

A-IV. Online+-Anhang Kapitel 6 (Experimentalstudie)

(1) Anschreiben Schulen



LMU · IfKW · Oettingenstraße 67 · 80538 München

Prof. Dr. Carsten Reinemann
Telefon +49 (0)89 2180-9412

reinemann@ifkw.lmu.de

www.ifkw.lmu.de

Postanschrift:
Oettingenstraße 67
80538 München

[Herr/Frau]
[Titel] [Vorname] [Nachname]
[Schule]
[Straße]

[PLZ] [Ort]

München, den 19.05.2017

Einladung zur Schüler-Info-Veranstaltung „Clever im Netz“ an der LMU München

Sehr [geehrte/r] [Geschlecht] [Titel] [Nachname],

in den vergangenen Jahren haben extremistische Gruppen ihre Bemühungen intensiviert, Jugendliche über das Internet zu erreichen. Angesichts dieser Entwicklung laden wir Münchner Schülerinnen und Schüler der 8., 9. und 10. Klassen mit ihren Lehrerinnen und Lehrern zu einer Reihe von **Info-Veranstaltungen an der LMU München** ein. Diese sollen dazu dienen, Jugendliche für das Thema Extremismus im Netz zu sensibilisieren, indem Strategien entsprechender Gruppen aufgezeigt werden. Geleitet werden die jeweils etwa einstündigen Veranstaltungen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des **Instituts für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München**.

Eingebunden ist die im Juli stattfindende Veranstaltungsreihe in ein Forschungsprojekt, das derzeit am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung in Kooperation mit der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) durchgeführt wird. Das Projekt untersucht den Kontakt von Jugendlichen mit Online-Extremismus. Deshalb wollen wir die teilnehmenden Schülerinnen und Schüler zu Beginn der Veranstaltung kurz u.a. zu ihrer Mediennutzung und ihrer Medienkompetenz befragen. Diese Befragung ist nach Auskunft des Bayerischen Kultusministeriums vom 8.5.2017 nicht genehmigungspflichtig, da „die Erhebung [...] weder in einen Unterricht eingebunden ist und auch nicht als schulische Veranstaltung deklariert wird“. Die Auswertung der erhobenen Daten erfolgt selbstverständlich völlig anonym und ohne Bezug zu den einzelnen teilnehmenden Schulen.

Auf der nächsten Seite finden Sie eine Übersicht über die **Termine**, zu denen die Info-Veranstaltungen stattfinden. Alle Termine liegen am Vormittag während der Unterrichtszeit. Wir würden uns dennoch sehr freuen, wenn eine oder mehrere Ihrer 8., 9. oder 10. Klassen Interesse hätten, zu einem dieser Termine zu uns in die Oettingenstraße 67 in München zu kommen. Ihre Schülerinnen und Schüler haben dabei auch die Möglichkeit, einen **Einblick in Forschung und Lehre** an einer Universität zu bekommen.

Dienstgebäude
Oettingenstraße 67
80538 München

Öffentliche Verkehrsmittel
Bus/Tram Haltestelle Tivoli

Für eine entsprechende Rückmeldung **bis spätestens zum 31.5.2017** wären wir Ihnen sehr dankbar. Bitte teilen Sie uns dabei (a) den gewünschten Termin, (b) die Zahl der Schülerinnen und Schüler, (c) die Klassenstufe und (d) die Kontaktdaten der begleitenden Lehrperson mit. Sie erreichen uns per Email unter reinemann@ifkw.lmu.de oder per Telefon unter 089 - 2180 9412. Wir melden uns umgehend, um den Termin zu bestätigen.

Wenn sich Klassen Ihrer Schule für die Teilnahme entscheiden, stellen wir Ihnen selbstverständlich weitere Informationen sowie **ein Lehrer- und ein Eltern-Informationsblatt** (inkl. Einwilligungserklärung) zu Verfügung. Sollten Sie weitere Fragen haben, wenden Sie sich jederzeit an mich.

Mit freundlichen Grüßen und herzlichem Dank

Prof. Dr. Carsten Reinemann

Mögliche Termine für die Info-Veranstaltung „Clever im Netz“

Termin 1: Montag, 3. Juli 2017: 8:30 – 9:30 Uhr

Termin 2: Freitag, 7. Juli 2017: 8:30 – 9:30 Uhr

Termin 3: Freitag, 7. Juli 2017: 10:00 – 11:00 Uhr

Termin 4: Montag, 10. Juli 2017: 8:30 – 9:30 Uhr

Termin 5: Freitag, 14. Juli 2017: 8:30 – 9:30 Uhr

Termin 6: Freitag, 14. Juli 2017: 10:00 – 11:00 Uhr

Termin 7: Montag, 17. Juli 2017: 8:30 – 9:30 Uhr

Termin 8: Freitag, 21. Juli 2017: 8:30 – 9:30 Uhr

Termin 9: Freitag, 21. Juli 2017: 10:00 – 11:00 Uhr

Weitere Informationen zum Forschungs- und Lehrbereich Reinemann an der LMU

<http://www.ifkw.uni-muenchen.de/lehrbereiche/reinemann/index.html>

<https://de-de.facebook.com/Prof.Reinemann>

(2) Fragebogen Experimentalstudie (Version A-1)



Hallo und herzlich willkommen!

Vielen Dank, dass Du an unserer Befragung teilnimmst. Sie ist Teil eines **Forschungsprojekts** der Universität München. Alle Deine Angaben werden **vertraulich** behandelt und **anonym** ausgewertet. Niemand wird wissen, was Du geantwortet hast.

Wichtig ist:

- Das ist **kein Test!** Es gibt **keine Noten!** Wir sind nur an **Deiner Meinung** interessiert.
- Antworte einfach spontan, ehrlich und ohne lange über die Antwort nachzudenken.
- Wenn Du etwas nicht verstehst, dann melde Dich und wir kommen zu Dir.
- Wenn Du eine Frage nicht beantworten willst, dann lass' sie einfach aus.
- Die Befragung ist **freiwillig!**

Bitte kreuze jetzt an: Hast Du verstanden, ...

- | | |
|--|-----------------------------|
| ...dass Deine Daten anonym ausgewertet werden? | ja <input type="checkbox"/> |
| ...dass Deine Teilnahme freiwillig ist? | ja <input type="checkbox"/> |
| ...dass Du Fragen auslassen kannst, die Du nicht beantworten willst? | ja <input type="checkbox"/> |
| ...dass Du die Befragung jederzeit beenden kannst? | ja <input type="checkbox"/> |

So, jetzt geht es los. Vielen Dank für Deine Mitarbeit!

Das Projektteam

Bitte hier die

Nummer


aufkleben!

LMU München
Oettingenstraße 67 A
80538 München

1. **Wie häufig nutzt Du folgende soziale Netzwerke und Internet-Angebote? Kreuze bitte an, was zutrifft.**

Wie häufig nutzt Du...?	nie	weniger als einmal pro Monat	mehrma ls pro Monat	mehrma ls pro Woche	täglich	mehrmals täglich
...WhatsApp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...YouTube	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. **Nun geht es nochmal um das Internet. Wie sehr treffen folgende Aussagen auf Dich zu? Wenn eine Aussage „überhaupt nicht“ auf Dich zutrifft, kreuze bitte ganz links an. Wenn eine Aussage „voll und ganz“ auf Dich zutrifft, kreuze bitte ganz rechts an. Mit den Kästchen dazwischen kannst Du Dein Urteil abstufen.**

	Trifft überhaupt nicht zu		Trifft voll und ganz zu
Ich kann gut einschätzen, wie glaubwürdig Informationen im Internet sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist mir egal, wer meine privaten Daten im Internet sieht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn ich auf problematische Inhalte im Internet stoße, weiß ich nicht, mit wem ich darüber sprechen kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin gut informiert, wie man Privates in sozialen Netzwerken schützt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. **Wie stark interessierst Du Dich ganz allgemein für das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt?**

Für das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt interessiere ich mich...

gar nicht	wenig	mittel	stark	sehr stark
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Jetzt geht es um Medien allgemein: Wie häufig nutzt Du folgende Medienangebote, um Dich über das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt zu informieren?

Wie häufig nutzt Du...	nie	weniger als einmal pro Monat	mehrm als pro Monat	mehrm als pro Woche	täglich	mehrmals täglich
...Fernsehen, Radio oder Zeitungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...Internet-, Facebookseiten oder Apps von TV-Nachrichten oder Zeitungen (z.B. spiegel.de, Bild.de)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... Nachrichten, die Freunde in Sozialen Netzwerken oder Chats teilen (z.B. WhatsApp, Facebook)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Es kommt immer wieder vor, dass Menschen wegen ihrer Religion, ihrer Herkunft, ihrer Hautfarbe oder anderer Eigenschaften Probleme haben. Uns interessiert, wie das bei Dir ist. Bist Du wegen Deiner Religion, Deiner Herkunft, Deiner Hautfarbe oder anderer Deiner Eigenschaften schon einmal...

... benachteiligt worden?	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>	weiß nicht <input type="checkbox"/>
... offline beleidigt worden (in der Schule, auf der Straße)?	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>	weiß nicht <input type="checkbox"/>
... online beleidigt worden (im Internet, in einem Chat)?	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>	weiß nicht <input type="checkbox"/>
... körperlich angegriffen worden?	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>	weiß nicht <input type="checkbox"/>

**Auf der nächsten Seite siehst Du ein Bild mit Text,
wie man es im Internet sehen kann.**

**Stell Dir bitte vor, Du stößt im Internet
zufällig auf dieses Bild.**

**Schau' Dir Bild und Text in Ruhe an
und blättere dann weiter.**


Bei den Fragen danach geht es immer um Bild und Text!

Wichtig: Nach dem Bild bitte nicht wieder zurückblättern!




**Wichtig: Jetzt bitte nicht mehr zum Bild oder
den vorherigen Fragen zurückblättern!**

6. **Wie fühlst Du Dich, nachdem Du das Bild gesehen hast? Bitte kreuze an, was zutrifft und was nicht.**

Nachdem ich das Bild gesehen habe, bin ich...	Trifft überhaupt nicht zu  Trifft voll und ganz zu
... verärgert	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
... erfreut	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
...neugierig	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
... erleichtert	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
... besorgt	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
... nachdenklich	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>

7. **Wenn Du nochmal an das Bild von eben denkst: Wie sehr stimmst Du den folgenden Aussagen zu?**

	Stimme überhaupt nicht zu  Stimme voll und ganz zu
Das Bild sieht realistisch aus.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Ich finde das Bild witzig.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Ich finde das Bild cool.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Das Bild entspricht meiner Meinung.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Bilder mit dieser Aussage sehe ich häufiger im Internet.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>
Das Bild ist verletzend.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>

8. Oft sind Sachen im Internet ja nicht so einfach zu beurteilen. Wie ist das bei dem Bild von eben? Wir haben nochmal ein paar Aussagen dazu aufgelistet. Stimmt Du zu oder nicht?

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme voll und ganz zu	Weiß nicht
Ich weiß nicht, was ich von dem Bild halten soll.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Bild verbreitet politisch extreme Ansichten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Bild richtet sich gegen die Demokratie in Deutschland.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich verstehe das Bild irgendwie nicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Bild könnte Jugendliche negativ beeinflussen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Aussage des Bildes widerspricht den Ideen des Grundgesetzes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Bild verbreitet eine religiös extreme Ansicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Manchmal weiß man nicht so genau, wer hinter einem Bild im Internet steckt. Das kann man dann nur vermuten. Unten findest Du ein paar Vermutungen zu demjenigen, der das Bild von eben gepostet hat. Bitte kreuze an, für wie wahrscheinlich Du die Vermutungen hältst.

Vermutlich steckt hinter dem Bild jemand, ...	Sehr unwahrscheinlich	Sehr wahrscheinlich
... der eine andere Politik will.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... der sich für die Rechte anderer einsetzt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... der bloß witzig sein will.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... der gegen Demokratie ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... der politisch extrem ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... der religiös extrem ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... der Gewalt ok findet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


Stell' Dir bitte mal vor, einer Deiner Freunde oder Kontakte würde das Bild von eben teilen, z.B. bei Instagram oder im Klassenchat: Wie wahrscheinlich ist es, dass Du folgendermaßen reagieren würdest?

	Sehr unwahrsch einlich	Sehr wahrschei nlich
Wenn ein Freund/Kontakt das Bild teilen würde, dann würde ich...		
... das Bild auch teilen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...das Bild liken / positives Emoji posten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... das Bild dislikern / böses Emoji posten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... das Bild melden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... das Bild meinen Eltern / Lehrern zeigen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...den Freund/Kontakt blockieren/entfreunden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...das Profil von demjenigen anschauen, der das Bild ursprünglich gepostet hat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... einen ablehnenden Kommentar posten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Versuche Dich bitte nochmal zu erinnern, was Du eben auf dem Bild mit dem Text gesehen hast. Kreuze an, welche Beschreibungen auf das zutreffen, was Du wirklich gesehen hast! Aber nicht nochmal zum Bild zurückblättern...

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft voll und ganz zu
Das Bild wurde von einem <i>einzelnen</i> Nutzer gepostet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Bild wurde von einer <i>Gruppe</i> gepostet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zum Bild gab es einen kritischen Kommentar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ein Nutzer hat kommentiert, dass das Bild zu extrem wäre.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Bild wurde von einer <i>Gruppe</i> mit extremen Ansichten gepostet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auf dem Bild wurde zu Gewalt aufgerufen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auf dem Bild wurde dazu aufgerufen, sich mit allen Mitteln zu wehren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jetzt geht es darum, wie Du die Situation in Deutschland im Moment findest. Bitte kreuze an, ob Du den Aussagen zustimmst oder nicht.

	Stimme überhaupt nicht zu 	Stimme voll und ganz zu	weiß nicht
In Deutschland werden die Menschenrechte genauso beachtet wie früher.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich kann verstehen, wenn Menschen auch in Deutschland zu Gewalt greifen, um politische Ziele durchzusetzen.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Die Regierung schränkt die Rechte der Bürger immer mehr ein.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Muslime haben in Deutschland immer weniger Rechte.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Gegen die Ungerechtigkeit in Deutschland würde ich auch mit Gewalt kämpfen.	<input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/> — <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Wenn es um Politik oder Religion geht, dann werden manche Gruppen oder Organisationen als „**extremistisch**“ bezeichnet.

Unter Extremismus versteht man Einstellungen oder Aktivitäten, die sich **gegen die im Grundgesetz festgelegten Ideen und Werte** in Deutschland richten - also zum Beispiel gegen die Freiheit und die Gleichheit aller Menschen. Manche extremistischen Organisationen wollen ihre Ziele auch mit **Gewalt** durchsetzen.

Hast Du verstanden, was mit Extremismus gemeint ist?

ja ☐ nein ☐ weiß nicht ☐ (bitte trotzdem den Fragebogen weiter ausfüllen)

11. Wenn Du an die verschiedenen Medien unten denkst: Wie häufig bist Du dort in letzter Zeit auf solche extremistischen Einstellungen, Inhalte oder Botschaften gestoßen. Dabei spielt es keine Rolle, ob nur darüber berichtet wurde oder jemand diese direkt verbreitet hat.

Wie häufig hattest Du Kontakt mit Extremismus...	<i>nie</i>	<i>selten</i>	<i>manchmal</i>	<i>häufig</i>	<i>sehr häufig</i>	<i>nutze ich nicht</i>
...im Fernsehen, Radio oder Zeitungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...auf Online-Nachrichtenseiten oder -Apps (z.B. Bild.de, gmx.de)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...in Chatprogrammen (z.B. WhatsApp, Snapchat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...in sozialen Netzwerken (z.B. Facebook, Instagram)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...auf Videoplattformen (z.B. YouTube)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...in Computerspielen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
auf Online-Angeboten von extremistischer Organisationen/ Personen (z.B. Webseite, YouTube-Kanal, Blog)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Jetzt interessiert uns noch, wie häufig in Deinem persönlichen Umfeld in letzter Zeit über die Gefahren von Extremismus gesprochen wurde.

Über die Gefahren von Extremismus wurde in letzter Zeit gesprochen...	<i>nie</i>	<i>selten</i>	<i>manchmal</i>	<i>häufig</i>	<i>sehr häufig</i>
... in meiner Familie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... im Schulunterricht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... in meinem Freundeskreis.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

So, wir sind fast am Ende des Fragebogens. Zum Schluss noch ein paar Fragen zu Dir.

- *Dein Geschlecht?* weiblich ☐ männlich ☐

- *Wie alt bist Du?* _____ Jahre

- *Bist Du oder sind Deine Eltern im Ausland geboren? Kreuze alles an, was zutrifft.*
 - ☐ Ich bin im Ausland geboren.
 - ☐ Meine Mutter ist im Ausland geboren.
 - ☐ Mein Vater ist im Ausland geboren.
 - ☐ Meine Eltern und ich sind in Deutschland geboren.

- *Auf welche Art von Schule gehst Du?*
 - ☐ Mittelschule
 - ☐ Realschule
 - ☐ Gymnasium

- *Welcher Religionsgemeinschaft gehörst Du an?*
 - ☐ Christentum
 - ☐ Islam
 - ☐ Judentum
 - ☐ Andere Religion
 - ☐ Keiner Religion

So, das war's jetzt aber endgültig! Nochmal vielen Dank!



**Warte bitte noch, bis alle fertig sind.
Wir sammeln die Fragebögen gleich ein.**

(3) Debriefing für TeilnehmerInnen aller Teilstudien (WP1-WP3)



Informationsblatt für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach der Befragung

Was soll ich tun, wenn ich online auf extremistische Inhalte stoße?

Experten können am besten beurteilen, ob Inhalte auf Webseiten oder in Sozialen Netzwerken verboten sind oder nicht. Deshalb können bedenkliche Inhalte z.B. hier gemeldet werden:

<http://www.internet-beschwerdestelle.de/>

<https://www.jugendschutz.net/hotline/>

http://www.kim-online.de/no_cache/kontakt.html

Außerdem können rechtsextreme oder islamistische Inhalte auch bei vielen Sozialen Netzwerken und Anbietern direkt gemeldet werden. Hier findest Du eine Auswahl konkreter Meldemöglichkeiten:

- **Facebook:** Im Hilfebereich gibt es unter "Meldung von Inhalten" Anleitungen wie einzelne Profile, Beiträge, Fotos und Videos, Seiten oder Gruppen gemeldet werden können, wenn sie bedenkliche Inhalte enthalten.
- **YouTube:** Hier findest Du unter jedem Video einen Meldebutton.
- **Instagram:** Privatsphäre anwählen, dann auf *Inhalte melden* klicken.
- **Snapchat:** Community Guideline anwählen, dann auf *Report a Safety or Abuse Issue* klicken.

Sind Inhalte auf Webseiten eindeutig rechtswidrig (z.B. verfassungswidrige Symbole, verfassungsfeindliche Aussagen oder Gewaltandrohungen) kann das außerdem bei jeder Polizeidienststelle zur Anzeige gebracht werden. Das geht auch online über die Online-Wachen der Bundesländer. Die entsprechenden Links findest Du hier: <https://de.wikipedia.org/wiki/Internetwache>

An wen kann ich mich wenden, wenn ich Angst habe, dass ein Freund oder Familienmitglied in die rechtsextreme oder islamistische Szene abgleitet?

- EXIT-Deutschland

EXIT-Deutschland ist eine Initiative, die Menschen hilft, die mit dem Rechtsextremismus brechen und sich ein neues Leben aufbauen wollen. Sie beraten Personen die sich mit rechtsextremen und anderen menschenfeindlichen Aktivitäten auseinandersetzen und auch Familien von Angehörigen.

Tel: 0177 240 45 92

E-Mail: info@exit-deutschland.de

- Die Beratungsstelle Radikalisierung des BAMF (Glaube oder Extremismus?)

Das Team der Beratungsstelle Radikalisierung ist ein Ansprechpartner, wenn Du den Eindruck hast, dass sich jemand aus deiner Umgebung einer radikal islamistischen Gruppe zuwendet.

Tel: (0911) 943 43 43

E-Mail: beratung@bamf.bund.de

(4) Prüfung der Äquivalenz der Gruppen (Randomisierung)

	Einzelperson	Quelle Rechts- extreme Gruppe	Religiös- extrem. Gruppe	Botschaft		Gegenrede		Gesamt
	n = 84 % / MW	n = 85 % / MW	n = 80 % / MW	Extremismus gering	Extremismus hoch	keine Gegenrede	Gegenrede	n = 249 % / MW
Geschlecht¹								
Weiblich (%)	48	42	52	46	48	50	45	47
Männlich (%)	52	58	48	54	52	50	55	53
Alter²								
13-14 (%)	58	52	51	57	51	50	58	54
15-17 (%)	42	48	49	43	49	50	42	46
Schulart⁴								
Real-/Mittelschule (%)	58	58	58	56	60	54	62	58
Gymnasium (%)	42	41	43	44	40	46	38	42
Einstellungen / Verhalten								
Politisches Interesse (MW)	3,52	3,51	3,44	3,44	3,54	3,47	3,51	3,49
Gespräche über Extremismus Freunde/Familie ³ (MW)	2,15	2,06	2,16	2,17	2,07	2,18	2,06	2,12
Persönliche Diskriminierungs- erfahrungen (MW)	0,67	0,39	0,53	0,51	0,55	0,58	0,48	0,53
Medialer Kontakt mit Extremismus ⁴ (MW)	2,08	2,10	2,20	2,18	2,07	2,17	2,08	2,13

Anmerkungen: Keine signifikanten Unterschiede zwischen den Versuchsbedingungen. ¹ Sieben Befragte ohne Angabe. ² Neun Befragte ohne Angabe. ³ Fünf Befragte ohne Angabe. ⁴ Sieben Befragte ohne Angabe.

(5) Manipulation Check

	Einzelperson	Quelle Rechts- extreme Gruppe	Religiös- extrem. Gruppe	Botschaft		Gegenrede		Gesamt
	n = 84	n = 85	n = 80	Extremismus gering	Extremismus hoch	keine Gegenrede	Gegenrede	
	MW (SD)	MW (SD)	MW (SD)	n = 126 MW (SD)	n = 123 MW (SD)	n = 127 MW (SD)	n = 122 MW (SD)	n = 249 MW (SD)
Quelle								
„Das Bild wurde von einem einzelnen Nutzer gepostet.“ ¹ (11.1)	4,18 ^a (1,032)	2,90 ^b (1,462)	2,62 ^b (1,376)	-	-	-	-	3,25 (1,465)
„Das Bild wurde von einer Gruppe gepostet.“ ² (11.2)	1,51 ^a (0,795)	3,05 ^b (1,555)	3,32 ^b (1,542)	-	-	-	-	2,62 (1,557)
„Das Bild wurde von einer Gruppe mit extremen Ansichten gepostet.“ ³ (11.5)	1,73 ^a (1,096)	2,74 ^b (1,362)	3,18 ^c (1,505)	-	-	-	-	2,54 (1,455)
Botschaft								
„Auf dem Bild wurde dazu aufgerufen, sich mit allen Mitteln zu wehren.“ ⁵ (11.7)	-	-	-	1,68 ^a (0,956)	3,17 ^b (1,588)	-	-	2,42 (1,504)
„Auf dem Bild wurde zu Gewalt aufgerufen.“ ⁴ (11.6)	-	-	-	1,60 ^a (0,962)	2,34 ^b (1,422)	-	-	1,97 (1,264)
Countering								
„Zum Bild gab es einen kritischen Kommentar“ ⁶ (11.3)	-	-	-	-	-	2,43 ^a (1,392)	4,67 ^b (0,912)	3,56 (1,625)
„Ein Nutzer hat kommentiert, dass das Bild zu extrem wäre.“ ⁷ (11.4)	-	-	-	-	-	1,77 ^a (1,061)	4,06 ^b (1,298)	2,96 (1,652)

Anmerkungen: ¹ 9 Befragte ohne Angabe; Einzelperson vs. Rechtsextreme Gruppe vs. Religiös-extremistische Gruppe: $F(2, 237) = 32,942$; $p < .0001$; $\eta^2 = .218$. ² 11 Befragte ohne Angabe; Einzelperson vs. Rechtsextreme Gruppe vs. Religiös-extremistische Gruppe: $F(2, 235) = 41,545$; $p < .0001$; $\eta^2 = .261$. ³ 23 Befragte ohne Angabe; Einzelperson vs. Rechtsextreme Gruppe vs. Religiös-extremistische Gruppe: $F(2, 223) = 23,691$; $p < .0001$; $\eta^2 = .175$. ⁴ 9 Befragte ohne Angabe; $T(238) = -4,684$; $p < .001$; $d = 0.611$. ⁵ 6 Befragte ohne Angabe; $T(241) = -8,839$; $p < .001$; $d = 1.14$. ⁶ 13 Befragte ohne Angabe; $T(234) = 215,494$; $p < .0001$; $d = 1.889$. ⁷ 18 Befragte ohne Angabe; $T(229) = 213,873$; $p < .0001$; $d = 1.943$.

(6) Wahrnehmung des Online-Inhalts (Gesamturteil Meme, Einschätzung von Quelle und Botschaft)

	Gesamturteil Meme		Botschaft Unsicherheit		Quelle extremistisch		Botschaft extremistisch	
	Modell nur Inhalt ¹	Modell Inhalt + Rezipient ²	Modell nur Inhalt ¹	Modell Inhalt + Rezipient ²	Modell nur Inhalt ¹	Modell Inhalt + Rezipient ²	Modell nur Inhalt ¹	Modell Inhalt + Rezipient ²
Merkmale des Memes								
Quelle	-	-	-	-	-	-	-	-
Botschaft	-	-	-	-	-	-	-	-
Gegenrede	-	-	-	-	-	-	-	-
Quelle*Botschaft	-	-	-	-	-	-	-	-
Gegenrede*Quelle	-	.042*	-	.028 ³	-	-	-	-
Gegenrede*Botschaft	.019*	-	.019*	.021*	-	-	-	-
Quelle*Botschaft*Gegenrede	-	-	-	-	-	-	-	-
Rezipientenmerkmale								
Geschlecht		.159***		.044**		-		-
Politisches Interesse		.048***		-		-		-
Gespräche über Extremismus		.053***		-		-		-
Kontakt mit Extremismus		-		-		-		-
Ähnlichkeit bekannter Inhalte		.058***		-		-		-
Korrigiertes Modell	.053 ^{ns}	.352***	.080*	.176***	.031 ^{ns}	.066 ^{ns}	.021 ^{ns}	.065 ^{ns}
Konstante	.781***	.070***	.380***	.130**	.876***	.104***	.933***	.269***

Anmerkungen: Ausgewiesen sind signifikante eta²-Werte, die einen statistisch bedeutsamen Einfluss einer Variable anzeigen. ¹ ANCOVA-Modelle, in denen nur die Einflüsse der Botschaftsmerkmale untersucht wurden (alle Haupt- und alle Interaktionseffekte). ² ANCOVA-Modelle, in denen die Einflüsse der Botschaftsmerkmale (alle Haupt- und alle Interaktionseffekte) sowie zusätzlich die Einflüsse von Rezipientenmerkmalen (Kovariaten) geprüft wurden. ³ Der Effekt ist mit $p = .052$ nur sehr knapp nicht auf dem 95%-Niveau signifikant. $n = 228$ (Inhaltsmodelle) bzw. $n = 249$ (Modelle Inhalt + Rezipient). * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

(7) Wirkungen des Online-Inhalts auf Gewaltakzeptanz/-bereitschaft und Anschlusshandeln

	Gewaltakzeptanz/ -bereitschaft		Positive, zustimmende Reaktion		Negative, ablehnende Reaktion		Informationssuche: Profil der Quelle ansehen	
	Modell nur Inhalt ¹	Modell Inhalt + Rezipient ²	Modell nur Inhalt ¹	Modell Inhalt + Rezipient ²	Modell nur Inhalt ¹	Modell Inhalt + Rezipient ²	Modell nur Inhalt ¹	Modell Inhalt + Rezipient ²
Merkmale des Memes								
Quelle	-	-	-	-	-	-	.026*	.027 ⁶
Botschaft	-	-	-	-	-	-	-	-
Gegenrede	-	-	-	-	-	-	-	-
Quelle*Botschaft	-	-	-	-	-	-	-	-
Gegenrede *Quelle	-	-	-	.027 ⁴	-	-	-	-
Gegenrede *Botschaft	-	-	.014 ³	-	-	-	-	-
Quelle*Botschaft*Gegenrede	-	-	-	-	-	-	-	-
Rezipientenmerkmale								
Geschlecht		-		.062***		-		.036**
Politisches Interesse		-		.048**		0.19*		.017 ⁵
Gespräche über Extremismus		-		-		-		.021*
Kontakt mit Extremismus		.085***		.068***		-		-
Ähnlichkeit bekannter Inhalte		-		-		-		-
Korrigiertes Modell	.026 ^{ns}	.140**	.046 ^{ns}	.239***	.021 ^{ns}	.050 ^{ns}	.047 ^{ns}	.140**
Konstante	.762***	.047**	.757***	.053**	.786***	.083***	.821***	.112***

Anmerkungen: Ausgewiesen sind signifikante eta²-Werte, die einen statistisch bedeutsamen Einfluss einer Variable anzeigen. ¹ ANCOVA-Modelle, in denen nur die Einflüsse der Botschaftsmerkmale untersucht wurden (alle Haupt- und alle Interaktionseffekte). ² ANCOVA-Modelle, in denen die Einflüsse der Botschaftsmerkmale (alle Haupt- und alle Interaktionseffekte) sowie zusätzlich die Einflüsse von Rezipientenmerkmalen (Kovariaten) geprüft wurden. ³ Der Effekt ist mit $p = .068$ nur knapp nicht auf dem 95%-Niveau signifikant. ⁴ Der Effekt ist mit $p = .068$ nur knapp nicht auf dem 95%-Niveau signifikant. ⁵ Der Effekt ist mit $p = .059$ nur knapp nicht auf dem 95%-Niveau signifikant. ⁶ Der Effekt ist mit $p = .054$ nur knapp nicht auf dem 95%-Niveau signifikant. $n = 228$ (Inhaltsmodelle) bzw. $n = 249$ (Modelle Inhalt + Rezipient). * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

(8) Effekte von Wahrnehmung und Rezipientenmerkmalen auf Gewaltakzeptanz/-bereitschaft und Anschlusshandeln

	Gewaltakzeptanz/ -bereitschaft	Positive, zustimmende Reaktion	Negative, ablehnende Reaktion	Informationssuche: Profil der Quelle ansehen
Wahrnehmung des Memes				
Ähnlichkeit bekannter Inhalte	-	-	-	-
Gesamturteil Meme	.186*	.576***	-.356***	-
Quelle extremistisch	-	-	.272***	-
Botschaft extremistisch	-	-.150**	-	-
Rezipientenmerkmale				
Geschlecht	-	-	-	-
Politisches Interesse	-	-	-	-
Gespräche über Extremismus	-	-	-	-
Kontakt mit Extremismus	.317***	.205**	-	-
Erklärungskraft Gesamt (korr. R^2)	.103***	.456***	.218***	.093***

Anmerkungen: Ausgewiesen sind signifikante Beta-Werte (standardisierte Regressionskoeffizienten), die einen statistisch bedeutsamen Einfluss einer Variable anzeigen. Basis: n = 249. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Jugend - Medien - Extremismus

Wo Jugendliche mit Extremismus in Kontakt kommen
und wie sie ihn erkennen

Reinemann, C.; Nienierza, A.; Fawzi, N.; Riesmeyer, C.;
Neumann, K.

2019, VIII, 256 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-23728-8