

Terrorismus und soziale Medien – Propaganda und Gegenpropaganda

Christian Reuter, Katja Pätsch, Elena Runft

Institut für Wirtschaftsinformatik, Universität Siegen

Zusammenfassung

Der Terrorismus nutzt das Internet und insbesondere soziale Medien bereits seit einiger Zeit zur Rekrutierung neuer Mitglieder und zur Verbreitung ihrer Ideologie. Aber auch deren Gegner nutzen das Internet zur Terrorbekämpfung. Auch wenn es zum Einsatz sozialer Medien in Krisen bereits zahlreiche Veröffentlichungen gibt, wurde deren Einsatz im Terrorismus, einer besonderen Art der Krise, insbesondere in der digitalen Terrorbekämpfung, noch weniger betrachtet. Dieser Artikel fasst im ersten Teil den Stand der Forschung in jenem Bereich zusammen. Im zweiten Teil stellt er eine explorative empirische Studie zur Terrorismusbekämpfung in sozialen Medien dar. Hierzu werden verschiedene, möglichst repräsentative Formen am Beispiel von Twitter analysiert und gegliedert. Ziel ist die Schaffung eines Überblicks, der weiteren Forschungsarbeiten als Grundlage dienen kann.

1 Einleitung und verwandte Arbeiten

Die Anschläge in Paris 2015 und in Belgien 2016 forderten nicht nur viele Opfer, sondern hatten auch weitreichende politische Folgen. Der sich zu den Anschlägen bekennende sogenannte Islamische Staat (IS) nutzt vorzugsweise soziale Medien zur Rekrutierung neuer Kämpfer und zur Werbung für seine Ideologie (Seib & Janbek, 2011). Aber auch deren Gegner nutzen die gleichen Kanäle zur Krisenkommunikation. Soziale Medien spielen demnach auf beiden Seiten eine große Rolle. Wir fragen uns, wie auf die Propaganda der Terroristen geantwortet wird. Twitter eignet sich nicht zuletzt aufgrund der Zugriffsmöglichkeiten gut, um eine derartige Analyse durchzuführen. Deshalb untersuchen wir in dieser Arbeit Tweets und Twitter-Accounts im Hinblick auf Anti-Terrormaßnahmen.

Neer und O’Toole (2014) haben die Nutzung sozialer Medien durch ISIS untersucht und betonen, dass diese als strategisches Tool genutzt werden, um für ihre Gewaltüberzeugungen zu begeistern. Die Propagandaziele, in deren Verbreitung sozialen Medien eine Schlüsselkompetenz zugeschrieben wird, reichen von externen Absichten wie der Verbreitung von Angst bis zu internen wie der Schaffung emotionaler Verbundenheit mit der Zielgruppe (Chatfield et al. 2015, 242). Jeberson und Sharma (2015) fokussieren sich auf die Ermittlung

Veröffentlicht durch die Gesellschaft für Informatik e.V. 2016 in
S. Franken, U. Schroeder, T. Kuhlen (Hrsg.):
Mensch und Computer 2016 – Kurzbeiträge, 4. - 7. September 2016, Aachen.
Copyright © 2016 bei den Autoren.
<http://dx.doi.org/10.18420/muc2016-mci-0209>

möglicher Methoden zur Identifizierung Terrorverdächtiger in sozialen Netzwerken, und Reuter et al. (2016) stellen dar, dass in Teilen der umstrittenen These des Verzichts auf Datenschutz zugunsten höherer Sicherheit im Kontext des Terrorismus zugestimmt wird. Cheong und Lee (2011) beschreiben, dass in Verbindung mit intelligenten Data-Mining-, Visualisierungs- und Filtermethoden diese Daten für Entscheidungsträger und die Behörden von großem Nutzen für schnelle Reaktion und Überwachung während eines solchen Szenarios werden könnten.

Weimann und Jost (2015, 384) erläutern, dass „die Analyse terroristischer Onlinekommunikation, wie sie auf den entsprechenden Social Media-Seiten quasi offen einsehbar ist, [kann] uns viel über die Denkweise von Terroristen, ihre Motivation, ihre Pläne und Ängste verraten“ könne. Statt einer strengeren Zensur radikaler Inhalte sollen demnach „terroristische Kommunikationsstrategien durch einen Mix aus technischen (Hacking) und vor allem psychologischen (Gegenpropaganda) Mitteln gestört werden. Auch Hussain und Saltman (2014) betonen in ihrer Arbeit, dass die generelle Zensur sogar kontraproduktiv sein kann und regen zu positiven Maßnahmen wie dem Ausbau von Inhalten gegen den Extremismus an. Ebenso schlussfolgert Gartenstein-Ross (2015, 5), dass die Schwächung der eindrucksvollen strategischen Kommunikationskampagne des IS ein signifikanter Sieg wäre. Aber Gegenpropaganda stammt nicht nur aus dem Ausland: Unter dem Stichwort „Anti IS Humor“ erläutert Al-Rawi (2016), dass nach der Veröffentlichung eines ISIS-Videos mit religiösem Gesang Hunderte von arabischen YouTubern begannen, es in lustige Tanzclips zu verwandeln. Saltman und Russell (2014) geben Anregungen des Entgegenwirkens, beispielsweise durch Fokussierung auf Präventivmaßnahmen, auch in Kombination mit (offline) Aufkläraktionen in Schulen, Universitäten oder Gefängnissen. Dies liefert uns einen Ausgangspunkt für unsere Analyse. Wir explorieren Gegenpropaganda und versuchen diese zu systematisieren.

2 Explorative Studie in Twitter – erste Einblicke

Wir beschränken uns in unserer Analyse der Gegenpropaganda auf Tweets und vergleichen Aussagen der Terroristen mit denen von beispielsweise der US-Regierung. Für unsere Analyse wenden wir eine qualitative Inhaltsanalyse an. Dies war nur durch die Verkleinerung des Datenmaterials von Twitter möglich. Auf Twitter finden sich zahlreiche Accounts und Hashtags, die sich dem Kampf gegen den Terror gewidmet haben. Begonnen haben wir unsere Recherche auf dem Account der US-Regierung @ThinkAgain_DOS. Von diesem Account aus haben wir viele weitere Hashtags und Accounts gefunden. Wir klassifizierten das im Februar und März 2016 gefilterte Material, indem wir mithilfe von Open Coding Kategorien erstellten, aus denen wir schließlich Beispiele auswählten und analysierten. Eine Limitation hierbei kann sein, dass somit kein repräsentatives Bild erreicht werden kann, was jedoch auch nicht das Ziel darstellt. Wir konnten die gefundenen Posts, Hashtags und Accounts den Kategorien (I) Aufklärung, (II) Parodie/Satire und (III) Hacking zuordnen. Innerhalb der Kategorien können wiederum Unterkategorien gebildet werden. Im Folgenden sollen diese untersucht und jeweils exemplarische Beispiele daraus analysiert werden.

Kategorie I: Aufklärung umfasst Versuche, der terroristischen Propaganda mit Logik zu antworten, um sie so außer Kraft zu setzen. Eine bekannte Methode stellt die Verbreitung und Kommentierung aktueller Veröffentlichungen zum Thema dar. Im @ThinkAgain_DOS Tweet verbreiten und kommentieren sie einen Artikel (Abbildung 1), der einen weiterführenden Link zu einem Bericht über britische Imame enthält, die sich im Irak über den Kampf gegen die ISIS informieren. Dies geschieht in der Hoffnung, dass die Imame ihre Eindrücke aus dem Irak zu Hause verbreiten und so der weiteren Radikalisierung entgegenwirken können. Ein anderer Ansatz wird von @AverageMohamed gewählt. Er produziert Cartoons, die zum Ziel haben, Jugendliche durch Aufklärung vor Radikalisierung zu schützen. Er wirbt für Vielfalt und Toleranz und erklärt diese zu Bestandteilen des Islams, um den Argumenten der Extremisten entgegenzuwirken, es sei Allahs Wille alle Ungläubigen zu töten.



Abbildung 1 Tweet von @ThinkAgain DO

Kategorie II: Parodie und Satire umfasst eine komisch-satirische Nachahmung. Das Hacker-Netzwerk Anonymous erklärte den 11. Dezember zum „ISIS Trolling Day“ und rief auf der Webseite Ghostbin dazu auf, die satirische Stärke des Internets zu nutzen, um Memes und Cartoons zu posten, die den IS ins Lächerliche ziehen. Unter den Hashtags #TrollingISIS und #TrollingDay wurde eine Flut modifizierter ISIS Bilder gepostet. Ein beliebtes Element, das sich schnell verbreitete, war das Ersetzen der Köpfe von den ISIS-Kämpfern durch gelbe Quacksalber-Köpfe. Statt Waffen halten die Kämpfer Klobürsten in die Luft (Abbildung 2). Eine weitere beliebte Darstellung ist der ISIS in Verbindung mit Homosexualität. Der Twitter-Account ISIS_Karaoke agiert nach dem Motto „dropping songs, not bombs“ und versehrt Fotos von IS-Kämpfern mit Zeilen aus bekannten Pop-Songs. Hintergrund dazu ist das neuerliche Musikverbot des IS in Raqqa, der Hauptstadt des sogenannten Kalifats.



Abbildung 2: #TrollingDay

Kategorie III: Hacking stellt eine weitere Kategorie der Terrorismusbekämpfung dar. Nach den Pariser Anschlägen im November 2015 haben sich Hacker, auch außerhalb von Anonymous, weltweit dem Kampf gegen ISIS in den sozialen Netzwerken verschrieben. Abbildung 3 zeigt den Tweet von @Operation_ISIL vom 16.03.2016. Er listet Hashtags auf, welche zu ähnlichen Themen führen und ein Word Dokument mit einer Reihe von Accounts, die unschädlich gemacht wurden. Es besteht für jeden die Möglichkeit, sich am Kampf gegen extremistische Gruppen zu beteiligen. Hierfür werden unter entsprechender Anleitung alle User aufgefordert, auffällige Accounts zu melden. Es stellt zwar keine zentrale Zensur dar, hat jedoch ähnliche Auswirkungen.

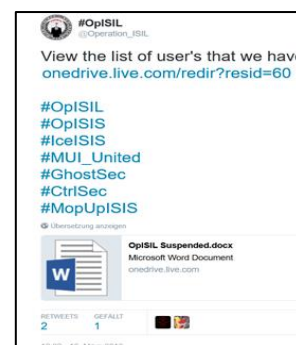


Abbildung 3: Tweet von @Operation_ISIL

3 Diskussion und Zwischenfazit

Insgesamt fiel im Rahmen der Studie überraschenderweise auf, dass die vermeintlich privaten User wesentlich produktiver sind, als offizielle Accounts. Möglicherweise liegt dies daran, dass von offizieller Seite mehr verdeckt gearbeitet wird. Die Twitter-Nutzer bekämpfen mit Strategien der Gegenpropaganda, wie beispielsweise Satire, den gemeinsamen Feind IS. Parodistische Bildbearbeitungen erfreuen sich großer Beliebtheit im Netz und animieren offenbar zum Mitmachen. Einerseits reagieren Terroristen mit extremen Drohungen auf die bearbeiteten Bilder und den damit einhergehenden Spott, andererseits gilt auch für den IS, dass jede Beachtung und Verbreitung gut ist. Die aufklärerische Arbeit findet ebenfalls Beachtung, jedoch erhält sie bei Weitem nicht so viel Aufmerksamkeit, wie die satirische Herangehensweise. Betrachtet man die auf Twitter aufgetretenen Phänomene, die wir in diesem Kurzbeitrag in (I) Aufklärung, (II) Parodie und Satire sowie (III) Hacking klassifiziert haben, wird deutlich, dass eine Maßnahme allein nicht erfolgversprechend ist. Aufklärung ist schlussendlich das Einzige, was vermeintliche Lügen der Terroristen aufzudecken vermag, aber sie muss glaubwürdig kommuniziert werden. Mit Hilfe des Hackings oder der Parodie und Satire erhalten die Twitter-Nutzer die Möglichkeit, als Einheit gegen die Terroristen vorzugehen. So ist es auch möglich, dem Gefühl der Hilflosigkeit angesichts des mächtigen Feindes entgegenzuwirken. Die Resonanz für Satire ist da, aber die Gegenmaßnahmen müssen darüber hinausgehen.

Literaturverzeichnis

- Al-Rawi, A. (2016). Anti-ISIS Humor: Cultural Resistance of Radical Ideology. *Politics, Religion & Ideology*, 7689 (May), 1–17. doi:10.1080/21567689.2016.1157076
- Chatfield, A. T., Reddick, C. G., & Brajawidagda, U. (2015). Tweeting propaganda, radicalization and recruitment: Islamic state supporters multi-sided twitter networks. In *Proc. DGR* (pp. 239–249). New York, ACM Press.
- Cheong, M., & Lee, V. (2011). A microblogging-based approach to terrorism informatics: Exploration and chronicling civilian sentiment and response to terrorism events via Twitter. *ISF*, 13(1), 45–59.
- Gartenstein-Ross, D. (2015). Social Media in the Next Evolution of Terrorist Recruitment. *Hearing before the Senate Committee on Homeland Security & Governmental Affairs, Foundation for Defense of Democracies*.
- Hussain, G., & Saltman, E. M. (2014). *Jihad Trending: A Comprehensive Analysis of Online Extremism and How to Counter it*. Quilliam.
- Jeberson, W., & Sharma, L. (2015). Survey on counter Web Terrorism. *COMPUSOFT, An international journal of advanced computer technology*, 4(5), 1744–1747.
- Neer, T., & O’Toole, M. E. (2014). The Violence of the Islamic State of Syria (ISIS): A Behavioral Perspective. *Violence and Gender*, 1(4), 145–156. doi:10.1089/vio.2014.0037
- Reuter, C., Geilen, G., & Gellert, R. (2016). Sicherheit vs. Privatsphäre: Zur Akzeptanz von Überwachung in sozialen Medien im Kontext von Terrorkrisen. In *Informatik 2016*. Klagenfurt: LNI.
- Saltman, E. M., & Russell, J. (2014). *White Paper – The role of prevent in countering online extremism*. Quilliam.
- Seib, P., & Janbek, D. M. (2011). *Global Terrorism and New Media: The post-Al Qaeda Generation*. New York.
- Weimann, G., & Jost, J. (2015). Neuer Terrorismus und Neue Medien. *Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik*, 8(3), 369–388. doi:10.1007/s12399-015-0493-5.