

INS NETZ GEGANGEN?!

**AKTIV GEGEN
ISLAMISTISCHE ONLINE-
PROPAGANDA**

**Eine Broschüre für
Eltern, Personen im
pädagogischen Bereich
und Multiplikator:innen
der Wegweiser-Arbeit**



RE/init e.v.

WEGWEISER GEMEINSAM
GEGEN
ISLAMISMUS

IM VEST

unterstützt
durch das

Ministerium des Innern
des Landes Nordrhein-Westfalen



EINLEITUNG

Wie gut kennen Sie sich eigentlich mit Social Media aus? Wissen Sie, was Hashtags und Memes sind? Wissen Sie, dass Influencer nichts mit Schnupfen zu tun haben und TikTok nichts mit Pfefferminzbonbons? Jugendliche wissen das alles. Und islamistische Akteur:innen auch. Vor allem aber wissen sie, dass sie Jugendliche da ansprechen müssen, wo sie sich wohl fühlen: online! Die Sozialisation Jugendlicher findet schon längst sowohl off- wie aber auch online statt, wobei die Grenzen fließend sind. In ihrer alltäglichen Mediennutzung stoßen sie, häufig wie nebenbei, vermehrt auf extremistische Inhalte. Besonders problematisch daran ist, dass islamistische Inhalte nicht direkt als solche zu erkennen sind. Sie greifen Themen auf, die nahe an der Realität der Jugendlichen sind, die sie beschäftigen und zu denen sie unbeantwortete Fragen haben.

Islamistische Online-Propaganda ist subtiler geworden und manipuliert nicht mehr nur offensichtlich, sondern vielmehr nährt sie bei ihren Adressat:innen Misstrauen gegen die vermeintliche Mehrheitsgesellschaft. Sie schürt Verschwörungsmythen und droht mit der Hölle. Dabei werden die Wege der Ansprache bei jedem Medium zielgruppengerecht gewählt.

Diese Broschüre verschafft einen Überblick über die verschiedenen medialen Plattformen, auf denen Jugendliche das Ziel islamistischer Propaganda sind. Bemerkenswert ist dabei die Vielfältigkeit des Angebots sowie die Geschwindigkeit, mit der islamistische Akteur:innen auf Trends reagieren und diese für ihre Zwecke instrumentalisieren. Während die einzelnen Social Media-Accounts die Infrastruktur der

Propaganda bieten, sind es die jugendkulturellen Inhalte, die die eigentlichen Türöffner sind. Sie bieten die Oberflächen, um ideologische Überzeugungen zu transportieren. Daher werden in dieser Broschüre auch unterschiedliche Bereiche der Jugendkultur beleuchtet.

Bei aller Unterschiedlichkeit der Ansprachen, ist den verschiedenen Angeboten jedoch gemein:

- Sie bieten die Möglichkeit der Identifikation mit Akteur:innen, die als Vorbilder fungieren wollen
- sie sprechen Jugendliche auf Augenhöhe an und
- sie bieten schnelle und einfache Antworten auf eigentlich sehr komplexe Lebensfragen Jugendlicher.



SCHON WIEDER MEDIENKOMPETENZ?

Die Propaganda, die in dieser Broschüre erwähnt wird, zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass sich ihre Aussagen an der Grenze des Sagbaren bewegen und dadurch legal sind. Es gibt viele Kampagnen gegen Hate Speech im Internet. In manchen Fällen führen sie auch zu Löschungen, jedoch ist diese Maßnahme alleine ein Kampf gegen Windmühlen. Außerdem wird die Dynamik des Internets dadurch unterschätzt: Videos und Bilder werden so schnell heruntergeladen, gescreenshottet und geteilt, dass sie schon längst auf den mobilen Endgeräten und in den Köpfen junger Menschen sind, ehe sie gelöscht werden können. Auch wenn es notwendig ist, restriktiv gegen extremistische Inhalte und Hate Speech vorzugehen, sind zwei Maßnahmen unerlässlich: Prävention und Aufklärung.

Die Inhalte islamistischer Propaganda, die in dieser Broschüre erklärt werden, sind bewusst ansprechend für Jugendliche gestaltet. Sie sind die hauptsächliche Zielgruppe der meisten Plattformen im Internet. Daher ist es unbedingt notwendig, Jugendliche in ihrer Medienkompetenz zu stärken. Sie müssen lernen, wie islamistische Propaganda aussieht und warum es kein Zufall ist, dass sie diese medial aufgemachten Botschaften ansprechend finden. Sie müssen in der Lage sein, sich eine eigene Meinung über Manipulationen im Internet zu bilden und den Zweck und die Gefahren erkennen. Dabei sollte im Blick behalten werden, dass sich Jugendliche häufig deutlich besser im Internet und in aktuellen Trends auskennen als die meisten Erwachsenen – daher sollte ihnen eine gewisse Expertise zugetraut werden. Ideologische Manipulationsstrukturen hinter all

den ansprechenden Videos und Bilder können sie aber oft nicht erkennen, weil sie zu wenig darüber wissen. Zuhause, in der Schule, im Rahmen von Workshops oder eigenen Projekten – das alles können Räume sein, in denen Jugendliche ihre Mediennutzung bewusster wahrnehmen und in ihrer Medienkompetenz gestärkt werden. Denn wenn sie vorbereitet auf islamistische Propaganda im Internet treffen, können sie diese selber einordnen und sich selbst dazu positionieren – und wissen im besten Fall, wo sie Unterstützung dafür finden. **Jugendliche müssen ermächtigt werden, Strukturen kritisch zu hinterfragen und sich gleichzeitig selbst gegen Spaltung, Hetze und Demokratiefeindlichkeit zu stellen.**

Im Rahmen der Präventionsarbeit sollte jedoch nicht außer Acht gelassen werden, dass islamistische Propaganda häufig Bedürfnisse und Erfahrungen Jugendlicher aufgreift, die auch offline Teil ihrer Lebenswelt sind. Wenn z.B. Jugendliche offline mit antimuslimischem Rassismus konfrontiert sind, dann sind sie online empfänglicher für diejenigen, die vermeintlich die einzigen sind, die sie verstehen und ihnen Optionen und Erklärungen bieten. Für alle ungerechten Erfahrungen oder dem Gefühl von Ausgrenzung kennen Propagandist:innen die vermeintliche Lösung.

WEGWEISER bietet verschiedene Sensibilisierungsmaßnahmen an – auch für Jugendliche mit zielgruppengerechten Methoden, zur Stärkung von Medienkompetenz im Umgang mit islamistischer Propaganda. Jede:r kann hier Kontakt aufnehmen, ob Lehrer:innen, Eltern oder Fachkräfte – alle die aufmerksam werden und Jugendliche in diesen Situationen sensibilisieren und stärken wollen.

UNSER KOSTENLOSES
BILDUNGSANGEBOT
FINDEN SIE UNTER:
WWW.WEGWEISER-VEST.DE

IDENTITÄT - ZUGANG FÜR ISLAMIST:INNEN?

Die eigene Identität spielt für viele Menschen eine wichtige Rolle. In einer zunehmend globalisierten und technisierten Welt orientieren sich viele Menschen an kollektiven Merkmalen, die vermeintlich ihre Identität ausmachen und sie von anderen unterscheiden. Identität bezeichnet eine Selbstzuschreibung, die zum Zweck der Abgrenzung von „Anderen“ angewendet wird. Diese Abgrenzungen können zu Ausgrenzung und Diskriminierung führen.



Besonders für junge Menschen mit einer Migrationsgeschichte spielt die Frage nach der Identität eine große Rolle. Obwohl viele von ihnen hier geboren sind, erfahren sie oft Ablehnung und Ausgrenzung durch die Mehrheitsgesellschaft. Manche setzen sich durch die Identifikation mit der Heimat der Eltern bewusst von der Mehrheitsgesellschaft ab. Andere können sich weder vollständig mit Deutschland, noch mit der Herkunft ihrer Elterngeneration identifizieren. Sie wissen nicht, wie sie die Sozialisierung in Deutschland, die Zugehörigkeit zum Islam und die Diskrepanz zur deutschen Mehrheitsgesellschaft ausbalancieren sollen. Islamist:innen nutzen Unsicherheiten und Diskriminierungserfahrungen junger Menschen aus: Sie sprechen Bedürfnisse der Jugendlichen an und unterbreiten ein Angebot der Identifikation. Extremist:innen stellen Diskriminierung von Muslim:innen in einen größeren Kontext und behaupten, dass diese Ablehnung niemals aufhören werde. Muslim:innen würden in Europa nicht akzeptiert.

Als Muslim:in grenzt man sich so von der Mehrheitsgesellschaft, den „Anderen“, ab. Das Narrativ, Muslim:innen werden unterdrückt und nicht toleriert, endet nicht an der Grenze Europas: **Tatsächlich ist die Behauptung, Muslim:innen seien weltweit Opfer einer Verschwörung gegen den Islam, ein integraler Bestandteil der islamistischen Propaganda.**

Durch die kollektive Annahme der Opferrolle wird ein Gemeinschaftsgefühl erzeugt. Daraus ergibt sich eine gewisse Sogwirkung bei Jugendlichen, die sich nach genau solch einer Gemeinschaft sehnen. Der Zugang ist besonders für muslimische Jugendliche niedrigschwellig: Man teilt als Muslim:in ohnehin den Glauben. Der radikale Inhalt der islamistischen Gruppierungen wird verkannt und unterschätzt.

ISLAMISTISCHE
ONLINE-PROPAGANDA
NUTZT JUGENDLICHE
IDENTITÄTSSUCHE AUS.

Innerhalb der Gruppe finden die Betroffenen Anerkennung, eine solidarische Gemeinschaft, einen moralischen Kompass und eine sinnstiftende Motivation für das Leben. Eine differenzierte Auseinandersetzung mit muslimischen Leben in Deutschland wird so verhindert.

#PROPAGANDA - ZIELGRUPPENNAHE ANSPRACHE AUF INSTAGRAM

Instagram ist in der Lebenswelt vieler Jugendlicher tief verankert: Hier finden sie nicht nur Werbung für neue Produkte, sondern wie selbstverständlich auch extremistische Propaganda. Diese orientiert sich stark an der Lebensrealität der Jugendlichen, mit ansprechenden Bildern und Zitaten. Es gibt Influencer:innen, deren Inhalte durchaus dem islamistischen Spektrum zuzuordnen sind – sie sind jung, hip und wissen, was die vermeintlich einzig wahre Religion ist.

Ein Post auf Instagram ist mit wenig Aufwand geteilt und erreicht schnell viele User:innen. Ein hochwertig produziertes Video auf YouTube kann mit der Schnellebigkeit von Hashtags nicht mithalten: Trendet ein bestimmter Hashtag auf Instagram, müssen Akteur:innen diesen schnell und häufig teilen, sodass er möglichst viel Aufmerksamkeit generiert. Ein bekanntes Beispiel ist der Hashtag **#nichtohnemeinkopftuch**: Dieser trendet vor allem dann, wenn Diskussionen über das Tragen des Hijabs oder des Niqabs entstehen – ein Thema, das für einige Muslim:innen emotionalisierend ist und häufig mit anti-muslimischem Rassismus einhergeht. Der Hashtag bietet also eine hohe Identifikationsfläche und wird in zahlreichen Beiträgen geteilt. Jedoch wissen die wenigsten User:innen, dass er seinen Ursprung in einer Mitmachkampagne der islamistischen Gruppierung **Generation Islam** hat. Diese stehen, laut Verfassungsschutz, der Hizb ut-Tahrir (HuT) nahe. So reproduzieren und teilen User:innen unwissentlich islamistische Propaganda.

Islamistische Propaganda auf Instagram besteht zwar auch aus aufwändigen Videos, häufiger arbeitet sie jedoch mit Bildern – das geht schneller. Innerhalb weniger Monate wurden unterschiedliche Themen intensiv von islamistischen Akteur:innen besprochen und für ihre Zwecke genutzt: die Corona-Pandemie, die laut der islamistischen Bubble aus Zina – also Unzucht – entstanden ist; der Anschlag in Hanau, der vornehmlich zur Spaltung und das Schüren von Hass instrumentalisiert wurde; die politischen Entwicklungen in Frankreich und der Boykott französischer Produkte. Damit berühren sie häufig einen Nerv bei muslimischen Jugendlichen und sprechen Themen an, die sie betreffen und die in ihrer Alltagswelt häufig zu wenig besprochen werden. Gleichzeitig nutzt die Propaganda diese Themen, um ein klares **Wir-gegen-Die-Gefühl** zu bewirken und vermittelt im Kern ihrer Botschaften eine antidemokratische Haltung.

YOUTUBE - VIELE FRAGEN, EINE ANTWORT

Streng genommen gehört YouTube nicht zu den üblichen sozialen Medien. Es ist jedoch zu einer der bedeutendsten Plattformen für Jugendliche geworden, wenn es um Wissensvermittlung und Unterhaltung geht. Gleichzeitig unterstützt die Kommentarfunktion unter den Videos den (anonymen) Austausch und dient somit durchaus einer sozialen Vernetzung. Studien belegen, dass YouTube der Top-Favorit von Jugendlichen unter den Internetangeboten ist. Anknüpfungspunkte für islamistische Ansprache bieten sich hier auf zwei Ebenen: durch die Videos und in den Kommentarleisten.

Auch bei YouTube ist es Teil der Strategie, dass es eben keine offen extremistischen Inhalte sind, die sich nicht lange auf der Plattform halten würden. Sondern es sind Beiträge, die durch die klare Unterscheidung zwischen Gut und Böse, halal und haram, Gläubige und Ungläubige, ein einseitiges Verständnis des Islams vermitteln. In den Videos wird häufig gegen die vermeintliche Mehrheitsgesellschaft gehetzt, eine eigene Opferrolle betont und Stimmung gegen Demokratie und Vielfalt betrieben. Inhaltlich beschäftigen sie sich mit allen Fragen rund um den muslimischen Glauben in allen Lebenslagen.



WÜRDEN SIE DIESES BILD
ALS ISLAMISTISCHE
ONLINE-PROPAGANDA
ERKENNEN?



Islamistische Propaganda-Kanäle lassen sich hauptsächlich in zwei Formate aufteilen: **epischen Erzählungen** und die **Prediger-Videos**. Videos im Stil der epischen Erzählung sind kurze, aber aufwändig produzierte Videos, die sich vornehmlich auf ein Thema konzentrieren. Es geht um Paradies und Hölle – wer sich dem Leben der Ungläubigen anpasst, dem droht immer letztere. Die Prediger-Videos sind vor allem durch bekannte Personen wie Pierre Vogel beliebt geworden. Sie widmen sich den **alltäglichen Fragen**, die sich muslimische junge Menschen stellen könnten, die ein frommes Leben führen wollen: Darf ich als Muslima an der Supermarktkasse Alkohol verkaufen? Darf ich mir wünschen, Profi-Fußballer zu werden? Zwei der beliebtesten islamistischen YouTube-Kanäle sind gute Beispiele für diese beiden Formate: „Botschaft des Islam“ produziert Videos im Stil der epischen Erzählung und bei „Macht’s klick?“ wird gepredigt. Beide Kanäle haben eine große Reichweite durch hohe Abonnent:innenzahlen und somit Potenzial, extreme Veränderungen zu bewirken.

EXTREMISTISCHE
INHALTE IM NETZ?
AKTIV WERDEN & MELDEN:
HASS-IM-NETZ.INFO

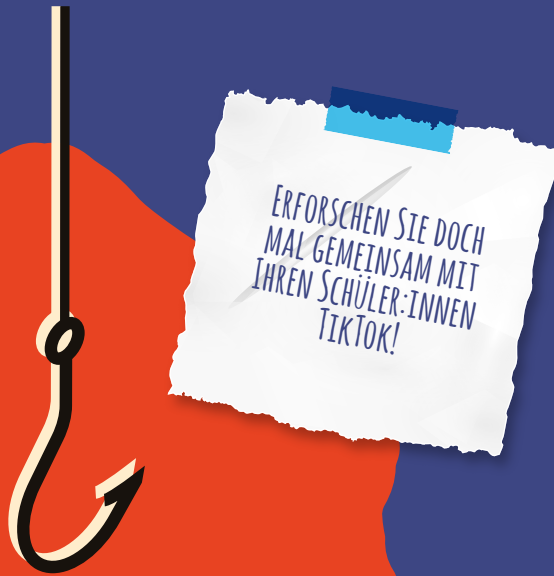
TIKTOK - ANGRIFFS- UND REKRUTIERUNGSFLÄCHE

Soziale Medien öffnen neue Wege der Kommunikation zwischen Medium und Empfänger:innen. Neue Apps verbreiten sich mitunter schnell unter Nutzer:innen und generieren viel Aufmerksamkeit. TikTok ist das aktuellste Beispiel für ein soziales Medium, welches sich binnen weniger Jahre als viraler Trend in der Familie der sozialen Medien etabliert hat. In der App können Nutzer:innen kurze Ausschnitte von Musikvideos neu synchronisieren oder eigene Videoausschnitte mit Musik und Synchronisationen neu unterlegen. Solche kurzweiligen Videos haben bereits vielen Influencer:innen und Musiker:innen zum überraschenden Erfolg verholfen.

Islamistische Akteur:innen adaptieren neue soziale Medien schnell, um Reichweite für ihre Botschaften zu generieren. Sie greifen dabei auf einheitliche Repräsentation in den sozialen Medien zurück und erzeugen durch markante stilistische Mittel und professionelle Gestaltung von Logos den Eindruck von Vertrautheit und Seriosität.

Sie agieren dabei auf der einen Seite als dynamische Aktivist:innen, auf der anderen Seite als moralische Instanz und religiöse Autorität. Dabei attackieren sie plattformübergreifend relevante User-Inhalte auf diesen Plattformen und verurteilen neue Trends in ihrer Rolle als **selbsternannte muslimische Tugendwächter:innen**. Auf TikTok fanden sich Instagram-Clips, in die TikTok-Lippensynchronisation Videos junger Muslim:innen eingefügt wurden. Die Synchronisation enthielt frivole Liedtexte, was auf die Scham- und Ehrlosigkeit der heutigen Jugend verweisen soll. Über aktuelle Trends erreichen sie

Ihre junge Zielgruppe gezielt, während sie neue, „westliche“ und vermeintlich moralisch verächtliche Trends im Licht einer fundamentalistischen Interpretation des Islams verurteilen. Dabei vermitteln die kurzweiligen, selbstgedrehten Ausschnitte den Eindruck, es finde ein ehrlicher, intimer Austausch zwischen den Nutzer:innen und den Propagandist:innen statt, was eine **neue Form der Ansprache und Bindung** bedeutet. Am Beispiel TikTok zeigt sich, wie geschickte Islamist:innen neue Propagandakanäle erschließen und jugendaffine Webformate in ihre Propaganda integrieren.

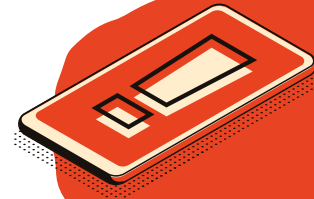


TELEGRAM - WILLKOMMEN IM DARK SOCIAL

Nach WhatsApp gewinnt nun auch Telegram als Messenger-Dienst an Beliebtheit. Für Gruppierungen wie dem IS ist er längst der Messenger der Wahl: Telegram bietet die Möglichkeit, verschlüsselte Nachrichten zu versenden sowie das Einrichten größerer Gruppenchats und sogenannter Kanäle. Letztere sind besonders attraktiv für Akteur:innen, die bereits in anderen sozialen Medien sehr aktiv sind: **Macht's Klick?** hat hier genauso einen eigenen Kanal wie die islamistische „Gefangenenhilfe“ Al Asraa. Anders als bei YouTube oder Instagram findet hier allerdings kein Austausch statt, Kanäle werden nur vom Host des Kanals bespielt und sind eine Einwegstraße der Kommunikation. Das bietet die Möglichkeit, viele Menschen mit **unwidersprochenen und ungefilterten Informationen** zu erreichen.

Telegram bietet ein Gruppen-Limit von 200.000 Mitgliedern, in den Kanälen gibt es dafür sogar kein Limit, und lässt damit weitaus mehr Mitglieder in einer Gruppe zu als z.B. WhatsApp, was der Vernetzung von Gleichgesinnten äußerst dienlich ist.

Da die Aktivitäten bei den Messenger-Diensten weniger direkten Einblick zu lassen, indem sie in privaten Gruppen oder nur durch Einladungen zu sehen sind, spricht man hier auch vom Dark Social. Das heißt konkret, dass der Datenverkehr von Online-Diensten kaum nachvollziehbar ist.



Der Datenschutz bei Telegram wird von Expert:innen als besonders gut eingeschätzt. Dennoch weist Telegram darauf hin, dass es die IP-Adressen und Telefonnummern von Terrorverdächtigen im Falle einer gerichtlichen Anordnung preisgeben würde. Aber der Weg zur Aufdeckung entsprechender Kanäle oder Chatgruppen ist häufig steinig: Ohne den Namen zu kennen, kann man nicht gezielt nach ihnen suchen.

Islamistische Akteur:innen, die auf anderen Plattformen eher gemäßigt auftreten, zeigen sich hier durchaus aggressiver. Außerdem können explizite, gewaltvolle Inhalte geteilt werden, da Telegram **wenig Kontrolle** über seine Kanäle und Chatgruppen hat. Extremistische Ansprache findet hier enthemmter statt als in anderen Messenger-Diensten.

TELEGRAM-KANÄLE WIE
ISSS WATCH BIETEN DIE
MÖGLICHKEIT,
ISLAMISTISCHE INHALTE
ZU MELDEN.

ONLINE-GAMING - EIN NEUER REKRUTIERUNGSKANAL FÜR ISLAMIST:INNEN?

Spätestens seit den Attentaten von Christchurch und Halle, bei denen die Täter ihre Amokläufe live auf der Streamingplattform „Twitch“ übertrugen, wird die Einbindung von Videospieleästhetik in die Propaganda von Extremist:innen kontrovers diskutiert. Innenminister Horst Seehofer sprach nach dem Anschlag in Halle davon, die „Gamerszene“ stärker beobachten zu wollen. Dieses Statement spricht weniger für die potenzielle Gefahr, die von einer vermeintlichen Videospielezene ausgeht, als von der immer noch stark grassierenden Falschannahmen, die den öffentlichen Diskurs um Videospiele und ihr Gefahrenpotenzial dominieren.

Videospiele sind heute keine Randphänomene für Sonderlinge mehr, sie sind ein globales Massenphänomen. Die Symbiose aus Gamingkultur und Netzwelt hat Videospiele zu einem wichtigen Teil der Lebenswirklichkeit von Jugendlichen werden lassen. Für Jugendliche bieten sie eine beliebte Freizeitbeschäftigung, einen sozialen Raum, in dem sie abseits der Schule und dem Zugang von Erwachsenen miteinander kommunizieren oder in Wettkämpfe treten. Extremist:innen versuchen, diese neuen digitalen Räume für sich zu erschließen und sind immer einen Schritt voraus, wenn es darum geht, neue Kommunikationsmedien zu adaptieren und für Mitgliederrekrutierung zu nutzen. Forscher:innen sprechen heute von einer **Gamification** der extremistischen Online-Propaganda, bei der Elemente aus der Gamingkultur in Propagandamedien wie Fotos oder Videos integriert werden, um jugendliche Spieler:innen anzusprechen.

Extremist:innen stoßen auf Gaming Plattformen auf fruchtbaren Nährboden für die Verbreitung ihrer Propaganda. Plattformen wie Steam und Discord oder spielinterne Chaträume sind schwach reguliert. Rassistische, homophobe oder sexistische Aussagen werden selten sanktioniert. Dabei streuen Islamist:innen gezielt antisemitische, ideologische Aussagen und warten eine gewünschte Reaktion bei Spieler:innen ab. Erfolgt diese, werden betroffene Jugendliche über das Spiel kontaktiert und versucht, sie mit Links und Einladungen auf die Propagandaplattformen der Gruppe zu lenken.



ISLAMISTISCHE ONLINE-PROPAGANDA
BEDIENT SICH AN VERTRAUER ÄSTHETIK.

HIP-HOP - EINE ÄHNLICHE GESINNUNG?

Der Islam und Hip-Hop haben ein ambivalentes Verhältnis: Nicht nur der fundamentalistische Islam beurteilt den offen zur Schau gestellten, teilweise provokanten Materialismus im Hip-Hop kritisch. Auch die Bezüge zur Kriminalität im Gangsterrap und der plakative Umgang mit Sexualität in Texten und Videos steht im Gegensatz zur geforderten Pietät im Islam. Gleichzeitig sind viele bekannte Rapper:innen in Deutschland Muslim:innen und bekennen sich offen zu ihrer Religion. Außenstehende fühlen sich durch die gewaltaffinen Texte und den muslimischen Hintergrund der Interpret:innen bedroht. Es existieren Parallelen wie das rigide Verständnis der Rolle der Frau im fundamentalistischen Islam und frauenfeindlichen Texten im Gangsterrap und Hip-Hop. Daraus folgt die Befürchtung, dass diese ein Sprungbrett für Radikalisierung sein könnten und einen Einstieg von Jugendlichen in die islamistische Szene begünstigen. Auch die Biographie von **Denis Cuspert**, der sich als ehemaliger Gangsterrapper radikalisierte und dem IS anschloss, wurde von den Medien breit rezipiert.

Cuspert war auf der Suche nach einer positiven Selbstidentifikation und Anerkennung als mächtiger, maskuliner Mann in der Hip-Hop Szene. Erst als Dschihadist erfuhr er positive Identifikation in einer Gruppe. Andere Radikalisierungsbiographien zeigen auffällige Parallelen. Auf der Suche nach Identität und Anerkennung verlieren sich spätere Extremist:innen oft in der kriminellen Halbwelt, kokettieren mit einem „gefährlichen Image“ oder orientieren sich an Gewalt, bevor sie den Glauben als Ziel ihrer Sinnsuche für sich entdecken.

PLATZ FÜR NOTIZEN

Eine besondere Affinität zwischen Islam und Hip-Hop existiert nicht. Hip-Hop ist Gegenkultur und ein Mittel politischer Meinungsäußerung. Trotz der weltweiten Popularität und der Verbreitung im Mainstream ist Hip-Hop im Kern immer noch ein Mittel des Protests. Hip-Hop-Künstler:innen nutzen dieses Medium, um ihre Botschaften zu transportieren und ihre Erfahrungen als Teil einer Minderheit in Deutschland zu schildern. In ihren Liedern geht es um Diskriminierungserfahrungen und das Leben in sozialen Brennpunkten. Junge Muslim:innen fühlen sich verstanden, ihre Erfahrung mit Diskriminierung und Armut spiegeln sich in den Texten wider.

Islamistische Propaganda findet hier viele Anknüpfungspunkte. Die eigenen Diskriminierungserfahrungen werden in einen größeren Kontext der Unterdrückung von Muslim:innen gesetzt und mit Verschwörungserzählungen verbunden. Durch die allgemeine Popularität von Hip-Hop bei Jugendlichen hoffen viele Extremist:innen auf fruchtbaren Nährboden für die Verbreitung ihres Gedankenguts.



RAPPER:INNEN IN
DEUTSCHLAND UND
ISLAMISTISCHE ONLINE-
PROPAGANDA HABEN OFT
DIE GLEICHE ZIELGRUPPE.

LITERATURHINWEISE:

Amadeu-Antonio-Stiftung: Alternative Wirklichkeiten. Monitoring rechts-alternativer Medienstrategien

Abrufbar: https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2020/01/Monitoring_2020_web.pdf

jugendschutz.net: Bericht „Islamismus im Netz 2019/20“

Abrufbar: https://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Bericht_2019_2020_Islamismus_im_Netz.pdf

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2020

Abrufbar: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf

modus | zad: Die Peripherie des Extremismus auf YouTube | Das Peripheriecluster: Eine digitale islamistisch-salafistische Ummah?

Abrufbar: <https://modus-zad.de/blog/das-peripheriecluster-eine-digitale-islamistisch-salafistische-ummah/>

Schlegel, Linda 2020: Jumanji Extremism? How games and gamification could facilitate radicalization processes. Journal for Deradicalization.

Abrufbar: https://www.researchgate.net/profile/Linda-Schlegel/publication/342515383_Jumanji_Extremism_How_games_and_gamification_could_facilitate_radicalization_processes/links/5ef8f5ff299bf18816ee59aa/Jumanji-Extremism-How-games-and-gamification-could-facilitate-radicalization-processes.pdf

PÄDAGOGISCHE LITERATUREMPFEHLUNG:

Klicksafe und Kompetenzzentrum jugendschutz.net: Salafismus Online

Bestellbar: <https://www.klicksafe.de/materialien/salafismus-online/>

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wegweiser – gemeinsam gegen Islamismus im Vest
Gerd Specht

RE/init e.V.

Recklinghäuser Arbeitsförderungsinitiative
Am Steintor 3
45657 Recklinghausen

Telefon: 02361 3021-0

Telefax: 02361 3021-444

E-Mail: info@wegweiser-vest.de

Stand 08/2021

HOTLINE: 0179 420 61 91
WEB: WWW.WEGWEISER-VEST.DE

RE/init e.V.

A white rectangular card is tilted and placed over a dark blue background. The card features the text 'WEGWEISER' in large blue letters, with a red upward-pointing arrow integrated into the letter 'E'. To the right of 'WEGWEISER' is the text 'GEMEINSAM GEGEN ISLAMISMUS' in red, stacked in three lines. Below this text is a thin red horizontal line, and further down, the words 'IM VEST' are printed in blue. The background behind the card consists of white circuit-like patterns of lines and dots. A thick red vertical bar runs down the left side of the image, and a red shape resembling a torn paper edge is at the bottom.

WEGWEISER GEMEINSAM
GEGEN
ISLAMISMUS

IM VEST