



Schuld, Scham, Schande

Zur Rolle von Emotionen in
der Kommunikation islamistischer
Social Media-Akteur*innen

Schriftenreihe
Heft 14

Von Meryem E. Tinç
Unter Mitarbeit von Niklas Brinkmüller,
Meike Krämer, Luis Kreisel und Margareta Wetchy



Violence
Prevention Network

Inhalt

1. Einleitung	3
2. Emotionen, Verhalten und extremistische Kommunikation	4
2.1 Begriffsverständnis „Emotionen“	4
2.2 Emotionen, Verhalten und Persuasion	4
2.3 Emotionen in extremistischer Kommunikation	6
2.4 Schuld, Scham und Schande - Interdisziplinäre Perspektiven	7
3. Schuld, Scham und Schande in Beiträgen islamistischer Akteur*innen in den Sozialen Medien	11
3.1 Angst	11
3.2 Schuld	14
3.3 Scham	18
3.4 Schande	22
3.5 Fazit	26
4. Schlussfolgerungen für Fachkräfte	28
5. Ergebnisse und Ausblick	29
Literaturverzeichnis	30
Medienverzeichnis	32
Impressum	35

1. Einleitung

Islamistische Online-Akteur*innen versuchen auf vielfältige Weise, Follower*innen von ihrer Weltansicht zu überzeugen. Häufig wird in Online-Beiträgen auf sozio-politische Entwicklungen Bezug genommen, die durch die Verknüpfung mit wiederkehrenden Narrativen zusätzlich an Persuasionskraft gewinnen sollen. Im Rahmen kommunikativer Überzeugungsversuche spielt allerdings nicht nur die inhaltlich-faktische Ebene eine Rolle, sondern auch die emotionale.

Diesem Aspekt widmet sich die vorliegende Publikation. Dabei verfolgt sie das Ziel, anhand einiger Beispielbeiträge zu skizzieren, wie negative Emotionen bzw. emotionale Ansprachen in der Kommunikation islamistischer Online-Akteur*innen verwendet werden. Der Fokus liegt dabei auf den Emotionen Angst, Schuld und Scham sowie dem damit assoziierten Konzept der Schande. Diese Auswahl basiert einerseits auf Eindrücken aus dem Social Media-Monitoring von *KN:IX plus*, in dessen Rahmen die Autor*innen dieses Hefts wiederholt auf Inhalte gestoßen sind, die einen Bezug zu diesen Emotionen aufweisen. Andererseits sind insbesondere Scham und Schuld Emotionen, die in der Forschung zu Radikalisierung und Extremismus vor diesem Hintergrund noch nicht im gleichen Maße beleuchtet wurden, wie es zum Beispiel bei Wut oder Angst der Fall ist (vgl. Groß et al. 2020, 274).

Erste Beobachtungen zeigen, dass in Botschaften islamistischer Online-Akteur*innen häufig „negative“ Emotionen adressiert werden. Durch Bezugnahme auf Endzeitszenarien¹ oder Vorstellungen von Sanktionen im Jenseits werden in entsprechenden Beiträgen zum Beispiel bedrohliche Szenarien gezeichnet. Durch das Einhalten vermeintlich „richtiger“ islamischer Praktiken – so suggerieren kurzweilige Beiträge – könne das Eintreten derartiger Szenarien vermieden werden bzw. könnten sich Individuen vor den „Gefahren“ der Hölle schützen. Ausgehend von diesen Eindrücken betrachtet das vorliegende Heft die Rolle von Emotionen in Beiträgen islamistischer Akteur*innen in den Sozialen Medien näher. Dabei wird erörtert, wie insbesondere die Konzepte Schuld, Scham und Schande in einschlägigen Posts angesprochen werden.

Die Zusammenhänge zwischen Emotionen und Verhaltensweisen und die tatsächliche Wirkung von angesprochenen Emotionen sind überaus komplex und lassen sich im gegebenen Rahmen nicht abschließend diskutieren. Vielmehr geht es in diesem Heft darum, u. a. anhand von Social Media-Beiträgen, die im Rahmen des *KN:IX plus*-Monitorings identifiziert wurden, aufzuzeigen, wie feldrelevante Akteur*innen in ihrer Kommunikation auf Emotionen wie Schuld oder Scham rekurrieren, um eine persuasive Wirkung bei den Rezipient*innen hervorzurufen. Die Auseinandersetzung mit möglichen Effekten einer derartigen Kommunikation soll zum Verständnis der kommunikativen Strategie der Akteur*innen einerseits dienen und andererseits der Möglichkeit, Ansatzpunkte zur Dekonstruktion bzw. zum Entgegenwirken zu entwickeln. Es geht folglich darum, anhand der Social Media-Beispiele zu konkretisieren, welche Emotionen evoziert und instrumentalisiert werden sollen. Eine Wirkungsanalyse über die konkreten Rezeptionseffekte einzelner Beiträge kann Aufgabe weiterführender Untersuchungen sein.

Der Einstieg widmet sich der Definition des Begriffs der Emotion und gibt einen groben Überblick über mögliche Zusammenhänge zwischen Emotionen, Einstellungen und Verhalten. Zudem werden Angst, Schuld, Scham und Schande unter Berücksichtigung interdisziplinärer Perspektiven skizziert und für die weitere Verwendung definiert. Im Hauptteil des Hefts werden ausgewählte Social Media-Beiträge hinsichtlich der angesprochenen Emotionen bzw. der inhaltlichen Bezugnahme auf diese analysiert. Dabei wird gezeigt, welche Rolle Emotionen in der persuasiven Kommunikation und Emotionalisierung der jeweiligen Social Media-Akteur*innen spielen. Eine Zusammenfassung von Empfehlungen für den Umgang mit entsprechenden Beiträgen in der Beratungspraxis bildet den Abschluss des vorliegenden Hefts.

¹ Für eine detaillierte Analyse von apokalyptischem Denken im islamistischen Extremismus, siehe Lakbiri, Assala. 2022. „Apokalyptisches Denken im islamistischen Extremismus“. *KN:IX Impuls* #3. https://kn-ix.de/wp-content/uploads/2022/09/KN_IX-Impuls-3_VPN.pdf. (Letzter Zugriff am 26.10.2023).

2. Emotionen, Verhalten und extremistische Kommunikation

2.1 Begriffsverständnis „Emotionen“

Emotionen sind ein komplexes und vielschichtiges Konzept, für das es keine einheitlich akzeptierte Definition gibt. Zum Diskurs über Emotionen tragen nicht nur die Psychologie und die Neurobiologie mit ihren Einblicken in die Vorgänge im Gehirn, das individuelle Erleben von Emotionen und damit zusammenhängende Verhaltensweisen bei, sondern auch sozialwissenschaftliche, kommunikationswissenschaftliche, kulturwissenschaftliche und sogar philosophische Ansätze, die sich u. a. mit sozialen und kulturellen Komponenten von Emotionen beschäftigen. Auch das vorliegende Heft wählt einen interdisziplinären Ansatz, um der Komplexität des Themas gerecht zu werden und die Beiträge der unterschiedlichen Fachrichtungen in die Analyse von Social Media-Beiträgen, wie sie in Kapitel 3 vorgenommen wird, einfließen zu lassen. Dieses Kapitel stellt zunächst grundlegende Definitionen zu Emotionen vor. Die darauffolgenden Unterkapitel konzentrieren sich auf bestimmte Emotionen und den Zusammenhang mit Kommunikation und Verhalten sowie die soziale bzw. interpersonelle Dimension von Emotionen.

Laut dem APA Dictionary of Psychology sind Emotionen „a complex reaction pattern, involving experiential, behavioral, and physiological elements, by which an individual attempts to deal with a personally significant matter or event“ (APA Dictionary of Psychology 2018a). Die meisten bestehenden Definitionen beziehen sich auf ein Zusammenspiel aus physiologischen Reaktionen (z. B. Puls und Blutdruck), einer Verhaltenskomponente (z. B. Mimik und Gestik) und einer subjektiven Erlebenskomponente (Dorsch, Lexikon der Psychologie o. J., b). Die sogenannte „Erlebniskomponente“ wird dabei als Gefühl bezeichnet und damit vom umgangssprachlich synonym verwendeten Begriff der Emotion unterschieden (Dorsch, Lexikon der Psychologie o. J., b).² Im Hinblick auf das Erkenntnisinteresse der Fragestellung dieser Publikation bietet besonders die Unterscheidung in *primäre* und *sekundäre Emotionen* analytischen Mehrwert.

Als *primäre Emotionen* werden grundlegende Emotionen bezeichnet, die sich bereits bei Neugeborenen beobachten lassen,

sodass die Annahme naheliegt, dass sie zumindest teilweise angeboren sind³ (Dorsch, Lexikon der Psychologie o. J., c). Zu den primären Emotionen werden u. a. Furcht⁴, Freude, Interesse, Ärger, Ekel oder Überraschung gezählt.

Sekundäre Emotionen sind hingegen dadurch charakterisiert, dass sie sich im Laufe des Kindesalters entwickeln, einen komplexeren Charakter haben und auf ein „tieferes Verständnis des Selbst und sozialer Beziehungen hinweisen“ (Dorsch, Lexikon der Psychologie o. J., d). Zu diesen sekundären Emotionen zählen z. B. Empathie, Stolz, Schuld und Scham. Soziale Normen spielen im Kontext der sekundären Emotionen eine zentrale Rolle, da diese teils durch den Abgleich der Realität mit dem normativen Anspruch der jeweiligen Bezugsgruppe entstehen (siehe dazu: Kapitel 2.4).

2.2 Emotionen, Verhalten und Persuasion

Der Zusammenhang zwischen Emotionen und Verhalten wird in der Psychologie, aber auch in anderen Disziplinen, seit Jahrzehnten erforscht sowie diskutiert und hat eine Vielzahl an Annahmen, Modellen und Theorien hervorgebracht. Fuchs beschreibt die allgemeine Funktion von Emotionen folgendermaßen: „Emotionen ‚ergreifen‘ uns, um anzuzeigen, was für uns bedeutsam ist und worauf wir reagieren sollen. Sie modifizieren das Feld von Relevanzen und Werten, so dass wir unsere Ziele und Prioritäten neu justieren können“ (Fuchs 2019, 97). Daraus folgert der Autor, dass sich Emotionen als „[...] *leiblich empfundene Wahrnehmungen der Bedeutsamkeit von Situationen auffassen [lassen], die uns zu entsprechenden Handlungen motivieren*“ (Fuchs 2019, 97) [ursprüngliche Kursivschreibung beibehalten]. Lange et al. beschreiben Emotionen aus evolutionspsychologischer Sicht als „[...] Dirigenten des kognitiven Anpassungsorchesters“ (Euler 2009; zitiert nach Lange et al. 2019, 73), die der Psyche bei der Koordination von Reizen helfen. Die Autor*innen betonen dabei, dass die ablaufenden psychischen Mechanismen „[...] keineswegs zu starren Verhaltensmustern [führen], die gleichförmig und unbeeinflusst durch Umgebungsbedingungen geäußert werden“ (Lange et al. 2019, 76). Soziale Kontexte hätten auch evolutionär

³ Siehe dazu auch: <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/basisemotionen> (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

⁴ Furcht (engl. *fear*) und Angst (engl. *anxiety*) werden bei der Definition bzw. Abgrenzung von Emotionen teils unterschieden. Angst wird in dem Fall als diffuser „emotionaler Zustand“, der sich durch physiologische Reaktionen auszeichnet, definiert (Dorsch, Lexikon der Psychologie o. J., a). Furcht hingegen stellt in dieser Definition das Pendant als primäre Emotion dar und ist dadurch charakterisiert, dass die physiologische Reaktion im eindeutigen Bezug zu einem Objekt/einer Ursache steht (Dorsch, Lexikon der Psychologie o. J., e). Angesichts der Fragestellung dieser Publikation erscheint diese detaillierte Unterscheidung für die weitere Analyse nicht zielführend, daher werden die Begriffe synonym verwendet, um der alltäglich gewohnten Verwendung der Begriffe Rechnung zu tragen.



einen erheblichen Einfluss auf Emotionen und darauffolgendes Verhalten gehabt. Graton und Mailliez betonen ebenso, dass zwischen Emotionen und auf diese folgendes Verhalten komplexe physiologische und kognitive Mechanismen stehen, die noch wenig erforscht sind (vgl. Graton und Mailliez 2019, 4f). Karandachev beschreibt Emotionen als „[...] Komplex *interner, kurzlebiger und erregender biopsychosozialer Reaktionen*, die mentale oder verhaltensbezogene Handlungen beinhalten können“ (Karandachev 2023, 173) [ursprüngliche Kursivschreibung beibehalten].

Bei all der Vielfalt der Theorien scheint dennoch die Grundannahme zu bestehen, dass Emotionen mittel- oder unmittelbar Verhalten beeinflussen und motivieren können. Emotionen können dabei nicht nur intrinsisch entstehen oder durch zufällige Reize und Umwelteinflüsse hervorgerufen werden, sondern auch durch entsprechende Kommunikation anderer, z. B. in Form von Appellen, ausgelöst werden. Der gezielte Versuch, durch Kommunikation Emotionen hervorzurufen, um die Einstellung oder das Verhalten einer Person zu beeinflussen, ist eine bekannte Strategie der *persuasiven Kommunikation*. Persuasion wird dabei als der „[...] Prozess der Beeinflussung oder der Einstellungsänderung durch Verarbeitung einer Botschaft“ verstanden (Dorsch, Lexikon der Psychologie o. J., f). Der Begriff *persuasive Kommunikation* beschreibt Miller (1980) zufolge „[...] *any message that is intended to shape, reinforce, or change the responses of another, or others*“ (Miller 1980, zit. nach: Stiff und Mongeau 2016, 4) [ursprüngliche Kursivschreibung beibehalten]. Laut Stiff und Mongeau ist es zentral, dass es bei der Betrachtung von Kommunikation dabei um solche Aussagen geht, die die konkrete *Intention* haben, Verhalten zu ändern (wie z. B. Propaganda). Ohne diese Einschränkung laufe man Gefahr, jede Kommunikation als „persuasive Kommunikation“ wahrzunehmen, da davon ausgegangen werden

kann, dass Kommunikation allgemein immer in Zusammenhang mit Verhalten und Verhaltensänderung stehe (vgl. Stiff und Mongeau 2016, 5).

Die konkrete Wirkung einzelner kommunikativer Aussagen lässt sich, gerade im Kontext der Rezeption von Social Media-Inhalten, kaum empirisch erfassen. Im Kontext dieser Ausgabe der Schriftenreihe geht es dementsprechend nicht um die Analyse der Wirkung bestimmter Beiträge auf einzelne Personen, sondern darum, die kommunikative Botschaft und Strategie herauszuarbeiten, mit denen Emotionen adressiert werden. Auf dieser Basis lässt sich anschließend diskutieren, welche Konsequenzen diese Art der Kommunikation, bei Übernahme der Deutungen und Argumente, haben könnte.

Im Rahmen von Untersuchungen zu Emotion als Mittel persuasiver Kommunikationsstrategien werden sowohl „positive“ als auch „negative“ Emotionen diskutiert. Unter den „negativen“ Emotionen wird vor allem Angst häufig als Ansatzpunkt genutzt, um kommunikativ Einfluss auf Personen zu nehmen: „fear is by far the most common negative emotion that influence agents exploit“ (Smith und Mackie 2007, 257). Wie genau über das Adressieren von bspw. Angst Einfluss auf die Einstellungen und das Verhalten von Personen ausgeübt werden kann, ist überaus komplex und von einer Vielzahl an Faktoren abhängig. Smith und Mackie verweisen insbesondere darauf, dass Angst bzw. Furcht Verhalten motivieren kann, es dafür jedoch bestimmter Bedingungen bedarf: „Fear works, but only in the right dosage and in the right combination. Fear has to be motivating without being debilitating. It works only if the threatened outcome makes people feel vulnerable, and if the recommended change is both attainable and certain to bring relief.“ (Smith und Mackie 2007, 258).

Ist die Angst, die ein „persuasive appeal“ hervorruft, zu groß oder nicht klar, wie der aversive Zustand aufgelöst werden kann, so hat die Angst keine motivierende Wirkung. Daher sind gerade diejenigen angsterzeugenden Botschaften am wirkungsvollsten, die zugleich einen Ausweg aufzeigen, um das angstbesetzte Szenario abwenden zu können (Smith und Mackie 2007, 257). Die Nutzung von Emotionen wie z. B. Angst zum Hervorrufen einer Verhaltensänderung findet sich in einer Vielzahl von Varianten und Kontexten. Im Rahmen von Kampagnen, die auf die Schädlichkeit des Rauchens hinweisen, wird z. B. auf die Verbindung aus Angst vor den negativen Konsequenzen eines Verhaltens und einem klaren Weg zur Verhaltensänderung gesetzt, der das negative Szenario abwenden kann. (Smith und Mackie 2007, 257).

Auch weitere („positive“ und „negative“ Emotionen wirken sich auf die Entscheidungsfindung und das Verhalten von Personen aus. Schuld kann bspw. ebenfalls genutzt werden, um Personen zu überzeugen: „[...] moderate levels of guilt can activate connectedness or self-protection motives that make us more likely to accept and like products or ideas that provide solutions to that guilt“ (Smith und Mackie 2007, 258). Nicht nur in den Bereichen des Marketings oder der Gesundheitsprävention werden Emotionen adressiert, um ein bestimmtes Verhalten wahrscheinlicher zu machen, auch in der Kommunikation extremistischer Akteur*innen spielen Emotionen und Emotionalisierung eine wichtige Rolle.

2.3 Emotionen in extremistischer Kommunikation

Die im Rahmen der Analyse von Beiträgen für dieses Heft beobachteten Akteur*innen in den Sozialen Medien versuchen, ihre Follower*innen von einer bestimmten Lebensweise zu überzeugen. Dazu wenden sie verschiedene Strategien an: In Online-Beiträgen wird z. B. häufig auf aktuelle sozio-politische Themen (wie die Erdbeben in Syrien und der Türkei im Frühjahr 2023) Bezug genommen, die für eine Vielzahl von Personen – und dabei auch für Personen außerhalb des Kontexts von Extremismus – bedeutsam sind. Fielitz und Kahl (2022, 290) gehen in ihrer Analyse islamistischer und rechtsextremer Online-Kampagnen dezidiert auf dahinterstehende Social Media-Strategien ein, die u. a. der Konstruktion „exklusiver Identitäten“ dienen. Käsehage verweist auf die Nutzung visueller Elemente zur Mobilisierung durch extremistische Gruppierungen (vgl. Käsehage 2022). Eine weitere Strategie einschlägiger Online-Akteur*innen ist das Ansprechen wiederkehrender Narrative. In ihrer Analyse von Radikalisierungsnarrativen online verweist Reinke de Buitrago darauf, dass sich in der strategischen Kommunikation islamistischer wie auch rechtsextremistischer Social Media-Akteur*innen Narrative von Viktimisierung und Superiorität (Reinke de Buitrago 2022, 56 ff.) finden, ebenso wie die Instrumentalisierung von Widersprüchen und die Schaffung neuer Sinnzusammenhänge (Reinke de

Buitrago 2022, 62 ff.) sowie die gezielte Nutzung von Drama und Emotionen (Reinke de Buitrago 2022, 66 ff.).

In Bezug auf die Nutzung von Emotionen fasst Reinke de Buitrago zusammen: „Extremistische Narrative zielen auf Emotionen, sind oft emotional gerahmt und/oder sprechen Emotionen an“ (Reinke de Buitrago 2022, 55). Extremistische Akteur*innen nutzen dabei auch visuelle Elemente und laden bestimmte Ereignisse emotional auf, um ihre Agenda zu unterstützen. Durch Dramatisierung verstärken sie ihre Wirkung von Dichotomisierung, Kontrastierung und der Erregung von Spannung und Aufmerksamkeit. Laut der Autorin werden auf der einen Seite u. a. Emotionen wie Angst, Hass und Empörung angesprochen, auf der anderen Seite werden Nähe und Zugehörigkeit betont. Durch die starke Kontrastierung, die auch durch visuelle Elemente hergestellt wird, kann für Betrachter*innen entsprechender Beiträge der Eindruck entstehen, eine „Seite“ wählen zu müssen (vgl. Reinke de Buitrago 2022, 67).

Die gezielte Nutzung von Furcht ist eine der „Hauptstrategien der persuasiven Kommunikation“ (Wiedl 2014, 22). Die Nutzung von Appellen an „negative“ Emotionen ist dabei kein Alleinstellungsmerkmal von religiösen Narrativen oder von Akteur*innen aus dem religiös-begründeten Extremismus. Auch in anderen antidemokratischen und antipluralistischen Szenen werden Schreckensszenarien zur Einflussnahme und Mobilisierung instrumentalisiert. In rechtsextremistischen Kreisen werden z. B. mit Narrativen einer angeblichen Überfremdung, eines vermeintlichen Niedergangs der bekannten Ordnung oder eines bevorstehenden „Tag X“⁵ Ängste bzw. weitere negative Emotionen adressiert. Verschwörungsideologien bieten ein vielfältiges Angebot an imaginierten angsterzeugenden Szenarien⁶ von der Vergiftung durch Chemtrails, über die bewusst herbeigeführte Schädigung durch Impfungen bis hin zur Unterdrückung durch geheime Eliten.

Im Kontext des (islamistischen) Extremismus wird die Instrumentalisierung von Angst zum Ausüben von Kontrolle oder Erzwingen erwünschter Verhaltensweisen teilweise kritisch unter dem Begriff „Angstpädagogik“ diskutiert (siehe u. a. Nordbruch 2020, 3; Nordbruch et al. 2014; Mansour 2015; Dantschke 2017; Logvinov

5 Siehe dazu bspw. Quent, Matthias. 29.11.2019. „(Nicht Mehr) Warten auf den ‚Tag X‘“. Bundeszentrale für Politische Bildung. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/301136/nicht-mehr-warten-auf-den-tag-x/>. (Letzter Zugriff am 09.11.2023).

6 Zu apokalyptischem Denken in Verschwörungserzählungen, siehe z. B. Linden, Markus. „Von der Endzeit zum Endkampf: Apokalyptik in Verschwörungserzählungen und ‚Alternativmedien‘“. In: Zentrum Liberale Moderne. „Apokalypse Now What“. https://www.vielfalt-mediathek.de/wp-content/uploads/2023/10/Verschwoerungsmymthen_Apokalypse-now-what.pdf. (Letzter Zugriff am 09.11.2023, S. 14-21).

2017).⁷ Der Begriff wird teils synonym mit „schwarzer Pädagogik“ verwendet (siehe bspw.: RISE 2021, o. S.). Eine trennscharfe Abgrenzung bzw. eine universell akzeptierte Definition des Begriffs gibt es nicht. Er findet sich sowohl in wissenschaftlichen Publikationen als auch in nicht-wissenschaftlichen Publikationen oder in (teils zu problematisierenden) Online-Beiträgen.⁸ Im Rahmen dieser Ausgabe der Schriftenreihe wird der Begriff nicht verwendet; eine Bezugnahme auf die, auch der „schwarzen Pädagogik“, zugrundeliegende Instrumentalisierung von Angst zum Hervorrufen erwünschter Verhaltensweisen erscheint vor dem Hintergrund der nachfolgenden Beobachtungen dennoch sinnvoll.

In der Instrumentalisierung von Unsicherheiten und Ängsten im religiösen Kontext wird häufig Bezug auf Fragen nach dem Tod genommen, die auch nicht-religiösen Personen vertraut sind (Nordbruch 2020, 1). Mittels drohender Schreckensszenarien bei nicht-normkonformem Verhalten soll ein Handlungsdruck erzeugt werden, der erwünschtes Verhalten begünstigt bzw. hervorruft. Zentral für die Festlegung der Normen, deren Abweichung sanktioniert wird, ist die Bezugsgruppe, deren Werte, Überzeugungen und soziale Anerkennung für das Individuum als relevant erscheinen. Reinke de Buitrago verweist darauf, dass sich z. B. in *YouTube*-Videos von Akteur*innen verschiedener extremistischer Szenen der Versuch findet, bestehende Normen zu erodieren und eigene Normen zu etablieren, wobei die jeweiligen Narrative „Strategien zur Schaffung von Legitimität, Unterstützung und Gefolgschaft“ (Reinke de Buitrago 2022, 49) beinhalten. Im Falle von islamistischen Narrativen wird häufig Bezug auf einen vermeintlich gnadenlos strafenden Gott und die Drohung ewiger Höllenqualen bei Abweichung von der vermittelten Norm genommen. Darüber kann – bei Übernahme dieser Erzählungen und Überzeugungen – ein potenzieller Handlungsdruck erzeugt werden. Nordbruch beschreibt die Intention von Social Media-Akteur*innen wie folgt: „Den Macher*innen von *YouTube*-Kanälen aus verschiedenen religiösen Spektren geht es darum, ihre Zuschauer*innen durch emotionale Ansprachen auf eine rigide religiöse Praxis einzuschwören und den Glauben zum ausschließlichen Maßstab des eigenen Handelns zu machen.“ (Nordbruch 2020, 1)

7 Der Begriff „Angstpädagogik“ weist eine inhaltliche Nähe zum Konzept der sogenannten „schwarzen Pädagogik“ auf, das von Katharina Rutschky (1977) in ihrer gleichnamigen Publikation etabliert wurde und „pädagogische Ansätze und Methoden, die als autoritär, disziplinierend und schädlich für Kinder angesehen werden, wobei diese Form der Erziehung strenge Regeln, Strafen und Kontrolle über Kinder, oft auf eine Weise betont, die als emotional oder physisch schädlich angesehen wird“ (Stangl 2023).

8 Auf *YouTube* findet sich bei Eingabe des Begriffs (als erstes) ein Video von Irfan Peci. Peci betrieb früher Propaganda für *al-Qaida*, war später als V-Mann in der islamistischen Szene aktiv und tritt inzwischen in rechtsextremen und islamfeindlichen Kreisen auf (*Identitäre Bewegung, Pax Europa*), siehe bspw.: <https://www.derstandard.de/story/2000144217802/sellner-und-ex-al-kaida-mann-planen-islamfeindliche-kundgebungen-in>. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Der strafende omnipräsente Gott wirkt dann als eine permanente Kontrollinstanz für die Normkonformität des Verhaltens des Individuums, die auch dann Wirksamkeit entfaltet, wenn soziale Kontrolle durch andere anwesende Personen wegfällt.

Dantschke beschreibt die Instrumentalisierung von Angst im Rahmen von „Angstpädagogik“ wie folgt: „Salafistische Prediger führen den Jugendlichen ihre Sterblichkeit permanent vor Augen und verknüpfen dies mit der permanenten Einschüchterung, dass bereits die kleinste Sünde ihre vermeintlich einzige Perspektive auf Glück zunichtemachen kann. Diese Form der Angstpädagogik ist sehr wirkungsmächtig und führt im militanten Milieu dazu, jegliche Todesangst abzubauen.“ (Dantschke 2017, 66). Wiedl sieht auch „Schuldappelle“, in denen Personen „[...] die Verantwortung für negative Konsequenzen einer Handlung oder einer unterlassenen Handlung [zugeschrieben] [...]“ (Wiedl 2014, 23) wird, als eine häufig verwendete Strategie persuasiver Kommunikation. Appelle an Furcht und Schuld fänden sich regelmäßig in der Kommunikation salafistischer Prediger, die versuchen würden, bei den Rezipierenden „ein emotionales Ungleichgewicht herzustellen, das durch ein vom Sprecher vorgestelltes Verhalten behoben werden kann“ (Wiedl 2014, 22). Dadurch hätten derartige Appelle ein „hohes Aktivierungspotential“ (ebd.).

Neben Angst als primärer Emotion spielen auch viele weitere (sekundäre) Emotionen eine Rolle in der Kommunikation islamistischer Social Media-Akteur*innen. Basierend auf Eindrücken des Social Media-Monitorings im Rahmen von *KN:IX plus* wurden Schuld und Scham als weitere relevante Bezugspunkte identifiziert, die im Folgenden auf Basis interdisziplinärer Perspektiven skizziert werden, bevor deren Nutzung in Kapitel 3 anhand von Beispielbeiträgen aus den sozialen Medien illustriert wird.

2.4 Schuld, Scham und Schande – Interdisziplinäre Perspektiven

Anknüpfend an die obigen Beobachtungen zur Bedeutung von Emotion in extremistischer Online-Propaganda werden im folgenden Abschnitt zwei (sekundäre) Emotionen – Scham und Schuld – auch hinsichtlich ihrer Funktionen näher beschrieben. Dabei werden interdisziplinäre Blickwinkel gewählt, die auch die Verknüpfung von Schuld, Scham und Schande beschreiben. Der folgende Abschnitt hat zum Ziel, in diesem Heft genutzte Begriffe zu erklären und einzuordnen, um diese dann für die nachfolgende Analyse von Social Media-Beiträgen nutzbar zu machen.

In der Psychologie wird Scham als eine der sekundären Emotionen beschrieben, „[...] die entsteht, wenn man das Gefühl hat, best. (sic!) Werten, Normen, Regeln oder Ansprüchen nicht gerecht geworden zu sein“ (Dorsch, Lexikon der Psychologie o. J., g).

Scham kann dadurch auch als „[...] Angst vor einer sozialen Degradierung [...]“ verstanden werden (Hosser et al. 2005, 228). Zudem ist Scham durch die Bereitschaft, (vermeintlich) falsche Handlungen durch bestimmte Verhaltensweisen oder Taten wiedergutzumachen, gekennzeichnet (vgl. APA Dictionary of Psychology 2018b). Groß und Neckel zufolge beruht Scham „[...] auf der menschlichen Fähigkeit, sich selbst mit den Augen anderer wahrzunehmen“, und „[...] verweist darauf, dass das soziale Band brüchig geworden ist“ (Groß und Neckel 2020, 5).

All diese Aspekte machen bereits die soziale Komponente von Schamgefühlen deutlich. Parschicks Definition arbeitet diese Komponente noch deutlicher heraus: „Konstitutiv für Scham ist, dass ein Subjekt eine Differenz zwischen Selbst- und Fremdbild wahrnimmt, im Zuge dessen es zu einer Negativevaluation des kompletten Selbst durch die Übernahme des imaginierten oder tatsächlichen Blicks der Anderen auf die eigene Person kommt“

(Parschick 2022, 364). Von Scheve fasst die Folge der Negativbewertung durch andere folgendermaßen zusammen: „Damit wird die Scham – und ebenso die Beschämung – zu einem ‚Wertgefühl‘, das signalisiert, ob und in welchem Ausmaß man in seinem Wertbewusstsein bedroht ist“ (von Scheve 2022, 406). Darüber hinaus formuliert die Autorin: „Scham wird dabei meist als Stabilisator einer gegebenen sozialen Position bzw. des damit verschränkten Ordnungsgefüges verstanden; es herrscht die Annahme vor, dass auf diese Emotion mit Rückzug und Anpassung reagiert wird“ (von Scheve 2022, 364). Scham kann so „[...] zur Übernahme des negativen Blicks der Anderen führ[en]“ und kann mitunter dazu beitragen, dass sich Personen einer „Mehrheitsmeinung“ anschließen (von Scheve 2022, 369). Parschick argumentiert jedoch, dass Scham neben der hier angesprochenen stabilisierenden, „ordnungserhaltenden“ (Parschick 2022, 37) Funktion auch eine re-positionierende Funktion haben kann. Durch Reflektieren könne Scham demnach zu einem Neu-Verorten

der eigenen Position führen, und dabei möglicherweise auch zu einem Hinterfragen von Machtverhältnissen bzw. sozialen Gefügen beitragen (vgl. Parschick 2022, 370).

Aus der oben beschriebenen Analyse von Parschick kann allgemein abgeleitet werden, dass Scham nicht „nur“ die Emotion eines Individuums ist, sondern bedeutende soziale Folgen hat. Von Scheve schreibt – anknüpfend an Parschick –, dass Scham „[...] die Machtgefüge in sozialen Interaktionen [...]“ verändert, und diejenigen, die beschämt wurden, zudem degradiert (von Scheve 2022, 409). Bedeutend ist für von Scheve die Beobachtung⁹, dass auch die wahrgenommene soziale Unterlegenheit ihrerseits zu Scham führen kann (vgl. von Scheve 2022, 409). An diese Beobachtung knüpft auch Kriner (2018) in seiner Analyse von Schamgefühlen¹⁰ und deren Nutzung seitens (von ihm als solche bezeichnete) terroristischer Organisationen an. Er schreibt, dass Scham eine ‚universale Emotion‘¹¹ ist, die global alle Menschen empfinden, und die deshalb besonders für Propaganda wirksam sei. Zugleich weist er darauf hin, dass das Erleben von Scham langfristige Auswirkungen haben kann. Scham könne dabei ein umfassenderes Gefühl als – wie in gängigen Definitionen beschrieben – die individuelle, nach innen gekehrte, sich reflektierende Emotion sein. Personen, die regelmäßig oder über einen langen Zeitraum hinweg Scham erleben, würden Kriner zufolge Gründe für die Scham nicht mehr bei sich selbst suchen, sondern zunehmend – und unbewusst – andere für ihr Fehlverhalten verantwortlich machen, die Scham also externalisieren (vgl. Kriner 2018, 21). Der Autor schreibt weiter: „Moreover, shame-based narratives are powerful for pushing individuals toward accepting a new worldview, particularly if the social pain derived from non-conformity is amplified with a threat to an individual’s safety, stemming from moral transgressions and norm violations“ (Kriner 2018, 22).

Besonders wenn Individuen ihren sozialen Wert anhand der Zugehörigkeit einer Gruppe bemessen, wie es In-group- versus Out-group-Konstruktionen in extremistischer Kommunikation zum Ziel haben, kann Scham laut Kriner einer Radikalisierung zuträglich sein (vgl. Kriner 2018, 22). Groß und Neckel (2020) verweisen in ihrem Beitrag zu autoritär-nationalistischen Radikalisierungsnarrativen und Emotion auf die Theorie der ‚Scham-Wut-Spirale‘, die folgendes auslöse: „Statt der Abwertung

des inneren Selbst erfolgt eine Abwertung des Feindes, was auch die emotionale Bindung an die Eigengruppe bestärkt“ (Groß und Neckel 2020, 5). Basierend auf dieser Annahme folgern sie, dass besonders „kollektiv“ gefühlte Scham in Wut und Aggression übertragen werden könne – ein Phänomen, das für politische Mobilisierung instrumentalisiert werden könne (vgl. Groß und Neckel 2020, 5).

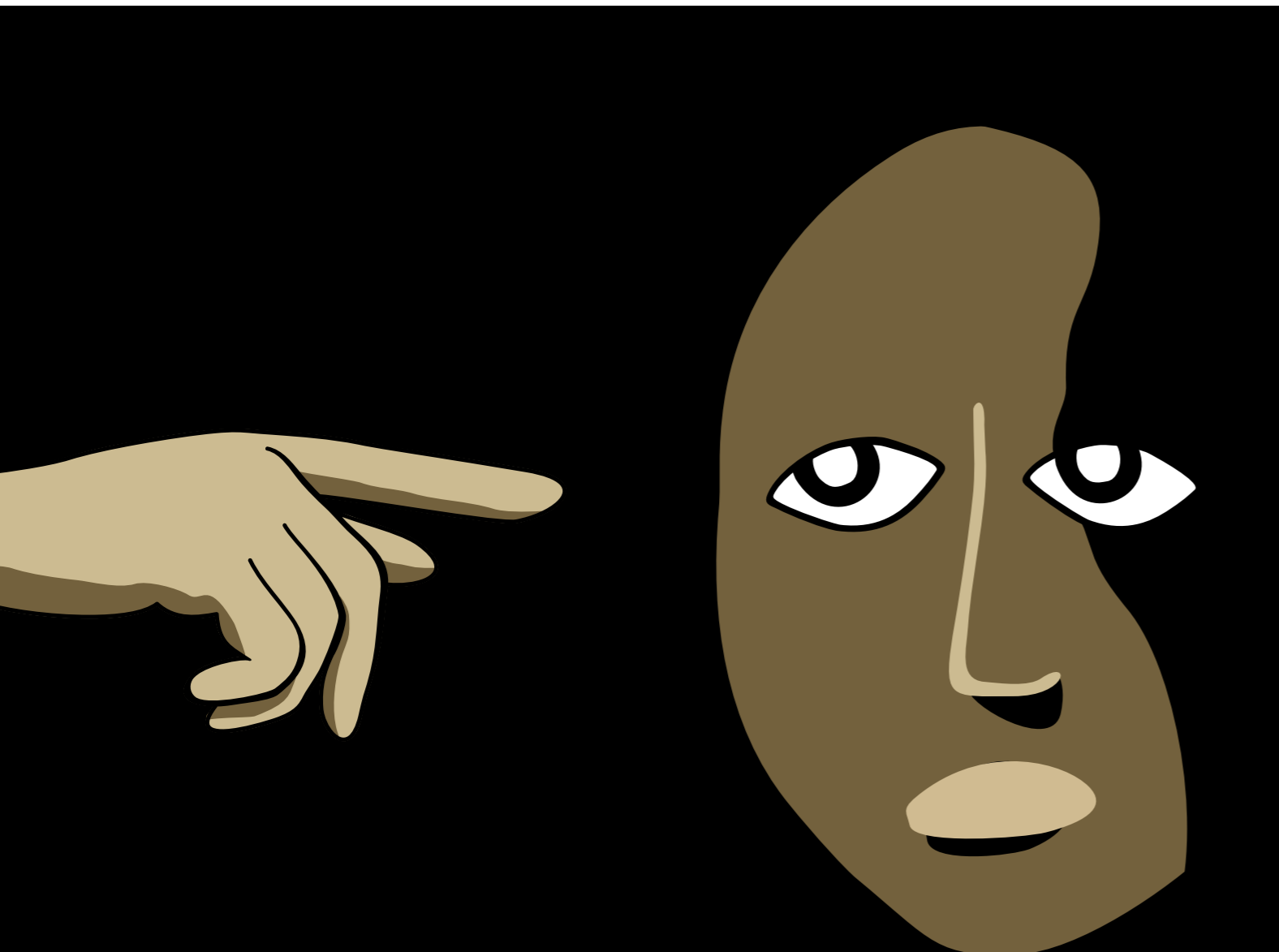
Neben Schuld als strafrechtlichem Konzept wird der Begriff in der Psychologie – ebenso wie Scham – als eine der sekundären Emotionen definiert (vgl. Dorsch, Lexikon der Psychologie o. J., d). Hosser et al. fassen in ihrer Erörterung von Schuldgefühlen zusammen: „Schuldgefühle entstehen, wenn eine Person internalisierte soziale Normen oder Erwartungen verletzt hat und dieses Verhalten von ihr selbst oder anderen als moralisch inadäquat verurteilt wird“ (Hosser et al. 2005, 228). Schuldgefühle seien demnach, ebenso wie die der Scham, „[...] moralische Emotionen, die durch Abweichung von internalisierten Normen entstehen“ (Hosser et al. 2005, 227). Philosophische Sichtweisen arbeiten die Komponente der Moral noch stärker heraus und sehen Schuldgefühle stark mit moralischen Gesichtspunkten verknüpft: „Anders als diese [die Scham] entsteht es [das Schuldgefühl] fast ausschließlich anlässlich von Handlungen, welche die Person selbst zu verantworten hat, und nur in Spezialfällen wie etwa der ‚Überlebensschuld‘ von manchen Opfern von Verbrechen oder Katastrophen oder pathologischen Formen ist es auf Ereignisse bezogen, für die die Person, die das Gefühl hat, nicht verantwortlich ist“ (Landweer 2019, 236). Landweer weist im Weiteren darauf hin, dass das Bestehen von Schuldgefühlen impliziert, dass es eine*enigen Geschädigte*n oder sogar mehrere Geschädigte gebe und dies häufig den Druck zur Wiedergutmachung nach sich ziehe (vgl. Landweer 2019, 236).

Scham und Schuld werden vor allem in sozial- und kulturwissenschaftlichen sowie philosophischen Betrachtungen eng miteinander verknüpft. Als entscheidende Unterschiede zwischen Schuld und Scham nennen Hosser et al. u. a. die die Gefühle begleitenden Verhaltenstendenzen: Schamgefühle würden eher zu einem Rückzug aus sozialen Settings führen, während Schuldgefühle eher mit „prosozialem Verhalten“ verknüpft scheinen (vgl. Hosser et al. 2005, 227). Wie auch Scham kann Schuld prinzipiell prosoziales Verhalten befördern. Das Erleben von Schuld kann zum Beispiel dazu führen, dass Reue gezeigt wird oder mittels Taten Fehlverhalten wieder gut gemacht werden soll. Graton und Mailliez (2019) kritisieren diesen häufig hergestellten Zusammenhang zwischen Schuldgefühlen und pro-sozialem Verhalten, das durch diese möglicherweise ausgelöst werden würde. Ihrer Ansicht nach würde bestehende Literatur bezüglich dieses Zusammenhangs zu wenig konsistenten Ergebnissen kommen (vgl. Graton und Mailliez 2019, 1 ff.). Weiterführende Studien würden z. B. auch

⁹ In seinem Artikel nimmt von Scheve Bezug auf das Werk von Sighard Neckel. 1991. „Status und Scham. Zur symbolischen Reproduktion sozialer Ungleichheit“. Frankfurt/New York: Campus Verlag.

¹⁰ In der englischen Sprache, in der der Artikel von Kriner (2018) verfasst ist, kann „shame“ sowohl im Sinne von Scham als auch von Schande verstanden werden.

¹¹ Im englischen Originaltext als „universal emotion“ bezeichnet (2018, 19).



schlussfolgern, dass Schuldgefühle nicht immer automatisch zu pro-sozialem Verhalten, sondern in bestimmten Situationen auch zu Reaktanz, und somit nicht pro-sozialem Verhalten, führen würden (vgl. Graton und Mailliez 2019, 7). Darüber hinaus schreiben die Autor*innen, dass Schuldgefühle nicht zwangsläufig nur dann entstehen, wenn Normen verletzt oder andere geschädigt wurden. In bestimmten Situationen könne Schuld auch dann entstehen, wenn *andere Personen* Normen überschritten hätten oder wenn diese infolge gelernten Verhaltens ausgelöst würde (vgl. Graton und Mailliez 2019, 6).

Aus kulturwissenschaftlich-anthropologischer Sicht und mit Bezug auf die Werke der Autorinnen Margret Mead und Ruth Benedict fasst Röttger-Rössler zusammen, dass Theorien zu sogenannten „Schamkulturen“ und „Schuldkulturen“ umstritten sind, die prinzipielle Funktion von Scham und Schuld als gesellschaftliche Sanktionsmechanismen jedoch weithin angenommen wird (Röttger-Rössler 2019, 231). Jüngere Forschung zum Themengebiet beschreibt, dass Scham besonders in hierarchischen (gesellschaftlichen) Strukturen Bedeutung hat. Bezugnehmend auf diese schreibt Röttger-Rössler: „Als sozial-regulatorische Kraft wird Scham in diesen Gesellschaften grundsätzlich positiv bewertet, und eine hohe Schamsensibilität gilt als Tugend“ (Röttger-Rössler 2019, 232). Die Autorin weist in ihrem Beitrag so auf die kulturell unterschiedliche Bewertung von Emotionen im Allgemeinen und Scham im Speziellen hin, wodurch angenommen werden kann, dass diese Bewertung Auswirkungen auf das Erleben der Emotionen haben kann (vgl. Röttger-Rössler 2019, 233). Röttger-Rösslers Beitrag betont damit auch kulturelle Komponenten z. B. von Scham, denen in der Erforschung von Emotionen durch interdisziplinäre Herangehensweisen Rechnung getragen werden muss.

In Bezug auf die Debatte um die oben genannten Begriffe der „Schamkulturen“ und „Schuldkulturen“ hinterfragt Landweer die häufig vorgenommene „[...] Identifikation von Schuldgefühl mit einer ‚inneren‘ und deshalb überlegenen Instanz und Scham als ‚äußere‘, an Schande orientierte Sanktion [...]“ (Landweer 2019, 238). Trotz der an dieser Annahme geäußerten Kritik scheinen Scham, Schuld und Schande als Konzepte miteinander verbunden zu sein. Röttger-Rössler nimmt Bezug auf anthropologische Literatur zu Konzepten von Ehre und Schande und schreibt, dass diese häufig in Zusammenhang mit Scham gebracht werden. Sie formuliert: „Diese Studien zeigen, dass Ehre und Schande in den untersuchten Gesellschaften zentrale sozio-symbolische Kategorien sind, die alle anderen sozialen Differenzierungen überlagern und Menschen in zwei grundsätzliche Kategorien einteilen: in ehrenhafte, Respekt genießende und unehrenhafte, in Schande lebende Personen“ (Röttger-Rössler 2019, 231). Der Verlust von Ehre, der nicht nur individuell eine Person, sondern auch kollektiv eine Gruppe (z. B. die Familie) betreffen kann, würde zum Status

der Schande führen. Röttger-Rösslers Überblick über bestehende Studien zum Themenkomplex fasst die Verbindung von Scham, Stolz und Schande folgendermaßen zusammen: „Scham und Stolz als relativ kurzfristige, körperlich wahrgenommene, subjektive Empfindungen bilden die emotionalen Korrelate, die mit den sozio-symbolischen Kategorien der Ehre und Schande verknüpft sind“ (Röttger-Rössler 2019, 232). Schloßberger sieht (neben Stolz) sowohl Scham als auch Ehre als Begriffe, „[...] die auf die Integrität und Identität von Menschen verweisen“ (Schloßberger 2023, 461).

Schloßberger beschreibt Ehre aus einem ethisch-philosophischen Standpunkt heraus als „[...] Achtung bzw. Anerkennung, die uns Andere aufgrund bestimmter Leistungen, Fähigkeiten, Eigenschaften zuerkennen, wobei wir diese Achtung und Anerkennung affirmieren“ (Schloßberger 2023, 462). Dabei betont der Autor, dass sich diese Anerkennung auf Aspekte bezieht, die auch für das Individuum selbst bedeutsam sind. So führt der Autor aus: „Für unser moralisches Verhalten sind die Phänomene Stolz, Scham und Ehre relevant, weil wir Andere verletzen können, in dem wir ihren Stolz brechen, weil wir sie demütigen können, indem wir sie beschämen oder ihre Ehre verletzen“ (Schloßberger 2023, 462). Karandashev nähert sich dem Konzept von Ehre als „kulturellem Phänomen“ an und definiert dieses wie folgt: „Ehre ist das Gefühl des eigenen Wertes und des geachteten Selbstkonzepts in der eigenen Sicht und in der Wahrnehmung der anderen“ (Karandashev 2023, 249). Des Weiteren schreibt er: „In den Ehrenkulturen¹² werden viele emotionale Ereignisse in Abhängigkeit von ihren sozialen Folgen in Bezug auf die Ehre bewertet“ (Karandashev 2023, 249). In kulturellen Gefügen, in denen Ehre ein zentrales Konzept ist, würde der soziale Kontext, in dem sich ein Individuum bewegt, eine entscheidende Rolle bei der Bewertung von Emotionen spielen. Das Verständnis von Ehre unterscheidet sich je nach Sprache und kulturellem Kontext stark (vgl. Karandashev 2023, 252).

Vor dem Hintergrund der hier erläuterten Konzepte werden die im nachfolgenden Abschnitt beschriebenen Social Media-Beiträge analysiert.

12 U. a. in der Kultur- und Sozialanthropologie bzw. Ethnologie wird der Begriff der „Kulturen“ (im Plural) kritisch diskutiert, siehe dazu bspw. Sökefeld, Martin. 2001. „Der Kulturbegriff in der Ethnologie und im öffentlichen Diskurs - eine paradoxe Entwicklung?“, In „Fremde Kulturen“ im Geographieunterricht. Analysen - Konzeptionen - Erfahrungen. Studien zur internationalen Schulbuchforschung, herausgegeben von Georg Stöber, Bd. 106, 119-137. Hannover: Hahn.

3. Schuld, Scham und Schande in Beiträgen islamistischer Akteur*innen in den Sozialen Medien

Im vorliegenden Kapitel werden ausgewählte Beiträge islamistischer Akteur*innen hinsichtlich ihrer Bezugnahme auf Schuld, Scham und Schande diskutiert. Dabei wird u. a. auf die eng damit verwobenen Konzepte wie Angst und Ehre eingegangen. Alle diskutierten Beiträge stammen von öffentlich zugänglichen Accounts. *Instagram*-Stories, die u. a. analysiert werden, sind stets nur 24 Stunden verfügbar. Diese wurden mittels Screenshots archiviert.¹³

3.1 Angst

Beispiel 1

Das *YouTube*-Video von *Botschaft des Islam*¹⁴ (Abb. 1). Ein Sprecher aus dem Off beschreibt hier den Weg der Menschen am

13 Im Monitoring islamistischer Narrative in den Sozialen Medien werden Kanäle stets anhand ihrer wissenschaftlichen bzw. pädagogischen Relevanz analysiert.

14 <https://youtu.be/FZfjbB2x-E0?feature=shared>, 20.03.2022. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Tag der Auferstehung (arab. *Yaum al-Qiyama*), bis diese vor Gott stehen und über ihren Einzug in den Himmel oder die Hölle entschieden wird. Das Video bezieht sich damit auf grundsätzliche Fragen im Kontext islamischer Eschatologie, d. h. der Lehre des Lebens nach dem Tod.

Das Video beginnt mit der Rezitation eines Teils der 78. Sure aus dem Koran auf Arabisch, begleitet von Untertiteln auf Deutsch (Min.: 0:03). Dazu wird die Stilisierung eines Planeten (vermutlich der Erde) gezeigt, auf dem die Oberfläche zu brennen scheint. Im Anschluss beginnt ein Sprecher mit sphärischem Gesang im Hintergrund die zuvor rezitierte Sure aus dem Koran in deutscher Sprache erneut aufzusagen: „Wir warnen euch vor einer nahen bevorstehenden Strafe. Am Tag, da der Mensch erblickt, was seine Hände vorausgeschickt haben, und der Ungläubige ruft: ‚Oh, wäre ich doch nur Staub.‘“ (Min.: 0:33) An dieser Stelle des Videos wird ein Mensch eingeblendet, der allein eine leere Straße entlangläuft. Die Perspektive ist dabei so gewählt, dass das Ende der Straße nicht ersichtlich ist und die Straße in den orangenen gefärbten Horizont führt.

Der Sprecher beschreibt anschließend die verschiedenen Stationen, die ein Mensch passieren werde, die „[...] schreckliche und in große Angst versetzende Ereignisse [...]“ (Min.: 1:02) beinhalten

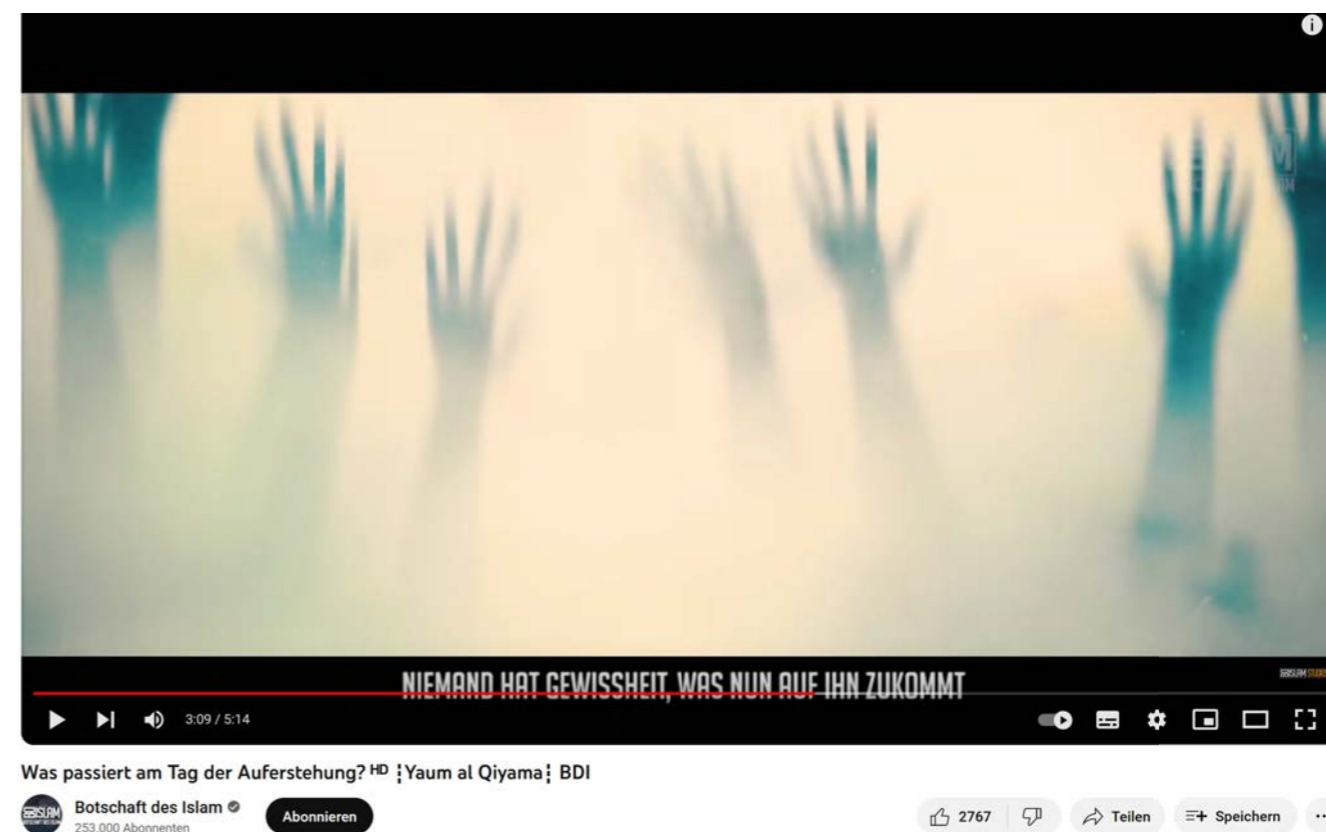


Abb. 1: *YouTube*-Video des Kanals @Botschaft des Islam vom 20.03.2022. „Was passiert am Tag der Auferstehung? HD. Yaum al Qiyama“



würden. Es folgen Beispiele, die diesen Schrecken anschaulich illustrieren sollen. So würde der Mensch nach dem Tod z. B. anderen Menschen begegnen, die „[...] keinen Fetzen Fleisch mehr im Gesicht haben [...]“ (Min.: 1:11). An diese Beschreibung schließt der Sprecher eine direkt an die Zuschauer*innen adressierte Frage an: „Wirst du zu denen gehören, die an diesem Tage den Schutz Allahs genießen oder wirst du einsam und verängstigt deine eigene Vernichtung wünschen?“ (Min.: 1:23). Das Video zeigt dabei Bilder eines Friedhofs, Wolken im Himmel und eine Person, die allein eine Schneelandschaft durchquert.

Die erste Station, die der Sprecher beschreibt, wird „Versammlungsplatz“ genannt, auf dem der Mensch 50.000 Jahre bis zum Gericht verharre (Min.: 2:04). Dabei sei der Mensch vollkommen allein auf einem weiten und leeren Platz, er sei nackt und alle Familienmitglieder würden sich von ihm abwenden, um keine der Sünden des Wartenden auf sich zu nehmen (Min.: 2:10). Dazu wird die Silhouette einer Person gezeigt, die im Gegenlicht steht, von Nebel umgeben ist und sich mit erhobenem Kopf nach links und rechts umsieht. Dabei werden die einzelnen Familienmitglieder, die sich alle abwenden, vom Sprecher einzeln aufgezählt: „[...] deine Schwester, dein Vater, sogar deine eigene Mutter wird sich abwenden [...]“ (Min.: 2:23). Dieser Abschnitt endet mit dem Hinweis, dass sich auch Propheten an diesem Tage fürchteten, gefolgt von der Frage: „Wie wird dann unser Zustand sein, wenn es selbst ihnen so ergeht?“ (Min.: 2:37).

„Die Menschen werden verwirrt, verängstigt und planlos sein. Niemand hat Gewissheit, was nun auf ihn zukommt“, so der Sprecher

weiter (Min.: 3:08). Die Menschen würden sich an diesem Punkt an jeden einzelnen ihrer Fehler erinnern, „[...] jeder Schritt in Richtung *haram* [Verbotenem], jede verbotene Berührung, du wirst dich an alle Fehler erinnern!“ (Min.: 3:34). Der Sprecher zitiert im Anschluss aus den Suren 79 und 20 aus dem Koran, die die Angst, Demut und Gottesfurcht an diesem Tag beschreiben sollen (Min.: 3:53). Im Anschluss fordert der Sprecher die Rezipient*innen direkt auf, sich vorzustellen, wie sie „[...] nackt und entblößt, [...] erniedrigt und verstoßen [dastehen]. „Verwirrt und verängstigt wartest du auf den Richterspruch, der dich zur Glückseligkeit oder zur Verdammnis verurteilt.“ (Min.: 4:03). Die direkte Ansprache geht weiter, mit dem Hinweis, dass es keinen Ort und keine Möglichkeit gebe, sich den zuvor beschriebenen Ereignissen zu entziehen oder sich davor zu verstecken (Min.: 4:19). „Deswegen bereite dich darauf vor!“, fordert der Sprecher (Min.: 4:27). Und weiter: „Strebe nach der Zufriedenheit und Vergebung Allahs, damit du an diesem Tag unter Allahs Schatten Schutz suchen darfst.“ (Min.: 4:29).

Der Sprecher verweist darauf, dass sich an der bisher beschriebenen Station des Versammlungsplatzes entscheide, ob die nächsten Stationen einfacher oder schwieriger zu bewältigen seien (Min.: 4:43). Wer an dieser Station bereits Probleme habe, für diese Person werde es immer schwieriger: „[...] und die Furcht in deinem Herzen wird weiter wachsen.“ (Min.: 4:47). Dabei wird das Bild von vier Personen gezeigt, die als dunkle Umrisse vor einem lodernnden Feuer stehen.

Das Video endet mit der zu Beginn des Videos gestellten Frage: „Wirst du zu denen gehören, die an diesem Tage den Schutz Allahs genießen oder wirst du einsam und verängstigt deine eigene Vernichtung wünschen?“ (Min.: 4:57). Im Video werden dazu mehrere Totenschädel gezeigt, die auf dem Boden einer nicht näher bestimmbar Landschaft liegen.

Die im Video beschriebenen Stationen vom Jüngsten Tag, der Auferstehung, des Gerichts und des Weges in das Paradies oder die Hölle sind in der islamischen Eschatologie, d. h. der Lehre der letzten Dinge (Sauter 1988, 192), nach den meisten Quellen Konsens (vgl. Günther 2016, 113). Der Akteur jedoch beschreibt in seinem Video vor allem explizite, stark angstbesetzte Szenarien, die durch eine Collage bedrohlicher Szenen bildlich untermalt werden. Das Videomaterial, das der anonyme Kanal *Botschaft des Islam* für die Produktion der Videos verwendet, ist im Netz frei zugänglich und kostenfrei erhältlich (vgl. Hänig und Hartwig 2021, 14).

Somit stellt der Akteur durch die Kombination von sphärischen Stimmen im Hintergrund, einer poetisch-epischen Stimmlage und explizit beschriebenen und mit Bildern illustrierten Angstszenarien mit Bildern eine düstere und bedrohliche Atmosphäre her. Der Akteur nutzt verschiedene Metaphern (bspw. „dann wird er zerfließen wie geschmolzenes Silber“, Min. 03:04) und eine leicht verständliche Sprache. Durch das Ansprechen von Emotionen wie Angst und Unsicherheit und das Einbinden spezifischer audio-visueller Effekte versucht er, Personen von seinen Haltungen zu überzeugen. Das über fünf Minuten andauernde Video fokussiert sich inhaltlich vor allem auf das Leid, das Menschen erführen, die nicht im „Schatten Allahs“ Sicherheit fänden. Dieses Leid sei so groß, dass die eigene Zerstörung wünschenswerter sei. Zuhörer*innen müssten sich also entscheiden zwischen dem zerstörerischen Leid oder dem Schutz Allahs und sich im diesseitigen Leben darauf vorbereiten. Der Akteur in diesem Video nutzt gezielt Ängste, wie z. B. Schmerzen, Unsicherheit, Einsamkeit und Bindungsverlust, um mit, bereite dich darauf vor! unkonkrete Handlungsansätze zu bieten, um diesen Angstszenarien zu entgehen.

Neben generellen islamisch-eschatologischen Motiven wie der Auferstehung nach dem Tod und dem Jüngsten Gericht, schmückt der Akteur seine Rede insbesondere durch die explizit beschriebenen Angstszenarien, die der theologischen Jenseitsbeschreibung eine dystopisch-apokalyptische Atmosphäre zuweisen. Es wird eine klare Unterscheidung zwischen ‚den Guten‘ und ‚den Schlechten‘ vorgenommen: Die ‚Guten‘ werden sich fürchten, aber letztlich das Heil erlangen, ‚die Schlechten‘ leiden schon seit der Auferstehung. Das angstbesetzte Szenario könne umgangen werden, indem man ‚sich vorbereite‘ und

‚um Vergebung‘ bitte. Die Aussage des Akteurs im Video führt von generellen Beschreibungen hin zur persönlichen Ansprache: ‚Wo wirst du stehen? Wirst du beschützt sein?‘. Dadurch ist für die Zuschauer*innen nochmals ein persönlicher Bezug zu den vorherigen Beschreibungen und eine Möglichkeit zur Identifikation mit diesen gegeben. Das Schreckensszenario wird durch den persönlichen Bezug greifbarer und erlebbarer. Gleichzeitig bietet der Akteur im Video einen Ausweg an, um das Schreckensszenario abzuwenden. Dieser Ausweg würde in einem regelkonformen und gottesfürchtigen Leben und der an Allah gerichteten Bitte um Vergebung bestehen.

Beispiel 2

Abbildung 2 zeigt eine *Instagram*-Story des Kanals @dawah_berliner_schwestern¹⁵, der wiederum einen Screenshot des Kanals



Abb. 2: *Instagram*-Story des Accounts @dawah_berliner_schwestern vom 13.02.2023

¹⁵ https://www.instagram.com/dawah_berliner_schwestern/, 13.02.2023. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

@kauthar_dawah zeigt. Es ist aufgrund des Profilenames und des Profilbildes nicht ersichtlich, wer hinter dem Profil steht, allerdings ist davon auszugehen, dass es mindestens eine Akteurin ist. Zu sehen ist eine gezeichnete Abbildung einer Frau mit Kopftuch, die einen Stapel an Geschenken hält. Darüber ist der Schriftzug „Happy Birthday!!“ erkennbar. Der dazu eingebundene Text verurteilt den Brauch des Geburtstagfeierns, das als Anbeten des *Nafs* (arab. Selbst, auch: Atem, Seele) interpretiert wird, und verweist darauf, dass diejenigen, die Allah gehorchen, nur zwei religiöse Feste im Jahr feiern würden.

Im hier dargestellten Post werden höchstwahrscheinlich Mütter adressiert, da die Akteurin im Text Bezug auf Kindererziehung und Schwangerschaft nimmt. Es werden eine Reihe von Ereignissen beschrieben, die eintreten können, wenn Geburtstage gefeiert würden. Zum einen nimmt die Akteurin Bezug auf Sanktionen im Jenseits, am Jüngsten Tag außerhalb der *Ummah* (muslimische Gemeinschaft) zu stehen und mit der Hölle bestraft zu werden. Zum anderen habe das Feiern von Geburtstagen auch im Diesseits langfristige Konsequenzen für die Kinder dieser Frauen, da diese zu „*Nafs-Anbetern*“ erzogen würden. Die Bezeichnung „*Nafs-Anbeter*“ schreibt eine hedonistische Lebensweise zu. *Nafs* wird oft verstanden als das lasterhafte und triebgesteuerte Ich, das es zu unterdrücken bzw. kontrollieren gilt. Verknüpft mit dem Begriff ‚Anbeter‘ wird Bezug genommen auf das Konzept des *Shirk*, womit das Anbeten von Personen oder Dingen neben Allah (auch: Polytheismus) bezeichnet wird, was als eine der größten Sünden im Islam gilt (vgl. Islam-ist: „*Shirk*“).

Um das Kind vor dieser Sündhaftigkeit zu schützen, sei es nötig, die Kinder zu *Mu'minin* (arab. für „Gläubige“) zu erziehen, was das Feiern von Geburtstagen ausschließe. Versteht man Mütter als Adressatinnen des Beitrags, so wird ihnen vermittelt, dass sie mit dem Regelverstoß (Kinder Geburtstage feiern zu lassen) dafür sorgen, dass ihre Kinder sowohl im Diesseits aus der sozialen Bezugsgruppe (hier: die *Ummah*) ausgeschlossen würden, als auch nach dem Tod mit der Hölle sanktioniert werden könnten. Durch die Übernahme des vorgeschlagenen Deutungsmusters wird die Angst erzeugt, dem eigenen Kind massives Leid zuzufügen bzw. dem Kind langfristig – auch das jenseitige Leben betreffend – zu schaden.

In ihrem Beitrag stützt sich die Akteurin auf religiös begründete Behauptungen, die keine Untermauerung durch Quellen oder Zitate aufweisen („999 in die Hölle – 1 ins Paradies“, Abb. 2). Die Chance, das Paradies zu erreichen, sei ohnehin schwierig, wenn man die Zahlen wortwörtlich nimmt, doch das normabweichende Verhalten garantiere die Hölle. Deshalb scheint die einzige Möglichkeit, dem AngstszENARIO zu entgehen, die absolute Normkonformität und auch die Kinder innerhalb dieser zu erziehen – auch

auf Kosten sozialer Partizipation. Die Rhetorik in der Ansprache wirkt belehrend („versteht das“) und direkt an die Adressatinnen appellierend („Madame“), auch durch die Illustration der lächelnden Frau mit Hijab, die Geschenke in der Hand hält – eine Anspielung auf das ‚sündhafte‘ Feiern von Geburtstagen.

Zusammenfassung

Beide Beispiele nutzen für die Vermittlung ihrer Botschaften Angstszenerien. Die letzte und ewige Sanktion der Hölle ist dabei jeweils ein Motiv. Die Akteur*innen setzen bei ihren Follower*innen offensichtlich voraus, dass sie die Werte und Normen der jeweiligen In-Group kennen oder fokussieren sich bewusst vor allem auf das Auslösen von Unsicherheit und Angst. Das zweite Beispiel illustriert bereits eine enge Verknüpfung von Angst und Schuld, indem suggeriert wird, dass die Mutter durch eigenes normkonformes Verhalten dafür verantwortlich sei, ob das Kind zum „*Nafs-Anbeter*“ oder „*Mu'minin*“ erzogen werde. Neben der Androhung göttlicher Sanktionen, die auch das Bild eines selektierenden und strafenden Gottes implizieren, spielt bei beiden Beispielen der Ausschluss aus der Glaubensgemeinschaft, der *Ummah*, eine Rolle. Die Akteur*innen nehmen die Position des*der Behelrenden ein, wobei die Akteurin im zweiten Post auch ihre persönliche Haltung (Geburtstage zu feiern abzulehnen) verdeutlicht.

Aufgrund der Charakteristika der Plattformen und Formate, wie in den oben analysierten Fällen von *YouTube*-Video und *Instagram*-Story, ist eine Interaktion mit den jeweiligen Akteur*innen erschwert. Auf der einen Seite steht der*die Behelrende und emotionalisiert über Angstszenerien und Beschuldigungen, auf der anderen Seite stehen die Follower*innen, die die Inhalte konsumieren. Kommentare bzw. Anmerkungen an den*die Akteur*in sind möglich über Kommentarfunktionen bei *YouTube* und die Kommentar- und Nachrichten-Funktion bei *Instagram*, doch die Ausgestaltung von Art und Qualität der Kommunikation liegt bei dem*der Akteur*in.

3.2 Schuld

Beispiel 1

In der *Instagram*-Story (Abb. 3)¹⁶ des Akteurs *Abdelhamid*, die im zeitlichen Kontext zum Erdbeben in der Türkei und in Syrien geteilt wurde und sich auf dieses bezieht, richtet der Akteur eine allgemeine Ansprache an Muslim*innen. Er wünsche sich, dass

¹⁶ https://www.instagram.com/abdelhamid_offiziell/, 07.02.2023. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

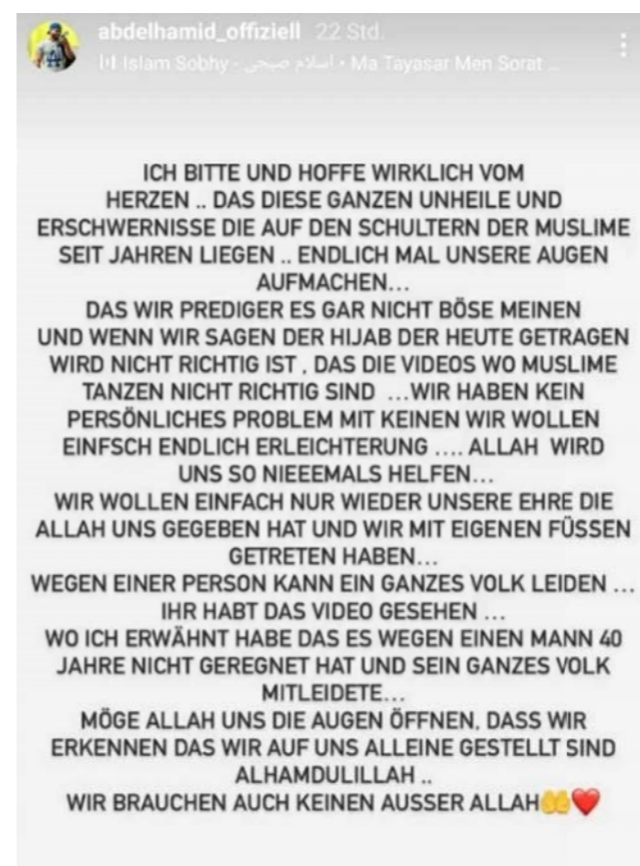


Abb. 3: Instagram-Story des Accounts @abdelhamid_offiziell vom 07.02.2023

die „[...] Unheile und Erschwernisse der Muslime [...]“ zu der Erkenntnis führen, dass „Prediger“ wie er aus einer guten

Absicht heraus den aus seiner Sicht ‚inkorrekt‘ getragenen Hijab sowie Tanzvideos von Muslim*innen kritisierten. Dies geschehe zum Wohle der muslimischen Gemeinschaft und zur Wiedererlangung der von Gott verliehenen Ehre. Dabei versteht er seine eigene Rolle als die einer mahnenden, aber wohlwollenden Autoritätsperson im Glauben, indem er betont, es „nicht böse [zu] meinen“, sondern für die Gemeinschaft „endlich Erleichterung“ zu wollen. Er spricht in seinem Text in der ‚Wir‘-Form und bezieht seine Haltung auf ein Kollektiv an ‚Predigern‘, die seiner Darstellung nach wohl eine ähnliche Sichtweise vertreten würden.

Das ‚inkorrekte‘ Tragen des Hijabs und Tanzvideos von Muslim*innen seien problematische Verhaltensweisen, die mitunter dazu führen könnten, dass Allah den Muslim*innen in diesem Zustand „niemals helfen“ würde. Betrachtet man nun den Beitrag im Zusammenhang mit dem verheerenden Erdbeben in der Türkei und in Syrien, ist die diffuse Schuldzuweisung des Akteurs existenzieller Art. So stellt er einen Kausalzusammenhang her zwischen den im Post genannten ‚Sünden‘ und globalen Krisen, mit denen die adressierten Personen in der Realität keine Verbindung

haben. Durch die Verknüpfung individueller Verhaltensweisen, die vermeintlich (mit-)ursächlich für eine verheerende Katastrophe seien, wird einzelnen Personen eine Verantwortung bzw. Schuld zugeschrieben. Zugleich lässt sich die Schuld des Kollektivs (viele Personen verhalten sich normabweichend) nicht individuell durch die Verhaltensänderung eines Individuums auflösen. Dieser Logik folgend trägt das Individuum eine Mitverantwortung am Leid der *Ummah*, sofern es sich nicht normkonform verhält, kann aber wiederum durch normkonformes Verhalten nicht im Alleingang das (globale) Leid beenden oder verhindern. Die Konsument*innen dieses *Instagram*-Beitrags haben nach dieser Art der Interpretation keine andere Möglichkeit, als ihr Verhalten an die Maxime der In-Group anzupassen, wenn sie nicht zu den Verursacher*innen des Leides der *Ummah* gehören möchten.

Der Beitrag scheint an alle muslimischen Follower*innen adressiert zu sein, doch das normabweichende Verhalten, das benannt wird, trifft vor allem muslimische Frauen, da der Hijab von Frauen getragen wird. Ebenso wie der Bezug zum Hijab hat die Erwähnung des Tanzens eine körperliche Komponente. Somit haben beide Handlungen eine Außenwirkung, die die ganze *Ummah* betreffen. In dem Zusammenhang erwähnt *Abdelhamid*, dass ‚wir‘ nur die ‚Ehre‘ zurückerlangen wollen, „die wir mit Füßen getreten haben“.

Beim Bruch der Ehre würde Gott direkt reagieren und die Muslim*innen bereits im Diesseits bestrafen. Nach diesem Verständnis antwortet Gott dialogisch auf „Sünden“ des Einzelnen, indem der ganze Körper der *Ummah* mit Strafe überzogen wird. *Abdelhamid* geht davon aus, dass Gott die ‚Sünden‘, die er in seinem Beitrag identifiziert hat, als Anlass nimmt, ganze Völker zu bestrafen – wobei z. B. beim genannten Erdbeben keineswegs nur Muslim*innen Opfer wurden. Zugleich ist der Raum für Interpretationen groß, da die Norm der In-Group z. B. in diesem Beitrag nicht konkret definiert wird. Was nach *Abdelhamids* Ansicht ein ‚korrekter‘ Hijab wäre oder welches Aussehen und Verhalten den angestrebten Werten entsprächen, wird in dieser Story nicht beschrieben. Kehrt man die Logik von ‚Sünden Einzelner verursachen kollektives Leid‘ um, hieße das, normkonformes Verhalten führe zum Wohle aller Muslim*innen. Die Botschaft, die in der *Instagram*-Story mitschwingt, ist angsterzeugend und schuldzuweisend, speziell an die von *Abdelhamid* definierten Sünder*innen.

Obwohl konkretes ‚Fehlverhalten‘ vom Akteur angesprochen wird, bleibt er in der Ansprache allgemein an das Kollektiv gerichtet. Mit den Schuldappellen wird versucht, Follower*innen zu bestimmten Verhaltensweisen zu motivieren oder von Haltungen zu überzeugen. Nach Hosser entstehen Schuldgefühle, wenn Handlungen, die „[...] soziale[n] Normen oder Erwartungen [...]“ widersprächen, entweder durch sich selbst oder durch andere „[...]“ als moralisch inadäquat verurteilt [...]“ werden (Hosser 2005, 228).



Abb. 4: Instagram-Video des Accounts @abu_rumaisa vom 01.09.2022

Um Handlungen verurteilen zu können, brauche es als Prämisse „soziale Vergleichsmaßstäbe“, anhand derer die Handlungen bewertet werden können (ebd.) Als „soziale Emotion“ können Schuldgefühle „prosoziales“ Verhalten durch den Drang zur Wiedergutmachung oder Reue fördern (vgl. Haldimann 2021). *Abdelhamid* verurteilt die im Beitrag genannten Taten als Fehlverhalten und bewertet diese anhand der von ihm interpretierten Normen und Werte der *Ummah*. Dadurch versucht er einen Handlungsdruck zu erzeugen, um das Verhalten der Rezipient*innen zu verändern, wobei für die Adressat*innen nicht konkretisiert wird, wie dieses auszusehen hat. Die Wiedergutmachung der Schuld, das Erdbeben mitverursacht haben zu können, kann nach Logik des *Instagram*-Beitrages nur erfolgen, indem sich die *Ummah* dazu berufen fühlt, sich gegenseitig zu normkonformem Verhalten (hier vor allem an Frauen gerichtet) zu ermahnen oder das eigene Verhalten wertegerecht anzupassen. Es wird kein umfassender bzw. abschließender Verhaltenskodex präsentiert, der eine Erlösung o. ä. garantiert, zugleich werden die beiden Verhaltensweisen („inkorrektes“ Hijab-Tragen und Tanzvideos) als problematisch dargestellt und in einen mittelbaren Zusammenhang zum Ausbleiben göttlicher Hilfe bzw. Unterstützung gestellt.

Beispiel 2

Eine andere, aber ähnliche Form von Schuldzuweisung im Zusammenhang mit dem Verhalten bzw. Handeln anderer, ist in einem Video des islamistischen Predigers *Abu Rumaisa* zu finden (Abb. 4)¹⁷.

Die Kernaussage *Abu Rumaisas* in dem Video lautet: „Ihr Männer, Väter, Brüder, Ehemänner, ihr seid mitverantwortlich, warum diese Frauen sich so verhalten, warum sie sich nicht korrekt bedecken!“ (ab Min.: 00:01). Weil Männer keine „Eifersucht“ und keine „Männlichkeit“ (Min.: 00:18) besäßen, würden Frauen sich nicht nach den Regeln der In-Group kleiden: „[...] dass Frauen ihre Haare bedecken¹⁸, Sakko tragen, enges Oberteil, enge Hose, [...] Stöckelschuhe, dabei parfümieren, schminken“ (Min.: 00:46). Es sei die Aufgabe der engen Verwandten der Frauen, sie zu maßregeln und ihnen In-Group-konforme Kleidung aufzudrängen: „Ihr müsst diesen Stolz tragen, ihr müsst die Männlichkeit tragen und euren Frauen sagen: Sie dürfen sich nicht so kleiden“ (Min.: 1:16).

Adressaten des Videoausschnittes sind muslimische Männer, nicht etwa die Frauen, über die *Abu Rumaisa* spricht. In seinem Appell verknüpft *Abu Rumaisa* das ‚Männlich-Sein‘ mit der Eigenschaft der ‚Eifersucht‘, die er hier als einen Besitzanspruch an die Entscheidungsgewalt über die Kleidung der Ehefrau, Schwester, Tochter oder Enkelin versteht. Diese Eifersucht berechtige Männer der Familie, den Frauen die Mündigkeit über ihre äußerliche Erscheinung abzusprechen.

Die Frau ist nach der Logik *Abu Rumaisas* das Objekt der Schuld des Mannes. Nach der Schuldzuweisung nennt der Akteur die Lösung: „Deswegen seid ihr hier in der Verantwortung, dass ihr eure Töchter, eure Schwestern, eure Ehefrauen zum wahren Hijab führt, indem ihr zusammen vielleicht auch mit ihnen die Verse, die den Hijab als Pflicht erklären, lernt“ (Min.: 02:00). Schaffe der

Mann die Wiedergutmachung der Schuld und dränge die Frau zur ‚korrekten Bedeckung‘ (wobei dies im Video nicht näher erläutert wird), führe dies zur spürbaren Belohnung für den Mann und seiner ‚Männlichkeit‘: „Wenn du auf der Straße läufst mit deiner Frau zusammen und sie korrekt bedeckt ist, die Leute werden sagen: ‚Guck mal, sie ist so bedeckt, weil er so ist‘“ (Min.: 1:33).

In dieser Haltung ist das Bekleiden der Frauen in der Familie ein durch den Mann fremdbestimmter Akt, der in *Abu Rumaisas* Aussagen nicht vordergründig bestimmt ist von religiösen Dogmen, sondern eng verbunden ist mit dem Erfolg des ‚Männlich-Seins‘. Gemäß der Logik: Je bedeckter die Frau, desto ‚stolzer‘ und ‚männlicher‘ der Mann. Gleichzeitig bestimmt laut der Video-Predigt das Aussehen der Frau den Status des Mannes in der In-Group: „Sie macht es, damit sie ihn stolz macht. Sie macht es, damit sie ihm Ehre bringt.“ (Min.: 1:55). Damit verknüpft *Abu Rumaisa* zugleich die sichtbar gewordene Fremdbestimmung der Frau mit seinem Verständnis von „Ehre“.

Wie in Kapitel 2.4. beschrieben, kann Ehre als „kulturelles Phänomen“ als ein „Gefühl des eigenen Wertes“ verstanden werden, sowie als „[...] geachtete[s] [Selbstkonzept] in der eigenen Sicht und in der Wahrnehmung der anderen“ (Karandashev 2023, 249). Dabei ist nicht nur die Achtung des eigenen Selbst, sondern auch die Anerkennung der sozialen Gruppe relevant für ein Gefühl der Ehre. Wie die Emotion vom Individuum bewertet wird, hänge davon ab, wie viel Relevanz den Konsequenzen von Ereignissen innerhalb der sozialen Gruppe (auch: Familie) zugesprochen werde (vgl. ebd.).

Im Falle von *Abu Rumaisas* Schuld-Szenario des Mannes, der die Macht über Frauen verloren hat, bedeutet die Wiedererlan-

gung der Ehre den Rückgewinn der Kontrolle über das ‚Schuldobjekt‘. Nach *Abu Rumaisas* Erklärung hätte dies zur Folge, als Mann innerhalb der sozialen Gruppe anerkannt zu werden und Stolz verspüren zu können. Die Schuldzuweisung bietet über die gleichzeitig genannte Lösung bereits das Rezept zur Entlastung: Die Verhaltensänderung – in dem Fall das Bestimmen über das Verhalten der Frau – führe zur Tilgung der Schuld mit anschließender Belohnung durch verbesserten sozialen Status.

Zusammenfassung

Beide Beiträge, die hier diskutiert wurden, weisen Elemente persuasiver Kommunikation auf. Durch gezieltes Ansprechen bestimmter Szenarien sollen sich die Rezipient*innen der Beiträge schuldig fühlen und – um dieser negativen Emotion zu entkommen – von bestimmten Aussagen oder Haltungen überzeugt werden. Beide Akteure nennen das ‚inkorrekte Tragen‘ des Hijabs als Ursache für die Schuld, die auf den Follower*innen lasten würde. Laut der Darstellung *Abdelhamids* müsse sogar die gesamte *Ummah* unter dem Fehlverhalten der Frauen leiden – weshalb diese noch stärkere Schuld verspüren müssten. Um sich von den Schuldgefühlen frei machen zu können, werden bestimmte Lösungswege vorgezeichnet: das vermeintlich richtige Tragen des Hijabs und der Frauen. Die Schlussfolgerung, dass Frauen über ihre Kleidung Einfluss auf den Zustand der *Ummah* oder den Status des Mannes haben, macht sie zu einem Sündenbock, der zugleich mächtig (Frau = Einfluss) und ohnmächtig (Frau = Unterwerfung) scheint. Dieser Haltung liegen misogynie¹⁹

¹⁹ „Misogynie“ kommt aus dem Altgriechischen und bedeutet „Frauenhass“. Diese Haltung impliziert, dass Frauen grundsätzlich minderwertiger sind als Männer und deshalb abgewertet werden müssen (vgl. Schmincke 2018, S. 29).

¹⁷ <https://www.instagram.com/reel/Ch-X8H0s6xH/>, 01.09.2022. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

¹⁸ Der Akteur meint, „dass Frauen ihre Haare bedecken und (Anm. der Redaktion: trotzdem) ...“



Narrative zugrunde, die Frauen als potenzielles Schuldobjekt essentialisieren und ihnen dabei die Verantwortung für die Ehre der *Ummah* bzw. Familie übertragen. Die Follower*innenschaft soll so überzeugt werden, die Ermahnung der Akteure zu übernehmen und Frauen zu maßregeln oder zu beschämen, wenn sie sich nicht an die ‚normativen Regeln‘ halten.

Beide Akteure rufen durch ihre Beiträge zur Verhaltensänderung auf und versprechen dafür religiös begründete Belohnungen. Bei Nicht-Befolgung der Regeln drohe im Falle von *Abdelhamid* das AngstszENARIO, das Leid der *Ummah* zu verursachen oder im Falle *Abu Rumaisas* der Verlust des Status‘ innerhalb der Religionsgemeinschaft, aber auch gegenüber Gott. Die ‚Prediger‘ nehmen hier die Rolle des Belehrenden ein, und stellen sich zugleich als Verkündiger von Möglichkeiten der ‚Wiedergutmachung‘ dar.

3.3 Scham

Beispiel 1



Abb. 5: Instagram-Story des Accounts @berlin_dawah vom 25.09.2023

Die *Instagram*-Story²⁰ des Akteurs (Abb. 5), bei dem es sich aufgrund der Eigenbezeichnung im Profil als *Abu Musa* wahrscheinlich um einen Mann handelt, beklagt fehlende „Schamhaftigkeit“ bei „Schwestern“, da er von Frauen Nachrichten bekäme, „[...] ohne darauf hinzuweisen, dass sie eine *Ukht* [deutsch für „Schwester“] sind“. Der Akteur ist der Ansicht, dass sich diejenigen, die „mit dem anderen Geschlecht“ und „ohne Aufsicht“ chatten, fälschlicherweise ‚nicht schämen würden‘. Zudem wirft der Akteur auch Frauen, die den *Niqab* (arab. für „Gesichtsschleier“) trügen, vor, dass sie über Fotos von sich mit dem *Niqab* in den Sozialen Medien keine „Frömmigkeit“ darstellen, sondern entgegen den Verhaltensregeln für Frauen handeln würden. Zu diesen Verhaltensregeln gehören laut dem Autor Anonymität, keine Fotos von sich hochzuladen und den Account privat zu stellen. In seiner direkten Ansprache an die *Akhwat* (deutsch für „Schwestern“) beschuldigt er diese, die islamischen Quellen wie *Ayat* (Koranverse) und *Hadithe* (Aussprüche des Propheten Muhammad) nicht verstanden zu haben und sich deshalb regelwidrig zu verhalten. Zur Untermauerung seiner Anklage zitiert er einen Teil der Sure 33, Vers 33, und suggeriert damit, dass die *Akhwat* sich nicht ‚zur Schau stellen‘ sollten wie die Frauen in der vorislamischen Zeit ‚der *Dschahiliyya*‘ (arab. für „Zeit der Unwissenheit“).

Der in Teilen in der *Instagram*-Story zitierte Vers wurde im Kontext der folgenden Aussage überliefert; nach der Übersetzung von Paret lautet diese wie folgt: „Und bleibt in eurem Haus (Variante: Benehmt euch in eurem Haus mit Würde und Anstand), putzt euch nicht heraus, wie man das früher im Heidentum zu tun pflegte, verrichtet das Gebet, gebt die Almosensteuer und gehorcht Gott und seinem Gesandten! [...]“ (vgl. Paret 1993, 295). Es ist eine verbreitete Methode in Posts islamistischer Kanäle, Zitate und Verse nur teilweise oder aus dem Kontext gerissen für eigene Narrative zu nutzen und diese dadurch vermeintlich religiös zu legitimieren (vgl. Kimmel et al. 2018, 25). Der Akteur nutzt in seiner *Instagram*-Story ohne Kontextualisierung einen Teil eines wesentlich längeren Verses, um die *Akhwat* davon zu überzeugen, sich in den Sozialen Medien de facto ‚unsichtbar‘ zu machen, um nicht in den Zustand der *Dschahiliyyah* – einen Zustand, in dem sie nicht mehr der Religion zugehörig wären – zu verfallen. Damit deutet der Akteur zudem an, dass sich die Frauen, die in den Sozial Medien sichtbar sind und mit dem „anderen Geschlecht“ interagieren, im Zustand der *Dschahiliyyah* befänden.

Um die Abwertung weiter zu verdeutlichen, verwendet der Akteur Schlagwörter wie „Schamhaftigkeit“, „*Wallahi*“ (Arabischer Schwur für „Bei Allah“), „erschreckend“ oder „*Audhubillah*“ (arab. in etwa: „Ich suche Zuflucht bei Allah“). Die Kombination dieser

²⁰ https://www.instagram.com/berlin_dawah/, 25.09.2023. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Wörter mit den Aussagen des Akteurs verstärkt die Beschämung derjenigen, die er anklagt. „Schamhaftigkeit“ wird vom Akteur hier als eine Eigenschaft dargestellt, die es zu verinnerlichen gilt. Röttger-Rössler weist darauf hin, dass in hierarchischen sozialen Gruppen Scham eine „sozial-regulatorische Kraft“ besäße und somit als „Tugend“ gelte (2019, 232) (siehe Kapitel 2.4. in diesem Heft). Der Akteur verdeutlicht damit seine eigene scheinbare Emotionalisierung durch die „Regelbrüche“ der „*Akhwat*“ und distanziert sich auch religiös deutlich davon. Das Bittgebet „Möge Allah uns und unsere Kinder vor so einem Verhalten bewahren“ konnotiert das vom Akteur missbilligte ‚Verhalten‘ der ‚Schwestern‘ als eines, vor dem man selbst Kinder schützen müsse. Zudem wird suggeriert, dass es eine einheitliche Deutung von „Schamhaftigkeit“ gebe, die das ‚Unsichtbar-‘ und ‚Passivwerden‘ von Frauen in den Sozialen Medien impliziere.

Abwertungserfahrungen können Schamgefühle verursachen, vor allem, wenn sich die Ablehnung an eine Person in ihrer Gesamtheit richtet (vgl. Haldimann 2021). Aufgrund dessen, dass der Akteur in seinem Post die Sichtbarkeit von Frauen in den Sozialen Medien als solche verurteilt und die Ansprache an die *Akhwat*, d. h. allgemein an ‚Schwestern‘, gerichtet ist, bleibt in diesem Beispiel die Eigeninterpretation der Anklage des Akteurs offen. Um Scham zu verspüren, braucht es keine Schuld, d. h. die Emotion kann aufkommen, ohne etwas ‚falsch‘ gemacht zu haben. Das ‚Selbst‘ wird mit ‚den Augen des anderen‘ wahrgenommen, wodurch es mit einer „sozialen Angst“, aus einer sozialen Gruppe ausgeschlossen zu werden, verknüpft ist (vgl. Groß et al. 2022, 79). Die Beschämung im hier aufgezeigten Beispiel könnte jede Frau treffen, die sich von dem Post angesprochen fühlt und lädt dazu ein, selbst ein solches bei anderen Frauen beobachtetes ‚Fehlverhalten‘ zu beklagen. Der Akteur stellt auch über seine eigene Abgrenzung von den ‚Schwestern‘ eine Dichotomisierung her zwischen denen, die sich über die Ansprache im Post als ‚Sündigende‘ verstehen und denen, die sich den ‚Ermahnenden‘ bzw. ‚Nicht-Sündigenden‘ zuordnen. Um aus dieser Degradierung wieder aufzusteigen, bleibt nach dem Narrativ des Akteurs nur die Möglichkeit, das regelwidrige Verhalten zu beenden und sich der normativen Ordnung der In-Group zu unterwerfen. Falls die „*Akhwat*“ also keine „Schamhaftigkeit“ zeigen – was hier als eine positive Eigenschaft verstanden wird –, folgt eine vermeintlich religiös legitimierte Beschämung.

Beispiel 2

Das *TikTok*-Video²¹ des Kanals *Young Muslim* (Abb. 6) vom

²¹ https://www.tiktok.com/@youngmuslimofficial/video/7115706748882799878?is_from_webapp=1&web_id=7227011225409242650, 02.07.2022. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

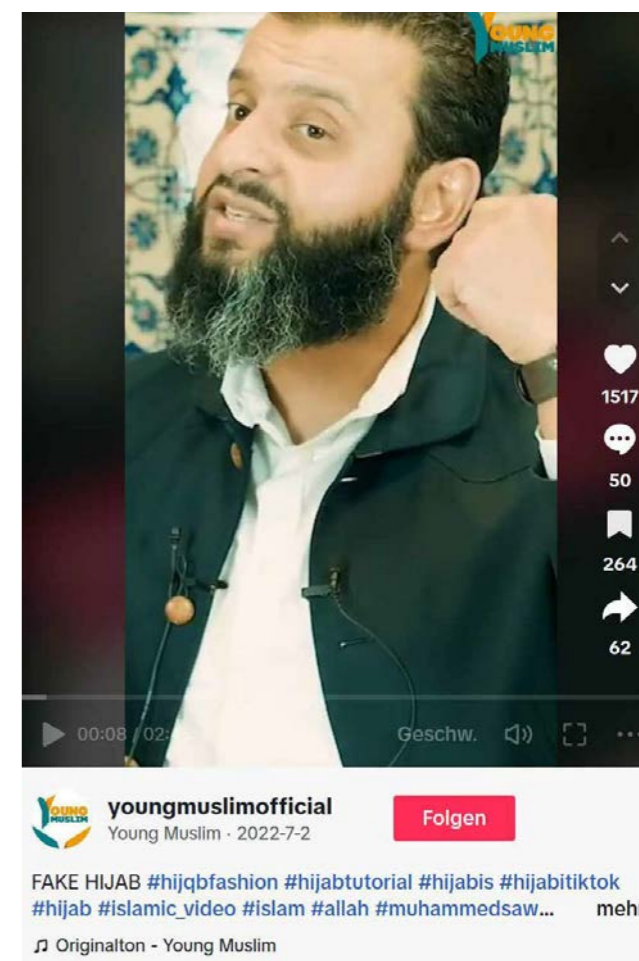


Abb. 6: *TikTok*-Video des Accounts @youngmuslimofficial vom 02.07.2022

02.07.2022 thematisiert das nach der Interpretation des Sprechers korrekte religiöse Verhalten von Frauen in Bezug auf ihr äußeres Erscheinungsbild und den Gebrauch sozialer Medien. Das Video basiert dabei auf einer Gegenüberstellung von Frauen, die sich um einen vermeintlich frommen und mit religiösen Ge- und Verboten konformen Kleidungs- und Lebensstil bemühen und Frauen, die diese Regeln missachten und die *Ummah* damit „vergiften“ würden.

Das Video beginnt mit einer Beschreibung des *Dschilbab*²², dessen Zweck der Sprecher so erklärt: „*Dschilbab* ist, du ziehst keine Blicke auf dich, du zeigst deine Reize nicht. Du stellst dich nicht zur Schau! Wie die Frauen [...] vor der islamischen Zeit.“ (Min.: 0:01). Frauen, die sich trotz Tragens eines Kopftuches, das der Sprecher ein „Symbol Allahs“ (Min.: 0:16) nennt, schminken, seien „[...] angezogen, aber nackt [...]“ (Min.: 0:18) und würden das

²² Als *Dschilbab* oder *Jilbab* wird die Bekleidung der Frau bezeichnet, die den Körper vollständig umhüllt und körperliche Merkmale bedeckt.

„Symbol Allahs“ damit niedermachen (Min.: 0:14). Dadurch würden die Frauen, die sich geschminkt und mit dem Kopftuch in den sozialen Medien zeigten, die „Ummah vergiften“ (Min.: 0:45). Der Sprecher betont, dass sich seine Ansprache nicht an „Schwestern“ richte, die gerade ihren *Nafs* besiegt hätten und gerade erst anfangen, das Kopftuch zu tragen, ihnen würde der Sprecher „den roten Teppich ausrollen“ (Min.: 0:41). Frauen hingegen, die das Kopftuch tragen, sich schminken und in sozialen Medien präsent seien, würden „[...] diese Ummah vergiften [...]“ (Min.: 0:45). Der Sprecher betont hier noch einmal mit erhobener Stimme, dass sich seine Worte an diese kopftuchtragenden Frauen richteten, die ein „Markenbeispiel für uns“ (Min.: 1:02) wären bzw. sein sollten, aber „seine Religion“ herunterziehen würden. „Resulullah (s.a.w.)²³ wird zu dir ‚Fake‘ sagen! Allah wird dich nicht anschauen, weil du verflucht [bist].“ (Min.: 1:06)

Damit schließt der Sprecher die direkte Ansprache und geht dazu über, die Vorschriften für Kleidung und Verhalten von Frauen mit der Sexualisierung weiblicher Attribute in der Gesellschaft zu rechtfertigen. Konkret nennt der Sprecher hier das Beispiel: „Habt Ihr nicht diese 0180er Hotline eingerichtet, wo Frauen ihre Stimme verbessern [...] und Männer sich dann daran erregen? Haben wir das erfunden? Das kommt doch von euch!“ (Min.: 1:36). Damit will der Sprecher jegliche religiösen Vorschriften zur Bedeckung der Frau als eine Abwehrmaßnahme gegen ihre Sexualisierung durch die (westliche) Gesellschaft darstellen. Illustriert wird das durch den Sprecher mit einer Geschichte, in der sich Aischa, die Frau des Propheten Muhammad, zum Sprechen einen Stein in den Mund gelegt habe, um ihrer Stimme den vermeintlichen Reiz zu nehmen (Min.: 1:20). Dieses Beispiel kontrastiert der Sprecher im Anschluss, in dem er mit einer verstellten hohen Stimme versucht, die Ansprache von Influencerinnen in Sozialen Medien zu imitieren (Min.: 1:54). Das von ihm kritisierte Verhalten, so der Sprecher weiter, würde er selbst bei seiner eigenen Tochter denunzieren, wenn er am jüngsten Tag vor Gott stehe (Min.: 2:00). Väter, die ihre Töchter davor bewahren wollen, sollten ihnen die Frauen des Propheten als Vorbilder präsentieren (Min.: 2:20). Er schließt das Video mit der Erklärung, dass es den Frauen in Sozialen Medien um Selbstinszenierung, Follower*innen und Bekanntheit ginge (Min.: 2:27). „Und dann sagen sie ‚Ich danke meinen Verfolgern! Du dankst deinen Verfolgern? Wir danken nur Allah!‘“ (Min.: 2:39).

Wie auch in dem vorherigen Beispiel werden hier direkt Frauen adressiert. Der Akteur von *Young Muslim* zeichnet zwei Seiten,

denen er mit unterschiedlichen Wertungen begegnet: Die eine Seite seien die Frauen, die sich in den Sozialen Medien mit einem ‚inkorrekten Hijab‘ zeigen würden, und damit die gesamte *Ummah* ‚vergiften‘ würden. Diese werden – ähnlich wie im ersten Beispiel – mit den Frauen der vorislamischen Zeit verglichen. Mit dem Bezug zur *Dschahiliyya* suggerieren Akteur*innen aus dem islamistischen Spektrum Ansichten oder Haltungen, die ihrer Interpretation vom Islam widersprechen und meinen damit ‚un-islamische‘ Verhaltensweisen.

Die Bedeckung der Frau als Erkennungsmerkmal wird vom Akteur emotional aufgeladen, indem er sowohl die ganze *Ummah* als auch seine persönliche Religiosität von einer ‚inkorrekten‘ Bedeckung als ‚verraten‘ betrachtet. Somit überträgt der Akteur den muslimischen Frauen die Verantwortung für das Wohlergehen der In-Group bzw. deren Verfall. Dies führe so weit, dass laut dem Akteur selbst der Prophet Muhammad die Frauen als ‚Fake‘ bezeichnen und Gott die Frauen verstoßen und verfluchen würde. Damit setzt der Akteur seine eigene offensichtliche Haltung mit Hilfe umgangssprachlicher und jugendaffiner Begriffe („Fake“, „wird dich nicht anschauen!“) sowohl der des Propheten Muhammad als auch der von Gott gleich. Zu jugendaffiner Sprache heißt es in einer Veröffentlichung von Kimmel et al. zu Propagandastrategien im Salafismus Online: „Durch das Aufgreifen von Jugendsprache vermitteln salafistische Akteurinnen und Akteure eine Nähe zu Lebenswelten von jungen Menschen und erleichtern dadurch die Identifikation von Jugendlichen mit der Ideologie.“ (2018, 34). *Young Muslim* nimmt durch seine Behauptungen konkret Bezug zum Jüngsten Tag und prophezeit, dass die von ihm angesprochenen Frauen dort Verachtung durch den Propheten Muhammad und göttliche Sanktionierung zu erwarten hätten.

Der Akteur stellt in seinem Videobeitrag zwei von ihm definierte Frauengruppen gegenüber: Die eine von ihm übermäßig positiv bewertete Gruppe von Frauen ist die, die sich kürzlich für den Hijab entschieden hätte und sich noch im Lernprozess befände. Die andere Gruppe von Frauen ist jene, die den Hijab trage, sich jedoch schminke und ‚körperbetont‘ kleide. Damit zeichnet *Young Muslim* zwei gegensätzliche Seiten, wobei die eine mit Wohlwollen bewertet, während der anderen Seite mit Abscheu begegnet wird. Über die öffentliche und kollektive Beschämung zieht der Akteur eine Grenze zwischen denjenigen, die beschämt werden und denjenigen, die auf der Seite des Beschämenden sind. Um nicht zu ersteren zu gehören, scheint es notwendig, sich abzugrenzen, um sich vor moralischem Verfall zu schützen. Im konkreten Fall betrifft die Beschämung ohnehin nur Frauen. Die Frauen, die zur ersten Gruppe gehören, haben nach der Logik des Akteurs keine Berechtigung mehr, der In-Group anzugehören und werden im Jenseits sanktioniert.

23 Gemeint ist der Prophet Muhammad. Mit „s.a.w.“ (Abk. für *salla-llahu alayhi wa-sallam*) ist der Segensgruß gemeint, den viele Muslim*innen nach der Nennung Muhammads aussprechen. Auf Deutsch bedeutet der Satz: „Gott segne ihn und schenke ihm Heil!“



Für Rezipient*innen kann dadurch der Eindruck entstehen, sich einer der kontrastierten Seiten ‚zuordnen‘ zu müssen (vgl. Reinke de Buitrago 2022, 67). Die Beschämung, die in diesem Fall durch den hier dargestellten Akteur vorgenommen wird, ist nach von Scheve ein „Wertgefühl“, an dem sich das Selbstbild der bzw. des Beschämten messe (vgl. 2022, 406). Aufgrund der kollektiven Ansprache im Video wird für einzelne Konsument*innen nicht deutlich, ob die Beschämung das Selbst betrifft. Genau diese Uneindeutigkeit der Ansprache kann dazu genutzt werden, die ‚soziale Angst‘ zu schüren, aus der In-Group ausgeschlossen zu werden (vgl. Groß et al. 2022, 79) – und zwar im Diesseits und im Jenseits. Insofern kann Beschämung, die gezielt Scham beim Gegenüber verursachen soll, innerhalb der In-Group „soziale Kontrolle ermöglichen“ (ebd.). Groß et al. erklären weiter: „Daher kommt Scham eine wichtige soziale Funktion bei der Herausbildung kollektiver Identitäten und bei der Konformitätssicherung von Gruppennormen zu [...]“ (ebd.). Im Video spricht der Akteur insbesondere den von ihm empfundenen Bruch der Gruppennormen (Frauen betreffend) an und nutzt die hier beschriebenen Mechanismen, die Scham verursachen können und wertet die besagten Frauen ab.

Für den Akteur scheint es nicht nur zentral zu sein, bei den von ihm angesprochenen Frauen das Gefühl der Scham zu wecken, sondern auch das Kollektiv der Follower*innen für seine Haltung zu gewinnen. Dies zeigt sich auch in der Art der Ansprache im Video. Während im ersten Teil mit der Formulierung in der zweiten Person („du“) einerseits konkret jede Frau angesprochen wird, die sich mit seinen Anklagen identifiziert, werden im nächsten Teil Väter angesprochen und wie sie ihre Töchter vor solch einem

Verhalten schützen können. Diese Art des Adressierens verweist auch auf das zugrundeliegende Rollenverständnis des Akteurs. Frauen werden aufgrund ihres ‚normwidrigen‘ Verhaltens vom Akteur geächtet, zugleich überträgt der Akteur Vätern – also Männern – die Verantwortung, ihre Töchter normkonform zu erziehen. Obwohl der Akteur selbst die Sexualisierung von Frauen innerhalb der Mehrheitsgesellschaft kritisiert und sich davon abgrenzt, nutzt er selbst sexistische Narrative.²⁴

Außerdem heißt es weiter, dass sexistische Vorstellungen beinhaltet, dass ein bestimmtes Aussehen und Verhalten für das jeweilige Geschlecht normativ seien und ein Verstoß dagegen benachteilige. (ebd.). Nach dieser Definition könnte die Argumentationsweise des Akteurs im Video als sexistisch kategorisiert werden.

Indem er den Frauen vorwirft, „das Symbol Allahs“ und „seine Religion“ zu beschädigen, adressiert er nicht nur die Frauen selbst, sondern betont auch einen Schaden bzw. eine Schmach für das Kollektiv. Angesichts dessen wird die eigene Gruppe dazu angeregt, sich ähnlich wie der Akteur zu positionieren und das normabweichende Verhalten bzw. die so agierenden Personen zu verurteilen.

24 Die Bundeszentrale für politische Bildung definiert Sexismus so: „Sexismus ist eine Art von Diskriminierung. Sexismus bedeutet die Benachteiligung, Abwertung, Verletzung und Unterdrückung einer Person oder einer Gruppe aufgrund des Geschlechts. Sexismus ist auch die Vorstellung, dass Geschlechter eine Ordnung oder Reihenfolge haben. Zum Beispiel die Vorstellung, dass Männer mehr wert sind als Frauen.“ (Meyer et al. 2022. „Sexismus“)

Zusammenfassung

Bei den hier ausgewählten Beispielen klagen männliche Akteure (muslimische) Frauen in Videos oder Text-Beiträgen aufgrund ihres vermeintlich unangemessenen Verhaltens an. In den beiden hier gezeigten Beiträgen geht es um das Verurteilen der Sichtbarkeit von Frauen, um ihre Kleidung oder ihr Verhalten, das von den Akteuren als ‚regelwidrig‘ dargestellt wird. Beide Akteure sprechen Frauen in ihrem jeweiligen Beitrag zunächst direkt an, sodass eine vermeintlich dialogische Kommunikation begonnen wird. Da keine Namen oder bestimmte Frauen genannt werden, bleibt es für die Follower*innen offen, wer konkret mit der ‚wütenden Belehrung‘ gemeint ist. Dieser leere Raum bietet den Follower*innen die Möglichkeit, sich entweder selbst angesprochen zu fühlen oder andere Personen ‚auszuwählen‘, die entsprechend kritisiert werden müssten. Die Akteure präsentieren sich selbst als religiöse Autoritäten, die im Namen Gottes predigen bzw. anklagen. Wird dieser Selbstdarstellung Glauben geschenkt, so erscheint es plausibel, dass die Aussagen der jeweiligen Akteure eine Relevanz für die In-Group haben. Auch dadurch konstruieren beide Akteure ‚Seiten‘, die es zu wählen gilt, wobei die eine Seite diejenige ist, die vom Akteur und nach seiner Interpretation auch von Gott und dem Propheten Muhammad verpönt wird.

Inwieweit die Follower*innen sich durch die Worte der Akteure angesprochen fühlen und Schamgefühle entwickeln, kann im Rahmen dieser Publikation nicht beschrieben werden. Die emotionale Aufladung der hier dargestellten negativen Schlagwörter (z. B. „*Audhubillah*“, „beschmutzen“, „vergiften“) und Ansprachemechanismen lässt jedoch vermuten, dass es den Akteuren dezidiert darum geht, ebendiese Emotionen anzusprechen bzw. auszulösen. Anhand der beiden Beispiele lassen sich die Begriffe Schamhaftigkeit, Beschämung und Scham differenzieren: ‚Schamhaftigkeit‘, die (für Frauen) positiv mit ‚korrekter‘ Bedeckung, Rückzug aus Social Media-Aktivitäten und weitestgehender Unsichtbarkeit assoziiert wird, ist der normative Maßstab der In-Group, anhand dessen die Akteure Frauen bewerten bzw. abwerten; ‚Beschämung‘ ist der Akt der Verurteilung von fehlender ‚Schamhaftigkeit‘ bei Frauen. Scham ist die Emotion, die aufgrund der ‚Beschämung‘ als Resonanz auf den Beitrag evoziert werden kann, wenn das abwertende Fremdbild der Akteure als negatives Selbstbild übernommen wird.

3.4 Schande

„Schande“ ist keine Emotion wie „Schuld“ und „Scham“, sondern wird in der Sozial- und Kulturanthropologie als Konzept verstanden, demzufolge Menschen in Gesellschaften als respektierte oder „in Schande lebende“ Personen kategorisiert werden (Röttger-Rössler 2019, 231). Als Gegensatz zu „Schande“ beschreibt

Röttger-Rössler „Ehre“, die durch normwidriges Verhalten verloren werden könne (ebd.) (siehe auch Kapitel 2.4. im vorliegenden Heft). Hier soll „Schande“ als Kategorie öffentlicher und konkreter Degradierung innerhalb der In-Group in den Sozialen Medien verstanden werden.

Beispiel 1

Das YouTube-Video von *Realität Islam* (Abb. 7)²⁵ bezieht sich auf einen Medienbericht über eine Lehrerin für islamischen Religionsunterricht aus Wien, die ihr Kopftuch abgelegt hat, weil es als ein Symbol für den „politischen Islam“ wahrgenommen werde. In dem Artikel distanziert sich die Lehrerin von bestimmten Inhalten, wie z. B. strikten Kleidungs Vorschriften für Frauen und gibt an, sich durch religiöse Ge- und Verbote fremdbestimmt gefühlt zu haben.

Der Sprecher von *Realität Islam* leitet das Video mit einer kurzen Beschreibung des Falles der Lehrerin ein und betont, dass das öffentliche Sprechen über diesen Fall seitens der Lehrerin ausschlaggebend für seinen öffentlichen Kommentar zu diesem Fall sei (Min.: 0:02). Nach dieser Einleitung geht der Sprecher dazu über, die Lehrerin direkt und mit Namen anzusprechen. Er behauptet, dass die Veröffentlichung des Artikels ihn und viele Muslime sehr traurig gemacht habe (Min.: 0:11). Der Sprecher behauptet weiter, dem Artikel entnehmen zu können, dass die Lehrerin zu ihrer Entscheidung „gedrängt“ worden sei (Min.: 0:25). Aus dieser Prämisse leitet der Sprecher wiederum ab, dass die Lehrerin keine unabhängige Entscheidung getroffen habe, sondern einer „Assimilationsagenda“ zum Opfer gefallen sei. Diese bestünde aus „nicht-islamischen reformistischen Ideen“, wie z. B. Selbstbestimmung, während die Religion dagegen die bestmögliche Umsetzung von Ge- und Verboten verlange (Min.: 0:54). Solche Ideen, wie die der Selbstbestimmung, würden als Teil der „Assimilationsagenda“ „unauffällig und durch die Hintertür in die muslimische Community hineingetragen“ und stellten letztendlich eine konkrete Gefahr für die Glaubensinhalte der Religion dar (Min.: 1:31). Die Entscheidung der Lehrerin wird im Anschluss als Nachgeben und Einbrechen unter dem Druck dieser „Assimilationsagenda“ gerahmt (Min.: 2:27). Über ein Gedankenexperiment versucht der Sprecher schließlich nahezulegen, dass, wenn es keine „Dämonisierung“ des Islam in Politik und Medien gäbe, die Lehrerin wahrscheinlich weiterhin das Kopftuch tragen würde: „Es ist also nicht dein Kopftuch, sondern die Hetze dahinter“ (Min.: 3:47).

²⁵ https://www.youtube.com/watch?v=JBR5-YyMqKU&list=PLhFqB_L5woUFE_KPae_U1xrF16PMNTckU&index=39, 12.03.2023. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).



Wie eine Schwester Opfer der Assimilation wurde – Ali Kil

Realität Islam
22.300 Abonnenten

Abonnieren

403

Teilen

Speichern

Abb. 7: YouTube-Video des Kanals @RealitaetIslam vom 12.03.2023

Nachdem der Sprecher den Fall der Lehrerin damit in das universelle Framing *Hizb ut-Tahrir*-naher Kanäle wie *Realität Islam* eingefügt hat (Baron 2021; Min.: 4:00), verweist er darauf, dass die Lehrerin für das Ablegen ihres Kopftuches von Gott zur Rechenschaft gezogen würde – wichtig sei jedoch auch, was die Lehrerin mit ihrer Entscheidung der muslimischen Community antue (Min.: 4:35). Den ‚Schaden‘ für Frauen der ‚muslimischen Community‘ beschreibt er so: „[...] denk mal dran, was du all den bedeckten Schwestern antust. [...] Nun gehörst du aber zu genau denjenigen, die Druck auf unsere Schwestern erhöhen [...]“ Und: „[...] gehörst zu denen, die die islamfeindlichen Narrative noch weiter verstärken und unseren Schwestern das öffentliche Leben schwer machen.“ (Min.: 4:41). Die Lehrerin sei unter Druck und Leid zusammengebrochen und habe sich damit von ihrer muslimischen Identität distanziert, mit dieser Entscheidung würde sie ihr eigenes Leid nur noch weiter verstärken, so der Sprecher. Das Video endet damit, dass der Sprecher der betroffenen Lehrerin eine Rechtleitung²⁶ wünscht und zu Standhaftigkeit gegenüber dem Druck der „Assimilationsagenda“ aufruft (Min.: 5:45).

²⁶ „Rechtleitung“ (arabisch: *hidāya*) ist ein zentrales Konzept innerhalb der islamischen Theologie und wird im Koran mehrfach erwähnt. Damit wird das Bedürfnis ausgedrückt, auf „den rechten Weg geleitet“ zu werden, d. h. zu einem Leben nach der islamischen Moral und den islamischen Regeln geführt zu werden, um Gott gefallen zu erlangen. Das Gegenteil von „Rechtleitung“ wäre „Irreführung“ (arabisch: *dalāla*).

Für die Akteur*innen war die öffentlich gemachte Geschichte einer muslimischen Frau Anlass genug, eine Stellungnahme bei YouTube dazu hochzuladen. Dadurch laden die Akteur*innen von *Realität Islam* das Ablegen des Kopftuches der Lehrerin politisch auf. Der Sprecher im dargestellten Video verwendet das vom Kanal oft genutzte Schlagwort der „Assimilationsagenda“. Brinkmüller und Wetchy beschreiben die von *Hizb ut-Tahrir*-nahen Kanälen häufig verwendete Argumentationslinie als die Imagination „von einem staatlichen Zwang zur Aufgabe der ‚wahren muslimischen Identität‘ zugunsten eines staatlich installierten ‚Reformislam‘ bzw. einer ‚Assimilationsagenda“ (2023, 8). Die „Assimilationsagenda“ wird vom Akteur als Gegensatz zur In-Group der ‚wahren muslimischen Community‘ dargestellt. Das Ablegen des Kopftuches sei die Folge der „Assimilationsagenda“, wodurch die Lehrerin als muslimische Frau vom Akteur auf die Seite der ‚Feind*innen‘ – in diesem Fall auf die des „Westens“ – gestellt wird. Somit werden auch in diesem Beispiel zwei sich widersprechende, unvereinbare Seiten konstruiert, die es vermeintlich notwendig machen, dass sich die Follower*innen für eine der beiden Seiten entscheiden.

Extremistische Kommunikation sei vor allem dann „[...] bedeutsam und relevant [...]“ (Struck et al. 2022, 176) für die Rezipient*innen, wenn sie bspw. durch frühere Erlebnisse einen Bezug zur eigenen Lebensrealität und persönlichen Erfahrungen aufweist. Akteur*innen könnten über extremistische Sprache im

digitalen Raum für Rezipient*innen die In-Group mit positiven und die Out-Group mit negativen Assoziationen aufladen. Durch dichotomisierende Sprache könne die Out-Group als Feindbild für die In-Group deklariert werden (Williams et al. 2022, 1; 11).²⁷ Der Sprecher im hier dargestellten Beispiel zeichnet mit seinem „Statement“ das Bild eines Feindes (der Staat), der die Identität der „muslimischen Community“ über aufgezwängte „Reformierungen“ im Glauben und in der Praxis an eigene Normen und Werte anpassen wolle. Dazu nutzt der Akteur im Video immer wieder dieselben Schlagwörter wie „Assimilationsagenda“ oder „nicht-islamische reformistische Ideen“, um seine Anklage an ein

einzelnes Individuum auch für das Kollektiv der Rezipient*innen bedeutsam erscheinen zu lassen. Denn eine angebliche



Abb. 8: Instagram-Story des Kanals @malikikurs vom 05.02.2023

27 Für eine detaillierte Analyse der Kommunikation islamistischer Online-Akteure in Bezug auf das Feindbild „Medien“, siehe Brinkmöller und Wetchy (2023): <https://kn-ix.de/wp-content/uploads/2022/07/Violence-Prevention-Network-Schriftenreihe-Heft-12-1.pdf>. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

„Assimilationsagenda“, die vermeintlich wirkmächtig ist (die Lehrerin habe das Kopftuch aufgrund der „Assimilationsagenda“ abgenommen“), beträfe nach Aussagen des Akteurs die gesamte „muslimische Community“. Insofern scheint es für den Akteur legitim, die Lehrerin öffentlich vor dem Kollektiv für ihre individuelle Entscheidung zu kritisieren, da in seinen Aussagen die Botschaft mitschwingt, dass die „muslimische Community“ unter den Folgen dieser Entscheidung zu leiden habe.

In einem Artikel von Girnth zur Sprachverwendung in der Politik heißt es im Abschnitt zu „Ideologievokabular“: „Das Ideologievokabular umfasst Bezeichnungen für die einer politischen Gruppierung bzw. der Gesellschaft zugrunde liegenden Wertvorstellungen und Denkmuster wie z. B. Freiheit, Gerechtigkeit oder Frieden.“ (Girnth 2010, o. S.) Weiter wird beschrieben, dass die Nutzung von bestimmten Schlagwörtern eine Rolle zur intensivierte Wirkung eines Narrativs spiele. Über ein „Ideologievokabular“, das mit Schlagwörtern die eigene Position untermauere und zugleich die Gegenseite verunglimpfe, würden Narrative politisiert. Diese Schlagwörter würden für die In-Group emotional aufgeladen und besäßen „großes Persuasionspotenzial“ (Girnth 2010, o. S.). Zwar beschreibt Girnth nicht spezifisch extremistische Sprache, doch im Zusammenhang mit der politisierenden Ansprache im dargestellten Beispiel, ist Girnth's Beschreibung der Funktion von Schlagwörtern durchaus relevant. Die Schlagwörter, die im Video von *Realität Islam* verwendet werden, können als „Ideologievokabular“ verstanden werden, da sie den Vorwurf an die Lehrerin für das Kollektiv persuasiv einordnen.

Neben der Politisierung der Stellungnahme verleiht der Akteur seinem Narrativ von der muslimischen Lehrerin, die ihre In-Group für die „Assimilationsagenda“ ‚verraten‘ habe, eine religiös wertende Konnotation und schwenkt vom politischen Sprecher der In-Group zum ‚Prediger‘. Die Lehrerin müsse vor Gott ihre ‚Missetat‘ rechtfertigen und solle rechtgeleitet werden. Mit seinen Schlussfolgerungen und dem abgrenzenden Vokabular markiert der Akteur namentlich die Lehrerin als Gegnerin der eigenen Ideologie. Anders als in den Beispielen der Kapitel zuvor bleibt es nicht offen, wer angeklagt wird – die Angeklagte steht fest und wird an den öffentlichen Pranger gestellt.

Beispiel 2

Bei dem Screenshot²⁸ (Abb. 8) vom 05.02.2023 handelt es sich um eine Instagram-Story von @malikikurs. Im Zentrum des Beitrags steht ein Standbild aus einem Interview, das der *YouTube*

28 <https://www.instagram.com/malikikurs/>, 05.02.2023. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Sharo45 mit dem salafistischen *TikTok*-Prediger *Ibrahim al-Azzazi* führte²⁹. In diesem Ausschnitt sitzen *Sharo45* und *al-Azzazi* nebeneinander in einer Interviewsituation. Über dem Standbild wird aus einem *Hadith* zitiert. Das Zitat lautet: „Der Muslim ist des Muslim Bruder. Ihn darf er weder unterdrücken noch zugrunde gehen lassen (...) Und wer einen Mann nicht bloßstellt, den stellt Allah nicht bloß am Tage der Auferstehung.“ Über dem *Hadith* am oberen Ende des Beitrags ist der Text „Das ist so einer“ eingefügt. Unter dem Standbild steht das Wort „Schande“. Von diesem Wort führt ein eingefügter Pfeil auf das Standbild aus dem Interview und zeigt auf *Sharo45*.

Die *Instagram*-Story ist eingebettet in eine viel diskutierte Debatte in den Sozialen Medien, in der der durch seine Social Media-Kanäle bekannte Koch *Sharo* ein Gespräch mit dem salafistischen Prediger *al-Azzazi* führt. Im Gespräch stellt *Sharo Ibrahim al-Azzazi* u. a. Fragen zu dessen Aussagen in den Sozialen Medien, zum Titel des „Sheikh“, und er möchte wissen, ob *al-Azzazi* sich als „extremer Muslim“ einstufen würde. *Sharo* gesteht *al-Azzazi* zu, dass er gute Absichten verfolge, übt jedoch Kritik an der Art und Weise, wie er seine Aussagen verbreite und fragt bei einigen Themen kritisch nach. Außerdem erwähnt *Sharo*, dass er *al-Azzazi*'s Content in den Sozialen Medien als „vom Islam abschreckend“ empfinde. Auf das Gespräch zwischen *Sharo* und *al-Azzazi* reagierten zahlreiche Follower*innen und andere *Creators* in Kommentaren, Videos und Beiträgen in den Sozialen Medien. *Sharo* wurde scharf für seine Fragen an *al-Azzazi* kritisiert. Einer der Beiträge, die darauf emotionalisiert reagierten, ist der hier im Beispiel dargestellte.

Der Akteur im Beispiel (Abb. 8) positioniert sich mit seiner Story in der Social Media-Debatte und betitelt *Sharo*, der sich ebenfalls als Muslim bezeichnet, als „Schande“. In der Kombination mit dem *Hadith* über dem Standbild der Männer wertet der Akteur *Sharo* nicht nur innerhalb der thematisierten Debatte als jemanden, auf den man sich nicht verlassen kann ab, sondern auch als jemanden, der gegen religiöse Werte verstoßen habe. Der erste Teil des *Hadithes* weist darauf hin, dass sich Muslim*innen gegenseitig nicht unterdrücken oder schaden dürfen. Der zweite Teil besagt, dass Muslim*innen sich nicht gegenseitig bloßstellen sollten.

Mit dem *Hadith* impliziert der Akteur im Beispiel, dass *Sharo al-Azzazi* bloßgestellt habe und dies zu Konsequenzen im Jenseits führen könne.

29 <https://youtu.be/q9K5MdJCHAE?feature=shared>, 30.01.2023. (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Im Duden wird „Schande“ als „etwas, was jemandes Ansehen in hohem Maße schadet“ und „in höchstem Maße beklagenswerter, empörender, skandalöser Vorgang, Zustand, Sachverhalt“ (2023, o. S.) definiert. Was als „entehrend“ gilt, also zum Zustand der „Schande“ führt, wird nach Röttger-Rössler kulturell unterschiedlich bewertet. Um in den Zustand der „Schande“ zu geraten, sei neben Verhalten, das der In-Group-Norm widerspricht, auch die Schädigung anderer durch „provokatives, beleidigendes Verhalten“ ein bedeutender Faktor (vgl. 2019, 231). *Sharo* wird im Beispiel als „Schande“ bezeichnet, also vom Akteur im Beispiel zu einem Entehrten innerhalb der In-Group degradiert. Damit markiert der Akteur *Sharo* als jemand, der durch seine öffentliche Kritik an *al-Azzazi* seine Berechtigung als ehrenhaftes Mitglied der In-Group verloren hat.

Zusammenfassung

Während bei den Beispielen zu Angst, Scham und Schuld die ‚Beschuldigten‘ als eine Gruppe von ‚Täter*innen‘ angesprochen werden, werden in den hier gezeigten Beispielen konkrete Namen und Bilder genutzt. Mit der direkten Benennung werden die Adressierten als „unehrenhafte, in Schande lebende Personen“ (Röttger-Rössler 2019, 231) markiert. Im ersten Beispiel (Abb. 7) geht der Sprecher so weit, dass er die Lehrerin dem Feindbild der In-Group zuordnet. Im zweiten Beispiel (Abb. 8) nutzt der Akteur dramatisierende Elemente wie die Kombination des Bildausschnitts aus dem Video, zu dem er Stellung bezieht, mit dem *Hadith*, den er ohne theologischen Kontext für seine Degradierung *Sharos* nutzt und dem weiß auf schwarz geschriebenem Schlagwort „Schande“ mit dem Pfeil Richtung *Sharo*. Im Gegensatz zu dem Video im ersten Beispiel dieses Kapitels, in dem der Akteur von *Realität Islam* seine Stellungnahme ausführlich beschreibt, reicht es im zweiten Beispiel aus, das Schlagwort „Schande“ mit den visuellen Effekten zu verknüpfen, um den Rezipient*innen *Sharo* als „unehrenhaft“ zu beschreiben.

Soziale Medien bieten die Möglichkeit, mit digitalen Inhalten global unzählige Menschen zu erreichen. Die Anklage bestimmter Personen bzw. der öffentliche Pranger markiert die genannten Personen für die In-Group als ‚exkommuniziertes‘ Mitglied oder als Teil der gegnerischen Seite über zeitliche und räumliche Grenzen hinweg. Ein solcher Pranger funktioniert für eine In-Group vor allem aufgrund vorherrschender Wertevorstellungen. In beiden hier dargestellten Beispielen werden die ‚Werteverstöße‘ von den jeweiligen Akteuren definiert und stehen damit als Möglichkeit zur kollektiven Abwertung zur Verfügung. Da die digitale und die analoge Welt nicht mehr zu trennen sind, sind die psychischen Folgen öffentlicher Denunziation für die Opfer, wie auch die Übertragung des Feindbildes auf die Rezipient*innen, nicht absehbar.

3.5 Fazit

„Social Media are emotional media.“ (vgl. Döveling et al. 2018, 1)

Islamistische Akteur*innen in den Sozialen Medien nutzen in ihren Beiträgen gezielt Emotionalisierungen, um ihre Narrative mit „Spannung, Fokus, Interesse und Erregung“ zu unterlegen (vgl. Reinke de Buitrago 2022, 66). Über Inhalte auf Social Media-Plattformen in Form von „Stories“ (*Instagram*), Videos (*Instagram, TikTok, YouTube*) oder Beiträgen (*Instagram*) können Akteur*innen ohne vorherige Interaktionen bei ihren Follower*innen mit diesen dramatisierten Narrativen Emotionen evozieren.

Um Follower*innen von Inhalten zu überzeugen, werden oft Koranverse, dem Propheten Muhammad zugeschriebene *Hadithe*,

Aussagen von Gelehrten oder bestimmte arabische Aussprüche als ‚Beweis‘ herangezogen und in Kontexten interpretiert, die dem Narrativ dienen. Im Licht religiöser Konnotation und ‚göttlicher Anordnung‘ stellen islamistische Akteur*innen in ihrer In-Group, d. h. in unterschiedlichen Strömungen oder Kanälen in den Sozialen Medien, Wertemaximen und Handlungsnormen auf. In einigen der in Kapitel 3 dargestellten Beispiele (Abb. 1, 5 und 8) wird diese Methode angewendet, um als Akteur eine religiöse Autorität zu suggerieren und das Narrativ ‚religiös-normativ‘ zu untermauern.

Die Wertemaximen und Handlungsnormen werden in der Regel nicht deskriptiv aufbereitet, sondern kommen bereits aufgeladen mit Emotionen bei den Empfänger*innen der Beiträge an. In den Beispielen aus Kapitel 3 stellen die Akteur*innen

‚Fehlverhalten‘ fest, das sie anprangern. Eine Sanktion im Jenseits wird in allen hier aufgezeigten Beispielen (bis auf 3.3.2.) als Folge für das Verhalten genannt. Insbesondere Frauen werden in den meisten Beispielen als ‚Regelbrecherinnen‘ dargestellt, wobei es dabei meist um eine ‚fehlende‘ oder ‚inkorrekte‘ Bedeckung geht (hier in Abb. 3, 4, 5, 6 und 7). Außerdem klagen zahlreiche Akteur*innen (hier in Abb. 3, 4, 5 und 6) das nach außen sichtbare und von den Akteur*innen als normwidrig oder ‚schändlich‘ verstandene Verhalten von Frauen an. Dass gerade Frauen in abwertenden und anklagenden Beiträgen islamistischer Akteur*innen in den Sozialen Medien adressiert werden, könnte daran liegen, dass der Hijab und das öffentliche Auftreten von Frauen etwas sind, das von ‚außen‘ erkannt – und bewertet – werden kann. In seinem Video-Beitrag nennt der Akteur von *Young Muslim* den Hijab ein „Markenbeispiel“ für die In-Group (Abb. 6), das diese extern repräsentiere. Eine ‚falsche‘ Repräsentation versteht der Akteur als schädigend für die ganze Gemeinschaft. Somit werden Frauen in vielen Beiträgen (hier: Abb. 3, 4, 6 und 7) mit der ‚Ehre‘ der In-Group assoziiert und zugleich verantwortlich für den Verlust dieser gemacht. Als ‚Ehre‘ wird in den genannten Beispielen das Ansehen des Mannes (Abb. 4 und 6), der In-Group (Abb. 3, 6 und 7) nach außen und vor Allah (Abb. 3) verstanden. Um die ‚Ehre‘ wiederherzustellen, scheint es für die Akteure nötig, diejenigen zu beschuldigen, beschämen und denunzieren, die für den ‚Ehr-Verlust‘ verantwortlich gemacht werden (siehe Kapitel 2.4.). Dabei werden meist misogynen Narrative bedient (hier: Abb. 3, 4, 5 und 6), die Frauen zunächst essentialisieren und dann abwerten.

Die Emotionalisierung in den Beiträgen nutzt der Intensivierung der Botschaft und der Hierarchisierung innerhalb der In-Group. Schreckensszenarien werden beschrieben, um Angst zu evozieren (Abb. 1), gleichzeitig werden (unkonkrete) Lösungen angeboten, diese abzuwenden. Dadurch soll normkonformes Verhalten ‚proviziert‘ (Abb. 1 und 2) und eine intrinsische Motivation für Verhaltensänderungen geweckt werden. Smith und Mackie erklären, dass ‚Angst‘ in der persuasiven Kommunikation vor allem dann nützlich ist, wenn sie in Verbindung mit Angeboten zur Erleichterung beschrieben wird (vgl. 2007, 258). In Narrativen, die bei den Rezipient*innen Schuldgefühle verursachen sollen, zielen Akteur*innen darauf ab, ihre Adressat*innen moralisch zu verurteilen und das Verständnis von Normverletzung durch die externe Bewertung auch intern zu übernehmen. Dadurch sollen die Adressat*innen das Bedürfnis erlangen, den ‚Schaden wiedergutzumachen‘ (vgl. Hosser 2005, 229) und um ‚Vergebung‘ zu bitten (Abb. 3). Das Verursachen von Scham (Abb. 5 und 6) benötigt nicht zwangsläufig Schuldzuweisung, sondern kann bei den Adressat*innen über externe Abwertung durch die Akteur*innen zu innerer Selbstabwertung führen (vgl. Groß et al. 2022, 79). Durch die damit einhergehende soziale Kontrolle kann Scham eine „soziale Funktion bei der Herausbildung kollektiver

Identitäten“ und eine „Konformitätssicherung von Gruppennormen“ (ebd.) einnehmen. Um das Selbstbild und die Identität der Gruppe nach innen zu stärken, wird öffentliches Markieren bestimmter Personen als „Schande“ von Akteur*innen online genutzt. Dadurch gelingt das Aufwerten der Gruppenidentität über das Abwerten des*der Einzelnen.

Groß et al. (2022) weisen in ihrer Studie auf die Nutzung von Emotionen in extremistischen Narrativen hin, die vor allem in den Sozialen Medien Verbreitung finden. Neben entgrenztem Raum und entgrenzter Zeit sind in den Sozialen Medien auch die Übergänge zwischen Sender*in und Empfänger*in fluide, was laut Groß et al. zu einer „[...] bis dahin unbekannt[e] Verkettung von prinzipiell grenzenlosen kommunikativen Mobilisierungsakten [...]“ führen kann (2022, 77).

Über die Verwendung von „wir“ im Gegensatz zu „ihr“ konstruieren die Akteur*innen „Abgrenzungsrahmungen“ (Wiedl 2014, 20), die zwei Seiten implizieren. Die „wir“-Seite stellt die tugendhafte In-Group dar, während die „sie/ihr“-Gruppe im Kontrast dazu als die sündhafte, schlechte Seite dargestellt wird (ebd.). Die persuasive Kommunikation über das Vermitteln von Schuld- und Schamgefühlen sowie das Markieren bestimmter Personen, stellt damit eine Hierarchie innerhalb der In-Group her. Zum einen übernimmt der*die Akteur*in die Rolle eines*einer Behlenden und positioniert sich dadurch gegenüber den Rezipient*innen – den zu Behlenden. Zum anderen kann innerhalb der Adressat*innen eine Ungleichheit hergestellt werden, indem sich diese entweder der Seite des Behlenden zuordnen (und damit in der ‚moralischen‘ Hierarchie über den anderen stehen) oder sich als Behlende (oder eher: Beschuldigte und Beschämte) verstehen.

Um die Mechanismen in der Kommunikation islamistischer Akteur*innen zu verstehen und eine Sensibilisierung zum Erkennen emotionalisierender Ansprache herzustellen, ist es notwendig, sich mit den Funktionen dieser auseinanderzusetzen.



4. Schlussfolgerungen für Fachkräfte

Im Umgang mit Ängsten – wie sie der vorliegende Beitrag in den Blick nimmt – ist es in der praktischen Beratungsarbeit zunächst wichtig, eine Atmosphäre und Beziehung zu schaffen, die es Jugendlichen erlaubt, sich zu öffnen und Ängste zu kommunizieren (Nordbruch 2020, o. S.). Dafür ist es wichtig, dass Fachkräfte die Jugendlichen in ihren Bedürfnissen, Sorgen und Ängsten ernstnehmen. Konkret bedeutet das, die Ängste hinter den Bedrohungsszenarien zu erkennen und darauf einzugehen. Fürchtet sich ein*e Klient*in bspw. vor möglichen Strafen in der Hölle, sollten die dahinterstehenden Ängste, wie z. B. die Angst vor dem Tod, aufgegriffen werden (ebd.). Bei Angst vor Bestrafung können Anregungen gegeben werden, das zugrundeliegende Gottesbild zu hinterfragen (ebd.). Ist Gott immer kompromisslos, zornig und strafend, oder ist er gütig und barmherzig, oder etwas dazwischen (ebd.)? In diesem Zusammenhang kann es hilfreich sein, alternative religiöse Autoritäten, bspw. Imame oder Fachkräfte mit demselben religiösen Hintergrund hinzuzuziehen. So kann die Religiosität der Klient*innen als zusätzliche Ressource genutzt werden.

Die Fähigkeit, eigene Emotionen wahrzunehmen, zu artikulieren und zu fördern, ist in der Auseinandersetzung mit negativen Gefühlen wie Schuld und Scham von besonderer Bedeutung. Zur Förderung dieser Kompetenz sind stabile soziale Beziehungen, der Austausch mit Bezugspersonen und Sportangebote hilfreich (Streit 2019, 22). Die Beziehung zu Klient*innen ist darüber hinaus auch im Umgang mit schambehafteten Themen besonders wichtig, da Scham zu einem Rückzug und dem Unwillen sowie der Unfähigkeit zu kommunizieren führen kann (Streit 2019, 53). Im Gespräch können Fachkräfte Bezug auf eigene Erfahrungen und ihren Umgang mit vergleichbaren Gefühlen nehmen, um den Klient*innen zu zeigen, dass sie mit ihren Gefühlen nicht allein sind und um die Beziehung zu stärken (Nordbruch 2020, o. S.).

Um die mit der Scham verbundenen Emotionen und Zweifel auszugleichen und Schamgefühle zu regulieren, kann das Hervorheben und Loben von kleinen und großen Erfolgen oder Tätigkeiten, z. B. Hausaufgaben oder Kindererziehung, ein gutes Mittel sein (Streit 2019, 100). Die schambedingten negativen Erwartungen werden damit durchbrochen und es wird eine Irritation erzeugt, die über die Zeit zur Reflexion schambedingter Erwartungen und einer Öffnung im Gespräch beitragen kann.

Zugleich ist es wichtig, dass Fachkräfte sich der Grenzen ihrer Handlungsmöglichkeiten bewusst sind. Der Versuch von Klient*innen, Scham- und Schuldgefühle mit religiöser Frömmigkeit zu kompensieren, kann in einen Teufelskreis münden. Um diesen zu durchbrechen, kann eine Psychotherapie angezeigt sein, die

von pädagogischen Fachkräften nicht zu leisten ist (Sonnenmoser 2010, 320 f). Hier sind es vor allem die Grundsätze der Beziehungsarbeit, eines empathischen und wertschätzenden Umgangs und auch Geduld, die den Weg mit den Klient*innen dorthin ebnen können (ebd.).

Schuld und Scham sind jedoch nicht nur in Hinwendungsprozessen von Bedeutung, sondern kommen ebenso in der Distanzierungsarbeit zum Tragen (Walkenhorst 2022, 7). Dabei können diese Gefühle einen positiven und verstärkenden Effekt auf den Distanzierungsprozess ausüben, in dem sie die Verantwortung für das eigene Handeln erlebbar machen und zu Reue und dem Wunsch nach Wiedergutmachung führen können (Ohlenforst et al. 2022, 52). Vor allem in den Anfängen der Distanzierung könnten diese Gefühle daher als Ressource genutzt werden (Walkenhorst 2022, 8). Da Schuld- und Schamgefühle für die betroffene Person zunächst dennoch negativ konnotierte Gefühle sind, ist es wichtig auf Vermeidungs- und Bewältigungsstrategien der Klient*innen zu achten, die darauf ausgelegt sind, diese unangenehmen Gefühle zu vermeiden und damit auch ein Erkennen und Übernehmen von Eigenverantwortung verhindern können (Hosser et al. 2005, 229). Während sich aufgrund der Datenlage bisher keine allgemeinen Aussagen zur präventiven Wirkung von Scham- und Schuldgefühlen treffen lassen, deuten einzelne Studien mit Häftlingen sehr wohl auf einen Zusammenhang zwischen Schuldgefühlen nach einer schweren Gewalttat und der Verhinderung eines Rückfalls nach der Haft hin (vgl. Hosser et al., 2005). Gerade im Kontext psychischer Erkrankungen ist im Umgang mit diesen Gefühlen jedoch besondere Vorsicht angezeigt, da intensive Scham und Schuldgefühle Krankheitsbilder verschlimmern und so den gegenteiligen Effekt haben können (Al-Attar 2019, 19).

Auch auf theoretischer Ebene kann es hilfreich sein, sich externe Unterstützung zu suchen. Projekte wie z. B. *RISE* stellen sowohl theoretisches Hintergrundwissen als auch Methoden und Tipps für die praktische Arbeit zur Stärkung Jugendlicher gegen extremistische Ansprache bereit.³⁰ Bei Violence Prevention Network gGmbH befasst sich der Fachbereich Psychotherapie damit, die „psychologische Perspektive in der Extremismusprävention und Distanzierungsarbeit zu stärken“³¹ und eine Vernetzung der Beratungsstelle in Berlin und Fachkräften aus den Bereichen Psychiatrie und Psychotherapie herzustellen. So soll die ganzheitliche praktische Fallarbeit mit jungen Menschen gewährleistet werden.

³⁰ Siehe: <https://rise-jugendkultur.de/> (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

³¹ Siehe: <https://violence-prevention-network.de/fachbereiche/fachbereich-psychotherapie/> (Letzter Zugriff am 27.11.2023).

5. Ergebnisse und Ausblick

Das vorliegende Heft zeigt auf, wie Emotionalisierung in Social Media-Beiträgen islamistischer Akteur*innen genutzt wird, um Narrative zu unterfüttern. Angst als *primäre Emotion* wird oft im Zusammenhang mit der Aussicht auf Sanktion im Jenseits genutzt und hat die Funktion, Adressat*innen vom eigenen Narrativ zu überzeugen und zu normkonformem Verhalten als Lösung anzuhalten. Schuld und Scham als *sekundäre Emotionen* haben die Funktion von Regulation und „sozialer Kontrolle“ innerhalb der In-Group. Während das Auslösen von Schuldgefühlen ein Appell zur Wiedergutmachung und Reue ist, verursacht Scham die Übernahme der externen Abwertung zur internen Selbstabwertung. Die Emotionen von Angst, Schuld und Scham sind eng miteinander verknüpft und es ist sinnvoll, genau zu analysieren, welche unterschiedlichen Funktionen diese Emotionen haben, um sie in der Präventions- und Distanzierungsarbeit gezielter adressieren zu können.

Das öffentliche Abwerten und Markieren von ‚sündhaften Personen‘ dient als Akt zur Wiederherstellung von verletzter ‚Ehre‘ der In-Group und lässt ein moralisches Abgrenzen von der ‚Schande‘ zu. Vor allem im Bereich extremistischer Gruppierungen kann das Nennen konkreter Objekte der ‚Schande‘ digital und analog Reaktionen hervorrufen, die für die besagte Person gefährlich werden können. Deshalb ist es notwendig, dass Fachkräfte der Prävention, aber auch Sicherheitsbehörden und die Social Media-Plattformen selbst das Markieren bestimmter Personen als „Sündenböcke“ sowie die darauf reagierenden Rezipient*innen im Blick behalten.

Bei der persuasiven Kommunikation islamistischer Akteur*innen ist das Verwenden von Schlagwörtern ein wichtiges Identifikationsmerkmal und Kontrastierungselement. Über die sprachliche Dichotomisierung von „gut“ und „böse“ bleibt es den Adressat*innen überlassen, sich einer Seite zuzuordnen. Da jedoch die Empfänger*innen in ihrer Lebensrealität außerhalb der Sozialen Medien über ihre Sozialisation und kulturelle Bildung Emotionen unterschiedlich bewerten, ist der Einfluss von islamistischen Social Media-Akteur*innen auf das Emotionserleben ihrer Follower*innen in jedem einzelnen Fall in der Präventionsarbeit individuell zu beurteilen.

Die Theorie „ansteckender Emotionen“ (siehe Kapitel 3.5.) geht davon aus, dass „affektive Strömungen“ in den Sozialen Medien aufgrund zeit- und raumüberschreitender Kommunikation das Gefühl von „emotionaler und kultureller Zugehörigkeit konstruieren“ können (Groß et al. 2022, 83). Es ist möglich, dass Rezipient*innen über „emotionale Resonanz“ (ebd.) Narrative extremistischer Akteur*innen übernehmen oder ihr Verhalten

bzw. ihr Selbstbild anhand der externen (Ab-)Wertung anpassen. Möglicherweise intendieren die Akteur*innen in den Beispielen zu „Angst“ und „Schuld“, ein verändertes Verhalten bei den „Angeklagten“ zu motivieren und sie durch den Druck zur „Wiedergutmachung“ näher an die In-Group zu binden. Auch die Beiträge zu „Scham“ wirken wie Regulationsversuche bei gleichzeitiger sozialer Degradierung der „Beschuldigten“. Über die tatsächliche Wirkung und Rezeption von Social Media-Beiträgen seitens der Follower*innen ist noch wenig bekannt. Dies sollte in weiterführenden Untersuchungen in den Fokus genommen werden.

Auch wenn die vorliegende Publikation sich mit den Narrativen „islamistischer Akteur*innen“ befasst, ist es notwendig, Accounts aus dem einschlägigen Milieu im Einzelfall differenziert zu bewerten.

Literaturverzeichnis

Al-Attar, Zainab. 2019. „Extremismus, Radikalisierung und psychische Gesundheit: Handbuch für Praktiker“, herausgegeben von Radicalisation Awareness Network. https://home-affairs.ec.europa.eu/system/files/2020-12/ran_h-sc_handbook-for-practitioners_extremism-radicalisation-mental-health_112019_de.pdf (Letzter Zugriff am 1.11.2023).

APA Dictionary of Psychology. 2018a. Suchbegriff „emotion“. American Psychological Association. <https://dictionary.apa.org/emotion> (Letzter Zugriff am 25.10.2023).

APA Dictionary of Psychology. 2018b. Suchbegriff „guilt“. American Psychological Association. <https://dictionary.apa.org/guilt> (Letzter Zugriff am 25.10.2023).

Baron, Hanna. 2021. Die Hizb ut-Tahrir in Deutschland. Herausforderungen und Ansätze der Präventionsarbeit. Infodienst Radikalisierungsprävention. <https://www.bpb.de/themen/infodienst/329054/die-hizb-ut-tahrir-in-deutschland/> (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Boyd, Danah. 2014. „Es ist kompliziert. Das Leben der Teenager in sozialen Netzwerken“. München: Redline Verlag.

Brinkmöller, Niklas und Margareta Wetchy. 2023. „Mein Bruder, wer glaubt noch der Zeitung? Medien als Feindbild und Bezugspunkt in der Kommunikation islamistischer Online-Akteure“. Violence Prevention Network Schriftenreihe Heft 12. Violence Prevention Network gGmbH. <https://kn-ix.de/wp-content/uploads/2022/07/Violence-Prevention-Network-Schriftenreihe-Heft-12-1.pdf> (Letzter Zugriff am 16.11.2023).

Dantschke, Claudia. 2017. „Attraktivität, Anziehungskraft und Akteure des politischen und militanten Salafismus in Deutschland“. In *Salafismus in Deutschland: Jugendkulturelle Aspekte, pädagogische Perspektiven*, herausgegeben von Ahmet Toprak und Gerrit Weitzel, 61-76. Wiesbaden: Springer VS.

Dorsch, Lexikon der Psychologie. o. J., a. Suchbegriff „Angst“. <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/angst#search=ba8f41fa736c57b0eddaa4e6f59ff033&offset=1> (Letzter Zugriff am 26.10.2023).

Dorsch, Lexikon der Psychologie. o. J., b. Suchbegriff „Emotionen“. <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/emotionen> (Letzter Zugriff am 26.10.2023).

Dorsch, Lexikon der Psychologie. o. J., c. Suchbegriff „Emotionen, primäre“. <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/emotionen-primare> (Letzter Zugriff am 09.11.2023).

Dorsch, Lexikon der Psychologie. o. J., d. Suchbegriff „Emotionen, sekundäre“. <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/emotionen-sekundaere> (Letzter Zugriff am 09.11.2023).

Dorsch, Lexikon der Psychologie. o. J., e. Suchbegriff „Furcht“. <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/furcht> (Letzter Zugriff am 09.11.2023).

Dorsch, Lexikon der Psychologie. o. J., f. Suchbegriff „Persuasion“. <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/persuasion#search=051728755499e1b321ddffaac67e8a2f&offset=0> (Letzter Zugriff am 09.11.2023).

Dorsch, Lexikon der Psychologie. o. J., g. Suchbegriff „Scham“. <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/scham> (Letzter Zugriff am 26.10.2023).

Döveling, Katrin, Anu A. Harju und Denise Sommer. 2018. „From Mediatized Emotion to Digital Affect Cultures: New Technologies and Global Flows of Emotion“. *Social Media + Society* 4(1): 1-11.

Duden. 2023. „Schande“. Cornelsen Verlag GmbH. <https://www.duden.de/recht-schreibung/Schande> (Letzter Zugriff am 16.11.2023).

Fuchs, Thomas. 2019. „Verkörperte Emotionen. Emotionskonzepte der Phänomenologie“. In *Emotionen*, herausgegeben von Hermann Kappelhoff, Jan-Hendrick Bakels, Hauke Lehmann und Christina Schmitt, 95-101. Berlin: J.B. Metzler.

Girnth, Heiko. 2010. „Sprachverwendung in der Politik“. Bundeszentrale für politische Bildung <https://www.bpb.de/themen/parteien/sprache-und-politik/42687/sprachverwendung-in-der-politik/> (Letzter Zugriff am 13.11.2023).

Graton, Aurélien und Melody Mailliez. 2019. „A Theory of Guilt Appeals: A Review Showing the Importance of Investigating Cognitive Processes as Mediators between Emotion and Behavior“. *Behavioral Sciences* 9(117): 1-10.

Groß, Eva, Sighard Neckel, Markus Pullen, Julia Gundlach und Melanie Verhovnik-Heinze. 2022. „Merkel-Goldstücke‘, ‚Rapefugees‘, ‚System-Medien‘ und die ‚Volksverräter-Regierung‘. Eine Analyse rechtsgerichteter Online-Diskurse und emotionaler Mobilisierungsprozesse in Social Media“. In *Radikalisierungsnarrative online. Perspektiven und Lehren aus Wissenschaft und Prävention*, herausgegeben von Sybille Reincke de Buitrago, 75-108. Wiesbaden: Verlag Springer Fachmedien GmbH.

Groß, Eva und Sighard Neckel. 2020. „Social Media und die Bedeutung von Emotionen in autoritär-nationalistischen Radikalisierungsnarrativen“. In *Extremistische Dynamiken im Social Web*, herausgegeben von Annika Hamachers, Kristin Weber und Stefan Jarolimek. Verlag für Polizeiwissenschaft.

Günther, Sebastian. 2016. „Die Menschen schlafen; und wenn sie sterben, erwachen sie“. *Eschatologische Vorstellungen im Koran*. In *Gottesgedanken. Erkenntnis, Eschatologie und Ethik in Religionen der Spätantike und des frühen Mittelalters*, herausgegeben von Reinhard Feldmeier und Monika Winet. Mohr Siebeck GmbH & Co. KG.

Hänig, Albrecht und Friedhelm Hartwig. 2021. *Monitoring der Peripherie des religiös begründeten Extremismus (PrE)*. Bundeszentrale für politische Bildung (bpb). [modus-zad. https://modus-zad.de/wp-content/uploads/2022/05/modus_bpb_Jahresbericht_2021.pdf](https://modus-zad.de/wp-content/uploads/2022/05/modus_bpb_Jahresbericht_2021.pdf) (Letzter Zugriff am 15.11.2023).

Heiniger Haldimann, Barbara. 2021. „Scham und Schuld“. <https://www.klaus-grawe-institut.ch/fachbeitraege/scham-und-schuld/> (Letzter Zugriff am 14.11.2023).

Hosser, Daniela, Michael Windzio und Werner Greve. 2005. „Scham, Schuldgefühle und Delinquenz: Rückfallstudie mit jugendlichen Strafgefangenen“. *Zeitschrift für Sozialpsychologie* 36(4): 227-238.

Islam-ist.de. Suchbegriff „Shirk.“ <https://islam-ist.de/islamische-begriffe/shirk/> (Letzter Zugriff am 13.11.2023).

Karandashev, Victor. 2023. „Kulturelle Emotions-Modelle“. Wiesbaden: Springer VS.

Käsehage, Nina. 2022. „Ästhetische Mobilmachung – Radikalislamische Rekrutierung in den sozialen Medien am Beispiel der IS-Online- Magazine Dabiq und Rumiya“. In *Radikalisierungsnarrative online. Perspektiven und Lehren aus Wissenschaft und Prävention*, herausgegeben von Sybille Reincke de Buitrago, 109-146. Wiesbaden: Verlag Springer Fachmedien GmbH.

Kimmel, Birgit, Stefanie Rack, Franziska Hahn, Patrick Frankenberger, Fehime Oezmen und Götz Nordbruch. 2018. „Salafismus Online. Propagandastrategien erkennen - Manipulation entgehen“. *Materialien für Schule und außerschulische Jugendarbeit. EU-Initiative Klicksafe und Kompetenzzentrum jugendschutz.net*. <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/135004/198201030be51248e9197dbbce2af0b3/salafismus-online-data.pdf> (Letzter Zugriff am 15.11.2023).

Knipping-Sorokin, Roman und Teresa Stumpf. 2018. „Radikal Online – Das Internet und die Radikalisierung von Jugendlichen. Eine Metaanalyse zum Forschungsfeld“. *Kommunikation@Gesellschaft* 19(3). <https://journals.sub.uni-hamburg.de/hup2/kommges/article/view/606/181> (Letzter Zugriff am 01.11.2023).

Kriner, Matthew. 2018. „Tackling Terrorism’s Taboo: Shame“. *Perspectives on Terrorism* 12(2): 18-31.

Landweer, Hilge. 2019. „Philosophische Sichtweisen auf Scham und Schuldgefühle“. In *Emotionen*, herausgegeben von Hermann Kappelhoff, Jan-Hendrick Bakels, Hauke Lehmann und Christina Schmitt, 235-239. Berlin: J.B. Metzler.

Lange, Benjamin P., Frank Schwab und Harald A. Euler. 2019. „Emotionskonzepte der Evolutionspsychologie“. In *Emotionen*, herausgegeben von Hermann Kappelhoff, Jan-Hendrick Bakels, Hauke Lehmann und Christina Schmitt, 73-80. Berlin: J.B. Metzler.

Logvinov, Michail. 2017. „Salafismus, Radikalisierung und terroristische Gewalt – Erklärungsansätze – Befunde – Kritik“. Wiesbaden: Springer VS.

Mansour, Ahmad. 2015. „Generation Allah. Warum wir im Kampf gegen religiösen Extremismus umdenken müssen“. Frankfurt a. Main: S. Fischer.

Meyer, D., T. Schüller-Ruhl, R. Vock et al. 2022. „Sexismus“. In: *einfach POLITIK: Lexikon*, herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/lexikon-in-einfacher-sprache/331402/sexismus/> (Letzter Zugriff am 16.11.2023).

Miller, Gerald R. 1980. „On being persuaded: Some basic distinction“. In: *Persuasion: New directions in theory and research*, herausgegeben von Michael E. Roloff und Gerald R. Miller, 11-28. CA: Sage.

Nordbruch, Götz. 2020. „Angst vor der Strafe Gottes?“. *RISE*. <https://rise-jugendkultur.de/artikel/angst-vor-der-strafe-gottes/> (Letzter Zugriff am 30.10.2023).

Nordbruch, Götz, Jochen Müller und Deniz Ünlü. 2014. „Salafismus als Ausweg? Zur Attraktivität des Salafismus unter Jugendlichen“. In *Salafismus in Deutschland. Ursprünge und Gefahren einer islamisch-fundamentalistischen Bewegung*, herausgegeben von Thorsten Gerald Schneiders, 363-370. Bielefeld: transcript Verlag.

Ohlenforst, Vivienne, Maximilian Ruf, Anne Selby und Dennis Walkenhorst. 2022. „Dimensionen der Distanzierungsbeobachtung. Zwischenergebnisse der Projekts DISLEX 3D“. *modus|zad*. https://modus-zad.de/wp-content/uploads/2022/07/modus-insight_DISLEX-3D_3-1.pdf (Letzter Zugriff am 1.11.2023).

Omerika, Armina. „Info Islam: Was bedeutet Dschahiliyya?“. <https://www.bpb.de/mediathek/video/214948/info-islam-was-bedeutet-dschahiliyya/> (Letzter Zugriff am 15.11.2023).

Paret, Rudi. 1993. *Der Koran. Übersetzung von Rudi Paret*. Stuttgart: Kohlhammer.

Parschick, Sarina. 2022. „Scham und soziale Re-Positionierung“. *Sozialer Sinn* 23(2): 363-387.

Reinke de Buitrago, Sybille. 2022. „Radikalisierungsnarrative online in der politischen Bedeutungsschaffung: Islamistische und rechtsextremistische/-populistische Narrative in YouTube.“ In *Radikalisierungsnarrative online*, herausgegeben von Sybille Reinke de Buitrago, 49-74. Wiesbaden: Springer VS.

Rieger, Diana, Josephine B. Schmitt, Julian Ernst, Peter Vorderer, Gary Bente und Hans-Joachim Roth. 2020. „Radikalisierungsprävention mit Fokus auf Online-Propaganda als internationale und interdisziplinäre Herausforderung – Genese und Zielsetzung des EU-Forschungsprojektes CONTRA“. In *Propaganda und Prävention. Forschungsergebnisse, didaktische Ansätze, interdisziplinäre Perspektiven zur pädagogischen Arbeit zu extremistischer Internetpropaganda*, herausgegeben von Josephine B. Schmitt, Julian Ernst, Diana Rieger und Hans-Joachim Roth. Wiesbaden: Springer VS.

RISE. 2021. Suchbegriff „Angstpädagogik“. <https://rise-jugendkultur.de/glossar/angstpaedagogik/> (Letzter Zugriff am 10.11.2023).

Röttger-Rössler, Birgitt. 2019. „Kulturelle Facetten der Scham“. In *Emotionen*, herausgegeben von Hermann Kappelhoff, Jan-Hendrick Bakels, Hauke Lehmann und Christina Schmitt, 230-234. Berlin: J.B. Metzler.

Rutschky, Katharina. 1977. „Schwarze Pädagogik“. Frankfurt a.M./Wien/Berlin: Ullstein Verlag.

Sauter, Gerhard. 1988. „Begriff und Aufgabe der Eschatologie. Theologische und philosophische Überlegungen“. *Neue Zeitschrift für Systematische Theologie und Religionsphilosophie*: 191-208.

Von Scheve, Christian. 2022. „Sighard Neckel: Status und Scham. Zur symbolischen Reproduktion sozialer Ungleichheit“. In *Schlüsselwerke der Emotionssoziologie*, herausgegeben von Konstanze Senge, Rainer Schützeichel und Veronika Zink, 405-414. Wiesbaden: Springer VS.

Schloßberger, Matthias. 2023. „Stolz, Scham, Ehre“. In *Handbuch Angewandte Ethik*, herausgegeben von Christian Neuhäuser, Marie-Luise Raters und Ralf Stoecker, 461-468. Berlin: J.B. Metzler.

Schmincke, Imke. 2018. „Frauenfeindlich, sexistisch, antifeministisch? Begriffe und Phänomene bis zum aktuellen Antigenderismus.“ *APuZ. Aus Politik und Zeitgeschichte* 68(17): 28-33.

Medienverzeichnis

Smith, Eliot R. und Diane M. Mackie. 2007. „Social Psychology“. 3. Auflage. Hove, New York: Psychology Press/Taylor & Francis.

Sonnenmoser, Marion. 2010. „Psychotherapie mit religiösen Fundamentalisten. Religion als Hürde und Chance“. Deutsches Ärzteblatt 7/2010, 320-321. <https://www.aerzteblatt.de/archiv/77532/Psychotherapie-mit-religioesen-Fundamentalisten-Religion-als-Huerde-und-Chance> (Letzter Zugriff am 30.10.2023).

Stangl, Werner. 2023. „Schwarze Pädagogik“. Online-Lexikon für Psychologie & Pädagogik. <https://lexikon.stangl.eu/16400/schwarze-paedagogik> (Letzter Zugriff am 25.10.2023).

Stiff, James B. und Paul A. Mongeau. 2016. „Persuasive Communication“. Third Edition. New York, NY: Guilford Publications.

Streit, Philip. 2019. „Coolness, Scham und Wut bei Jugendlichen. Mit Emotionen konstruktiv und positiv umgehen“. Wiesbaden: Springer Verlag.

Struck, Jens, Daniel Wagner, Thomas Görgen, Samuel Tomczyk, Antonia Mischler, Pia Angelika Müller und Stefan Harrendorf. 2022. „Menschenverachtende Online-Kommunikation – Phänomene und Gegenstrategien.“ In Radikalisierungsnarrative online, herausgegeben von Sybille Reinke de Buitrago, 171-195. Wiesbaden: Springer VS

Walkenhorst, Dennis. 2022. „Distanzierungsprozesse im islamistischen Extremismus – ‚Blinde Flecken‘ der Praxis?“ In Was wir über Distanzierung wissen. Aktuelle Erkenntnisse der Forschung und Empfehlungen für die Praxis der Distanzierungsarbeit, herausgegeben von Violence Prevention Network, Schriftenreihe 10. <https://violence-prevention-network.de/wp-content/uploads/2022/12/Violence-Prevention-Network-Schriftenreihe-Heft-10.pdf> (Letzter Zugriff am 30.10.2023).

Wiedl, Nina. 2014. „Außenbezüge und ihre Kontextualisierung und Funktion in den Vorträgen ausgewählter salafistischer Prediger in Deutschland“. Studie im Rahmen des BMBF-Verbundprojekts Terrorismus und Radikalisierung – Indikatoren für externe Einflussfaktoren (TERAS – INDEX). ZEUS IFSH, Working Paper 7, April 2014.

Williams, Thomas James Vaughan und Calli Tzani. 2022. „How does language influence the radicalisation process? A systematic review of research exploring online extremist communication and discussion“. Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression: 1-21.

Abbildung 1: Botschaft des Islam. 20.03.2022. „Was passiert am Tag der Auferstehung?“^{HD}. Yaum al Qiyama“. YouTube-Video. <https://youtu.be/FZfpbB2x-E0?feature=shared> (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Abbildung 2: Dawah Berliner Schwestern. 13.02.2023. Instagram-Story. https://www.instagram.com/dawah_berliner_schwestern/ (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Abbildung 3: Abdelhamid Offiziell. 07.02.2023. Instagram-Story. https://www.instagram.com/abdelhamid_offiziell/ (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Abbildung 4: Abu Rumaisa. 01.09.2022. Instagram-Video. <https://www.instagram.com/reel/Ch-X8H0s6xH/> (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Abbildung 5: Berlin Dawah. 25.09.2023. Instagram-Story. https://www.instagram.com/berlin_dawah/ (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

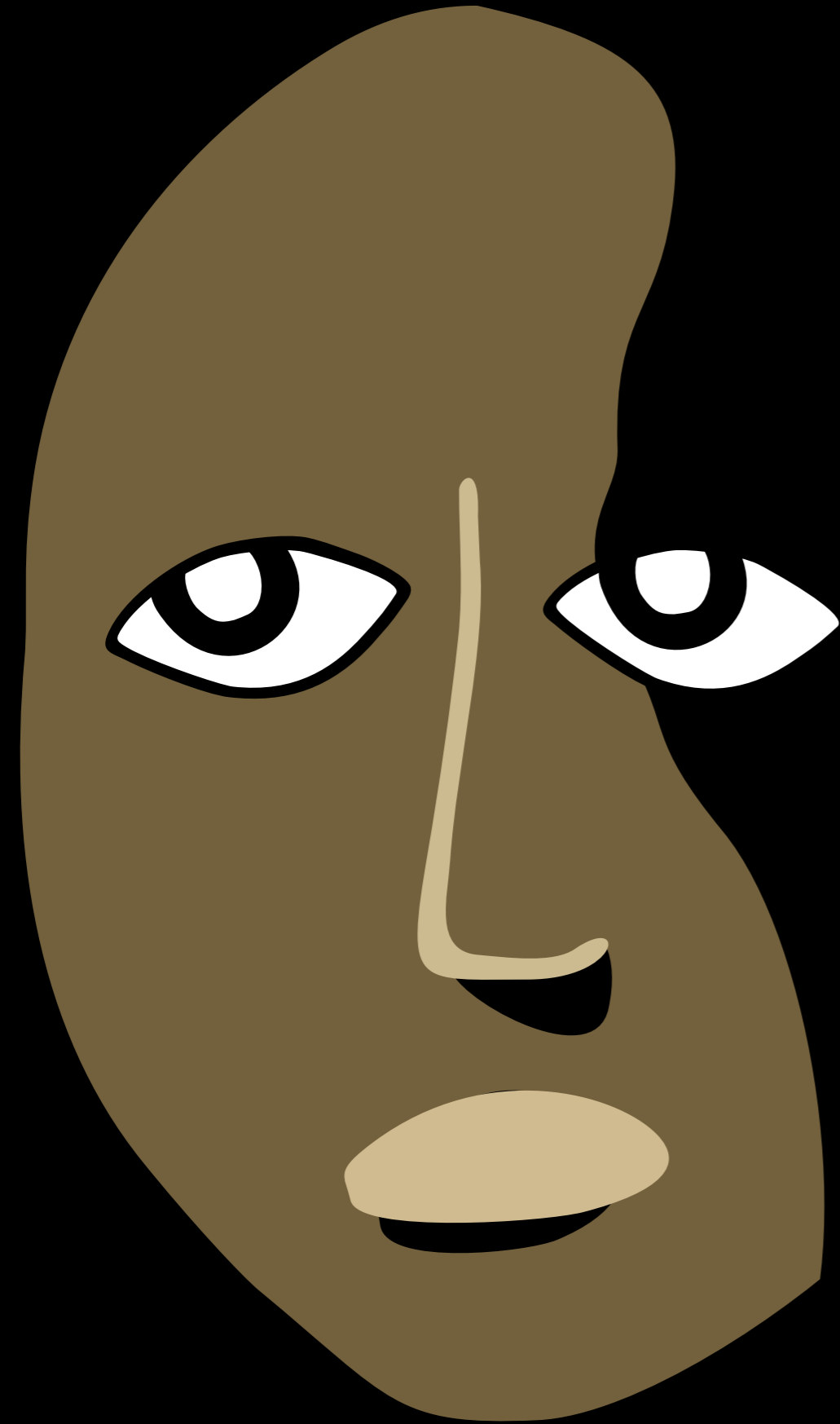
Abbildung 6: Young Muslim. 02.07.2022. TikTok-Video. https://www.tiktok.com/@youngmuslimofficial/video/7115706748882799878?is_from_webapp=1&web_id=7227011225409242650 (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Abbildung 7: Realität Islam. 12.03.2023. YouTube-Video. https://www.youtube.com/watch?v=JBR5YyMqKU&list=PLhFqB_L5woUFE_KPae_U1xrF16PMNTCKU&index=38 (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Abbildung 8: Maliki-Kurs. Instagram-Story. 05.02.2023. <https://www.instagram.com/malidikurs/> (Letzter Zugriff am 24.11.2023).

Bisher erschienen in der Violence Prevention Network Schriftenreihe:

- #1 Rückkehrer*innen aus den Kriegsgebieten in Syrien und im Irak (2019)
- #2 Einschätzung und Bewertung von Risiken im Kontext der Extremismusprävention und Deradikalisierung (2019)
- #3 Zivilgesellschaftliche Organisationen in der Tertiärprävention (2019)
- #4 Rückkehrerinnen und ihre Kinder (2020)
- #5 Kontinuität – Ambivalenz – Spaltung - Zur Genese von Verschwörungsmythen im islamistischen Extremismus (2021)
- #6 Rekrutierung in den islamistischen Extremismus - Ein Beitrag zur Definition und Systematisierung (2021)
- #7 Erfolgreiche Distanzierungs- und Deradikalisierungsarbeit - 20 Jahre Violence Prevention Network (2021)
- #8 Antifeminismus: Warum sexistische Ideologien eine Aufgabe für die Extremismusprävention sind (2021)
- #9 Herausforderung „Hochrisikopersonen“ - Chancen und Grenzen der Zusammenarbeit von Zivilgesellschaft und Sicherheitsbehörden (2022)
- #10 Was wir über Distanzierung wissen - Aktuelle Erkenntnisse der Forschung und Empfehlungen für die Praxis der Distanzierungsarbeit (2022)
- #11 Die unsichtbaren Schwestern - Akteurinnen auf TikTok und Instagram im Spektrum Extremismus, Salafismus, Islamismus und Aktivismus (2023)
- #12 „Mein Bruder, wer glaubt noch der Zeitung?“ - Medien als Feindbild und Bezugspunkt in der Kommunikation islamistischer Online-Akteure (2023)
- #13 Suizidprävention – Impulse zum Umgang mit Suizidalität in der Distanzierungsarbeit (2023)



Impressum

- 📍 Violence Prevention Network gGmbH
Judy Korn, Thomas Mücke - Geschäftsführung
Alt-Reinickendorf 25
13407 Berlin
- ☎️ (030) 917 05 464
- 📠 (030) 398 35 284
- ✉️ post@violence-prevention-network.de
- 🌐 www.violence-prevention-network.de

© Violence Prevention Network | 2023

Eingetragen beim Amtsgericht Berlin-Charlottenburg: HRB 221974 B

Bildnachweis: shutterstock.com/Dmitry Kovalchuk

Redaktion: Cornelia Lotthammer

Gestaltung: part | www.part.berlin

Spenden sind herzlich willkommen!

Spendenkonto:

Bank für Sozialwirtschaft

IBAN: DE14100205000001118800

BIC: BFSWDE33BER

Oder online über www.violence-prevention-network.de

f www.facebook.de/violencepreventionnetworkdeutschland

Diese Publikation erscheint im Rahmen des Projekts *Kompetenznetzwerk „Islamistischer Extremismus“ (KN:IX)* und wird gefördert durch das *Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend* im Rahmen des Bundesprogramms *„Demokratie leben!“*.



Gefördert vom



im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie *leben!*

Die Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung des *BMFSFJ* oder des *BAFzA* dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autor*innen die Verantwortung.

