

2017 BERICHT

Islamismus im Netz

Kontakt

jugendschutz.net
Wallstraße 11
55122 Mainz
Tel.: 06131 3285-20
Fax: 06131 3285-22
buero@jugendschutz.net
www.jugendschutz.net

facebook.com/hassimnetz
twitter.com/hassimnetz

Autorinnen und Autoren

Patrick Frankenberger, Ingrid Hofmann,
Flemming Ipsen, Nava Zarabian

Grafische Gestaltung

Elements of Art

Druck

Heinrich Fischer – Rheinische Druckerei GmbH

Stand

März 2018

Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie **leben!**

Anbieter von Plattformen müssen mehr Verantwortung übernehmen

Islamistische Propaganda ist ein Thema für den Jugendschutz. Dies zeigen die Recherchen von jugendschutz.net jedes Jahr aufs Neue. Vor allem über Social Media wird die Ideologie vielen jungen Menschen zugänglich – Diensten also, die alle Jugendlichen und immer mehr Kinder tagtäglich nutzen. Islamisten versuchen dort Gewalt gegen jene zu legitimieren, die sie für unislamisch halten, und rufen zu bewaffnetem Kampf und terroristischen Anschlägen auf.

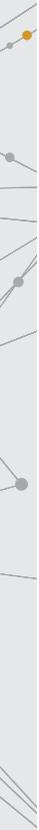
Das Internet übernimmt vor allem die Funktion, extremistische Botschaften eindrücklich zu vermitteln und zu verstärken. Beiträge bei Facebook knüpfen an Lebenswelten und Emotionslagen der Userinnen und User an; Videos bei YouTube oder Telegram zeichnen einen menschenverachtenden Gegenentwurf zu unserer demokratischen und durch Vielfalt geprägten Gesellschaft. Die Online-Propaganda ist – so gesehen – ein wichtiges Element, um Nachwuchs zu rekrutieren und Anhänger zu binden.

Was können wir im Bereich des Jugendmedienschutzes diesen Entwicklungen entgegensetzen?

Wichtig erscheint, Anbieter stärker für Propaganda, die über ihre Dienste gestreut wird, in die Verantwortung zu nehmen.

Gerade bei den Global Playern herrscht noch zu wenig Verständnis dafür, dass nicht nur Aktivitäten der Terrororganisationen “Islamischer Staat” und Al-Qaida zur Radikalisierung beitragen und Jugendliche gefährden. Entscheidend ist hier nicht die Strafbarkeit eines islamistischen Beitrags, sondern wie er an jugendliche Lebenswelten anknüpft und welche Reichweite er erzielt. Hier sollten die Betreiber großer Plattformen auch proaktiv – mit technischen Mitteln und Aufklärungskampagnen – Radikalisierungsprozesse ihrer Userinnen und User verhindern helfen.

Nicht zuletzt ist die Medienerziehung ein wichtiger Baustein: Jugendliche müssen dafür gestärkt werden, um gerade die subtilen Formen extremistischer Propaganda zu erkennen und ihnen – auch im Netz – zu widerstehen. Eltern und pädagogische Fachkräfte brauchen vor allem Informationen und Module, die sie in der Arbeit mit jungen Userinnen und Usern einsetzen können. Denn sie sind nicht nur als empathische Ansprechpartner gefordert, sondern auch als diejenigen, die Kinder und Jugendliche beim guten Aufwachsen mit Medien kompetent unterstützen.



Seite 06 - 15

DIMENSIONEN UND TRENDS ISLAMISTISCHER PROPAGANDA

Reichweite durch das Aufgreifen emotionaler Themen

Jugendkulturelle Phänomene als Anknüpfungspunkte für islamistische Propaganda

Aufrufe zu Gewalt und Verherrlichung des militanten Dschihad

Feindbildkonstruktionen zur Legitimierung und Verbreitung von Hass

Mädchen und junge Frauen als Zielgruppe

Kinder im Visier islamistischer Propaganda

Islamistische Propaganda mit jugendaffinen GIFs und Stickern

Seite 16 - 17

VERSTÖSSE UND MASSNAHMEN

Seite 18 - 19

ZAHLEN IM ÜBERBLICK

DIMEN SIONEN UND TRENDS

Mit den dynamischen Entwicklungen des Internets und vor allem des Social Webs entwickeln sich auch die Agitations- und Rekrutierungsstrategien islamistischer Organisationen stets weiter. Neue Funktionen oder Dienste finden rasch Anwendung, um "am Puls der Zeit" zu bleiben und besonders junge Userinnen und User ohne Umwege zu erreichen.

Messenger-Dienste wie Telegram und seine zahlreichen Funktionen, aber auch WhatsApp werden als lebensweltnahe Kommunikationswege stark genutzt. Beispielsweise beobachtet jugendschutz.net über 300 Telegram-Kanäle mit islamistischen Inhalten kontinuierlich. Davon sind zwei Drittel dem gewaltbereiten, also dschihadistischen Spektrum zuzuordnen. Darüber hinaus spielen Facebook, Twitter, YouTube und Instagram gerade für niedrigschwellige Propaganda eine wichtige Rolle, mit der insbesondere salafistische Akteure und Gruppen Jugendliche ködern.

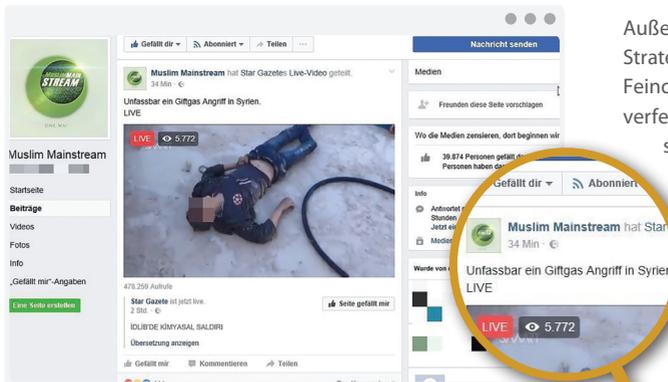
Die Professionalität islamistischer Online-Angebote macht sich u.a. an einer zielgruppenorientierten Ansprache fest. Kinder und Jugendliche werden auf unterschiedliche, ihren jeweiligen Lebenswelten, Seh- und Nutzungsgewohnheiten entsprechende Weise, adressiert. Verbreitet über deutschsprachige Profile, Blogs und Kanäle, sollen die Inhalte auch einem nicht extremistischen Publikum zugänglich gemacht werden und somit einen einfachen SzeneEinstieg ermöglichen.

Reichweite durch das Aufgreifen emotionaler Themen

Damit ihre Propaganda Einfluss gewinnen kann und möglichst viele Userinnen und User erreicht, knüpfen islamistische Gruppierungen an aktuelle politische und gesellschaftliche Debatten an. Durch eine emotionale Ansprache sollen junge Menschen von deren Weltbild überzeugt werden.

Dazu nutzen islamistische Gruppierungen vor allem das aktuelle Zeitgeschehen, tagespolitische Themen sowie gesellschaftliche Diskurse mit Bezug auf den Islam oder kriegerische Konflikte. Aktuelle Ereignisse bereiten sie so auf, dass sie in das ideologische Weltbild und das propagierte Täter-Opfer-Narrativ passen.

Ziel ist die gesellschaftliche Spaltung.



Außerdem wird mit dieser Strategie das Ziel verfolgt, Feindbilder zu erschaffen, zu verfestigen und eine gesellschaftliche Spaltung entlang konfessioneller Linien zu erreichen.

Nachrichten-Livestream zeigt Leid von Kindern: Islamist instrumentalisiert das Video für eigene Propaganda. (Quelle: Facebook, Muslim Mainstream; Original unverpixelt)

Beispielsweise wurde der Livestream einer türkischen Nachrichtenseite, der die Opfer eines mutmaßlichen Giftgasangriffs in Syrien zeigte, in ein jugendaffin gestaltetes Facebook-Profil eines deutschen Islamisten eingebunden und als Propagandamittel instrumentalisiert.



Bild soll Folter an Rohingya in Myanmar zeigen. Die Szenerie stammt aber aus Indien. (Quelle: Instagram; myummah; Original unverpixelt)

*Häufig
Verfälschung von
Kontexten.*

Ein weiteres Beispiel ist die Verfolgung der muslimischen Minderheit der Rohingya in Myanmar: Islamistische Propaganda dockt auch hier an, um über eine emotionale Ansprache möglichst breite Streuung zu erfahren. Unter dem Vorwand, auf den Konflikt aufmerksam machen zu wollen, wird die Diskussion in den sozialen Netzwerken angeheizt und Stimmung gegen die "westliche Welt" gemacht, die die Geschehnisse verschweigen würde.

Besonders gewalttätige und erschreckende Darstellungen sollen an das Gerechtigkeitsgefühl junger Menschen appellieren. Viele der gesichteten Bilder und Videos stammen jedoch aus anderen Kontexten, zum Beispiel aus Konflikten in Zentralafrika, den Drogenkriegen in Südamerika oder von Unfällen und Naturkatastrophen. Durch die Konfrontation mit solch hoch emotionalen und gleichzeitig extrem belastenden Inhalten zielen die islamistischen Angebote darauf ab, bei den jugendlichen Userinnen und Usern Wut und Hass zu schüren und sie für eine Wir-gegen-die-Rhetorik empfänglich zu machen.

Jugendkulturelle Phänomene als Anknüpfungspunkte für islamistische Propaganda

Zur Propagandastrategie gewaltbereiter islamistischer Gruppierungen gehört auch das Anknüpfen an jugendkulturelle Phänomene. Sie bedienen damit unmittelbar die Sehgewohnheiten Jugendlicher und holen sie in ihrer Lebenswelt ab, um für den militanten Dschihad zu werben. Die darüber transportierte Ideologie erscheint somit für die Zielgruppe als interessant und ihr Einfluss auf das Weltbild Jugendlicher verstärkt sich. In moderner, jugendaffiner Spiele-Optik präsentiert sich beispielsweise ein islamistisches Gewaltvideo, das jugendschutz.net beim Messenger-Dienst Telegram dokumentierte.

*Propaganda bedient
Sehgewohnheiten
junger User.*



Video des "Islamischen Staats" in Videospiel-Optik soll Jugendliche für die Ideologie ködern.

(Quelle: Telegram, Mustafa Al Iraqj)

Die Protagonisten sind modifizierte Figuren eines Computerspiels, die als Dschihadisten Selbstmordattentate begehen und Gefangene hinrichten.

Die Szenen sind eingebettet in die Ikonographie der Propaganda des "Islamischen Staats", verherrlichen dessen Ziele und propagieren die Nachahmung terroristischer Attacken.

Aufrufe zu Gewalt und Verherrlichung des militanten Dschihad

Videos und Bilder sind die zentralen Mittel, mit denen islamistische Gruppierungen ihre Ideologie verbreiten und zum bewaffneten Kampf anstacheln. Dazu werden der Krieg, das Kämpfen, Töten und Sterben romantisiert und als "geheiliger Akt" dargestellt. Daneben wird zur Beteiligung aufgerufen und es werden bebilderte Handlungsanleitungen geboten.

Beispielsweise veröffentlichte der IS in seinem Online-Propagandamagazin "Rumiyah" (Rom) eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für einen Angriff mit einem Lastwagen. Genannt wurden Tipps für das "ideale Fahrzeug" sowie "ideale Ziele", um möglichst viele Menschen zu töten. Als Infografiken zu sogenannten "Sharepics" aufbereitet, waren die Anleitungen damit optimal für eine einfache Verbreitung im Social Web und in Messenger-Diensten. Über Twitter und Telegram wurde so – in einer nicht zuletzt für Jugendliche leicht verständlichen Form – für Terroranschläge geworben. Eine der Terrororganisation Al-Qaida nahestehende Gruppe wiederum veröffentlichte ein Video, in dem ein mutmaßlich deutscher Konvertit zum militanten Dschihad aufrief.



Deutscher Konvertit propagiert den militanten Dschihad als Alternative zur "verkommenen" westlichen Gesellschaft.
(Quelle: YouTube, Al Muhajirin Media)

Das Video wurde über die Dienste Facebook, Telegram und YouTube verbreitet und binnen zwei Tagen allein auf YouTube über 15.000 Mal angesehen. Als Ich-Erzähler stellte der Dschihadist die westliche Gesellschaft als verkommen dar und untermauerte dies mit Ausschnitten aus Fernsehbeiträgen zu gesellschaftlichen Themen wie Drogenkonsum und Rassismus. Die Teilnahme am "heiligen Krieg" propagierte er als legitimes und einziges Mittel für ein Leben in Freiheit und Gerechtigkeit. In Syrien würden auf neue Rekruten zudem Abenteuer und Kameradschaft warten - ein Appell, der sich in erster Linie an junge Menschen richtet.

Feindbildkonstruktionen zur Legitimierung und Verbreitung von Hass

Eine zentrale Rolle in der islamistischen Propaganda spielen Feindbilder. Sie werden in verschiedene Diskurse im Social Web eingestreut und knüpfen an bestehende Ressentiments an. Amerikaner, "Ungläubige", Buddhisten, Homosexuelle und Muslime, die nicht in das Weltbild der Extremisten passen, werden diffamiert, abgewertet und entmenschlicht.

Stets virulent ist der Antisemitismus, den islamistische Gruppierungen bei aktuellen Ereignissen verstärkt artikulieren.

Es werden Verschwörungstheorien verbreitet und Juden als existentielle Bedrohung für Muslime im Allgemeinen dargestellt. Beispielsweise nutzen islamistische Gruppierungen die öffentliche Aufmerksamkeit, als die US-Regierung Jerusalem als Hauptstadt Israels anerkannte, um mit Posts Hass gegen Juden zu schüren. Dabei tarnen sich islamistische Akteure auch mithilfe von vermeintlich unverfänglichen "Pro-Palästina"-Profilen, die sich vorrangig mit dem Nahostkonflikt beschäftigen. Sie versuchen so, ihre Propaganda unterschwellig an junge Menschen, die sich für den Konflikt interessieren, heranzutragen.



Mit berühmter Figur aus einer Fernsehserie wird Hass gegen Shiiten ("Shia's") geschürt.

(Quelle: Telegram, BLVCKFLAG)

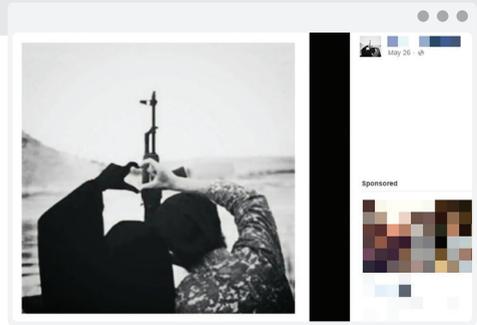
Hass auf Shiiten (zweitgrößte islamische Konfession) wird vor allem von Salafisten (gehören zur sunnitischen Konfession) verbreitet. Anlässe sind die Konflikte in Syrien, Jemen und dem Irak, in denen sich Angehörige beider Konfessionen gegenüber stehen. Shiiten werden in salafistischer Propaganda als "Abtrünnige" dargestellt. Das dschihadistische Spektrum leitet daraus eine Legitimation zum Kampf gegen sie ab. In Propagandabeiträgen kommt es immer wieder zu Entmenschlichungen und Aufrufen zur Gewalt. Beispielsweise wird eine Szene aus einer auch bei Jugendlichen beliebten US-Fernsehserie instrumentalisiert, um gegen Shiiten zu hetzen.

Mädchen und junge Frauen als Zielgruppe

Ein Teil der dschihadistischen Angebote im Social Web adressiert gezielt Mädchen und junge Frauen, um sie zu indoktrinieren und für Terrororganisationen zu rekrutieren. Die Ansprache erfolgt über Facebook, Instagram und Telegram.

Gelockt wird mit niedrigschwelligen Angeboten, deren extremistischer Hintergrund nicht auf den ersten Blick zu erkennen ist. Dabei wird der militante Kampf verherrlicht und teilweise subtil, aber auch ganz offen für Gruppen wie Al-Qaida oder den IS geworben. Jungen Frauen wird nahegelegt, einen Dschihadisten zu heiraten, ihm Kinder zu gebären und diese wiederum im Sinne der Ideologie zu erziehen.

Ein anderes weibliches Rollenverständnis, das auch immer wieder vermittelt wird, ist das der Kriegerin. Dschihadisten verbreiten es zum Beispiel in Form von Bildern, die mit Sturmgewehr bewaffnete Frauen im Niqab (Vollverschleierung) zeigen.



Die Ehe mit einem Dschihadisten:
Romantische Verklärung des bewaffneten Kampfes.
(Quelle: Facebook, Shire Clandestine; Original unverpixelt)

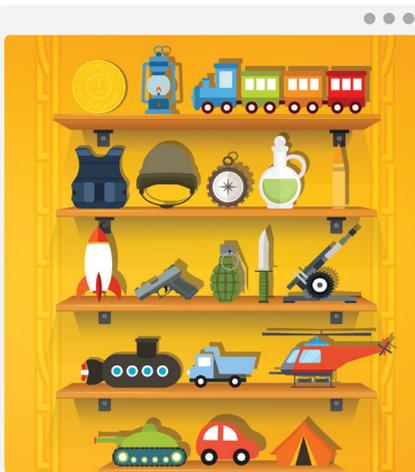
Sie werden als Verteidigerinnen ihrer Religion dargestellt, die zur Waffe greifen und sich aktiv am Kampf "Gut gegen Böse" beteiligen. Auch Gewalttaten von Frauen werden zu Heldentaten verklärt und sollen zu Nachahmungstaten anregen, ähnlich wie das bei Anschlägen von Männern vorkommt.

Dschihadistische Profile oder Kanäle für Mädchen und junge Frauen sind häufig in Rosa- und Lilatönen gehalten sowie mit Blumen und Herzen verziert. Sie setzen stärker auf Bilder und Texte als auf Videos und behandeln Alltagsthemen wie Beziehungen, Sexualität oder Fragen der körperlichen Entwicklung. Damit soll jungen Frauen ein positives Selbstwertgefühl vermittelt, Orientierung geboten und die Identitätsentwicklung unterstützt werden. Dahinter steckt das Ziel, die Userinnen auf der emotionalen Ebene zu erreichen und zur Übernahme des dschihadistischen Weltbilds zu verleiten.

Kinder im Visier islamistischer Propaganda

Eine weitere Zielgruppe, auf die islamistische Gruppierungen ihre Propaganda abstimmen, sind Kinder. Der IS veröffentlichte 2017 eine vierte App, die sich an Kinder richtet. Die App mit dem Titel "Moalem Al-Hijaá" ("Lehrer der Rechtschreibung") ist in ihrer Optik an ihre Vorgänger angelehnt.

In bunten Farben und vereinfachten Darstellungen im Kinderbuchstil werden Bilder von Kriegswaffen wie Kanonen,



Kinder-App des IS: Stilisiertes Spielzeugregal mit Handgranate, Messer und Pistole.
(Quelle: App Moalem Al-Hijaá)



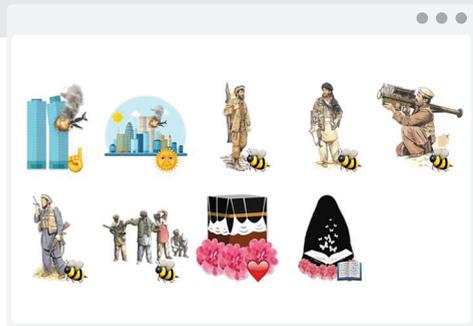
Dschihadistisches Marketing: Kinder-App des IS mit Werbevideo in Online-Magazin angepriesen.
(Quelle: Rumiyah 13)

Sturmgewehren und Raketen dazu verwendet, um Kindern die richtige Schreibweise der Wörter in verschiedenen Lernspielen beizubringen. Allgegenwärtig bei allen Spielen der App ist die Symbolik des "Islamischen Staats", zum Beispiel seine Flagge. Beworben wird die App beispielsweise in der deutschsprachigen Ausgabe des Online-Magazins "Rumiyah" der Terrororganisation. Erstmals nutzte der IS dazu auch ein eigenständiges Video, um auf das Angebot aufmerksam zu machen. In der Machart eines professionellen Werbefilms zeigt es Kinder, die angeblich im Herrschaftsgebiet des IS leben und mit der App spielen. Solche Angebote für kleine Kinder sollen zu einer möglichst frühen emotionalen Bindung und Sympathie für die Terrororganisation beitragen.

Islamistische Propaganda mit jugendaffinen GIFs und Stickern

Der Messenger-Dienst Telegram ist mittlerweile zu einem zentralen Kommunikationsmedium für islamistische Gruppierungen geworden. Über Links auf jugendaffinen Facebook-Seiten oder anderen Social-Web-Angeboten, die überwiegend aus dem salafistischen Spektrum kommen, werden junge Menschen auf deren Kanäle bei Telegram gelotst. Ist man einem solchen Kanal mit nur einem Klick beigetreten, gelangt man schnell über Verlinkungen zu zahlreichen weiteren einschlägigen Angeboten. Per Push-Nachricht auf das Smartphone, mit welchem Jugendliche quasi dauernd online sind, werden neue Inhalte der Kanäle angezeigt und so besonders schnell an Userinnen und User herangetragen.

Videoclips ohne Ton oder kurze animierte Bilder, genannt GIFs (engl. Graphics Interchange Format) werden in Messenger-Diensten sehr häufig in die Chats eingebunden. Einmal angeklickt, wiederholen sie sich und sollen den Spaß an der Kommunikation erhöhen. Im Messenger-Dienst Telegram finden sich gehäuft GIFs mit der Ikonographie des IS. Die wehende Flagge des IS, Bilder eines Selbstmordanschlages oder auch eine Exekution können so in wenigen Sekunden einfach in die mobile Kommunikation anderer Userinnen und User eingebunden und weiter versendet werden. GIFs mit extremen Gewaltdarstellungen haben gerade durch die unvermittelte Konfrontation ein hohes Gefährdungspotential für Jugendliche.



Sticker mit Ikonografie von Al-Qaida: Hass und Gewalt für Alltagskommunikation aufbereitet. (Quelle: Telegram, Abu Bakr al-Janabi)

Darüber hinaus bietet Telegram ein weiteres, sehr jugendaffines Kommunikationsmittel: sogenannte Sticker, die an die üblichen Emojis angelehnt sind. Genau wie Emojis oder GIFs sollen auch Sticker den Spaß an der Kommunikation erhöhen und sind besonders beliebt. Man kann sie auf Telegram mit eigenen Motiven selbst erstellen, um sie weiter zu verbreiten. Dschihadisten setzen ihre selbstgemachten Sticker dort gezielt ein, um Sympathien mit terroristischen Gruppen wie Al-Qaida oder dem IS auszudrücken. Ein Beispiel zeigt den amerikanischen Journalisten James Foley in einem orangefarbenen Anzug und seinen Mörder mit schwarzer Sturmmaske und Messer. Ein anderes stellt das brennende World Trade Center, auf das ein Flugzeug zufliegt, im Comic-Stil und bunten Farben dar. Userinnen und User, die solche Sticker anklicken, erhalten Zugriff auf Sticker-Pakete und damit die Möglichkeit, die Sticker für ihre eigene Chat-Kommunikation auf Telegram zu verwenden. Die propagandistischen GIFs und Sticker können auf diesem Weg schnell und einfach in Umlauf kommen und auch gemäßigte Kommunikationsstränge durchdringen. Für Jugendliche entsteht hierdurch ein leichter Zugang zur Ikonographie des IS und anderer Terrorgruppen inklusive deren menschenverachtender Ideologie.

VER STÖSSE UND MASS NAHMEN

Maßnahmen gegen islamistische Angebote im Internet haben zum Ziel, Kinder und Jugendliche möglichst schnell vor Gefährdungen und Beeinträchtigungen zu schützen.

jugendschutz.net kontaktiert daher Provider und Plattformbetreiber im In- und Ausland und fordert zur Löschung von Inhalten auf, die gegen gesetzliche Regelungen verstoßen. Fälle, bei denen ein deutscher Verantwortlicher bekannt ist oder eine Indizierung angestrebt wird, leitet jugendschutz.net an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) weiter.

Zwar fand sich der Großteil der 2017 gesichteten islamistischen Propaganda auf ausländischen Plattformen des Social Web wie Facebook, YouTube und Telegram, nicht selten wird aber auf Cloud-Dienste wie Google Drive verlinkt, wo die eigentlichen Inhalte, wie beispielsweise Propagandavideos, hochgeladen werden. Die Links können so breit gestreut und schnell ausgetauscht werden. Zudem können sie dort unabhängig von der bisweilen nur kurzen Präsenz islamistischer Kommunikationskanäle länger vorgehalten werden.

2017 dokumentierte jugendschutz.net im Themenfeld Islamismus 786 Fälle mit insgesamt über 1.547 Verstößen.

Die häufigsten Verstöße waren Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, unzulässige Gewaltdarstellungen und Verletzungen der Menschenwürde, z. B. Hinrichtungsvideos des IS oder die Vorführung von getöteten Menschen als Trophäen. Die drittgrößte Kategorie betrifft kriegsverherrlichende Inhalte. In 91 % der Fälle wurde eine Löschung oder Sperrung erreicht.

Islamismus online in Zahlen

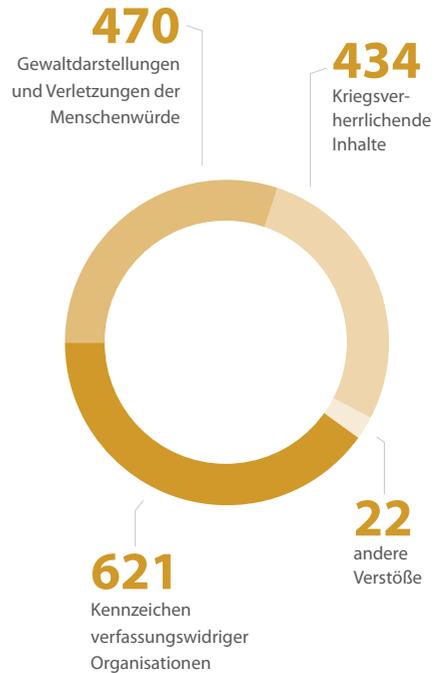
Das Social Web ist zentrales Mittel zur Verbreitung islamistischer Propaganda: 99,8 % der islamistischen Angebote wurden dort gesichtet.

Anzahl der Verstöße und Fälle:

VERSTÖSSE
1.547

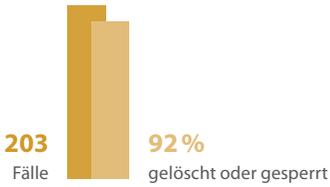
FÄLLE
786

Drastische Verstöße überwiegen deutlich:



Erfolge bei Global Playern des Social Web

YouTube



Facebook



Twitter



Telegram



Direkter Kontakt zu Providern effektivstes Mittel

In **91%** der Fälle Löschung oder Sperrung erreicht

92% davon über direkten Kontakt mit Providern

Jungen Userinnen und Usern ein gutes Aufwachsen mit Medien ermöglichen

jugendschutz.net recherchiert als gemeinsames Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Jugendschutz im Internet Risiken in jugendaffinen Diensten und drängt Anbieter, Online-Angebote so zu gestalten, dass Kinder und Jugendliche nicht gefährdet werden. Im Rahmen seiner Arbeit zum politischen Extremismus beobachtet jugendschutz.net islamistische Angebote im Netz und entwickelt Gegenaktivitäten. Die Arbeit im Bereich Islamismus wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend im Rahmen des Bundesprogramms "Demokratie leben!".