

## Rückzug in die Schatten? Die Verlagerung digitaler Foren zwischen Fringe Communities und "Dark Social" und ihre Implikationen für die Extremismusprävention

Frischlich, Lena; Schatto-Eckrodt, Tim; Völker, Julia; Döring, Maurice

Veröffentlichungsversion / Published Version

Gutachten / expert report

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Frischlich, L., Schatto-Eckrodt, T., Völker, J., & Döring, M. (2022). *Rückzug in die Schatten? Die Verlagerung digitaler Foren zwischen Fringe Communities und "Dark Social" und ihre Implikationen für die Extremismusprävention*. (CoRE-NRW Kurzgutachten, 4). Bonn: Bonn International Centre for Conflict Studies (BICC) gGmbH. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-88143-1>

### Nutzungsbedingungen:

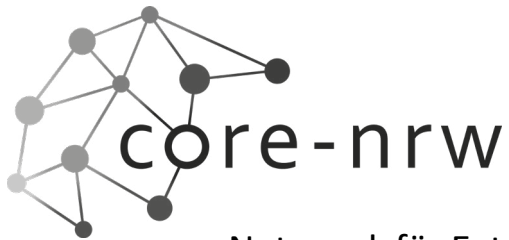
Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.de>

### Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0>



Netzwerk für Extremismusforschung  
in Nordrhein-Westfalen

## RÜCKZUG IN DIE SCHATTEN?

Die Verlagerung digitaler Foren  
zwischen Fringe Communities und „Dark Social“ und  
ihre Implikationen für die Extremismusprävention

Lena Frischlich, Tim Schatto-Eckrodt & Julia Völker

Im Auftrag von

Ministerium für  
Kultur und Wissenschaft  
des Landes Nordrhein-Westfalen



## ZUSAMMENFASSUNG

Extremist:innen greifen zunehmend auf dunkle Soziale Medien zurück. Der Begriff der dunklen sozialen Medien umfasst verschiedene Typen alternativer Sozialer Medien (soziale Kontermedien wie *Gab*, kontextgebundene alternative Soziale Medien wie *Vkontakte*, Fringe Communities wie *4Chan*), ebenso wie verschiedene Typen dunkler Kanäle (ursprünglich private Kanäle wie *Telegram* und Separée-Kanäle wie geschlossene *Facebook-Gruppen*).

Das vorliegende Gutachten beleuchtet die Gelegenheitsstrukturen für Extremismus und Extremismusprävention, die sich durch die Verlagerung hin zu dunklen Sozialen Medien ergeben. Hierfür werden in einem theoretischen Rahmenmodell Einflussfaktoren auf drei Ebenen verknüpft: (1) Regulierung (etwa durch das NetzDG) auf der gesellschaftlichen Makro-Ebene. (2) Verschiedene Genres und Typen (dunkler) sozialer Medien auf der Meso-Ebene einzelner Angebote. (3) Einstellungen, Normen und technische Affordanzen als Motivatoren menschlichen Verhaltens im Sinne der Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen und Fishbein, 1977) auf der Mikro-Ebene. Basierend auf diesem Rahmenmodell werden die Gelegenheitsstrukturen für Extremismus und Extremismusprävention mit Hilfe zweier Studien untersucht: (1) Einer detaillierten Plattformanalyse dunkler und etablierter Sozialer Medien (N = 19 Plattformen). (2) Eine Literaturanalyse (☞ „scoping review“) des Forschungsstandes zu (dunklen) Sozialen Medien im Kontext von Extremismus und Extremismusprävention (N = 142 Texte). Die Ergebnisse der Plattformanalyse ermöglichen nuancierte Einblicke in die Gelegenheitsstrukturen, die sich durch unterschiedliche Typen und Genres (dunkler) Sozialer Medien ergeben. Das Scoping Review bietet einen Überblick über die Entwicklung des Forschungsfeldes und die typischen Untersuchungsmethoden, die eingesetzt werden. Auf der Grundlage der erhobenen Daten werden Forschungsdesiderata und Implikationen für die Extremismusprävention diskutiert.

## INHALT

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Zentrale Konzepte und Definitionen</b>	<b>4</b>
2.1	Extremismus	4
2.2	Soziale Medien	5
2.3	Dunkle Soziale Medien	6
<b>3</b>	<b>Die Verlagerung hin zu dunklen Sozialen Medien</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>Verhalten als Funktion aus Einstellungen, Normen und Handlungsmöglichkeiten</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>Fazit und Fragestellung des Kurzgutachtens</b>	<b>14</b>
<b>6</b>	<b>Plattformanalyse (dunkler) Sozialer Medien</b>	<b>15</b>
6.1	Methodischer Zugang	15
6.2	Ergebnisse der Plattformanalyse	16
6.2.1	Publikationsorientierte Soziale Medien	16
6.2.2	Digitale Plattformen	21
6.2.3	Chat-orientierte Soziale Medien	25
6.3	Zusammenfassung: (Dunkle) Soziale Medien als Gelegenheitsstrukturen	29
6.6	Fazit und Beantwortung der Forschungsfrage 1	29
<b>7</b>	<b>Literaturanalyse</b>	<b>30</b>
7.1	Methodischer Zugang	30
7.2	Ergebnisse	30
7.2.1	Entwicklung des Forschungsfeldes	31
7.2.2	Evidenzbewertung	32
7.2.3	Extremismus in dunklen Sozialen Medien	34
7.3	Fazit und Beantwortung Forschungsfrage 2	35
<b>8</b>	<b>Gesamtdiskussion</b>	<b>36</b>
8.1	Zusammenfassung	36
8.2	Einschränkungen und Ansatzpunkte für zukünftige Studien	38
<b>9</b>	<b>Implikationen für die Extremismusprävention</b>	<b>39</b>
9.1	Zentrale Begriffe und Formen der Extremismusprävention	39
9.2	Extremismusprävention und dunkle Soziale Medien	40
9.2.1	Universelle Prävention	40
9.2.2	Selektive Prävention	41
9.2.3	Indizierte Prävention	42
<b>10</b>	<b>Fazit</b>	<b>44</b>
	<b>Literaturangaben</b>	<b>46</b>
	<b>Anhang</b>	<b>56</b>
	<b>Glossar</b>	<b>58</b>

# Rückzug in die Schatten?

## Die Verlagerung digitaler Foren zwischen alternativen Sozialen Medien, Fringe Communities und „Dark Social“ und ihre Implikationen für die Extremismusprävention

### 1 Einleitung

Digitale Medien sind längst untrennbar mit unserem Alltag verbunden. Im Jahr 2021 nutzen 94 Prozent der Erwachsenen in Deutschland das Internet (Beisch & Koch, 2021). Die Maßnahmen zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie seit dem Jahr 2020, etwa die Einführung von Reise- und Kontaktbeschränkungen, haben die Nutzung digitaler Medien im Vergleich zu den Vorjahren noch einmal stark erhöht (*Digital 2021 Report*, 2021). Vor allem für Jugendliche und junge Erwachsene sind digitale Medien ein selbstverständlicher Teil ihrer Lebenswelt. Die überwiegende Mehrheit der 12 bis 19-Jährigen in Deutschland (95 Prozent) nutzt täglich ein Smartphone (Rathgeb & Schmid, 2020). Soziale Medien sind ein substanzieller Bestandteil dieses digitalen Alltags: Während 59 Prozent der über 14-Jährigen Soziale Medien nutzen, sind es bei den 14 bis 29-Jährigen gar 91 Prozent, die zumindest ab und zu Soziale Medien nutzen (Beisch & Koch, 2021).

Der Siegeszug Sozialer und allgemein digitaler Medien war zunächst mit teilweise utopischen Hoffnungen auf eine inklusivere und demokratischere Gesellschaft verbunden (Shane, 2004). Seit dem zweiten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts dominieren hingegen oftmals dystopische Befürchtungen, etwa wenn ein Kolumnist in der *New York Times* Facebook als „Desaster für die Welt“ bezeichnet (Bouie, 2020).

Klar ist: Soziale Medien bieten neue Gelegenheitsstrukturen für „lichte“, demokratische Teilhabe aber auch für „dunkle Partizipation“, also die böswillige Nutzung digitaler Kommunikationstechnologien (Quandt, 2018), etwa durch Extremist:innen. Dunkle Partizipation kann dabei als normdeviante Kommunikation verstanden werden, etwa wenn Hatespeech gegen Normen des gegenseitigen Respektes verstößt oder Desinformationen gegen Normen der Ehrlichkeit (Frischlich et al., 2019). In einer repräsentativen Befragung (Reinemann et al., 2019) gaben 59 Prozent der Jugendlichen in Deutschland an, bereits mit extremistischen Inhalten in Kontakt gekommen zu sein. Wer häufiger Soziale Medien nutzte, berichtete dabei von häufigeren Kontakten. Auch Studien zu Hasskommentaren (Näsi et al., 2015) bestätigen den Zusammenhang zwischen der Nutzung Sozialer Medien und der Konfrontation mit extremistischen Inhalten. Zunächst einmal ist das wenig verwunderlich, wie Peter Neumann betont:

**„Elektronische Kommunikation ist ein so wichtiger Bestandteil unserer Existenz geworden und hat sie gleichzeitig so dramatisch verändert, dass es ein Wunder wäre, wenn sich die Kommunikationsgewohnheiten von Extremisten nicht ebenfalls geändert hätten“ (Neumann in Baldauf et al., 2018, S. 5).**

Extremist:innen sind zudem oft besonders schnell darin, sich neue Technologien anzueignen. So gab es bereits zu Zeiten des Vorläuferinternets, des **Usenets**, digitale Pinnwände, die Rechtsextremist:innen nutzten, um jüdische Opfer zu markieren (Keats Citron & Norton, 2011). Der selbsterklärte „Islamische Staat“ (*IS* oder *Daesh*) nutzte bereits frühzeitig (teil-) automatisierte Nutzeraccounts, sogenannte **Social Bots**, um seinen scheinbaren Erfolg im Netz künstlich zu erhöhen (Berger & Morgan, 2015).

Aktuell kommt es zu einer Veränderung des Ökosystems Sozialer Medien durch die Zunahme an sogenannten Dunklen Sozialen Medien. Darunter werden (1) „dunkle“ Plattformen (Zeng & Schäfer, 2021), sogenannte *alternative Soziale Medien* und „Fringe Communities“ (zu Deutsch in etwa „Randgemeinschaften“ Zannettou, Caulfield et al., 2018) verstanden. (2) werden auch private (also nicht gut einsehbare) Kanäle als „dunkle soziale Kanäle“ bezeichnet. Hierunter fallen beispielsweise populäre Instant-Messenger oder private Gruppen auf populären Plattformen wie Facebook. In Deutschland nutzen etwa 83 Prozent der über 14-Jährigen mindestens einen solchen Instant Messenger (Beisch & Koch, 2021).

Das vorliegende Gutachten analysiert dunkle Soziale Medien als neue Gelegenheitsstrukturen für Extremismus und Extremismusprävention.<sup>1</sup> Es umfasst drei Teile: Im ersten Teil werden zentrale Konzepte wie Extremismus und (dunkle) Soziale Medien erläutert (Kapitel 2) und die Verlagerung hin zu dunklen Sozialen Medien beschrieben (Kapitel 3). Anschließend wird ausgeführt, wie sich Verhalten als Funktion aus Einstellungen, Verhaltensregeln sowie Handlungsmöglichkeiten beschreiben lässt (Kapitel 4), bevor die Fragestellung des vorliegenden Gutachtens zusammenfassend dargestellt wird (Kapitel 5). Im zweiten Teil werden die Ergebnisse zweier empirischer Studien vorgestellt: (a) einer Plattformanalyse von „Mainstream“ und dunklen Sozialen Medien verschiedener Genres (Kapitel 6) sowie (b) einer Literaturanalyse (Kapitel 7) der Forschung zu dunklen Sozialen Medien im Kontext von Extremismus. Im abschließenden Teil werden aufbauend auf einer Zusammenfassung der Befunde und der Ableitung von Forschungsdesiderata (Kapitel 8) Implikationen für die Extremismusprävention (Kapitel 9) aufgezeigt.

## 2 Zentrale Konzepte und Definitionen

### 2.1 Extremismus

Der Begriff *Extremismus* ist umstritten. Hier verstehen wir darunter das Zusammentreffen von radikalen Ideologien und Gewaltakzeptanz. Radikale Ideologien sind Weltanschauungen, die im weitesten Sinne politisch oder religiös motiviert sind, sich absolutistisch im Sinne einer einzig „wahren“ Interpretation gesellschaftlicher Zustände begreifen und die radikale und umfassende Veränderung gesellschaftlicher Zustände anstreben. Wenn diese radikalen Ideologien durch die Akzeptanz von Gewalt zur Umsetzung dieser Veränderungen begleitet werden, kann von Extremismus gesprochen werden (Frischlich et al., 2017; Kemmesies, 2006). Die Frage, was als „extremistisch“ zu verstehen ist, ist dabei hochgradig sozial konstruiert: Elemente radikaler Ideologien finden sich auch in der breiten „Mitte“ der Gesellschaft (Decker et al., 2020). Manche Autor:innen sprechen sich daher ganz gegen den Extremismusbegriff aus (z.B. Teune, 2018). Wir verwenden den Begriff hier dennoch, da die Kombination aus absolutistischen Ideologien und Gewaltakzeptanz gegen den minimalen Konsens pluralistisch-liberaler Demokratien verstößt: Die Akzeptanz der Gleichwertigkeit aller Menschen (Nussbaum, 2011).

Extremist:innen nutzen Soziale Medien auf vielfältige Art und Weise (Rieger et al., 2020): Etwa, um ihre Eigengruppe zu motivieren, für Planung und Koordination, zur Rekrutierung neuer Anhänger:innen oder auch zu Angriffen auf „den Feind“, z. B. durch die Veröffentlichung persönlicher Daten (sog. Doxxing) oder die Verbreitung von Hass und Verschwörungstheorien<sup>2</sup>. Zwar ist nur ein Teil der Hasskommentare im Netz ideologisch motiviert (Erjavec & Kovačič, 2012) und nicht jede Verschwörungstheorie ist problematisch (Baden & Sharon, 2021). Gleichzeitig treten Verschwörungstheorien (Rottweiler & Gill, 2020) und Hatespeech (Costello et al., 2020; Johnson et al., 2019) jedoch häufig im Zusammenhang mit Extremismus auf und werden daher hier als grober Indikator der extremistischen Nutzung Sozialer Medien herangezogen.

1 Wir bedanken uns bei Henrieke Kotthoff und Jule Rieder für ihre tatkräftige Unterstützung bei der Durchführung der Analysen. Zudem gilt unser Dank allen Expert:innen, die uns bei der Vorbereitung des Gutachtens mit Hintergrundgesprächen unterstützt haben, vor allem vor allem Cornelius Strobel (Bundeszentrale für Politische Bildung), Bernd Zywiets und Ipsen Flemming (Jugendschutz.net) sowie Jan Rathje (Center für Monitoring, Analyse und Strategie (CEMAS)).

2 Manche Autor:innen sprechen sich gegen die Bezeichnung Verschwörungstheorien aus, da diese wissenschaftlichen Erwartungen an Theorien nicht entsprechen. Stattdessen wird etwa der Begriff Verschwörungsmymen oder -Erzählungen verwendet (u. a. Nocun & Lamberty, 2020). Wir verwenden hier dennoch den Begriff der Verschwörungstheorien, da (1) keine detaillierte Auseinandersetzung mit den konkreten Inhalten erfolgt, das Ausmaß an „erzählerischer“ oder „mythologischer“ Qualität also nicht bestimmt wird, und (2) der Begriff international etabliert und anschlussfähig ist.

## 2.2 Soziale Medien

Soziale Medien sind sehr vielfältig und lassen sich nur schwer bestimmten „Genres“ zuordnen, auch weil sich ihre Funktionen und Genres rasch verändern (Taddicken & Schmidt, 2017).

### KASTEN 1

**Der Begriff Soziale Medien ist ein Oberbegriff für verschiedene Angebote, die (a) auf digital vernetzten Technologien basieren; (b) ihren Nutzer:innen ermöglichen, ein Profil innerhalb des Systems zu erstellen beziehungsweise Informationen in ihm zugänglich zu machen sowie (c) mit anderen Profilen oder Informationsgeber:innen zu interagieren und dadurch soziale Beziehungen zu knüpfen oder zu pflegen (Taddicken & Schmidt, 2017).**

Auch das Verhalten der Nutzenden selbst kann auf Soziale Medien rückwirken. Beispielsweise wurde eine der bekanntesten Funktionen der Microblogging-Plattform Twitter, der Hashtag (#), nicht von Twitter selbst entwickelt, sondern durch die Nutzer:innen, die sich so eine Möglichkeit schaffen wollten, Posts bestimmten Themen zuzuordnen. Dieses Verhalten, also das Nutzen eines Nummernzeichens zum Verschlagworten von Themen, wurde 2009, zwei Jahre nachdem die Nutzer:innen der Plattform damit begonnen hatten, von Twitter offiziell als Funktion übernommen (Bernard, 2019).

### KASTEN 2

**Aufbauend auf Taddicken und Schmidt (2017) behandeln wir im Folgenden drei Hauptgenres Sozialer Medien (für detaillierte Beispiele s. Anhang), wobei die Grenzen zwischen diesen teilweise fließend sein können: (1) publikationsorientierte Soziale Medien, (2) digitale Plattformen und (3) Chat-basierte Soziale Medien.**

Weitere Soziale Medien wie etwa *berufliche Netzwerkseiten* (z. B. LinkedIn, Xing, ResearchGate), *Wikis* und *Dating-Plattformen* (z. B. Bumblebee, Tinder) werden hier nicht näher beleuchtet, da diese seltener im Fokus der Extremismusforschung stehen. Vereinzelt Angebote für ultra-konservative US-Amerikaner:innen wie etwa die Wiki-Alternative *conservapedia*<sup>3</sup> oder die Datingseite „*patrio*“, welche damit wirbt, konservative US-Amerikaner:innen zusammenzubringen, damit diese ihre Werte an zukünftige Generationen weitergeben können (Stand: 29.08.2021), zeigen jedoch, dass auch bei diesen bislang wenig beleuchteten Sozialen Medien ideologisch motivierte Angebote existieren, die zukünftiger Forschung bedürfen. Gleiches gilt für *Bewertungsplattformen* (z. B. *Yelp*) die zwar im Kontext von ideologisch motivierten Rufmord-Kampagnen eingesetzt werden (etwa gegen Ärzt:innen, die die COVID-19-Impfung empfehlen, s. Deutsches Ärzteblatt, 2021) in der Extremismusforschung bislang aber kaum thematisiert werden.

Bei **publikationsorientierten Sozialen Medien** wie etwa *YouTube* steht das Veröffentlichen von Inhalten und die Reaktion auf die Inhalte anderer im Vordergrund. Während bei traditionellen Publikationsorganen wie Zeitungen oder Fernsehen Editor:innen oder Redakteur:innen als Tor- oder Schleusenwächter:innen (englisch *Gatekeeper*) über den Zutritt zur Öffentlichkeit wachen (für Überblicksarbeiten, s. Engelmann, 2016; Shoemaker & Vos, 2009), ermöglichen es publikationsorientierte Soziale Medien quasi jeder bzw. jedem, eigene Inhalte zu veröffentlichen. Die Inhalte sind oft ohne zusätzliche Anmeldung konsumierbar. Taddicken und Schmidt (2017) unterteilen publikationsorientierte Soziale Medien weiter in (a) *Blogs*; (b) *Microblogging-Dienste* (z. B. Twitter), und (c) *nicht-textbasierte Formate*. Ergänzend fassen wir darunter (d) auch Soziale Medien, die auf die Publikation bestimmter Medienformate ausgerichtet sind (*formatorientierte Publikationsplattformen*), etwa die Videoplattform YouTube oder die Bilderplattform Instagram, sowie (e) *Live-streaming-Plattformen* wie die Gaming-Plattform *Twitch*.

3 <https://conservapedia.com/Wikipedia>, 29.08.2021

Der Begriff der **digitalen Plattform** beschreibt technische Infrastrukturen bei denen Vernetzung und Kommunikation im Vordergrund stehen (Taddicken & Schmidt, 2017). Ein bekanntes Beispiel ist *Facebook*. Digitale Plattformen können verschiedene Funktionen verbinden, etwa interne Suchfunktionen, das Hochladen verschiedener Inhalte, die Diskussion dieser Inhalte oder auch private Chats. Wir betrachten im Rahmen dieses Gutachtens vor allem die Unterformen (a) *soziale Netzwerkseiten* (z. B. Facebook) und (b) *digitale Diskussionsplattformen* (z. B. *Reddit*). Bei den digitalen Plattformen geht nicht so sehr um die Veröffentlichung von Inhalten und die Reaktion auf diese Inhalte, stattdessen steht der Austausch im Netzwerk im Vordergrund, grade Soziale Netzwerkseiten bieten aber auch publikationsorientierte Funktionen (etwa Facebook-Seiten großer Zeitungen) genauso wie private Chats. Bei den Diskussionsplattformen hingegen steht ein eher egalitärer Austausch im Vordergrund: Hier kann jede:r mit jeder bzw. jedem ins Gespräch kommen.

Bei **Chat-basierten Sozialen Medien** steht traditionell die Kommunikation zwischen oft einzelnen oder zumindest eher wenigen, bekannten Nutzer:innen im Vordergrund. Taddicken und Schmidt (2017) unterscheiden hierbei zwischen *Instant-Messaging Systemen* (etwa WhatsApp) und *videobasierten Systemen* (z. B. Zoom, Skype). Da Videochatfunktionen inzwischen jedoch auch bei den Instant-Messengern enthalten sind, werden diese hier nicht gesondert betrachtet. Stattdessen werden im Folgenden *Chatmessenger* wie Snapchat oder Discord, die sich vor allem bei Jugendlichen großer Beliebtheit erfreuen, berücksichtigt.

### 2.3 Dunkle Soziale Medien

Der Begriff der dunklen Sozialen Medien ist bislang unzureichend definiert. Im Rahmen dieses Gutachtens fassen wir darunter *alternative Soziale Medien* und *dunkle Kanäle*.

#### KASTEN 3:

**Wir verstehen alternative Soziale Medien als diejenigen digitalen Angebote, die sich selbst als „Korrektiv“ des vorherrschenden „Mainstream“-Angebots in einem bestimmten soziokulturellen Kontext verstehen und die denjenigen Akteur:innen oder Positionen eine Plattform bieten, die sich im „Mainstream“ als unzureichend vertreten oder ausgegrenzt erleben.**

Alternative Soziale Medien stellen das Plattform-Gegenstück zu alternativen Nachrichtenmedien dar, die sich in ähnlicher Weise als Korrektiv etablierter Nachrichtenmedien positionieren (Holt et al., 2019). Was als „alternatives“ oder „Mainstream“ Soziales Medium erlebt wird, ist kontextabhängig und kann sich im Laufe der Zeit verändern. Je nach ihrer jeweiligen Beziehung zu den „Mainstream“ Sozialen Medien in einem bestimmten Kontext lassen sich mindestens drei Subtypen Alternativer Sozialer Medien unterscheiden:

1. *Soziale Kontermedien*. Diese orientieren sich im Hinblick auf Design und Funktionalität an bekannten Sozialen Medien. So lehnt sich der Microblogging Dienst Gab etwa stark an Twitter an. Soziale Kontermedien positionieren sie sich als „sicheren Hafen“ für Inhalte und Personen, die in den „Mainstream“ Sozialen Medien als missachtet oder verfolgt dargestellt werden. Sie sind eine selbsterklärte Bastion „der Meinungsfreiheit“ auf der vergleichsweise viele deviante, illegale und extremistische Inhalte zugelassen werden (ähnlich dem Konzept der Dark Platforms bei Zeng & Schäfer, 2021).
2. Auch *Kontextgebundene alternative Soziale Medien* ähneln in Design und Funktionalität den bekannten Sozialen Medien. Sie positionieren sich aber nicht als „sicherer Hafen“ für deviante Positionen, sondern adressieren – ähnlich wie die hierzulande weit verbreiteten „Platzhirsche“ – die gesamte Bevölkerung. Als Alternative werden kontextgebundene Soziale Medien vor allem durch ihre Orientierung an bestimmten, oft nicht US-basierten, Ursprungskontexten erlebt, etwa *Vkontakte* im russischen oder *TikTok* ursprünglich im chinesischen (Rechts-)raum. In ihren jeweiligen Heimatregionen sind diese Sozialen Medien oft „der Mainstream“, wohingegen die US-Plattformen als „Alternativen“ fungieren.

3. Bei *Fringe-Communities* geht es nicht darum, „Mainstream“ Soziale Medien funktionell oder im Design zu imitieren. Stattdessen werden bestimmte digitale Subkulturen angesprochen (Phillips, 2012). Fringe-Communities sind bekannt für die Tolerierung von Inhalten und Akteur:innen, die auf anderen Plattformen keinen Platz finden, etwa weil sie explizit sexuell oder gewaltbefürwortend sind. Auch sind die Kommunikationslogiken für Außenstehende oft erst einmal schwer nachvollziehbar. Besonders bekannt ist das Imageboard *4Chan*, das zu den ältesten Sozialen Medien gehört.

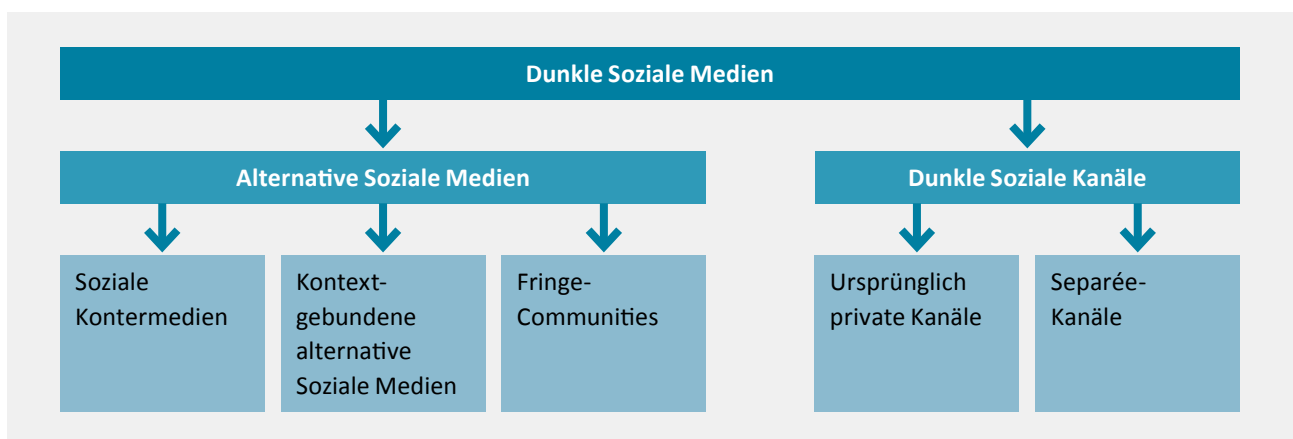
**KASTEN 4:**

**Dunkle Soziale Kanäle (Madrigal, 2012) bezeichnet Kommunikationskanäle, die der privaten Kommunikation dienen – etwa Messenger oder geschlossene Gruppenchats. Dunkle Kanäle treten nicht als Alternative zu „Mainstream“ Sozialen Medien auf, sondern als Alternative zur face-to-face oder postalischen Kommunikation.**

Zwei Formen dunkler Sozialer Kanäle lassen sich unterscheiden: (1) *ursprünglich private Kanäle*, etwa Instant-Messenger oder Chats, die primär der privaten Kommunikation dienen, auch wenn teilweise öffentliche Kanäle auf der Plattform angeboten werden (etwa Telegramgruppen mit Tausenden von Mitgliedern). (2) *Separée-Kanäle*, die in anderen Sozialen Medien angesiedelt sind (etwa geschlossene Facebook-Gruppen). Da sich die Funktionen beider Typen gleichen, konzentrieren wir uns im Rahmen des Gutachtens vor allem auf ursprünglich private Kanäle.

Zusammengefasst lassen sich *dunkle* Soziale Medien dadurch charakterisieren, dass sie sich entweder (1) im Hinblick auf die Etablierung spezifischer Kommunikationsnormen oder (2) durch die ursprüngliche Privatheit der Inhalte von „Mainstream“ Sozialen Medien abgrenzen. Entsprechend lassen sich dunkle Soziale Medien in (1) *Alternative Soziale Medien* (mit den Subtypen Sozialer Kontermedien, Kontextgebundener alternativer Sozialer Medien und Fringe Communities) sowie (2) *dunkle Soziale Kanäle* (mit den Subtypen ursprünglich privater und Separée-Kanäle) unterteilen (s. Abbildung 1).

Abbildung 1: Aufschlüsselung dunkler Sozialer Medien.





### 3 Die Verlagerung hin zu dunklen Sozialen Medien

Extremistische Inhalte sind auf allen großen Sozialen Medien zu finden sind, egal ob auf *Instagram* (Frischlich, 2021), *YouTube* (Ribeiro et al., 2020; Schmitt et al., 2018; Tufekci, 2018), *Facebook* (Bouko et al., 2021), *TikTok* (O'Connor, 2021) oder *Twitter* (Benigni et al., 2017; Berger, 2016). Da es keinen unabhängigen Zugang zu den Daten Sozialer Medien gibt (Bruns, 2019), ist der relative Anteil auf den einzelnen Plattformen jedoch schwer zu bestimmen. Klar ist aber, dass der Druck auf die großen Plattformbetreibenden in den letzten Jahren stark gewachsen ist, etwa durch das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG).

#### KASTEN 5:

**Das NetzDG trat am 01.10.2017 in Kraft. Es verpflichtet Plattformbetreibende u. a. dazu, offensichtlich rechtswidrige Inhalte (etwa Volksverhetzungen, Beleidigungen, Bedrohungen) innerhalb von 24 Stunden, nachdem sie gemeldet worden sind, zu löschen oder zu sperren (NetzDG, 2017). Bei nicht eindeutig strafrechtlich relevanten Inhalten gilt eine Frist von sieben Tagen zur Bearbeitung. Verstöße werden als Ordnungswidrigkeiten mit einem Bußgeld von bis zu fünf Millionen Euro sanktioniert. In sogenannten „Transparenz-Berichten“<sup>4</sup> müssen die Plattformen zudem regelmäßig ihre Bemühungen dokumentieren. Seit Juni 2021 ist eine Novellierung des NetzDG in Kraft (s. auch „Gesetz zur Bekämpfung des Rechtsextremismus und der Hasskriminalität“, 2021, S. 442).**

Der Nutzen der Transparenzberichte wird allerdings kritisch gesehen (Papaevangelou, 2021), unter anderem, weil keine unabhängige Überprüfung der Angaben stattfindet und die Kriterien für die Löschung von Inhalten oder Sperrung von Accounts oft intransparent bleiben. Auch wird über die Kriterien zur Löschung durch die Betreibenden selbst entschieden. Die zuständigen Stellen sind weder demokratisch legitimiert, noch findet eine öffentliche Debatte über die Kriterien zur Löschung im Vorfeld statt.

Seit der Novellierung müssen unter anderem besonders schwere Straftaten auch an das Bundeskriminalamt gemeldet werden, damit im Zweifelsfall auch der Staatsschutz tätig werden kann. Dazu sollen die Plattformbetreibenden die digitalen Adressen der Nutzungsgeräte (sogenannte ➔ **IP-Adresse**), die auffällig geworden sind, weiterleiten (Rudl, 2021).

Das NetzDG war seit seiner Einführung an von intensiven Debatten und Kritik begleitet. Zum einen, da das Gesetz nur Netzwerke betrifft, die in Deutschland über zwei Millionen registrierte Nutzer:innen haben. Dunkle Kanäle wie E-Mail- und Messenger-Dienste sind ebenso vom Geltungsbereich ausgeschlossen wie berufliche Plattformen und Online-Spiele (NetzDG, 2017). Da alternative Soziale Medien oft eine weit geringere Reichweite als zwei Millionen Nutzer:innen haben, können sie dem NetzDG also gut ausweichen (Laufer, 2021). Zum anderen wurde das NetzDG beanstandet, weil es die Verantwortung für die Durchsetzung von rechtlichen Maßstäben Grundrechte wie Meinungs- und Informationsfreiheit oder den Schutz der Privatsphäre in die Hände von (meist) US-Konzernen legt. Unter anderem wurde vor der Gefahr gewarnt, dass Plattformen das Spektrum des Sagbaren vorsorglich einschränken könnten, um hohen Strafzahlungen zu entgehen (sog. *Overblocking*, u. a. Mihr, 2018). Eine stichprobenartige Untersuchung im März 2020 ergab bislang allerdings keinen Hinweis auf ein solches *Overblocking* pseudo-religiöser oder rechtsextremistischer Inhalte in Deutschland (Ritzman et al., 2020, S. 1). Auch eine Evaluation des NetzDG kam zu dem Schluß, dass die Behauptung der Plattformbetreiber, 99 Prozent der illegalen Inhalte zu löschen, nicht unbedingt als glaubhaft eingestuft werden könne (Eifert, 2020, S. 54). Gleichzeitig dient das NetzDG autoritären Regierungen als Vorbild, um gegen missliebige Kritiker:innen vorzugehen, wie der Medienrechtsprofessor Wolfgang Schulz in einem Interview erläuterte (Markert, 2020).

4 Für eine Übersicht, s. <https://www.newamerica.org/oti/reports/transparency-report-tracking-tool/>

Neben dem Löschen einzelner Inhalte im Rahmen des NetzDG können Plattformbetreibende auch ganze Accounts (dauerhaft) sperren. Dieser Vorgang wird als *Deplatforming* bezeichnet (Jhaver et al., 2021, S. 1). Beispielsweise gingen Facebook und Twitter im Jahr 2020 massiv gegen Accounts der verschwörungsgläubigen und als extremistisch eingestuften QAnon-Bewegung vor (Al-Youssef, 2021; Reuter, 2020). Die Verantwortung für die Sperrung der Accounts verbleibt erneut bei den Plattformbetreibenden. So wurde die Liste der „gefährlichen Individuen und Gruppen“, die Facebook gesperrt hat, erst im Rahmen eines Leaks öffentlich einsehbar (Biddle, 2021). Entsprechend kritisch wird Deplatforming im Spannungsfeld von Meinungsfreiheit und dem Missbrauch digitaler Öffentlichkeiten diskutiert (Greer, 2020). Besonders der Fall des ehemaligen US-Präsidenten Donald Trump, der im Nachklang des versuchten Sturms seiner Anhänger:innen auf das US-Capitol am 6. Januar 2021 von reichweitenstarken Sozialen Medien gesperrt worden war, löste weltweit kontroverse Diskussionen aus. Zwar bestätigte Facebooks [Oversight Board](#) das Deplatforming, allerdings zweifelte es die dauerhafte Sperrung an und drang auf Nachbesserung im Hinblick auf die Transparenz der Entscheidungskriterien seitens Facebook (Oversight Board, 2021). Seit September 2021 versucht der amtierende brasilianische Präsident Jair Bolsonaro per Dekret Plattformbetreibende ganz an der „ungerechtfertigten Löschung von Konten, Profilen und Inhalten“ (für einen Medienbericht, s. Spiegel, 2021) zu hindern. Auch wenn beide prominente Fälle populistische Politiker und keine Terroristen betreffen, so zeigen sie doch, wie das Deplatforming zum Gegenstand erbitterter Auseinandersetzung wird (Clayton, 2020).

Auch die Wirkung des Deplatformings wird ambivalent bewertet (Rogers, 2020, S. 215). Einerseits kann es zu einem bedeutsamen Verlust an digitaler Gefolgschaft (Follower:innen) führen, wie Studien zu bekannten Größen der ultrarechten „Alt-Right“-Bewegung in den USA zeigen (Jhaver et al., 2021; Rogers, 2020; Wong, 2018). Auch Studien zu islamistischen Extremist:innen (Conway et al., 2019) bestätigen diesen Effekt. Selbst wenn gesperrte Nutzer:innen oft unter neuem Namen wiederkommen, dauert es, bis die ursprünglichen Follower:innen zurück gewonnen werden (Stern & Berger, 2016). Da Inhalte durch Teilen und Reposten für mehr Menschen sichtbar gemacht werden, führt ein Einbruch der Follower:innenzahl dazu, dass die Reichweite extremistischer Akteur:innen deutlich schrumpft. Besonders dann, wenn sehr isolierte Communities betroffen sind, die sich nur auf einer Plattform austauschen und keine weiteren Kommunikationskanäle haben, auf die sie ausweichen können, wirkt Deplatforming (Chandrasekharan et al., 2017).

Gleichwohl können sich die Betroffenen die Aufmerksamkeit zunutze machen und sich als Opfer einer digitalen „Hexenjagd“ inszenieren. Zudem stehen den meisten Mediennutzenden eben nicht nur einzelne Plattformen zur Verfügung. Stattdessen verlagern die gesperrten Akteur:innen ihre Aktivitäten häufig auf dunkle Soziale Medien (Baele et al., 2020). Das gelingt besonders gut, wenn die Sperre im Vorfeld angekündigt wird (Rogers, 2020) und die *Anschlusskommunikation* gelingt. Basierend auf Arbeiten aus der Systemtheorie (Jahnke, 2006) kann man davon ausgehen, dass Anschlusskommunikation besonders dann gut gelingt und das Deplatforming besonders wenig hilfreich ist, wenn es (1) vorher viele aktive Akteur:innen gab, (2) sehr viele alternative Soziale Medien zur Verfügung stehen, über die der weitere Austausch stattfinden kann, und (3) es sich „lohnt“ dabei zu bleiben, etwa weil finanzielle oder soziale Belohnungen erhalten bleiben, wenn etwa die gesamte Community „mit umzieht“. (4) Der Umzug fällt zudem leichter, wenn etwa Videos per Knopfdruck z. B. auch bei Telegram geteilt werden können (sog. Interoperabilität).

Allgemein gesprochen kann man sich das folgendermaßen vorstellen: Wenn auf einer Plattform A bestimmte Nutzer:innen gesperrt werden, einige davon aber auch Plattform B nutzen, dann ist es wahrscheinlich, dass zumindest ein Teil gemeinsam zu Plattform B umzieht und vielleicht über weitere Kanäle (persönliche Bekanntschaft, Chats etc.) auch bisherige Nichtnutzer:innen von Plattform A zu einem „Umzug“ motiviert werden. Auf Plattform B wird das Verhalten, das durch Plattform A sanktioniert worden ist, nicht eingeschränkt. Das lässt vermuten, dass hier auch weitere Nutzer:innen mit ähnlichen und vielleicht sogar extremeren Einstellungen toleriert werden. Dadurch kann es bei denjenigen, die dem gesperrten Account folgen, zum Kontakt mit (noch) extremeren Inhalten kommen, etwa auch mit Nutzer:innen einer noch extremeren Plattform C (s. Abbildung 2). In dunklen Sozialen Medien (im oben genannten Beispiel etwa Plattform B und C) besteht das Risiko, dass man nur noch von Gleichgesinnten umgeben ist. Eine solche homogene Umgebung kann dann dazu führen, dass die Mitglieder die Zustimmung für die eigene Weltanschauung überschätzen (Wojcieszak, 2008). Möglicherweise wird dann diese Einstellung als weniger radikal wahrgenommen, weil ja viele scheinbar ähnlich denken.

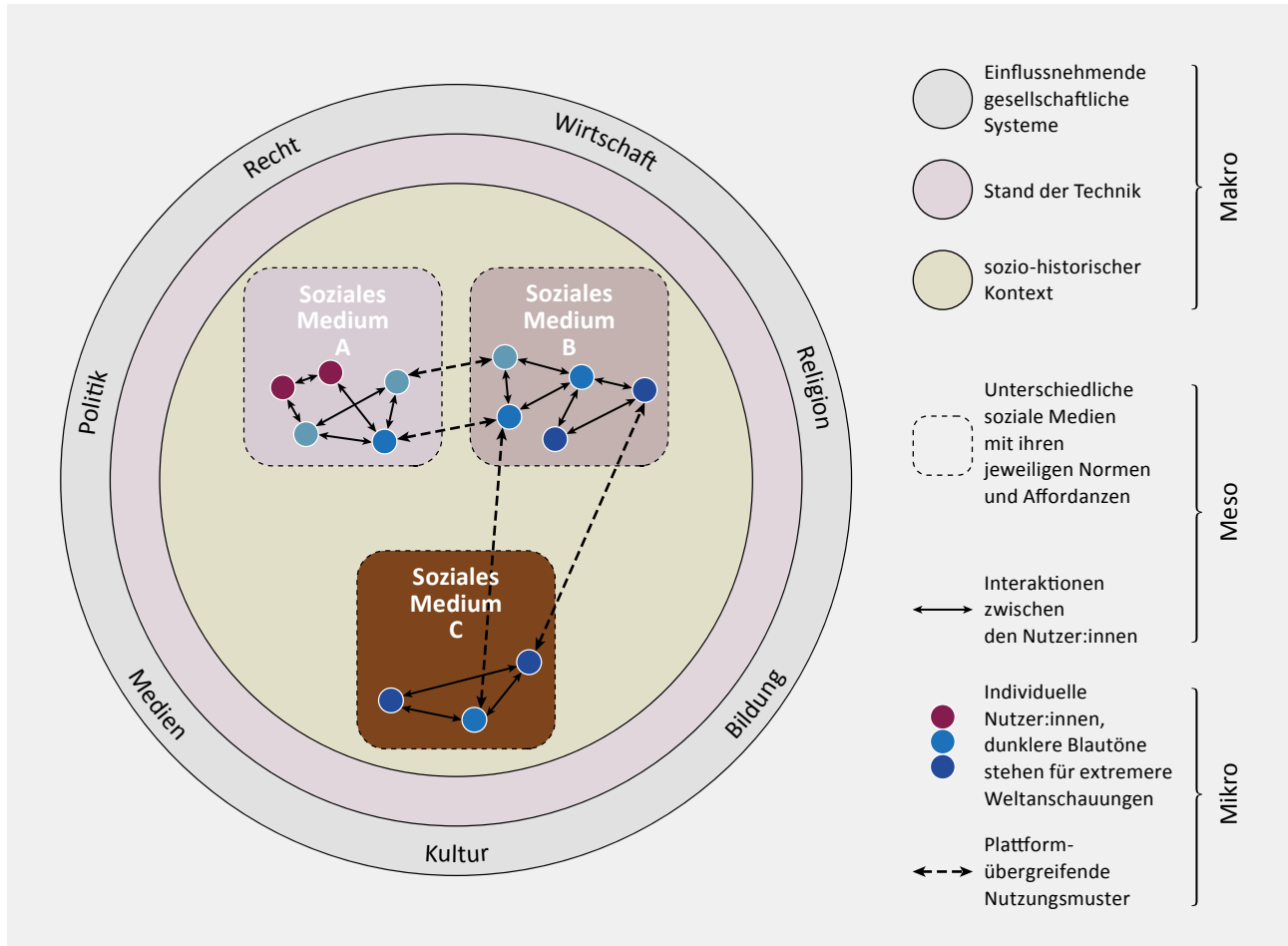
**KASTEN 6:**

**Das Aufblühen dunkler Sozialer Medien ist damit einerseits ein Zeichen für den Erfolg von Regulationsbemühungen und dem Löschen von Inhalten oder dem Deplatforming von Akteur:innen, andererseits entstehen neue dort „Gelegenheitsstrukturen“ für Extremist:innen.**

Gelegenheitsstrukturen beschreiben das Zusammenspiel von begünstigenden und hemmenden Faktoren für bestimmte Entwicklungen, Personen oder Verhaltensweisen (vgl. z. B. Tarrow, 1988). Auch Soziale Medien können solche Gelegenheitsstrukturen darstellen (Engesser et al. 2017).

Das Aufblühen dunkler Sozialer Medien lässt sich auf verschiedenen Ebenen betrachten: (1) Auf der *Makroebene* des historischen und soziopolitischen Kontextes beeinflussen politische Gegebenheiten, rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen, aber auch Aspekte wie Religion, Bildung, Kultur und Mediensystem das Umfeld, in dem dunkle Soziale Medien gedeihen oder eingehen. (2) Der *Stand der Technik* beeinflusst, welche Angebote überhaupt möglich sind: Wo kein Handy-Netz ist, können z. B. keine Live-Bilder gestreamt werden. Spezifische (dunkle) Soziale Medien können zudem (3) als komplexe Systeme verstanden werden, in denen verschiedene Nutzer:innen miteinander interagieren und in denen sich bestimmte Nutzungsmuster etablieren. Das Verhalten der einzelnen Nutzer:innen (4) wird dann nicht nur durch ihre persönlichen Einstellungen, sondern auch durch das Verhalten der anderen Nutzer:innen und die Handlungsmöglichkeiten auf der jeweiligen Plattform geprägt. Abbildung 2 fasst diese Überlegungen in einem integrierten Rahmenmodell zusammen. Im nächsten Schritt werden dann Faktoren, die das Verhalten der Nutzenden auf den jeweiligen Plattformen beeinflussen, näher beleuchtet.

**Abbildung 2: Integriertes Rahmenmodell digitaler Gelegenheitsstrukturen.**



## 4 Verhalten als Funktion aus Einstellungen, Normen und Handlungsmöglichkeiten

Um zu verstehen, wie die Nutzung bestimmter (dunkler) Sozialer Medien das Verhalten der Nutzer:innen beeinflussen könnte, hilft ein Ausflug in die psychologische Grundlagenforschung und die *Theorie des geplanten Verhaltens* (für einen Überblick, s. Ajzen, 1991).

### KASTEN 7:

**Die Theorie des geplanten Verhaltens nimmt an, dass Verhalten aus drei Quellen gespeist wird: (1) wie man sich verhalten *will*, also den eigenen verhaltensbezogenen Einstellungen; (2) wie man sich verhalten *soll*, den subjektiven *Normen* im jeweiligen Kontext und (3) wie man sich verhalten *kann*, also der wahrgenommenen Kontrolle über das eigene Verhalten, den *Handlungsmöglichkeiten*. Alle drei zusammen beeinflussen die Verhaltensintentionen in einem konkreten Moment.**

Ob das Verhalten dann auch ausgeführt wird, hängt zusätzlich noch von den Handlungsmöglichkeiten ab - wenn etwa jemand einen Hasskommentar über den persönlichen Account teilen will, es aber keinen Button gibt, mit dem die Person das tun kann (Bsp. Instagram), wird sie ihre Intention nicht (oder zumindest nicht direkt) umsetzen können.

**Einstellungen** beeinflussen bereits, welche Medien überhaupt genutzt werden. Wir leben längst in einer Welt, die durch vielfältige Auswahlmöglichkeiten gekennzeichnet ist („high-choice“ Mediensystem, Van Aelst et al., 2017). Auch die Auswahl an unterschiedlichen Sozialen Medien ist groß. Menschen nutzen Medien allgemein, weil sie sich dadurch bestimmte Vorteile, sogenannte Gratifikationen, versprechen (*Uses and Gratifications Theory*, Katz et al., 1973). Wer sich in einer bestimmten digitalen Umgebung in bester Gesellschaft glaubt, wird diese eher nutzen als jemand, der sich dort als isoliert empfindet; wer bestimmte Inhalte für unterhaltsam hält, greift eher darauf zurück als jemand, der sich langweilt oder abgestoßen fühlt. Oft bevorzugen Menschen dabei Inhalte und Umgebungen, in denen sie sich in ihrer Weltanschauung bestätigt fühlen (*Selective exposure*, u. a. Fischer & Greitemeyer, 2010; Stroud, 2010, 2011). So konsumieren beispielsweise konservative Republikaner:innen in den USA den ultra-konservativen und einwanderungskritischen TV-Sender Fox News eher als ihre liberaleren Mitbürger:innen. Ehemalige Rechtsextremist:innen berichten, dass journalistische Berichte zwar aufgegriffen würden, wenn sie die Bewegung in einem guten Licht dastehen ließen, als letzte Wahrheit gälten aber nur die scene-internen Quellen (Neumann & Baugut, 2017). Es steht also zu vermuten, dass vor allem Soziale Kontermedien, die sich als „sicherer Hafen“ für bestimmte Ideologien positionieren und Fringe Communities, die gezielt bestimmte Subkulturen ansprechen, auch eher von denjenigen genutzt werden, die sich durch eine solche Selbstdarstellung bestimmter dunkler Sozialer Medien angesprochen fühlen.

Ob ein bestimmtes Verhalten ausgeübt wird, hängt neben den Einstellungen auch von den wahrgenommenen Verhaltensregeln, den subjektiven **Normen**, in der jeweiligen Situation ab. Zwei Formen von Normen können dabei unterschieden werden: (1) Normen, die beschreiben, wie man sich prinzipiell verhalten sollte, etwa welche Gesetze gelten oder was als „moralisch richtiges“ Verhalten in einem bestimmten Kontext gilt (sogenannte *injunktive Normen*); (2) Normen, die sich aus der Beobachtung des Verhaltens relevanter anderer Personen ergeben, also wie man sich tatsächlich in der Situation verhält (*deskriptive Normen*). Deskriptive Normen beeinflussen das Verhalten besonders stark (Manning, 2009). Bei Sozialen Medien können injunktive Normen zum einen aus den geltenden gesetzlichen Rahmenbedingungen (etwa dem NetzDG) abgeleitet werden, zum anderen formulieren die Betreibenden ihre „Hausordnung“ oft in Form einer sogenannten *Netiquette* oder sprechen den Umgang mit Normverletzungen in ihren Antworten auf häufige Fragen (FAQs, Frequently Asked Questions) beziehungsweise ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) an. Deskriptive Normen ergeben sich dann aus der Beobachtung des Verhaltens der anderen Nutzenden.

**KASTEN 8:**

**Je nach Situation rücken unterschiedliche Normen in den Fokus (Cialdini et al., 1990). Anonyme Online-Kontexte, wie sie in bestimmten Sozialen Medien zu finden sind, beeinflussen, welche Normen im Fokus stehen. Wenn persönliche Eigenschaften wie etwa das eigene Aussehen oder der Klarname nicht erkennbar sind, treten persönliche Normen in den Hintergrund, es kommt zu einer „Deindividualisierung“, in deren Folge sich das Verhalten besonders stark an den deskriptiven Normen im jeweiligen Kontext ausrichtet (Social-Identity Deindividuation Effects (SIDE) Model, s. Postmes et al., 1998, 2001).**

Das zeigt sich auch im Netz: Werden Hassbeiträge stehengelassen, können sich „Hassnormen“ etablieren (Bilewicz & Soral, 2020). Personen, die Hassbeiträge lesen, kommentieren anschließend hasserfüllter als Personen, die keine gelesen haben (Alvarez-Benjumea & Winter, 2018; Hsueh et al., 2015). Gleiches gilt aber auch für konstruktive Diskussionen: Koordinierte Gegenrede, etwa durch #IchBinHier oder #ReconquistaInternet, trägt zu einer konstruktiveren Diskussionskultur bei (Garland et al., 2020; Ziegele et al., 2019). Auch professionelle Moderation beeinflusst den Diskurs: Eine [Inhaltsanalyse](#) von Facebook-Kommentaren zeigte, dass Nutzer:innen weniger inzivil kommentierten, wenn die Moderator:innen einen interaktiven, sozialen Moderationsstil pflegten, bei dem konstruktive Kommentare mit Wertschätzung belohnt wurden (Ziegele et al., 2018). Hier wird das soziale Miteinander sozusagen vorgelebt.

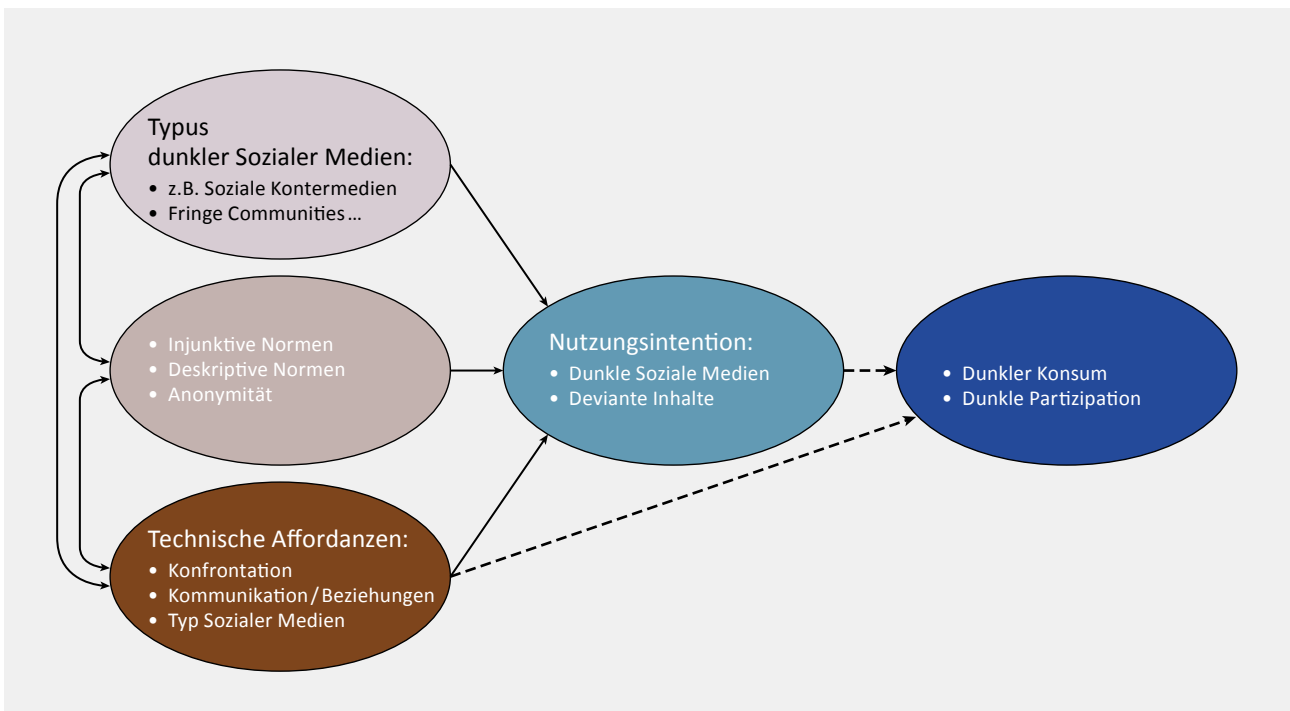
Schließlich braucht Verhalten die Gelegenheiten zur Ausübung. Im Kontext Sozialer Medien gilt es daher auch, die technischen **Handlungsmöglichkeiten**, die *Affordanzen* (Evans et al., 2017, Gibson, 1979) zu berücksichtigen. Technische Affordanzen basieren (1) auf technologischen Funktionen, (2) werden durch die Nutzung der Technologie beeinflusst und (3) können auf unterschiedliche Art und Weise genutzt werden (Evans et al., 2017, S. 36). Beispielsweise kann die Anonymität eines Netzwerkes sowohl Schutz vor Verfolgung in autoritären Staaten bieten als aber auch demokratisch legitimierte Strafverfolgung behindern.

In einem ersten Versuch der Systematisierung technologischer Affordanzen, die im Kontext von Radikalisierungsprozessen relevant sein können, nennen Schulze et al. (*im Druck*) sechs zentrale Kategorien. Zum einen sind das Affordanzen, die eine (unabsichtliche) **Konfrontation** mit extremistischen Inhalten begünstigen könnten. Hierzu zählen (a) **algorithmische Empfehlungssysteme**, die durch Extremist:innen (z. B. über das Kapern von Hashtags) genutzt werden, um ihre Inhalte an neue Empfänger:innen zu verbreiten (Miller-Idriss, 2020, Schmitt et al., 2018). So kann der Konsum eines extremistischen Videos bei YouTube die Empfehlung weiterer ähnlicher Videos nach sich ziehen (Faddoul et al., 2020; O’Callaghan et al., 2015). (b) Die **Dialogkultur** im Sinne eines Austausches mit bekannten, aber auch unbekannt Personen, durch die neue potenzielle Anhänger:innen gewonnen oder vertraute Netzwerke gestärkt werden könnten (Costello et al., 2016). Ergänzend ließe sich auch das (c) **Targeting**, also die gezielte Adressierung von Personen, die nach bestimmten Stichworten suchen oder die bestimmten Gruppen angehören und Interessen haben (etwa Männer, 16-24-Jährige sowie Personen, die sich generell für Gewalt interessieren), nennen.

Zum anderen handelt es sich um Affordanzen, welche die **Kommunikation** und damit die **Beziehungen** zu Extremisten:innen beeinflussen. Das sind (d) zum einen subjektiv bedeutsame „parasoziale“ Beziehungen (Horton & Wohl, 1956) zu extremistischen **Influencer:innen**, die durch eine wiederholte Auseinandersetzung mit diesen entstehen können. Solche parasozialen Beziehungen können Gefühle von Sicherheit und Freundschaft befördern (für einen Überblick, s. Brown, 2021) oder beispielsweise Kaufentscheidungen motivieren (Breves et al., 2021). Zum anderen (e) kann die Ausgestaltung von **Gruppenkommunikation** die Bildung einer radikalen Gruppenidentität und die Verschmelzung der eigenen Identität mit dieser (radikalen) Gruppenidentität mehr oder weniger begünstigen. Ergänzend ist hier die Möglichkeit zur (f) **Selbstdarstellung** einer (radikalen) Identität, etwa durch entsprechende Profilbilder, Nicknames oder Symbole von Bedeutung – etwa um die Aufmerksamkeit Gleichgesinnter zu wecken. Schulze et al. (*im Druck*) nennen zudem Affordanzen, die die situative Bedeutsamkeit (*Salienz*) unterschiedlicher **Normen** beeinflussen: (g) das Ausmaß von **Anonymität**, da dieses die Anpassung an die jeweiligen Normen nach den oben geschilderten Prinzipien des SIDE-Modells beeinflusst und (h) das **Community Management** oder Möglichkeiten zur Meldung von Inhalten konkret gegen Fehlverhalten. Hierzu gehört auch, ob mit Strafverfolgungsbehörden kooperiert wird.

Übergreifend werden die technischen Affordanzen zudem vom Genre des Sozialen Mediums beeinflusst: Instant-Messenger ermöglichen andere Verhaltensweisen als publikationsorientierte oder digitale Plattformen. Abbildung 3 fasst diese Überlegungen und die Theorien zum individuellen Nutzer:innenverhaltens auf der Mikro-Ebene zusammen. Dabei gilt es jedoch zu beachten, dass es sich zunächst um Einflussfaktoren auf die Intention zur Nutzung dunkler Sozialer Medien und ihrer Inhalte handelt. Die Intention ist dann wiederum eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung, um solche Inhalte tatsächlich auch aufmerksam zu konsumieren oder gar durch Likes, Shares etc. zu unterstützen. Zu extremistischem Verhalten jenseits des Netzes ist ein noch viel weiterer Weg.

Abbildung 3: Eigenschaften dunkler Sozialer Medien, die nach der Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 1991, S. 182) dunkle Partizipation beeinflussen könnten.



## 5 Fazit und Fragestellung des Kurzgutachtens

Zusammenfassend verstehen wir das Aufblühen dunkler Sozialer Medien als neue Gelegenheitsstrukturen für Extremist:innen. Die Verlagerung digitaler Foren ist auf der Makro-Ebene in einen bestimmten soziokulturellen, rechtlichen und historischen Kontext (etwa das aktuelle NetzDG) eingebettet und basiert auf bestimmten technischen Innovationen (etwa [Ende-zu-Ende-Verschlüsselungstechnologien](#), [peer-to-peer Netzwerken](#)). Die einzelnen Plattformen fungieren als komplexe [Systeme](#), bei denen das individuelle Verhalten der Nutzenden sowohl von deren Einstellungen (etwa welche Gratifikationen sie sich von der Nutzung eines bestimmten dunklen Sozialen Mediums versprechen), als auch von den Normen auf der jeweiligen Plattform und den konkreten Handlungsmöglichkeiten abhängt. Für das vorliegende Gutachten lassen sich daher folgende forschungsleitende Fragen ableiten.

1. Welche neuen Gelegenheitsstrukturen ergeben sich durch die Verlagerung hin zu dunklen Sozialen Medien für extremistische Akteur:innen?
2. Wie ist der Forschungsstand zur Verbreitung und Wirkung radikaler und extremistischer Inhalte in diesen Kanälen?

### KASTEN 9:

Zur Beantwortung der Forschungsfragen kombiniert das Gutachten zwei Analysen. Zunächst wurden relevante (dunkle) Soziale Medien anhand der Literatur und von Einzelfallberichten (etwa in Zeitungsartikeln oder aus Praktiker:innenerfahrung) identifiziert. Zur Beschreibung der Gelegenheitsstrukturen auf den identifizierten Plattformen (Forschungsfrage 1, FF1) wurde anschließend in einer umfassenden *Plattformanalyse* (a) die Selbstbeschreibung des jeweiligen sozialen Mediums (als Indikator für die möglichen Gratifikationen der Nutzung verschiedener Typen dunkler Sozialer Medien), (b) die öffentlich einsehbaren Normen sowie (c) die technischen Handlungsmöglichkeiten auf den Plattformen ausgewertet (vgl. Abbildung 3). Zur Bewertung der wissenschaftlichen Evidenz für die Inhalte und Wirkung dunkler Sozialer Medien (FF2) wurde weiterhin eine Literaturanalyse der heterogenen, sich rasch verändernden veröffentlichten Literatur als [Scoping Review](#) durchgeführt. Über die Literaturanalyse wurde auch der Anteil an devianten Inhalten in verschiedenen Sozialen Medien geschätzt. Die detaillierte Darstellung der Methoden wird in einem separaten CoRE-Forschungspapier erscheinen (Frischlich et al. *in Vorbereitung*).

## 6 Plattformanalyse (dunkler) Sozialer Medien

### 6.1 Methodischer Zugang

Auf Basis theoretischer Überlegungen wurden sowohl jeweils reichweitenstarke „Mainstream“ Plattformen als auch dunkle Soziale Medien berücksichtigt (s. Tabelle 1). Auch wenn die Liste aufgrund der dynamischen Entwicklungen digitaler Plattformen nur als Momentaufnahme zu verstehen ist, wird die Vielfalt des „dunklen“ digitalen Ökosystems dennoch deutlich. Durchgeführt wurde eine zusammenfassende qualitative **Inhaltsanalyse** nach Mayring (Mayring & Fenzl, 2014). Hierbei wurden die unterschiedlichen Plattformen im Hinblick auf verschiedene technische Handlungsoptionen kodiert. Das vollständige Kategoriensystem ist über das Open-Science Framework online frei zugänglich<sup>5</sup>. Zusätzlich wurden relevante Fakten (etwa Reichweite, Betreiber:innen, Gründungsdatum) zu den einzelnen Plattformen recherchiert und die Selbstbeschreibung der Plattformen sowie (falls vorhanden) die AGBs bzw. die Netiquette ausgewertet. Schließlich wurden Reichweitendaten via Similarweb recherchiert. Verfügbar waren hier (1) Website-Daten für den Zeitraum Oktober bis Dezember 2020 sowie (2) Daten zur App-Nutzung für September 2021. Alle Recherchen wurden im September und Oktober 2021 durchgeführt.

Tabelle 1: Analyisierte Soziale Medien.

Genre	Subgenre	Reichweitenstarke „Mainstream“ Soziale Medien	Dunkle Soziale Medien
Publikationsorientierte Soziale Medien	Microblogging	Twitter	Gab
	Formatorientierte Publikationsplattformen	Instagram, YouTube,	BitChute, TikTok
	Livestreaming	Twitch	Dlive
Digitale Plattformen	Soziale Netzwerkseiten	Facebook	Vkontakte
	Diskussionsplattformen	Reddit	4Chan, 8kun
Chat-orientierte Soziale Medien	Instant-Messenger	WhatsApp	Telegram, Signal, Threema
	Chat Messenger	Discord, Snapchat	

5 <https://osf.io/x9sye/>



## 6.2 Ergebnisse der Plattformanalyse

Unterschiedliche Genres Sozialer Medien bieten unterschiedliche Handlungsmöglichkeiten. „Mainstream“ und Dunkle Soziale Medien werden daher jeweils innerhalb des jeweiligen Genres miteinander verglichen.

### 6.2.1 Publikationsorientierte Soziale Medien

#### 6.2.1.1 Microblogging-Dienste

Untersucht wurden zwei **Microblogging-Dienste**: Der spätestens seit der Präsidentschaft von Donald Trump (2016 bis 2020) den meisten Bürger:innen auch in Deutschland bekannte Microblogging-Dienst Twitter und die selbsterklärte Alternative Gab (s. Tabelle 2 für einen Kurzüberblick). Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie wird Twitter von etwa 10 Prozent der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland zumindest ab und zu genutzt, nur 2 Prozent nutzen den Dienst täglich (Beisch & Schäfer, 2020). Gab ist lediglich für ein Nischenpublikum interessant (s. Tabelle 2). In seiner Selbstbeschreibung positioniert sich Gab als Soziales Konter-Medium und Bastion der freien Meinungsäußerung für alle. Hier werden also auch **Einstellungen** eingeladen, die auf anderen Plattformen nicht willkommen sind.

Entsprechend unterscheiden sich auch die **Normen**. Twitter hat eine Netiquette und gibt an, (unter bestimmten Umständen) mit Strafverfolgungsbehörden zu kooperieren. Inhalte und Accounts können geprüft und gegebenenfalls gelöscht, gesperrt oder dauerhaft von der Plattform entfernt werden. Nutzer:innen können Accounts und Inhalte melden und blockieren. Anders sieht es bei Gab aus. Zwar können Nutzer:innen andere Accounts blockieren oder melden, Gab verzichtet jedoch auf eine Netiquette und macht keine Angaben zur Kooperation mit den Strafverfolgungsbehörden. Auf eine Vorladung des US-Kongresses im Rahmen der Ermittlungen zum Sturm auf das US-Capitol am 6. Januar 2021 reagierte die Plattform Medienberichten zufolge mit Ablehnung und der Angabe, man würde keine Inhalte verfolgen oder Nutzer:innen überprüfen (Kimball, 2021). Im Hinblick auf die Anonymität der Nutzer:innen bieten beide Microblogging-Dienste ein hohes Maß an *Pseudonymität* (d. h. das Auftreten als identifizierbare Persona, als „Nutzer:in“, wobei gleichzeitig nicht klar ist, wer hinter dem Account wirklich steht (Friedberg & Donovan, 2019)). Für die Anmeldung reicht eine E-Mail-Adresse. Twitter kann jedoch von Nutzer:innen, die gegen die allgemeinen Geschäftsbedingungen verstoßen, eine Handynummer verlangen und diese Nummer sowie den Account bei wiederholten Verstößen gegen die Regeln blockieren. Auf der Plattform selbst bestehen vielfältige Möglichkeiten zur Selbstdarstellung und damit zum Ausdruck radikaler Identitäten. Bei beiden Plattformen sind zudem soziale Netzwerke (die Follower:innen) und Beziehungen (die Accounts, denen gefolgt wird) sichtbar. Damit wird die eigene (digitale) Identität immer auch in einem größeren Netzwerk-Kontext verortbar und weitere Gleichgesinnte können leichter identifiziert werden. Zudem wird das eigene thematische Interesse durch die öffentliche Sichtbarkeit unterstützter Inhalte (gelikter oder geteilter Inhalte anderer) deutlich.

Im Hinblick auf die technologischen Affordanzen sind sich die beiden Plattformen ähnlich. Die **Konfrontation** mit Inhalten erfolgt über diejenigen Accounts, denen man folgt, die Reihenfolge der angezeigten Inhalte wird durch Algorithmen (mit-)bestimmt. Zudem kann gezielt nach Begriffen und Themen (Hashtags) gesucht werden. Durch die Kommentierung der Posts (Tweets oder Gab Status) anderer Personen kann auch mit unbekanntem Personen diskutiert werden. Durch die Nutzung von Hashtags kann die eigene Kommunikation aber auch im größeren thematischen Diskurs verortet werden und es bilden sich spezifische, oft emotionale, Themenöffentlichkeiten (Papacharissi, 2016). Auf beiden Plattformen gibt es zudem „trending Topics“, bei denen relevante Themen besonders hervorgehoben werden. Gab schaltet derzeit keine Werbeanzeigen, ein Targeting ist daher aktuell nicht möglich. Es sind jedoch Anzeigeoptionen für „eingeladene“ Werbekund:innen geplant. Diese Anzeigenkund:innen sollen laut Angaben der Plattform „die Werte“ der Plattform teilen und damit dazu beitragen, Gab vom „globalistischen System der Versklavung, Degeneration und Zerstörung“ zu befreien (Torba, 2021). Im Gegensatz dazu bietet Twitter das Targeting spezifischer Gruppen potenzieller Anzeigenkund:innen an (Twitter, 2021).


Bei Twitter beschränken sich die **Kommunikationsmöglichkeiten** und damit die Möglichkeit zum **Beziehungsaufbau** auf das Veröffentlichen eigener Inhalte (one-to-many Kommunikation), die Kommentierung der Inhalte anderer (many-to-one) sowie das Chatten mit einzelnen Personen (one-to-one). Es gibt keine spezifischen Grup-

pen, auch wenn die neue Audio-Chat-Funktion „Spaces“ den öffentlichen (live) Audiochat mit mehreren Personen ermöglicht, wahrscheinlich eine direkte Reaktion auf den Erfolg der Audiochat-App Clubhouse. Im Gegensatz dazu bietet Gab eine spezifische Gruppenfunktion an. Zusätzlich sind private Chats mit mehreren Personen möglich. Bei beiden Plattformen kann man sich öffentlich verifizieren lassen. Weder bei Twitter noch bei Gab sagt die Verifikation jedoch etwas über die Vertrauenswürdigkeit des verifizierten Accounts aus.

**KASTEN 10:**

**Zusammenfassend sind beide untersuchten Mikroblogging-Dienste auf den Konsum und die Diskussion der Inhalte bestimmter Accounts und bestimmter Themen ausgerichtet. Die Kommentierung erfolgt nicht „unter“ einem bestimmten Inhalt (wie etwa in den Kommentarspalten einer Zeitung), sondern erscheint gleichwertig als Teil der Plattformöffentlichkeit. Während sich Twitter dabei als Teil einer allgemeinen Öffentlichkeit positioniert und sich auch im allgemeinen gesetzlichen Rahmenwerk verortet, positioniert sich Gab als Soziales Konter-Medium. Gab strebt sogar danach, eine eigene Infrastruktur für ultra-rechte christlich-fundamentalistische Zielgruppen zu werden. In einem Blogbeitrag wird das Ziel beschrieben, Technologie dafür nutzbar zu machen, eine „parallele christliche Gesellschaft“ für „Generationen“ aufzubauen und zu bewahren (Andrew Torba, 2021).**

Tabelle 2: Steckbrief Mikroblogging-Plattformen.

	Twitter	Gab
Gründung	März 2006	August 2016
Selbstbeschreibung	„Wir dienen der öffentlichen Konversation. Erfahren Sie mehr über das Unternehmen Twitter und wie wir dafür sorgen, dass Menschen einen freien und sicheren Ort zum Reden haben.“ (via DuckDuckGo, 25.08.2021)	„Gab ist ein soziales Netzwerk, das sich für freie Meinungsäußerung, individuelle Freiheit und den freien Fluss von Informationen im Internet einsetzt. Alle sind willkommen.“ (via DuckDuckGo, 21.08.2021, eigene Übersetzung)
Nutzungsbeschreibung	Die Plattform ermöglicht das Posten von max. 280 Zeichen langen Posts (Tweets).	Gab ist eine Mikroblogging-Plattform nach Vorbild von Twitter, die weiteren Elemente eines sozialen Netzwerks (Chatfunktion, Gruppen) sowie von Videoplattformen (Gab-TV) integriert.
Technische Details	Die Plattform gewährt Zugriff auf öffentliche Twitter-Daten durch spezielle Programmierschnittstelle (Application Programming Interface,  API).	Die Plattform macht sich inzwischen den Open Source Standard von Mastodon (gegen deren Willen, s. Eleanor (2019)) zunutze, sodass Nutzer:innen ihren eigenen Gab-Server aufbauen können. Gab verfügt weiterhin über einen Dissenter-Browser, der es ermöglicht, beliebige URL zu kommentieren.
Reichweite Website ... global	901,8 Mio. monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	1,82 Mio. monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)
... in Deutschland	23,66 Mio monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	33.311 monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 05.10.2021)
App-Nutzer:innen in Deutschland	1.29 Mio tägliche Nutzer:innen (similarweb, 14.10.2021)	Nicht im Google Store Verfügbar
Rang der beliebtesten Webseiten in Deutschland	Rang 14 (similarweb, 10.10.2021)	Rang 11.077 (via similarweb, 10.10.2021)
Wichtigste Nutzungsregionen Website	USA, Japan, United Kingdom (similarweb, 10.10.2021)	USA, Canada, China (similarweb, 10.10.2021)

### 6.2.1.2 Formatorientierte Publikationsplattformen

Insgesamt wurden vier formatorientierte Publikationsplattformen untersucht: **YouTube** und die selbsterklärte alternative **BitChute** sowie die vor allem bei Jugendlichen beliebten Plattformen **Instagram** und **TikTok** (Hölig & Hasebrink, 2021, Rathgeb & Schmidt, 2020). Tabelle 3 bietet einen Kurzüberblick über die Plattformen. YouTube ist eine der reichweitenstärksten Plattformen weltweit. Bei Kindern und Jugendlichen ist YouTube die beliebteste Webanwendung (Rathgeb & Schmid, 2020). BitChute erreicht hingegen nur ein Nischenpublikum. Instagram und TikTok sind insbesondere bei jüngeren Mediennutzer:innen beliebt. 35 Prozent der Kinder und Jugendlichen in Deutschland nennen Instagram als Lieblingsapp. 72 Prozent nutzen Instagram zudem mindestens mehrmals pro Woche, bei TikTok waren es 2020 23,5 Prozent (Rathgeb & Schmid, 2020). Auch wenn Erwachsene die beiden Plattformen etwas seltener nutzen, so hat Instagram doch auch 20 Prozent wöchentlich Nutzende unter den Erwachsenen und TikTok kommt immerhin auf 7 Prozent (Beisch & Schäfer, 2020).

In Bezug auf die **normativen Rahmenbedingungen** zeigt sich bei den Publikationsplattformen ein starker Fokus auf „Creation“, also dem Veröffentlichen eigener Inhalte. BitChute betont zudem die „Freiheit“ auf der Plattform, tritt also ähnlich wie Gab als Soziales Konter-Medium auf. In den Allgemeinen Geschäftsbedingungen („Community Standards“) wird jedoch auch bei BitChute dazu aufgerufen, alle Nutzer:innen gleich zu behandeln und auf Diskriminierung auf Basis von Ethnizität, Geschlecht, Religion, Politik und ähnlichem zu verzichten. Alle Plattformen legen injunktive Normen in den jeweiligen Richtlinien fest und geben an, mit Sicherheitsbehörden und den lokalen Gesetzen zu kooperieren. Als kontextgebundenes alternatives Soziales Medium geriet TikTok in die Kritik, sich der chinesischen Zensur zu unterwerfen (Hern, 2019). Die meisten Publikationsplattformen können **anonym** genutzt werden. Bei YouTube, TikTok, und BitChute reicht eine E-Mail-Adresse für die Anmeldung. Lediglich bei Instagram (das zum Facebookdachkonzern Meta gehört) muss zusätzlich die Handynummer, das Geburtsdatum und ein Vor- und Nachname angegeben werden. Die Selbstdarstellung erfolgt jeweils mit Hilfe eines Profilbildes und selbstgewählten Nicknames, bei TikTok können zusätzlich gemeinnützige Organisationen, die man unterstützt, angegeben werden.

Bei allen Plattformen erfolgt die **Konfrontation** mit Inhalten zum einen über die abonnierten Accounts, wobei auch gezielt nach Inhalten und Profilen bzw. Kanälen gesucht werden kann. Zum anderen werden bei allen Plattformen Inhalte über einen Empfehlungsalgorithmus prominent angezeigt, um Nutzer:innen auf neue Inhalte aufmerksam zu machen. Bei YouTube und BitChute wird dies in erster Linie durch Videos realisiert, die Nutzer:innen als thematisch passend zum aktuellen Video angeboten werden, wobei dieser Empfehlungsalgorithmus Nutzende möglichst lang auf der Plattform halten und mit immer neuen Videos versorgen soll. Bei Instagram und TikTok werden ebenso empfohlene Inhalte ausgespielt, bspw. über die „For You Page“ auf TikTok. Die Kommentarsektion zu den einzelnen Videos bzw. Posts ermöglicht im Sinne eines „Mikro-Publikums“ den Austausch mit anderen Konsument:innen des gleichen Inhaltes. Bei YouTube, Instagram, und TikTok können zudem Werbeanzeigen an spezifische Zielgruppen angepasst werden (targeting), BitChute arbeitet derzeit eigenen Angaben zu Folge mit „einer Handvoll Produzent:innen“ an der Werbefunktion und will diese dann allen Nutzer:innen zugänglich machen.

Die formatbezogenen Publikationsplattformen haben zum Teil sehr unterschiedliche Nutzungslogiken, wobei bei allen Plattformen eher die Inhalte der „Creators“ als die sozialen Netzwerkstrukturen im Vordergrund stehen. Die Kommunikationskanäle beschränken sich auf das Hochladen eigener Inhalte und die Kommentierung der Inhalte anderer. Außer bei YouTube sind auf diesen Plattformen zudem auch private Chats unter vier Augen möglich. Diese Plattformen sind technisch darauf ausgelegt, den Nutzer:innen zwar die Möglichkeit zu geben, bestimmten Accounts zu folgen und deren Inhalte gezielt zu rezipieren, den Nutzer:innen aber auch ein ständiges Angebot an neuen Inhalten weiterer, bislang unbekannter, Accounts anzubieten.

**KASTEN 11:**




Zusammenfassend sind alle untersuchten formatbezogenen Publikationsplattformen stark auf die Veröffentlichung von Inhalten (one-to-many) sowie die Reaktion auf diese Inhalte (many-to-one) ausgerichtet. Gerade bei YouTube, TikTok und Instagram dominieren dabei unterhaltsame Inhalte. Selbst BitChute, wo bereits auf der Startseite unter „kürzlich aktive Channels“ verschwörungstheoretische Inhalte über  Chemtrails angezeigt werden, bietet die Kategorien „Haustiere und Wildes leben“ und „Sport und Fitness“ Unterhaltendes an. Dennoch sind auf allen Plattformen – und eben besonders im Sozialen Kontermedium BitChute – auch deviante und extremistische Inhalte zu finden.

Tabelle 3: Steckbrief Publikationsplattformen für Videos.

	YouTube	BitChute	Instagram	TikTok
Gründung	2005	2017	2010	2016
Selbstbeschreibung	„Auf YouTube findest du großartige Videos und erstklassige Musik. Außerdem kannst du eigene Inhalte hochladen und mit Freunden oder mit der ganzen Welt teilen.“ (via DuckDuckgo.com, 17.09.2021)	„BitChute hat sich zum Ziel gesetzt, die Creator in den Mittelpunkt zu stellen und ihnen einen Dienst zur Verfügung zu stellen, mit dem sie sich entfalten und ihre Ideen frei ausdrücken können.“ (via DuckDuckgo.com, 14.09.2021)	„Erstelle ein Konto oder melde dich bei Instagram an. Mit Instagram kannst du Fotos aufnehmen, bearbeiten und teilen sowie Videos und Nachrichten an Freunde und deine Familie senden.“ (via DuckDuckgo.com, 17.09.2021).	„TikTok - Trends beginnen hier. Auf einem Gerät oder im Web können die Zuschauer Millionen von personalisierten Kurzvideos ansehen und entdecken.“ (via DuckDuckGo, 24.08.2021, eigene Übersetzung)
Nutzungsbeschreibung	Die Plattform ermöglicht den Upload von Videos sowie das Kommentieren der Videos anderer. Außerdem kann live gestreamt werden.	Die Plattform ermöglicht den Upload von Videos sowie das Kommentieren der Videos anderer. Zur Erweiterung um eine Life-Streamingfunktion läuft eine Finanzierungskampagne	Die Plattform ermöglicht den Upload von u. a. Fotos und Videos sowie das Kommentieren der Beiträge anderer.	Die Plattform ermöglicht das Erstellen und Teilen von kurzen, meist mit Musik hinterlegten, Videos (bis zu 60 Sek.).
Technische Details	Es gibt verschiedene technische Zugänge über Application Programming Interfaces (  APIs).	BitChute basiert auf dem dezentralisierten  peer-to-peer Netzwerk Bit-Torrent. Es gibt keinen API-Zugang.	API verfügbar	TikTok stellt eine Entwickler-API zur Verfügung.
Reichweite Website ... global	1,96 Milliarden monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	12,13 Mio. monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	1,01 Milliarden monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	299,4 Mio. monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)
... in Deutschland	55,9 Mio. monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	1,22 Mio monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	26,71 Mio. monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	7,23 Mio. monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)
App-Nutzer:innen in Deutschland	16,73 Mio. tägliche Nutzer:innen (September, 2021, similarweb, 14.10.2021)	BitChute Videodownloader: 58.760 tägliche Nutzer:innen (September, 2021, similarweb, 14.10.2021)	10,06 Mio. tägliche Nutzer:innen (September, 2021, similarweb, 14.10.2021)	5,58 Mio. tägliche Nutzer:innen (September, 2021, similarweb, 14.10.2021)
Rang der beliebtesten Webseiten in Deutschland	Rang 2 (similarweb, 05.10.2021)	Rang 946 (similarweb, 05.10.2021)	Rang 10 (similarweb, 10.10.2021)	Rang 92 (similarweb, 10.10.2021)
Wichtigste Nutzungsregionen Website	USA, Russland, Brasilien (similarweb, 10.10.2021)	USA, Kanada, Deutschland (similarweb, 10.10.2021)	USA, Brasilien, Russland (similarweb, 10.10.2021)	USA, Russland, Philippinen (similarweb, 10.10.2021)

### 6.2.1.3 Livestreaming

Die beiden untersuchten **Livestreaming**-Plattformen (s. Tabelle 4) waren die insbesondere bei Gamern bekannte Plattform **Twitch** und das Blockchain-basierte alternative Soziale Medium **DLive** (d. h. die Server, aber auch die Finanzströme laufen über das Blockchain-System). In Deutschland hat Twitch es unter die Top-20 der beliebtesten Webseiten geschafft. Auch wenn unklar ist, wie viele Nutzer:innen es insgesamt gibt: der aktuell erfolgreichste deutsche Streamer Knossi erreicht bis zu 156.309 Zuschauer:innen (via <https://nindo.de/charts/>, 01.10.2021). Die Reichweite von DLive ist deutlich geringer.

Sowohl Twitch als auch DLive haben Community Guidelines, die **Normen** für einen respektvollen und freundlichen Umgang vorschreiben. Zudem können auf beiden Plattformen Nutzer:innen gemeldet werden, die gegen die Community Guidelines verstoßen. Lediglich Twitch gibt dabei an, auch mit den Strafverfolgungsbehörden zu kooperieren. Die **Anonymität** ist hoch, da keine Telefonnummern angegeben werden müssen. Bei DLive reicht eine E-Mail-Adresse, Twitch verlangt zusätzlich ein Geburtsdatum. Die Präsentation auf der Plattform erfolgt mit Hilfe eines Avatars, eines selbstgewählten Nicknames und einer selbstgewählten Biografie. Damit können auch ideologisch geprägte Identitäten (ebenso wie alle anderen) ausgedrückt werden.

Bei beiden Plattformen erfolgt die **Konfrontation** mit Inhalten über einen Empfehlungsalgorithmus oder durch gezielte Suche. Beliebte und trending Videos sowie Inhalte von abonnierten Kanälen werden gesondert hervorgehoben. Ähnlich wie bei den formatbezogenen Publikationsplattformen können die Streams jeweils kommentiert werden. Auch hier entstehen „Mikro-Öffentlichkeiten“, bei denen sich Konsument:innen des gleichen Inhaltes miteinander austauschen können. Eine Besonderheit ist dabei das Erleben von Gleichzeitigkeit, da während des Livestreams kommentiert wird. Twitch bietet zudem eine Chatfunktion an und hebt besonders prominent Accounts hervor. Beide Plattformen bieten kein Targeting an, auch wenn Twitch-Streamer Werbeeinhalte in ihre Streams einbinden können.

Weitere **Kommunikationskanäle** beschränken sich größtenteils auf das Hochladen eigener Streams und die Kommentierung der Streams der anderen. Bei Twitch kann auch privat geschattet werden. Auch auf Livestream-Plattformen sind **Beziehungen** damit vor allem hierarchisch dem oder der Streamer:in gegenüber. Twitch-User:innen können sich verifizieren lassen, zudem können loyale User:innen von den Streamer:innen als „VIP“ (very important person) ausgezeichnet werden. Über diese Funktion sollen Streamer:innen Anreize für ihre Nutzer:innen schaffen, sich immer an den Streams zu beteiligen und ggf. für den:die Streamer:in zu werben. Nutzer:innen, die diesen VIP-Status bekommen, werden dadurch von den Streamer:innen besonders hervorgehoben. Spezifische Gruppen können auf beiden Plattformen nicht angelegt werden.

#### KASTEN 12:

**Zusammenfassend sind die Live-Stream-Plattformen stark auf die Veröffentlichung von Inhalten (one-to-many), sowie die Reaktion auf diese Inhalte (many-to-one) ausgerichtet. Eine Besonderheit stellt dabei das synchrone live-Erlebnis als Zuschauer:in des Streams dar. Psychologische Forschung zum sogenannten I-Sharing, dem gemeinsamen Erleben und der ähnlichen Wahrnehmung von Momenten (etwa, wenn man über den gleichen Witz lacht), zeigt, dass solche I-Sharing-Situationen Sympathien fördern und sogar zum Abbau von Vorurteilen beitragen können (Pinel, 2018; Pinel et al., 2006; Pinel & Long, 2012), da ein Gefühl von Gemeinsamkeit entsteht. Damit bieten sich aber auch Gelegenheiten für Extremist:innen, mit User:innen gezielt das Gespräch zu suchen, um scheinbare Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten, gleichzeitig kann das gemeinsame Erleben aber auch ein wertvoller Ansatzpunkt für Präventionsakteur:innen sein (s. Kapitel. 9).**

Tabelle 4: Steckbrief Live-Streaming Plattformen.

	Twitch	DLive
Gründung	2011	Dezember 2012
Selbstbeschreibung	„Twitch ist die weltweit führende Live-Streaming-Plattform für Gamer und die Dinge, die wir lieben. Sieh zu und chatte jetzt mit Millionen anderer Fans aus der ganzen Welt.“ (via DuckDuckGo.com, 16.09.2021).	„DLive.tv ist die größte Live-Streaming-Community auf der Blockchain. Entdecken Sie tolle Spiele und Kanäle und verdienen Sie Belohnungen, indem Sie jetzt Streams auf DLive ansehen.“ (via DuckDuckGo, 27.08.2021, eigene Übersetzung)
Nutzungsbeschreibung	Die Plattform ermöglicht den Live-Stream von Videos sowie das Kommentieren der Streams.	Die Plattform ermöglicht den Live-Stream von Videos sowie das Kommentieren der Streams.
Technische Details	Es gibt einen API-Zugang.	DLive verwendet Blockchain für Server und das Spendensystem.
Reichweite Website ... global	1,08 Milliarden monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	6.224 monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)
... in Deutschland	4,17 Mio monatliche Nutzer:innen (similarweb, 10.10.2021)	< 5.000 (similarweb, 10.10.2021)
App-Nutzer:innen in Deutschland	686.810 tägliche Nutzer:innen (September 2021, similarweb, 14.10.2021)	5.430 tägliche Nutzer:innen (September 2021, similarweb, 14.10.2021)
Rang der beliebtesten Webseiten in Deutschland	Rang 41 (similarweb, 10.10.2021)	Rang 284.220 (similarweb, 10.10.2021)
Wichtigste Nutzungsregionen Website	USA, Deutschland, Russland (similarweb, 10.10.2021)	USA, Deutschland, Türkei (similarweb, 10.10.2021)

## 6.2.2 Digitale Plattformen

### 6.2.2.1 Soziale Netzwerkseiten

Untersucht wurden zwei **Soziale Netzwerkseiten**, das vermutlich bekannteste Soziale Netzwerk **Facebook** und die kontextgebundene russische alternative **Vkontakte** (s. Tabelle 5 für einen Kurzüberblick). VKontakte ist das größte soziale Netzwerk im russischen Sprachraum (Poupin, 2021). Facebook ist auch in Deutschland eines der reichweitenstärksten Sozialen Medien, auch wenn nur noch 14 Prozent der erwachsenen Bevölkerung das Netzwerk täglich und 26 Prozent es mindestens wöchentlich nutzen (Beisch & Schäfer, 2020). Zwar bleibt es das Soziale Netzwerk, das am häufigsten für Nachrichten genutzt wird, allerdings werden Nachrichten auf den insgesamt populären Netzwerken YouTube und WhatsApp inzwischen ähnlich häufig genutzt (Hölig et al., 2019).

In Bezug auf die **normative Ausrichtung** zeigt sich bei den Selbstbeschreibungen beider sozialer Netzwerkseiten (s. Tabelle 5) jeweils eine ähnliche Ausrichtung auf die Mehrheit der Nutzenden und der Versuch, unzählige kommunikative Funktionen unter einem Dach zu vereinen. Injunktive Normen werden in den Community Standards (Facebook) bzw. den Safety Guidelines (VKontakte) dargelegt. Facebook kooperiert unter gewissen Umständen mit den Sicherheitsbehörden und entfernt sowohl Inhalte als auch Accounts teilweise dauerhaft von der Plattform. VKontakte kooperiert mit den russischen Regulationsbehörden und gibt an, Inhalte zu entfernen, die zu Suiziden und Gewalt an Schulen aufrufen. Zudem werden kommerzieller Spam und schädliche Links und Programme und finanzieller Betrug entfernt. Nutzer:innen können Inhalte für sich selbst blockieren. Während Facebook eine Vielzahl an menschlichen Moderator:innen beschäftigt, gibt VKontakte an, vor allem auf neuronale Netze, also Methoden der künstlichen Intelligenz, zu setzen (VKontakte, 2021). Beide Plattformen gehören zu den vergleichsweise personenbezogenen Sozialen Medien. Für die Anmeldung bei VKontakte muss eine Telefonnummer, Name, Geschlecht und Geburtsdatum angegeben werden. Auch Facebook verlangt ein Geburtsdatum. Laut den AGB herrscht sogar Klarnamenpflicht und es kann ein Personalausweis verlangt werden. Damit fragt Facebook von allen untersuchten Sozialen Medien am meisten nach personenbezogenen Daten. Theoretisch kann man sich hier allerdings ohne Te-

lefonnummer anmelden, dann wird jedoch recht offensiv per Pop-up-Fenster wiederholt nach dieser gefragt. Die Möglichkeiten zur Darstellung der eigenen Identität sind vielfältig, vor allem auch die Möglichkeiten zur Abbildung physischer Beziehungen, etwa indem man Verwandtschaftsverhältnisse, Arbeitgeber:innen, den Beziehungsstatus, Wohnort etc. teilt.

Beide Plattformen weisen teilweise ähnliche Affordanzen auf. Die **Konfrontation** mit Inhalten erfolgt jeweils über Empfehlungsalgorithmen, zudem kann gezielt nach Inhalten, Personen und Gruppen gesucht werden. Die eigene Ansicht, der „Newsfeed“, setzt sich aus den Inhalten von abonnierten Profilen („Freunden“ oder „Seiten“) sowie empfohlenen Inhalten (Gruppen, Inhalten, Werbeanzeigen) zusammen. Inzwischen kann man sich auch mit dem eigenen Facebook-Account bei VKontakte einloggen („Interoperabilität“). Auf öffentlichen Profilen und Seiten kann jeweils mit allen anderen Nutzer:innen diskutiert werden, spezifische Gruppen dienen als weitere virtuelle Gemeinschaften. Entsprechend können sowohl themenbezogene aber auch soziale Teil-Öffentlichkeiten innerhalb der größeren Plattform entstehen. Sowohl Facebook als auch VKontakte bieten zielgruppenspezifische Werbeanzeigen („targeting“) an.

Die Sozialen Netzwerkseiten, insbesondere Facebook, stehen durch die Vielfalt an angebotenen **Kommunikationskanälen** und den starken Fokus auf **Beziehungen** hervor. Es können eigene Inhalte gesendet, die Inhalte anderer kommentiert und es kann in privaten wie öffentlichen Gruppen und unter vier Augen kommuniziert werden. Zudem können „Events“ angelegt werden, termingebundene Veranstaltungen, die i. d. R. in der physischen Welt stattfinden. Außerdem sind Umfragen möglich. Reichweitenstarke Accounts lassen sich auf beiden Plattformen anhand der „Freund:innen“ (bilaterales Abonnieren) und „Follower:innen“ der eigenen Seite (Page) identifizieren. Pages sind dabei für „Marken“, inklusive Personen, gedacht, Profile für alle Nutzer:innen. Facebook vergibt zudem das Label „Visual Storyteller“ für Nutzer:innen, die besonders viele Bildinhalte teilen.

#### KASTEN 13:

**Zusammenfassend sind die beiden untersuchten Sozialen Netzwerkseiten deutlich breiter aufgestellt als die anderen untersuchten Sozialen Medien. Insbesondere die Vielzahl an Kommunikationsmöglichkeiten und die breite Nutzer:innenschaft stechen heraus. Die Verbindung zur physischen Identität der Nutzer:innen wird angestrebt, was zu einer erhöhten Glaubwürdigkeit der Profile und Verbindungen beitragen kann – selbst wenn die verwendeten Profilbilder, Namen etc. keine authentische Repräsentation der Nutzer:innen sein müssen. Auch finden sich hier beispielsweise Möglichkeiten Events jenseits des Netzes zu organisieren. Zudem bieten beide Plattformen auch an, spezifische Gruppen einzurichten. Dadurch können radikale Gruppen mit wenigen Klicks neben Nachbarschaftsgruppen stehen. VKontakte, in dem russische Gesetze in den Vordergrund gestellt werden, unterwirft sich dabei einem anderen Rechtsraum als Facebook.**

Tabelle 5: Steckbrief Soziale Netzwerkseiten.

	Facebook	VKontakte
Gründung	2004	2006
Selbstbeschreibung	„Melde dich bei Facebook an, um dich mit deinen Freunden, deiner Familie und Personen, die du kennst, zu verbinden und Inhalte zu teilen.“ (via DuckDuckGo, 01.09.2021).	„VK verbindet Millionen Menschen und schafft grenzenlose Möglichkeiten für Kommunikation, Unterhaltung, Business und Nachrichtenaustausch von überall auf der Welt. Treten Sie der globalen Community bei.“ (via play.google.de, 01.10.2021).
Nutzungsbeschreibung	Die Plattform ermöglicht das (öffentliche) Teilen von Inhalten, das Vernetzen mit Menschen sowie private Kommunikation, Gruppenbildung und Veranstaltungsplanung- und Kommunikation. Auch der Verkauf/Kauf von Gegenständen ist möglich.	Man kann Nachrichten senden, Videos und Live-Sendungen ansehen, Spiele spielen, Communities beitreten, Geld transferieren, Musik hören, Live-Chatten, Live-Streamen, es gibt einen Messenger und eine Event-Planung.
Technische Details	Facebook stellt einen API-Zugang bereit. Über Messenger sind geheime Chats (Ende-zu-Ende-Verschlüsselung) möglich.	Posts können im Voraus geplant werden; es gibt eine API.
Reichweite Website ... global	2,00 Milliarden monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 10.10.2021)	128,3 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 10.10.2021)
... in Deutschland	54,63 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 10.10.2021)	2,78 Millionen monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 05.10.2021)
App-Nutzer:innen in Deutschland	17,75 Mio. tägliche Nutzer:innen (September 2021, similarweb, 14.10.2021)	51.670 tägliche Nutzer:innen (September 2021, similarweb, 14.10.2021)
Rang der beliebtesten Webseiten in Deutschland	Rang 5 (via similarweb, 10.10.2021)	Rang 105 (via similarweb, 10.10.2021)
Wichtigste Nutzungsregionen Website	USA, Brasilien, United Kingdom (via similarweb, 10.10.2021)	Russland, Ukraine, Belarus (via similarweb, 10.10.2021)

### 6.2.2.2 Diskussionsplattformen

Insgesamt wurden drei Diskussionsplattformen untersucht (s. Tabelle 6): der Social-News-Aggregator **Reddit** sowie die Imageboards **4Chan** und **8kun**. Reddit ist ein Soziales Medium, auf dem Text, Bilder, Videos und Links zu anderen Webseiten geteilt und bewertet bzw. kommentiert werden können. Die Beiträge werden thematisch in von Nutzer:innen erstellte Unterforen (subreddits) organisiert, die eine Vielzahl von Themen wie Nachrichten, Unterhaltung, Wissenschaft, Videospiele, Sport oder andere Hobbies abdecken. 4Chan ist das älteste untersuchte Soziale Medium: Es wurde 2003 gegründet und hat sein Design, das noch an das **Usenet** und die frühen Tage des Internets erinnert, seitdem kaum verändert. 8kun wurde 2019 als Nachfolger für **8Chan** gegründet. 8Chan erlangte unrühmliche globale Bekanntheit, nachdem der rechtsextremistische Terrorist, der in Christchurch, Neuseeland, gezielt muslimische Moschee-Besucher:innen getötet hatte, dort seine Bekenner schreiben veröffentlicht hatte. Eine Auswertung zur Diskussion um das Attentat zeigte, dass der Anteil an gewaltbefürwortenden Inhalten auf 4Chan geringer war als bei 8kun, wobei die meisten explizit gewaltbefürwortenden Inhalte bei der noch kleineren Plattform 16Chan zu finden waren (Comerford, 2021). Reddit ist klar die reichweitenstärkste Diskussionsplattform, monatlich werden Millionen von Menschen erreicht. Ganz anders sieht es bei den Imageboards 4Chan und 8kun aus (s. Tabelle 6).

Im Hinblick auf die injunktiven **Normen** betonen die untersuchten Diskussionsplattformen, dass auch deviante Inhalte willkommen sind. So schreibt Reddit zwar, dass Nutzer:innen keine illegalen Inhalte posten dürfen, betont aber die Bedeutung der User:innen der jeweiligen Community bei der Etablierung von Verhaltensnormen. Reddit selbst würde selten Inhalte entfernen, auch wenn manche Personen manche Communities als offensiv erleben würden. Die Moderation obläge den jeweiligen Subreddits (reddit.com, 2021; r/reddit.com, 2021). 4Chan hat zwar



Nutzungsregeln, es wird aber vor allem darauf hingewiesen wird, dass rassistische und pornographische Inhalte nur auf bestimmten Boards erlaubt sind und dass das Veröffentlichen persönlicher Informationen („Doxxing“) sowie der Aufruf zur Invasion („raid“) von Boards nicht erlaubt ist. Zudem wird darauf hingewiesen, dass Beschwerden über 4Chan zur Löschung des Posts und zur Verbannung führen können. 8Kun nennt nur eine einzige Regel: Keine Inhalte zu veröffentlichen, die in den USA illegal sind. Alle Plattformen geben an, mit Strafverfolgungsbehörden zu kooperieren.

Die **Anonymität** (bzw. Pseudonymität bei Reddit) ist sehr hoch. Bei Reddit reicht eine E-Mail-Adresse, bei den Chans kann ohne Anmeldung mitdiskutiert werden. Angesichts der Anonymität ist eine hohe Orientierung an den deskriptiven Normen in den jeweiligen Subreddits bzw. Boards zu erwarten. Und tatsächlich: Laut einer Untersuchung von Gibson (2019) sind auf Reddit nicht nur Unterschiede im diskursiven Ton der einzelnen Communities feststellbar (also bspw. das Ausmaß von auch Inzivilität), Reddit-Nutzer:innen passen sich in ihrer Ausdrucksweise an die jeweiligen Communities an. So wird etwa in einem Hobby-Forum anders diskutiert als in politischen Communities.

Die **Konfrontation** mit Inhalten erfolgt jeweils via Suchfunktion oder indem bestimmte Boards bzw. subreddits ausgewählt werden. Reddit und 8Kun haben zudem einen Empfehlungsalgorithmus für „trending topics“. In den Subreddits werden Posts, die von anderen Nutzenden empfohlen („hochgevolet“) werden, zuerst angezeigt. Man kann aber auch neue oder neue, schnell populär gewordene Beiträge („hot topics“) zu erst sehen. Reddit ermöglicht gruppenspezifische Werbungen („targeting“), 4Chan und 8Kun bieten eine solche Funktion nicht an.

Die **Kommunikationskanäle** sind auf das Hochladen eigener Inhalte und die Reaktion auf die Inhalte anderer beschränkt. Reddit bietet zusätzlich eine private Chat-Funktion. Im Gegensatz zu den Publikationsplattformen ist die **Beziehung** aber weniger hierarchisch. Jede:r Diskussionsteilnehmer:in hat die gleichen Kommunikationsoptionen; es werden keine Accounts besonders hervorgehoben. Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Community ergibt sich durch die Teilnahme an bestimmten Subreddits bzw. Boards und ist nicht exklusiv: Nutzer:innen können die Communities, die sie nutzen, frei wählen. Besonders aktive Boards werden zudem bei Reddit und 8Kun hervorgehoben.

#### KASTEN 14:

Zusammenfassend ist zu sagen, dass die Imageboards klar als Fringe-Communities auftreten, die sich gezielt an bestimmte Subkulturen wenden und durch eine für „Außenseiter:innen“ schwer nachvollziehende Kommunikation etwa bestimmter „Insider“-Abkürzungen, ➡ Memes etc. gekennzeichnet sind. Die Kommunikationslogik ist egalitär, gleichzeitig tritt der oder die einzelne Nutzende durch das hohe Ausmaß an Anonymität in den Hintergrund, während die jeweilige Mikro-Community, das Board oder der Subreddit, in den Vordergrund tritt. Die Regularien machen eine hohe Toleranz gegenüber Inhalten deutlich, die auf anderen Plattformen als deviant bewertet werden. Reddit als „mainstreamigste“ der untersuchten Diskussionsplattform ist vor allem dadurch gekennzeichnet, dass je nach Community sehr unterschiedliche Verhaltensnormen gelten.

Tabelle 6: Steckbrief Diskussionsplattformen.

	Reddit	4Chan	8kun
Gründung	2005	2003	Oktober 2013
Selbstbeschreibung	„Reddit ist ein Netzwerk von Communities, in denen Menschen ihren Interessen, Hobbys und Leidenschaften nachgehen können. Auf Reddit gibt es eine Community für alles, was Sie interessiert.“ (via DuckDuckgo.com, 16.09.2021)	„4chan ist ein einfaches, bildbasiertes Bulletin Board, auf dem jede:r anonym Kommentare posten und Bilder austauschen kann.“ (via DuckDuckgo.com, 17.09.2021)	„Auf 8kun können Sie kostenlos Ihr eigenes Imageboard erstellen, ohne dass Sie Erfahrung oder Programmierkenntnisse benötigen.“ (8kun, 09.08.2021, eigene Übersetzung).
Nutzungsbeschreibung	Die Plattform ist in verschiedene Themenbereiche („subreddits“) unterteilt, in denen jeweils Posts verfasst und von anderen bewertet werden können.	Die Plattform ermöglicht den Upload von Fotos und Texten sowie das Kommentieren der Posts anderer.	Die Plattform ermöglicht den anonymen Upload von Bildern und Texten, die von anderen kommentiert werden können.
Technische Details	Es gibt eine API (api - reddit.com, o. J.)	4chan betreibt eine eigene Software, die sie intern als „Yotsuba“ bezeichnen. Derzeit gibt es keine Pläne, diesen Code der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Nutzer:innen des Tor-Browsers werden geblockt (FAQ - 4chan, 13.10.2021.).	kein API-Zugriff
Reichweite Website ... global	1.74 Milliarden (via similarweb, 13.10.2021)	4.816 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	27,193 monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)
... in Deutschland	7,51 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 10.10.2021)	217.741 monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	< 5000
App-Nutzer:innen in Deutschland	629.190 tägliche Nutzer:innen (September, 2021 via similarweb, 14.10.2021)	Nicht bei Google verfügbar	Nicht bei Google verfügbar
Rang der beliebtesten Webseiten in Deutschland	Rang 37 (via similarweb, 10.10.2021)	Rang 924 (via similarweb, 13.10.2021)	Rang 685.703 (via similarweb, 13.10.2021)
Wichtigste Nutzungsregionen Website	USA, Großbritannien, Kanada (via similarweb, 10.10.2021)	USA, Kanada, Großbritannien (via similarweb, 13.10.2021)	USA, Kanada, Deutschland (via similarweb, 13.10.2021)

## 6.2.3 Chat-orientierte Soziale Medien

### 6.2.3.1 Chat-Messenger

Als Chat-Messenger wurde der primär als Gamingchat bekannte Dienst **Discord** sowie die Fotochat-App **Snapchat** berücksichtigt. Beide Plattformen sind vor allem bei jungen Mediennutzenden beliebt (Rathgeb & Schmidt, 2020) und richten sich laut ihrer Selbstbeschreibung eher an eine breite Nutzer:innengruppe sind also keine alternativen Sozialen Medien oder Fringe Communities (s. Tabelle 7).

Bezüglich der plattformspezifischen **Normen** haben Discord und Snapchat Community-Richtlinien gegen bestimmte Inhalte (Discord, 2021; Snapchat, 2021) und geben jeweils an, auch mit Strafverfolgungsbehörden zu kooperieren. Discord gibt jedoch vor allem an, die Entdeckbarkeit von Kanälen einzuschränken, die gegen Community-Richtlinien verstoßen, etwa indem explizit sexuelle Inhalte verbreitet werden. Die Anmeldung kann jeweils **anonym** über eine E-Mail-Adresse geschehen. Snapchat verlangt jedoch zusätzlich ein Geburtsdatum (das allerdings nicht verifiziert wird). Snapchat bietet zudem selbstlöschende Nachrichten an. Auf den Plattformen selbst erfolgt die Darstellung mit Hilfe eines Profilbildes oder Avatars und eines selbst gewählten Benutzernamens, zudem kann der geografische Standort bei Snapchat dauerhaft mitgeteilt werden.

Die **Konfrontation** mit Inhalten erfolgt durch das Abonnieren anderer Accounts, via Suchfunktion oder durch einen Empfehlungsalgorithmus, der öffentliche Kommunikationskanäle („Server“ bei Discord) umfasst bzw. einen personalisierten Feed sowie hervorgehobene Bereiche für beliebte und trendige Videos sowie Videos von abonnierten Kanälen (Snapchat). Derzeit bietet nur Snapchat ein Targeting bestimmter Nutzer:innengruppen an.

Als **Kommunikationskanäle** werden one-to-one und Gruppenkommunikationskanäle zur Verfügung gestellt. Bei Discord organisiert sich diese Gruppenkommunikation in sogenannten „Servern“. Innerhalb der Server können die Betreiber verschiedene Rollen an Nutzer:innen vergeben, die der Organisation der Community dienen sollen. Es können bspw. Moderator:innen ausgewählt werden, die die Einhaltung der jeweiligen Regeln des Servers durchsetzen sollen (Sam, 2020). Es gibt keine Kennzeichnung von besonders prominenten Accounts, auch wenn sich die Abonnentenzahlen von Kanälen bei Snapchat als Indikator für die Popularität bestimmter Themen oder Sender:innen interpretieren lässt.

**KASTEN 15:**



**Zusammenfassend sind Snapchat und Discord nicht als alternative Plattformen oder Fringe Communities zu verstehen. Ihre aktive Nutzung durch Jugendliche, die Möglichkeit der Informationskontrolle und Nachverfolgbarkeitseinschränkung könnten aber natürlich auch für extremistische Akteur:innen von Interesse sein.**

Tabelle 7: Steckbrief Chat-Messenger.

	Discord	Snapchat
Gründung	2015	2011
Selbstbeschreibung	„Discord-Server sind in themenbezogene Channels unterteilt, in denen Sie zusammenarbeiten, sich austauschen und einfach über Ihren Tag reden können, ohne einen Gruppenchat zu verstopfen. Hier können sie einfach abhängen. Nehmen Sie in einem Sprachkanal Platz, wenn Sie Zeit haben. Ihre Freunde auf dem Server sehen, dass Sie in der Nähe sind, und können sich sofort mit Ihnen unterhalten, ohne Sie anrufen zu müssen. Von wenigen zu einer Fangemeinde.“ (via DuckDuckGo.com, 19.08.2021, eigene Übersetzung)	„Mit Snapchat können Sie sich ganz einfach mit Freunden unterhalten, Live-Stories aus der ganzen Welt ansehen und Nachrichten in Discover entdecken. Das Leben macht mehr Spaß, wenn Sie im Moment leben.“ (via DuckDuckgo.com, 27.08.2021, eigene Übersetzung)
Nutzungsbeschreibung	Die Plattform ermöglicht Instant Messaging, Sprach- und Videokonferenzen sowie paralleles Gaming.	Die Plattform ermöglicht bildbasiertes Chatten mit angepasster Anzeigedauer bzw. Löschfunktion. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, (Live-)Stories zu teilen sowie Content-Creator:innen zu folgen.
Technische Details	Discord verfügt über einen API-Zugang und ermöglicht die Entwicklung und den Einsatz von Apps und Bots.	Snapchat stellt eine Marketing-API bereit. Geteilte Inhalte werden auf Snapchat-Servern für einen gewissen Zeitraum gespeichert.
Reichweite Website ... global	402,2 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	30,75 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)
... in Deutschland	6,63 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	627.562 monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)
App Nutzer:innen in Deutschland	4,18 Mio. tägliche Nutzer:innen (September 2021, via similarweb, 14.10.2021)	1,1 Mio tägliche Nutzer:innen (September 2021, via similarweb, 14.10.2021)
Rang der beliebtesten Webseiten in Deutschland	Rang 69 (via similarweb, 13.10.2021)	Rang 2.227 (via similarweb, 13.10.2021)
Wichtigste Nutzungsregionen Website	Brasilien, Indien, Indonesien (via similarweb, 13.10.2021)	Russland, Indien, Ukraine (via similarweb, 13.10.2021)

### 6.2.3.2 Instant-Messenger

Insgesamt wurden vier Messenger untersucht: Die Messenger **WhatsApp** (das soziale Medium mit der höchsten Nutzungsrate in Deutschland (Hölig et al., 2021)) sowie **Telegram**, der als Heimat von Extremist:innen bereits viel diskutiert wurde (Clifford, 2018; Guhl & Davey, 2020; Walther & McCoy, 2021) sowie die europäischen, explizit datenschutzorientierten Angebote **Threema** und **Signal** (s. Tabelle 8). Signal und Threema positionieren sich durchaus auch explizit als Alternative zu Angeboten, die als weniger datenschutzkonform diskutiert werden (v. a. bei WhatsApp wird die Zugehörigkeit zu dem inzwischen in Meta umbenannten Konzern, dem auch Instagram und Facebook angehören, vorgeworfen). Im Vordergrund stehen dabei nicht zuletzt der Wert privater Kommunikation. Telegram mit seiner ursprünglichen Verortung im russischsprachigen Raum betont ebenfalls die Notwendigkeit privater Kommunikation, gerade auch in Staaten, in denen die freiheitlich-demokratische Grundordnung oder Menschenrechte zu wenig Beachtung finden.

Bezüglich der plattformspezifischen **Normen** unterscheiden sich die Messenger teils deutlich. Telegram betrachtet alle Privat- und Gruppenchats als Privatsache und geht nicht gegen illegale Inhalte vor, zudem wird eine Kooperation mit den Strafbehörden verneint. Kanäle,  **Bots** und  **Sticker** können jedoch als illegal oder betrügerisch gemeldet werden. Zudem können Nutzende, die unbekannte Personen belästigt haben, so eingeschränkt werden, dass sie nur noch mit Kontakten aus ihrem Telefonbuch chatten können (Telegram, 2021). Im Gegensatz dazu verbietet WhatsApp strafbare, schädliche Inhalte und das Veröffentlichen von Unwahrheiten und Falschdarstellungen und gibt an, auch gegen solche Inhalte vorzugehen (WhatsApp, 2021). Unklar ist allerdings, wie das genau geschehen soll, da auch hier Inhalte zwischen den Nutzenden verschlüsselt sind. Weder bei Threema noch bei Signal lassen sich Angaben zu unerwünschten Inhalten finden, allerdings gibt Threema an, mit Strafverfolgungsbehörden zu kooperieren. Die **Anonymität** der Nutzenden ist bei Signal und Theema am höchsten. Sowohl bei WhatsApp als auch bei Telegram erfordert die Anmeldung eine Telefonnummer. Threema lässt sich auch ohne Anmeldung via Threema ID nutzen, bei Signal kann auch eine nicht länger aktive Festnetznummer angegeben werden. Auf den Plattformen selbst erfolgt die Darstellung mit Hilfe eines Profilbildes und selbst gewählten Benutzernamens, zumindest bei WhatsApp und Telegram also nicht im engeren Sinne anonym. Zudem kann der geografische Standort bei Telegram mitgeteilt werden.

Die **Konfrontation** mit Inhalten erfolgt bei allen Instant-Messengern darüber, dass jemand einem eine Nachricht schickt bzw. durch das gezielte Suchen nach Stichworten. Besonders ist hier Telegram: Auf der Plattform können Nutzer:innen auch ohne Einladung gezielt nach Gruppen oder Kanälen suchen. Die Diskussion erfolgt bei Messengern zunächst mit den direkten Kontakten, durch die Gruppenfunktion sind jedoch auch Diskussionen mit bislang unbekanntem Personen möglich. Telegram erlaubt dabei Gruppengrößen von bis zu 200.000 Mitgliedern. Keiner der Messenger bieten das Targeting spezifischer Nutzungsgruppen an.

Die meisten Messenger bieten verschiedene **Kommunikationskanäle** an, mindestens one-to-one-Chats und Gruppenchats. Zudem können neben Texten in der Regel auch Bilder, Videos, Audiodateien und Livestreams verbreitet werden. Teilweise gibt es die Möglichkeit, Kanäle einzurichten, durch die an ein Massenpublikum gesendet werden kann. Damit bieten Instant-Messenger Kommunikationstools für verschiedene **Beziehungen** und erleichtern den Wechsel vom themenbezogenen Gruppendiskurs hin zum Vieraugengespräch. Es gibt keine Kennzeichnung von besonders prominenten Accounts, auch wenn sich die Abonnentenzahlen von Kanälen bei Telegram als Indikator für die Popularität bestimmter Themen oder Sender:innen interpretieren lassen.

#### KASTEN 16:

Insgesamt sind die untersuchten Instant-Messenger vor allem in privater Kommunikation verwurzelt. Die Regulation der Kommunikation liegt bei allen Messengern vor allem in den Händen der jeweiligen Nutzer:innen, auch weil die Chats als private Kommunikation Ende-zu-Ende-verschlüsselt („end-to-end“ encryption) und damit von „außen“ nicht einsehbar sind. Allerdings unterscheiden die untersuchten Messenger sich voneinander. Während Signal und Threema eher als kontextgebundene Soziale Medien auftreten, die sich an strengen Datenschutzbestimmungen ausrichten, positioniert sich Telegram eher als soziales Kontermedium. Hier ist das Zusammenfallen verschiedener Kommunikationsebenen besonders auffällig: Von der Massenkommunikation im Telegram-Channel geht es in wenigen Klicks zum Privatgespräch auf der gleichen Plattform.


Tabelle 8: Steckbrief Instant-Messenger.

	WhatsApp	Telegram	Signal	Threema
Gründung	2009	2013	2014	2012
Selbstbeschreibung	„Mehr als 2 Milliarden Menschen in über 180 Ländern nutzen WhatsApp, um mit Freunden und Familie jederzeit und überall in Kontakt zu bleiben. WhatsApp ist kostenlos und bietet einfache, sichere und zuverlässige Nachrichten und Anrufe, die auf Handys in der ganzen Welt verfügbar sind.“ (via DuckDuckGo, 31.08.2021, eigene Übersetzung)	„Telegram ist eine kostenlose Nachrichten-App mit dem Fokus auf Geschwindigkeit und Sicherheit. [...] Mit Telegram kannst du Gruppen-Chats mit bis zu 200.000 Personen erstellen. [...] Außerdem kannst du Videos teilen, die bis zu 1 GB groß sind, mehrere Fotos aus dem Web senden und sofort Medien direkt weiterleiten. [...] Deine Nachrichten werden von Ende zu Ende verschlüsselt. [...] Außerdem kannst du deine Nachrichten und Medien mit einem Selbstzerstörungs-Mechanismus versehen. [...]“ (via DuckDuckGo, 22.09.2021)	„Signal ist eine Messaging-App für die einfache private Kommunikation mit Freunden. Signal nutzt die Datenverbindung Ihres Telefons [...], um sicher zu kommunizieren, unterstützt optional einfache SMS/MMS, um als einheitlicher Messenger zu fungieren, und kann auch die gespeicherten Nachrichten auf Ihrem Telefon verschlüsseln.“ (via <a href="https://github.com/signalapp">https://github.com/signalapp</a> , 06.10.2021)	„Threema Work ist die sichere und datenschutzkonforme Messaging-Lösung für Organisationen jeder Art und Größe. So nutzen Grosskonzerne und KMU, Behörden und Polizeien, Spitäler und Blaulichtorganisationen sowie NGOs und Bildungseinrichtungen Threema Work für interne und externe Kommunikation.“ (via DuckDuckgo.com, 15.09.2021).
Nutzungsbeschreibung	Die Plattform ermöglicht interpersonale und Gruppenkommunikation per Textnachricht, Anruf oder Videoanruf.	Die Plattform ermöglicht interpersonale Kommunikation per Sofortnachrichten, Gruppenfunktionen und das Broadcasting (via Kanalfunktion). Es können Textnachrichten, Anrufe oder Videoanruf, sowie Videostreams realisiert werden.	Die Plattform ermöglicht das Versenden von verschlüsselten Nachrichten (inkl. Medien, Dateien, Standorten, Kontakten) und bietet Audio- und Videotelefonie an.	Die Plattform ermöglicht das Verfassen von Nachrichten sowie das Versenden von Medien, Dateien, Standorten, Umfragen, Kontakten, QR-Codes.
Technische Details	WhatsApp-Chats sind Ende-zu-Ende-verschlüsselt. WhatsApp verfügt über eine Business-API, die es Unternehmen ermöglicht, mit Kunden zu kommunizieren.	Telegram Chats sind Ende-zu-Ende-verschlüsselt. Nachrichten können mit einem Selbstzerstörungsmechanismus versehen werden. Telegram bietet eine Bot-API sowie eine API zum Aufsetzen einer eigenen Infrastruktur an.	Signal setzt auf eine starke Verschlüsselung durch das Signal-Protokoll (früher bekannt als TextSecure-Protokoll), ein kryptografisches Protokoll, das für eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung von Sprachanrufen und Instant-Messaging-Gesprächen verwendet werden kann.	Threema Gateway erlaubt das Senden und Empfangen von Threema-Nachrichten mit eigener Software (API).
Reichweite Website ... global	457,10 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	11,88 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	1,34 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	367.748 monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)
... in Deutschland	9,72 Mio. monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	256.667 monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	169.713 monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)	212.795 monatliche Nutzer:innen (via similarweb, 13.10.2021)
App Nutzer:innen in Deutschland	32,14 Mio. tägliche Nutzer:innen (September 2021, via similarweb, 14.10.2021)	3,31 Mio. tägliche Nutzer:innen (September 2021, via similarweb, 14.10.2021)	3,41 Mio. tägliche Nutzer:innen (September 2021, via similarweb, 14.10.2021)	584.4600 tägliche Nutzer:innen (September 2021, via similarweb, 14.10.2021)
Rang der beliebtesten Webseiten in Deutschland	Rang 57 (via similarweb, 13.10.2021)	Rang 6,966 (via similarweb, 13.10.2021)	Rang 10,533 (via similarweb, 14.10.2021)	Rang 2.253 (via similarweb, 13.10.2021)
Wichtigste Nutzungsregionen Website	Brasilien, Indien, Indonesien (via similarweb, 13.10.2021)	Russland, Indien, Ukraine (via similarweb, 13.10.2021)	USA, Deutschland, Kanada (via similarweb, 13.10.2021)	Deutschland, Schweiz, Österreich (via similarweb, 13.10.2021)

### 6.3 Zusammenfassung: (Dunkle) Soziale Medien als Gelegenheitsstrukturen

Für nahezu jedes Genre Sozialer Medien lassen sich Alternativen finden. Bei den publikationsorientierten Sozialen Medien gibt es jeweils Soziale Kontermedien (**Gab**, **Bitchute**, **Dlive**), die explizit um Akteur:innen werben, die sich anderswo als ausgeschlossen wahrnehmen. Zum Zeitpunkt unserer Untersuchung waren vor allem ultra-konservative, verschwörungstheoretische und rechtsextremistische Inhalte innerhalb weniger Klicks zu finden. Größtenteils wird dabei auf Normen gegen radikale oder extremistische Inhalte verzichtet. Zudem reicht eine (im Zweifelsfall anonyme) E-Mail-Adresse zu Anmeldung. Die Selbstdarstellung kann symbolische Identitäten, etwa über das Profilbild und den Benutzernamen, ausdrücken. Aus Perspektive des Social-Identity-Deindividuation-Modells (SIDE-Modell, Postmes et al., 1998, 2001) ist es daher wahrscheinlich, dass das Verhalten der anderen Nutzer:innen das eigene Verhalten auf der Plattform besonders beeinflusst, z. B. indem auch eigene radikalere Inhalte veröffentlicht werden. **TikTok**, als kontextgebundenes alternatives Soziales Medium spricht keine spezifisch radikale oder ausgegrenzte Community an, wird jedoch für die Zensur bestimmter Inhalte bemängelt.

Auch das soziale Netzwerk **Vkontakte** orientiert sich an einem anderen, in dem Fall dem russischen Rechtsraum. In den technischen Affordanzen und der Selbstpositionierung unterscheiden die beiden Sozialen Netzwerkseiten **Facebook** und **Vkontakte** hingegen kaum. Generell bieten auch kontextgebundene alternative Soziale Medien unterschiedlichen Typs teilweise extremen Inhalten ein Zuhause, das gleiche gilt aber auch für die populären Medien aus dem Meta-Konzern.

Bei den Fringe Communities steht die Diskussion zwischen (anonymen) Accounts im Vordergrund, oft auch der Ausdruck einer gelebten Subkultur, die sich durch  **Memes**, Symbole und Abkürzungen „Außenseiter:innen“ nicht auf den ersten Blick erschließt. Anonymität spielt eine wichtige Rolle und Kommunikationsregeln sind stark reduziert – wem der Ton nicht gefällt, der muss nicht Teil der Community werden. Dabei werden auch extreme, gewaltbefürwortende Inhalte toleriert, solange diese unter sich bleiben – im Zweifelsfall bei spezifischen Chans wie **8Kun**.

Bei den dunklen Instant-Messengern wird Privatsphäre großgeschrieben. Entsprechend beliebt sind diese Anwendungen auch für familiäre Kommunikation oder auch für den Austausch zwischen und mit schutzbedürftigen Gruppen (etwa Schüler:innen). Der Grad der subjektiven Anonymität ist eher gering, oft kennt man sich. Zwar werden auch hier Normen das Verhalten beeinflussen, allerdings steht zu erwarten, dass persönlichen Normen (SIDE-Modell, Postmes et al., 1998, 2001) die wichtigere Rolle spielen. Vor allem **Telegram** verbindet jedoch traditionelle Chatfunktionen mit einer enormen Gruppengröße und kann massenmediale Funktionen ausüben. Der Beitritt zu Gruppen erfolgt nicht länger darüber, dass man sich kennt, sondern per Klick auf den jeweiligen Link. Dadurch verschwimmen die Grenzen zwischen privat und öffentlich, zwischen anonym und nicht-anonym mit entsprechenden Folgen für die Verbreitung radikaler Weltanschauungen.

### 6.6 Fazit und Beantwortung der Forschungsfrage 1

Die Plattformanalyse zeigte, dass sich vielfältige Gelegenheitsstrukturen durch die Verlagerung digitaler Kommunikationsformate ergeben. Insbesondere Soziale Kontermedien und Fringe Communities laden dabei auch radikale Positionen ein. Das zeigt sich sowohl in der Selbstbeschreibung der Plattformen als auch in dem Verzicht auf Normen gegen „dunkle Partizipation“ (Quandt, 2018) wie etwa die Verbreitung von Desinformationen, Verschwörungstheorien oder Hate Speech. Damit ist auch die Ablehnung extremistischer Inhalte und verfassungsfeindlicher Positionen nicht deutlich erkennbar. Die hohe Anonymität lässt zudem eine Anpassung an die Kommunikationsnormen auf diesen Plattformen erwarten.

Bei kontextgebundenen alternativen Sozialen Medien entstehen neue Gelegenheitsstrukturen hingegen eher durch unterschiedliche Rechtsräume, insbesondere den Vergleich zwischen „westlichen“ und (aktuell) östlichen Regulationsrahmen. Bei Instant-Messengern handelt es sich primär um private Kanäle, die natürlich auch Extremist:innen Austauschmöglichkeiten bieten (Kiefer et al., 2017). Hier wird der Anspruch auf den besonderen Schutz privater Kommunikation teilweise mit reichweitenstarken, öffentlichen Funktionen verbunden.

## 7 Literaturanalyse

### 7.1 Methodischer Zugang

Durchgeführt wurde eine Literaturanalyse, ein sogenanntes **Scoping Review**. Auf Basis zuvor festgelegter Schlüsselbegriffe wurden dafür Texte zu relevanten Plattformen (z. B. Telegram, TikTok) zu devianten Inhalten (z. B. extremistische Propaganda, Hate Speech, Verschwörungstheorien), extremistischen Sender:innen (Rechts- und Linksextremismus, Islamistischer Extremismus etc.) und Medientypen (z. B. **Meme**, Video, etc.) identifiziert. Berücksichtigt wurden öffentlich zugänglich Texte mit Bezug zum Thema des Gutachtens in deutscher und englischer Sprache. Eine Verzerrung der Befunde durch den sogenannten Publikations-Bias (die geringere Wahrscheinlichkeit, dass Null-Befunde veröffentlicht werden) lässt sich daher nicht ausschließen (Kicinski et al., 2015; Sutton, 2000). Ausgeschlossen wurden Beiträge, die sich eindeutig anderen Themenfeldern zuordnen ließen (z. B. Telegram als „Möglichkeit für digitales Lernen“), Projektausschreibungen, Stellenanzeigen und PR-Materialien, Leserbriefe, Blogbeiträge o. ä.). Durchsucht wurden wissenschaftliche Datenbanken (Academic Research Ultimo; Media & Communications) sowie Google Scholar ebenso wie die eigene digitale Bibliothek der Erstautorin. Berücksichtigt wurden sowohl wissenschaftlich begutachtete Publikationen als auch Berichte renommierter Institutionen, Organisationen, die sich mit Präventionsarbeit beschäftigen. Insgesamt konnten so 142 Texte identifiziert werden. Ziel war es zum einen, den Kenntnisstand systematisch aufzuarbeiten, und zum anderen, die Prävalenz extremismusbezogener Inhalte in den verschiedenen Plattformen abzuschätzen.

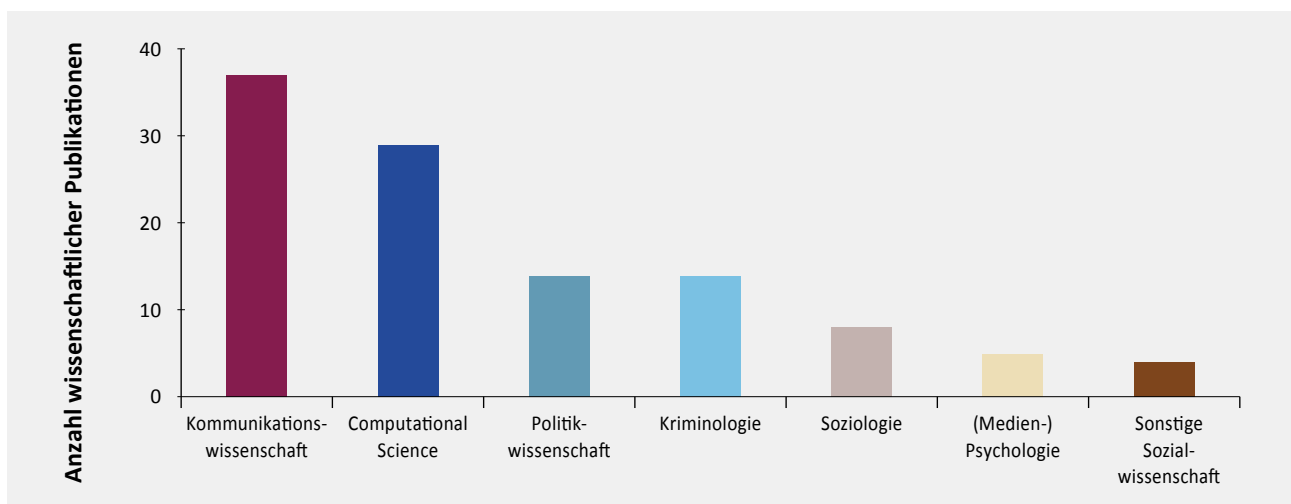
### 7.2 Ergebnisse

Der Großteil der identifizierten Texte entstammte wissenschaftlichen Quellen, knapp ein Fünftel wurden von Behörden oder nicht-staatlichen Quellen veröffentlicht. Neun von zehn wissenschaftlichen Quellen wurden in englischer Sprache veröffentlicht. Bei der grauen Literatur wurden hingegen vor allem deutschsprachige Texte berücksichtigt. Das ermöglichte es, die Spezifika des nationalen Kontextes angemessen zu berücksichtigen.

Die identifizierte Forschungsliteratur wird maßgeblich durch sozialwissenschaftliche (vor allem kommunikationswissenschaftliche) und informationstechnische Arbeiten geprägt. Nur drei Arbeiten gehen auf andere Fachrichtungen zurück (Betriebswirtschaftslehre, Mathematik, Philosophie). Abbildung 4 zeigt die verschiedenen Disziplinen, in denen relevante Publikationen identifiziert werden konnten.

Abbildung 4: Verteilung der identifizierten Texte auf die verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen.

Disziplinen, aus denen nur ein Text identifiziert werden konnte, wurden in der Grafik nicht berücksichtigt.



### 7.2.1 Entwicklung des Forschungsfeldes

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit Extremismus in Online-Medien setzt bereits Anfang der 2000er Jahre ein. Zunächst blieb es jedoch bei einzelnen Beiträgen. So thematisiert ein Bericht der Bundeszentrale für politische Bildung aus dem Jahr 2002 den Einfluss von Rechtsextremen auf die Lebenswelt ihrer (potenziellen) Anhänger:innen vermittelt über das World Wide Web (Pfeiffer, 2002). Der Bericht kommt zu dem Schluss, dass der Breitenwirkung rechtsextremer Ansprache durch die Vielzahl an Internet-Angeboten deutliche Grenzen gesetzt sind. In den Folgejahren verbreitet sich, auch durch die Einführung erfolgreicher Sozialer Medien wie Facebook (2004), YouTube (2005), Twitter (2007) oder Instagram (2010), das Themenfeld und die Anzahl an Publikationen stieg (wenn auch langsam). Die überwiegende Mehrheit der Publikationen in unserer Datenbank stammt aus den Jahren rund um den Beginn der 20er Jahre des 21. Jahrhunderts (s. Abbildung 5). Vor allem seit 2019 werden dabei neben „dem Internet“ und den „Mainstream“ Sozialen Medien erstmals auch dunkle Soziale Medien thematisiert. Abbildung 6 zeigt, dass dennoch insgesamt Studien zu den „Mainstream“ Angeboten dominieren.

Abbildung 5: Entwicklung des Forschungsfeldes im Zeitverlauf.

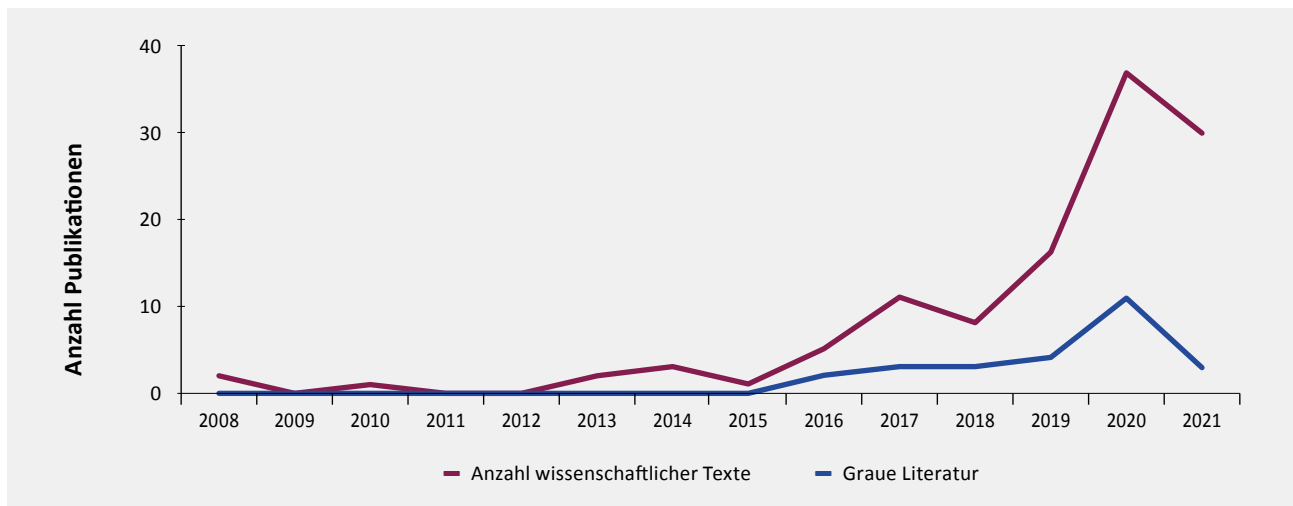
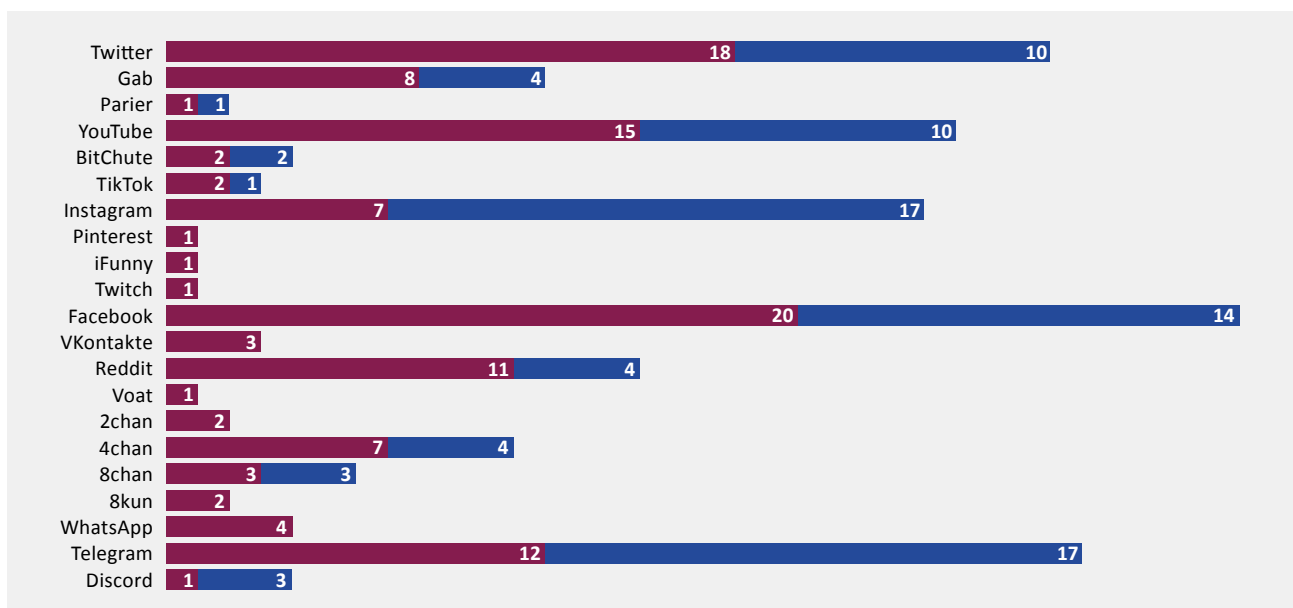


Abbildung 6: Plattformspezifische Studienlage.





## 7.2.2 Evidenzbewertung

Unterschiedliche Forschungsmethoden besitzen eine unterschiedliche Aussagekraft. Im nächsten Schritt galt es daher, die Belegkraft, die Evidenz, in der identifizierten Literatur zu beschreiben. Insgesamt handelt es sich um ein sehr heterogenes Forschungsfeld mit vielen unterschiedlichen Arten von Studien. Im Folgenden wird die Forschungslage daher nach unterschiedlichen methodischen Zugängen gegliedert beleuchtet. Grob lassen sich die Studien dabei nach Eppert et al. (2020) in passiv-beobachtende Verfahren einerseits (☞ **Inhaltsanalysen**, Netzwerkanalysen, Beobachtungen) sowie (inter-)aktive Verfahren (Interviews, Experimente) andererseits unterteilen. Passiv-beobachtenden Verfahren umfassen die Dokumentation und Erstellung von (Medien)-Corpora, Beobachtungsstudien und weitere Verfahren, bei denen die Forschenden v. a. mit Daten arbeiten, die nicht speziell für den Zweck der Studie erstellt wurden. Diese Studien ermöglichen einen Einblick in das Vorhandensein dunkler Partizipation auf den verschiedenen Plattformen. Die Wirkung dieser Inhalte lässt sich aus derartigen Studien jedoch nicht direkt ablesen.

(Inter-)aktive Verfahren erfordern den persönlichen, schriftlichen oder (non-) verbalen Austausch zwischen Forschenden und Proband:innen – etwa in Experimenten oder Befragungsstudien. Unterschiedliche Methoden können auch hier unterschiedliche Aussagen treffen, prinzipiell sind aber Einblicke in die Wahrnehmung und ggf. auch die Wirkung bestimmter Inhalte möglich. Für Aussagen zur kausalen Wirkung sind generell randomisierte Kontrollgruppen oder Langzeitstudien notwendig. Diese sind in der Extremismus(-prävention) jedoch ethisch schwierig (man kann Personen nicht im Labor radikalisieren), weswegen hier oft eher einzelne Aspekte überprüft werden können (etwa Einfluss von Normen auf Verhalten).

Schließlich wurden spezifische Auswertungsverfahren wie Netzwerkanalysen und systematische Überblicksarbeiten, die sowohl auf passiv-beobachtenden oder (inter-) aktiven Studien basieren betrachtet. Netzwerkanalysen beschreiben dabei die Beziehung verschiedener Accounts zueinander (vgl. etwa Abbildung 2), systematische Überblicksarbeiten fassen verschiedene einzelne Studien zusammen und liefern damit einen zusammenfassenden Überblick über den Kenntnisstand in einem bestimmten Bereich.

Insgesamt berichteten mehr als zwei Drittel der identifizierten Texte empirische Daten. Oft handelte es sich dabei um Mehrmethodendesigns, bei denen unterschiedliche Forschungszugänge kombiniert wurden. Studien wurden jeweils einzeln gezählt. Daher konnten mehr als 98 einzelne Studien ausgewertet werden, wobei nicht alle diese Studien dunkle Soziale Medien thematisierten (s. Abbildung 6).

### 7.2.2.1 Passiv-beobachtende Verfahren

Etwa die Hälfte aller Texte behandelte **inhaltsanalytische Verfahren**, die der systematischen Beschreibung von Inhalten dienen. Beispielsweise untersuchten Holt et al. (2020) mit Hilfe einer quantitativen manuellen ☞ **Inhaltsanalyse** Posts aus acht rechtsextremistischen Diskussionsforen. Die Analyse zeigte, dass in diesen Foren insbesondere „klassische“ rassistische, vorurteilsbehaftete Inhalte verbreitet waren. Hoseini et al. (2021) untersuchten Telegram-Posts aus QAnon-bezogenen Kanälen mit Hilfe einer automatisierten ☞ **Inhaltsanalyse**. Die Studie zeigt, dass deutschsprachige QAnon-Inhalte seit 2020 überwogen und sogar häufiger als englischsprachige Inhalte zu finden waren. Zudem waren deutschsprachige (und portugiesische) Posts besonders hasserfüllt und „toxisch“. Zudem zeigten thematische Überschneidungen der QAnon-Diskurse mit den Themen rechtsextremistischer Bewegungen, etwa wenn über deutsche Politik und Hitler diskutiert oder antisemitische Hetze verbreitet wurde.

Vier **ethnografische Beobachtungsstudien** beschrieben neben spezifischen Inhalten auch die sozialen Interaktionen in den untersuchten Sozialen Medien. In einer Studie wurden beispielsweise die Telegram-Kanäle des selbsterklärten „Islamischen Staates“ (IS oder Daesh) untersucht. Bloom et al. (2019) zeigen in dieser Studie, wie die Selbstlöschfunktion der Nachrichten (meist etwa 30 Minuten) eine Norm der permanenten Aufmerksamkeit und konstanten Bereithaltung etablierte und quasi „süchtig“ mache. Auch betonen die Autor:innen die besondere Bedeutung symbolischer Selbstdarstellung als „IS“-Mitglied durch Sticker, ☞ **GIFs**, Bilder und Emojis. Eine weitere

Studie (Crawford et al., 2021) zeigte, wie bestimmte **Memes** je nach Kontext unterschiedlich interpretiert werden. So würde das **Meme** von Pepe-the-frog (eine comicartige Figur) bei 4Chan zwar häufig rechtsextremistisch und rassistisch eingesetzt, sei aber auch im Kontext allgemeiner Freude an Chaos und Unruhen zu finden. Durch die wiederholte Nutzung bestimmter Symbole innerhalb der Chan-Kultur könne sich jedoch eine rassistische Deutung etablieren, die jenseits der „eingeweiheten“ Kreise nur schwer zu erkennen sei.

#### 7.2.2.2 (Inter-)aktive Verfahren

Nur etwa jede zehnte Studie ließ sich den (inter-)aktiven Verfahren zuordnen. Der Großteil dieser Studien nutzte **Interviews** und ermöglichte so zwar einen nuancierten Einblick in die subjektive Wahrnehmung der Befragten, allerdings keine kausalen Schlussfolgerungen. Zudem gab es keine Interviews, die sich direkt mit der Nutzung, Wahrnehmung, oder Wirkung extremistischer Inhalte in dunklen Sozialen Medien beschäftigte. Immerhin zwei Studien thematisieren jedoch alternative (Soziale) Medien, wenn auch nicht im Kontext von Extremismus und Extremismusprävention. Lou et al. (2021) untersuchten die Motivation zur Nutzung von Nachrichteninhalten auf der Telegram, Schwarzenegger (2021) die Motivation zur Nutzung alternativer Nachrichtenmedien. In beiden Studien wurde u. a. auf die Bedeutung sozialer und informationsbezogener Gratifikationen als Nutzungsmotivation hingewiesen. Die weiteren Interviewstudien thematisieren vor allem die Perspektive von (ehemals) radikalisierten Personen, etwa wenn Interviews mit Aussteiger:innen (Bögelein & Meier, 2020) Online-Medien im Allgemeinen thematisieren (Baugut & Neumann, 2020; Gaudette et al., 2020; Koehler, 2014).

Vier Studien waren **Befragungsstudien**. Zwei davon basierten auf der Befragung von Teilnehmenden an extremistischen Online-Diskussionsforen (Wojcieszak, 2008, 2010). Die Autorin zeigte hier, dass das Engagement in rechtsextremistischen Foren mit einer extremistischeren Einstellung und einer stärkeren Überschätzung gesellschaftlicher Zustimmung zu dieser Einstellung einhergeht. Befragungen in Deutschland zeigten, dass Nutzer:innen politischer Facebook-Gruppen stärker zum Glauben an Verschwörungstheorien neigen als nicht-Nutzer:innen (Kaczinski et al., 2019) und deutschsprachige Nutzer:innen von VKontakte eher zur Verbreitung von Hass und Beleidigungen im Netz beitrugen als Nicht-Nutzer:innen (Frischlich et al., 2020). Keine der identifizierten Studien wies ein **Längsschnittdesign** oder ein **experimentelles Design** auf, das kausale Rückschlüsse auf die Auswirkung dunkler Sozialer Medien auf Extremismus und Extremismusprävention zuließen: es könnte also sein, dass Personen mit extremeren Einstellungen diese Foren stärker nutzen oder dass die Nutzung zu extremeren Einstellungen beiträgt.

#### 7.2.2.3 Spezifische Auswertungsverfahren

Dreizehn Studien ließ sich den netzwerkanalytischen Verfahren zuordnen. Bis auf eine Studie (Bögelein & Meier, 2020) basierten alle hier identifizierten Studien auf digitalen Netzwerken. Sechs Studien untersuchte extremistische oder verschwörungstheoretische Inhalte auf reichweitenstarken Sozialen Medien. Fünf Studien untersuchten dunkle Soziale Medien, vor allem Telegram (Holzer, 2021; Rogers, 2020; Urman & Katz, 2020), aber auch VKontakte (Myagkov, Chudinov et al., 2020), Gab und 8kun (Zeng & Schäfer, 2021). Eine Studie demonstriert die Widerstandsfähigkeit extremistischer Strukturen gegenüber Versuchen des De-Platformings, mit Hilfe einer breit angelegten Analyse unterschiedlicher Sozialer Netzwerke (Johnson et al., 2019).

Drei Studien sind dem Typ Übersichtsarbeiten zuzuordnen. Quantifizierende Meta-Analysen konnten nicht identifiziert werden. In keiner der gefundenen systematischen Literaturarbeiten wird spezifisch auf dunkle Soziale Medien eingegangen. In einer Überblicksarbeit aus der Informatik werden verschiedene Studien zur Diskussionsplattform Reddit berichtet (Medvedev et al., 2019). Im Fokus steht jedoch vor allem die Vielfalt der Untersuchungsansätze, weniger die systematische Destillation von Erkenntnissen zu extremistischen Inhalten oder Radikalisierungsprozessen. In einer zweiten informationswissenschaftlichen Übersichtsarbeit thematisieren Trivedi und Singh (2017) Versuche der automatisierten Detektion extremistischer Inhalte mit Hilfe automatisierter Verfahren. Die Literaturanalyse von Odağ et al. (2019) bereitet den Forschungsstand zur Rolle des Internets in Radikalisierungsprozessen. Auch hier dominieren inhaltsanalytische Arbeiten. Auch wenn die Arbeit vor allem „das Internet“ im Allgemeinen thematisiert, wird auf die Bedeutung technischer Affordancen verwiesen, v. a. auch im Hinblick auf die Konfronta-

tion mit Inhalten, die Bildung von Gruppenidentitäten und den anonymen Austausch.

#### KASTEN 17:

**Insgesamt lässt sich festhalten, dass Studien zu etablierten Sozialen Medien dominieren, auch wenn das Forschungsinteresse an dunklen Sozialen Medien zunimmt. Zu letzteren gibt es vor allem Studien, die auf passiv-beobachtende Verfahren und beschreibende Verfahren beruhen. Insbesondere gibt es verschiedene inhaltsanalytische Arbeiten, die sich mit Extremismus, Hatespeech oder Verschwörungstheorien in dunklen Sozialen Medien beschäftigen sowie netzwerkanalytische Arbeiten zur Vernetzung unterschiedlicher Accounts in diesen Kanälen. (Inter-)aktive Studien, bei denen Nutzer:innen befragt und die Wahrnehmung oder gar die Wirkung dunkler Sozialer Medien untersucht werden, sind bislang selten.**

### 7.2.3 Extremismus in dunklen Sozialen Medien

Im nächsten Schritt wurde der Anteil an devianten Inhalten in den verschiedenen Sozialen Medien auf Basis der inhaltsanalytischen Studien näher betrachtet. Für die Sozialen Kontermedien berichten verschiedene Studien jeweils einen höheren Anteil an devianten Inhalten als in den jeweiligen „Mainstream“ Sozialen Medien des gleichen Genres. Bei Gab finden sich vor allem rechtsextremistische Inhalte (Jasser et al., 2021; Lima et al., 2018; Woolley et al., 2019) und verschwörungstheoretische Diskussionen (Zeng & Schäfer, 2021). Auch ist der Anteil an Hate Speech auf der Plattform höher als bei Twitter (Zannettou, Bradlyn et al., 2018). Das Ausmaß an Hass bei Gab scheint zudem zu wachsen (Mathew, Illendula et al., 2019). Möglicherweise, weil mehr Nutzer:innen mit hasserfüllten Inhalten konfrontiert werden und sich an diese deskriptiven „Hassnormen“ auch sprachlich anpassen. Hasserfüllte Postings werden bei Gab zudem belohnt: Accounts, die häufig Hate Speech posten, sind untereinander besser auf der Plattform vernetzt und haben eine höhere Reichweite als Accounts, die keine entsprechenden Inhalte „liefern“ (Mathew, Dutt et al., 2019). Ähnlich sieht es bei BitChute aus: Der Anteil an Hate Speech übersteigt sogar den von Gab. Zudem löst nur ein kleiner Teil der Videos Nutzer:innenreaktionen („Engagement“) aus – fast alle dieser Videos sind hasserfüllt oder verschwörungstheoretisch (Trujillo et al., 2020). Für den alternativen Streamingdienst DLive konnten keine Studien identifiziert werden.

Die (wenigen) verfügbaren Studien zur kontextgebundenen alternativen Plattform VKontakte zeigen, dass vor allem die Relation zum russischen Rechtsraum betrachtet werden muss. So finden auch soziale Bewegungen, die sich gegen den russischen Staat positionieren, auf der Plattform ein wichtiges Werkzeug (Poupin, 2021) und gegen russische Ultranationalisten wird durch die Plattform vorgegangen (Kashpur et al., 2020). Gleichzeitig finden sich sowohl islamistisch-extremistische als auch rechtsextremistische Akteur:innen auf der Plattform (Myagkov, Chudinov et al., 2020; Myagkov, Shchekotin et al., 2020). Generell bieten Sozialen Netzwerkseiten und damit auch kontextgebundene alternative Plattformen (s. auch TikTok) eben auch devianten Communities ein Zuhause.

Wie bereits bei der Plattformanalyse diskutiert, ergeben sich durch die digitalen Affordanzen von Fringe Communities fruchtbare Gelegenheitsstrukturen für Radikalisierungsprozesse. Für Außenseiter:innen ist es dabei oft schwierig, die Grenzen zwischen dem (sehr) dunklen Humor, um den 4Chan herum gebaut wurde (Phillips & Milner, 2017), und terroristischen Inhalten wie denen des Täters von Christchurch, der noch immer auf der Plattform zelebriert wird (Comerford, 2021), zu unterscheiden. Hervorzuheben ist zudem, dass Humor auch absichtsvoll für das „Mainstreaming“ hasserfüllter Ideologien eingesetzt wird (Askanius, 2021; Schmitt, Harles et al., 2020; Schwarzenegger & Wagner, 2018). Die Untersuchung von Fringe Communities wird zusätzlich dadurch erschwert, dass gegen „Eindringlinge“ vorgegangen wird (Colley & Moore, 2020). Klar ist: Der Anteil an hasserfüllten Inhalten ist auf den Chans besonders hoch (Zannettou, Bradlyn et al., 2018), zudem spielen die Imageboards eine zentrale Rolle bei der „Geburt“ politischer **Memes** (Crawford et al., 2021; Zannettou, Caulfield et al., 2018). Auch finden sich Posts, bei denen die Mitglieder bestimmter Boards ermutigt werden, sich nicht nur als digitale Aktivist:innen, sondern sich als „Überlebenskämpfer“ und „Soldaten“ zu verstehen (Elley, 2021).

Bei dem „mainstreamigeren“ Social News Aggregator Reddit sind es eher einzelne Communities, die als Rückzugsort für Extremist:innen diskutiert werden. Insbesondere der (inzwischen gesperrte) Subreddit r/theDonald wurde als Sammelbecken vor allem rassistischer Inhalte diskutiert (Peck, 2020). Das Upvoting entsprechender Inhalte wurde hier genutzt, um Gleichgesinnte zu mobilisieren und eine (radikale) gemeinsame Identität zu befördern (Gaudette et al., 2020). Der Anteil ist aber unterschiedlich hoch: Eine nach der eigentlichen Literaturanalyse erschienene **Inhaltsanalyse** von Reddits r/theDonald, sowie 4Chans und 8Chans /pol boards zeigte, dass etwas mehr als ein Drittel der Inhalte bei 8Chan Hatespeech enthielten, während es bei 4chan ein Viertel der Inhalte war und bei Reddit 14 Prozent (Rieger et al. 2021). Unterschiedliche Subreddits unterscheiden zudem stark voneinander – selbst die gleichen Nutzer:innen passen sich jeweils an die herrschenden Diskursnormen an (Gibson, 2019). So finden sich bei Reddit weniger Gruppen radikaler Impfgegner:innen als bei Facebook – vermutlich, weil die offene Gesprächskultur mehr Gegenrede zulässt (Van Raemdonck, 2019).

### 7.2.3.3 Chat-basierte Soziale Medien

Studien zu Snapchat liegen nicht vor. Discord wird vor allem in Medienberichten und in der grauen Literatur als Koordinierungsinstrument (eher erfolgloser) Kampagnen zur Manipulation der öffentlichen Meinung diskutiert (Colliver et al., 2018; Schmehl, 2017). Auch zu den Instant-Messengern Signal und Threema liegen keine veröffentlichten Studien vor. WhatsApp wird mit verschiedenen Gewalteskalationen aufgrund von Desinformationen in Verbindung gebracht (Aragao, 2017; Arun, 2019). Insbesondere im globalen Süden werden populäre WhatsApp Gruppen, die auch unbekannte Personen umfassen, für die Verbreitung von Desinformationen genutzt, nicht zuletzt auch durch politische Akteur:innen (Abdin, 2019; Garimella & Eckles, 2020; Kazeem, 2019). Correctiv! beschreibt WhatsApp in Deutschland als „Autobahn“, über die Desinformationen und Verschwörungs zu COVID-19 ihr Publikum erreichten (Echtermann, 2020). Allerdings verwundert nicht, dass angesichts der Popularität des Messengers (>80 Prozent der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland nutzt WhatsApp) auch Fälle der Nutzung durch Extremist:innen dokumentiert sind, etwa bei der Planung von Anschlägen (Kiefer et al., 2017). Daten zu den Inhalten von WhatsApp liegen jedoch nicht vor – zwar fordern deutsche und EU-Behörden, die Verschlüsselung von Messengern durch ein „Backdoor“ für Überwachungszwecke aufzuheben, und in Deutschland dürfen (trotz massiver Sicherheitsbedenken) private Daten seit 2021 durch Sicherheitsbehörden gehackt werden (Kluczniok, 2021). Das heißt allerdings noch lange nicht, dass Inhalte auch für Forscher:innen zugänglich sind oder eine radikalisierte Wirkung belegt werden kann.

Telegram wird deutlich stärker in der Literatur diskutiert. Telegram hat sich in Russland in einem Kontext entwickelt, in dem staatliche Überwachung ein hohes Risiko darstellen kann. Entsprechend hoch gehängt wird Anonymität. Gleichzeitig verbindet der Messenger aber private Kanäle mit öffentlichen Kanälen (etwa Gruppen für mehrere tausend Personen). Telegram ist für seine Nutzung durch Extremist:innen spätestens seit Zeiten des „IS“ bekannt (Bloom et al., 2019; Clifford, 2018; Inquirer, 2016; Prucha, 2015; Yayla & Speckhard, 2017). Öffentliche Inhalte des „IS“ werden durch Telegram entfernt, eine durchaus erfolgreiche Störung der extremistischen Netzwerke (Amarsingam et al., 2021). Aber auch Rechtsextremist:innen finden auf der Plattformen einen „safe space to hate“ (Guhl & Davey, 2020, S. 1; s. auch Urman & Katz, 2020; s. Walther & McCoy, 2021) – ebenso wie illegaler Drogenhandel und Pornographie (Jünger & Gärtner, 2020). Spätestens seit dem Ausbruch der Corona-Krise wird zudem die Vernetzung extremistischer Verschwörungsgläubigen berichtet (Holzer, 2021; Hoseini et al., 2021).

## 7.3 Fazit und Beantwortung Forschungsfrage 2

Die Literaturanalyse zeigt, dass extremistische Inhalte in dunklen Sozialen Medien tatsächlich leichter zu finden sind als auf den großen Plattformen. Miller-Idris (2020) beschreibt dunkle Soziale Medien sogar als „hasserfüllte, dehumanisierende Kulturen, bei denen Gewalt zelebriert wird, Verschwörungstheorien zirkulieren und die dabei helfen, Ressentiments, Scham und Frust in Wut und Handlungsaufforderungen zu transformieren“ (S. 141, eigene Übersetzung). Allerdings setzt nur ein verschwindend kleiner Teil der Studien (inter-)aktive Erhebungsmethoden ein, die eine solch transformierende Wirkung belegen könnten.

**KASTEN 18:**

**Die Aufschlüsselung der verschiedenen Typen dunkler Sozialer Medien zeigte, dass sich Soziale Kontermedien und Fringe Communities nicht nur als sichere Häfen für deviante Inhalte positionieren, sondern auch viele solcher Inhalte bieten. Bei den kontextgebundenen Sozialen Medien aus China oder Russland lässt sich eine ähnliche Anziehungskraft nicht feststellen, auch wenn Extremist:innen diese Angebote durchaus nutzen. Bei den primär privaten Instant-Messengern liegen teilweise keine Daten vor. Telegram stellt eine Ausnahme dar (positioniert sich allerdings auch sehr ähnlich zu den Sozialen Kontermedien als Bastion „freier“ Rede). Auch (teil-) öffentliche Kanäle werden hier durch Extremist:innen verschiedenster Ideologien genutzt. Die wenigen verfügbaren Zahlen zeigen aber für alle Plattformen, dass weniger deviante als nicht-deviante Inhalte auf den jeweiligen Plattformen zu finden sind. Auch wenn der relative Anteil schwankt, sind Hass, Gewaltaufrufe, Verschwörungstheorien und ähnliche Inhalte immer in der Minderheit – selbst in dunklen Sozialen Medien.**


Die Nutzer:innen dunkler Sozialer Medien sind in vielerlei Hinsicht blinde Flecken. Das ist insbesondere dann problematisch, wenn vom Vorhandensein bestimmter Inhalte auf eine radikalisierte Wirkung und politische Maßnahmen geschlossen wird, die potenziell zu einer Einschränkung von Grundrechten (etwa auf Privatsphäre, Meinungs- und Informationsfreiheit) beitragen könnten. Zwar zeigen erste Studien, dass der Aufenthalt in einheitlichen Kommunikationsräumen zu einer Überschätzung der gesellschaftlichen Unterstützung für radikale Ansichten beitragen kann (Wojcieszak, 2008), allerdings ist es von einer solchen Überzeugung zu einer Handlung außerhalb des Netzes ein sehr weiter Weg.

## 8 Gesamtdiskussion

### 8.1 Zusammenfassung

Derzeit lassen sich dynamische Veränderungen des Ökosystems Sozialer Medien beobachten, die neue Gelegenheitsstrukturen für Extremist:innen bieten. Insbesondere rücken durch NetzDG und Deplatforming dunkle Soziale Medien in den Fokus der Aufmerksamkeit und werden auch für Extremist:innen wichtiger. Zur Klärung des ambivalenten Begriffs dunkler sozialer Medien wurde vorgeschlagen, darunter zum einen alternative Sozialen Medien zu verstehen, die sich in Relation zu etablierten Sozialen Medien positionieren und sich verschiedenartig von diesem „Mainstream“ abgrenzen. Insbesondere wurden drei Typen herausgearbeitet: (1) Soziale Kontermedien, die etablierten Sozialen Medien in einem bestimmten Kontext in Design und Funktionalität gleichen, sich aber als „sicherer Hafen“ für diejenigen positionieren, die im „Mainstream“ kein Zuhause finden. (2) Kontextgebundene alternative Soziale Medien, die vor allem durch ihre Orientierung an bestimmten Rechtsräumen (etwa China, Russland) von den in Deutschland dominierenden US-Konzern-Angeboten abweichen. (3) Fringe Communities, die spezifische Subkulturen adressieren, ohne zu versuchen, den „Mainstream“ über ihre Funktionalität zu erreichen. Zum anderen wurden darunter auch dunkle Kanäle gefasst, und zwar sowohl primär private Kanäle wie Chat- oder Instant-Messenger als auch Separate Kanäle auf größeren Plattformen.

Soziale Medien wurden generell als komplexe Systeme beschrieben, die sich in einem bestimmten sozio-kulturellen und historischen Kontext und basierend auf einem bestimmten Stand der Technik entwickeln, aber auch durch das Verhalten der Nutzenden und daraus entstehenden und darüberhinausgehenden Mustern geprägt werden. Individuelles Verhalten auf den einzelnen Plattformen wurde als Konsequenz aus drei Aspekten beschrieben: Wie man sich verhalten will (Einstellungen und wahrgenommene Gratifikationen auf einer Plattform), verhalten soll (Injunktiven und Deskriptiven Normen), und verhalten kann (Handlungsmöglichkeiten oder Affordanzen) (Theorie des geplanten Verhaltens, s. Ajzen, 1991; Ajzen & Fishbein, 1970). Aufbauend auf diesem Rahmenwerk wurde erwartet, dass sich unterschiedliche Genres sozialer Medien sowie verschiedene Typen dunkler Sozialer Medien im Ausmaß an devianten Inhalten unterscheiden.

Eine detaillierte qualitative Analyse von 19 Sozialen Medien sowie ein  **Scoping Review** von 142 Texten bestätigte diese Vermutung. Vor allem Soziale Kontermedien und Fringe Communities scheinen (1) auch deviante Einstellungen bzw. Akteur:innen willkommen zu heißen und (2) auf Normen gegen deviante Inhalte zu verzichten. Vor allem in Kombination mit der hohen Anonymität auf diesen Plattformen ist daher eine Anpassung des eigenen Verhaltens an das Verhalten auf diesen Plattformen zu erwarten. Konsequenterweise finden sich hier (3) auch tatsächlich mehr deviante Inhalte als bei den anderen Sozialen Medien (auch wenn der Anteil bei allen Analysen immer unter 50 Prozent liegt). Obwohl die technischen Affordanzen auf den dunklen sozialen Medien dabei oft ähnlich sind, wie die Affordanzen der reichweitenstarken „Mainstream“ Medien, erreichen Soziale Kontermedien und Fringe Communities jeweils nur Bruchteile der Reichweite, die den größeren Anbietern gelingt.

Anders sieht es bei den kontextgebundenen alternativen Sozialen Medien aus. Zwar treten auch hier deviante Inhalte auf, allerdings sind diese Plattformen besser in Relation zu ihrem jeweiligen ursprünglichen Rechtsraum (etwa Russland oder China) zu verstehen, da durchaus auch gegen deviante Inhalte vorgegangen wird – allerdings nicht immer so, dass es deutschen oder europäischen Erwartungen entspricht (etwa wenn TikTok Inhalte löscht, die Europa innerhalb der Grenze des Sagbaren liegen oder Vkontakte Inhalte stehen lässt, die gegen Europäische Normen verstoßen).

Bei den untersuchten dunklen Kanälen, vor allem bei den Instant-Messengern, steht Privatheit im Vordergrund, doch nur bei den Messengern Signal und Thema (zu denen keine Studien vorliegen) kann man auf der Plattform anonym (d. h. ohne Angabe der Telefonnummer) agieren. Insbesondere Telegram (das in gewisser Weise als Soziales Kontermedium bei den Instant-Messengern fungiert) ist jedoch längst über ein Chatprogramm hinausgewachsen und in Teilen eher den (teil-)öffentlichen als den privaten Medien zuzuordnen. Telegram wird auch in der Forschung besonders kritisch diskutiert, verschiedene Studien berichten über die Attraktivität der Plattform für Extremist:innen. Tabelle 9 fasst die verschiedenen Typen dunkler Sozialer Medien als Gelegenheitsstrukturen für deviante Partizipation zusammen.

**Tabelle 9: Zusammenfassung: Dunkle Soziale Medien als Gelegenheitsstrukturen.**

Typus und untersuchte Plattformen	„Eingeladene“ Einstellungen und Akteur:innen	Verkündete Normen	Beobachtete Genres Sozialer Medien	Berichtete Prävalenz devianter Inhalte	Gelegenheitsstruktur für ...
Soziale Kontermedien (Gab, Bitchute, Dlink)	Sicherer Hafen für deviante Positionen	Kaum Normen gegen deviante Inhalte	Publikationsorientierte Formate	Präsenter als im „Mainstream“	Verbreitung und Konsum devianter Inhalte
Fringe Communities (4Chan, 8kun)	Spezifische Subkultur	Keine Normen gegen deviante Inhalte. Auch extreme Inhalte werden toleriert	Diskussionsforen	Am häufigsten hier beschrieben	„dunkle“ Partizipation
Kontextgebundene Soziale Medien (VK, TikTok)	Breite Bevölkerung aber internationaler Kontext	Vergleichbar zu „Mainstream“ Sozialen Medien aber angepasst an spezifischen Kontext	Soziale Netzwerkeiten und publikationsorientierte Plattformen	Ähnlich wie bei „Mainstream“ Sozialen Medien	Verbreitung, Konsum, Vernetzung
Instant-Messenger	Telegram positioniert sich eher als Kontermedium, Signal/Threema eher als kontextgebundene Soziale Medien	Wenige bis keine	Prinzipiell privat aber grade Telegram bietet auch öffentliche Kanäle	Bei Telegram gut dokumentiert, bei Signal/Threema unklar	Austausch Telegram zusätzlich: Verbreitung und Vernetzung

Die Literatursichtung zeigt, dass das Bewusstsein um die Bedeutung dunkler Sozialer Medien in den vergangenen Jahren stark gestiegen ist, und in unterschiedlichen Fachdisziplinen verhandelt wird. Aktuell dominieren passivbeobachtende Verfahren die Literatur. Den großen Wirkungsbefürchtungen steht keine große Datenbasis zur Wirkung dunkler Sozialer Kanäle gegenüber.

## 8.2 Einschränkungen und Ansatzpunkte für zukünftige Studien

### KASTEN 19:

**Die durchgeführten Studien haben einige Einschränkungen, die es bei der Interpretation zu berücksichtigen gilt. Insbesondere wurde eine europäische und vor allem deutsche Perspektive eingenommen, viele der hier besprochenen dunklen Sozialen Medien dienen in anderen, v. a. autoritären Staaten notwendigen menschenrechtlichen Zwecken. Auch sind die Ergebnisse nur als Schnappschuss zu verstehen: Das Ökosystem digitaler Medien entwickelt sich rasant und was heute als alternativ gilt, kann bald schon „Mainstream“ sein. Untersucht wurden zudem nur einzelne der Myriaden digitaler Plattformen und Apps. Auch wenn unterschiedliche Genres sozialer Medien und verschiedene Formen von deviantem Verhalten berücksichtigt wurden, sind weitere Studien notwendig. Insgesamt muss zudem festgehalten werden, dass noch immer viele Fragen rund um dunkle Soziale Medien offen sind, die weiterer Forschung bedürfen.**

Zweifelsohne stellen dunkle Soziale Medien Forschende vor besondere Herausforderungen – sei es durch die Abwehrreaktion von Fringe Communities (Colley & Moore, 2020) bzw. deren spezifische „Insider“-Kommunikationskultur (Crawford et al., 2021; Phillips & Milner, 2017). Ursprünglich private ebenso wie Separate-Kanäle stellen Forschende zudem vor methodische und vor allem vor ethische Herausforderungen (Barbosa & Milan, 2019; Eppert et al., 2020). Allerdings fehlen auch Befragungsstudien, bei denen die Privatsphäre der Befragten gewahrt bleiben könnte. Randomisierte Kontrollgruppenstudien (sowie Meta-Analysen), welche kausale Aussagen ermöglichen würden, fehlen bislang mehr oder weniger vollständig. Selbst wenn manche dieser Studien sich aus ethischen Gründen verbieten–gezielte Aspekte dunkler Sozialer Medien wie etwa Selbstpositionierung, Wahrnehmung der Normen, etc. ließen sich laborexperimentell überprüfen (s. u. a. Alvarez-Benjumea & Winter, 2018) und könnten in zukünftigen Studien systematisch im Hinblick auf eine stärkere Vergleichbarkeit mit der realen Nutzung erweitert werden. Vergleiche zwischen der Nutzung dunkler Sozialer Medien durch Extremist:innen unterschiedlicher Ideologien, für unterschiedliche Formen devianter Kommunikation oder auch der Vergleich zwischen „lichter“ und „dunkler“ Partizipation oder in verschiedenen nationalen Kontexten versprechen ebenfalls wertvolle Erkenntnisse. Forschungsergebnisse zu Präventionsmöglichkeiten speziell in dunklen Sozialen Medien jenseits von Arbeiten zu Deplatforming und Moderation liegen, unseres Wissens nach, nicht vor. Im letzten Kapitel soll trotz des bislang noch lückenhaften Forschungsstandes anhand theoretischer Überlegungen sowie der hier geschilderten empirischen Ergebnisse auf erste Implikationen der Verlagerung digitaler Foren für die Extremismusprävention eingegangen werden. Dazu werden zunächst die zentralen Begriffe und Formen der Extremismusprävention erläutert, bevor diese mit der hier geschilderten Verlagerung hin zu dunklen Sozialen Medien verknüpft werden.

## 9 Implikationen für die Extremismusprävention

### 9.1 Zentrale Begriffe und Formen der Extremismusprävention

#### KASTEN 20:

**Extremismusprävention** kann als Überbegriff für diejenigen Verhaltensweisen, Organisationen und Programme verstanden werden, die darauf ausgerichtet sind, Radikalisierungsprozesse zu unterbrechen oder ganz zu verhindern. In der internationalen Literatur wird auch der Begriff „Counter-Violent Extremism“ (CVE) verwendet. Angelehnt an medizinische Begrifflichkeiten werden oft drei Stadien der Prävention unterschieden: Die *universelle* oder *primäre* Prävention zielt auf die Förderung allgemeiner Widerstandsfähigkeit (*Resilienz*) bei allen Bürger:innen ab. Die *selektive* oder *sekundäre* Prävention adressiert Personen, die als gefährdet gelten (für einen Überblick, s. Glaser et al., 2020) und soll (weitere) Radikalisierungsprozesse verhindern. Die *indizierte* oder *tertiäre* Prävention schließlich wendet sich an Personen, die bereits Mitglieder extremistischer Gruppen sind oder auch schon Gewalt ausgeübt haben (Allroggen et al., 2020; Birdwell, 2020), Ziel ist es hier oft die (erneute) Ausübung von Gewalt zu verhindern sowie die Distanzierung von extremistischen Gruppen und ggf. auch von radikalen Weltanschauungen zu begünstigen..

Überblicksarbeiten bescheinigen Deutschland eine reichhaltige Präventionslandschaft. Ein Großteil der Maßnahmen ist dem Bereich der universellen oder primären Prävention zuzuordnen (Leimbach et al., 2017; Lützing et al., 2020). Aus kriminologischer Perspektive soll universelle Prävention dysfunktionale Prozesse evidenzbasiert verhindern (Groeger-Roth et al., 2020), pädagogische Maßnahmen sind oft weniger sicherheitsfokussiert und zielen eher auf die Förderung von Schutzfaktoren ab (Glaser et al., 2020).

Maßnahmen der universellen Prävention können auf der Mikroebene des einzelnen Individuums, der Mesoebene sozialer Gruppen oder der gesamtgesellschaftlichen Makroebene angesiedelt sein. Individuumszentrierte Maßnahmen dienen etwa der Bekämpfung von Vorurteilen oder der Unterstützung von Identitätsfindungsprozessen (vgl. auch Beelmann et al., 2017). Auf der Mesoebene kann es um die Unterstützung sicherer Bindungen oder das Erleben von Zugehörigkeit und Teilhabe gehen. Auf der gesamtgesellschaftlichen Makro-Ebene schließlich stehen beispielsweise Chancengleichheit, Teilhabe und Anerkennung im Vordergrund.

Maßnahmen der selektiven oder sekundären Prävention sind der zweitgrößte Teil der Präventionsangebote in Deutschland (Lützing et al., 2020). In ihrem Überblickskapitel weisen Glaser et al. (2020) darauf hin, dass es hier besonders wichtig ist, Stigmatisierungen zu vermeiden und sich gezielt an beobachtbaren Verhaltensindikatoren für Radikalisierungsprozesse zu orientieren. Die Autor:innen nennen hierfür fünf Indikatoren: (1) Der Ausdruck demokratiefeindlicher Einstellungen durch die Nutzung antidemokratischer Symbole, entsprechende Äußerungen oder ideologische Provokationen. (2) Zunehmende Dialogunfähigkeit, ein absolutistischer Wahrheitsanspruch oder eine ideologisierte Deutungen von Ereignissen. (3) Gruppenbezogene Ablehnungsvorstellungen und die Verhärtung von Intergruppengrenzen. (4) Soziale Ausgrenzung, aber auch Ablehnung von „Andersdenkenden“. (5) Gewaltausübung und Gewaltakzeptanz.

Maßnahmen der indizierten, tertiären Prävention schließlich sind am seltensten in Deutschland (Lützing et al., 2020), allerdings ist hier die Zielgruppe auch am kleinsten. Ziel der indizierten Prävention ist es, (weitere) Gewalt zu verhindern (Allroggen et al., 2020). Die Autor:innen unterscheiden weiterhin zwischen (a) Deradikalisierung, der Auflösung menschenverachtender Einstellungen und nachhaltigen Änderung radikaler Ideologien, und (b) Demobilisierung (auch Disengagement), der Unterlassung strafbarer und gewalttätiger Handlungen. Indizierte Prävention ist auf systemische Ansätze angewiesen, die neben dem Individuum auch das Umfeld berücksichtigen.



## 9.2 Extremismusprävention und dunkle Soziale Medien

Durch ihre Popularität sind soziale Medien ein relevantes Forum für die Extremismusprävention. Gleichzeitig ist es online um ein Vielfaches leichter, unangenehmen Themen aus dem Weg zu gehen, was für neue Herausforderungen insbesondere bei indizierter Prävention sorgt. Wie bei allen anderen Social Media Kampagnen (etwa Werbung) gilt, dass eine sorgfältige Planung der intendierten Zielgruppen, möglichen Kommunikator:innen, der Botschaften, Kanäle und ein Bewusstsein um die intendierten Effekte und mögliche Nebenwirkungen und wie diese überprüft werden können notwendig ist (van Eerten et al. 2020). Zudem soll nicht der Eindruck erweckt werden, digitale Angebote könnten (oder sollten) Offlineprävention ersetzen. Vielmehr geht es um eine systematische Erweiterung des Angebotskataloges, die mit der zunehmend digitalen Lebensrealität vor allem junger Menschen Schritt hält.

### 9.2.1 Universelle Prävention

#### KASTEN 21:

**Für die universelle Prävention scheinen vor allem reichweitenstarke „Mainstream“ Soziale Medien relevant, da hier besonders viele Onliner:innen erreicht werden können. So könnten Materialien zur Förderung extremismusbezogener Medienkompetenz (Nienierza et al., 2019; Schmitt, Ernst et al., 2020) beispielsweise (auch) in Sozialen Medien zur Verfügung gestellt werden.**

Studien zeigen, dass mediale Aufklärungen über die Strategien extremistischer Propaganda und Warnungen vor Manipulationsversuchen analog zu einer kognitiven Impfung individuelle Abwehrkräfte mobilisieren kann und dadurch vor einer Manipulation durch Extremist:innen schützt (Braddock, 2019; Lewandowsky & Yesilada, 2021). Online bestehen zudem einfache(re) Möglichkeiten für den Austausch mit demokratisch aktiven Personen oder auch zur Bildung demokratischer Identitäten.

Unterschiedliche Genres Sozialer Medien sind für unterschiedliche Zielgruppen relevant (auch wenn natürlich unterschiedliche Akteur:innen jeweils noch eine eigene größere oder kleinere Reichweite haben). Beispielsweise nutzen Journalist:innen Twitter oft als Abbildung der „Stimme des Volkes“ (McGregor, 2019) obwohl Twitter nur von einem geringen Teil der Bevölkerung genutzt wird, der sich zudem systematisch von der allgemeinen Bevölkerung unterscheidet (Hölig, 2018). Gleichzeitig erreicht man dort jedoch eine politisch interessierte Öffentlichkeit, viele Wissenschaftler:innen, Journalist:innen und Politiker:innen sind bei Twitter zu finden.

Bei Kindern und Jugendlichen erfreuen sich vor allem formatorientierte Publikationsplattformen wie YouTube, Instagram oder Twitch großer Beliebtheit (Rathgeb & Schmidt, 2020). Diese Plattformen fokussieren sich auf die Publikation „guter“ (oft unterhaltsamer) Inhalte und einflussreicher Akteur:innen („Influencer“), etwa was auch Präventionskampagnen nutzen könnten. Beispielsweise arbeitet die Bundeszentrale für politische Bildung mit prominenten YouTuber:innen zusammen. Für die Bundestagswahl 2021 etwa auch mit dem HipHopper Eco Fresh. Auch das **öffentlich-rechtliche** Angebot *Funk* ist bei YouTube teils sehr erfolgreich (etwa der Wissenschaftskommunikationskanal MaiLab). Auch zivilgesellschaftliche Akteur:innen nutzen die Logik Sozialer Medien. Beispielsweise nutzt *Ufuq*<sup>6</sup> für die politische Bildungsarbeit im Kontext von Islam, Islamfeindlichkeit und Islamismus auch Facebook. Das Projekt *Expo*<sup>7</sup> Youtube, Instagram und Facebook zum Abbau menschenfeindlicher Einstellungen und für die medienpädagogische Arbeit. Das Projekt *Online Streetwork*<sup>8</sup> ist neben Facebook und Instagram inzwischen auch bei TikTok zu finden. Präventionsakteur:innen sollten sich jedoch bewusst sein, dass die reichweitenstarken Publikationsplattformen alle auch algorithmische Empfehlungen nutzen und man sich eine Community erst aufbauen muss. Entsprechend werden Inhalte, die nicht zu den Logiken der Plattformen passen, wahrscheinlich untergehen. Die Qualität der Inhalte – auch im Sinne von Unterhaltungswert und Professionalität – dürften zentral sein. Letzlich sind hier auch technische Implementierungen von Seiten

6 <https://www.ufuq.de/>

7 <https://ex-position.de/>

8 <https://www.streetwork.online>

der Plattformbetreibenden gefordert, die beispielsweise vielfältige Inhalte priorisieren (s. auch Helberger et al., 2019).

Neben dem Upload eigener Videos, Streams oder Instagram Posts (Content-basierte Präventionsarbeit), könnte jedoch auch die Beteiligung in den Kommentarspalten zu den Inhalten Anderer eine Möglichkeit sein, auf eigene Präventionsinhalte zu verweisen. Livestreaming-Plattformen könnten für Momente des geteilten Erlebens (I-Sharing) genutzt werden, etwa wenn gemeinsam entsprechende Inhalte konsumiert oder diskutiert werden oder gegen Hass und Hetze Position ergriffen wird.

Letztlich muss auch für Bedeutung von Gesprächsnormen sensibilisiert werden. Aktuelle **Überlegungen zu digitaler Medienkompetenz** betonen neben „klassischen“ Anforderungen an medienkompetentes Handeln, wie etwa die Fähigkeit zur Medienkritik, oder das Wissen um das Mediensystem (Baake, 1996) auch prominent gesellschaftlich-kulturelle oder soziale Perspektive der eigenen Mediennutzung (Gesellschaft für Informatik, 2016, Meßmer et al. 2021). Hierzu kann es gehören sich (auch) digital gegen Hass, Ausgrenzung und Extremismus einzusetzen. Wie das geht zeigt u.a. das Arbeitsblatt der Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz NRW<sup>9</sup>. Auch das Präventionsprogramm CONTRA geht auf kritische Medienkompetenzförderung als Extremismusprävention ein (Schmitt, Ernst, et al. 2020). Letztlich ist dabei nicht nur Gegenrede relevant: Das NetzDG ist auf die Meldung von Inhalten angewiesen, um die Plattformen in die Pflicht zu nehmen. Plattformen wie [hassmelden.de](https://hassmelden.de) können dabei helfen. Zudem gilt es über unterschiedliche Soziale Medien inklusive dunkler Sozialer Medien aufzuklären um eine bewusste Nutzungsentscheidung zu ermöglichen.

Die individuelle Verantwortung ist dabei besonders in dunklen Kanälen hoch. Von Account zu Account ist jede:r Einzelne gefordert. Hier stellt sich auch die Frage, inwiefern technische Lösungen wie etwa [Social Bots](#) unterstützend tätig werden könnten. Erste Studien zeigen, dass Chatbots etwa bei Reddit zu einem besseren Diskussionsklima angesichts von Hass und Hetze beitragen können (Bilewicz et al. 2021, de los Riscos et al. 2021).

### 9.2.2 Selektive Prävention

Soziale Medien bieten neue Möglichkeiten für die selektive Prävention. Zum einen kann die Nutzung Sozialer Kontext-Medien und von Fringe Communities als ein Indikator für selektive Prävention herangezogen werden. Dabei ist jedoch zu vermeiden, Nutzer:in unter Generalverdacht zu stellen. Dafür ist die Datenlage zu dünn.

Soziale Medien, die ein Targeting anbieten, können zudem genutzt werden um gezielt Inhalte an Personen mit bestimmten Interessen auszuspielen. So können etwa bestimmte Suchbegriffe benutzt werden, um auf die eigenen Angebote zu verweisen. Die von *MoonshotCV* entwickelte Redirect Methode (MoonshotCVE, 2020) greift etwa auf die gleichen Logiken zurück, die auch Werbung bei YouTube nutzt, um Videos gegen Extremismus zu zeigen. In Deutschland macht sich beispielsweise das *Tag X*<sup>10</sup> Projekt von Drudde11 targeted Advertising zu nutze.

Countermessage Kampagnen betonen zudem die Bedeutung glaubwürdiger Akteur:innen (Ashour 2010), entsprechend könnte der Gewinn (ehemaliger) Nutzer:innen dunkler Sozialer Medien, vor allem prominenter Szenemitglieder, für die Extremismusprävention im Sinne von Aussteiger:innen hilfreich sein (Gansewig & Walsh, 2018). Soziale Medien könnten zudem virtuelle Kontakterfahrungen mit Mitgliedern der Fremdgruppe ermöglichen – etwa, wenn bei Reddit auch in kontroversen Subreddits Gegenrede betrieben wird. Forschung zur *Kontakthypothese* (Allport, 1954) zeigt, dass positiver Kontakt zu Mitgliedern einer Fremdgruppe zum Abbau von Vorurteilen beitragen kann (Dovidio et al., 2017; Pettigrew & Tropp, 2006). Diese Kontakterfahrung kann auch in computervermittelter Kommunikation stattfinden (Banas et al., 2020; Walther et al., 2015). Zudem zeigen neurologische Untersuchungen radikalisierten Individuen, dass die Ablehnung von Gewalt durch Gleichaltrige, das soziale Umfeld, die eigenen „Peers“ die eigene Haltung zur Gewalt erschüttert (Hamid et al., 2019), dunkle soziale Medien könnten ein Forum sein, in dem solche Informationen zugänglich gemacht werden könnten. Hierfür bräuchte es aber ein Umfeld, dass

<sup>9</sup> [https://ajs.nrw/wp-content/uploads/2017/04/AJS-Merkblatt\\_Hate-Speech\\_Links\\_200117.pdf](https://ajs.nrw/wp-content/uploads/2017/04/AJS-Merkblatt_Hate-Speech_Links_200117.pdf)

<sup>10</sup> <https://tag-x.org>

Gegenrede zulässt. Soziale Kontermedien sind dafür wahrscheinlich nicht das richtige Umfeld.

**KASTEN 22:**

**Die Identifikation potenzieller Zielgruppen für sekundäre Präventionsmaßnahmen sowie das Bereitstellen von Information und Kontaktmöglichkeiten in dunklen Sozialen Medien sind nur der erste notwendige Schritte, um eine tragfähige Beziehung für die Präventionsarbeit aufzubauen. Auf Dauer sind „verbindlichere“ Kontaktwege (etwa auch über Messenger, Offlineangebote etc.) notwendig. Die Platzierung von Informationen in Sozialen Konter-Medien und Fringe Communities oder als Suchergebnis für bestimmte Stichworte ist eher als interaktives Plakat zu verstehen, das weitere Maßnahmen ergänzen, aber nicht unbedingt ersetzen kann.**

### 9.2.3 Indizierte Prävention

Im Bereich der tertiären Prävention ist es insgesamt wenig wahrscheinlich, dass Medieninhalte durch den ideologischen Verteidigungsschild der Konsument:innen dringen. Für die Unterstützung von Fachkräften und Angehörigen oder schlicht als konstanter Kommunikationskanal können Soziale Medien aber hilfreich sein. Nicht umsonst nutzen auch Extremist:innen Instant-Messenger, um über eine hohe Frequenz der Kommunikation, die digitale Gemeinschaft präsent zu halten (Bloom et al., 2017). Generell gilt aber: Je weiter der Radikalisierungsprozess fortgeschritten ist, desto eher sind lokale, ganzheitliche Ansätze und ein „counter-engagement“ notwendig (Hamid, 2018; Van Eerten et al., 2020).

**KASTEN 23:**

**In den Bereich der indizierten Prävention fallen letztlich auch die jeweils detailliert abzuwägenden Eingriffe in Grundrechte wie Meinungs- und Informationsfreiheit sprich Maßnahmen wie Löschung, Deplatforming und die Überwachung von Inhalten. Hier ist die reflektierte Zusammenarbeit mit exekutiven Institutionen gefordert. Ein substanzieller Teil (wenn auch bei weitem nicht alle) der untersuchten Sozialen Medien gibt an, mit Strafverfolgungsbehörden zusammenzuarbeiten. Auch wenn diese Zusammenarbeit im Einzelfall sicher mühsam und schwierig ist und länderübergreifende, globale Ansätze erfordert: Strafverfolgung muss letztlich auch die Betreiber:innen alternativer Sozialer Medien in die Pflicht nehmen können.**

Grade Soziale Kontermedien und Fringe Communities können zudem Orte gesteigerten Interesses verstanden werden. Auch wenn die dortige Anonymität die Nachverfolgung erschwert, die Beobachtung dieser Orte zur Identifikation von Gefahrenlagen könnte relevante Erkenntnisse liefern. Ein Beispiel hierfür ist das Konzept des *stochastischen Terrorismus*. Stochastischer Terrorismus wird als Einsatz von Massenkommunikation verstanden, die zu terroristischen Handlungen anstiftet oder inspiriert. Dabei richtet sich die Kommunikation in der Regel gegen eine bestimmte Person oder Personengruppe. Im Gegensatz zum klassischen Terrorismus werden konkrete Ziele und Täter:innen nicht explizit geplant, sondern durch bestimmte Rhetoriken, wie die Dehumanisierung und Dämonisierung bestimmter Individuen, Gruppen, oder Institutionen wahrscheinlicher gemacht. Die Demagog:innen selbst bleiben oft vage in ihren Aufforderungen (Amman & Meloy, 2021). Damit ist der Begriff verwandt zum Konzept der gefährlichen Rede (Benesch, 2021), wie sie im Vorfeld von gewalttätigen Konflikten zwischen Gruppen, etwa Völkermorden beobachtet wurde. Oft handelt es sich bei der zugrundeliegenden Rhetorik um eine Zuschreibung moralischen Fehlverhaltens, oft sind reichweitenstarke Kanäle die Demagog:innen (Marwick, 2021). Entsprechende Diskussionen unter einflussreichen Accounts in dunklen Sozialen Medien oder im Bezug auf relevante „Influencer:innen“ (etwa Politiker:innen) können Hinweise auf mögliche zukünftige Bedrohungslagen liefern. Tabelle 10 fasst die Überlegungen zur Extremismusprävention in (dunklen) Sozialen Medien zusammen.

Tabelle 10: Beispielhafte Nutzbarkeit technischer Affordanzes Sozialer Medien durch die Extremismusprävention.

	Affordanz	Primäre/Universelle Prävention	Sekundäre/selektive Prävention	Tertiäre/Indizierte Prävention
Konfrontation mit Inhalten	Targeting	Maßnahmen zur Förderung extremismusbezogener Medienkritikfähigkeit Politische Bildung	Selbstdarstellung, bestimmte Suchbegriffe und Nutzung Sozialer Konter-Medien und Fringe-Communities als Anlässe für Kontaktversuche	Gezielte Unterstützung von Fachkräften und Angehörigen
	Empfehlungs-algorithmen	Demokratische Empfehlungs-algorithmen	Gezieltes Ausspielen von Gegenbotschaften oder Kon-taktmöglichkeiten	Bereitstellen von Materialien für Angehörige und Fachkräfte. Bereitstellen von Ausstiegs-informationen.
	Dialog mit bislang unbekanntem Personen	Möglichkeit der demokrati-schen Partizipation, z. B. auch des direkten Austausches mit demokratischen Akteur:innen	Positive Kontakterfahrungen mit Mitgliedern der Fremd-gruppe Kontakt mit Präventions-akteur:innen.	Bereitstellen von Ausstiegs-informationen,
Beziehung	Gruppen-kommunikation	Erleben von Zugehörigkeit, Unterstützung von Identitätsfindungsprozessen	Platzierung von Informationen, die homogene radikale Gruppen-identitäten hinterfragen	Gewaltablehnende Peers erschüttern die eigene Haltung zu Gewalt
	Influencer:innen	Beziehungsaufbau zu Akteur:innen der politischen Bildung	Vertrauenswürdige Akteur:innen als zentraler Wirkfaktor von Counter-Message-Kampagnen	Monitoring von Radikalisie-rungsdynamiken und Gefahren-lagen i. S. eines stochastischen Terrorismus
Normen	Anonymität	Sichere Diskussion heikler, schambelasteter Themen, Identitätskonstruktion	Geschützter Rahmen für kritische Fragen und Diskussionen	Ermöglichung von Kontakt-aufnahme bei Ausstiegswunsch
	Community Management	Etablierung deliberativer und empathischer Gesprächsnor-men, digitale Medienkompe-tenz ➔ Social Bots for good	Gewaltfreie Kommunikationsnormen	Löschen und Deplatforming

Anmerkungen. Die genannten Beispiele sind nicht umfassend, sondern lediglich Beispiele für plausible Ansatzpunkte.

## 10 Fazit

Zweifelsohne ergeben sich durch die Verlagerung digitaler Kommunikationsräume und das Aufblühen dunkler Sozialer Medien neue Gelegenheitsstrukturen für Extremist:innen. Gleichzeitig bieten sich auch neue Optionen für Präventionsakteur:innen. Das vorliegende Gutachten zeigt, dass eine differenzierte Betrachtung verschiedener Typen dunkler Sozialer Medien eine informierte Planung von Präventionsangeboten erleichtern kann. Beim „Rückzug in die Schatten“ lassen sich dabei alternative Soziale Medien mit den Subtypen Sozialer Konter-Medien, kontextgebundener Alternativer Medien und Fringe Communities sowie dunkle Soziale Kanäle, die primär privat oder als Searpee-Kanäle auf größeren Plattformen existieren, unterscheiden.

Aus der Perspektive *Social Identity Deindividuation Models* (Postmes et al., 1998) ist es besonders wahrscheinlich, dass in Kanälen, bei denen anonym oder pseudo-anonym kommuniziert wird, eine Anpassung des eigenen Verhaltens an die zu beobachtenden Normen auf der jeweiligen Plattform stattfindet. Gerade Soziale Kontermidien und Fringe Communities laden dabei Verhaltensweisen ein, die anderswo als abweichend markiert werden. Da ist es wenig verwunderlich, dass sich auf diesen Plattformen auch der höchste Anteil an extremistischen Inhalten, Hate-speech und Verschwörungstheorien zeigt.

Bei kontextgebundenen sozialen Medien entstehen ähnliche Gelegenheitsstrukturen wie in den „Mainstream“ sozialen Medien, auch wenn sich Details durch den Bezug auf beispielsweise chinesische oder russische Rahmenbedingungen unterscheiden können. Weder „Mainstream“ noch kontextgebundene Soziale Medien sind frei von extremistischen Inhalten, einfach weil sie von einem substantziellen Teil der Bevölkerung genutzt werden und das eben auch Extremist:innen einschließt. Gleichzeitig kommt den Betreiber:innen dieser Plattformen durch die enorme Reichweite aber natürlich auch eine besondere Verantwortung zu. Auch bei primär privaten Kanälen wie den Privat- oder Kleingruppenchats bei Messengern ist weniger eine Anpassung an Normen auf den Plattformen als vielmehr ein Verhalten entsprechend den eigenen Einstellungen und Normen zu erwarten. Es macht also wahrscheinlich einen großen Unterschied, ob man mit Extremist:innen oder Präventionsakteur:innen chattet.

Letztendlich ist die Datenlage zur Wirkung verschiedener dunkler Sozialer Medien jedoch unbefriedigend. Ein Großteil der Studien beschreibt vor allem Inhalte oder auch digitale Verlinkungen, Studien zum Erleben dieser Plattformen oder gar zu ihrer Wirkung auf die Nutzer:innen wären ein wertvoller Ansatzpunkt für zukünftige Studien. Das vorliegende Gutachten diskutierte dennoch erste Ansatzpunkte für Präventionsakteur:innen mit unterschiedlicher Zielsetzung, die Soziale Medien unterschiedlicher „Schattierungen“ als Teil ihres Präventionsrepertoires stärker berücksichtigen wollen. Insgesamt sind diese Überlegungen jedoch nur als Startpunkte einer, hoffentlich, intensiveren Forschung und Präventionsarbeit in der zunehmend vielfältigen digitalen Lebenswelt mit ihren unterschiedlichen Schattierungen zu verstehen.

#### KASTEN 24

##### Autor:innen

**Dr. Lena Frischlich** ist Kommunikationswissenschaftlerin und Psychologin. Sie leitet die Nachwuchsforschungsgruppe DemoRESILdigital: Demokratische Resilienz in Zeiten von Online-Propaganda, Fake News, Fear- und Hate Speech am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Frischlich forscht zu den Auswirkungen von Digitalisierung und Medienwandel auf (anti-)demokratische Kommunikation. Insbesondere adressiert sie seit 2011 die Inszenierung, Rezeption und Wirkung extremistischer Propaganda sowie medienvermittelte Präventionsangebote.

**Tim Schatto-Eckrodt** ist Kommunikationswissenschaftler. Er ist in der Nachwuchsforschungsgruppe DemoRESILdigital tätig. Schatto-Eckrodt forscht zu Verschwörungstheorien und Desinformationen in digitalen Öffentlichkeiten unterschiedlicher Reichweite. In seiner Forschung setzt er vor allem Methoden der sogenannten *Computational Social Science* zur Analyse großer Mengen digitaler Daten ein und entwickelt diese weiter.

**Julia Völker** ist Kommunikationswissenschaftlerin. Am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster hat sie sich aus einer systemtheoretischer Forschungsperspektive mit Öffentlichkeitstheorien und Konfliktforschung beschäftigt, etwa auch im Kontext von Umweltkommunikation und sozialen Bewegungen. Zudem hat sie sich mit qualitativen und quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung auseinandergesetzt.

## Literaturangaben

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1970). The prediction of behavior from attitudinal and normative variables. *Journal of Experimental Social Psychology*, 6(4), 466–487. <https://doi.org/10/dzrxrbx>
- Allport, G. (1954). *The nature of prejudice* (25th anniversary edition (1979)). Basic Books.
- Allroggen, M., Rau, T., Schmidt, H., & Fegert, J. M. (2020). Handlungsfeld: „Indizierte Extremismusprävention“. In B. Ben Slama & U. Kemmesies (Hrsg.), *Handbuch Extremismusprävention* (S. 505–525). Bundeskriminalamt.
- Alvarez-Benjumea, A., & Winter, F. (2018). Normative change and culture of hate: An experiment on online environments. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3126089>
- Al-Youssef, M. (2021, Januar 13). *Online-Plattformen werfen QAnon raus: Ein notwendiges Übel*. Der Standard. <https://www.derstandard.de/story/2000123234920/deplatforming-ein-notwendiges-uebel>
- Amarasingam, A., Maher, S., & Winter, C. (2021). *How telegram disruption impacts jihadist platform migration*. Centre for Research and Evidence on Security Threats. <https://crestresearch.ac.uk/resources/how-telegram-disruption-impacts-jihadist-platform-migration/>
- Amman, M., & Meloy, J. R. (2021). Stochastic terrorism: A linguistic and psychological analysis. *Perspectives on Terrorism*, 15(5), 2–13. <https://www.jstor.org/stable/27073433>
- Andrew Torba. (2021, September 27). Building technology to power a parallel christian society. *Gab News*. <https://news.gab.com/2021/09/27/building-technology-to-power-a-parallel-christian-society/>
- api—Reddit.com*. (o. J.). reddit. Abgerufen 17. September 2021, von <https://www.reddit.com/wiki/api>
- Aragao, A. (2017, Mai). WhatsApp has a viral rumor problem with real consequences. *BuzzFeed News*, 1–7.
- Arun, C. (2019). On WhatsApp, rumours, and lynchings. *Economic & Political*, 6, 30–35.
- Ashour, O. (2010). Online de-radicalization? Countering violent extremist narratives: Message, messenger and media strategy. *Perspectives on Terrorism*, 4(6), 15–19. <http://terrorismanalysts.com/pt/index.php/pot/article/view/128/html>
- Askanius, T. (2021). On frogs, monkeys, and execution memes: Exploring the humor-hate nexus at the intersection of neo-nazi and alt-right movements in sweden. *Television & New Media*, 22(2), 147–165. <https://doi.org/10.1177/1527476420982234>
- Baake, D. (1996). Medienkompetenz—Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In A. von Rein (Hrsg.), *Medienkompetenz als Schlüsselbegriff* (S. 112–124). Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (DIE).
- Baden, C., & Sharon, T. (2021). Blinded by the lies? Toward an integrated definition of conspiracy theories. *Communication Theory*, 31(1), 82–106. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa023>
- Baele, S. J., Brace, L., & Coan, T. G. (2020). Uncovering the far-right online ecosystem: An analytical framework and research agenda. *Studies in Conflict & Terrorism*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1862895>
- Baldauf, J., Ebner, J., & Guhl, J. (2018). *Hassrede und Radikalisierung im Netz – Der OCCI Forschungsbericht*. Institute for Strategic Dialogue.
- Banas, J. A., Bessarabova, E., & Massey, Z. B. (2020). Meta-analysis on mediated contact and prejudice. *Human Communication Research*, 46(2–3), 120–160. <https://doi.org/10/gghwpc>
- Barbosa, S., & Milan, S. (2019). Do no harm in private chat apps: Ethical issues for research on and with WhatsApp. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 14(1), 49–65. <https://doi.org/10/ggh6fr>
- Baugut, P., & Neumann, K. (2020). Online propaganda use during islamist radicalization. *Information, Communication & Society*, 23(11), 1570–1592. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1594333>
- Beelmann, A., Jahnke, S., & Neudecker, C. (2017). Prävention von Radikalisierungsprozessen: Grundlagen entwicklungsorientierter Maßnahmen. *Neue Kriminalpolitik*, 29(4), 440–449. <https://doi.org/10/gf3hc9>
- Beisch, N., & Koch, W. (2021). 25 Jahre ARD/ZDF-Onlinestudie: Unterwegsnutzung steigt wieder und Streaming/Mediatheken sind weiterhin Treiber des medialen Internets. *Media Perspektiven*, 10, 486–503.
- Beisch, N., & Schäfer, C. (2020). ARD/ZDF-Onlinestudie: Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation, Social Media. *Media Perspektiven*, 9, 462–480.
- Benesch, S. (2021). *Dangerous speech: A practical guide*. <https://dangerousspeech.org/guide/>, Abgerufen am 16.11.2021.
- Benigni, M. C., Joseph, K., & Carley, K. M. (2017). Online extremism and the communities that sustain it: Detecting the ISIS supporting community on Twitter. *PLOS ONE*, 12(12), e0181405. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181405>
- Berger, J. M. (2016). *Nazis vs. ISIS on Twitter: A comparative study of White nationalist and ISIS online social media networks* (September). George Washington University: Program on Extremism.

- Berger, J. M., & Morgan, J. (2015). *The ISIS twitter census* (S. 66–66). [http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis\\_twitter\\_census\\_berger\\_morgan.pdf](http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf)
- Bernard, A. (2019). *Theory of the hashtag*. John Wiley & Sons.
- Biddle, S. (2021, Oktober 12). Revealed: Facebook's secret blacklist of "dangerous individuals and organizations". *The Intercept*. <https://theintercept.com/2021/10/12/facebook-secret-blacklist-dangerous/>
- Bilewicz, M., & Soral, W. (2020). Hate speech epidemic. The dynamic effects of derogatory language on inter-group relations and political radicalization. *Political Psychology*, 41(1), 3–33. <https://doi.org/doi: 10.1111/pops.12670>
- Bilewicz, M., Tempaska, P., Leliwa, G., Dowgiałło, M., Tańska, M., Urbaniak, R., & Wroczyński, M. (2021). Artificial intelligence against hate: Intervention reducing verbal aggression in the social network environment. *Aggressive Behavior*, 47(3), 260–266. <https://doi.org/10.1002/ab.21948>
- Birdwell, J. (2020). Developing effective and ethical 'secondary' intervention programmes to counter radicalisation and polarisation. In M. Littler & B. Lee (Hrsg.), *Digital Extremisms: Readings in Violence, Radicalisation and Extremism in the Online Space* (S. 197–222). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-30138-5\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-030-30138-5_10)
- Bloom, M., Tiflati, H., & Horgan, J. (2017). Navigating ISIS's preferred platform: Telegram. *Terrorism and Political Violence*, 6553, 1–13. <https://doi.org/10/gf3gp8>
- Bloom, M., Tiflati, H., & Horgan, J. (2019). Navigating ISIS's preferred platform: Telegram1. *Terrorism and Political Violence*, 31(6), 1242–1254. <https://doi.org/10.1080/09546553.2017.1339695>
- Bögelein, N., & Meier, J. (2020). Radikalisierung in den Rechtsextremismus aus Netzwerksicht. Eine empirisch begründete Typenbildung. *Kriminologie – Das Online-Journal | Criminology – The Online Journal*, 1, 87–100. <https://doi.org/10.18716/ojs/krimoj/2020.1.6>
- Bögelein, N., Meier, J., & Neubacher, F. (2017). Modelle von Radikalisierungsverläufen – Einflussfaktoren auf Mikro-, Meso- und Makroebene. *Neue Kriminalpolitik*, 29(4), 370–378. <https://doi.org/10/gf3hc6>
- Bouie, J. (2020, September 18). Opinion | Facebook has been a disaster for the world. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/09/18/opinion/facebook-democracy.html>
- Bouko, C., Naderer, B., Rieger, D., Ostaeeyen, P. V., & Voué, P. (2021). Discourse patterns used by extremist Salafists on Facebook: Identifying potential triggers to cognitive biases in radicalized content. *Critical Discourse Studies*, 0(0), 1–22. <https://doi.org/10.1080/17405904.2021.1879185>
- Braddock, K. (2019). Vaccinating against hate: Using attitudinal inoculation to confer resistance to persuasion by extremist propaganda. *Terrorism and Political Violence*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/09546553.2019.1693370>
- Breves, P., Amrehn, J., Heidenreich, A., Liebers, N., & Schramm, H. (2021). Blind trust? The importance and interplay of parasocial relationships and advertising disclosures in explaining influencers' persuasive effects on their followers. *International Journal of Advertising*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/02650487.2021.1881237>
- Brown, W. J. (2021). Involvement with Media Personae and Entertainment Experiences. In P. Vorderer & C. Klimmt (Hrsg.), *The oxford handbook of entertainment theory* (S. 285–305). Oxford University Press.
- Bruns, A. (2019). After the 'APocalypse': Social media platforms and their fight against critical scholarly research. *Information, Communication & Society*, 22(11), 1544–1566. <https://doi.org/10/gf8r25>
- Chandrasekharan, E., Pavalanathan, U., Srinivasan, A., Glynn, A., Eisenstein, J., & Gilbert, E. (2017). You can't stay here: The efficacy of reddit's 2015 ban examined through hate speech. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 1(CSCW), 31:1-31:22. <https://doi.org/10.1145/3134666>
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015–1026.
- Clayton, J. (2020, Oktober 27). Social media: Is it really biased against US Republicans? *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/technology-54698186>
- Clifford, B. (2018). "Trucks, knives, bombs, whatever:" Exploring pro-Islamic state instructional material on Telegram. *CTCS*, 11(5), 23–29.
- Colley, T., & Moore, M. (2020). The challenges of studying 4chan and the Alt-Right: 'Come on in the water's fine'. *New Media & Society*, 1461444820948803. <https://doi.org/10.1177/1461444820948803>
- Colliver, C., Pomerantsev, P., Applebaum, A., & Birdwell, J. (2018). *Smearing Sweden: International influence campaigns in the 2018 Swedish election*.



- Comerford, M. (2021, März 24). Two years on: Understanding the resonance of the christchurch attack on image-board sites. *Global Network on Extremism & Technology*. <https://gnet-research.org/2021/03/24/two-years-on-understanding-the-resonance-of-the-christchurch-attack-on-imageboard-sites/>
- Conway, M., Khawaja, M., Lakhani, S., Reffin, J., Robertson, A., & Weir, D. (2019). Disrupting daesh: Measuring takedown of online terrorist material and its impacts. *Studies in Conflict & Terrorism*, 42(1–2), 141–160. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2018.1513984>
- Costello, M., Hawdon, J., Ratliff, T., & Grantham, T. (2016). Who views online extremism? Individual attributes leading to exposure. *Computers in Human Behavior*, 63, 311–320. <https://doi.org/10/gfv3pd>
- Costello, M., Barrett-Fox, R., Bernatzky, C., Hawdon, J., & Mendes, K. (2020). Predictors of viewing online extremism among america’s youth. *Youth & Society*, 52(5), 710–727. <https://doi.org/10.1177/0044118X18768115>
- Crawford, B., Keen, F., & Suarez-Tangil, G. (2021). *Memes, radicalisation, and the promotion of violence on chan sites—Images*. In the International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM).
- Davey, J., & Ebner, J. (2017). *The fringe insurgency* (S. 36). Institute for Strategic Dialogue.
- Decker, O., Brähler, E., & Psychosozial-Verlag. (2020). *Autoritäre Dynamiken: Alte Ressentiments – neue Radikalität: Leipziger Autoritarismus Studie 2020*. Psychosozial-Verlag.
- de los Riscos, A. M., & D’Haro, L. F. (2021). Toxicbot: A conversational agent to fight online hate speech. In L. F. D’Haro, Z. Callejas, & S. Nakamura (Hrsg.), *Conversational Dialogue Systems for the Next Decade* (S. 15–30). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-981-15-8395-7\\_2](https://doi.org/10.1007/978-981-15-8395-7_2)
- Deutsches Ärzteblatt. (2021, Januar 7). „Mir wurde das Abfackeln meiner Praxis angedroht“. *Deutsches Ärzteblatt*. <https://www.aerzteblatt.de/nachrichten/119864/Mir-wurde-das-Abfackeln-meiner-Praxis-angedroht>
- Digital 2021 Report. (2021). We are Social. <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Discord. (2021). *Community Server Richtlinien*. Discord. <https://support.discord.com/hc/de/articles/360035969312-Community-Server-Richtlinien>
- Dittrich, M., Jäger, L., & Meyer, C.-F. (2020, März 18). *Monitoring rechts-alternativer Medienstrategien: Einordnung relevanter Social Media-Plattformen: Chans, V-Kontakte, Gab.ai, Bitchute*. Belltower.News. <https://www.belltower.news/monitoring-rechts-alternativer-medienstrategien-einordnung-relevanter-social-media-plattformen-chans-v-kontakte-gab-ai-bitchute-95485/>
- Dovidio, J. F., Love, A., Schellhaas, F. M. H., & Hewstone, M. (2017). Reducing intergroup bias through intergroup contact: Twenty years of progress and future directions. *Group Processes and Intergroup Relations*, 20(5), 606–620. <https://doi.org/10/gbvqnb>
- Echtermann, A. (2020, Mai 12). Irreführende Corona-Informationen verbreiten sich vor allem auf Youtube und Whatsapp. *correctiv.org*. <https://correctiv.org/faktencheck/hintergrund/2020/05/12/datenanalyse-nutzer-finden-fragwuerdige-corona-informationen-vor-allem-auf-youtube-und-verbreiten-sie-ueber-whatsapp/>
- Eifert, D. M. (2020). *Evaluation des NetzDG Im Auftrag des BMJV*. 163.
- Eleanor. (2019, Juli 14). *Statement on gab’s fork of mastodon*. Official Mastodon Blog. <http://blog.joinmastodon.org/2019/07/statement-on-gabs-fork-of-mastodon/>
- Elley, B. (2021). „The rebirth of the west begins with you!“—Self-improvement as radicalisation on 4chan. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00732-x>
- Engelmann, I. (2016). *Gatekeeping*. Nomos Verlagsgesellschaft.
- Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. O. (2017). Populist online communication: Introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1279–1292. <https://doi.org/10/gf3ghw>
- Erjavec, K., & Kovačič, M. P. (2012). “You don’t understand, this is a new war!” Analysis of hate speech in news web sites’ comments. *Mass Communication and Society*, 15(6), 899–920. <https://doi.org/10/gfgnmm>
- Eppert, K., Frischlich, L., Bögelein, N., Jukschat, N., Reddig, M., & Schmidt-Kleinert, A. (2020). *Navigating a rugged coastline: Ethics in empirical (de-) radicalization research* (CoRe Research Reports, S. 1–23) [CoRE Connecting research on extremism in North Rhine Westphalia]. BICC.
- Evans, S. K., Pearce, K. E., Vitak, J., & Treem, J. W. (2017). Explicating affordances: A conceptual framework for understanding affordances in communication research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(1), 35–52. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12180>
- Facebook. (2021). *Gemeinschaftsstandards*. Facebook. [https://www.facebook.com/communitystandards/dangerous\\_individuals\\_organizations](https://www.facebook.com/communitystandards/dangerous_individuals_organizations)
- Faddoul, M., Chaslot, G., & Farid, H. (2020). A longitudinal analysis of YouTube’s promotion of conspiracy videos. *ArXiv:2003.03318 [Cs]*. <http://arxiv.org/abs/2003.03318>

- FAQ - 4chan. (o. J.). Abgerufen 17. September 2021, von <https://www.4chan.org/faq#whooperate>
- Firsching, J. (2019, Dezember 6). Reddit Statistiken: 430 Mio. Menschen nutzen Reddit jeden Monat. *FUTUREBIZ*. <https://www.futurebiz.de/artikel/reddit-statistiken/>
- Firsching, J. (2020, Juli 7). Instagram Statistiken 2020: Nutzerzahlen, Stories, Videos & Verweildauer. *FUTUREBIZ*. <https://www.futurebiz.de/artikel/instagram-statistiken-nutzerzahlen/>
- Firsching, J. (2021, August 21). YouTube Statistiken: 2 Mrd. Nutzer\*innen & 1 Mrd. Std. Wiedergabedauer. *FUTUREBIZ*. <https://www.futurebiz.de/artikel/youtube-statistiken/>
- Fischer, P., & Greitemeyer, T. (2010). A new look at selective-exposure effects: An integrative model. *Current Directions in Psychological Science*, 19(6), 384–389. <https://doi.org/10/dfc6ck>
- Forestal, J. (2021). Beyond gatekeeping: Propaganda, democracy, and the organization of digital publics. *Journal of Politics*, 83(1), 306–320. <https://doi.org/10.1086/709300>
- Freelon, D., Marwick, A., & Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197–1201. <https://doi.org/10/gghjcpj>
- Friedberg, B., & Donovan, J. (2019). On the Internet, nobody knows you're a bot: Pseudoanonymous influence operations and networked social movements. *Journal of Design and Science*, 6. <https://doi.org/10.21428/7808da6b.45957184>
- Frischlich, L. (2018). Propaganda<sup>3</sup>: Einblicke in die Inszenierung und Wirkung von Online-Propaganda auf der Makro-Meso-Mikro Ebene [Propaganda<sup>3</sup>: Insights into the staging and effects of online-propaganda on the macro-meso-micro level. In K. Sachs-Hombach & B. Zywiets (Hrsg.), *Fake-News, Hashtags & Social Bots: Neue Methoden der populistischen Propaganda* (Propaganda, S. 133–170). Springer Fachmedien VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-22118-8>
- Frischlich, L. (2021). #dark inspiration: Eudaimonic entertainment in extremist instagram posts. *New Media & Society*, 23(3), 554–577. <https://doi.org/10/gghnhhr>
- Frischlich, L., Schatto-Eckrodt, T., Boberg, S., & Wintterlin, F. (2021). Roots of incivility: How personality, media use, and online experiences shape uncivil participation. *Media and Communication*, 9(1), 195–208. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3360>
- Frischlich, L., Schatto-Eckrodt, T. & Völker, J. (in Vorbereitung), Withdrawal to the shadows. Dark social media as opportunity structures for extremism.
- Gansewig, A., & Walsh, M. (2018). Ehemalige Extremisten in der Präventionsarbeit. *Forum Kriminalprävention*, 4, 17–22.
- Garland, J., Ghazi-Zahedi, K., Young, J.-G., Hébert-Dufresne, L., & Galesic, M. (2020). Countering hate on social media: Large scale classification of hate and counter speech. *ArXiv:2006.01974 [Cs]*. <http://arxiv.org/abs/2006.01974>
- Gaudette, T., Scrivens, R., Davies, G., & Frank, R. (2020). Upvoting extremism: Collective identity formation and the extreme right on Reddit. *New Media & Society*, 146144482095812. <https://doi.org/10.1177/1461444820958123>
- Gesetz zur Bekämpfung des Rechtsextremismus und der Hasskriminalität. (2021). *Bundesgesetzblatt Teil I*, 13, 441.
- Gibson, A. (2019). Free speech and safe spaces: How moderation policies shape online discussion spaces. *Social Media + Society*, 5(1), 205630511983258. <https://doi.org/10.1177/2056305119832588>
- Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception: Classic edition* (2014. Aufl.). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781315740218>
- Glaser, M., Müller, J., & Taubert, A. (2020). Selektive Extremismusprävention aus pädagogischer Perspektive: Zielgruppen, Handlungsfelder, Akteure und Ansätze. In B. Ben Slama & U. Kemmesies (Hrsg.), *Handbuch Extremismusprävention* (S. 351–388). Bundeskriminalamt.
- Gesellschaft für Informatik. (2016). *Dagstuhl Erklärung: Bildung in der digital vernetzten Welt*. [https://gi.de/fileadmin/GI/Hauptseite/Themen/Dagstuhl-Erklärung\\_2016-03-23.pdf](https://gi.de/fileadmin/GI/Hauptseite/Themen/Dagstuhl-Erklärung_2016-03-23.pdf)
- Greer, R. (2020, Mai 11). Weighing the value and risks of deplatforming. *GNET*. <https://gnet-research.org/2020/05/11/weighing-the-value-and-risks-of-deplatforming/>
- Groeger-Roth, F., Heinzlmann, C., Marks, E., Minder, K., Müller, T., & Preuschaft, M. (2020). Universelle Prävention. In B. Ben Slama & U. Kemmesies (Hrsg.), *Handbuch Extremismusprävention* (S. 453–470). Bundeskriminalamt.
- Guhl, J., & Davey, J. (2020). *A safe space to hate: White supremacist mobilisation on telegram*. Institute for Strategic Dialogue. <https://www.isdglobal.org/isd-publications/a-safe-space-to-hate-white-supremacist-mobilisation-on-telegram/>
- Guhl, J., Ebner, J., & Rau, J. (2020). *Das Online-Ökosystem rechtsextremer Akteure* (S. 80). Institute for Strategic Dialogue.
- Hamid, N. (2018). *Don't just counter-message; counter-engage*. 7.
- Hamid, N., Pretus, C., Atran, S., Crockett, M. J., Ginges, J., Sheikh, H., Tobeña, A., Carmona, S., Gómez, A., Davis, R., & Vilarroya, O. (2019). Neuroimaging 'will to fight' for sacred values: An empirical case study with supporters of an Al Qaeda associate. *Royal Society Open Science*, 6(6), 181585. <https://doi.org/10.1098/rsos.181585>

- Helberger, N. (2019). On the democratic role of news recommenders. *Digital Journalism*, 7(8), 993–1012. <https://doi.org/10/gf4h5j>
- Hern, A. (2019, September 25). Revealed: How TikTok censors videos that do not please Beijing. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2019/sep/25/revealed-how-tiktok-censors-videos-that-do-not-please-beijing>
- Hölig, S. (2018). Eine meinungsstarke Minderheit als Stimmungsbarometer?! Über die Persönlichkeitseigenschaften aktiver Twitterer. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66(2), 140–169. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2018-2-140>
- Hölig, S., Hasebrink, U., & Behre, J. (2021). Reuters Institute Digital News Report 2021: Ergebnisse für Deutschland. *Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts*. <https://doi.org/10.21241/SSOAR.73637>
- Hölig, S., Hasebrink, U., & Hans-Bredow-Institut. (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019: Ergebnisse für Deutschland*.
- Holt, K., Ustad Figenschou, T., & Frischlich, L. (2019). Key-dimensions of alternative news media. *Digital Journalism*, 7(7), 860–869. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1625715>
- Holt, T. J., Freilich, J. D., & Chermak, S. M. (2020). Examining the online expression of ideology among far-right extremist forum users. *Terrorism and Political Violence*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/09546553.2019.1701446>
- Holzer, B. (2021). Zwischen Protest und Parodie: Strukturen der „Querdenken“-Kommunikation auf Telegram (und anderswo). In S. Reichardt (Hrsg.), *Die Misstrauensgemeinschaft der Querdenker. Die Corona-Protteste aus kultur- und sozialwissenschaftlicher Perspektive*. Campus Verlag.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Hoseini, M., Melo, P., Benevenuto, F., Feldmann, A., & Zannettou, S. (2021). On the globalization of the qanon conspiracy theory through telegram. *arXiv:2105.13020 [cs]*. <http://arxiv.org/abs/2105.13020>
- Hsueh, M., Yogeewaran, K., & Malinen, S. (2015). „Leave your comment below“: Can biased online comments influence our own prejudicial attitudes and behaviors? *Human Communication Research*, 41(4), 557–576. <https://doi.org/10.1111/hcre.12059>
- Inquirer. (2016). *Telegram’s secret chats, bots boon for ISIS*. <http://technology.inquirer.net/46297/telegrams-secret-chats-bots-boon-for-isis>
- Jahnke, I. (2006). *Dynamik sozialer Rollen beim Wissensmanagement: Soziotechnische Anforderungen an Communities und Organisationen* (1. Aufl.). Dt. Univ.-Verl.
- Jansen, D. (2006). *Einführung in die Netzwerkanalyse: Grundlagen, Methoden, Forschungsbeispiele*. Springer-Verlag.
- Jasser, G., McSwiney, J., Pertwee, E., & Zannettou, S. (2021). ‘Welcome to #GabFam’: Far-right virtual community on Gab. *New Media & Society*, 14614448211024546. <https://doi.org/10.1177/14614448211024546>
- Jhaver, S., Boylston, C., Yang, D., & Bruckman, A. (2021). Evaluating the effectiveness of deplatforming as a moderation strategy on twitter. *J. ACM*, 37(4), 30.
- Johnson, N. F., Leahy, R., Restrepo, N. J., Velasquez, N., Zheng, M., Manrique, P., Devkota, P., & Wuchty, S. (2019). Hidden resilience and adaptive dynamics of the global online hate ecology. *Nature*, 573(7773), 261–265. <https://doi.org/10/ghwn2>
- Jünger, J., & Gärtner, C. (2020). *Datenanalyse von rechtsverstoßenden Inhalten in Gruppen und Kanälen von Messengerdiensten am Beispiel Telegram* (S. 39). Landesanstalt für Medien NRW.
- Kaczins, A., Hennig-Thurau, T., & Sattler, H. (2019). *Social Media & Society Report: Wie Deutschland Soziale Medien nutzt und was das für unsere Gesellschaft bedeutet*. [https://www.marketingcenter.de/sites/mcm/files/downloads/research/lmm/literature/kaczinski\\_hennig-thurau\\_sattler\\_social\\_media\\_and\\_society\\_report\\_2019.pdf](https://www.marketingcenter.de/sites/mcm/files/downloads/research/lmm/literature/kaczinski_hennig-thurau_sattler_social_media_and_society_report_2019.pdf)
- Kashpur, V. V., Myagkov, M., Baryshev, A. A., Goiko, V. L., & Shchekotin, E. V. (2020). Where Russian online nationalists go when their communities are banned: A case study of Russian nationalism. *Nationalism & Ethnic Politics*, 26(2), 145–166. <https://doi.org/10.1080/13537113.2020.1751921>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Keats Citron, D., & Norton, H. (2011). Intermediaries and hate speech: Fostering digital citizenship for our information age. *Boston University Law Review*, 91, 1435–2131. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1764004>
- Kemmesies, U. (2006). *Zukunftsaussagen wagen: Zwischen Verstehen und Erklären – methodologische und theoretische Notizen zur Prognoseforschung im Phänomenbereich Extremismus/Terrorismus* (U. Kemmesies, Hrsg.). Luchterhand.
- Kicinski, M., Springate, D. A., & Kontopantelis, E. (2015). Publication bias in meta-analyses from the Cochrane Database of Systematic Reviews. *Statistics in Medicine*, 34(20), 2781–2793. <https://doi.org/10.1002/sim.6525>

- Kiefer, M., Hüttermann, J., Dziri, B., Ceylan, R., Roth, V., Sworig, F., & Zick, A. (2017). *Lasset uns in sha'a Allah ein Plan machen*. Springer Fachmedien VS.
- Kimball, W. (2021, September 2). *Gab to congress: You're gonna need a warrant for that or you know, talk to doj or something*. Gizmodo. <https://gizmodo.com/gab-to-congress-you-re-gonna-need-a-warrant-for-that-o-1847607826>
- Kluczniok. (2021). *WhatsApp und Co: Geheimdienste dürfen nun per „Staatstrojaner“ mitlesen*. Netzwelt. Abgerufen 8. Oktober 2021, von <https://www.netzwelt.de/news/188787-whatsapp-co-geheimdienste-duerfen-bald-per-staatstrojaner-mitlesen-update.html>
- Koehler, D. (2014). The radical online: Individual radicalization processes and the role of the Internet. *Journal for Deradicalization*, 0(1), 116–134.
- Kraus, S. J. (1995). Attitudes and the prediction of behavior: A meta-analysis of the empirical literature. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(1), 58–75.
- Laufer, D. (2021, Februar 4). *Hasskriminalität: Fällt Telegram wirklich nicht unter das NetzDG?* <https://netzpolitik.org/2021/hasskriminalitaet-faellt-telegram-wirklich-nicht-unter-das-netzdg/>
- Leimbach, K., Mathiesen, A., & Meier, B.-D. (2017). Prävention von Radikalisierung und extremistischer Gewalt. *Neue Kriminalpolitik*, 29(4), 413–423. <https://doi.org/10/gf3hdb>
- Lewandowsky, S., & Yesilada, M. (2021). *Inoculating against the spread of islamophobic and radical-Islamist disinformation*. Center for Research and Evidence on Security Threats.
- Lima, L., Reis, J. C. S., Melo, P., Murai, F., Araújo, L., Vikatos, P., & Benevenuto, F. (2018). Inside the right-leaning echo chambers: Characterizing gab, an unmoderated social system. *arXiv:1807.03688 [cs]*. <http://arxiv.org/abs/1807.03688>
- Lou, C., Jr, E. C. T., Hong, L. X., Pong, X. Y. (Brenda), Lye, W. X. (Rachelle), & Sng, N. G. (Trisha). (2021). When motivations meet affordances: News consumption on telegram. *Journalism Studies*, 22(7), 934–952. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1906299>
- Lützing, S., Gruber, F., & Hedayat, A. (2020). Extremismuspräventionsatlas – eine Bestandsaufnahme präventiver Angebote in Deutschland sowie ausgewählter Präventionsstrategien aus dem europäischen Ausland. In B. Ben Slama & U. Kemmesies (Hrsg.), *Handbuch Extremismusprävention* (Bd. 54, S. 31). Bundeskriminalamt.
- Madrigal, A. (2012). Dark social: We have the whole history of the web wrong. *The Atlantic*. <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/10/dark-social-we-have-the-whole-history-of-the-web-wrong/263523>
- Manning, M. (2009). The effects of subjective norms on behaviour in the theory of planned behaviour: A meta-analysis. *British Journal of Social Psychology*, 48(4), 649–705. <https://doi.org/10.1348/014466608X393136>
- Markert, R. (2020, März 12). *Netz-DG: Vorbild für repressive Regierungen weltweit?* Süddeutsche.de. <https://www.sueddeutsche.de/digital/netz-dg-internetzensur-facebook-1.4840302>
- Marwick, A. E. (2021). Morally motivated networked harassment as normative reinforcement. *Social Media + Society*, 7(2), 205630512110213. <https://doi.org/10.1177/20563051211021378>
- Mathew, B., Dutt, R., Goyal, P., & Mukherjee, A. (2019). Spread of hate speech in online social media. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science - WebSci '19*, 173–182. <https://doi.org/10.1145/3292522.3326034>
- Mathew, B., Illendula, A., Saha, P., Sarkar, S., Goyal, P., & Mukherjee, A. (2019). Temporal effects of unmoderated hate speech in Gab. *arXiv:1909.10966 [cs]*. <http://arxiv.org/abs/1909.10966>
- Mayring, P., & Fenzl, T. (2014). Qualitative Inhaltsanalyse. In B. Traue, L. Pfahl, & L. Schürmann (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 661–673). Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0>
- McGregor, S. C. (2019). Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion. *Journalism*, 20(8), 1070–1086. <https://doi.org/10/ggb6h5>
- Medvedev, A. N., Lambiotte, R., & Delvenne, J.-C. (2019). The anatomy of reddit: An overview of academic research. In F. Ghanbarnejad, R. Saha Roy, F. Karimi, J.-C. Delvenne, & B. Mitra (Hrsg.), *Dynamics On and Of Complex Networks III* (S. 183–204). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-14683-2\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-030-14683-2_9)
- Meißner, A.-K., Sänglerlaub, A., & Schulz, L. (2021). *Quelle: Internet? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test*. Stiftung neue Verantwortung. [https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/studie\\_quelleinternet.pdf](https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/studie_quelleinternet.pdf)
- Mihr, C. (2018, März 16). *Das NetzDG ist gut gemeint, aber schlecht gemacht* | bpb. <https://www.bpb.de/dialog/netzdebatte/265013/das-netzdg-ist-gut-gemeint-aber-schlecht-gemacht>
- Miller-Idriss, C. (2020). *Hate in the Homeland*. Princeton University Press. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9780691205892/html>

- Myagkov, M., Chudinov, S. I., Kashpur, V. V., Goiko, V. L., & Shchekotin, E. V. (2020). Islamist Communities on VKontakte: Identification Mechanisms and Network Structure. *Europe-Asia Studies*, 72(5), 863–893. <https://doi.org/10.1080/09668136.2019.1694645>
- Myagkov, M., Shchekotin, E. V., Chudinov, S. I., & Goiko, V. L. (2020). A comparative analysis of right-wing radical and Islamist communities' strategies for survival in social networks (evidence from the Russian social network VKontakte). *Media, War & Conflict*, 13(4), 425–447. <https://doi.org/10.1177/1750635219846028>
- Näsi, M., Räsänen, P., Hawdon, J., Holkeri, E., & Oksanen, A. (2015). Exposure to online hate material and social trust among Finnish youth. *Information Technology & People*, 28(3), 607–622. <https://doi.org/10.1108/ITP-09-2014-0198>
- Netzwerkdurchsetzungsgesetz, (2017). [https://www.BMJV.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG\\_node.html](https://www.BMJV.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_node.html)
- Neumann, K., & Baugut, P. (2017). „In der Szene bist du wie in Trance. Da kommt nichts an dich heran.“ Entwicklung eines Modells zur Beschreibung von Medieneinflüssen in rechtsextremen Radikalisierungsprozessen. *Studies in Communication | Media*, 6(1), 39–70. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2017-1-39>
- Nienierza, A., Reinemann, C., Fawzi, N., Riesmeyer, C., & Neumann, K. (2019). Too dark to see? Explaining adolescents' contact with online extremism and their ability to recognize it. *Information, Communication & Society*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10/gg4d56>
- Nocun, K., & Lamberty, P. (2020). *Fake Facts*. Quadrigaverlag.
- Nussbaum, M. C. (2011). Perfectionist liberalism and political liberalism. *Philosophy & Public Affairs*, 39(1), 3–45. <https://doi.org/10.1111/j.1088-4963.2011.01200.x>
- O'Callaghan, D., Greene, D., Conway, M., Carthy, J., & Cunningham, P. (2015). Down the (White) rabbit hole: The extreme right and online recommender systems. *Social Science Computer Review*, 33(4), 1–20. <https://doi.org/10.1177/0894439314555329>
- O'Connor, C. (2021). *Hatescape: An in-depth analysis of extremism and hate speech on tiktok* (S. 57). Institute for Strategic Dialogue.
- Odağ, Ö., Leiser, A., & Boehnke, K. (2019). Reviewing the role of the Internet in radicalization processes. *Journal for Deradicalization*, 21, 261–300.
- Oversight board. (2021, Mai). *Oversight Board bestätigt Sperrung von Präsident Trump und befindet Strafe von Facebook für nicht angemessen | Oversight Board*. <https://oversightboard.com/news/226612455899839-oversight-board-upholds-former-president-trump-s-suspension-finds-facebook-failed-to-impose-proper-penalty/>
- Papacharissi, Z. (2016). Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality. *Information, Communication & Society*, 19(3), 307–324. <https://doi.org/10/gc6xxz>
- Papaevangelou, C. (2021, August 21). Evaluating social media platforms' compliance with European Commission-mandated transparency reports. *JOLT*. <http://joltetn.eu/evaluation-transparency-reports/>
- Peck, R. (2020, August 3). The hate-fueled rise of r/the\_donald—And its epic takedown. *Wired*. <https://www.wired.com/story/the-hate-fueled-rise-of-r-the-donald-and-its-epic-takedown/>
- Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(5), 751–783. <https://doi.org/10/fmsz26>
- Pfeiffer, T. (2002). „Das Internet ist billig, schnell und sauber. Wir lieben es“, Rechtsextremisten entdecken den Computer [„The Internet is cheap, fast, and clean. We love it“. Right-wing extremists discover the computer.]. In *Rechtsextremismus im Internet. Recherchen, Analysen, pädagogische Modelle zur Auseinandersetzung mit dem Rechtsextremismus*. Bundeszentrale für politische Bildung. [www.im.nrw.de/sch/35.htm](http://www.im.nrw.de/sch/35.htm)
- Phillips, W. M. (2012). *This is why we can't have nice things: The origins, evolution and cultural embeddedness of online trolling* [Ph.D.]. <https://search.proquest.com/docview/1237277556/abstract/E53C6686D73D419BPQ/1>
- Phillips, W., & Milner, R. M. (2017). *The ambivalent Internet: Mischief, oddity, and antagonism online* (1. Aufl.). Polity.
- Pinel, E. C. (2018). Existential isolation and I-sharing: Interpersonal and intergroup implications. *Current Opinion in Psychology*, 23, 84–87. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2018.01.002>
- Pinel, E. C., & Long, A. E. (2012). When I's meet: Sharing subjective experience with someone from the outgroup. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(3), 296–307. <https://doi.org/10.1177/0146167211433878>
- Pinel, E. C., Long, A. E., Landau, M. J., Alexander, K., & Pyszczynski, T. (2006). Seeing I to I: A pathway to interpersonal connectedness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(2), 243–257. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.2.243>
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1998). Breaching or building social boundaries? SIDE-effects of computer-mediated communication. *Communication Research*, 25(6), 689–715. <https://doi.org/10/ffsbdn>

- Postmes, T., Spears, R., Sakhel, K., & Groot, D. D. (2001). Social influence in computer-mediated communication: The effects of anonymity on group behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(10), 1243–1254. <https://doi.org/10.1177/0146164201010010>
- Poupin, P. (2021). Social media and state repression: The case of VKontakte and the anti-garbage protest in Shies, in Far Northern Russia. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v26i5.11711>
- Prucha, N. (2015). IS and the Jihadist information highway – Projecting influence and religious identity via telegram. *Perspectives on Terrorism*, 10(3), 48–58.
- Quandt, T. (2018). Dark participation: Manipulative user engagement in the news making process. *Media and Communication*, 6(4), 36–48. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v6i4.1519>
- Rathgeb, T., & Schmid, T. (2020). *JIM-Studie 2020 Jugend, Information, Medien: Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020\\_Web\\_final.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf)
- Reinemann, C., Ninierza, A., Fawzi, N., Riesmeyer, C., & Neumann, K. (2019). *Jugend — Medien — Extremismus. Wo Jugendliche mit Extremismus in Kontakt kommen und wie sie ihn erkennen*. Springer Fachmedien VS.
- Reuter, M. (2020, Juli 22). *QAnon: Twitter dreht Pro-Trump-Verschwörungskult den Saft ab*. <https://netzpolitik.org/2020/qanon-twitter-dreht-pro-trump-verschwörungskult-den-saft-ab/>
- Ribeiro, M. H., Ottoni, R., West, R., Almeida, V. A. F., & Meira, W. (2020). Auditing radicalization pathways on YouTube. *Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, 131–141. <https://doi.org/10.1145/3351095.3372879>
- Rieger, D., Frischlich, L., Rack, S., & Bente, G. (2020). Digitaler Wandel, Radikalisierungsprozesse und Extremismusprävention im Internet. In B. Ben Slama & U. Kemmesies (Hrsg.), *Handbuch Extremismusprävention* (S. 351–388). Bundeskriminalamt.
- Rieger, D., Kümpel, A. S., Wich, M., Kiening, T., & Groh, G. (2021). Assessing the extent and types of hate speech in fringe communities: A case study of alt-right communities on 8chan, 4chan, and reddit. *Social Media + Society*. Advanced online publication, DOI: 10.1177/205630512111052906
- Ritzman, A., Schindler, H.-J., & Macori, M. (2020). *NetzDG 2.0 Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG) und Untersuchung zu den tatsächlichen Sperr- und Löschprozessen von YouTube, Facebook und Instagram*. Counter Extremism Project Berlin. <https://www.counterextremism.com/sites/default/files/CEP%20NetzDG%202.0%20Policy%20Paper.pdf>
- Rogers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme internet celebrities to telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, 35(3), 213–229. <https://doi.org/10.1177/0267323120922066>
- Rottweiler, B., & Gill, P. (2020). Conspiracy beliefs and violent extremist intentions: The contingent effects of self-efficacy, self-control and law-related morality. *Terrorism and Political Violence*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/09546553.2020.1803288>
- Schmehl, K. (2017). Diese geheimen Chats zeigen, wer hinter dem Meme-Angriff #Verräterduell aufs TV-Duell steckt. *BuzzFeed News*, 1–9.
- Schmitt, J. B., Ernst, J., Rieger, D., & Roth, H.-J. (2020). Die Förderung von Medienkritikfähigkeit zur Prävention der Wirkung extremistischer Online-Propaganda. In J. B. Schmitt, J. Ernst, D. Rieger, & H.-J. Roth (Hrsg.), *Propaganda und Prävention* (S. 29–44). Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-28538-8\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-28538-8_2)
- Schmitt, J. B., Harles, D., & Rieger, D. (2020). Themen, Motive und Mainstreaming in rechtsextremen Online-Memes. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 73–93. <https://doi.org/DOI:10.5771/1615-634X-2020-1-1>
- Schmitt, J. B., Rieger, D., Rutkowski, O., & Ernst, J. (2018). Counter-messages as prevention or promotion of extremism?! The potential role of youtube: Recommendation algorithms. *Journal of Communication*, 68(4), 780–808. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy029>
- Schulze, H., Hohner, J., & Rieger, D. (im Druck). Soziale Medien und Radikalisierung. In L. Rothenberger, J. Krause, J. Jost, & K. Frankenthal (Hrsg.), *Terrorismusforschung. Interdisziplinäres Handbuch für Wissenschaft und Praxis*. Nomos.
- Schwarzenegger, C. (2021). Communities of darkness? Users and uses of anti-system alternative media between audience and community. *Media and Communication*, 9(1), 99–109. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v9i1.3418>
- Schwarzenegger, C., & Wagner, A. (2018). Can it be hate if it is fun? Discursive ensembles of hatred and laughter in extreme right satire on Facebook. *SCM Studies in Communication and Media*, 7(4), 473–498. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-4-473>

- Shane, P. M. (2004). *Democracy online: The prospects for political renewal through the Internet*. Psychology Press.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). *Gatekeeping Theory*. Routledge.
- Snapchat. (2021). *Community-Richtlinien* — Snap Inc. <https://snap.com/de-DE/community-guidelines>
- Spiegel. (2021, September 7). Brasiliens Präsident Bolsonaro erschwert Löschung von Netzinhalten. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/brasilien-praesident-bolsonaro-erschwert-loeschung-von-netz-inhalten-a-2b899f94-6c65-4502-a546-9efb557e86bc>
- Stern, J., & Berger, J. M. (2016). *ISIS: The State of Terror* (2nd ed.). Ecco.
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576. <https://doi.org/10/d6p3kx>
- Stroud, N. J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. Oxford University Press, USA.
- Sutton, A. J. (2000). Empirical assessment of effect of publication bias on meta-analyses. *BMJ*, 320(7249), 1574–1577. <https://doi.org/10.1136/bmj.320.7249.1574>
- Taddicken, M., & Schmidt, J.-H. (2017). Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 3-22.). Springer Fachmedien. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-03765-9\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-03765-9_1)
- Tarrow, S. (1988). National politics and collective action: Recent theory and research in Western Europe and the United States. *Annual Review of Sociology*, 14, 421–440.
- Telegram. (2021). *Fragen und Antworten*. Telegram. <https://telegram.org/faq?setln=de>
- Teune, S. (2018). Warum wir nicht vom „Extremismus“ reden sollten. In M. von Drachenfels, P. Offermann, & C. Wunderlich (Hrsg.), *Radikalisierung und (De-)Radikalisierung in Deutschland – Eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung*. Leibniz-Institut Hessische Stiftung Friedens- und Konfliktforschung.
- Torba, A. (2021, August 5). Advertising on Gab. *Gab News*. <https://news.gab.com/2021/08/05/advertising-on-gab/>
- Trivedi, N. K., & Singh, S. K. (2017). A systematic survey on detection of extremism in social media. *International Journal of Research and Scientific Innovation (IHRIS)*, 4(7), 94–103.
- Trujillo, M., Gruppi, M., Buntain, C., & Horne, B. D. (2020). What is bitchute? Characterizing the „free speech“ alternative to youtube. *Proceedings of the 31st ACM Conference on Hypertext and Social Media*, 139–140. <https://doi.org/10.1145/3372923.3404833>
- Tufekci, Z. (2018, März). YouTube, the great radicalizer. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/>
- Twitch Statistics & Charts. (2021, September 17). TwitchTracker. <https://twitchtracker.com/statistics>
- Twitter. (2021, Oktober 1). Anzeigengruppen. *Twitter for business*. <https://business.twitter.com/de/help/campaign-editing-and-optimization/ad-groups.html>
- Urman, A., & Katz, S. (2020). What they do in the shadows: Examining the far-right networks on Telegram. *Information, Communication & Society*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1803946>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stępińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27. <https://doi.org/10/f94bkm>
- van Eerten, J. J., Doosje, B., Konijn, E. A., & De Graaf, B. (2020). *Challenging extremist views on social media: Developing a counter-messaging response*. Routledge.

- Van Raemdonck, N. (2019). *The echo chamber of anti-vaccination conspiracies: Mechanisms of radicalization on facebook and reddit* (SSRN Scholarly Paper ID 3510196). Institute for Policy, Advocacy and Governance (IPAG). <https://papers.ssrn.com/abstract=3510196>
- VKontakte. (2021, Oktober 1). *VK Safety Guidelines*. <https://vk.com/safety>
- Walther, J. B., Hoter, E., Ganayem, A., & Shonfeld, M. (2015). Computer-mediated communication and the reduction of prejudice: A controlled longitudinal field experiment among Jews and Arabs in Israel. *Computers in Human Behavior*, 52, 550–558. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.08.004>
- Walther, S., & McCoy, A. (2021). US extremism on telegram: Fueling disinformation, conspiracy theories, and accelerationism. *Perspectives on Terrorism*, 15(2), 100–124.
- Welch, T. (2018). Theology, heroism, justice, and fear: An analysis of ISIS propaganda magazines Dabiq and Rumiya. *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 11(3), 186–198. <https://doi.org/10.1080/17467586.2018.1517943>
- WhatsApp. (2021, Januar 4). *Nutzungsbedingungen – Europäischer Wirtschaftsraum*. WhatsApp.com. <https://www.whatsapp.com/legal/terms-of-service-eea/?lang=de>
- Wojcieszak, M. (2008). False consensus goes online: Impact of ideologically homogeneous groups on false consensus. *Public Opinion Quarterly*, 72(4), 781–791. <https://doi.org/10/dj9vbq>
- Wojcieszak, M. (2010). ‘Don’t talk to me’: Effects of ideologically homogeneous online groups and politically dissimilar offline ties on extremism. *New Media & Society*, 12(4), 637–655. <https://doi.org/10.1177/1461444809342775>
- Wong, J. C. (2018, September 5). *Don’t give Facebook and YouTube credit for shrinking Alex Jones’ audience* | Julia Carrie Wong. The Guardian. <http://www.theguardian.com/commentisfree/2018/sep/04/alex-jones-infowars-social-media-ban>
- Woolley, S. C., Pakzad, R., & Monaco, N. (2019). *Incubating hate: Islamophobia and Gab*. German Marshall Fund of the United States. <https://www.jstor.org/stable/resrep21229>
- Yayla, A. S., & Speckhard, A. (2017). *Telegram: The mighty application that ISIS loves* (S. 1–9).
- Zannettou, S., Bradlyn, B., De Cristofaro, E., Kwak, H., Sirivianos, M., Stringhini, G., & Blackburn, J. (2018). What is Gab? A bastion of free speech or an alt-right echo chamber? *Track: The Third International Workshop on Cybersafety, Online Harassment, and Misinformation*. WWW. <https://doi.org/10/gfzcbp>
- Zannettou, S., Caulfield, T., Blackburn, J., De Cristofaro, E., Sirivianos, M., Stringhini, G., & Suarez-Tangil, G. (2018). On the origins of memes by means of fringe web communities. *ACM Internet Measurement Conference*. <http://arxiv.org/abs/1805.12512>
- Zeng, J., & Schäfer, M. S. (2021). Conceptualizing „dark platforms“. Covid-19-related conspiracy theories on 8kun and gab. *Digital Journalism, Ahead-of-print*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1938165>
- Ziegele, M., Jost, P., Bormann, M., & Heinbach, D. (2018). Journalistic counter-voices in comment sections: Patterns, determinants, and potential consequences of interactive moderation of uncivil user comments. *Studies in Communication | Media*, 7(4), 525–554. <https://doi.org/10/gf3gk2>
- Ziegele, M., Jost, P., Frieß, D., & Naab, T. (2019). *Aufräumen im Trollhaus. Zum Einfluss von Community-Managern und Aktionsgruppen in Kommentarspalten*. Düsseldorf Institute for Internet and Democracy.



## Anhang

## Genres Sozialer Medien aufbauend auf Taddicken &amp; Schmidt, 2017

Genre	Subgenre	Beschreibung	Beispiele
Publikationsorientierte Soziale Medien	Blogs	Meist Webseiten, auf denen relativ regelmäßig neue Beiträge veröffentlicht werden. Blogs können von einzelnen ebenso wie von mehreren Personen betrieben werden (für eine Diskussion verschiedener Formate, s. Bruns, 2005). Blogs sind meistens rückwärts chronologisch sortiert, so dass der aktuellste Beitrag zuoberst erscheint.	Das Projekt Modus ZAD bloggt unter <a href="https://modus-zad.de/publikationen/blog/">https://modus-zad.de/publikationen/blog/</a> über Extremismus und Extremismusprävention
	Microblogs	Basieren auf der Verbreitung kurzer Nachrichten (bspw. 280 Zeichen bei Twitter). Ähnlich wie bei „großen“ Blogs werden auf dem eigenen Account die neuesten Nachrichten zuerst angezeigt. Als angemeldete:r Nutzer:in sieht man die Inhalte der Accounts, denen man „folgt“, und auch die eigenen Inhalte erreichen primär die Personen, die den eigenen Account abonniert haben (die „followers“ (in etwa „Abonnett:innen“)). Durch die Verwendung bestimmter Begriffe und Themenindikatoren (Hashtags #) können jedoch auch Inhalte von Accounts, denen man nicht folgt, angezeigt werden und die eigenen Inhalte in einen größeren Diskurs eingebracht werden.	Twitter, Gab, Parler
	Nicht-textbasierte Formate	Statt Texten können z. B. Audioformate (wie Podcasts) oder Videos im Vordergrund stehen. Oft können diese über spezifische Plattformen wie den Musikstreamingdienst Spotify abonniert werden, so dass Nutzer:innen automatisiert über neue Folgen informiert werden.	Das NETTZ diskutierte zur Bundestagswahl 2021 im Podcast DISKURS zur Wahl u. a. über Hass im Netz und Verschwörungstheorien.
	Formatorientierte Publikationsplattformen	Digitale Plattformen, bei denen die Veröffentlichung spezifischer Medienformen (z. B. Videos, Bilder, Audiodateien) im Vordergrund stehen (s. bspw. Leaver et al., 2020, für eine Betrachtung von Instagram).	YouTube, Instagram, TikTok, BitChute
	Livestreaming Plattformen	Digitale Plattformen, bei denen die unmittelbare Veröffentlichung von Inhalten, etwa von Videos, Audiodateien oder ähnlichem, im Vordergrund steht. Eine Sonderform sind hyperlokale Angebote, bei denen Inhalte basierend auf den GPS-Daten ausgewählt werden und nur Inhalte aus der unmittelbaren Umgebung angezeigt werden.	Twitch, DLive

Genre	Subgenre	Beschreibung	Beispiele
Digitale Plattformen	Soziale Netzwerke	Digitale Plattformen, bei denen (zumindest ursprünglich) die Selbstdarstellung durch das eigene Profil und die festgelegten und oft einsehbaren Beziehungen zu anderen Nutzer:innen im Vordergrund stand (vgl. Boyd & Ellison, 2007).	Facebook, VKontakte
	Diskussionsplattformen	Hier steht die thematische Sortierung von Inhalten in sogenannten Threads im Vordergrund. Subtypen sind: (1) Textbasierte Diskussionsforen, die es bereits seit dem Vorgänger des Internets, dem Usenet, gibt (Turner et al., 2005). Sie sind oft bestimmten Themen zugeordnet (z. B. fotocommunity.de) oder in größere Webseiten eingebettet, etwa bei Online-Zeitungen. (2) Imageboards (auch: chans), bei denen der Fokus eher auf Bildmaterial liegt. (3) Social News Aggregatoren (wie Reddit) sind sowohl durch Bild- als auch durch Textbeiträge gekennzeichnet, wobei die Anzeige der Beiträge durch die Bewertung der anderen Nutzer:innen bestimmt wird: Beiträge mit vielen Aufwertungen (upvotes) werden prominenter angezeigt als Beiträge, die viele Abwertungen (downvotes) erhalten haben.	Spiegel Online-Forum, Reddit, 4Chan, 8chan, 8kun
Chats	Instant-Messenger	Ursprünglich vor allem textbasierte und gleichzeitig stattfindende („synchrone“) Kommunikation (z. B. Yahoo Messenger). Auf dem Smartphone haben sich als Weiterentwicklung der SMS („Short-Messaging-System“) populäre Anwendungen mit synchronen und asynchronen Elementen entwickelt, die ebenfalls als Instant-Messenger bezeichnet werden (z. B. WhatsApp). Instant-Messenger sind meist dialogisch aufgebaut, neuere Inhalte stehen als Antworten ganz unten.	WhatsApp, Telegram, Signal
	Chat Messenger	Angebote, die zwischen Instant-Messengern und Chats angesiedelt sind und textuelle Elemente mit einem spezifischen Fokus auf synchronem oder zumindest zeitbegrenztem Austausch fokussieren.	Snapchat, Discord
	Audio bzw. Videochat	Chatsysteme, bei denen das Videostreaming bzw. die Kommunikation via Audio im Vordergrund steht. Videochats finden synchron statt, auch wenn eine Aufzeichnung des Chats möglich ist. Eine Sonderform sind spatial chats (z. B. wonder me, gathertown), bei denen die Übertragung des Tons durch die Bewegung eines digitalen Abbilds, eines Avatars, gesteuert wird.	Skype, Zoom, Gathertown, wonder, Clubhouse

## Glossar

### Application Programming Interface (API)

Programmierschnittstellen (englisch: *Application programming interface*, kurz APIs) verbinden verschiedene Komponenten miteinander. Sie erlaubt es zum Beispiel Software es auf bestimmte Funktionen anderer Software zurückzugreifen, mit externen Systemen zu kommunizieren und regeln allgemein den Zugang zu einem bestimmten System.

### Block-Chain

Eine Blockchain ist eine verkettete Folge von Datenblöcken, die über die Zeit weiter fortgeschrieben wird, wobei die Daten auf unterschiedlichen Servern „dezentral“ gespeichert werden

### Chemtrails

Verschwörungserzählung, nach welcher Kondensstreifen am Himmel giftige Chemikalien zur Kontrolle der Bevölkerung enthalten.

### Graphics Interchange Format (GIF)

Ein GIF (Graphics Interchange Format) ist meist eine kurze Animation ohne Audiokomponente. Typisch sind kurze Videoschnipsel, die benutzt werden um eine Reaktion oder ein Gefühl zu illustrieren

### Ende-zu-Ende-Verschlüsselung

Bei Ende-zu-Ende-Verschlüsselung (auch end-to-end encryption, E2EE) können nur Empfänger:innen und Sender:innen die Inhalte entschlüsseln. Bei allen weiteren digitalen Transportpunkten (der Übermittlung zum Router, zum Internetprovider etc.) werden die Daten nur verschlüsselt übermittelt. Damit ist es möglich zu verhindern, dass z. B. der Internetprovider die Daten, die übertragen werden einsehen kann

### Inhaltsanalyse

Während der Inhaltsanalyse werden Merkmale des zu kodierenden Gegenstandes (z. B. eines Textes) regelgeleitet bestimmten Kategorien zugewiesen. Hierfür wird ein Kategoriensystem benutzt, das festlegt, wann welche Inhalte welchen Kategorien zugeordnet werden. Die Kategorien können sowohl formale als auch inhaltliche Merkmale umfassen.

### IP-Adresse

Die IP-Adresse basiert auf dem Internetprotokoll (IP). Geräte, die sich mit dem Internet verbinden, bekommen eine IP-Adresse zugewiesen und sind damit digital erreichbar. Eine IP-Adresse kann einzelnen Empfänger:innen oder einer Gruppe zugeordnet sein. Zudem kann ein Endgerät mehrere IP-Adressen haben.

Virtual-Private-Networks-Anwendungen (VPN) verschlüsseln die IP-Adressen, indem der Datenstrom über einen speziellen Remote-Server umgeleitet und als Kauderwelsch verschlüsselt wird. Damit wird der VPN-Server als Ursprung der eigenen Daten angezeigt und es für Dritte nicht mehr möglich zu sehen, wer die Informationen ins Netz eingespeist hat

### Meme

Der Begriff Meme lehnt sich an Gene an, wobei der Evolutionspsychologe Dawkins davon ausgeht, dass sich Ideen („Memes“) ähnlich evolutionär verbreiten wie Gene. Meist wird der Begriff für bestimmte Online-Inhalte verwendet, die gemeinsame Merkmale in Bezug auf Inhalt, Form und/oder Haltung aufweisen, sich aufeinander beziehen und von vielen Nutzer:innen über das Internet verbreitet wurden. Oft wird der Begriff verwendet, um die Kombination bestimmter Bildelemente mit unterschiedlichen Texten zu beschreiben. So sind Fotos einer scheinbar schlechtgelaunten Katze (Grumpy cat) ein populäres Internetmeme, das in vielfältigen Varianten existiert.

### **Oversight Board**

Das Oversight Board ist ein von Facebook eingesetztes, aber unabhängig agierendes Gremium, dem kontroverse Fälle von Löschung und Sperrung im Sinne eines Gerichtshofes vorgelegt werden können sollen.

### **Peer-to-Peer-Netzwerke**

Bei Peer-to-Peer-Netzwerken (P2P) werden die Teilnehmenden (bzw. die Endgeräte) direkt miteinander verknüpft. D. h., die Kommunikation läuft nicht etwa über einen Server. Stattdessen haben alle Geräte die gleichen (technischen) Rechte. P2P-Netzwerke werden auch als dezentrale Netzwerke bezeichnet

### **Scoping Review**

Ein Scoping Review ist eine bestimmte Form der systematisierenden Literaturanalyse, die sich besonders gut für Forschungsfelder eignet, in denen sehr unterschiedliche Studientypen vorliegen, oder wenn ein Feld sich sehr dynamisch entwickelt. Anhang einer festgelegten Methode wird dabei die Datenlage in einem vorher festgelegten Forschungsfeld systematisch beschrieben.

### **Social Bots**

Als Social Bots werden Nutzer:innenaccounts in Sozialen Medien bezeichnet, die teilweise oder größtenteils automatisiert betrieben werden. Social Bots können zu sehr unterschiedlichen Zwecken eingesetzt werden und, in Abhängigkeit von der Plattform und den Ressourcen der Programmierer:innen sehr unterschiedliche Fähigkeiten aufweisen.

### **Sticker**

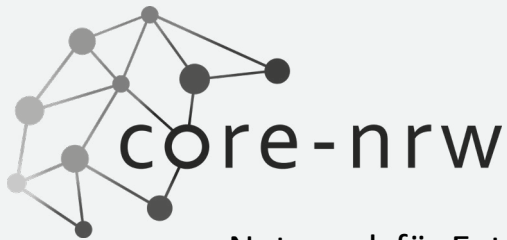
Unter Stickern versteht man meist detaillierte Illustrationen eines Charakters, der eine Emotion oder Handlung darstellen. Sticker sind in ihrer Nutzung vergleichbar mit Emojis, sind aber in der Breite der kommunizierbaren Emotionen oft vielfältiger als diese und haben ihre Wurzeln in der Internetkulturtechnik der „Reaktionsgesichter“ und können ggf. Körpersprache und Mimik einer (emotionalen) Reaktion darstellen. Sticker werden meist als Sammlungen angeboten (Sticker-Packs) und werden vor allem in Chatanwendungen eingesetzt.

### **System**

Systeme werden in unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen erforscht. Auch wenn sich die Definitionen unterscheiden, so werden darunter oft eine Menge von *Elementen* verstanden, die miteinander in dauerhafter Beziehung stehen, z. B. die Nutzenden eines sozialen Netzwerkes. Diese Beziehung wird auch als *Struktur* bezeichnet. Durch die Struktur bildet sich ein komplexes Ganzes, das *System*, das sich gegenüber der Menge nicht dazugehörender Elemente, seiner Umwelt, abgrenzen lässt etwa Facebook Nutzer:innen von Nicht-Nutzer:innen, extremistische Gruppierungen von nicht-extremistischen Akteur:innen. Systeme besitzen spezifische Eigenschaften, die über die Eigenschaften ihrer einzelnen Elemente hinausgehen, ein Phänomen, das in der Systemtheorie auch als *Emergenz* bezeichnet wird. Ein Beispiel für solche Systeme in der Biologie sind Bienenvölker: Die einzelnen Bienen (Elemente) stehen durch eine komplexe Arbeitsteilung in Arbeitsbienen, Drohnen und Königin in dauerhafter Beziehung zueinander (Struktur). Dadurch wird Verhalten möglich, wie der Bau eines Bienenstocks, welches die Intelligenz der einzelnen Biene weiter übersteigt (Emergenz).

### **Usenet**

Das Usenet ist ein textbasiertes weltweites elektronisches Netzwerk, das lange vor dem World-Wide-Web entstand. In sogenannten Newsgroups konnte (und kann) sich theoretisch jede:r zu verschiedensten Themen äußern



Netzwerk für Extremismusforschung  
in Nordrhein-Westfalen

CoRE – Connecting Research  
on Extremism in  
North Rhine-Westphalia

#### Impressum

##### Herausgeber und Kontakt

Maurice Döring

BICC · Pfarrer-Byns-Str. 1 · 53121 Bonn · Tel. +49 228.911 96-0  
doering@core-nrw.de · www.core-nrw.de

Die Veröffentlichung erfolgt im Kontext des Netzwerkes CoRE-NRW, einem Verbund aus Wissenschaft und Praxis, zur Erforschung des extremistischen Salafismus und anderer Formen des Extremismus. Die Inhalte der Publikation werden allein von den Autorinnen und Autoren erstellt und verantwortet. CoRE-NRW wird vom Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW gefördert.

##### Autor

Lena Frischlich, Tim Schatto-Eckrodt, Julia Völker

##### Mitarbeit

Henriette Kotthoff, Jule Rieder

##### Gestaltung

kipconcept gmbh, Bonn

Januar, 2022