

Auf den ersten Blick erkennbar? Kommunikationsstrategien extremistischer Akteure

Forschungsfrage

Inwiefern erkennen junge Erwachsene Kommunikationsstrategien extremistischer Akteure im sozialen Netzwerk Instagram?



Kategoriensystem und Operationalisierung

Wissen über Extremismus

*Begriffserklärung *Formen des Extremismus *Ziele der Extremist:innen

Wissen über Kommunikationsstrategien

*Kennen von Nutzungsweisen des sozialen Netzwerks Instagrams durch Extremist:innen

Wahrnehmung/Kontakt zu Extremismus

*Bereits Kontaktpunkte mit Extremismus gehabt? *Über welches Medium Kontakt gehabt?

Bewertung

*Einschätzen des Gefahrenpotentials *Einschätzen des Gefahrenpotentials hinsichtlich sich selbst und jüngeren

Primäraufgabe: Identifikation als extremistischer Inhalt

*Klassifikation des richtigen Posts als extremistisch

Primäraufgabe: Bewertung und Reflektion bei der Rezeption

*Auf welche Merkmale der Posts wird geachtet? *Woran wird Extremismus festgemacht?

Primäraufgabe: Anschlusshandeln nach der Rezeption

*Vorgehen und Handlungen nach Rezeption (bspw. Liken, Kommentieren, Melden)

Alltägliche Nutzung des sozialen Mediums Instagram

*Häufigkeit/Nutzungsdauer *Aktive oder passive Nutzung

*Motive für Nutzung

Medienvertrauen/Glaubwürdigkeit

*Erkennen von kritischen Aspekten Instagrams *Reflexion der Nutzung

Stichprobe

- 5 Interviews
- Zielgruppe: junge Erwachsene → Mediennutzer (Instagram) → Altersgruppe: 19 – 25 Jahre
- Geschlechterverteilung: 4x ♀, 1x ♂

Ergebnisse

- trotz regelmäßiger Nutzung (täglich 30 Minuten) Wissen um kritische Aspekte Instagrams
- Verwendung insbesondere zur Informationsbeschaffung, für Unterhaltungszwecke oder freundschaftlichen Kontakt
- passive Nutzung überwiegt → durch tägliche Nutzung der App: Steigerung der Medienkompetenz und Abstumpfen von Gewalt
- Begriff des Extremismus wird mit Gewalt in Verbindung gebracht
- **Ziele:** Ideologieverbreitung, Mobilisierung anderer, Demokratiegefährdung
- **Strategien:** Einsatz von Gewalt (z.B. Demonstrationen), Nutzung sozialer Medien (Postings, Kommentare, Nachrichten)
- Gewaltassoziation möglicherweise durch Wahrnehmung negativer Medienberichterstattung
- Mehrheit hatte noch keinen bewussten Kontakt zu extremistischen Inhalten auf Instagram
- Bewertung des Gefahrenpotentials: hoch für Kinder- und Jugendliche aber für sich selbst gering → Third-Person Effekt
 - Schwierigkeiten, auf den ersten Blick den extremistischen Beitrag zu erkennen → nur eine Person konnte den Beitrag selbstständig und ohne Nachfrage identifizieren
- Erklärung: unterschiedliches Vorwissen über extremistische Gruppierungen
- Logo, Urheber des Postings und Hashtags als Erkennungsmerkmale auf den zweiten Blick
- Überwiegend neutrale Bewertung beider Postings und kein Anschlusshandeln → Unsicherheit über öffentliche Äußerung zu dem Thema, nicht zu starkes Interesse am Beitrag

„Also Extremisten sind ja wie das Wort schon sagt extrem oder radikal eigenstellte Menschen ...“

„... dass ich da sozusagen zum Opfer werde? Glaube gar nicht“

„Also es kommt mir beides sehr nach Werbung rüber. So wie das Produkt in der Mitte steht“

„Hmm, ich hätte es bei beiden nicht erkannt, wenn du mich nicht drauf angesprochen hättest“

„...Aber sowas wie Hashtag Kampf und Hashtag Identität in Zusammenhang mit der Kontrakultur Halle ist für mich ein extremistischer Beitrag“

Methode

- Qualitative Interviews: 21.12.2021 – 07.01.2022
- Interviewdauer: circa 20 – 40 Minuten
- Auswertung: kategoriengeleitet

