen. Sie docken auch in ihrer Symbol- und Bildsprache ganz bewusst an jugendkulturelle Phänomene an bis hin zu fiktionalen Unterhaltungsformaten.

Sind diese Strategien klar erkennbar?

Riesmeyer: Leider nicht immer, denn extremistische AkteurInnen agieren auch oft verschleiert und nutzen »Wolf im Schafspelz«-Strategien. Sie

besetzen zum Beispiel extremistische Inhalte mit zunächst einmal unverdächtigen Begriffen oder Schlagworten oder setzen bewusst auf Suchmaschinenoptimierung, um bei bestimmten Suchbegriffen oben in den Trefferlisten aufzutauchen. Bei der Onlinesuche nach einem unverfänglichen Begriff landet man dann möglicherweise auf den Websites extremistischer AkteurInnen oder Organisationen. Oder aber sie greifen aktuelle Themen auf und deuten diese ihrer Intention entsprechend um. In der Debatte um Geflüchtete wurde dies zum Beispiel deutlich. Schließlich widmen sie sich auf den ersten Blick vermeintlich unproblematischen Themen wie Umwelt- und Naturschutz und verpacken ihre Botschaften unter diesen Themen. Die Intention hinter der Botschaft bleibt so auf den ersten Blick verborgen.

Können Jugendliche diese Botschaften dechiffrieren?

Riesmeyer: Ja und nein. Wir haben in unserem Projekt 4 Typen von Jugendlichen unterschieden. Diese Typen lassen sich nicht nur nach dem Kontakt mit Extremismus differenzieren, sondern auch nach dem Erkennen der Botschaften (Abb. 3). Die **Unbedarften**, die nahezu keinen bewussten Kontakt mit extremistischen Botschaften angeben, erkennen diese nicht als solche bzw. ihnen ist der Kontakt mit solchen Botschaften vermutlich oftmals nicht bewusst. Sie machen die größte Gruppe unter den Jugendlichen in Deutschland aus (49 %). Über ihr soziales Umfeld

kommen sie kaum mit Politik in Kontakt. Offenbar mangelt es ihnen an politischem Interesse und Wissen sowie extremismusbezogenen Kompetenzen, die zur Kontextualisierung extremistischer Inhalte notwendig wären. Neben Schwächen im Erkennen zeigen sich bei diesen Jugendlichen auch Defizite, extremistische Inhalte zu problematisieren – zum Teil auch deshalb, weil Inhalte zwar wiedererkannt und damit erst mal positiv bewertet werden, die Erfassung ihres problematischen Gehalts jedoch einen kritischen Blick auf die Quelle jener Inhalte erfordern würde.

In Kontrast dazu steht die Gruppe der **Informierten** (33 %). Sie umfasst Jugendliche, die insbesondere in klassischen Nachrichten mit extremistischen Inhalten in Kontakt kommen. Für sie ist eine hohe Politik- und Medienkompetenz typisch, sie können extremistische Inhalte kontextualisieren und entsprechend bewerten – was möglicherweise auch durch fehlende Deprivationserfahrungen begünstigt wird. Auffällig ist hier neben dem größeren politischen Interesse auch ein kritischer Blick auf die Medien, der mit dem Bemühen verbunden sein kann, sich möglichst vielfältig und qualitätsbewusst zu informieren.

Mit Blick auf die Jugendlichen, die auf ganz unterschiedlichen Wegen – sowohl über traditionelle Medien und deren Nachrichten als auch über Onlinekanäle – mit extremistischen Inhalten in Kontakt kommen (die **Reflektierten**, 11 %), lässt sich festhal-

	Die Unbedarften	Die Informierten	Die Reflektierten	Die Gefährdeten
Erkennen	unterentwickelt	ausgeprägt	eher ausgeprägt	unterentwickelt
Bewerten	(eher) positiv	negativ	(eher) negativ	(eher) positiv
Einflussfaktoren auf Erkennen und Bewerten	(eher) positiv	Politisches Wissen und Interesse, Medienkompetenz	Gespräche im sozialen Umfeld	Mangel an politischem Interesse, Mangel an Medienkompetenz, Deprivationserfahrungen

Abb. 3: Einflüsse der RezipientInnenmerkmale auf die Wahrnehmung der Onlineinhalte (Think-Aloud)

ten, dass sie diese Medien zwar weniger aktiv und mehr aus einer Routine heraus konsumieren, allerdings durch ihr Interesse an aktuellen Ereignissen und über ihr soziales Umfeld in Kontakt mit Politik kommen. Insgesamt scheint die Politik- und Medienkompetenz, extremistische Inhalte zu erkennen und negativ zu bewerten, etwas stärker ausgeprägt zu sein als entsprechende Defizite.

Problematisch erscheint die Gruppe der **Gefährdeten** (7 %), die in einem breiten Spektrum von Medien mit extremistischen Inhalten in Kontakt kommen. Die teilweise immer wieder rezipierten Inhalte werden hier in der Regel nicht als extremistisch erkannt. Die Ursache für diese Fehleinschätzung mag darin liegen, dass den allenfalls anlassbezogen an Politik interessierten Jugendlichen ein kritischer Blick auf die Quellen fehlt und sie extremistische Inhalte unreflektiert in die Schublade »normale Politik« einordnen. Da die Jugendlichen gleichzeitig Deprivationserfahrungen wie Identitätskonflikte aufweisen, kann der intensive Kontakt mit extremistischen Inhalten negative Folgen haben, gerade dann, wenn es zu Abstumpfungseffekten kommt oder extremistische Inhalte durch das Wiedererkennen bestimmter Personen und Botschaften eine positivere Bewertung erfahren.

Welche Fähigkeiten sind nötig, um extremistische Botschaften zu erkennen?

Reinemann: Zum einen geht es um ganz generelle Elemente von Medienkompetenz wie etwa die Fähigkeit zur Quellenkritik in alltäglichen Rezeptionssituationen, die oft von geringer Aufmerksamkeit und einer Flut von Inhalten gekennzeichnet sind. Diese Fähigkeit ist grundlegend für die Einordnung jeglicher Informationen, auf die Jugendliche stoßen können, und sollte unabhängig von Medium, Inhalt und Rezeptionssituation vorhanden sein. Quellenkritik meint hier aber auch Hintergrundwissen über die Strategien extremistischer AkteurInnen und Or-

ganisationen. Nur wenn dieses Wissen vorhanden ist, kann eine Botschaft erkannt und richtig eingeordnet werden. Extremismusbezogene Kompetenzen beziehen wir aber nicht auf Medienkompetenz, sondern wir fassen darunter auch politische Fähigkeiten. Dazu zählen das politische Wissen und Interesse. Wiederum sind diese Fähigkeiten relevant, um Botschaften dechiffrieren zu können. Um ein Beispiel zu nennen: Nur wenn ich weiß, dass sich eine Aussage gegen die freiheitliche Grundordnung der Bundesrepublik richtet (und ich eben die Grundwerte kenne), kann ich die Intention des/der Absenders/Absenderin erkennen. Institutionalisierte Politik- und Medienbildung sind dafür zwingende Voraussetzungen. Und schließlich werden Jugendliche extremistische Inhalte nur dann auch als negativ und problematisch bewerten, wenn sie ein entsprechendes Wertegerüst besitzen, das zu einer Ablehnung extremistischer Positionen führt. Es geht also nicht nur um Kompetenzbildung, sondern auch um Wertevermittlung und Werbung für demokratische Prinzipien.

Welche Präventionsmaßnahmen sollten getroffen werden?

Reinemann: Unseren Befunden nach ist es wichtig, allgemeine Politik- und Medienkompetenz zu fördern, um so die Urteilsfähigkeit der Jugendlichen zu schärfen. Dazu gehört auch eine Normen- und Wertevermittlung für das gesellschaftliche Zusammenleben, um gleichzeitig das Zugehörigkeitsgefühl Jugendlicher zu stärken. Gleichzeitig gilt es, extremismusspezifische Fähigkeiten zu fördern. Es muss darum gehen, das Wissen Jugendlicher um extremistische AkteurInnen und ihre typischen Narrative zu fördern (z. B. Wissen über Strategien extremistischer AkteurInnen). Gleichzeitig fehlt es Jugendlichen an Hintergrundwissen über Verbreitungsmechanismen und Empfehlungsalgorithmen. Sie sollten wissen, wozu es führen kann, wenn sie Inhalte posten, teilen und liken (anstatt

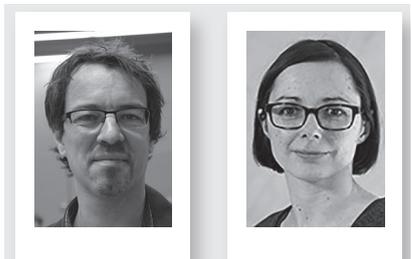
diese zu melden) und wie Suchmaschinen funktionieren – Stichwort Filterblase.

Unsere Vorschläge richten sich an verschiedene AkteurInnen: Angefangen bei der Familie sollten auch die Schule und außerschulische Instanzen der Präventionsarbeit Jugendlichen das benötigte Wissen vermitteln. Die beiden letzten Instanzen sind vor allem dann gefordert, wenn – wie unsere Befunde zeigen – Politik- und Medienkompetenzvermittlung im Elternhaus keine Rolle spielen. So könnte Raum für Gespräche über Extremismus und (möglicherweise) eigene Erfahrungen mit Extremismus geschaffen werden. Denn – so unsere Erkenntnisse – die Jugendlichen haben Gesprächsbedarf und wissen oft nicht, wer ihr/e AnsprechpartnerIn ist. ■

ANMERKUNGEN

¹ Ein Mem ist ein 1976 von Biologe Richard Dawkins entwickeltes Wort, das Einheiten kultureller Informationen, Ideen, Überzeugungen, Verhaltensmuster beschreibt.

² Dr. Carsten Reinemann und Dr. Claudia Riesmeyer führten mit Dr. Nayla Fawzi, Angela Nienierza und Katharina Neumann das von der Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen (LfM) in Auftrag gegebene Projekt »Verdeckter Extremismus, offener Hass? Hinwendung, Wahrnehmung und Thematisierung extremistischer Botschaften in sozialen Online-Netzwerken durch Jugendliche« durch. Dessen Kernbefunde werden bei der IZI-Tagung 2018 vorgestellt und Ende 2018 als Buch im VS Verlag veröffentlicht.



* Dr. Carsten Reinemann ist Professor, Dr. Claudia Riesmeyer Akademische Rätin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.²