

facebook

INSTITUTE *for*
STRATEGIC DIALOGUE

INITIATIVE
FÜR
ZIVILCOURAGE
ONLINE

INITIATIVE FÜR
ZIVILCOURAGE ONLINE:
**INFORMATIONSPAKET
ZUM THEMA GEGENREDE**



ZIELSETZUNG UND MOTIVATION DER INITIATIVE FÜR ZIVILCOURAGE ONLINE

Dieses Informationspaket beinhaltet erste Ideen und praktische Tipps für gemeinnützige Organisationen und Aktivisten der Zivilgesellschaft, deren Ziel es ist, Hassrede und Extremismus im Internet entgegenzutreten. Weitere Informationen dazu, wie Kampagnen zur Gegenrede oder zielgerichtete Gegen-Narrative (engl.: counter-narrative) entwickelt und konzipiert werden können, finden Sie auf der Website

www.counternarratives.org.

Darüber hinaus werden auf der Facebook-Seite der Initiative für Zivilcourage Online www.facebook.com/onlinecivildcourage regelmäßig Beispiele veröffentlicht.

Was ist die Initiative für Zivilcourage Online?

Die Initiative für Zivilcourage Online (engl.: Online Civil Courage Initiative, OCCI) ist eine europäische Initiative, die es sich zum Ziel gesetzt hat, Hassrede und Extremismus im Internet zu bekämpfen. Gegründet wurde die Initiative von Facebook zusammen mit dem Institute for Strategic Dialogue (ISD), welches auch die Leitung innehat, dem International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence (ICSR) und der Amadeu Antonio Stiftung. Indem sie die Expertise der gemeinnützigen Organisationen, der Zivilgesellschaft, der Kreativbranche und der Wissenschaft nutzt, vereint die Initiative die verschiedenen Tätigkeitsbereiche aller Beteiligten, um neue Partnerschaften und positive Kampagnen voranzutreiben.

Was ist das Ziel der Initiative für Zivilcourage Online?

Das Ziel der Initiative für Zivilcourage Online ist es, die von Organisationen und Aktivisten gezeigte Zivilcourage zu unterstützen. Wir glauben, dass Gegenrede stärker als Zensur ist, insbesondere wenn es darum geht, vorurteilbehaftete und einseitige Meinungen und Stimmen nachhaltig zu verändern. Wir wollen, dass Kampagnen, die positive Dialoge und Debatten anregen, stärker wahrgenommen werden.

Diese Ziele möchte die Initiative für Zivilcourage Online wie folgt erreichen:

1. Online-Unterstützung für europäische NGOs und Aktivisten, die Online-Extremismus und Hassrede bekämpfen
2. Entwicklung von wirksamen Vorgehensweisen für gemeinnützige Organisationen und für die Zivilgesellschaft, um auf Online-Extremismus und Hassrede zu reagieren
3. Unterstützung bei der Erforschung der Zusammenhänge zwischen Gesprächen und Diskussionen im Internet und Offline-Aktivitäten, um besser zu verstehen, wie Gegenrede am effektivsten gestaltet werden kann

Das Handbuch zum Thema Gegenrede der Initiative für Zivilcourage Online besteht aus zusammengefassten Informationen und Inhalten aus „The Counter-Narrative Handbook“, das vom Institute for Strategic Dialogue herausgegeben wurde (2016).

Warum jetzt?

Wir beobachten, dass eine Reihe von extremistischen Gruppen soziale Medien einsetzt, um neue Mitglieder zu finden, zu radikalisieren, zu rekrutieren und zu mobilisieren. Wir sind der festen Überzeugung, dass es unsere Pflicht ist, darauf zu reagieren und dass die Verbindungen, die Extremisten nutzen, um die für ihre Propaganda empfänglichen Menschen zu erreichen, unterbrochen werden müssen. Hassrede und gewalttätige extremistische Aktivitäten verschiedener Art und Weise verbreiten sich zunehmend in ganz Europa und führen dazu, dass eine Reaktion der Zivilgesellschaft wichtiger denn je ist.

Was ist Gegenrede?

Der Begriff Gegenrede bezieht sich auf Reaktionen oder Inhalte, die geschaffen werden, um im Internet verschiedenen Formen von Extremismus oder Hassrede entgegenzutreten. Innerhalb des Bereichs der „Gegenrede“ sind Gegen-Narrative ein Werkzeug, um gegen Ideologien, Argumentationen und Geschichten von gewalttätigen Extremisten vorzugehen. Die Aufgabe eines Gegen-Narratives ist es, extremistische Botschaften zu diskreditieren, zu zerlegen und zu entmystifizieren. Dies kann geschehen, indem logische oder sachliche Argumente oder aber auch Satire und Humor genutzt werden. Sie können konkret oder differenziert sein, direkt oder indirekt, ganz so wie die Person oder Gruppe, die diese entwickelt, dies möchte.

PLANUNG EINER KAMPAGNE ZUR GEGENREDE

Die Planung einer Kampagne zur Gegenrede kann auf der Beantwortung von vier Fragen basieren:

- Welche Zielgruppe soll mit der Kampagne erreicht werden?
- Was ist die zentrale Kampagnenbotschaft?
- Wie wird diese Botschaft präsentiert?
- Wer wird der Botschafter oder die Stimme der Kampagne?

Zielgruppe: Mit Hilfe von Kampagnen kann mehr als eine Zielgruppe erreicht werden. Allerdings ist es wichtig, dass dies nicht zu ambitioniert geschieht und die Zielgruppe nicht zu breit ist. Kampagnen zeichnen sich durch eine klare Fokussierung aus, was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass ein positives Engagement und eine hohe Wirksamkeit erzielt werden.

Botschaft: Sobald die Zielgruppe definiert wurde, sollte eine „Geschichte“ für sie entwickelt werden. Erfolgreiche Botschaften bieten Inhalte zum Nachdenken und Überlegen. Es gibt verschiedene Arten von Botschaften, die Kampagnen einsetzen können, z. B. sachliche, emotionale, satirische oder positive.

Kanal: Sobald die Botschaft festgelegt wurde, werden die Inhalte der Kampagne erstellt. Bei der Auswahl des Kanals sollte man sich überlegen, wo man die Zielgruppe am Besten erreicht und wie. Wenn die Zielgruppe beispielsweise Facebook nutzt, dann sind Videos eine gute Möglichkeit, um Interesse zu wecken. Kampagnen zur Gegenrede können auch mehrere Medien nutzen, z. B. Videos, Texte, Bilder, Online-Literatur, Tonaufnahmen oder Comics.

Botschafter: Der Botschafter muss für die Zielgruppe glaubwürdig sein. Bei Kampagnen sollte berücksichtigt werden, wem die Zielgruppe vertraut, wer sie inspiriert und wem sie zuhört. Hier kann es sich z. B. um ehemalige Extremisten, Überlebende von extremistischen Anschlägen, angesehene Organisationen oder Stiftungen, für die Zielgruppe relevante Projekte oder einflussreiche und angesehene Führungspersonlichkeiten oder Aktivisten aus den Bereichen Religion, Gemeinschaft oder Jugend handeln.

ZIELSETZUNGEN & ZIELVORGABEN

Realistische Zielsetzungen helfen dabei, den Fokus einer Kampagne nicht zu verlieren und unterstützen außerdem die Wirksamkeit einer Kampagne zu evaluieren. Bei **Zielsetzungen** handelt es sich quasi um Leitlinien für eine Kampagne. Diese sorgen dafür, dass das ursprüngliche Ziel nicht aus den Augen verloren wird, z. B. die Personen davon abzuhalten, sich rechts-extremen oder islamistischen Gruppen anzuschließen. **Zielvorgaben** erläutern, wie Ziele erreicht werden können und bieten konkrete Anhaltspunkte dafür, was erreicht werden soll, z. B. 1.000 Personen, die von Radikalisierung bedroht sind, mit Gegen-Narrativen anzusprechen sowie die Durchführung von zwei öffentlichen Aufklärungsworkshops, die darauf abzielen, extremistische Propaganda zu bekämpfen.

REAKTION UND EINBINDUNG WÄHREND EINER KAMPAGNE

Um den Dialog zu fördern, ist es wichtig, den Menschen zu antworten, die mit einer Kampagne interagieren. Dies erhöht zudem die Chance, dass die Kampagne organisch mit den richtigen Personen geteilt wird.

Zu wissen, wie Kommentare zu Inhalten der Kampagne eingestuft werden, kann dabei helfen, einzuschätzen, welche Art von Reaktion notwendig ist. Es gibt die Möglichkeit, mit Kommentaren oder geposteten Inhalten zu interagieren, sie zu ignorieren, zu verstecken oder zu löschen – je nachdem, um welche Art von Kommentar es sich handelt. Eine nützliche Methode ist es, Kommentare in vier Arten zu unterteilen:

unterstützend, konstruktiv, negativ und antagonistisch. Diese schließen sich nicht zwingend gegenseitig aus, so dass auf einen Kommentar mehr als nur eine Kategorie zutreffen kann. Die untere Grafik zeigt mögliche Reaktionen auf, je nachdem unter welche Kategorie bzw. welche Kategorien ein Kommentar fällt. Das „X“ kennzeichnet die Kategorie, auf die ein Kommentar zutrifft. Die Arten der Interaktion werden wie folgt eingeteilt: „Gefällt mir“-Angabe für einen Kommentar, Kommentar ignorieren, positive Reaktion, informative Reaktion, energische und informative Reaktion sowie Kommentar verstecken oder löschen.

KATEGORIE DES KOMMENTARS

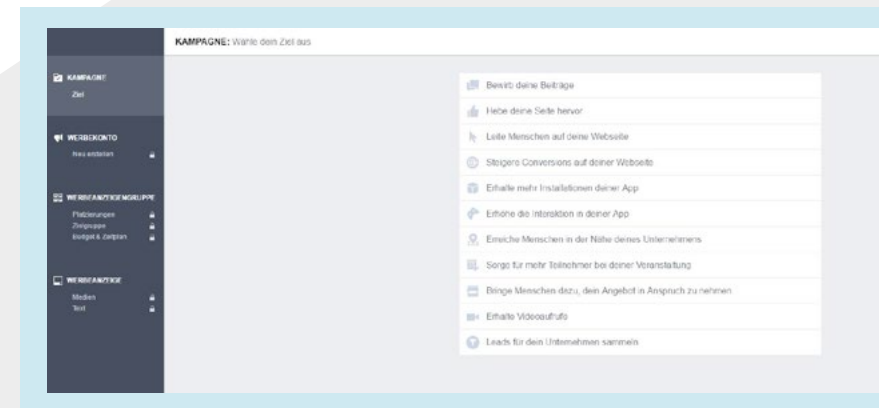
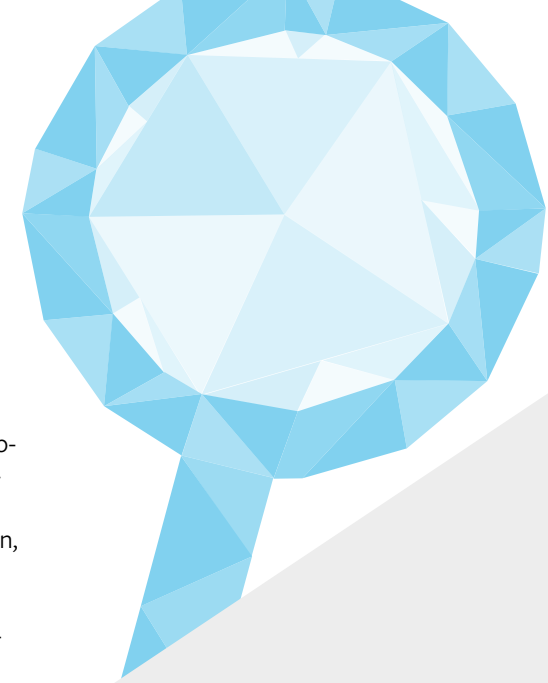
UNTERSTÜTZEND	NEGATIV	KONSTRUKTIV	ANTAGONISTISCH	INTERAKTION
X	O	O	O	„Gefällt mir“ oder ignorieren
X	O	X	O	Positiv
O	X	X	O	Informativ
O	O	X	O	Positiv und informativ
O	X	X	X	Energisch und informativ
O	O	O	X	Ignorieren, verstecken oder löschen

Zusätzlich zu der Kategorisierung von Kommentaren kann es hilfreich sein, vorformulierte Antworten auf Fragen zur Kampagne oder zu den einzelnen Botschaften vorzubereiten. Dies ist besonders dann nützlich, wenn Kampagnen viel Aufmerksamkeit erfahren oder die Organisationen/Aktivisten nur über eingeschränkte Kapazitäten verfügen.

REICHWEITENSTEIGERUNG AUF FACEBOOK

Welche Ergebnisse können von gezielter Werbung erwartet werden?

Mit Hilfe des richtigen Targetings kann eine Organisation davon ausgehen, dass sie eine größere Zielgruppe und neue Personengruppen erreicht, die an ihrer Organisation interessiert sind. Abhängig von der Zielsetzung kann die Werbung darauf zugeschnitten sein, Aufmerksamkeit für die Organisation und deren Kampagnen zu generieren oder die Interaktion mit den Inhalten der Organisation zu erhöhen.



Was sind „Targeting-Kriterien“?

Bei den sogenannten „Targeting-Kriterien“ handelt es sich um die Eigenschaften der Mitglieder einer Zielgruppe, die mit einer Kampagne erreicht werden soll. Dies umfasst Kriterien wie z. B. Alter, Geschlecht, Standort, Sprache, Interessen und Menschen, die bei bestimmten Seiten „Gefällt mir“ geklickt haben. Je spezifischer die Kriterien sind, desto kleiner ist die potenzielle Zielgruppe. Allerdings ist auch die Wahrscheinlichkeit höher, genau die Menschen zu erreichen, die am Inhalt einer Anzeige interessiert sind. Statt eine Werbeanzeige an alle 16-Jährigen, die in Berlin leben, auszuspielen, könnte sich eine Kampagne an alle 16-Jährigen, die in Berlin leben, die Deutsch sprechen und die Seiten von bestimmten Organisationen mögen, richten.

Unterstützung durch die Initiative für Zivilcourage Online

Als Teil der Initiative für Zivilcourage Online will Facebook gemeinnützige Organisationen und Aktivisten in Europa, die Online-Kampagnen mit einem begrenzten Budget durchführen, stärker unterstützen. Organisationen, die daran arbeiten, Online-Extremismus zu bekämpfen, können direkt über die Facebook-Seite der Initiative www.facebook.com/onlinecivildcourage Kontakt aufnehmen. Das Anliegen der Initiative für Zivilcourage Online ist es, das Netzwerk auszubauen und eng mit Aktivisten im Bereich Gegenrede zusammenzuarbeiten, um deren Bemühungen und Projekte zu fördern. Wir würden solche Initiativen gerne auf der Facebook-Seite unserer Initiative vorstellen, um die Aufmerksamkeit für die Projekte und deren Wirksamkeit erheblich zu steigern.

EVALUIERUNG DEINER GEGENREDE

Dies ist eine Leitlinie für die Evaluierung des Erfolgs einer Online-Kampagne zum Thema Gegenrede in Hinsicht auf Zielsetzungen und Zielvorgaben. Zu verstehen, wie die Zielgruppe auf eine Botschaft, das Medium und den Botschafter reagiert hat, hilft dabei, neue Ideen und Kampagnen zu entwickeln.

Es gibt drei wesentliche Kriterien, die die Grundlage für eine Evaluierung bilden. Dies sind: **Aufmerksamkeit, Interaktion** und **Wirksamkeit**. Diese Kriterien basieren auf Kennzahlen, die für quantitative und qualitative Analysen verfügbar sind. Die Kombination von numerischen Daten und Aussagen von Testimonials erlauben einen umfassenden Evaluierungsprozess für Kampagnen rund um Gegenrede.

Evaluierungskriterien: Aufmerksamkeit

Das Aufmerksamkeitskriterium ist notwendig, um den Erfolg der Kampagne in Bezug auf das Erreichen der Zielgruppe zu bewerten. Eine bestimmte Zielgruppe erfolgreich mit Inhalten zu erreichen ist keine einfache Aufgabe. Die Evaluierung der Targeting-Kriterien einer Werbeanzeige wird gebraucht, wenn Organisationen nachweisen wollen, dass sie bei Gegenrede-Kampagnen effektiv sind. Die Kennzahlen für die Messung von Aufmerksamkeit sind:

Reichweite: Wie vielen Nutzern wurden die Kampagneninhalte gezeigt

Evaluierungskriterien: Interaktion

Die Evaluierung der Interaktion der Nutzer zeigt, wie gut die Inhalte bei der erreichten Zielgruppe angekommen sind. Die Beurteilung der Quantität der Interaktion bietet die Möglichkeit, den Erfolg von bezahlter Werbung bei der Steigerung der Interaktion der Nutzer mit der Organisation zu analysieren. Dies kann bei der Erstellung von zukünftigen Werbeanzeigen hilfreich sein. Die Kennzahlen zur Messung von Interaktion sind:

Kommentare: Wenn ein Nutzer einen Kommentar zu einem Beitrag oder Inhalt schreibt

„Gefällt mir“-Angaben: Wenn ein Nutzer bei einem Beitrag, Video, Bild oder einer Seite „Gefällt mir“ klickt

Geteilte Inhalte: Wenn ein Nutzer einen Beitrag oder Inhalt mit den eigenen Facebook-Freunden und -Abonnenten teilt

Nachrichten: Wenn ein Nutzer eine Organisation direkt anschreibt

Impressionen: Wie oft die Kampagneninhalte einem Nutzer gezeigt wurden

Videoaufrufe: Wie oft der Videoinhalt angesehen wurde

Verweildauer bei Videos: Wie lange die Videoinhalte von den Nutzern angesehen wurden

Evaluierungskriterien: Wirksamkeit

Die Beurteilung des Erfolgs von Kampagnen, die darauf ausgerichtet sind, Online-Extremismus zu bekämpfen, ist ein komplexes Unterfangen. Es ist hierbei wichtig herauszufinden, wann und wie Nutzer von den Inhalten beeinflusst wurden, um so zu verstehen, wie und warum eine Kampagne zur Bekämpfung von gewalttätigem Extremismus funktioniert. Die Kennzahlen zur Messung der Wirksamkeit sind:

Anhaltende konstruktive Interaktion: Wenn ein Nutzer mehr als ein Mal auf positive oder konstruktive Weise Kommentare oder Nachrichten schreibt

Anhaltende antagonistische Interaktion: Wenn ein Nutzer mehr als ein Mal auf negative oder abfällige Weise Kommentare oder Nachrichten schreibt

Kommentar-Kodierung: Einstufung der Kommentare und Nachrichten in: unterstützend, negativ, konstruktiv, antagonistisch und ohne Zusammenhang

Die Initiative für Zivilcourage Online freut sich darauf, mit gemeinnützigen Organisationen und Aktivisten zusammenzuarbeiten, um bereits existierende und zukünftige Projekte zu unterstützen und so Hassrede und Online-Extremismus entgegenzutreten. Wenn Sie uns auf Ihre Arbeit aufmerksam machen oder mehr über unsere Initiative erfahren möchten, dann treten Sie bitte über die Facebook-Seite www.facebook.com/onlinecivildcourage mit uns in Kontakt.

Institute for Strategic Dialogue

Das Institute for Strategic Dialogue (ISD) ist ein unabhängiges „Think and Do Tank“, das mit Führungspersönlichkeiten in der Politik, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Wissenschaft zusammenarbeitet, um länderübergreifende Antworten auf die geostrategischen, sozialen und sicherheitsrelevanten Herausforderungen unserer Zeit zu finden.

Mit der Kombination von Arbeit in Forschung und Politikberatung mit innovativen Lieferprogrammen, spezialisierten Arbeitsgruppen, bereichsübergreifenden Partnerschaften und Netzwerken arbeitet das ISD daran, Extremismus weltweit zu bekämpfen, interkommunale Gräben zu überbrücken und die Fähigkeit Europas, effektiv in der weltweiten Arena zu agieren, zu verbessern.

International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence

Das International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence (ISCR) ist eine unabhängige, überparteiliche Organisation, die Forschungsarbeiten durchführt, um die Öffentlichkeit zu informieren und politische Entscheidungsträger und Praktiker dabei zu unterstützen, intelligenter Lösungen beim Umgang mit Radikalisierung und politischer Gewalt zu finden.

Amadeu Antonio Stiftung

Die Amadeu Antonio Stiftung ist eine unabhängige, gemeinnützige Organisation, deren Ziel es ist, die demokratische Zivilgesellschaft zu stärken und Neonazismus, Fanatismus und Hass in Deutschland zu bekämpfen. Seit ihrer Gründung im Jahr 1998 hat die Stiftung diesem Ziel folgend mehr als 850 Projekte und Kampagnen gefördert. Sie bietet direkte Unterstützung für die Opfer von hassmotivierter Gewalt und fördert alternative Jugendkulturen und Gemeindefnetzwerke, um die sozialen Strukturen zu schwächen, die Intoleranz und Rassismus brauchen, um fortzubestehen.



INITIATIVE FÜR ZIVILCOURAGE ONLINE:
**INFORMATIONSPAKET ZUM THEMA
GEGENREDE**

facebook

INSTITUTE *for*
STRATEGIC DIALOGUE

INITIATIVE
FÜR
ZIVILCOURAGE
ONLINE