

Mobil mit Tablet und Smartphone: Kurse, Spiele und Apps für das beste Alter

Bei Deutschlands größter 50plus Messe in München war der DEF 2017 erstmals mit einem eigenen Stand vertreten, und Sabine Jörk, EAM-Vorsitzende, hielt einen Vortrag zum Thema Smartphone und Tablet. Da im vollbesetzten Vortragssaal auch Zuhörer waren, die noch nie am Computer gearbeitet hatten, trug die Referentin dem Rechnung.

Um zu verstehen, wie Kurse, Spiele und Apps auf Tablet und Smartphone genutzt werden, wurden die Begriffe Tablet und Smartphone erst einmal erklärt: Tablets sind tragbare flache, trotzdem leistungsstarke Computer, die einfach in der Bedienung und leicht zu verstehen sind. Vor allem sind sie jederzeit nutzbar. Sie sind handlich und platzsparend, daher leicht zu transportieren. Ausgestattet sind die Tablets mit einem Touchscreen, d.h. sie werden mit einem Finger oder einem Stift bedient. Ist eine Texteingabe erforderlich, öffnet sich eine virtuelle Tastatur, die man bei Bedarf durch eine externe Tastatur ergänzen kann. Computerprogramme heißen Apps (Abkürzung für application = Anwendung), die zu den bereits vorhandenen Apps zusätzlich heruntergeladen werden können, kostenlos oder mit einer einmaligen Gebühr.

Die Möglichkeiten, solch ein Tablet zu nutzen, sind sehr vielseitig. Es dient nicht nur dazu, im Internet zu surfen oder E-Mails zu senden und zu empfangen. Die integrierte Kamera erlaubt das Aufnehmen von Fotos oder Videos, die man anschließend bearbeiten und archivieren kann. Um sich zu informieren oder zu unterhalten, kann man Zeitungen und Zeitschriften lesen. Selbst Musik hören ist dank des Anschlusses für Kopfhörer eine unterhaltsame Art der Nutzung eines Tablets. Apropos unterhalten: Telefonieren ist über Dienste wie Skype sogar weltweit kostenlos möglich. Will man weder lesen noch sich unterhalten, warum dann nicht einen Film oder Fernsehprogramm ansehen? Selbst die sozialen Netzwerke kann man nutzen.

Nicht für jede App ist eine Internetverbindung notwendig. Nachdem man die eine oder andere App heruntergeladen hat, lässt sie sich ohne Onlinekontakt nutzen, z.B. das heruntergeladene Buch mit Muße lesen. Selbst



der Besuch verschiedener Museen ist virtuell möglich. Sabine Jörk sprach hier als Beispiel die Louvre-App an. Das weltberühmte Pariser Haus lässt sich so virtuell begehen.

Für die gleichfalls vorgestellten Lernprogramme der EAM ist allerdings eine Internetverbindung erforderlich. Man wird online von einer Lerneinheit zur nächsten geführt und von Tutorinnen begleitet, die bei Rückfragen helfen. Lernen kann man jederzeit und an jedem Ort, denn die Lerneinheiten stehen nach der Freischaltung immer zur Verfügung. Man bestimmt selbst, wann und wo man lernen will. Dies kommt vielbeschäftigten Seniorinnen und Senioren entgegen.

Soviel zum Lernen. Spaß muss auch sein, und wie man diesen auf dem Tablet oder Smartphone haben kann, war auch Gegenstand des Vortrags von Sabine Jörk. Man kann sich etwa ein Kreuzworträtsel oder Sudoku herunterladen. Statt Papier und Bleistift wird der Finger auf dem Tablet benutzt. Sein Gehirn kann man auch durch individuelle Gehirnjogging-Programme trainieren. Denkbar ist außerdem das Puzzeln mit den Enkeln auf Reisen. Man verliert unterwegs wenigstens keine Puzzleteilchen mehr.

Bevor man seine Reise antritt, muss man Fahrkarten und eventuell auch Sitzplatzkarten kaufen. Selbst diese Aufgaben können mit einem Tablet oder Smartphone leicht von Zuhause aus mit der DB-App erledigt werden. Ist man endlich unterwegs, warum nicht gleich das Wetter am Zielort mit der Wetter-App abfragen? Wieder Zuhause angekommen, möchte man vielleicht ein neues Gericht aus dem Urlaub auf den Tisch bringen. Rezept-Apps gibt es verschiedene: Auswählen, öffnen, und schon sind da alle wichtigen Informationen.

Damit die Zuhörer eine „greifbare“ Vorstellung des theoretisch Möglichen bekommen konnten, durften sie anschließend am DEF-Stand ausprobieren, wie es sich anfühlt, über ein Touchscreen zu wischen, den Finger anstelle eines Stiftes zu benutzen und eine interessante App zu nutzen.

Lilo Wendler, Mitglied im EAM-Vorstand

Schrille Posts steigern die Verunsicherung in Krisen und bei Katastrophen

Auf der 3. Fachtagung Jugendschutz „Bilder, die Angst machen. Katastrophen und Krisen in den Medien“ in der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien betonte ihr Präsident Siegfried Schneider, dass im Zeitalter von Fake News (Falschmeldungen) Medienkompetenz auf Seiten der Rezipienten unerlässlich ist.

Der Journalist und Tagungsmoderator **Dr. Stefan Leifert (Korrespondent Studio Brüssel, ZDF)** erzählte von seinen persönlichen Erfahrungen beim Terroranschlag in Brüssel am 22. März 2016. „Ich war noch im Schlafanzug, als ich die Lage einschätzen sollte“. Binnen von Minuten versuchte er Fakten und Gerüchte zu differenzieren, denn die erste Liveschaltung erfolgte bereits aus seiner Küche. Erst als er im Taxi Richtung Flughafen fuhr, war klar, dass es sich um einen Terroranschlag handelte. Als verlässliche Quellen erlebte er damals Polizei, Staatsanwaltschaft, Flughafen- und Metrobetreiber. Ein Schlüsselerlebnis war für ihn, als während der Vorbereitung der Liveschaltung am Flughafen 14 Leichenwagen an ihm vorbeifuhren. Leifert stellte fest, dass Journalisten heute nicht mehr Schleusenwächter, sondern „Navigatoren im rauschenden Meer der Informationen“ sind.

Medienrealität ist nicht gleich der Realität von Ereignissen, konstatierte **Prof. Dr. Alexander Filipovic (Lehrstuhl für Medienethik, München)**; es gibt einen Unterschied zwischen dem, was passiert und dem, was berichtet wird. Am Beispiel des Germanwings Absturzes 2015 zeigte er auf, wie durch Programmunterbrechung, pausenlose Berichterstattung und Spekulationen die Katastrophe medial inszeniert wurde. Selbst die Kritik an der Berichterstattung war Teil dieser medialen Inszenierung des Ereignisses.



„Nein, meine Suppe esse ich nicht“, ist der häufigste Gesichtsausdruck während der Nachrichtenrezeption, demonstrierte **Prof. Dr. Frank Schwab (Institut für Medienpsychologie, Würzburg)**

sehr anschaulich. In seinem Vortrag stellte er drei Studien vor, die zeigten, dass Nachrichten nicht hauptsächlich Angst, sondern vor allem Sorgen, Trauer und sogar Verachtung – Letzteres vor allem bei Jungen – hervorrufen. Jungs im Alter zwischen 7 und 12 Jahren zeigen

eine Aggressionsbegeisterung bei Nachrichten. Kinder reagieren bei der Nachrichtenrezeption immer auf die elterliche Reaktion, die sie dabei beobachten. Eltern sollten nicht immer unbedingt über das Gesehene mit den Kindern reden, sondern viel lieber gut zuhören und die Fragen der Kinder beantworten. Kinder, die Nachrichten sehen, sind in der Schule besser, Medienkompetenz wirkt sich positiv auf die schulischen Leistungen aus, so Schwab.

Wie reagiert man in der Praxis auf solche Ereignisse? Am Beispiel des Amoklaufes vom Juli 2016 in München schilderten **Marcus da Gloria Martins (Leiter Presse und Öffentlichkeitsarbeit der Münchner Polizei)** und **Dr. Torsten Rossmann (Geschäftsführer WeltN24, Berlin)** ihre Erlebnisse. „Wir waren kopf- und sprachlos, da hat man keinen Masterplan“, erzählte da Gloria Martins. Allerdings hatten die Flüchtlingskrise und der Bombenalarm in Münchner Bahnhöfen in der Silvesternacht 2015/16 zu einem bereits optimierten Umgang der Polizei mit sozialen Netzwerken geführt. 4310 Notrufe gingen bei der Polizei nach dem Amoklauf bis zum Ende ein und 99,1 Prozent der Anrufer hatten tatsächlich Angst. Es gab 73 Phantomtorte und das Problem, dass der Täter für zwei Stunden verschwunden war. Das größte Problem war für da Gloria Martins die Verbreitung von Fehlinformationen vor allem via WhatsApp und Twitter. Eine Social Media Strategie gab es nicht und sei auch nicht machbar. Auch **Rossmann** und seine Redaktion waren weder vorbereitet noch ausreichend besetzt, erkannten aber relativ schnell die Nachrichtenlage. „Die Leute erwarten von uns Begleitung, Einordnung und Kommentare unter Beachtung des Jugendschutzes“, so Rossmann.



Birgit Braml und Sonja Schwendner (Referentinnen Medienkompetenz und Jugendschutz, BLM) stellten die Aufgaben des Jugendmedienschutzes vor und wiesen auf die

Problematik hin, dass bei hohem Nachrichtenwert und dementsprechenden Informationsbedürfnis der Jugendmedienschutz diesen untergeordnet ist. Sie sehen Medienpädagogik als Ergänzung zum Jugendmedienschutz. >>

>>



Wir können Kinder nicht mehr von Katastrophen und Krisen fernhalten, so Dr. Maya Götz (Leiterin des internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen,

München). Auf Basis ihrer Studien zum Irakkrieg, Fukushima und der Flüchtlingskrise kommt Götz zu dem Schluss, dass Kinder ein Halbwissen über diese Themen haben, für dessen korrekte Einordnung und Aufarbeitung sie dringend Unterstützung brauchen. Wissensquellen der Kinder sind alle Medien, Eltern und Peers. Kinder möchten möglichst viele Informationen im Detail; sie wollen die Gefahr für sich selbst einschätzen können. Kinder brauchen Fakten ohne Emotionalisierung.



Unter dem Stichwort „Medienkompetenz: Was sollte man Kindern vermitteln“ diskutierten die Schauspielerin Gesine Cukrowski, der Studiendirektor Helmut Friedl, Michael Gurt

(verantwortlicher Redakteur Flimmo, Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis) und Verena Weigand (Bereichsleiterin Medienkompetenz und Jugendschutz, BLM). Friedl leitet ein Mädchengymnasium mit 70 Prozent Migrantinnen – davon hauptsächlich Musliminnen. Seine Schule war daher bei allen Anschlägen sehr emotional betroffen und musste viel mit den Mädchen aufarbeiten. Die fortschreitende Digitalisierung bringt neue Herausforderungen an die Medienpädagogik mit sich und „wir müssen der Medienrealität in den Familien dabei Rechnung tragen“, so Gurt. Eltern und Schule müssen zusammenarbeiten, der Ruf nach Medienkompetenz darf nicht an der Finanzierung von Unterstützungsangeboten scheitern.

Sabine Jörk, EAM-Vorsitzende

Bildmaterial:
BLM, Fotograf Stefan Heigl

Katharina Geiger zur Stellvertretenden Vorsitzenden des Medienrates der BLM gewählt „Entwicklung und Veränderung gestalten!“

Katharina Geiger ist am 12. Mai 2017 als Vertreterin der Evangelischen Frauen in Bayern (EFB) bei den Vorstandswahlen des Medienrates der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) mit sehr großer Mehrheit zur Stellvertretenden Vorsitzenden gewählt worden. Neuer Vorsitzender ist Walter Keilbart (Industrie- und Handelskammern), neuer Schriftführer des Vorstands ist Thomas Rebensburg (Komponistenorganisationen).

Katharina Geiger: *„Es liegen spannende Zeiten vor uns und ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit meinen Vorstandskollegen. Es gilt hier, nicht stauend zuzuschauen bei der rasanten Entwicklung und Veränderung der Medien, sondern zu gestalten. Mir sind aber auch die Nutzerinnen und Nutzer, insbesondere Kinder und Jugendliche, wichtig. Stichwort hierfür ist die Förderung der Medienkompetenz.“*

Der Deutsche Evangelische Frauenbund Bayern (DEF) gratuliert seiner Landesgeschäftsführerin Katharina Geiger sehr herzlich und wünscht ihr für die Vorstandsarbeit alles Gute.

Den Glückwünschen schließt sich auch die Evangelische Arbeitsgemeinschaft Medien (EAM) an. EAM-Vorsitzende Sabine Jörk *„Wir gratulieren Katharina Geiger ganz herzlich und wissen, dass mit ihr eine kompetente Frau im Vorstand des Medienrates ist, die sich nachhaltig für die Förderung von Medienkompetenz einsetzt.“*



Medienrat Vorstand: v.li.: Thomas Rebensburg, Katharina Geiger, Walter Keilbart

Quelle: BLM

Die hysterische Mediengesellschaft

Echtzeitkommunikation im digitalen Zeitalter

So der Titel der diesjährigen Kooperationstagung mit der Akademie für politische Bildung Tutzing am 13. Mai 2017 im Arvena Kongresshotel in Bayreuth.



Prof. Dr. Daniel Salber (Medienpsychologe an der Business School Berlin) schwächte den Begriff „hysterisch“ zu „panisch“ ab und machte deutlich, dass Medien immer „Symptome

einer Kultur“ sind. Am Beispiel der Dating-App „Tinder“ führte er das Grundphänomen unserer gegenwärtigen Gesellschaft vor. Unter dem Diktat der Techno-Finanzwirtschaft wird der Mensch gemäß dem Leitsatz „anything must go“ erschaffen. Er rastet, reist, jagt, konkurriert von Gier und „German Angst“ getrieben durch diese Welt, in der alle alles haben müssen, möglichst ohne Zeit- und Arbeitsaufwand. Für die Medien bedeutet dies Omnipräsenz und ständige Verfügbarkeit. Laut Salber mutiert der Mensch zum „Informationsdusel“ im „Einparteiensystem 2.0“. Treten nun Terror und Amoklauf in der schönen heilen Welt auf, dann schlägt die Hilflosigkeit schnell in Panik um und es werden Sofortmaßnahmen gefordert. Dabei täte es dem Menschen besser, einen Gang zurückzuschalten und sich von der Ataraxie leiten zu lassen.

Die Grenzen zwischen Amoklauf und Terror scheinen zu verschwinden, beide Anschläge sind hochexpressiv, die Tat wird auf einer öffentlichen Bühne inszeniert, Opfer und Tatort sind nur Symbole. Die Tat braucht auch ein Publikum, und dafür nutzen die Täter verschiedene Medienkanäle. Am häufigsten jedoch das Internet, mit dessen Hilfe sie ihre Selbstzeugnisse verbreiten: an positive Bezugsgruppen, die animiert werden sollen, und negative Bezugsgruppen, die in Angst und Schrecken versetzt werden sollen.



Viktoria Roth (Institut für Interdisziplinäre Gewaltforschung der Universität Bielefeld) schilderte eindrücklich das Phänomen, die Ideologie, die Täteridentitäten und Mediendynamik eines

Amoklaufs. Dabei kann man den Amoklauf an der Columbine High-School 1999 als einen Wendepunkt in der Geschichte der Amokläufe an Schulen sehen: Erstmals wurden die Täter zu Regisseuren der Berichterstattung mit ihren filmischen und schriftlichen Botschaften an die Nachwelt. Columbine ist eine „Blaupause“ für nachfolgende Taten, sieben von elf deutschen Amokläufern beziehen sich auf ihre beiden Vorbilder Harris und Klebold. Dabei fungiert das Internet als „Supermarkt ideologischer Fragmente“. Am Beispiel einer 16-jährigen deutschen Amokläuferin, die im Mai 2009 einen versuchten Amoklauf an ihrer Schule startete, demonstrierte Roth, wie es zur Tat kam und welche Rolle die Medien dabei spielten. Vorbilder waren in diesem Fall die US-amerikanische Amokläuferin Brenda Ann Spencer und der deutsche Sebastian Bosse. Das Mädchen inszenierte sich als Anime-Figur, scheiterte jedoch durch frühe Entdeckung am Tattag und stellte sich der Polizei, weil sie nicht genügend Beachtung in den Medien fand.



Nach der Mittagspause befassten sich **Anja Miller (Redaktionsleiterin Rundschau und Nachrichten, BR Fernsehen, München)**, **Martin Bernstein (Kriminalreporter, Süddeutsche Zeitung)** und **Marcus da Gloria Martins (Pressesprecher der Münchner Polizei)** mit den Problemen der Berichterstattung in Krisensituationen. Der Amoklauf von München im Juli 2016 war „für uns ein Ausnahmezustand“ mit 24 Stunden Sendemarathon, so Miller. Viele Bilder trieben durchs Netz und mussten auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft werden. So gelangte beispielsweise auch ein vermeintliches Tatortfoto in die Medien, das de facto aber aus einem Attentat in Südafrika stammte. Als Konsequenz aus dem Amoklauf weiß Miller heute, dass es wichtig ist erstmal Ruhe reinzubringen, fundierte Informationen bereitzustellen und eine verlässliche Instanz für die Menschen zu sein. In einem Verifikations-Bootcamp haben sich Millers Mitarbeiter mit dem Entstehen von Gerüchten beschäftigt und wie Journalisten da tätig werden können. Heute haben sie eine Task Force, die Bilder überprüft und verifiziert. Sie zeigte auch ein kurzes Erklärvideo zu „Fake News“.

Bernstein kennt den Druck, der von Redaktionen auf den Journalisten ausgeübt wird: „Mach doch mal eine erste Meldung, recherchieren kannst Du hinterher“. Dies gälte aber heute bei der Süddeutschen schon lange nicht >>

>>

mehr. Er schilderte seine persönlichen Erlebnisse in der Amoknacht, in der auch die Journalisten lange nicht wussten, was wirklich los war. Die ersten Informationen über den Täter stammten dann aus der Pressekonferenz der Polizei und wurden in der Süddeutschen erst veröffentlicht, als diese von einer zweiten Quelle bestätigt wurden. Allerdings widerspräche der Liveticker dem Qualitätsgedanken, räumte Bernstein ein.

Da Gloria Martins störte sich an dem inflationär gebrauchten Begriff „Fake News“ und sprach stattdessen von Falschmeldungen. Er räumte auch mit dem Gerücht auf, die Phantomtatorte seien im Netz entstanden, denn faktisch handelte es sich um Telefonnotrufe. Nach der Transkription dieser Notrufe zeigte sich, dass 99 Prozent der Anrufer sich tatsächlich in Gefahr wähnten. Unterschätzt hatte man jedoch die Rolle von WhatsApp, denn hier verbreiteten sich in Sekundenschnelle jede Menge Informationen, ob wahr oder falsch. Er zeigte dies am Beispiel des Phantomtatorts Hofbräuhaus auf. Da Gloria Martins betonte mehrmals, dass wir mit sozialen Netzwerken umgehen können müssen, „sie zeigen uns ein Stimmungsbild“ und „sind für uns eine wichtige Informationsquelle“. Die Medienkompetenz muss gefördert und gelehrt werden, forderte da Gloria Martins.



„A lie will go round the world while truth is putting its boots on“ ein englisches Sprichwort zur rasanten Verbreitung von Falschmeldungen. Zum Schluss stellte **Christopher Koska (wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Medienethik der Hochschule für Philosophie**

München) die Frage, ob wir eine Algorithmen-Ethik bräuchten? Der Journalismus habe Routinen für die Berichterstattung in Krisenzeiten entwickelt, die Zeit sei dabei eine wesentliche Kategorie. Auch die Rezipienten haben ihr Informationsverhalten verändert, sind proaktiv und urteilen vorschnell. Medien sollen wirklichkeitsstiftend sein, aber ein Medienereignis entspricht nicht der Ereignisrealität. Algorithmen könnten als „Schiedsrichter“ fungieren, als „truth teller“. Die ethischen Prinzipien Transparenz, Austausch und Reflexivität stehen in Widerspruch zur Echtzeitkommunikation. Es gibt Bestrebungen, die Ethik maschinenoperabel zu machen. Koska zeigte am Beispiel des autonomen Fahrens, wie ein moralisches Betriebssystem von Algorithmen-Designern konzipiert wird. Nach Koska schaffen Algorithmen keine Transparenz, aber eine bessere Übersicht in Krisensituationen, vom Gatekeeper zum Gatekitter bzw. Gatewatcher. Eine Algorithmen-Ethik brauchen wir seiner Meinung nach aber nicht.

Sabine Jörk, EAM-Vorsitzende
Wir danken der Akademie für politische Bildung Tutzing für die Fotos.



Sichere Passwörter können helfen

Unsere Daten sind sensibel, und wir geben bei jeder Suche, jedem Artikel, den wir online lesen, jeder Produktseite, die wir nur mal anklicken, Informationen über uns heraus, die in Kombination miteinander Beträchtliches über unsere Vorlieben und Abneigungen, unser Konsumverhalten, aber auch unsere persönlichen Beziehungen aussagen können.

Eine Hilfe in diesem Kampf um die eigenen Daten können sichere Passwörter sein. Sie helfen, dass Ihre Daten nicht auch noch gestohlen werden können. Die Landeszentrale für neue Medien BLM hilft mit einer neuen Broschüre Selbstdatenschutz! Tipps zum sicheren Passwort, dass wir nicht Schäden erleiden, sondern einfach sicherer unterwegs sind.

Die Broschüre gibt Informationen, warum sichere Passwörter so wichtig sind, was beim Online-Banking zu beachten ist, was eine digitale Zugangssperre ist und wie man sichere Passwörter - und nicht etwa nur eines für alle Eventualitäten - gestalten und sich auch merken kann.

Die Broschüre kann bei der BLM downgeloadet oder auch als Heftchen bestellt werden.

www.blm.de/aktivitaeten/medienkompetenz/materialien/broschuere_passwortschutz.cfm

Islamismus im Netz

„Islamismus“ bezeichnet alle politischen Auffassungen und Handlungen, die die Errichtung einer allein vom Islam legitimierten Gesellschafts- und Staatsordnung anstreben. Damit einher geht die Ablehnung der Prinzipien von Individualität, Menschenrechten, Pluralismus, Säkularität und Volkssouveränität. Seit den Anschlägen vom 11. September 2001 wird „Islamismus“ oft mit Bezeichnungen wie „islamischer Fundamentalismus“, „Jihadismus“ oder „radikale Muslime“ synonym verwendet und meint fanatische und gewalttätige Gruppen mit terroristischer Ausrichtung.

Der ideologische Ursprung der Bewegung liegt in inner-islamischen Reformbestrebungen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und in der Reaktion auf die Kolonialherrschaft der Engländer und Franzosen. Die organisatorische Wurzel wird in der 1928 in Ägypten gegründeten „Muslimbruderschaft“ gesehen, der ersten islamistischen Massenbewegung.

In letzter Zeit treten, auch in Deutschland, verstärkt Salafisten auf. Diese sind ursprünglich Teil einer islamischen puritanischen Reformbewegung, die auf den saudischen Prediger Abd al-Wahhab (1703-1792) zurückgeht. Danach sollten Muslime zum reinen, unverfälschten Frühislam zurückkehren, wie er im Mekka und Medina des 7. und 8. Jahrhunderts existiert haben soll. Dieser Wahhabismus ist bis heute eine Art Staatsreligion in Saudi-Arabien. Er breitete sich stark im Nahen Osten und sogar weltweit aus. Wahhabitische Kritik an der prowestlichen Außenpolitik der Herrscherfamilie führte letztendlich zur Radikalisierung Bin Ladens und zur Entstehung von Al-Qaida.

Die wichtigste Zielgruppe salafistischer Propaganda sind junge Muslime zwischen 15 und 35, vornehmlich männlich, allerdings auch 20 Prozent junge Frauen, viele von ihnen Konvertiten deutscher Herkunft. Sie alle sind auf der Suche nach Wissen über ihren Glauben. Dieser ist - auch als Trotzreaktion - ein zunehmend wichtiger Bestandteil der Identität vieler muslimischer Jugendlicher geworden, und zwar unabhängig davon, wie religiös sie eigentlich sind. Weil Imame und Eltern ihnen aber auf der Suche nach religiösen Formen, die ihren Lebenswelten entsprechen, oft keine überzeugenden Angebote machen können, landen Jugendliche im Internet und damit bei den Salafisten, die das Netz dominieren und sie mit Propagandavideos ködern. Der bekannteste deutsche salafistische Prediger ist der Kölner Konvertit Pierre Vogel. Insgesamt haben sich aus Europa etwa 3500 Anhänger und Anhängerinnen des Salafismus auf den Weg nach Syrien gemacht.



Werte wie Orientierung, Gemeinschaft, Anerkennung, Gefühle wie Überlegenheit, Protest gegen Ungerechtigkeit sowie Provokation: Das sind Angebote, die den typischen Bedürfnissen von jungen Menschen entsprechen. Für manch einen Jugendlichen mag der Salafismus sein, was für andere einmal Punk gewesen ist – eine Attitude maximaler Abgrenzung: Alle schauen auf mich, alle halten mich für gefährlich. Auf diese Weise erfahren sie das, wonach sie am meisten suchen: Aufmerksamkeit.

Trailer des Films „Der Himmel wird warten“ (2017):
www.youtube.com/watch?v=gSH3Oczn88

Doku des MDR: <https://www.youtube.com/watch?v=G4XY82bLF4w>

Doku des WDR: www.youtube.com/watch?v=VkeopMxMznw

Reportage einer jungen Journalistin, die die Rolle der sozialen Medien bei der Werbung für den IS untersuchte:
www.youtube.com/watch?v=Kpl1V4yvVw

Kommentar eines türkischen Kabarettisten über Pierre Vogel:
www.youtube.com/watch?v=MRTZJHbd1r0

Eine kostenlose Broschüre zum Thema „Salafismus“ ist erhältlich beim Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr:

Tel. 089-122220 oder E-Mail an: direkt@bayern.de

http://www.innenministerium.bayern.de/assets/stmi/med/aktuell/1010_m_ie_pk_vorstellung_salafismus-broschuere.pdf

www.verfassungsschutz.bayern.de/mam/islamismus/content/broschuere_1204_salafistische_bestrebungen.pdf

Katharina Städtler, Medienkreis Bayreuth