



„Nur für Akhwat?“ - Eine genderspezifische Analyse islamistischer Netzwerke, Akteur*innen und Strukturen auf Instagram

Von Ahmad Alsalman, Niklas Brinkmüller, Benedikt Büchsenschütz, Meike Krämer, Luis Kreisel, Meryem Tinç, Margareta Wetchy



Violence
Prevention Network

SOMEX – Social Media extrem

Sensibilisierung von Fachkräften zu Online-Strategien extremistischer Akteurinnen im Kontext Islamismus

**„Nur für Akhwat?“ –
Eine genderspezifische Analyse
islamistischer Netzwerke, Akteur*innen
und Strukturen auf Instagram**

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	4
1 Einleitung	6
2 Gender und Islamismus Aktuelle Erkenntnisse.....	10
3 Erkenntnisinteresse und Methodik.....	14
3.1 Die vorliegende Publikation	14
3.2 Methodische Herangehensweise, Datenerhebung und Datenanalyse.....	15
4 Ergebnisse.....	23
4.1 Häufigkeitsauswertung	23
4.2 Netzwerkkarte.....	23
4.3 Bereiche und Gruppen der Netzwerkkarte.....	25
5 Diskussion und Schlussfolgerungen.....	34
6 Fazit und Praxisimpulse	38
Literatur	41
Anhang.....	44
Impressum	49

Zusammenfassung

Akteure sind Stichwortgeber, Akteurinnen verbreiten Inhalte und bereiten diese für weibliches Publikum auf

Die Netzwerkanalyse zeigt, dass eine Vielzahl an bereits bekannten, männlich gelesenen, islamistischen Accounts auch von der Follower*innenschaft weiblich gelesener, islamistischer Kanäle rezipiert wird. Darunter finden sich sowohl als salafistisch zu bezeichnende als auch der Hizb ut-Tahrir (HuT)¹ nahestehende Accounts. Zudem konnten im Datenset keine weiblich gelesenen Accounts identifiziert werden, die als Stichwortgebende in einem islamistischen Ökosystem zu fungieren scheinen. Die gefundenen weiblich gelesenen Accounts zeichnen sich durch eine geringere Follower*innenzahl aus, verbreiten Inhalte größtenteils in Form von Texten und treten in der Regel nicht mit Gesicht und Klarnamen auf. Zudem konnten zahlreiche weiblich gelesene Accounts identifiziert werden, die die Inhalte männlicher Akteure reposten und ihnen dadurch zu noch mehr Sichtbarkeit verhelfen. Accounts, die mutmaßlich von Männern geführt werden und Inhalte von Akteurinnen reposten, konnten hingegen nicht identifiziert werden. Dem Gebot männlicher, islamistischer Akteure, dass Frauen sich aus der Online-Sphäre zurückziehen bzw. zumindest anonym auftreten sollten, scheinen Akteurinnen also in gewisser Weise nachzukommen.

Hohe Anschlussfähigkeit zu Hizb ut-Tahrir-nahen, aktivistisch orientierten Kanälen und Akteuren

Kanäle wie *Islambotschaft*, *Generation Islam* und *Realität Islam* scheinen unter Follower*innen, die auch islamistischen, weiblich gelesenen Kanälen folgen, populär zu sein und machen erneut deren zentrale Bedeutung in aktuellen, überwiegend deutschsprachigen Netzwerken deutlich. Kanäle, die dem (islamistisch-konnotierten) Aktivismus und der Hizb ut-Tahrir zuzuordnen sind, sind stark männlich geprägt.

Hohe Diversität islamistischer Inhalte

Die Heterogenität und Vielfalt an islamistischen Accounts lässt erahnen, dass User*innen je nach persönlichen Vorlieben auf Accounts stoßen, die der eigenen Ausrichtung entsprechen; islamistische Accounts können nicht nur durch bestimmte religiös-theologische Interpretationen, sondern auch durch eine politisch-aktivistische Ausrichtung anschlussfähig sein. Das Vorhandensein einer Vielzahl von englischsprachigen sowie arabischsprachigen Kanälen zeigt die internationale Dimension der Inhalte auf.

¹ Bei der Hizb ut-Tahrir handelt es sich um eine islamistische, transnationale Bewegung, die ihren Ursprung in den 1950er Jahren hat, und sich in ihrer Kernaussage auf die Befreiung von Muslim*innen von einer global wahrgenommenen Unterdrückung fokussiert. Die Hizb ut-Tahrir wurde 2003 in Deutschland mit einem Betätigungsverbot belegt. Für weitere Infos, siehe Baron, Hanna. 2021. „Die Hizb ut-Tahrir in Deutschland“. Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/themen/infodienst/329054/die-hizb-ut-tahrir-in-deutschland/>, letzter Aufruf am 09.09.2024.

Hohe Anschlussfähigkeit zu Berichterstattung aus und über Gaza und Palästina

Im Datenset wurden zahlreiche Kanäle identifiziert, die sich mit der Situation in Gaza und Palästina bzw. mit dem Nahostkonflikt befassen. Es kann gefolgert werden, dass diese Inhalte unter Personen, die u.a. weiblich gelesenen, islamistischen Kanälen folgen, stark rezipiert werden.

Nutzen einer gendersensiblen Betrachtung

Insbesondere in extremistischen Kontexten, in denen Zuschreibungen zu binären Geschlechtern vorstellungen zentraler Teil von Narrativen und Aussagen sind, scheint eine gendersensible Betrachtung – also eine, die Gender als zentrale Kategorie wahrnimmt – gewinnbringend. Durch diese Herangehensweise wird sichergestellt, dass z. B. nicht nur reichweitenstarke Accounts (und damit in diesem Fall männlich gelesene) betrachtet werden, wie es eine rein auf Klicks und Follower*innenzahlen beruhende Analyse tun würde, sondern auch weiblich gelesene in die Betrachtung aufgenommen werden.

1 Einleitung

Obwohl weiblich gelesene² oder sich als weiblich identifizierende Personen an extremistischen Strukturen unterschiedlicher Ausprägung und politischer Gewalt aktiv und unterstützend beteiligt waren und weiterhin sind, wurde ihre Rolle und Bedeutung von der Forschung lange wenig beachtet (vgl. Margolin & Cook, 2024). Besonders im Bereich des Islamismus³ sind mediale sowie politische Betrachtungen häufig von rassistischen, sexistischen und islamophoben Stereotypen geprägt. Derartige Stereotype tragen nicht nur zu Stigmatisierung, Abwertung und Ausgrenzung von Muslim*innen bei; sie verhindern auch den uneingeschränkten, unvoreingenommenen Blick, der insbesondere für das Verstehen von Attraktivitätsmomenten islamistischer Gruppen für sich als weiblich identifizierende Personen notwendig wäre.⁴ Auch die praxisorientierte Forschung im deutschsprachigen Raum brachte so in den vergangenen Jahren nur wenige Publikationen und Erkenntnisse zu Rolle, Netzwerken und Rekrutierungsstrategien von weiblich gelesenen Personen oder unter Beteiligung von weiblich gelesenen Personen aus islamistischen Kreisen hervor. Trotz ihres reichen Erfahrungswissens besteht aus Perspektive von Praktiker*innen der Deradikalisierungs- und Distanzierungsarbeit weiterhin der Bedarf, nachzuvollziehen, welche Mechanismen in der Rekrutierung und perspektivischen Radikalisierung von weiblich gelesenen Personen besonders greifen. Einige islamistische Narrative und ideologische Fragmente, die gegenwärtig in Online-Räumen verbreitet werden, finden bereits in der Beratungspraxis und in der Forschung Berücksichtigung. Männlich gelesene Online-Akteure erhalten in Medien und Forschung deutlich mehr Aufmerksamkeit, zum einen, da sie höhere Follower*innenzahlen aufweisen, und zum anderen, da diese sich als *personal brands* inszenieren und mit Gesicht und Klarnamen Reichweite erlangen. Bekannte männliche Akteure vernetzen sich untereinander in

² In dieser Publikation wird insbesondere in Bezug auf Accounts, die nach den für diese Erhebung aufgestellten Kriterien als ‚weiblich gelesene‘ eingeordnet werden, auf diese Umschreibung zurückgegriffen. Dadurch soll deutlich gemacht werden, dass nicht mit Sicherheit gesagt werden kann, ob sich die Betreiber*innen der Accounts einem bestimmten Geschlecht zuordnen. Zentral scheint zu sein, dass diese Accounts nicht nur nach den Kriterien dieser Publikation, sondern vor allem von den User*innen als weiblich gelesene werden. Auch diese Tatsache soll durch die Umschreibung anerkannt werden. An anderen Stellen ist jedoch von ‚männlichen Akteuren‘ die Rede, insbesondere, wenn die Accounts bekannter Akteure zur Sprache kommen, da spezifisch bei diesen davon ausgegangen werden kann, dass sie sich selbst als männlich identifizieren. Vor dem Hintergrund, dass in dieser Publikation auf Genderspezifika hingewiesen werden soll, scheint auch die Einordnung in ‚weiblich‘ und ‚männlich‘ nötig. Sofern eine diverse, nicht einem Geschlecht zuzuordnende Gruppe an Personen gemeint ist, ist z. B. von ‚Akteur*innen‘ die Rede.

³ Den Autor*innen dieser Publikation ist bewusst, dass eine Vielzahl an unterschiedlichen Definitionen zu Islamismus besteht. Zudem ist bekannt, dass viele der Inhalte und Aussagen, die insbesondere in den Sozialen Medien kursieren, zunehmend hybrider werden und häufig nicht eindeutig eingeordnet werden können; die hohe Dynamik von Sozialen Medien bewirkt, dass bestehende Begriffe nicht immer nützlich sind, um die Inhalte in ihrer Heterogenität zu beschreiben. Dennoch scheint ein Überblick über grundlegende Definitionen nötig, wie sie u. a. Tilman Seidensticker (2016) und Armin Pfahl-Traugher (2011) erarbeitet haben. Eine differenziertere Aufschlüsselung von Kriterien, die in dieser Publikation zur Einordnung der Inhalte und Accounts genutzt werden, findet sich ab Seite 17. Siehe dazu auch die Infobox auf Seite 9.

⁴ Zur Notwendigkeit einer stetigen Reflexion siehe auch die Infobox auf Seite 8.

Dachorganisationen wie der *Deutschsprachigen Muslimischen Gemeinschaft e. V. (DMG Braunschweig)*⁵ und treten auf öffentlichen Kundgebungen miteinander auf. Ihre Zusammenarbeit trägt sich auch in digitale Räume weiter, beispielsweise in Gesprächsrunden zwischen *Muslim Interaktiv* und *Botschaft des Islam*.⁶ Vorangegangene Analysen von islamistischen Online-Netzwerken männlicher Akteure boten vor allem Aufschluss über thematische Cluster und Allianzen im deutschsprachigen islamistischen Milieu (vgl. Baaken et al. 2019).

Erste explorative Beobachtungen zeigen, dass Accounts, die stereotyp weiblich assoziierte Themen bedienen, häufig anonym auftreten, in ihrer Online-Präsenz und dem Posting-Verhalten inkonsistenter sind, weniger Follower*innen aufweisen und somit insgesamt weniger quantitativ messbare Sichtbarkeit haben. Dabei bleibt jedoch unklar, ob große Accounts tatsächlich ‚wirkungsvoller‘ rekrutieren⁷ und deren Narrative anschlussfähiger sind als die kleineren Accounts, die mit ihren Themen eine überschaubare Zielgruppe bedienen und für die Öffentlichkeit größtenteils unsichtbar sind. Ausgehend von 20 ausgewählten, als islamistisch und weiblich gelesen eingestuften Accounts widmet sich dieses erste Short Paper des Projektes SOMEX⁸ der näheren Betrachtung des Netzwerkes, das sich aus deren Follower*innenschaft ergibt und erörtert ggf. zu beobachtende genderspezifische Besonderheiten. Dabei sind die folgenden Fragen forschungsleitend: 1) Welche weiteren islamistischen Accounts lassen sich finden? 2) Welche bereits bekannten islamistischen Accounts erscheinen im sich ergebenden Netzwerk? 3) Wie positionieren sich die verschiedenen Account(gruppen) zueinander?

⁵ Seit 12.06.2024 ist die *Deutschsprachige Muslimische Gemeinschaft e. V.* durch das Innenministerium Niedersachsen verboten und aufgelöst; siehe dazu: <https://www.mi.niedersachsen.de/startseite/aktuelles/presseinformationen/kampf-gegen-islamismus-und-salafismus-niedersachsen-verbietet-deutschsprachige-muslimische-gemeinschaft-e-v-in-braunschweig-232877.html>, letzter Aufruf am 02.09.2024.

⁶ YouTube-Video auf dem Kanal *Botschaft des Islam*. „BDI x Raheem /// Muslim Interaktiv^{HD} | Erzähl Mal | BDI“. 09.07.2023. <https://www.youtube.com/watch?v=dcjaRRhrWao>, letzter Aufruf am 03.06.2024.

⁷ Die Wirkweise von extremistischen Online-Aktivitäten auf Radikalisierungsverläufe, die stark von Multikausalität und Individualität geprägt sind, ist bisher nur in wenigen Publikationen erforscht worden (siehe dazu z. B. Whittaker, Joe. 2022. ‘Rethinking Online Radicalization’. *Perspectives on Terrorism* 16 (4): 27–40; Cerina, Roberto, Christopher Barrie, Neil Ketchley, and Aaron Y Zelin. 2024. ‘Explaining Recruitment to Extremism: A Bayesian Hierarchical Case–Control Approach’. *Political Analysis* 32 (2): 256–74; Littler, Mark. 2019. ‘Exploring Radicalisation and Extremism Online: An Experimental Study’. Commission for Countering Extremism).

⁸ Das Projekt SOMEX - *Social Media extrem: Sensibilisierung von Fachkräften zu Online-Strategien extremistischer Akteurinnen im Kontext Islamismus* hat zum Ziel, die Online-Aktivitäten relevanter Akteurinnen im Phänomenbereich „Islamistischer Extremismus“ besser zu verstehen und präzise zu beschreiben. SOMEX trägt damit zur genderspezifischen Diskussion mit Fachkräften und Multiplikator*innen der Präventionsarbeit bei. <https://violence-prevention-network.digital/somex/> (Stand: 12.09.2024); Violence Prevention Network gGmbH.

Infobox | Islamismus, Stigmatisierung, Islamfeindlichkeit und Antimuslimischer Rassismus (AMR)

Der öffentliche Diskurs zu Islamismus und angrenzenden Phänomenen ist nicht nur geprägt von einer Vielzahl unterschiedlich verwendeter Begrifflichkeiten und unklarer Definitionen, sondern häufig auch von Vorurteilen, islamfeindlichen Haltungen und Antimuslimischem Rassismus (AMR). Ein öffentliches Bekenntnis zum Islam, bestimmte Kleidungsformen oder das Verwenden bestimmter Symbole werden zum Teil vorschnell als islamistisch eingestuft oder in anderer Weise problematisiert; mangelnde Kontextualisierung, voreilige Zuschreibungen und Vorurteile – auch im Fachdiskurs – tragen dazu bei, dass Menschen Diskriminierung, Stigmatisierung und Ausgrenzung erleben. Zugleich ist bekannt, dass (erlebte oder wahrgenommene) Diskriminierungserfahrungen Radikalisierungsprozessen vorausgehen oder diese begleiten können (siehe dazu u. a. Abbas 2019; Meier et al. 2020, 509f.; Neumann 2018, 106f.; Whittaker 2022; Termeer and Duyvesteyn 2022; Herschinger 2022; Pearson and Winterbotham 2017). Ein kritisches, fortlaufendes Hinterfragen von Begrifflichkeiten und Diskursen ist somit ebenso dringend nötig wie die Reflexion persönlicher oder institutioneller Voreingenommenheit. Zur Erklärung von Begriffen wie Islamophobie und ‚Islamkritik‘, siehe u.a. Sperling (2016) und Pfahl-Traughber (2019); zum Begriff des Antimuslimischen Rassismus, siehe Keskinkılıç (2019). Das *Kompetenznetzwerk Islam- und Muslimfeindlichkeit* erhebt Zahlen zu antimuslimischen Vorfällen in Deutschland, siehe dazu z. B. die Publikation „Zivilgesellschaftliches Lagebild antimuslimischer Rassismus – Antimuslimische Vorfälle in Deutschland 2023“.

Methodisch basiert die Erhebung auf einer sozialen Netzwerkanalyse⁹ unter Verwendung öffentlich zugänglicher Daten der Social Media-Plattform *Instagram*. In einer explorativen Betrachtung wurden 20¹⁰ weiblich gelesene Accounts¹¹ auf *Instagram* als Ausgangspunkt (als sogenannte *seed channels*) ausgewählt; anhand ihrer Follower*innen und der Identifizierung von Kanälen, denen diese Follower*innen wiederum folgen (sogenannte *followings*) wurde eine Netzwerkkarte entwickelt (Chua, 2024). Dieses methodische Vorgehen dient dazu, für Nutzer*innen der Plattform unsichtbare Strukturen sichtbar sowie komplexe Datenmengen und Zusammenhänge greifbar zu machen. Zudem nivelliert es einzelne ‚Follow-Entscheidungen‘, die zufällig oder nicht inhaltlich bedingt sind, und zeigt, welche Inhalte von einer Follower*innenschaft rezipiert werden.

Im ersten Kapitel des vorliegenden Short Papers werden aktuelle Erkenntnisse zu weiblich gelesenen Personen in islamistischen Ökosystemen, Überlegungen zu gendersensiblen Betrachtungen im Kontext der Extremismusforschung und bestehende Erkenntnisse zur Vernetzung von männlich gelesenen Akteuren im deutschsprachigen islamistischen Milieu zusammengefasst. Kapitel 3.2 beschreibt das methodische Vorgehen und die Durchführung der Netzwerkanalyse sowie das genutzte Datenerhebungsverfahren in Auszügen; die detaillierte Vorgehensweise findet sich im Anhang. Nach der Auswertung und Interpretation der Daten werden die zentralen

⁹ Das Projektteam dankt an dieser Stelle herzlich den Mitarbeitenden der *Bundesarbeitsgemeinschaft (BAG) »Gegen Hass im Netz«* (<https://bag-gegen-hass.net/>) für ihre kollegiale Unterstützung bei der Durchführung der Netzwerkanalyse im Rahmen eines sogenannten *Use Cases*.

¹⁰ Die Kriterien, die zur Kanalauswahl herangezogen wurden, sind im Anhang beschrieben.

¹¹ Die Kriterien, die zur Einstufung als weiblich gelesenen Account dienen, sind im Anhang beschrieben.

Erkenntnisse diskutiert. Abschließend beschreibt die Publikation erste Handlungsmöglichkeiten und diskutiert mögliche Folgen für die Praxis der Präventions- und Distanzierungsarbeit und die dazugehörige Forschung.

Infobox | Kritisches Hinterfragen von Begrifflichkeiten und Diskursen

Das Feld der *Critical Terrorism Studies* (CTS) vertritt das Argument, dass ‚Terrorismus‘ größtenteils eine soziale Konstruktion sei und übt damit erhebliche Kritik an bestehenden und häufig als Norm anerkannten (Forschungs-)Zugängen (vgl. Achieng et al., 2023; Hülse & Spencer, 2008). Anhänger*innen der CTS sind der Ansicht, dass das, was grundlegend eine*n ‚terroristische*n‘ Akteur*in oder Akt ausmacht, von Forscher*innen, Regierungsbehörden, den Medien und dem öffentlichen Diskurs geformt und gestaltet wird. Wie Hülse & Spencer (2008) anmerken, muss ein Diskurs, der ‚Terrorismus‘ als soziales Konstrukt produziert, in Frage gestellt werden. Wie Achieng et al. (2023, S. 65) anmerken, können sogenannte ‚Terrorism Studies‘ niemals völlig objektiv sein, da es immer „eine ideologische, ethisch-politische Dimension im Forschungsprozess“ geben wird (ebd.). Zudem darf nicht übersehen werden, dass das Feld der ‚Terrorism Studies‘ von einer eurozentristischen und westlichen Perspektive geprägt ist und somit den gesellschaftlichen Kontext widerspiegelt, in dem die Forschung produziert wurde (vgl. Achieng et al., 2023; Horgan & Boyle, 2008; Livesey, 2021). Der Mangel an Auseinandersetzung mit oder Zugang zu Primärquellen unterfüttere Diskurse, die häufig ohne Datenbasis vermeintliche Erkenntnisse verbreiteten. So wurden innerhalb der Forschung zu Extremismus häufig anekdotische Erzählungen und Vermutungen als Basis von Forschung genutzt. Diesem Trend versucht die Kritische Terrorismusforschung durch das Unterstreichen der Wichtigkeit von Primärquellen methodisch fundierte Herangehensweisen entgegenzusetzen (vgl. Schuurmann 2020; Jackson 2007).

2 Gender und Islamismus | Aktuelle Erkenntnisse

Im öffentlichen Diskurs zu Islamismus wird fast ausschließlich auf männlich gelesene Personen als zentrale Akteure Bezug genommen, ähnlich wie im Bereich des Rechtsextremismus, der im kollektiven Bewusstsein überwiegend als ein männliches Phänomen wahrgenommen wird (vgl. Herschinger 2022; Baron et al. 2023; Brown 2020). Obwohl die Beteiligung von Frauen in extremistischen Strukturen historisch belegt ist, wird deren Rolle erst seit den frühen 2000er Jahren stärker untersucht (vgl. Margolin & Cook, 2024, 12f.). In der Vergangenheit konstruierten mediale Diskurse teils misogynen Stereotype von Frauen, die sich dem sogenannten ‚Islamischen Staat‘ anschlossen, stellten diese als ‚Jihadi Brides‘ dar und negierten Hinwendungsgründe außerhalb ‚männlicher Einflüsse‘ (vgl. Herschinger 2022; Baron et al. 2023; Brown 2020; Margolin & Cook 2024; Termeer & Duyvesteyn 2022). Auch in der Forschung wurde Frauen keine aktive Rolle in islamistischen Strukturen zugeschrieben; sie wurden als passiv und einzig in männlicher Abhängigkeit handelnd porträtiert.

Infobox | Extremismus

Extremismus kann definiert werden als eine politische Haltung oder Bewegung, die fundamentale Verfassungsnormen verletzt und von allgemein akzeptierten Werten und Normen einer Gesellschaft abweicht. Charakteristisch für extremistische Ideologien ist der Anspruch auf absolute Wahrheit, die Delegitimierung alternativer Deutungssysteme und das Verfolgen einer politischen Agenda, die konkurrierende Verfassungsnormen infrage stellt oder verletzt (vgl. von Berg 2022, 15-16). Extremismus ist kontextabhängig und variiert je nach den spezifischen gesellschaftlichen und kulturellen Gegebenheiten, in denen er auftritt (vgl. Neumann 2013, 5).

Bestehende Publikationen, die sich der näheren Betrachtung von Frauen und ihren Rollen im Islamismus widmen, betrachten häufig Akteurinnen innerhalb dschihadistischer Strukturen im Ausland bzw. deren Rolle als Rückkehrerinnen (vgl. Koller 2021). Mit Blick auf die Aktivitäten weiblich gelesener Accounts in islamistischen Online-Netzwerken zeigen erste Erkenntnisse (siehe z. B. Krämer & Wet chy 2023), dass auch diese in den Sozialen Medien präsent sind und mit eigenen Texten und Darstellungen zum Ökosystem und den dort verbreiteten Botschaften beitragen. Dabei werden zum einen Zitate historischer oder zeitgenössischer Gelehrter oder bekannter Persönlichkeiten verbreitet; zum anderen verfassen Akteurinnen selbst Beiträge, in denen sie auf vermeintlich richtige Kleidung hinweisen, ihre Emotionen ausdrücken oder sich gegenseitig dazu motivieren, sich dem Glauben zuzuwenden (vgl. Krämer & Wet chy 2023, 20 ff.).

Infobox | Radikalisierung

Viele Definitionen der Konzepte von Radikalisierung und Extremismus stammen aus der Friedens- und Konfliktforschung (vgl. von Berg 2022, 31) und beziehen sich auf (religiös-)politische Gruppen, wobei die Hauptforschungsobjekte Islamismus/Dschihadismus und Rechtsextremismus sind (vgl. Schmid 2013, 10; Neumann 2013, 874; von Berg 2022, 31). Dennoch gibt es keine allgemein anerkannte Definition für Radikalisierung in der Forschung. Stattdessen existieren verschiedene Konzepte, Theorien und Definitionen, von denen einige widersprüchlich oder miteinander verflochten sind. Der akademische Begriff beschreibt in der Regel einen nicht-linearen Prozess, der nicht monokausal ist (vgl. Kemmesies und Weber 2019, 322), und der bei Individuen und Gruppen zu Gewalt führt (vgl. von Berg 2022, 29; Schmid 2013, 18; Gaspar et al. 2019, 17; Logvinov 2017, 32–34). Abay Gaspar et al. (2018) kategorisieren Radikalisierung in drei unterschiedliche Typen: (1) Radikalisierung, die zu Gewalt führt, (2) Radikalisierung durch Gewalt und (3) Radikalisierung ohne Gewalt. Diese Klassifikation entspricht dem breiteren Verständnis, wonach Radikalisierung und Extremismus häufig im Kontext von (religiös-)politischen Gruppen analysiert werden und hier der Fokus hauptsächlich auf Phänomene wie Islamismus/Dschihadismus und Rechtsextremismus gerichtet ist (vgl. Schmid 2013; Neumann 2013; Von Berg 2022; Abbas 2019). Eine *Grand Theory* existiert nicht, da ständig Gegenbeispiele zur „bevorzugten Theorie“ auftauchen (ebd.). Der Begriff und die damit verbundenen wissenschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Debatten haben ihre Schwächen. Der Begriff Radikalisierung, abgeleitet von radikal, ist irreführend. Radikal zu sein, ist nicht von Natur aus schlecht oder gefährlich (vgl. Neumann 2013, 817; Abay Gaspar et al. 2020, 2). Das Konzept und die Definition dessen, was radikal ist, unterliegen stets kulturellen Umständen, die je nach Zeit und Ort im ständigen Wandel sind. Zum Beispiel waren Bürgerrechtsbewegungen an sich radikal, führten aber zu sozialem Fortschritt (ebd.).

Während Publikationen, wie die hier vorgestellten, gezielt weiblich gelesene Accounts in den Fokus nehmen, zeigt sich auch, dass Radikalisierungsprozesse gegenwärtig in der Forschung zu Extremismus hinsichtlich einer gendersensiblen Perspektive nicht ausgiebig erforscht sind - international sowie im deutschsprachigen Raum (vgl. Margolin & Cook, 2024, 14; Herschinger 2022, 149) -, wobei das Thema in den letzten Jahren mehr Aufmerksamkeit erhält (vgl. Margolin & Cook, 2024). Genderspezifische Analysen, auch im Kontext von Radikalisierung und Extremismus, betrachten nicht ‚einfach nur‘ Frauen. Genderspezifische Perspektiven berücksichtigen zentral die sozialen und kulturellen Unterschiede zwischen Geschlechtern, die über die biologischen Unterschiede hinausgehen (vgl. Pearson & Winterbotham 2017). Gender ist ein konstitutives Element sozialer Beziehungen, das auf den wahrgenommenen Unterschieden zwischen den Geschlechtern basiert, und ein zentraler Mechanismus zur Kennzeichnung und Aufrechterhaltung von Machtverhältnissen ist (vgl. Pearson & Winterbotham 2017; Lorber, Farrell et al. 1991). So untersuchen genderspezifische Analysen im Bereich der Extremismusforschung zum Beispiel die Geschlechterordnung sowie die Rollen, die biologischen Geschlechtern in extremistischen Gruppen zugeschrieben werden (vgl. Pearson & Winterbotham 2017; Herschinger 2022; Brown 2020). Sie fokussieren sich u. a. auf die Untersuchung von Machtverhältnissen, die mit Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit einhergehen (ebd.). Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund zentral, dass diese Geschlechterordnungen und -rollen zentral in der Propaganda islamistischer Gruppen thematisiert werden und somit besondere Bedeutung haben, sowohl online als auch offline (vgl. Baron et al. 2023; Herschinger 2022; Termeer & Duyvesteyn 2022). Baron et al. (2023) betonen, dass in der Praxis der Distanzierungsarbeit zum Teil durchaus bereits gendersensibel gearbeitet wird. Beobachtungen aus der Rechtsextremismus-Forschung weisen ebenso auf die „Relevanz der

Kategorie Geschlecht“ für die Extremismusprävention hin und machen die Notwendigkeit geschlechterreflektierter Präventionsarbeit deutlich (vgl. Lehnert 2021, 14f).

Ein Blick auf die Inhalte, wie sie islamistische Gruppierungen und Akteur*innen online verbreiten, zeigt, dass diese auf das Thema Geschlecht in unterschiedlicher Weise Bezug nehmen. Islamistische Narrative konstruieren widersprüchliche Geschlechtsidentitäten und -rollen (vgl. Herschinger 2022). So propagieren männliche Akteure weitgehend heteronormative, binäre Geschlechterrollen, in denen der Mann hierarchisch über der Frau steht (vgl. Herschinger 2022). Die Rolle der Frau wird häufig als die der Mutter und stillen Unterstützerin gezeichnet (vgl. Pearson und Winterbotham 2017; Ingram & Campion 2024). Frauen werden jedoch auch andere Rollen zugeschrieben. Im Kontext dschihadistischer¹² Gruppen unterteilt Herschinger (2022) in drei idealtypische aktive Profile: die Kämpferin, die Unterstützerin und die Missionarin. Die Unterstützerin handelt im Sinne des Dschihad und rebelliert zugleich gegen Familie und Gesellschaft. Die Missionarin widmet sich der Verbreitung des ‚wahren‘ Islam und der Unterstützung Gleichgesinnter. Die Kämpferin sucht Selbstverwirklichung im Dschihad, wobei szenenzugehörige Propagandist*innen betonen, dass Frauen nur begrenzte Möglichkeiten haben, sich am gewaltvollen Dschihad zu beteiligen. Stattdessen sollen sie Ressourcen sammeln, um den gewaltvollen Dschihad zu unterstützen (vgl. Herschinger 2022, 157–160).

Social Media-Accounts von männlichen Akteuren stehen nicht nur im Rahmen von wissenschaftlichen Analysen im Fokus. Auch die mediale Berichterstattung und Erwähnungen in Verfassungsschutzberichten tragen zu einer Schwerpunktsetzung auf männliche Akteure bei. Während sich der Großteil dieser Publikationen auf die Analyse von verbreiteten Narrativen und Themen beschränkt, bekam die Betrachtung der Vernetzungen und Interaktionen zwischen den Accounts bislang weniger Aufmerksamkeit. Hervorzuheben ist in diesem Kontext die Untersuchung „Die Peripherie des Extremismus auf YouTube“¹³ von Till Baaken, Friedhelm Hartwig und Matthias Meyer (2019), die Vernetzungen und Zusammenhänge zwischen von reichweitenstarken (und damit in diesem Kontext meist auch männlich gelesenen) Akteur*innen geführten Kanälen auf *YouTube* analysiert. Die explorative Analyse dieser Autor*innen deckte Verbindungen und Cluster von Follower*innen zwischen im Feld relevanten Kanälen auf und ermöglichte so Einblicke in Interdependenzen einschlägiger Akteur*innen. Weitere Veröffentlichungen, die sich mit Online-Netzwerken im islamistischen Spektrum beschäftigen, fokussieren sich auf Strukturen bekannter, und als solche benannter, globaler Terrororganisationen (siehe Ishengoma 2014; Bouchard et al. 2014; Choudhary und Singh 2015).

Aktuelle Erkenntnisse zu den Inhalten deutschsprachiger Online-Akteur*innen, die dem Islamismus zugeordnet werden können, verdeutlichen, dass diese stark diversifiziert und hoch dynamisch sind¹⁴; die Themen reichen von theologischen Erörterungen, politischem Aktivismus bis hin zu Erziehungsratschlägen. Die Inhalte erstrecken sich von „islamistisch-konnotiertem Aktivismus“ (Landes-Demokratiezentrum Niedersachsen 2021, 10, 15) bis hin zu Positionen, die sich gegen den Rechtsstaat und die freiheitlich-demokratische Grundordnung richten (vgl. Landes-Demokratiezentrum Niedersachsen 2021, 8, 13; Krämer und Wetchy 2023). Meist werden die Positionen auf *Instagram* und ähnlichen Plattformen jedoch moderat vertreten; häufig ist es schwer, diese einem bestimmten

¹² Für eine ausführliche, multidimensionale Auseinandersetzung mit dem Begriff des Dschihad, siehe z. B. Asfaruddin, Asma (2022): *Jihad. What Everyone Needs to Know*. New York, NY: Oxford University Press.

¹³ Baaken, Till; Hartwig, Friedhelm; Meyer, Matthias (2019). „Die Peripherie des Extremismus auf YouTube“. *Modus | insights*. https://modus-zad.de/wp-content/uploads/2020/03/modus_insight_Die_Peripherie_Des_Extremismus_auf_YouTube2020.pdf, letzter Aufruf am 03.06.2024.

¹⁴ Siehe dazu zum Beispiel Hartwig, Friedhelm (2020). „YouTube Erfolgsrezepte: Unique Selling Points und neue Trends salafistischer Kanaltypen“. *modus | zad*. <https://modus-zad.de/publikation/blog/youtube-erfolgsrezepte-unique-selling-points-und-und-neue-trends-salafistischer-kanaltypen/>, letzter Aufruf am 26.07.2024.

Phänomenbereich des Extremismus zuzuordnen (vgl. Landes-Demokratiezentrum Niedersachsen 2021, 11). Diese Tatsache lässt sich insbesondere auch in Bezug auf Inhalte, die von weiblich gelesenen Accounts verbreitet werden, beobachten.

Aufbauend auf den diskutierten inhaltlichen Überlegungen wird im nachfolgenden Kapitel die verwendete Methode der Netzwerkanalyse vorgestellt. Die Ergebnisse der Analyse werden ab Seite 23 diskutiert.

3 Erkenntnisinteresse und Methodik

3.1 Die vorliegende Publikation

Die gendersensible Betrachtung islamistischer Inhalte scheint aus zweierlei Sicht notwendig. Zum einen zeigen aktuelle Erkenntnisse, dass Genderspezifika in islamistischer Propaganda selbst eine zentrale Rolle spielen. Zum anderen betonen Beiträge die Notwendigkeit der gendersensiblen Betrachtung in der Distanzierungsarbeit und der wissenschaftlichen Auseinandersetzung, da nur so z. B. Hinwendungsgründe, die sich möglicherweise für Frauen und Männer unterscheiden, erkannt werden können. Vor allem vor dem Hintergrund der Möglichkeiten, die durch die in den Sozialen Medien zu Verfügung stehenden Daten bestehen, verwundert die Abwesenheit von Untersuchungen, die sich Online-Netzwerken widmen. Darum hat die vorliegende Publikation zum Ziel, sich explorativ dem Netzwerk aus islamistischen Accounts¹⁵ auf *Instagram*, ausgehend von weiblich gelesenen, islamistischen Accounts, zu nähern und damit einen Aspekt zu betrachten, der bislang in Untersuchungen deutlich unterrepräsentiert ist.

Zentrales Ziel des vorliegenden Short Papers ist es, das Netzwerk, in das die für die Erhebung ausgewählten Kanäle eingebettet sind, genauer zu betrachten und genderspezifische Besonderheiten herauszustellen. Wie eingangs erwähnt, leiten die folgenden Fragen die Erhebung an: 1) Welche weiteren islamistischen Accounts lassen sich finden? 2) Welche bereits bekannten islamistischen Accounts erscheinen im sich ergebenden Netzwerk? 3) Wie positionieren sich die verschiedenen Accounts (oder Accountgruppen) zueinander? Letztlich soll die Publikation auch dazu beitragen, den Blick auf die höchst dynamische Online-Landschaft stetig zu erweitern.

Einschränkend ist zu erwähnen, dass im Rahmen dieser Untersuchung lediglich ein verhältnismäßig kleiner Ausschnitt an Kanälen betrachtet werden kann. Durch die notwendige Vorauswahl der Kanäle, die sich aus einer ersten Exploration des Feldes und der Algorithmus-basierten Suche weiterer Kanäle speist, von denen ausgehend weitere Kanäle mittels der Netzwerkanalyse erfasst werden, bleibt der Einblick in das Netzwerk, den diese Publikation leisten kann, limitiert. Dennoch bietet die Methode der Netzwerkanalyse zentral die Möglichkeit, das Feld in den Sozialen Medien strukturierter zu erschließen, als es allein durch die Eingabe geeigneter Suchbegriffe und Vorschläge der Plattform-Algorithmen möglich wäre. Eine inhaltliche Tiefe und erweiternde Perspektive ermöglicht die Netzwerkanalyse vor allem dadurch, dass nicht nur oberflächlich untersucht wird, ob sich zwei Kanäle (gegenseitig) folgen, sondern das Nutzungsverhalten mehrerer Tausend Social Media-Nutzer*innen die Grundlage für die Netzwerkkarte und Auswertung darstellt. Insofern ist es möglich, eine Aussage darüber zu treffen, wie Kanäle über gemeinsame Nutzer*innen verbunden sind. Der Einblick in das tatsächliche Nutzungsverhalten – statt ‚lediglich‘ in das Verhalten der bekannten Akteur*innen untereinander – ermöglicht eine tiefergehende Perspektive und kann Hinweise darauf liefern, welche weiteren Kanäle relevant sind für Nutzer*innen bzw. welche Inhalte rezipiert werden von Nutzer*innen, die (auch) den Accounts von islamistischen, weiblich gelesenen Personen folgen.

¹⁵ An dieser Stelle sei darauf verwiesen, dass das vorliegende Short Paper lediglich die in den Sozialen Medien veröffentlichten Beiträge und dort getätigten Aussagen zur Einordnung als islamistischer/nicht-islamistischer Account heranzieht. Über die tatsächliche Weltsicht der Personen kann keine Aussage getroffen werden.

Hinsichtlich der Spezifika von weiblich gelesenen, islamistischen Accounts sind neben deren deutlich geringeren Follower*innenzahlen (im Vergleich zu thematisch ähnlichen männlich gelesenen Accounts) auch Unwägbarkeiten in Bezug auf deren Aktivität und Posting-Verhalten zu nennen. Dies bedeutet, dass z. T. neue Accounts gesucht werden mussten, da Accounts im Untersuchungszeitraum offline gingen. Im Vergleich zu männlich gelesenen Accounts scheinen weiblich gelesene deutlich öfter offline zu gehen, gelöscht zu werden oder inaktiv zu sein (Krämer & Wetchy 2023: 10f). Erste Eindrücke aus der Explorationsphase zeigten zudem, dass die Betreibenden weiblich gelesener Accounts deutlich weniger sichtbar sind und überwiegend weder ihr Gesicht noch ihre Stimme zeigen. Auch konnte beobachtet werden, dass weiblich gelesene Accounts nicht selten ihre User*innennamen ändern. Männliche Akteure inszenieren sich häufig durch bestimmte Formen der Kommunikation und ausgewählte Kleidung als ‚religiöse Gelehrte‘, ‚Coaches‘ oder ‚politische Aktivisten‘. Während weiblich gelesene Accounts auch Inhalte verbreiten, die z. B. dem (schwer einzugrenzenden) Feld des *Coachings* zugerechnet werden können, scheinen diese weniger durch das jeweilige Auftreten der Akteurinnen geprägt zu sein. Einem ersten Eindruck nach thematisieren die ausgewählten weiblich gelesenen Kanäle deutlich weniger politische Geschehnisse als dies männlich gelesene Accounts im Phänomenbereich machen. Ein Großteil der Beiträge widmet sich Fragen rund um ein vermeintlich korrektes Verhalten von Muslim*innen, Geschlechterrollen, Kindererziehung und Bekleidung; auch Hinweise auf Veranstaltungen, Kurse oder Tipps zur Praktizierung des Islam werden regelmäßig geteilt.¹⁶

3.2 Methodische Herangehensweise, Datenerhebung und Datenanalyse

3.2.1 Die Methode der Sozialen Netzwerkanalyse

Die Soziale Netzwerkanalyse¹⁷ (oder auch: Social Network Analysis, SNA) ermöglicht als methodisches Vorgehen die strukturierte Analyse und das Sichtbarmachen der Netzwerkstrukturen von großen Netzwerken und findet sowohl Anwendung in der Abbildung von offline bestehenden Verbindungen als auch in der Abbildung von Online-Netzwerken und wird im Bereich der Sozial- und Kulturwissenschaften sowie in stärker quantitativ ausgerichteten Disziplinen, wie z. B. der Informatik, verwendet.

Die Verbindungen zwischen bestimmten Social Media-Kanälen sind für Nutzer*innen nicht auf den ersten Blick ersichtlich. Zugleich können diese aber bedeutende Einblicke in Dynamiken und Entwicklungen innerhalb bestimmter Online-Ökosysteme geben und auf Themen hinweisen, die für ein Netzwerk bedeutsam sind. Da diese angesichts der Funktionsweise der Plattformen dazu beitragen zu verstehen, wie Nutzer*innen Inhalte rezipieren (direkte Empfehlungen durch die Akteur*innen selbst; Plattform-Algorithmus, der ähnliche Inhalte vorschlägt etc.), ist eine derartige Auseinandersetzung vielversprechend.

¹⁶ Das zweite Short Paper des Projekts SOMEX, das Ende 2024 veröffentlicht wird, widmet sich gezielt der Analyse der Themen, die auf weiblich gelesenen Social Media-Accounts geteilt werden. Diese Publikation wird auf der Website <https://violence-prevention-network.digital/somex/> einzusehen sein.

¹⁷ Für Genaueres zur Methode der SNA, siehe zum Beispiel: Kulin, Sabrina; Frank, Keno; Fickermann, Detlef; Schwippert, Knut (Hrsg.). 2012. Soziale Netzwerkanalyse. Theorie, Methode, Praxis. Netzwerke im Bildungsbereich, Band 5. Münster: Waxmann Verlag GmbH.

3.2.2 Auswahl der Plattform

Zunächst stellte sich die Frage, welche Social Media-Plattform im Fokus der Netzwerkanalyse stehen soll. Während die Plattform *YouTube* für viele männliche gelesene Personen zentral ist, sind weiblich gelesene Akteur*innen dort weniger aktiv (*JIM-Studie*, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2023, 28). Zudem erschien der Mehrwert einer Analyse von *YouTube*-Daten aufgrund der bereits bestehenden Untersuchung von *modus/zad* sowie der mehr auf Inhaltsverbreitung als Vernetzung ausgelegten Funktionsweise als nur bedingt gegeben. Beobachtungen aus dem *KN:IX plus*-Monitoring¹⁸ zeigen, dass als islamistisch kategorisierte Accounts auf *TikTok* – einer von einschlägigen Akteur*innen beständig genutzten Plattform – deutlich weniger konstant sind, d. h. noch häufiger Löschungen oder Sperrungen unterliegen, als Accounts auf *Instagram*. *TikTok* ist aufgrund der hohen Nutzer*innenzahl und starken Viralität der Inhalte zwar von höherer Relevanz, allerdings führt der starke Content-Fokus und der Algorithmus, der mehr auf Viralität und weniger auf die gefolgtten Accounts fokussiert ist, dazu, dass Accounts (und Follower*innenzahlen) selbst eine geringere Bedeutung innerhalb der Plattform haben. Dieser Eindruck verstärkte sich bei einer initialen Sichtung von möglichen Kanälen und deren Verbindungen untereinander. Die potenziell relevanten Kanäle folgten bspw. kaum anderen Kanälen und untereinander fanden sich wenige Verbindungen. Dies bestätigte sich auch bei einer stichprobenartigen Sichtung der Follower*innen und ihrer Verbindungen untereinander.

Im Gegensatz dazu ergab sich auf *Instagram* ein anderes Bild: Erste Beobachtungen zeigen, dass die Inhalte auf *Instagram* in einschlägigen Kreisen teils vielseitiger sind als z. B. auf *TikTok*; in *Instagram*-Stories werden zum Teil tagesaktuelle, teils auch drastischere Inhalte geteilt, die auf *TikTok* deutlich weniger Aufmerksamkeit erhalten. Zudem scheint *Instagram* neben den Vernetzungsmöglichkeiten durch *direct messages* und Kommentare mehr zu Austausch einzuladen; zugleich dient es als Informationsquelle und Bühne für die eigenen Aussagen. Die eingangs identifizierten Accounts zeigten untereinander deutlich mehr Verbindungen; auch die stichprobenartig gesichteten Follower*innen der Kanäle machten mehr Verbindungen zu relevanten Kanälen sichtbar. Insofern scheint bei *Instagram* der Fokus stärker auf dem Netzwerk aus gefolgtten Kanälen zu liegen. Basierend auf der Anzahl an Personen, die dem entsprechenden Kanal folgten (im weiteren als *followers* bezeichnet) und den Kanälen, denen der Kanal selbst folgte (im weiteren als *followings* bezeichnet), schienen die meisten der identifizierten Kanäle ihren Account sowohl zur Rezeption von Inhalten als auch zum Senden eigener Botschaften zu nutzen. Diese Dualität macht die Plattform zu einem vielversprechenden Ort für eine Netzwerkanalyse.

¹⁸ *KN:IX plus* ist ein Informationsdienst des Kompetenznetzwerks „Islamistischer Extremismus“ (KN:IX) für Praktiker*innen und Multiplikator*innen der Islamismus-Prävention. *KN:IX plus* sammelt quantitative Informationen zu feldrelevanten Social Media-Accounts, ordnet sie fachlich ein und visualisiert die Ergebnisse. Anmeldung unter: <https://kn-ix.de/knixplus/>, letzter Aufruf am 16.09.2024.

Instagram

bietet verschiedene Interaktionsfunktionen, um den Austausch von Inhalten und Meinungen zwischen den Nutzer*innen zu fördern. Die wichtigsten Funktionen zur Vernetzung und Kommunikation sind Follower*innen, Followings und die Kommentarfunktion.

Follower*innen: Das sind Personen, die einem bestimmten Kanal folgen. Diese Funktion ermöglicht es den Personen, die Inhalte des Kanals kontinuierlich zu verfolgen. Bei öffentlichen Profilen kann jede Person ohne Erlaubnis folgen, bei privaten Profilen ist eine Erlaubnis erforderlich. Die Anzahl der Follower*innen gibt oft Aufschluss über die Reichweite und Popularität eines Kanals.

Followings: Das sind die Profile, denen der Kanal selbst folgt. Diese Funktion ist eine Schlüsselkomponente, um individuelle Netzwerke auf *Instagram* aufzubauen.

Kommentarfunktion: Mit der Kommentarfunktion können Personen direkt auf Beiträge reagieren und ihre Meinung in Textform unter einem Post hinterlassen. Kommentare fördern den Gedankenaustausch und schaffen einen Dialog zwischen dem Kanal und den Follower*innen oder anderen Nutzer*innen. Sie können Diskussionen auslösen und den sozialen Charakter der Plattform stärken. Darüber hinaus kann der*die Verfasser*in eines Beitrags entscheiden, ob die Kommentare zu einem Beitrag zugelassen sind oder nicht und so den Interaktionsgrad der Inhalte steuern.

3.2.3 Auswahl der Kanäle

Die Auswahl der 20 *seed channels*, von denen ausgehend das Netzwerk erschlossen wurde, erfolgte nach festgelegten Kriterien¹⁹: Die Kanäle mussten bspw. bestimmte quantitative und formale Kriterien (z. B. öffentlicher Kanal mit mindestens 100 Follower*innen) erfüllen. Zur Einordnung als ‚weiblich gelesener Kanal‘ wurden als Kriterien u. a. das Vorhandensein weiblich gelesener Profilnamen, eines weiblich gelesenen Profildfotos oder eines Verweises, dass „keine Nachrichten von Brüdern“ erwünscht sind, herangezogen. Hinsichtlich der Einordnung als islamistische Kanäle wurde festgelegt, dass mindestens drei Kriterien zutreffen mussten; unter diesen Kriterien waren u. a. das Teilen von Videos bekannter, zeitgenössischer salafistischer Prediger, Hinweise auf strikten Monotheismus (arab. *tauhid*) bei gleichzeitiger Abgrenzung und Abwertung von Polytheismus (arab. *shirk*) bzw. Personen, die als *mushrikeen* (dt. solche, die Polytheismus betreiben) bezeichnet werden, oder Schuldzuweisungen

¹⁹ Diese Kriterien sind angelehnt an die Kriterien, die für die Publikation von Krämer & Wetchy (2023) erarbeitet wurden und sich bei dieser Erhebung bewährt haben.

und Angst als Druckmittel, mit Bezugnahme auf Apokalypse, Dschinn, Teufel und Engel als koranische Wesen²⁰ gelistet. Die vollständige Liste der herangezogenen Kriterien ist im Anhang dieses Short Papers zu finden. Insbesondere die Anforderung, dass mindestens drei der genannten Punkte erfüllt sein müssen, stellt sicher, dass die Einordnung nicht auf Basis von vereinzelt Aussagen oder (möglicherweise unwissend) geteilten Posts getroffen wird. Es soll zudem betont werden, dass die hier offengelegten Kriterien dazu dienen, Inhalte zu identifizieren, die in islamistischen Netzwerken Relevanz haben. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass es das Anliegen des Projekts ist, die Inhalte besser zu verstehen und präziser zu beschreiben, um in der Präventions- und Distanzierungsarbeit auf diese eingehen zu können – und nicht vor dem Hintergrund, eine ‚GefahrenEinstufung‘ vorzunehmen oder auf die Drastik von Inhalten hinzuweisen.

3.2.4 Forschungsethische Überlegungen

Forschungsethische Überlegungen sind insbesondere bei der Nutzung von Daten aus den Sozialen Medien eine zentrale Voraussetzung für verantwortungsvolle Forschung.²¹ Wie eingangs beschrieben sind Begriffe und Konzepte wie die des Islamismus und Diskurse, die sich mehrheitlich auf eine Gefahrenereinschätzung konzentrieren, nicht immer unproblematisch. Auch mit der Netzwerkanalyse geht die Gefahr einher, Kanäle falsch zuzuordnen und damit zu einer Stigmatisierung der entsprechenden Personen oder Gruppen beizutragen, die letztlich zu Diskriminierung führen kann und damit der Radikalisierungsprävention abträglich wäre. Ebenso gilt es, Gefahren, die sich aus der Nennung von Accountnamen ergeben, gegenüber dem Mehrwert ihrer Nennung abzuwägen. Grundsätzlich ist es Hauptanliegen der SNA, Strukturen und Gruppierungen zu identifizieren und nicht zentrales Ziel, möglichst viele einzelne Kanäle zu benennen. Die Zuordnung von Kanälen zur Kategorie ‚verbreitet islamistische Inhalte‘ wurde durch das Projektteam in einem Kodierungslauf mit größtmöglicher Sorgfalt abgewogen. Dennoch ist es möglich, dass – bspw. aufgrund einer anderen Arbeitsdefinition oder sich verändernder Inhalte – diese Einschätzung von anderen Personen oder zu anderen Zeitpunkten differiert.

Ebenso besteht die Gefahr, dass nicht-extremistische Accounts, die bspw. religiöse Themen behandeln und ebenfalls von den Nutzer*innen rezipiert werden, und daher in der Netzwerkkarte abgebildet sind, stigmatisiert werden, indem sie mit islamistischen Inhalten oder Akteur*innengruppen assoziiert werden.

In Einklang mit datenschutzrechtlichen Vorgaben und zur Vermeidung von stigmatisierender Assoziation von einzelnen Accounts in der Netzwerkkarte mit den Accounts islamistischer Akteur*innen hat sich das Projektteam dazu entschlossen, die Namen der einzelnen Accounts nicht zu nennen, es sei denn, die Namensnennung bietet einen eindeutigen Mehrwert. Dies ist bspw. der Fall, wenn es sich um einschlägig bekannte islamistische Akteur*innen handelt oder einzelne Accounts eine besondere Position im Netzwerk einnehmen (und es sich um Accounts von Organisationen, Prominenten o. ä. handelt). Bei jeder Namensnennung wurde eine individuelle Abwägung getroffen. Die durch die Netzwerkanalyse generierten Daten wurden datenschutzkonform gespeichert. Teil forschungsethischer Überlegungen ist es auch, abzuwägen, welche nicht-intendierten Effekte die Forschungsergebnisse haben könnten. Im Falle dieses Short Papers betrifft dies zum Beispiel die Frage, ob die Nennung islamistischer Kanäle deren Reichweite verstärkt. Insbesondere bei kleineren Kanälen kann eine Namensnennung und ein Sichtbarmachen auch dazu führen, dass Personen vermehrt die Inhalte des Kanals konsumieren, entweder, weil sie die Inhalte positiv bewerten oder weil sie sich kritisch mit ihnen auseinandersetzen

²⁰ Siehe dazu modus|zad. 2023. ‚FAQ bpb-Basismonitoring‘. modus|zad. <https://modus-zad.de/fag/>, letzter Aufruf am 10.09.2024.

²¹ Zu Fragen bzgl. eines verantwortungsvollen Umgangs mit Social Media-Daten siehe zum Beispiel: Sold, Manjana; Junk, Julian. 2021. „Untersuchung extremistischer Inhalte auf Social Media-Plattformen: Datenschutz und Forschungsethik – Herausforderungen und Chancen“. GNET. <https://gnet-research.org/wp-content/uploads/2021/02/GNET-Researching-Extremist-Content-Social-Media-Ethics-GERMAN.pdf>, letzter Aufruf am 04.09.2024.

möchten. Beides kann jedoch durch Social Media-Logiken dazu führen, dass der Kanal eine größere Reichweite erhält. In diesem Zusammenhang gilt es auch, die Möglichkeit der Missinterpretation der Visualisierungen des durch die Analyse entstandenen Netzwerks zu bedenken und durch klare und eindeutige Beschreibungen zu minimieren. Daher wurde im Abschnitt, der die Visualisierungen erläutert, mehrfach explizit darauf hingewiesen, dass die Netzwerkkarte nicht ohne weiteres Kontextwissen kausale Schlüsse zulässt und stets die Gefahr einer Übergeneralisierung besteht. Die Tatsache, dass bspw. prominente Personen wie Taylor Swift, Beyoncé und Lionel Messi in der Karte auftauchen, verdeutlicht, dass die reine Präsenz von Personen nicht als kausaler Schluss für ihre spezifische Relevanz bzw. eine islamistische Einstellung gedeutet werden kann.

Bei der Durchsicht der Kanalliste stellte das Projektteam fest, dass einige der Accounts eindeutig von Minderjährigen geführt werden oder diese auf den Kanälen als Hauptakteur*innen auftreten. Diese Kanäle wurden explizit aus der Datenerhebung ausgeschlossen; ihre Accountnamen werden an keiner Stelle genannt.

3.2.5 Methodische Überlegungen

Bevor mit der Umsetzung der Analyse begonnen werden kann, werden in diesem Kapitel zentrale methodische Überlegungen, zugeschnitten auf die Fragestellungen dieses Short Papers, erläutert. Zunächst könnte man annehmen, dass eine Netzwerkanalyse die unmittelbaren Verbindungen (in Form eines *follows*) zwischen Follower*innen beschreibt. Dies wäre technisch möglich – aussagekräftiger ist jedoch die Betrachtung der Follower*innen der Ausgangskanäle. So wurde für diese Publikation entschieden, den Umweg über *Following*-Entscheidungen von Nutzer*innen zu gehen.

Für einzelne *Follow*-Entscheidungen kann es eine Vielzahl von Gründen geben, die nicht unbedingt auf inhaltliches Interesse zurückzuführen sind. Sich lediglich darauf zu fokussieren, ob sich Kanäle gegenseitig folgen, würde dazu führen, dass jeweils eine bzw. zwei einzelne *Follow*-Entscheidungen für die Darstellung der Netzwerkkarte ausschlaggebend wären. Da die Accounts teilweise nur zum Senden (oder Lesen) verwendet werden, wäre die Aussagekraft sehr begrenzt. Der Fokus auf die gemeinsamen Follower*innen minimiert dieses Risiko sowie den Einfluss von einzelnen Entscheidungen. Insofern bildet die Karte eher die tatsächliche Rezeption der Inhalte seitens einer bestimmten Follower*innenschaft ab. Um nicht eine vollkommen beliebige Follower*innenschaft zu betrachten, wurden 20 islamistische, weiblich gelesene Accounts ausgewählt. Dadurch wird der Blick – das Fenster, durch das auf das Netzwerk aus *Instagram*-User*innen geschaut wird – spezifiziert. Durch die Betrachtung der Überschneidung der Follower*innenschaft erhöht sich die Aussagekraft, da so das Nutzungsverhalten von hunderten oder tausenden Personen abgebildet wird.

Ein weiterer Grund, wieso es nur sehr bedingt aussagekräftig ist, ob ein Kanal einen anderen abonniert hat, ist, dass das Abo-Verhalten der Kanäle grundsätzlich sehr verschieden ist. Einige Kanäle haben über 1.000 andere Accounts abonniert, andere Kanäle haben hingegen nur wenige oder gar keine Abos getätigt. Die Zahl der getätigten Abonnements der *seed channels* selbst variiert zwischen 0 und 4.056 (Stand: 24.04.2024). Insofern lassen sich die Verbindungen nicht alleinstehend deuten.

Als weitere Annäherung wäre es grundsätzlich möglich, sich alle Kanäle, denen die ausgewählten Akteurinnen folgen, anzusehen. Doch dieses Vorgehen hätte mehrere Nachteile: Zum einen werden die Accounts offensichtlich sehr unterschiedlich genutzt: Einige posten vor allem Inhalte, aber folgen selbst keinen/wenigen Accounts; andere folgen sehr vielen Accounts, und posten auch selbst etc. Zum anderen wäre bei der geringen Anzahl der *seed channels* sowie den stark variierenden Zahlen an Accounts, denen sie folgen, eine starke Verzerrung in Richtung

der *seed channels*, die vielen Accounts folgen, zu erwarten. Zudem gilt das Erkenntnisinteresse weniger der Sender*innen-Seite, als vielmehr der Empfänger*innen-Seite. Denn nur dadurch, dass die Kanäle eine (gewisse) Reichweite haben, generieren sie ggf. eine Relevanz und einen möglichen Einfluss (dieser lässt sich jedoch mit den gewählten Methoden nicht beurteilen). Interessant ist vielmehr, wem die Personen, die den *seed channels* folgen, außerdem noch folgen. Dies ergibt eine deutlich größere Anzahl an Accounts, die insofern einen besseren und differenzierteren Überblick ermöglicht und Hinweise liefert, welche weiteren Accounts, Akteur*innen und Themen für die Follower*innen von Interesse sind. Der zahlenmäßige Unterschied der Follower*innenzahlen der *seed channels* ist zudem deutlich geringer als die oben beschriebene Zahl der gefolgten Kanäle. Der kleinste Account hat 128 Follower*innen, der größte Account 2.658 Follower*innen (Stand 24.04.2024). Zudem wird im Folgenden eine relative Berechnung verwendet, die anteilige Überschneidungen errechnet, um zu verhindern, dass besonders follower*innenstarke Kanäle überrepräsentiert werden (siehe 3.2.6).

3.2.6 Vorgehensweise und Datenerfassung

Die Umsetzung der sozialen Netzwerkanalyse wird im Folgenden in Kürze beschrieben; ergänzende Informationen zum Vorgehen und der Methode finden sich im Anhang dieses Short Papers. Die Daten wurden in einer relationalen SQL-Datenbank gespeichert. Anschließend wurden sie Schritt für Schritt mit individuell erstellten Python-Skripten für die weitere Analyse aufbereitet. Für die Visualisierung der Daten wurde die frei zugängliche Netzdatenvisualisierungssoftware *Gephi* verwendet.

Zunächst wurden - wie unter 3.2.3 beschrieben - 20 Ausgangskanäle, sogenannte *seed channels*, identifiziert. In einem ersten Schritt wurden alle (öffentlich einsehbaren) Follower*innen dieser Kanäle erfasst. Insgesamt wurden so basierend auf den 20 Seed-Channels 11.366 (technisch erfassbare) Accounts von Follower*innen dieser Kanäle identifiziert.

Diese Zahl beinhaltet jeden erfassten Account nur einmal; Accounts, die mehrfach erfasst wurden, wurden bereits herausgerechnet.

Es sollte erwähnt werden, dass die vorliegende Publikation keine Risikobewertung dieser Follower*innen vornimmt und keinerlei personenbezogenen Daten von ihnen sichtbar macht. Diese Stichprobe dient vielmehr dazu, eine datenbasierte Einschätzung davon treffen zu können, welchen Kanälen Personen sonst noch folgen, die auch mind. einem der *seed channels* folgen.

Von diesen Follower*innen-Accounts waren (Stand 14.08.2024) 5.553 (48,9%) auf privat gestellt, diese Accounts wurden für die weitere Datenerfassung ausgeschlossen. 5.564 (49,0%) der Accounts waren öffentlich einsehbar und bilden die Grundlage für die nachfolgende Datenauswertung. 249 (2,1%) der Kanäle wurden im Laufe der Datenerfassung offline genommen bzw. waren nicht über den gesamten Datenerfassungszeitraum online abrufbar, sodass sie ggf. nicht vollständig im Datenset repräsentiert sind.²² Für die öffentlich einsehbaren Kanäle konnten 6.307.366 getätigte Abonnements erfasst werden. Diese Abonnements verteilten sich auf insgesamt 3.675.144 verschiedene Accounts (im Folgenden *followings* genannt).

²² Die Daten, die für diese Accounts erfasst werden konnten, wurden berücksichtigt.

Für die folgende Analyse der Accounts und die Datenvisualisierung musste die Anzahl der berücksichtigten *followings*-Accounts deutlich begrenzt werden, um eine Bearbeitbarkeit, Relevanz und Übersichtlichkeit sicherzustellen. Hierzu wurde ausgewertet, wie häufig die Accounts im Datenset jeweils abonniert wurden. Berücksichtigt wurden für die folgende Analyse nur diejenigen Accounts, die mindestens 100-mal von den Nutzer*innen in der Untersuchung abonniert worden sind; 977 Accounts erfüllten diese Bedingung. Alle diese 977 Accounts wurden durch das Projektteam gesichtet und hinsichtlich der folgenden zwei Fragen eingeordnet:

- 1) Lassen sich islamistische Inhalte auf den Accounts identifizieren?²³
- 2) Welchem gelesenen Geschlecht lassen sich die sichtbaren Sprecher*innen/Betreiber*innen der Accounts zuordnen?²⁴

Die Häufigkeitsauswertung hierzu findet sich in Kapitel 4.1.

Diese 977 Accounts stellen die *nodes* – in der Netzwerkkarte visualisiert als farbige Punkte – dar. Die Größe der Punkte gibt an, wie häufig diese Accounts von den Nutzer*innen abonniert wurden²⁵. Eine Verbindung (*edge*; Linie) wurde dann erstellt, wenn sich die beiden Accounts mindestens eine*n Follower*in teilten. Anders formuliert: Eine Verbindung zwischen zwei Accounts bedeutet, dass mind. ein*e Follower*in beide Kanäle abonniert hat. Die Stärke der Verbindung ist abhängig von der Anzahl der Follower*innen, die sich zwei Kanäle im Datenset teilen – in Relation zu der gesamten Anzahl der Follower*innen, die für sie erfasst wurden. Folgt Person P1 also sowohl dem Account A als auch dem Account B, so wird eine Linie zwischen A und B erstellt. Die Hürde dafür, dass eine Verbindung erstellt wird, ist somit relativ gering, ebenso wie ihre Aussagekraft (bei insgesamt über 5.000 berücksichtigten Nutzer*innen muss nur eine Person beiden folgen, um diese Verbindung zu erzeugen). Dies zeigt sich auch anhand der Daten: Die Dichte des Netzwerkgraphen liegt bei 0,862. Das bedeutet, dass 86,2% der Verbindungen, die theoretisch möglich wären, tatsächlich existieren; das heißt, dass sich ein Großteil der Kanäle mindestens eine*n Follower*in teilt. Insofern ist eine weitere Qualifizierung der Verbindungen notwendig.

Um die Verbindungen interpretierbar zu machen, bedarf es zunächst der Information, wie viele Follower*innen sich die Accounts (alles basierend auf den in diesem Datenset erfassten Daten) teilen. Folgen also neben P1 auch noch die Personen P2, P3 und P4 sowohl Kanal A als auch Kanal B, ist die Verbindung der beiden Kanäle stärker. Zwischen diesen 977 Kanälen gab es insgesamt 14.875.224 einzelne Verbindungen (Dopplungen möglich, da mehrere Follower*innen dieselben zwei Accounts abonniert haben können), die sich auf insgesamt 411.127 einzigartige Verbindungen (inkl. der jeweiligen Häufigkeit ihres Vorliegens) verteilten. Diese einzigartigen Verbindungen (*edges*) sind im Netzwerkgraphen abgebildet.

Ohne weitere Modifikationen würde die Abbildung dieser Verbindungen jedoch dazu führen, dass v. a. diejenigen Kanäle starke Verbindungen aufweisen, die viele Abonnent*innen (im Datenset) haben, da durch die höhere Anzahl an (erfassten) Nutzer*innen (bei zufälliger Verteilung) mehr und stärkere Verbindungen zu erwarten wären. Um aber die Spezifik der Verbindungen zu berücksichtigen, wurde die von *modus/zad*²⁶ verwendete Formel modifiziert, sodass die geteilten Follower*innen in Relation zu den erfassten Follower*innen (anstatt der

²³ Für die Erläuterung der Kriterien siehe Kapitel 3.2.3, Seite 17, und Anhang.

²⁴ Für die Erläuterung der Kriterien siehe Kapitel 3.2.3, Seite 17 und Anhang.

²⁵ Der minimale Wert lag – aufgrund der zuvor genannten Minimalanforderung – bei 100 getätigten Abos; den maximalen Wert wies einer der Seed-Accounts mit 1.108 erfassten Abos auf.

²⁶ Baaken, Till; Meyer, Matthias. 2019. Die Peripherie des Extremismus auf YouTube | Die Blase. *Modus /zad*. <https://modus-zad.de/publikation/blog/die-blase-der-peripherie/>, letzter Aufruf am 04.09.2024.

Gesamtfollower*innen der Kanäle) gesetzt wurden. Dadurch ergibt sich für alle Verbindungen im Datenset ein Wert zwischen 0 und 2 (0 wäre keinerlei Überschneidung; 2 würde bedeuten, dass alle erfassten Follower*innen zweier Kanäle sich komplett überschneiden). Hätten A und B also beide 100 Follower*innen (erfasst in der Datenerhebung) und diese 100 Follower*innen wären die exakt gleichen, so läge der Wert bei 2. Ziel dieser Formel ist es, den Einfluss der Größe der jeweiligen Kanäle zu begrenzen. Dank dieser Formel wäre eine Verbindung zwischen zwei Kanälen gleich stark, wenn Kanal A und B jeweils zehn Follower*innen hätten und fünf davon identisch wären, oder wenn sie 100 Follower*innen hätten und 50 identisch wären. Diese Formel modelliert somit die relative bzw. prozentuale Überschneidung der Follower*innenschaft gemessen an den insgesamt erfassten Follower*innen der beiden Kanäle.

In der Datenvisualisierungssoftware *Gephi* wurden im Anschluss sowohl die 977 Accounts (*nodes*, samt der kodierten Informationen aus dem qualitativen Kodierungsprozess) als auch die 411.127 Verbindungen zwischen ihnen (*edges*, inkl. Häufigkeit und relativem Gewicht) eingetragen. Die Visualisierung der Verbindungen wurde dann mittels des „Force Atlas“-Algorithmus vorgenommen.²⁷ Dabei handelt es sich um einen gravitationsbasierten Algorithmus, der, basierend auf der Stärke der Verbindungen (in diesem Fall *relative edge weight* zwischen 0 und 2), das Netzwerk darstellt. Dabei wird die Stärke der Verbindungen als Anziehungskraft berücksichtigt. Haben zwei Punkte also eine starke Verbindung, so resultiert daraus eine hohe Anziehungskraft. Angesichts der über 400.000 einzigartigen Verbindungen ermöglicht dieser Algorithmus die Visualisierung des komplexen Netzwerks. Dies verdeutlicht auch, dass nicht die Position von zwei einzelnen Punkten zueinander überinterpretiert werden sollte, da eine Vielzahl an ‚Gravitations-Kräften‘ und nicht ausschließlich ihre Verbindung zueinander auf die Punkte einwirken. (In manchen der Visualisierungen sind die einzelnen Linien ausgeblendet, um eine bessere Übersichtlichkeit zu ermöglichen; sie sind jedoch weiterhin existent und ausschlaggebend für die Positionierung der verschiedenen Kanäle zueinander.)

Trotz dieser Limitation ermöglicht das Vorgehen die Visualisierung und das (visuelle) Verständnis eines hochkomplexen Netzwerks. Als grobe und generalisierte Interpretationshilfe gilt: Kanäle, die sich (prozentual) viele Follower*innen teilen, liegen tendenziell näher beieinander; diejenigen, die sich wenige (oder keine) Follower*innen teilen, stoßen sich eher ab und liegen weiter voneinander entfernt. Insofern ist sowohl die Position im gesamten Netzwerkgraphen als auch die Beziehung zu anderen Kanälen interessant. Ebenfalls interessant sind Übergänge zwischen Gruppen oder Clustern. Hier lassen sich Anhaltspunkte für Accounts finden, die ggf. verschiedene Gruppen miteinander verbinden. Eine kausale Aussage lässt sich jedoch nicht treffen, da keine Wirkungen, Richtungen oder zeitlichen Entwicklungen berücksichtigt sind.

²⁷ Siehe dazu: Jacomy, Mathieu, et al. "ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software." *PloS one* 9.6 (2014): e98679.

4 Ergebnisse

Übergeordnetes Ziel des vorliegenden Short Papers war es, weiblich gelesene Kanäle auf *Instagram* genauer zu untersuchen. Die durchgeführte Netzwerkanalyse erlaubt Rückschlüsse hinsichtlich unterschiedlicher Dimensionen; eine Auswahl an Erkenntnissen soll in diesem Kapitel erläutert werden.

4.1 Häufigkeitsauswertung

Die folgenden Häufigkeitsauswertungen beziehen sich auf die 977 Accounts, die mindestens 100-mal abonniert wurden und die die Grundlage für die Netzwerkkarte bilden.

751 (76,9%) der Kanäle wurden als *nicht-islamistisch* kodiert. Neben den 14 berücksichtigten *seed channels* gab es 130 Kanäle (13,3%), die als *islamistisch* eingeordnet wurden. 82 Accounts (8,4%) waren zum Zeitpunkt der Analyse auf *privat* gestellt oder ließen sich auf Grund von zu wenigen sichtbaren Inhalten *nicht zuordnen*.

Hinsichtlich des gelesenen Geschlechts der Sprecher*innen bzw. Kanalbetreiber*innen wurden 317 Accounts als *weiblich gelesen* kodiert (32,9%); 222 als *männlich gelesen* (22,4%). Lediglich 3 Accounts (0,3%) wurden als Gruppe, bei der männliche und weibliche Personen auftreten, kategorisiert. 44,4% wurden als *nicht zuordenbar* kategorisiert, weil bspw. keine Sprecher*innen auftraten oder es sich um Institutionen, Vereine o. ä. handelte, die so groß bzw. abstrakt waren, dass sie keinen konkreten Personen zugeordnet werden konnten (bspw. Tagesschau, Real Madrid, Ultimate Fighting Championship (UFC)). Berücksichtigt man lediglich diejenigen personalisierten Accounts, für die eine Zuordnung zu einem oder mehreren Geschlechtern möglich war, dann ergibt sich folgende Verteilung: *Weiblich* 59,1%; *Männlich* 40,3%; *Mehrere Geschlechter* 0,6%. Sich als *nicht binär* identifizierende Personen wurden nicht identifiziert.

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass es mehr weibliche als männliche Accounts innerhalb des Datensets gibt, was angesichts der Stichprobenwahl zu erwarten und intendiert war. Der überwiegende Anteil an Accounts ist als nicht islamistisch einzustufen, dennoch findet sich auch eine beachtliche Zahl an islamistischen Accounts.

4.2 Netzwerkkarte

Die Netzwerkkarte (Abb. 1) visualisiert basierend auf der in Kapitel 3.2.6 beschriebenen Vorgehensweise das Netzwerk der 977 Accounts (Punkte/*nodes*). Die *Farbe* der Accounts gibt an, ob diese als nicht-islamistisch (gelb) oder islamistisch (blau) kodiert wurden, oder, ob es sich um einen *seed channel* (pink) handelt. Kanäle, die zum Zeitpunkt der Kodierung nicht zugeordnet werden konnten, bspw. weil sie offline waren oder keine Inhalte online hatten, wurde grau gefärbt. Die *Größe* der einzelnen Punkte zeigt an, wie häufig die Kanäle innerhalb der erfassten Nutzer*innen abonniert worden sind (je größer, desto häufiger abonniert). Die *Positionierung* der Kanäle zueinander ergibt sich durch die Stärke der Überschneidungen der Follower*innenschaft zwischen zwei Kanälen (mittels *Force Atlas*-Algorithmus). Da jedoch alle Punkte einander anziehen oder abstoßen (je nachdem, ob sie sich

viele oder wenige Follower*innen teilen), wird die Position durch hunderte verschiedene ‚Kräfte‘ bestimmt. Insofern ist die konkrete Positionierung von zwei Accounts sowie der Abstand zwischen ihnen nicht nur durch das Verhältnis dieses Account-Paars zueinander, sondern auch durch ihre jeweiligen Beziehungen zu all den anderen Punkten bedingt. Eine Überinterpretation des Abstandes zwischen zwei einzelnen Punkten sollte daher vermieden werden. Grundsätzlich gilt als (vereinfachte) Interpretationshilfe: Accounts bzw. Accountgruppen, die sich (prozentual) viele Follower*innen teilen, liegen näher beieinander. Diejenigen, die eine geringe (anteilige) Überschneidung haben, liegen weiter voneinander entfernt.

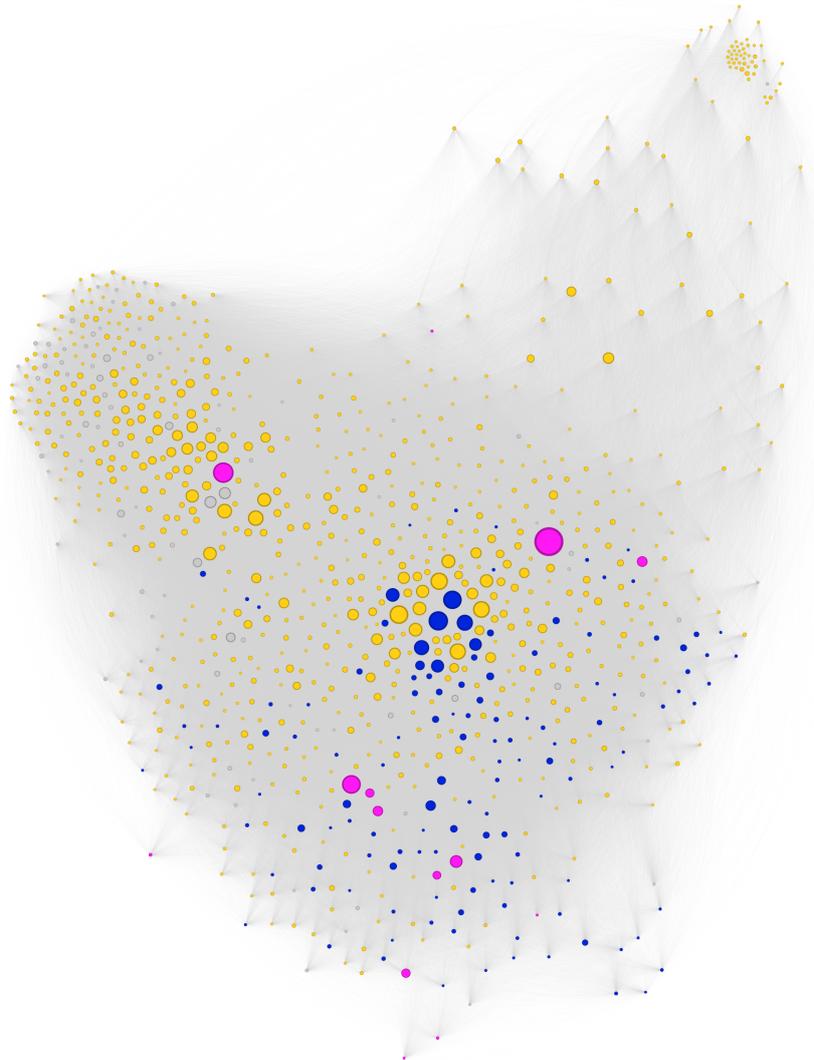


Abb. 1: Darstellung des gesamten Netzwerks mit Linien (edges) und Knoten (nodes).

Im Netzwerkgraphen sind nicht alle *seed channels* abgebildet, da einige in der finalen Datenerfassung nicht 100 oder mehr erfasste Follower*innen hatten. Alle *seed channels* haben zwar mehr als 100 Follower*innen (das war ein zentrales Kriterium dafür, dass sie überhaupt berücksichtigt werden), da jedoch im Schnitt ca. die Hälfte aller Nutzer*innen ihre Accounts auf privat geschaltet hatte und nicht alle Follower*innen technisch erfassbar waren, konnte immer nur ein Teil der Follower*innenschaft (bzw. der getätigten Abos) erfasst werden. Dieser Anteil lag bei 6 von 20 Kanälen unter 100 erfassten Abos, sodass diese nicht in der Visualisierung sichtbar sind.

Ein erster Blick auf die Netzwerkkarte verdeutlicht, dass viele Kanäle, die von der Nutzer*innenschaft rezipiert werden, durch das Projektteam nicht als islamistisch eingestuft werden. Dies ist zunächst eine positive Erkenntnis, denn es weist daraufhin, dass die rezipierten Inhalte von Nutzer*innen durchaus divers sind. Umgekehrt ergibt sich jedoch eine Herausforderung: Denn sowohl insgesamt als auch unter den am häufigsten abonnierten Kanälen (*seed channels* ausgeklammert) finden sich viele einschlägige islamistische Akteur*innen sowie Akteur*innen, die aktuell nicht (alle) Kriterien erfüllen, um als islamistisch eingeordnet zu werden, aber offensichtlich eine Relevanz innerhalb des Feldes haben und teilweise auch problematische Inhalte, wie beispielsweise Misogynie, verbreiten.

Der Blick auf die Netzwerkkarte verdeutlicht, dass sich die Accounts (basierend auf den unter 4.1 beschriebenen Merkmalen) nicht zufällig über die gesamte Karte verteilen, sondern es besondere Häufungen in bestimmten Bereichen gibt, auf die unter 4.3 detaillierter eingegangen wird.

4.3 Bereiche und Gruppen der Netzwerkkarte

Ziel des folgenden Abschnittes ist es, die verschiedenen Bereiche der Netzwerkkarte zu beschreiben. Dafür wird sowohl auf die Metrik der Modularität als auch auf eine qualitative Einordnung der Kanäle zurückgegriffen.

Eine Möglichkeit, *communities* innerhalb von Netzwerken zu identifizieren, ist das Errechnen der Modularität. Die Modularität untersucht, wie die einzelnen Elemente eines Netzwerks miteinander verbunden sind und beschreibt, wie gut das Netzwerk in sogenannte *classes* oder *communities* unterteilt werden kann. Zur Identifizierung dieser *classes* wird häufig der sogenannte *Modularity Score* verwendet, der zwischen -1 und 1 liegen kann. Die errechnete *Modularity*²⁸ des vorliegenden Netzwerkgraphen liegt bei 0,294 und liefert drei Modularitätsgruppen, die sich recht klar voneinander abgrenzen lassen. Diese werden im Folgenden kurz vorgestellt. Da sich fast alle als islamistisch eingeordneten Kanäle in Modularitätsgruppe 3 befinden, wird auf diese unter 4.3.3 detaillierter eingegangen.

²⁸ Basierend auf: Blondel, Vincent D., et al. "Fast unfolding of communities in large networks." *Journal of statistical mechanics: theory and experiment* 2008.10 (2008): P10008.

4.3.1 Prominente und Lifestyle-Accounts | Modularitätsgruppe 1



Abb. 2: Darstellung der Knoten in Modularitätsgruppe 1. Die linke Grafik zeigt, ob die Kanäle als islamistisch (blau) oder nicht-islamistisch (gelb) kodiert wurden bzw. ob es *seed channels* (pink) sind oder sie nicht zuordenbar waren (grau). Die rechte Grafik zeigt, ob als gelesenes Geschlecht weiblich (lila) oder männlich (hellblau) kodiert wurde, bzw. ob Personen mehrerer Geschlechter auftreten (grün) oder kein Geschlecht zuordenbar war (grau).

Die auf der Netzwerkkarte rechts oben identifizierte Gruppe (Modularitätsgruppe 1) wird von prominenten Weltstars und Influencer*innen dominiert, darunter Accounts wie French Montana, Fia Johansson und Beyoncé, die mit Millionen von Follower*innen über eine enorme Reichweite verfügen. Diese Prominenten sind weit vom Zentrum der Netzwerkkarte entfernt und äußern sich kaum zu politischen oder religiösen Themen. Zwischen den reichweitenstarken Prominenten, die sich selten zu politischen Themen äußern, und den zentrumsnäheren Accounts gibt es im Netzwerk einen Übergang. Dieser Übergang wird von Profilen gebildet, die sich regelmäßig zu weltpolitischen Themen äußern – insbesondere solche, die in Bezug zum Islam stehen. Diese Accounts thematisieren Konflikte in der SWANA-Region²⁹ oder kritisieren gesellschaftliche Missstände in muslimischen Communitys und bilden so eine Brücke zwischen den Accounts von Prominenten und dem Zentrum des Netzwerks. Unmittelbar grenzen die Accounts der sich zu politischen Themen äußernden Prominenten an Lifestyle-Accounts an, die sich überwiegend an ein muslimisches Publikum richten; diese Accounts befassen sich mit Restaurants, Rezepten, Coaching und anderen alltäglichen Themen.

Überraschenderweise liegt der *seed channel Free Our Sisters* (als deutlich größerer lila Punkt gekennzeichnet), der laut Bericht des Verfassungsschutzes Nordrhein-Westfalen versucht, „(...) einer Resozialisierung von Inhaftierten in den Justizvollzugsanstalten entgegenzuwirken und eine Bindung an die extremistisch-salafistische Szene zu

²⁹ Das Akronym SWANA bezeichnet die Region Südwestasiens und Nordafrikas.

festigen“ (2023, 236), auch in dieser Gruppe – wenn auch in unmittelbarer Zentrumsnähe. Inhalte des Kanals verweisen, teils mit stark emotionalisierenden Bildern und Texten, auch auf das Leid von Palästinenser*innen; teils finden Bücherverlosungen oder Bücherverkäufe statt; der Erlös kommt laut Kanal Inhaftierten zugute. Dieser Kanal scheint stark rezipiert zu werden und ihm wird einer qualitativen Sichtung nach auch von vielen anderen der *seed channels* unmittelbar gefolgt. Die Position des Accounts legt nahe, dass sich die Follower*innenschaft des Kanals stark mit der von reichweitenstarken, männlichen Accounts zu überschneidet.

4.3.2 Freizeit- und Hobby-Accounts | Modularitätsgruppe 2

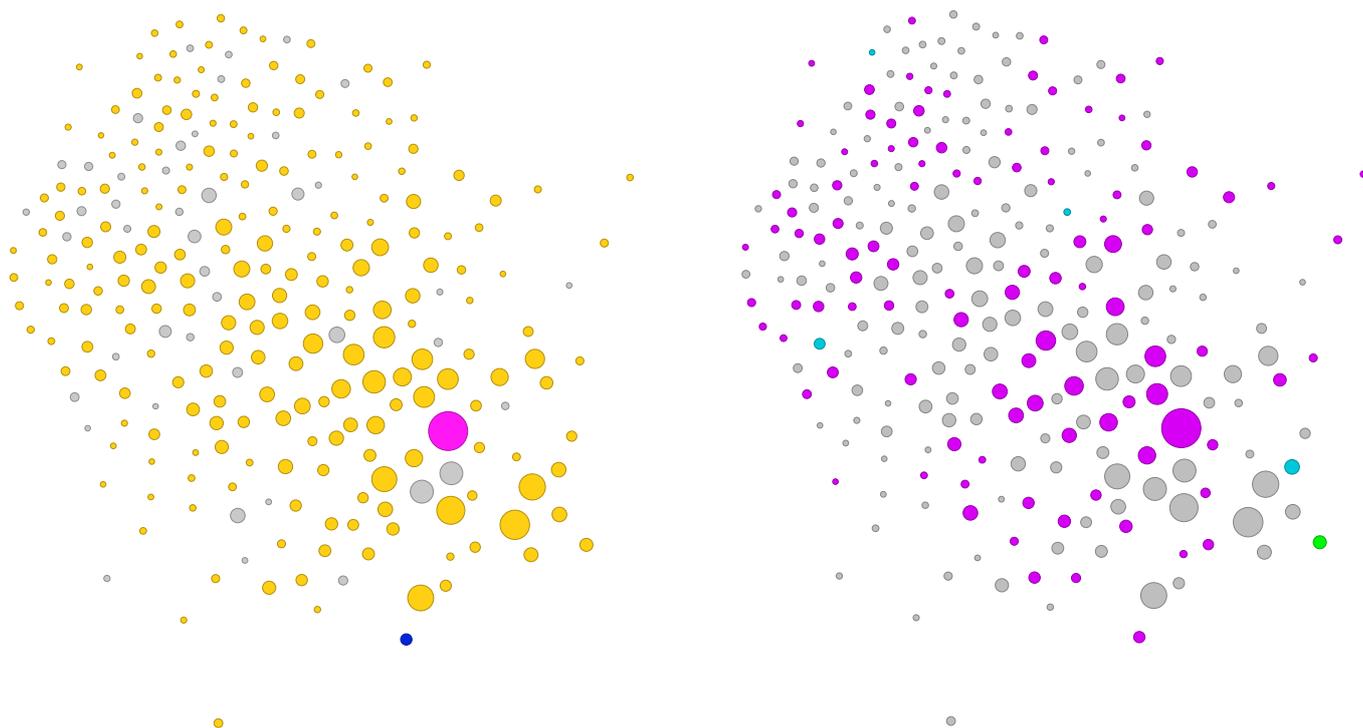


Abb. 3: Darstellung der Knoten in Modularitätsgruppe 2.

Im linken, leicht oberen Bereich der Netzwerkkarte findet sich eine optisch klar abgrenzbare Gruppe (Modularitätsgruppe 2) von über 260 Kanälen. In diesem Bereich sind fast keine Accounts, die als islamistisch eingestuft werden. Auffällig ist hier, dass die überwiegende Mehrheit der Accounts von Frauen betrieben werden bzw. es keine sichtbaren Sprecher*innen gibt, sodass eine Zuordnung zu Geschlechtern nicht möglich ist. Lediglich vier der Accounts werden von Männern betrieben. Hinsichtlich der Arten und Themen der Accounts ist bemerkenswert, dass es sich bei sehr vielen dieser Accounts um Shops handelt. Diese verkaufen v. a. Bekleidung aber auch Kunst, (Kinder-)Bücher, Parfüm, Kosmetik, Deko-Artikel oder Ähnliches. Ebenso finden sich Accounts, die sich mit Themen wie Fotografie oder Kochen beschäftigen. Andere Accounts veröffentlichen religiöse Zitate im Stile von Poesiealben. Vereinzelt finden sich Bezüge zu weltpolitischen Themen, insgesamt sind derartige Bezüge bei diesen Accounts jedoch eher selten.

4.3.3 Salafistische, HuT-nahe und nicht-islamistische Kanäle | Modularitätsgruppe 3

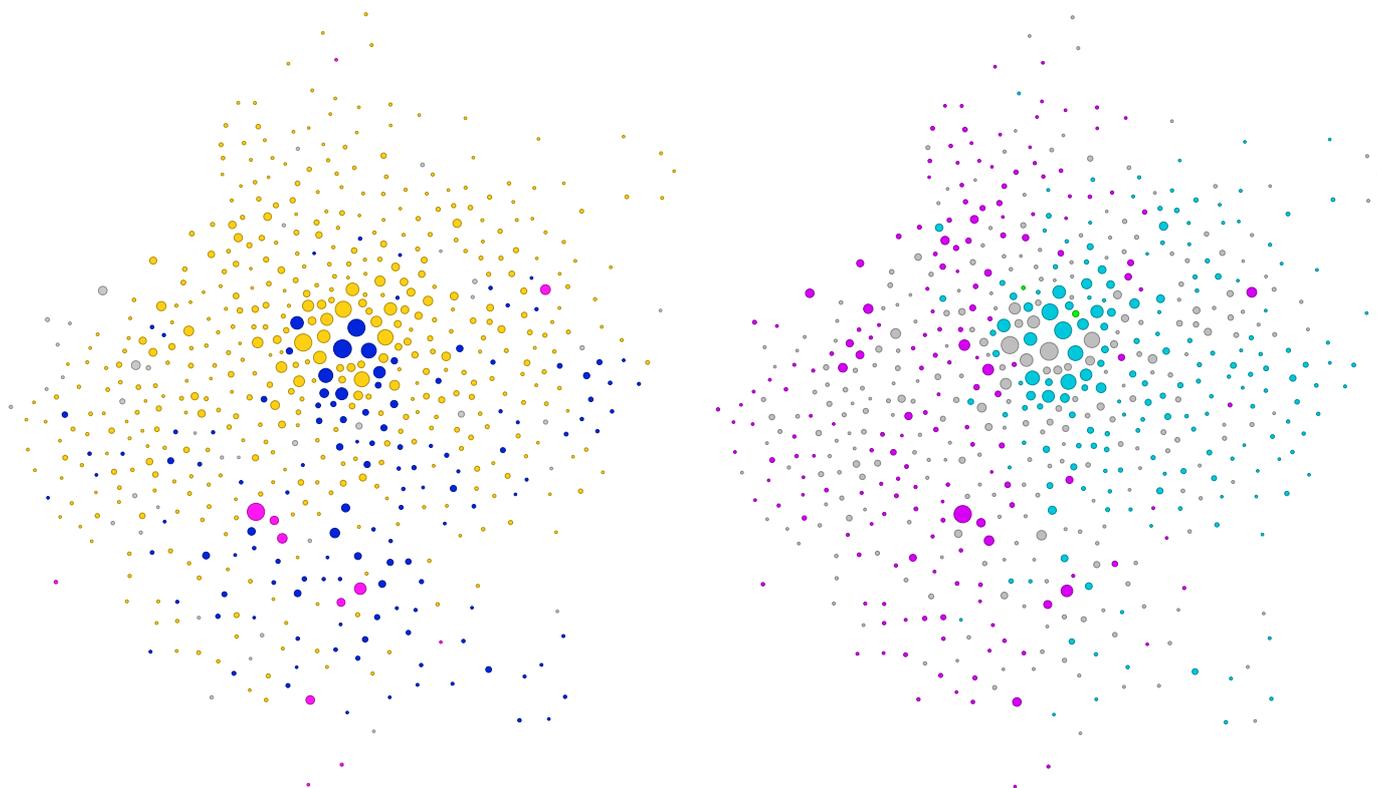


Abb. 4: Darstellung der Knoten in Modularitätsgruppe 3.

Modularitätsgruppe 3 umfasst insgesamt rund 630 Accounts und beinhaltet fast alle der *seed channels*. Die überwiegende Mehrheit der als islamistisch eingestuften Kanäle findet sich in dieser Gruppe, allerdings auch eine Vielzahl nicht-feldrelevanter Accounts. Da diese Gruppe sehr groß ist und viele der Accounts enthält, die als islamistisch kodiert wurden, bedarf es einer tiefergehenden Betrachtung der einzelnen Teile dieser Gruppe, die im Folgenden als Bereiche bezeichnet werden.

4.3.3.1 Das Zentrum der Netzwerkkarte: Bekannte islamistische Akteure, feldrelevante Inhalte und nicht-islamistische Accounts

Im Zentrum der Netzwerkkarte findet sich eine Mischung aus bekannten islamistischen und nicht-islamistischen Accounts. Zu den islamistischen Kanälen zählen drei große HuT-nahe Kanäle – *Botschaft des Islam*, *Generation Islam* und *Realität Islam*, die innerhalb des Datensets auch zu den am häufigsten abonnierten Kanälen gehören. Ihre Position im Zentrum zeigt, dass die Inhalte hohe Anschlussfähigkeit aufweisen und ein breites Publikum ansprechen. Ein qualitativer Blick auf deren Posts zeigt zum einen die hohe Professionalität, enorme Ausdrucksstärke von Bildern, Überschriften und Texten und ein Themenspektrum, das sich von Glaubenspraxis bis zu soziopolitischen Entwicklungen erstreckt. In ihrer Umgebung finden sich bekannte Akteure wie *Marcel Krass*, die der Einstufung dieser Publikation nach nicht islamistisch sind, jedoch dennoch reichweitenstark rezipiert werden. Ihre Position innerhalb des Netzwerks könnte Hinweis darauf sein, dass sie in gewisser Weise Relevanz für das Feld haben, auch wenn ihre Inhalte teils etwas anders gelagert sind als z. B. die der drei oben genannten Kanäle. Nicht-islamistische Kanäle in diesem Bereich des Netzwerks verbreiten u. a. den Glauben bestärkende Sprüche, an

islamische Quellen angelehnte Gesundheitstipps oder Wissen über Hadithe. Mit insgesamt 12,8 Millionen Follower*innen sticht der nicht-islamistische Account *Eye On Palestine* (@eye.on.palestine) hervor, der das Leid der palästinensischen Bevölkerung zeigt – teils mit äußerst drastischen Bildern.

Auffallend ist der relativ deutlich erkennbare Übergang von den im Zentrum liegenden, mehrheitlich männlich gelesenen Accounts zu den links vom Zentrum liegenden, weiblich gelesenen Accounts, die nicht als islamistisch eingestuft sind, von denen viele sich jedoch mit religiösen Themen beschäftigen. Einer dieser Accounts befasst sich zum Beispiel mit islamischen Begräbnissen und Leichenwaschung. Weit rechts des Zentrums finden sich Kanäle, die erneut der HuT zuzurechnen sind. Vom Zentrum aus nach unten gehend finden sich vermehrt bekannte salafistische, männlich gelesene Kanäle, die im nachfolgenden Kapitel näher analysiert werden.

4.3.3.2 Rechts unten: Salafistische Accounts

Im Bereich unten rechts befinden sich Accounts, die übergreifend als salafistisch³⁰ beschrieben werden können; nur eine sehr geringe Zahl dieser Accounts gibt Hinweise auf eine möglicherweise gewaltbereite oder gewaltbefürwortende Haltung der Akteur*innen. Dass die Zahl dieser Accounts gering ist, mag daran liegen, dass diese Kanäle auf *Instagram* nur selten existieren, die Inhalte gesperrt oder gelöscht werden, sie innerhalb der erfassten Nutzer*innenschaft nur wenig rezipiert werden oder generell geringere Reichweiten haben und deshalb unter der für dieses Short Paper angelegten Schwelle von 100 geteilten Follower*innen liegen. Kerncharakteristika dieser Accounts sind der zentrale Fokus auf eine starke Orientierung an islamischen Quellen wie Koran und Hadithen, daraus abgeleiteten Geboten und Verboten und einer klaren Abgrenzung zwischen Monotheismus und Polytheismus, bei gleichzeitiger Abwertung von letzterem.³¹ Begründet werden Positionen häufig mit Verweis auf eine Rückbesinnung des Islam auf die Zeit des Propheten. Es zeigt sich, dass auf diesen Accounts eine bestimmte Bildsprache weit verbreitet ist, etwa die Darstellung von Kämpfern oder sich als religiöse Autoritäten stilisierende Personen in Gewändern, die an den *thwab* (dt. Gewand) erinnern – ein Kleidungsstück, das vor allem in Staaten der Arabischen Halbinsel von Männern getragen wird. Teils bedienen sich Accounts dieses Bereichs, und hier besonders die männlich gelesenen, an Narrativen, die zum Widerstand aller Muslim*innen gegen eine vermeintliche internationale Unterdrückung aufrufen. Zentrumsnah liegen bekannte männlich gelesene, salafistische Kanäle wie z. B. *Abdelhamid* und *Young Muslim*, die weniger als religiöse Autoritäten, sondern vielmehr als belehrende ‚Väter‘ oder ‚Brüder‘ auftreten. Ebenso bekannte salafistische, männlich gelesene Kanäle wie *Fabian Lawerenz*, *Abul Baraa*, *Amen Dali* und die *DMG Braunschweig* zeichnen sich durch religiös-theologische Aussagen bzw. Vorträge aus und sind ebenso am Übergang zwischen Zentrum und dem Bereich salafistischer Kanäle angesiedelt. In diesem Übergang ist z. B. auch ein als islamistisch eingestuft Account zu finden, der sich der Heiratsvermittlung widmet, aber auch Probleme in der Ehe und Geschlechterrollen diskutiert.

Akteurinnen, die sich als religiöse Autoritäten darstellen und ähnlich wie männliche salafistische Akteure, wie z. B. *Abu Mikail* oder *Ibrahim al-Azzazi*, personalisierte Accounts unterhalten und dort aktiv Inhalte teilen, konnten in diesem Datenset kaum identifiziert werden. *Women of Sunnah* kann laut der Kriterien dieser Publikation ebenso als islamistisch eingestuft werden, auch wenn die Beiträge zum Teil weniger drastisch sind als auf anderen Kanälen. Der Account ist mit 99.500 Follower*innen (Stand: 06.09.2024) reichweitenstark, publiziert Beiträge auf Englisch

³⁰ Für eine grundlegende Definition des Begriffs ‚Salafismus‘, siehe z. B. Pfahl-Traughber, Armin. 2015. „Salafismus – was ist das überhaupt? Definitionen – Ideologiemerkmale – Typologisierungen“. Radikalisierungsprävention Islamismus. Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/themen/infodienst/211830/salafismus-was-ist-das-ueberhaupt/>, letzter Aufruf am 06.09.2024. Für Einblicke in die Diversität salafistischer Online-Kanäle, siehe z. B. Hartwig, Friedhelm. 1.12.2020. „YouTube Erfolgsrezepte: Unique Selling Points und neue Trends salafistischer Kanaltypen“. modus|zad, letzter Aufruf am 06.09.2024.

³¹ Ausformuliert entsprechen diese den Kriterien 2, 4, 7 und 8 der Kriterien, wie sie im Anhang abgebildet sind.

und zeigt dabei auch die internationale Dimension auf, die in diesem Datenset abgebildet ist. Der Account ist visuell stark geprägt von der Darstellung schwarz verschleierter Frauen. Viele Posts beziehen sich auf die Rolle von Frauen oder einem vermeintlich richtigen oder falschen Verhalten von Frauen; jedoch sind nicht alle Aussagen genderspezifisch.

*Ahmad Musa Jibril*³² findet sich mit seinem englischsprachigen sowie seinem deutschsprachigen Account im unteren Bereich der Netzwerkkarte zwischen dem mehrheitlich weiblichen Bereich (Mitte links) und dem stärker männlich geprägten Bereich mit vermehrt islamistischen Kanälen am rechten Rand der Netzwerkkarte. Aufgrund der Tatsache, dass dieser Akteur sogar mit zwei Accounts im Datenset vertreten ist, scheint eine nähere Betrachtung seines Accounts sinnvoll. In der Umgebung von *Jibrils* englischsprachigem Account finden sich weitere englische Accounts, die u. a. Inhalte von *Jibril* reposten. Ebenfalls finden sich Kanäle, die aus dem *KN:IX plus*-Monitoring bekannt sind, wie zum Beispiel *Babul Haqq*. Bei einer ersten Sichtung zeichnen sich viele Kanäle aus diesem Umfeld dadurch aus, dass sie vehemente und explizite Positionen vertreten, die Andersgläubige (sowohl nicht-Muslim*innen als auch Muslim*innen, die nicht der Glaubensauslegung dieser Kanäle folgen) abwerten und verachten.

4.3.3.3 Rechts des Zentrums: Männer, Prediger, Hizb ut-Tahrir (HuT) und Kampfsport

Im rechten Bereich der Netzwerkkarte findet sich eine Mischung aus nicht-islamistischen und islamistischen Accounts. Auffällig ist, dass es kaum weiblich gelesene Accounts in diesem Bereich gibt. Die überwiegende Mehrheit der Accounts hat einen Fokus auf Religion. In Richtung des oberen Bereichs (Prominente) wird der Anteil an Accounts mit primär religiösem Fokus geringer.

Im Bereich, der den Übergang zwischen dem salafistischen Bereich (Mitte bis unten) bildet, ist eine Vielzahl an männlichen Akteuren angesiedelt, die als religiöse Autoritäten und Prediger auftreten. Darunter sind sowohl solche, die als islamistisch eingestuft wurden (bspw. *Pierre Vogel*, *Hassan Dabbagh* und *Mohammed Hoblos*), als auch Akteure, die als nicht-islamistisch einzustufen sind.

Zwischen der Mitte und dem rechten Rand der Karte finden sich u. a. *Anasheed*³³-Sänger wie *Redlion* oder *ModeenMedia*, die selbst als nicht-islamistisch eingestuft wurden. Sie greifen in ihrer Musik jedoch Themen und bestimmte Erzählungen auf, die sich in vehementerer und eindeutigerer Form auch bei islamistischen Akteur*innen finden. Zudem sind in diesem Bereich der bekannte englischsprachige, islamistische Prediger *Bilal Phillips* sowie ein Account der *Furkan*-Bewegung verortet.

Ebenso sind mit *islamundsunnah* sowie *sunnahpoint* zwei Spiegelaccounts³⁴ präsent, die die Inhalte verschiedener islamistischer Akteur*innen vor allem aus dem salafistischen Spektrum reposten. Diese beiden Accounts befinden sich zwischen dem Kern der Karte und dem rechten Rand.

³² Für weitere Informationen zur Person, siehe z. B. Carter, Joseph A.; Maher, Shiraz; Neumann, Peter R. 2014. „#Greenbirds: Measuring Importance and Influence in Syrian Foreign Fighter Networks“. The International Center for the Study of Radicalisation and Political Violence (ICSR). <https://icsr.info/wp-content/uploads/2014/04/ICSR-Report-Greenbirds-Measuring-Importance-and-Influence-in-Syrian-Foreign-Fighter-Networks.pdf>, letzter Aufruf am 06.09.2024, S. 19.

³³ Anasheeds sind religiöse Gesänge ohne instrumentale Begleitung.

³⁴ Siehe unter Kapitel 6f., Seite 43 in: Baaken, T., Hartwig, F., & Meyer, M. (2019). *Modus Insight: Die Peripherie des Extremismus auf YouTube*. modus | Zentrum für angewandte Deradikalisierungsforschung gGmbH.

https://modus-zad.de/wp-content/uploads/2020/03/modus_insight_Die_Peripherie_Des_Extremismus_auf_YouTube2020.pdf, letzter Aufruf 09.09.2024

Am rechten Rand des Bereichs zeigt sich u. a. eine Gruppe von bekannten Akteuren: Sprecher*innen und Unterstützer*innen der HuT-nahen Accounts. In unmittelbarer Nähe finden sich der Account von *Muslim Interaktiv* und die personalisierten Accounts von Sprecher*innen der HuT-nahen Gruppierungen: *Raheem Boateng* und *Dawud* (beide Sprecher von *Muslim Interaktiv*), *Ahmad Tamim* und *Bilal* (beide Sprecher von *Generation Islam*) sowie *Suhaib Hoffmann* (*Realität Islam*). Diese Gruppierungen zeichnen sich unter anderem durch eine starke Orientierung am tagesaktuellen Weltgeschehen, globalen Konflikten und einer aktivistischen Komponente (bspw. Flyer-Aktionen, Demonstrationen und koordinierte Online-Aktionen) aus.

Besonders interessant ist, dass der ehemalige Rapper *Brado*, der als nicht-islamistisch eingeschätzt wird, angrenzend an die Gruppe in der Richtung zu finden ist, in der sich weitere (Welt-)Stars befinden. *Brado* hatte im vergangenen Jahr bekannt gegeben, seine Musikkarriere zu beenden, um sich mehr dem Glauben zuzuwenden. In der Folge war er beim Kanal *Botschaft des Islam* zu einem ausführlichen Interview zu Gast und äußerte wiederholt unter Posts von HuT-nahen Gruppierungen seine Zustimmung. Auch weitere aus dem *KN:IX plus*-Monitoring bekannte Akteur*innen aus dem Umfeld der *Hizb ut-Tahrir*, die bspw. regelmäßig unter Beiträgen der HuT-nahen Gruppen kommentieren, finden sich in unmittelbarer Nähe.

Es ist auffallend, dass von den berühmten männlichen Sportlern diejenigen, die sich sichtbar als muslimisch zeigen, eher in Richtung Zentrum der Netzwerkkarte zu finden sind. Insbesondere Kampfsportler sind tendenziell näher am Kern der Netzwerkkarte. Zwei russische UFC-Fighters aus Tschetschenien bzw. Dagestan (*Islam Makhachev* und *Khamzat Chimaev*), die vereinzelt auch Bezug auf aktuelle weltpolitische Konflikte nehmen, befinden sich auf der Karte bspw. in unmittelbarer Nähe zu den HuT-Accounts am rechten Rand, was auf eine stärkere Überschneidung der Nutzer*innenschaft hindeutet. *Khabib Nurmagomedov*, ebenfalls weltbekannter ehemaliger UFC-Kämpfer, findet sich etwas weiter links in der Karte zwischen dem Kern des Netzwerkgraphen und den (Welt-)Stars. *Khabib Nurmagomedov* vertritt eine stark konservative Weltanschauung, die sich auch durch die Ablehnung mit dem ‚Westen‘ verbundener Praktiken und fragwürdige Verbindungen zu autoritären Führern und Oligarchen auszeichnet, während er gleichzeitig seine religiösen, islamischen Überzeugungen in den Mittelpunkt seines öffentlichen Auftretens stellt.³⁵

Die Position von einzelnen Accounts sollte mit Vorsicht interpretiert werden und lässt keine unmittelbaren kausalen Aussagen zu. Auffällig ist dennoch, dass sich gerade männliche (Kampf-)Sportler am Übergang zwischen der Gruppe von feldrelevanten Accounts (und ihrem Umfeld) und anderen Prominenten befinden. Es gibt Hinweise darauf, dass es in den Sozialen Medien Verbindungen zwischen Kampfsport-Inhalten und antidemokratischen Inhalten (bspw. rechtsextremistischen oder nationalistischen Inhalten) bzw. eine Affinität zu extremistischen Positionen gibt.³⁶

Gerade im mittleren und oberen Bereich überwiegt die Anzahl an nicht-islamistischen Accounts deutlich. Hier sind u. a. Personen zu finden, die gelegentlich im Umfeld von islamistischen Akteur*innen auftreten, aber selbst nicht als islamistisch eingestuft wurden. Viele der Akteur*innen in diesem Bereich nehmen Bezug auf tagesaktuelle politische Themen. Es findet sich eine beachtliche Menge an Accounts, die sich auch oder primär mit Aspekten des Nahost-Konflikts beschäftigen (und nicht selten eine sehr selektive Darstellung des Konflikts verbreiten). Auch

³⁵ Siehe unter Zidam, Karim. 2020. 'Khabib Nurmagomedov's Dominance Was Straightforward. His Legacy Is Anything but | UFC'. The Guardian. Accessed 9 September 2024. <https://www.theguardian.com/sport/2020/oct/27/khabib-nurmagomedov-legacy-ufc-champion>, letzter Aufruf 09.09.2024.

³⁶ Siehe dazu z. B. ufuq. 2023. ‚Kontroversen sind ein Selling Point‘ – Einblicke in eine Forschung zur Verbreitung von extremistischen Inhalten auf TikTok. Interview von Götz Nordbruch mit Nader Hotait. <https://www.ufuq.de/aktuelles/tiktok-extremismus/>, letzter Aufruf am 08.09.2024.

(Nachrichten-)Sender bzw. -Plattformen wie bspw. mehrmals *al-Jazeera*, der türkische Sender *TRT*, *Middle East Eye* oder die *Tagesschau* finden sich in diesem Bereich.

Zudem sind Personen und Influencer*innen, die selbst als nicht-islamistisch eingestuft wurden, allerdings mit ihrer Themensetzung und den Narrativen eine Anschlussfähigkeit ins islamistische Milieu bieten, zu finden. *Arafat Abou-Chaker*, der in der Vergangenheit bspw. gemeinsame Livestreams mit *Pierre Vogel* veranstaltete, findet sich im rechten unteren Bereich der Karte.

4.3.3.4 Akteurinnen, ihre Online-Shops und religiösen Inspirationen

Der Bereich oberhalb und links des Zentrums ist deutlich von weiblich gelesenen Accounts besetzt und grenzt sich relativ eindeutig von den männlich gelesenen Accounts, die sich in Richtung Kampfsport und Aktivismus bewegen, ab. Am Übergang zwischen diesen Bereichen findet sich z. B. der Account von *Jürgen Todenhöfer* und weitere männlich gelesene, nicht-islamistische, religiös geprägte Accounts sowie solche, die eher als Lifestyle-Accounts zu beschreiben sind. Unter den Accounts, die näher an die Gruppe der Hobby- und Freizeithemen angrenzen, sind deutlich weniger islamistische Kanäle zu finden; diese mehren sich hingegen in Richtung des salafistisch-weiblich geprägten Bereichs unten links. Oberhalb des Zentrums finden sich vor allem nicht-islamistische Accounts mit Kochrezepten; Accounts links des Zentrums besprechen (häufig religiöse) Bücher, verkaufen religiöse Kleidung für Frauen, veröffentlichen (religiös konnotierte) Sinnsprüche oder unterstützen beim Erlernen des Koran-Lesens. Einige der Shops, die in diesen Bereich fallen, bieten neben ihren Waren auch islamistische Inhalte, zum Teil in Form von zum Verkauf stehenden Büchern, zum Teil in Form von Textbotschaften.

4.3.3.5 Weiblich gelesene, islamistische Accounts

Weiblich gelesene, islamistische Accounts, die inhaltlich an salafistische, männliche Accounts anschließen, zeichnen sich durch eine Kombination aus religiösen Ratschlägen, Aufforderungen zur Verschleierung, der Verbreitung von Zitaten islamistischer Gelehrter oder männlicher Akteure sowie Hinweisen auf die Notwendigkeit, sich von der weltlichen Existenz abzuwenden, aus. Zudem thematisieren sie persönliche Herausforderungen wie Ängste, Sorgen und das Gefühl von Isolation. Sofern auf Tagespolitik Bezug genommen wird, sind überwiegend Aussagen zu Palästina zu finden oder Referenzen zu einer angenommenen weltweiten Unterdrückung von Muslim*innen seitens westlicher Staaten oder unterdrückerischer Regime. Accounts mit dieser Mischung an Themen sind abgesehen von einigen Ausnahmen deutlich in der Mehrzahl.

Ein weiblich gelesener Kanal, der sich deutlich von der soeben beschriebenen Kanalart unterscheidet, repostet fast ausschließlich Inhalte des männlich gelesenen Accounts *Im Auftrag des Islam* und bezieht sich auch im Profil auf den Account und dessen Online-Auftritte. *Im Auftrag des Islam* ist eine Gruppierung, die sich aus ehemaligen Mitgliedern der verbotenen Gruppe *Kalifatsstaat* zusammensetzt.³⁷

Eine Reihe an *seed channels* findet sich im Übergang zur salafistisch-männlichen Gruppe; einer dieser Kanäle ist *Eves Help Club*, der, ebenso wie *Free Our Sisters*, Unterstützung für Gefangene und „IS“-Anhänger*innen organisiert.³⁸ Der Account *Noorul Huda Media* ist stark auf Wissensvermittlung ausgerichtet, erklärt Konzepte und

³⁷ Siehe dazu Ministerium des Inneren des Landes Nordrhein-Westfalen. „Kalifatsstaat (Hilafet Devleti)“. <https://www.im.nrw/kalifatsstaat-hilafet-devleti>, letzter Aufruf am 07.09.2024.

³⁸ Siehe dazu auch Bayerisches Landesamt für Verfassungsschutz. 2023. „Islamismus erkennen. Logos, Symbole, Medienorganisationen, Publikationen, Ideologen, Nashids“. https://www.verfassungsschutz.bayern.de/mam/anlagen/islamismus_erkennen_barrierefrei_neu.pdf, letzter Aufruf am 05.09.2024.

wirbt für Artikel männlicher Akteure, zum Beispiel vom oben genannten *Ahmad Musa Jibril*, die auf der Website des Kanals veröffentlicht werden. Weitere der *seed channels*, die in diesem Bereich angesiedelt sind, verbreiten Ermahnungen zu einem vermeintlich korrekten Verhalten und Benehmen und verurteilen Muslim*innen scharf, die nicht den propagierten Regeln folgen. Einige Accounts reposten Beiträge männlicher salafistischer Akteure, z. B. von *Abdelhamid*. An dieser Stelle auffallend ist, dass im Datenset dieser Analyse kein männlich gelesener Account zu finden war, der Inhalte teilte, die sichtbar von einem weiblich gelesenen Account erstellt wurden. Hervorgehoben werden kann auch die Tendenz, dass weiblich gelesene Kanäle, die näher am Übergang zum männlich-salafistisch dominierten Bereich in der Netzwerkkarte liegen, häufig Inhalte von männlich-islamistischen Akteuren verbreiten. Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass sich diese Inhalte auch visuell stärker mit denen männlich-salafistischer Akteure überschneiden und so einer ähnlichen User*innengruppe angezeigt werden; weiblich gelesene, islamistische Accounts, die maximal weit entfernt vom Bereich männlich-salafistischer Accounts liegen, sind deutlich textlastiger, häufig farblich in beige-rosa gehalten und möglicherweise auf den ersten Blick für User*innen weniger als islamistisch erkennbar.

5 Diskussion und Schlussfolgerungen

In diesem Kapitel werden zentrale Erkenntnisse aus der Netzwerkanalyse zusammengefasst und diskutiert. Dabei wird insbesondere auf genderspezifische Auffälligkeiten im sich ergebenden Netzwerk eingegangen.

76,9 % der Kanäle wurden als nicht-islamistisch kodiert. Neben den 14 berücksichtigten *seed channels* gab es 130 Kanäle (13,3%), die als islamistisch eingeordnet wurden. Unter den als islamistisch kodierten Accounts fanden sich eine Vielzahl an Akteur*innen und Kanalarten sowie unterschiedliche inhaltliche Ausrichtungen. Die stärksten Verbindungen zeigten sich zwischen den Kanälen *Islambotschaft* und *Generation Islam*, *Generation Islam* und *Realität Islam*, und *Realität Islam* und *Islambotschaft* und machen die enorme Bedeutung und Anschlussfähigkeit dieser Kanäle deutlich – auch unter der Follower*innenschaft weiblich gelesener Accounts. Neben bekannten, reichweitenstarken Accounts waren auch bekannte deutschsprachige Akteure wie *Marcel Krass*, *Pierre Vogel*, *Abul Baraa* und *Abdelhamid* vertreten, die durch Videos im Stil von Vorträgen bekannt sind und als Themengeber zu fungieren scheinen. Ebenso wurden englischsprachige Accounts wie die von *Ahmed Musa Jibril* oder *Women of Sunnah* identifiziert. Die Heterogenität und Vielfalt an islamistischen Accounts lässt erahnen, dass User*innen je nach persönlichen Vorlieben Accounts finden können, die der eigenen Ausrichtung entsprechen; islamistische Accounts können nicht nur durch bestimmte religiös-theologische Interpretationen, sondern auch durch eine politisch-aktivistische Ausrichtung anschlussfähig sein.

Hinsichtlich des gelesenen Geschlechts der Sprecher*innen bzw. Kanalbetreiber*innen wurden 317 Accounts als weiblich gelesen kodiert (32,9%) und 222 als männlich gelesen (22,4%). Lediglich drei Accounts (0,3%) wurden als Gruppe, bei der Personen mehrerer Geschlechter auftreten, kategorisiert. 44,4% wurden als nicht zuordenbar kategorisiert. Diese Aufteilung ist in Abbildung 5 dargestellt.

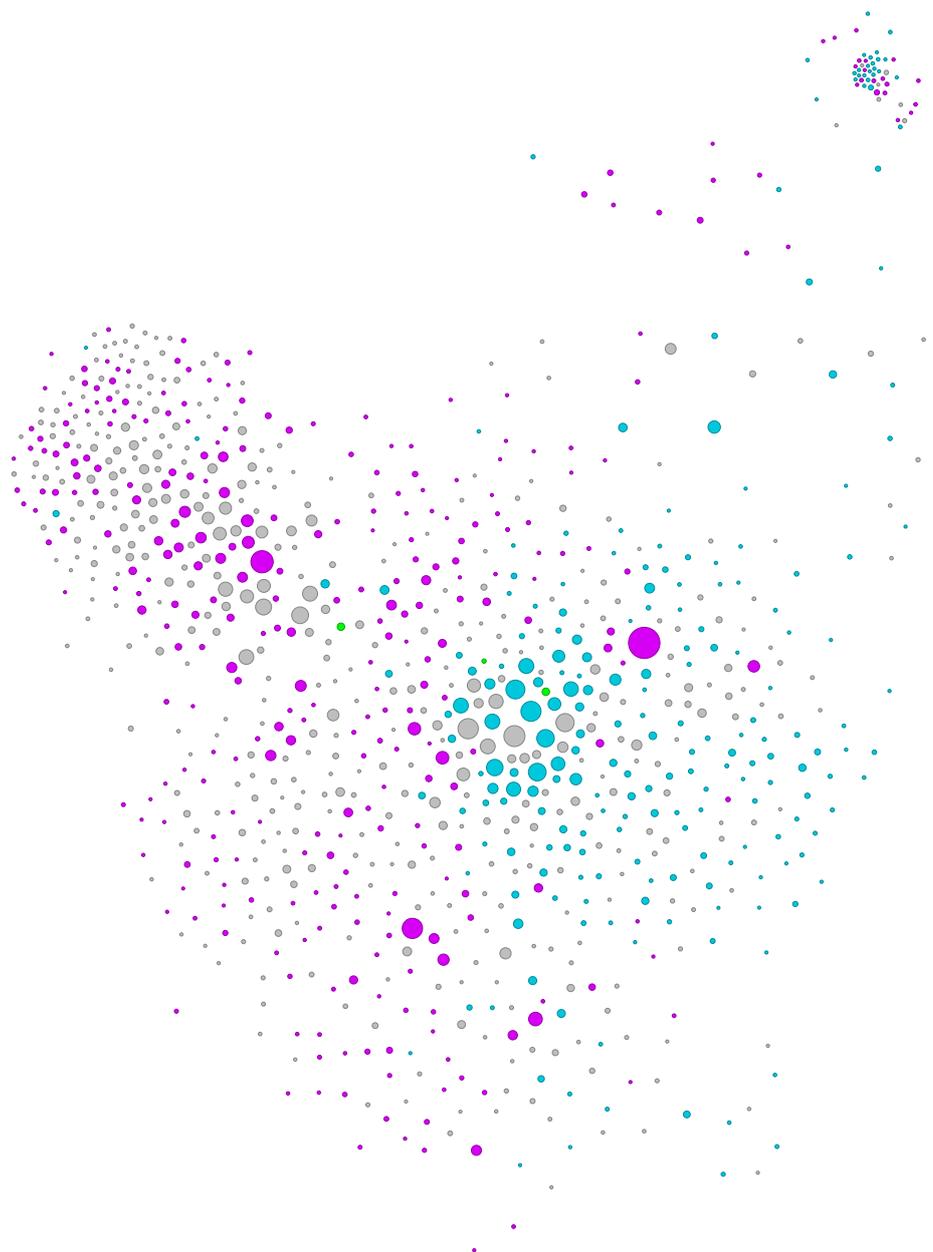


Abb. 5: Darstellung des gesamten Netzwerkes – eingefärbt nach gelesenen Geschlecht: weiblich (lila) oder männlich (hellblau), bzw. Personen mehrerer Geschlechter (grün) oder kein Geschlecht zuordenbar (grau).

Die Stichprobe, ausgehend von weiblich gelesenen *seed channels*, hat also (überdurchschnittlich) viele weiblich gelesene Accounts geliefert. Dennoch finden sich auch viele bekannte männlich gelesene Akteure im Datenset und sind somit auf der Netzwerkkarte abgebildet. Innerhalb des Netzwerkgraphen lässt sich eine relativ deutliche Unterteilung in einen eher weiblichen und einen vornehmlich männlichen Teil erkennen. Hierfür lassen sich verschiedene Erklärungsoptionen anführen, die zur Überprüfung jedoch weiterer Analysen bedürfen. Bemerkenswert ist jedoch, wie sich die als islamistisch eingestuft Kanäle auf die (gelesenen) Geschlechter aufteilen. 33 der 317 (dies beinhaltet die 14 berücksichtigten *seed channels*) weiblich gelesenen Accounts wurden als islamistisch eingestuft (10,4%). Bei den männlich gelesenen Accounts ist dieser Anteil deutlich größer: 65 der 222 erfassten Accounts, die von Männern betrieben werden, erfüllten die Kriterien, um als islamistisch eingestuft zu werden (29,3%). Bei den nicht einem oder mehreren Geschlechtern zuordenbaren Kanälen waren es 44 der 435 Accounts, die als islamistisch eingestuft wurden (10,1%). Mögliche Erklärungen hierfür könnten folgende sein:

Männliche Akteure sind als Sprecher/Prediger besonders präsent, sodass diese Accounts bei einem prinzipiellen Interesse an derartigen Inhalten eher von Algorithmen vorgeschlagen werden. Bekannt ist, dass Social Media-Algorithmen Inhalte, auf denen ein Gesicht zu sehen ist, bevorzugen; dies könnte erneut zu deren größerer Sichtbarkeit beitragen. Männliche Akteure äußern sich direkter und expliziter, weshalb auch die Zuordnung zu Islamismus häufiger eindeutig möglich ist und diese möglicherweise auch deshalb im vorliegenden Datenset stärker repräsentiert sind.

Die genderspezifische Betrachtung religiös konnotierter Accounts zeigt, dass Accounts, die im Zentrum der Netzwerkkarte liegen und solche, die dem (islamistisch-konnotierten) Aktivismus und der *Hizb ut-Tahrir* zuzuordnen sind, stark männlich geprägt sind. Aktivismus ist im Allgemeinen von Sichtbarkeit und Öffentlichkeit abhängig. Es wäre denkbar, dass Frauen, die sich dieser Richtung zuordnen, lediglich nicht öffentlich dazu äußern. Auch könnte es thematisch ähnliche und weiblich gelesene Accounts durchaus geben, die jedoch aufgrund ihrer möglicherweise weniger expliziten Inhalte nicht als solche erkannt wurden. Als Erklärung ist zudem denkbar, dass Frauen schlicht keine derartigen Accounts betreiben – entweder aus eigenem Antrieb heraus oder weil männliche Akteure sie dieser Sphäre verweisen. Das kontinuierliche, qualitative Monitoring dieser Inhalte zeigt, dass derartige Aussagen männlicher Akteure durchaus bekannt sind.

Da das Datenset, das von weiblich gelesenen *seed channels* ausging, diese reichweitenstarken Akteure ausfindig gemacht hat, kann davon ausgegangen werden, dass auch andere Akteur*innen aus dem islamistischen Extremismus, sofern es diese gibt – identifiziert worden wären. Diese scheint es jedoch nicht der Fall zu sein, es wurden im Rahmen der Datenanalyse keine unbekannteren, reichweitenstarken Accounts identifiziert. Für die Präventions- und Beratungspraxis kann gefolgert werden, dass Frauen nicht nur Inhalte von Frauen konsumieren, sondern sehr wohl von einer Verbundenheit mit Kanälen wie *Islambotschaft* und *Realität Islam*, aber auch salafistischen Akteuren gesprochen werden kann. Salafistische Accounts im Datenset werden mehrheitlich männlich gelesen, während es in diesem Bereich auch einige weiblich gelesene Kanäle gibt, die zum Teil mit eigenen Texten beitragen, zum Teil Inhalte männlicher Akteure reproduzieren. Es kann davon ausgegangen werden, dass männliche Akteure als Stichwort- und Ideengeber fungieren. Weiblich gelesene Accounts scheinen in der Tendenz eine Ableitung und Filterung der Inhalte männlicher Akteure vorzunehmen und sie für ein mutmaßlich weibliches Publikum aufzubereiten.

Die qualitative Betrachtung weiblich gelesener Kanäle zeigt auch, dass eher persönliche Herausforderungen, krisenhafte Situationen, Emotionen, Genderrollen, Probleme in der Partnerschaft und (islam-konformes) Entrepreneurship, das mit einer Mutterrolle vereinbar ist, thematisiert werden. Die Tatsache, dass nur wenige, stichwortgebende weiblich gelesene Accounts im Datenset gefunden wurden, kann auch auf die Tatsache zurückzuführen sein, dass – von männlichen Akteuren häufig verlautbart – Frauen nicht in der Öffentlichkeit auftreten sollen und Akteurinnen dieses Gebot befolgen.

In gewisser Weise überraschend ist, dass nur relativ wenige dem Projektteam unbekanntere islamistische, weiblich gelesene Accounts im Datenset gefunden wurden; die Anzahl der Kanäle, die keinem Geschlecht zuordenbar waren oder als männlich gelesen kodiert wurden, überwog stark. Akteurinnen scheinen insgesamt online weniger präsent zu sein. Neben den bereits genannten Erklärungen könnten weitere Gründe darin liegen, dass Männer sich einerseits aufgrund traditioneller Rollenbilder eher dazu verpflichtet fühlen, öffentlich und sichtbar zu agieren, insbesondere im religiösen Kontext. Andererseits könnte die geringere Hemmschwelle männlicher Akteure, sich in den Sozialen Medien zu präsentieren, auch auf das Vorhandensein zahlreicher Vorbilder zurückzuführen sein, die ihnen als Orientierung dienen. Der unter weiblich gelesenen Accounts häufig vorkommende Typus von Kanal, der Poesiealbum-gleiche Posts verbreitet, scheint keine direkte Entsprechung auf Seiten männlicher Akteure zu haben.

Bei Fußball und Kampfsport handelt es sich stereotyperweise um männlich gelesene bzw. dominierte Sportarten. Insofern erscheint es auch nicht verwunderlich, dass v. a. Accounts von Männern in diesem Bereich der Netzwerkkarte zu finden sind. Eine Aussage über die Nutzer*innen, die diese Kanäle abonniert haben, ist mit dem bisherigen Forschungsdesign und im Rahmen des vorliegenden Short Papers nicht realisierbar, aber für zukünftige Analysen interessant. So besteht die Möglichkeit, dass die mehrheitlich männlichen Accounts eher von männlichen Nutzern abonniert werden und etwa in der Mitte der Netzwerkkarte eine Unterteilung des Abo-Verhaltens in mehrheitlich männliche und mehrheitlich weibliche Nutzer*innen zu sehen ist. Ebenso ist es jedoch auch denkbar, dass es sich um eine gemischte Nutzer*innenschaft handelt (oder eine mehrheitlich weibliche Nutzerinnenschaft) und diejenigen, die (vielen) männlichen Accounts folgen, auch häufiger weiteren männlichen Accounts folgen. Wie eingangs erwähnt, bedarf es hier einer tiefergehenden Analyse der Nutzer*innen, um eine verlässliche Aussage zu treffen.

Durch das Design dieser Untersuchung, das in einem bestimmten Zeitraum einmalig die Daten erfasst hat, ist es nicht möglich, die Entwicklung bzw. Wanderung von Nutzer*innen zu analysieren. Insofern erscheint es zwar plausibler, dass Personen, die sich für Kampfsport interessieren, über den Algorithmus auch extremistische Inhalte vorgeschlagen bekommen. Basierend auf den vorliegenden Daten wäre jedoch die umgekehrte Logik ebenso denkbar. Auch hier gilt es, mit der Interpretation der Daten vorsichtig zu sein und keine voreiligen Schlüsse zu ziehen. Die Aussage, die die Daten und die Netzwerkkarte zulassen, beschränkt sich auf das Nutzungsverhalten der rund 5.500 Personen und berücksichtigt mit der dichotomen Abonnemententscheidung auch keine tiefergehenden Metriken, die Rückschlüsse auf eine eindeutige inhaltliche Positionierung ermöglichen würden.

6 Fazit und Praxisimpulse

Fazit

Die für dieses Short Paper durchgeführte Analyse gewährt Einblicke in das Netzwerk, das sich aus der Follower*innenschaft ausgewählter islamistischer, weiblich gelesener Accounts von Frauen (*seed channels*) auf *Instagram* ergibt. Da diese *seed channels* durch eine subjektive Auswahl von Accounts, basierend auf Algorithmus und Empfehlungen der Plattform, ermittelt wurden, ist der Einblick in das Netzwerk in gewisser Weise limitiert. Dennoch konnten durch die Analyse genderspezifische Auffälligkeiten ermittelt werden, die das Verständnis von Verbindungen zwischen bestimmten Gruppen und Ausrichtungen in einer Weise erweiterte, wie es nur durch eine strukturierte Netzwerkanalyse möglich ist.

So liefern die im Short Paper untersuchten genderspezifischen Aspekte islamistischer Netzwerke auf *Instagram* wichtige Erkenntnisse über die Rolle weiblich gelesener Accounts in den Sozialen Medien. Die Vorannahme, dass islamistische Inhalte nicht nur von Männern, sondern auch von weiblich gelesenen Akteurinnen verbreitet werden, wurde bestätigt. Auch wenn die Aktivität und Sichtbarkeit weiblich gelesener Accounts im Vergleich zu männlichen deutlich geringer ausfällt, weisen sie dennoch eine bedeutende Reichweite und Anschlussfähigkeit in islamistischen Online-Netzwerken auf. Durch die Netzwerkanalyse wird zudem deutlich, dass weiblich gelesene Accounts tendenziell weniger politisch, sondern stärker auf persönliche und religiöse Themen wie z. B. Erwartungen an Frauen, Erziehung und Verhaltensvorschriften fokussiert sind. Weiter lassen sich Verknüpfungen und gegenseitige Beeinflussungen mit männlich dominierten Accounts identifizieren. Die Analyse zeigt außerdem, dass einige weiblich gelesene Accounts Inhalte von männlichen islamistischen Akteuren reproduzieren, was umgekehrt jedoch nur sehr vereinzelt stattfindet.

Das Short Paper betont die Relevanz einer gendersensiblen Analyse, um geschlechtsspezifische Dynamiken in islamistischen Netzwerken besser zu verstehen und einzuordnen. Die Identifikation einer Vielzahl der in Deutschland aktuell aktiven islamistischen Accounts zeigt erneut deren große Bedeutung und Relevanz. Wie aus den vorangegangenen Ausführungen deutlich wurde, bietet der erhobene Datensatz Potenzial für weitere, tiefergehende Analysen, die in zukünftigen Veröffentlichungen beleuchtet werden können. Eine detailliertere Auswertung der Verbindungen von einzelnen Kanälen zueinander, die Untersuchung, wer welche Inhalte repostet und welche Accounts als Stichwortgeber und Diskursführer fungieren, erscheint wichtig.

Die Fortführung von Social Media-Monitorings ist für die kontinuierliche Beobachtung der dynamischen Entwicklungen islamistischer Accounts und ihrer Follower*innen-Bewegungen für die Präventionslandschaft unerlässlich. Monitorings bieten wertvolle Einblicke in die zeitlichen Dynamiken, die aufzeigen, welchen Ansprachen Nutzer*innen seitens islamistischer Akteur*innen ausgesetzt sind. Durch langfristige Beobachtung dieser Bewegungen können Faktoren und Kanäle identifiziert werden, die möglicherweise Radikalisierungstendenzen sowie Agitation begünstigen. Social Media-Monitoring trägt dazu bei, diese Prozesse aufzudecken, Praktiker*innen über neue Entwicklungen und Trends aus extremen Milieus zu informieren und die Methoden der praktischen Arbeit zu schärfen.

Um die Erkenntnisse der bisherigen Analyse weiterzuführen und die gezielte Ansprache der Inhalte vertieft zu untersuchen, wird ein weiteres Short Paper veröffentlicht, das sich auf die genderspezifische Betrachtung islamistischer Inhalte im digitalen Raum konzentriert. Das Paper analysiert mehr als tausend Social Media-Posts

und untersucht diese hinsichtlich der Themenauswahl sowie der Konstruktion von Rollenbildern und Geschlechtererwartungen in extremistischen islamistischen Accounts. Auf diese Weise sollen tiefere Einblicke in die geschlechterspezifische Kommunikation und Radikalisierungsstrategien gewonnen werden.

Limitationen

Wie bereits beschrieben ist es wichtig, die Daten mit einer kritischen Perspektive zu interpretieren. An dieser Stelle sollen abschließend drei Limitationen der Erhebung diskutiert werden, die ggf. nachfolgende Publikationen bereichern können.

Bei äußerst reichweitenstarken Accounts von religiösen Gelehrten und prominenten religiösen Persönlichkeiten aus Ländern wie Saudi-Arabien, die sich ebenfalls im Datenset fanden, zeigte sich, dass deren Einordnung hinsichtlich islamistischer oder nicht-islamistischer Inhalte aufgrund der deutlich höheren Komplexität von Vorträgen im Rahmen der Kodierung schwerfiel. Insbesondere Kriterien wie die Ablehnung demokratischer Institutionen etc. sind bei der Einordnung von Akteur*innen, die aus nicht-demokratischen Staaten kommen, wenig hilfreich; es zeigt sich, dass die in diesem Short Paper herangezogenen Kriterien nicht global anwendbar sind.

Die dichotome Zuordnung als ‚islamistisch‘ oder ‚nicht islamistisch‘ zeigt nicht die Diversität der Inhalte. Die Explizitheit der Inhalte von islamistischen Accounts variiert deutlich. Zudem finden sich im Datenset Kanäle, die nicht genügend Kriterien erfüllten, um als islamistisch eingeordnet zu werden, und dennoch antidemokratische oder antipluralistische Inhalte verbreiten. Um dieser Vielfalt und Differenziertheit besser Rechnung tragen zu können, wird sich das zweite Short Paper im Rahmen von SOMEX inhaltsanalytisch mit den Beiträgen von verschiedenen islamistischen Akteurinnen auseinandersetzen.

Abschließend soll darauf hingewiesen werden, dass die kontinuierliche Beschäftigung mit einschlägigen Online-Inhalten dazu führen kann, dass *Bias* (Wahrnehmungsverzerrungen) seitens des Forschungsteams entstehen kann. Ein kontinuierlicher Austausch mit Kolleg*innen, ggf. auch aus angrenzenden Fachbereichen, wird daher kontinuierlich gepflegt.

Impulse für die Praxis

In den letzten Jahren entstanden vermehrt Publikationen und Projekte, die sich gezielt auf die Entwicklung genderspezifischer Ansätze in der Extremismusprävention konzentrieren. So empfiehlt beispielweise eine 2023 veröffentlichte genderspezifische Bedarfsanalyse von *cultures interactive e. V.* (2023) unter anderem, gendersensible Angebote für Jungen und Männer sowie Mädchen und Frauen im digitalen Raum zu etablieren, um einerseits ihre Medienkompetenzen zu stärken und andererseits vor allem der weiblichen Zielgruppe alternative Narrative anzubieten. Solche Inhalte könnten im Anschluss auch in der Offline-Praxis angewandt und zur pädagogischen Arbeit genutzt werden. Auch von Lautz et al. (2023, S. 77) sehen in der Einbindung und der Aufarbeitung digitaler Inhalte ebenso wie in der Vermittlung von Medienkompetenz in realweltlichen Beratungssettings die Chance, mit der Zielgruppe in den Austausch über die vermittelten Online-Narrative zu kommen. Rehm et al. (2024) plädieren dafür, Gendersensibilität nicht nur in Bezug auf Frauen und Mädchen in den Blick zu nehmen, sondern Rollenbilder beider Geschlechter gleichermaßen zu reflektieren und zu berücksichtigen, um genderspezifische Einflussfaktoren islamistischer Radikalisierungsprozesse allumfassend zu verstehen und ihnen bestenfalls entgegenzuwirken.

Aufgabe der Präventions- und Distanzierungsarbeit sollte es demnach sein, genderspezifische Besonderheiten in den Blick zu nehmen, um effektive Maßnahmen gegen die komplexen Ursachen von Radikalisierungsprozessen zu entwickeln. Zugleich müssen Lösungen für methodische Herausforderungen im Umgang mit der dynamischen Online-Landschaft gefunden werden. Die nachfolgenden Impulse, die auf Basis der Ergebnisse dieses Short Papers

erarbeitet wurden, sollen zur kontinuierlichen Erweiterung von Beratungspraxis, wissenschaftlichen Erhebungen und Präventionsprojekten beitragen.

Empfehlungen

- Online-Präventionsprojekte für junge Menschen in den Sozialen Medien, die sich möglicherweise antidemokratischen, antipluralistischen oder islamistischen Inhalten zuwenden, sollten gezielt an den Themen und der Ästhetik der Gegenwartskultur andocken. Dazu ist es nötig, dass Fachkräfte aus der Beratungspraxis mit Fachkräften für das Monitoring islamistischer Inhalte zusammenarbeiten, um die Bedarfe der Zielgruppe zu verstehen und daran anzuknüpfen.
- Die große Bedeutung gesellschaftspolitischer Entwicklungen für islamistische Diskurse ist bekannt, insbesondere, wenn sie muslimische oder als muslimisch gelesene Menschen betreffen. Der starke Fokus seitens islamistischer Kanäle auf die Thematisierung des Nahost-Konflikts, wie er sich auf Basis des vorliegenden Datensets zeigte, verdeutlicht eine hohe Relevanz dieses Themenkomplexes für die Zielgruppe und muss in Beratungssettings und Präventionsprojekten mitgedacht werden.
- Die Inhalte von der *Hizb ut-Tahrir* nahestehenden Kanälen und Akteuren weisen aufgrund ihrer identitätsstiftenden und lebensnah wirkenden Ansprache eine hohe Anschlussfähigkeit auf – auch unter weiblichen Followerinnen dieser Kanäle. Daher ist es von zentraler Bedeutung, sich – auch aus Perspektive junger Frauen und Mädchen – mit diesen Gruppierungen und ihren Aussagen auseinanderzusetzen.
- Insbesondere die Schnittstellen zwischen islamistischen und nicht-islamistischen Accounts sind relevant und sollten in Präventionsprojekten mitgedacht werden. Diese bieten inhaltliche Ansatzpunkte für die Kontaktaufnahme mit Personen, die radikalierungsgefährdet sind. Hier bedarf es jedoch einer sensiblen Auseinandersetzung mit Accounts im Umfeld islamistischer Kanäle, um sie nicht qua Kontaktschuld zu problematisieren. Dies gilt auch umgekehrt: Accounts, die in islamistischen Kreisen rezipiert werden, ohne selbst derartige Inhalte zu verbreiten, können eine Chance darstellen, um Multiperspektivität und alternative Informations- und Themenangebote sichtbar zu machen.
- Für eine erfolgreiche Beratungspraxis mit radikalierungsgefährdeten jungen Menschen ist eine zielgruppengerechte Ansprache von entscheidender Bedeutung. Damit diese Ansprache gelingt, müssen Praktiker*innen über aktuelle digitale Entwicklungen und Trends informiert sein. Um dies sicherzustellen, ist ein kontinuierlicher Austausch unerlässlich. Dieser sollte in Form von regelmäßigen Workshops, Expert*innenrunden und Schulungen erfolgen, die nicht nur Wissen vermitteln, sondern auch Raum für den Austausch von Praxiserfahrungen bieten.

Literatur

- Abbas, Tahir. 2019a. „Framing Muslims“. In *Islamophobia and Radicalisation*, von Tahir Abbas, 45–56. Oxford University Press
- Abbas, Tahir. 2019b. *Islamophobia and radicalisation: A vicious cycle*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190083410.003.0004>.
- Baron, Hanna, Imke Haase, Eva Herschinger und Britt Ziolkowski. 2023. „„Gender matters ‘?! Zur Bedeutung von Gender in der Distanzierungs- und Deradikalisierungsarbeit im Bereich des Salafismus““. In *Deradikalisierung und Distanzierung auf dem Gebiet des islamistischen Extremismus: Erkenntnisse der Theorie-Erfahrungen aus der Praxis*, 317–38. Springer.
- Blondel, Vincent D, Jean-Loup Guillaume, Renaud Lambiotte und Etienne Lefebvre. 2008. „Fast unfolding of communities in large networks“. *Journal of statistical mechanics: theory and experiment* 2008 (10): P10008.
- Brown, Katherine E. 2020. *Gender, religion, extremism: Finding women in anti-radicalization*. Oxford University Press, USA.
- Caiani, Manuela und Claudius Wagemann. 2009. „Online Networks of the Italian and German Extreme Right: An Explorative Study with Social Network Analysis“. *Information, Communication & Society* 12 (1): 66–109.
<https://doi.org/10.1080/13691180802158482>.
- Cerina, Roberto, Christopher Barrie, Neil Ketchley und Aaron Y Zelin. 2024. „Explaining Recruitment to Extremism: A Bayesian Hierarchical Case–Control Approach“. *Political Analysis* 32 (2): 256–74.
- Chua, Yi Ting. 2024. „“We Want You!” Applying Social Network Analysis to Online Extremist Communities“. *Terrorism and Political Violence*, Februar, 1–15. <https://doi.org/10.1080/09546553.2024.2304800>.
- Hänig, Albrecht und Dr. Friedhelm Hartwig. 2021. „Monitoring der Peripherie des religiös begründeten Extremismus“. Zugegriffen am 13. Juni 2024.
[https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/modus_bpb_Bericht_2021_v2b.pdf?download=1%20\(Stand:%2030.05.2023\)](https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/modus_bpb_Bericht_2021_v2b.pdf?download=1%20(Stand:%2030.05.2023)).
- Herschinger, Eva. 2022. „Mutter, Mädel und Muhajirah: Gender und seine Bedeutung für Radikalisierung“. In *Radikalisierungsnarrative online: Perspektiven und Lehren aus Wissenschaft und Prävention*, 147–69. Springer.
- Kompetenznetzwerk Islam- und Muslimfeindlichkeit. 2023. „Zivilgesellschaftliches Lagebild antimuslimischer Rassismus - Antimuslimische Vorfälle in Deutschland 2023“. Kompetenznetzwerk Islam- und Muslimfeindlichkeit. Zugegriffen am 11. Juli 2024. <https://kompetenznetzwerk-imf.de/ressourcen/>.
- Kompetenznetzwerk „Islamistischer Extremismus“ (KN:IX). 2024. KN:IX plus. Zugegriffen am 13. Juni 2024.
<https://kn-ix.de/knixplus/>.
- Lautz, Yannick von, Eike Bösing, Mehlike Dannemann, Margit Stein und Mehmet Kart. 2023. „Die Rolle digitaler Lebenswelten in der Abwendung junger Menschen vom Islamismus im Fokus von Forschung und

- Präventionspraxis“. In *Soziale Arbeit und gesellschaftliche Transformation zwischen Exklusion und Inklusion: Analysen und Perspektiven*, 65–79. Springer.
- Lorber, Judith, Susan A Farrell, and others. 1991. *The social construction of gender*. sage Publications Newbury Park, CA.
- Wetchy, Margareta und Meike Krämer. 2023. „Die unsichtbaren Schwestern. Akteurinnen auf TikTok und Instagram im Spektrum Extremismus, Salafismus, Islamismus und Aktivismus“. *Violence Prevention Network Schriftenreihe* Heft 11. Zugegriffen am 04.08.2024. <https://kn-ix.de/wp-content/uploads/2022/07/Violence-Prevention-Network-Schriftenreihe-Heft-11.pdf>.
- Margolin, Devorah und Joana Cook. 2024. „Five Decades of Research on Women and Terrorism“. *Studies in Conflict & Terrorism*, Mai, 1–29. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2024.2357178>.
- Meier, Jana, Nicole Bögelein und Frank Neubacher. 2020. „Radikalisierungsprozesse aus professioneller Sicht – empirische Prüfung eines Modells auf Mikro-, Meso- und Makroebene“. *Neue Kriminalpolitik* 32 (4): 502–13.
- modus|zad. 2022. „bpb-Basismonitoring der Peripherie des religiös begründeten Extremismus auf YouTube, TikTok und Instagram“. modus|zad. Zugegriffen am 26. Mai 2022. <https://modus-zad.de/schwerpunkte/monitorings-trendanalysen/basis-monitoring-2022-23/>.
- Moghaddam, Fathali M. 2005. „The staircase to terrorism: a psychological exploration.“ *American psychologist* 60 (2): 161.
- Moskalenko, Sophia, Juncal Fernández-Garayzábal González, Naama Kates und Jesse Morton. 2022. „Incel ideology, radicalization and mental health: A survey study“. *The Journal of Intelligence, Conflict, and Warfare* 4 (3): 1–29.
- Neumann, Katharina. 2019. *Medien und Islamismus: der Einfluss von Medienberichterstattung und Propaganda auf islamistische Radikalisierungsprozesse*. Springer.
- Neumann, Peter R. 2013. „The trouble with radicalization“. *International affairs* 89 (4): 873–93.
- Ozan Zakariya Keskinçilic. 2019. „Was ist antimuslimischer Rassismus?“ Bundeszentrale für politische Bildung. 17. Dezember 2019. Zugegriffen am 14.10.2024 <https://www.bpb.de/themen/infodienst/302514/was-ist-antimuslimischer-rassismus/>.
- Pearson, Elizabeth und Emily Winterbotham. 2017. „Women, Gender and Daesh Radicalisation: A Milieu Approach“. *The RUSI Journal* 162 (3): 60–72. <https://doi.org/10.1080/03071847.2017.1353251>.
- Pfahl-Traughber, Armin. 2011. „Islamismus-Definition - Dossier Islamismus“. Bundeszentrale für politische Bildung. 9. September 2011. Zugegriffen am 16.08.2024. <https://www.bpb.de/themen/islamismus/dossier-islamismus/36339/islamismus-was-ist-das-ueberhaupt/>.
- Pfahl-Traughber, Armin. 2019. „Islamfeindlichkeit, Islamophobie, Islamkritik – ein Wegweiser durch den Begriffsdschungel“. bpb.de. 17. Juni 2019. Zugegriffen am 11.09.2024. <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/180774/islamfeindlichkeit-islamophobie-islamkritik-ein-wegweiser-durch-den-begriffsdschungel/>.

- Pickel, Susanne, Gert Pickel, Oliver Decker, Immo Fritsche, Michael Kiefer, Frank M. Lütze, Riem Spielhaus und Haci-Halil Uslucan, Hrsg. 2023. *Gesellschaftliche Ausgangsbedingungen für Radikalisierung und Co-Radikalisierung*. Politik und Religion. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-40559-5>.
- Rehm, Simone, Britt Ziolkowski, Eva Herschinger, Hülya Tuncor, Tanja Zischke-Geyer, Nelia Miguel Müller, Melanie Thöne, Aylin Turay, Imke Haase und Christine Frenking. 2024. *Geschlechterkonstruktionen zwischen Macht und Stereotypen: Eine neue Perspektive für die Deradikalisierungsarbeit im Salafismus*. Herausgegeben von Bundesamt für Migration und Flüchtlinge. Bd. 14. Beiträge zu Migration und Integration. Berlin: DEU.
- Sandra Sperling. o. J. „Was unterscheidet ‚Islamfeindlichkeit‘ von ‚Islamophobie‘?“ Mediendienst Integration. Zugriffen am 18. Mai 2024. <https://mediendienst-integration.de/artikel/was-unterscheidet-islamfeindlichkeit-von-islamophobie.html>.
- Seidensticker, Tilman. 2023. *Islamismus: Geschichte, Vordenker, Organisationen*. Bd. 2827. CH Beck.
- Sofia Koller, Dr Gina Vale und Teuta Avdimetaj. 2021. „Themenpapier: Frauen und - Minderjährige in der Tertiärprävention von islamistischen Extremismus“. In *Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik*. Bd. 25. Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik Bericht. Zugriffen am 14.08.2024
https://dgap.org/sites/default/files/article_pdfs/dgap-report-2021-frauen-und-minderjaehrige-de_1.pdf.
- Termeer, Agnes und Isabelle Duyvesteyn. 2022. „The Inclusion of Women in Jihad: Gendered Practices of Legitimation in Islamic State Recruitment Propaganda“. *Critical Studies on Terrorism* 15 (2): 463–83.
<https://doi.org/10.1080/17539153.2022.2038825>.
- Uluçan, Neslican, Sinaya Sanchis und Duygu Özer. 2022. „Junge Frauen* im Fokus der Präventionsarbeit - Eine Bedarfsanalyse“. Zugriffen am 27.07.2024.
https://www.culturesinteractive.de/files/publikationen/Flyer%20Broschueren%20Dokumentationen/2023%20Bedarfsanalyse%20Junge%20Frauen%20im%20Fokus%20der%20Praevention_web.pdf
- Verfassungsschutz Nord- Rhein-Westfalen. 2024. „Verfassungsschutzbericht des Landes Nordrhein-Westfalen über das Jahr 2023“. Ministerium für Inneres des Landes Nord- Rhein-Westfalen. Zugriffen am 08.08.2024
https://www.im.nrw/system/files/media/document/file/240418_vsb2023_online_0.pdf.
- Whittaker, Joe. 2022. „Rethinking online radicalization“. *Perspectives on Terrorism* 16 (4): 27–40.

Anhang

1. Kriterien zur Einordnung der seed channels

Wie bereits auf Seite 16 beschrieben, mussten alle 20 *seed channels* festgelegten Kriterien entsprechen. Diese sind im Folgenden im Detail beschrieben.

Zum einen mussten sie die folgenden **quantitativen und formalen Kriterien** erfüllen:

- 1) Die Accounts sind öffentlich zugänglich. Das heißt, es handelt sich nicht um private Accounts, zu denen nur ein bestimmter Personenkreis Zugang hat.
- 2) Inhalte (Text, Audio, Video) sind überwiegend auf Deutsch; arabische, englische, russische, tschetschenische oder türkische Texte – sofern zutreffend – bestehen parallel zu deutschen Übersetzungen.
- 3) Die Accounts haben mindestens 100 Follower*innen.
- 4) Auf den Accounts wurden Beiträge in den Jahren 2023 und/oder 2024 veröffentlicht. Diese Kriterien stellen zum einen sicher, dass die Inhalte relativ aktuell sind und – für ein überwiegend deutschsprachiges Publikum – eine gewisse Relevanz und Sichtbarkeit haben.

Zur Einstufung als ‚**weiblich gelesener Account**‘ wurde festgelegt, dass eines der folgenden Kriterien zutreffen muss:

- 1) Aus dem Usernamen, Anzeigenamen oder Profilfoto geht hervor, dass der Account einer Frau (oder einer Gruppe von Frauen) zugeordnet ist.

ODER

- 2) Es wird im Profil erwähnt, dass keine Nachrichten von Männern („keine Nachrichten von Ikhwan“ (arab. für „Brüder“)) erwünscht sind.

ODER

- 3) Es wird im Profil erwähnt, dass der Account nur für Frauen zugänglich ist (häufig als „Schwesterntreff“ oder als Community „nur für Akhwat“ (arab. für „Schwestern“) beschrieben).

ODER

- 4) Einzelne Posts/Videos oder *Instagram*-Story-Beiträge geben Aufschluss darüber, dass sich der Kanal ausschließlich an Frauen wendet. Trotz dieser Anhaltspunkte muss angemerkt werden, dass im Rahmen der Erhebung nicht abschließend festgestellt werden kann, ob die Accounts tatsächlich von sich weiblich

identifizierenden Personen unterhalten werden, weshalb in dieser Publikation durchgehend von ‚weiblich gelesenen Accounts‘ gesprochen wird.

Um die *seed channels* als islamistisch einzuordnen, mussten **mindestens drei der aufgelisteten Kriterien** zutreffen³⁹. Diese Kriterien wurden auch zur Einordnung der durch die Erhebung identifizierten Kanäle genutzt.

- 1) Teilen von Videos bekannter salafistischer (Online-), Prediger‘ (wie zum Beispiel *Ibrahim al-Azzazi*, *Pierre Vogel* oder *Abu Alia*)
- 2) Verbreiten von Zitaten von *Ibn Taymiyya*, *Ibn al-Qayyim* oder *Ibn Abd al-Wahhab* – also Autoren, deren Werke heute in salafistisch-dschihadistischen Ökosystemen zirkulieren
- 3) Aussprechen von ‚Ermahnungen‘ zur vermeintlich richtigen oder falschen Kleidung von Frauen, dem vermeintlich korrekten Verhalten in der Ehe, dem Einhalten sonstiger Glaubenspraktiken
- 4) Hinweise auf strikten Monotheismus (arab. *tauhid*) bei gleichzeitiger Abgrenzung und Abwertung von Polytheismus (arab. *shirk*) bzw. von Personen, die als *mushrikeen* (solche, die Polytheismus betreiben) bezeichnet werden
- 5) Abwertung von Ungläubigen/Unglauben (arab. *kuffar/kufr*)
- 6) Einteilung in *halal/haram* als zentrales, handlungsleitendes Prinzip und dichotomes Schema, das auch auf andere Personen und ihre Handlungen übertragen wird
- 7) Selektive Orientierung am Koran und den Traditionen des Propheten⁴⁰
- 8) Rigorose Orientierung an Geboten, basierend auf einer selektiven Deutung islamischer Quelle⁴¹
- 9) Referenzen zu den arabischen Wörtern *gharib/ghariba/ghuraba‘* (dt. Fremder, Fremde (Feminin Singular) und Fremde (Plural)) und dem Gefühl von Fremdheit in der (westlichen) Welt
- 10) Abwendung von der diesseitigen Welt (arab. *dunya*) und die Freude auf die jenseitige Welt (arab. *akhirah*)
- 11) Schuldzuweisungen und Angst als Druckmittel, mit Bezug auf Apokalypse, Dschinn, Teufel und Engel als koranischen Wesen⁴²
- 12) Teilen dschihadistischer Inhalte (wie zum Beispiel Referenzen zum sogenannten „Islamischen Staat“ (IS), Verherrlichung von Dschihad in Form physischer Gewalt, Verwendung von *Anasheed* des IS)

Weitere (eindeutige) Kriterien zur Einordnung von Beiträgen als antidemokratisch oder antipluralistisch sind bspw. die Ablehnung von demokratischen Staaten, Wahlen oder die Abwertung von Personen basierend auf Merkmalen bzw. Gruppenzugehörigkeiten wie bspw. Herkunft, Glaubenszugehörigkeit, geschlechtliche Identität, sexuelle Orientierung, Behinderung, ökonomische Möglichkeiten etc. Aus der bisherigen Recherche wurde jedoch klar, dass diese Arten von antidemokratischen und antipluralistischen Einstellungen von den

³⁹ Die hier aufgeführten Kriterien ergaben sich aus der Erörterung hilfreicher Definitionen wie sie in Krämer & Wetchy 2023, 11-19 durchgeführt wurde.

⁴⁰ Hänig & Hartwig 2021, 6.

⁴¹ Hänig & Hartwig 2021, 6.

⁴² modus|zad 2023, FAQ: „Was charakterisiert hybride Kanäle im Projektverständnis des bpb-Basismonitoring?“

Akteurinnen auf den Accounts selten explizit geäußert werden und somit bei der Auswahl der Accounts nur einen begrenzten praktischen Nutzen bieten.

2. Tabellarischer Überblick über das Vorgehen bei der Durchführung der Sozialen Netzwerkanalyse

Schritte	Aufgabe	Ergebnis
Nr. 1	Festlegung der Plattform	<i>Instagram</i> festgelegt
Nr. 2	Identifikation von <i>seed channels</i>	20 öffentlich zugängliche Accounts, die den Kriterien entsprechen, wurden identifiziert ⁴³ .
Nr. 3	Erfassung der (einzigartigen) Follower*innen der 20 <i>seed channels</i>	Es wurden insgesamt 11.366 einzigartige ⁴⁴ Accounts von Follower*innen erfasst (Duplikate wurden entfernt).
Nr. 4	Erfassung, wem die Follower*innen folgen (nur für öffentlich einsehbare Accounts)	Es wurden von den öffentlich zugänglichen Accounts der Follower*innen insgesamt 6.307.366 getätigte Abos erfasst; 5.553 Follower*innen hatten ihre Accounts auf privat gestellt, sodass für sie keine Daten erfasst wurden.
Nr. 5	Erfassung der Häufigkeit der (einzigartigen) Accounts, die abonniert wurden	Mittels eines <i>Python</i> -Skripts wurden aus den Abos die einzigartigen Accounts identifiziert und festgestellt, wie häufig sie im Datenset jeweils abonniert wurden; dabei wurden 3.675.144 Millionen Accounts identifiziert und jeweils deren Häufigkeit angegeben.
Nr. 6	Auswahl der zu analysierenden Accounts	Aufgrund der sehr hohen Zahl an Accounts war es notwendig, für die weitere Analyse und Visualisierung eine Auswahl an Accounts zu treffen; daher wurden, basierend auf der Auswertung der

⁴³ Ein Kanal wurde während der Durchführung der Datenerfassung offline genommen bzw. gelöscht, sodass die Daten nicht vollständig erfasst werden konnten. Daher wurde ein weiterer Kanal identifiziert und hinzugefügt.

⁴⁴ Duplikate wurden ausgeblendet bzw. entfernt, um zu verhindern, dass in der weiteren Datenerfassung bestimmte Accounts mehrfach erfasst wurden.

		<p>Abo-Häufigkeit, für die folgende Analyse nur Accounts berücksichtigt, die mind. 100-mal im Datenset abonniert wurden; damit sollte sowohl die Bearbeitbarkeit als auch die Relevanz der Accounts sichergestellt werden; 977 Accounts erfüllten dieses Kriterium.</p>
Nr. 7	Qualitative Einordnung der zu analysierenden Accounts	<p>Das Projektteam sichtete alle 977 Accounts händisch und ordnete die Kanäle in einem Schnell-Kodier-Durchlauf den verschiedenen Kategorien auf den folgenden Dimensionen zu⁴⁵:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Lassen sich islamistische Inhalte auf den Accounts identifizieren? 2) Welchem gelesenen Geschlecht lassen sich die sichtbaren Sprecher*innen/Betreiber*innen der Accounts zuordnen?
Nr. 8	Erstellung von Verbindungen basierend auf gemeinsamen Follower*innen	<p>Basierend auf dem Datenset wurde mithilfe eines <i>Python</i>-Skripts für jeden der 977 Accounts überprüft, ob sie sich mit den jeweils anderen Accounts mindestens eine*n Follower*in teilten. War dies der Fall, so wurde dies als eine Verbindung festgehalten. Dies ergab insgesamt 14.875.224 Verbindungen, ein mehrfaches Auftreten einer Verbindung zwischen zwei Accounts war dadurch möglich, dass sie sich mehr als eine*n Follower*in teilten.</p>
Nr. 9	Erfassung der Häufigkeit der einzigartigen Verbindungen	<p>Anschließend wurde eine Häufigkeitsauswertung für die Verbindungen erstellt. Als Ergebnis fanden sich 411.127 einzigartige Verbindungen, für die jeweils die Häufigkeit ihres Vorkommens erfasst wurde.</p>
Nr. 10	Übertragung der Kanäle in <i>Gephi</i>	<p>Die 977 Accounts (<i>Nodes</i>) wurden samt ihrer Häufigkeit sowie deren Einordnung in Hinblick auf die auf Seite 21 genannten Kategorien in <i>Gephi</i> übertragen. Die Größe der Nodes wurde entsprechend der Häufigkeit der Abonnent*innen skaliert. Die Farbe wurde an die Einschätzung als ‚(nicht) islamistisch‘ angepasst.</p>

⁴⁵ Diese Zuordnung ist nicht immer vollkommen trennscharf möglich und basiert auf einer Momentaufnahme der Inhalte Ende Juli 2024. Eine tiefergehende Sichtung bzw. eine Sichtung zu einem anderen Zeitpunkt kann daher ggf. zu anderen Schlussfolgerungen kommen.

Nr. 11	Übertragung der Verbindungen in <i>Gephi</i>	Die 411.127 Verbindungen (<i>Edges</i>) wurden mittels einer <i>Edgelist</i> im .csv-Format in <i>Gephi</i> importiert und es wurde, basierend auf der Häufigkeit der jeweiligen Verbindung, ein entsprechendes „Gewicht“ (<i>Weight</i>) vergeben. Kam eine Verbindung zum Beispiel zehn Mal vor, erhielt sie das <i>Weight</i> „10“; kam sie zwei Mal vor, erhielt sie das <i>Weight</i> „2“.
Nr. 12	Berechnung des relativen Kantengewichts	Im folgenden Schritt wurde das relative Kantengewicht zwischen den Knoten berechnet, um die relative Überschneidung der Follower*innenschaft zwischen zwei Accounts (basierend auf den erfassten Daten) zu bestimmen.

**Informationen
zu SOMEX**

Informationen, weitere Publikationen und aktuelle Veranstaltungen finde Sie unter <https://violence-prevention-network.digital/somex/>.

Impressum

Violence Prevention Network gGmbH
SOMEX – Social Media extrem
Fachbereich Digital
Alt-Reinickendorf 25
D-13407 Berlin
Tel.: 030 91 70 54 64

Ansprechpartner*innen: Sebastian Ehlers und Franziska Kreller
Email: info@violence-prevention-network.digital
Web: <https://violence-prevention-network.digital/>

Bildnachweis/Gestaltung: Softulka/Shutterstock
© Violence Prevention Network 2024

Violence Prevention Network gGmbH ist eingetragen beim Amtsgericht Berlin-Charlottenburg unter der Handelsregisternummer: HRB 221974 B.

Das Projekt wird gefördert von der Landeskommision Berlin gegen Gewalt und kofinanziert von aidFIVE.

