



JAMAL AL-KHATIB - MEIN WEG!

SREBRENICA 2020:

DAS LAUTE SCHWEIGEN

LÖRN

Verein für Gewalt- und Extremismusprävention



Fact Sheet Srebrenica2020-Kampagne

25. Juni - 11. August 2020

Monitoring

Vor 25 Jahren ereignete sich der Völkermord von Srebrenica. Am 11. Juli 1995 nahmen bosnisch-serbische Einheiten die Stadt Srebrenica unter Führung des Militärführers Ratko Mladić ein und ermordeten dabei dem Internationalen Strafgerichtshof zufolge über 8.000 bosnische Männer und Jungen. Zu beobachten ist, dass sich solch grausame (historische) Ereignisse wie der Völkermord von Srebrenica sehr wirkungsvoll mit dem „Opfernarrativ“ und dem „Us-vs.-Them-Narrativ“ verknüpfen lassen. Daher werden sie wiederholt v.a. von extremistischen Bewegungen in ihren Rekrutierungsbemühungen aufgegriffen. Auch online versuchen extremistische Akteure so v.a. eine Zielgruppe zu erreichen, die sich in einer Lebensphase befinden, die von Identitätsfindung und starkem Unrechtsbewusstsein geprägt ist: Jugendliche und junge Erwachsene. Die Beobachtung entsprechender Online-Accounts in den letzten Jahren zeigte jedoch, dass der Völkermord von Srebrenica bisher nicht für solche Rekrutierungsbemühungen instrumentalisiert wurde. Das Monitoring während der Jamal al-Khatib-Srebrenica2020-Kampagne (25. Juni – 11. August 2020) bestätigte diese Beobachtung größtenteils:

- Der Völkermord von Srebrenica im Jahr 1995 nahm, wie erwartet, nicht viel Raum in den Kampagnen extremistischer Online-Akteure ein. Das Thema wurde aber vereinzelt von entsprechenden Accounts aufgegriffen.
- So wurde das Thema erwartungsgemäß dazu genutzt, das „Us-vs.-Them-Narrativ“ zu bestärken (siehe Abbildung 1).



Abbildung 1: Instagram-Posts von Generation Islam zum Genozid von Srebrenica am 11. Juni 2020

- Trotz der zurückhaltenden Erwähnung des Themas seitens extremistischer Online-Akteure, zeigte sich, wie wirkungsvoll die Verknüpfung solcher historischen Beispiele von Verbrechen gegen die Menschheit mit dem „Us-vs.-Them-Narrativ“ sein kann (siehe Abbildung 2).



Abbildung 2: Diskussionen in der Kommentarspalte unter einem Instagram-Post von Realität Islam zum Genozid von Srebrenica am 11. Juni 2020.

Ziele

Beim Völkermord von Srebrenica handelt es sich also um ein Thema, das für unsere Zielgruppe von großer Relevanz ist, gleichzeitig jedoch seitens extremistischer Online-Akteure keine besondere Beachtung findet. So bot sich die Möglichkeit, das Thema unter politisch-bildnerischen Gesichtspunkten aufzugreifen, ohne auf extremistische Narrative reagieren zu müssen. Dazu formulierte unser Team folgende Ziele für eine eigene Video-Reihe zum Thema Genozid und zum Jahrestag des Völkermordes von Srebrenica im Speziellen:

- Jugendliche und junge Erwachsene erreichen, die sich für weitreichende Ungerechtigkeiten im weltpolitischen Geschehen interessieren und online nach Antworten auf Fragen zu den Hintergründen solcher Ereignisse suchen.
- Jugendliche und junge Erwachsene über ein relevantes Thema informieren, bevor extremistische Online-Akteure den Diskurs über dieses zeitgeschichtliche Ereignis in der Online-Lebenswelt der Zielgruppe dominieren können.
- Anhand des Beispiels des Völkermordes von Srebrenica die Mechanismen, die im Zuge von Genoziden wirksam werden, auf zielgruppengerechte Art und Weise herausarbeiten.
- Alternative Handlungsoptionen anhand konkreter Beispiele einzelner Akteure in den Vordergrund rücken. Denn drastische Verbrechen wie der Völkermord von Srebrenica bergen die Gefahr, dass im Nachhinein v.a. die Namen und Geschichten der Täter und nicht die der Opfer in Erinnerung bleiben.

Die Kampagne

Um online einen Raum für die Verhandlung dieser Themen zu schaffen und mit der Zielgruppe in Diskussion zu treten, wurde zwischen dem 25. Juni und dem 11. August 2020 die Jamal al-Khatib-Srebrenica2020-Online-Kampagne lanciert. Die folgenden sechs Videos dienten dabei als Grundlage für Diskussionen. Ihre Veröffentlichung auf Instagram, YouTube und Facebook wurde durch weitere kampagnenbegleitende Beiträge wie Instagram Stories unterstützt.¹

1. Das laute Schweigen

- Niederschwellige Einführung in das Themenfeld der Mechanismen von Völkermord und des historischen Ereignisses des Völkermords von Srebrenica vor 25 Jahren
- Artikulierung von Fragen, die im Laufe der Kampagne beantwortet werden sollen: Wie konnte der Völkermord von Srebrenica organisiert und durchgeführt werden? Wie kann es immer wieder geschehen, dass Menschen, die zuvor noch friedlich miteinander gelebt haben, erbitterte Feinde werden und sich sogar gegenseitig töten?

2. Srebrenica Prayer

- Betonung des theologischen bzw. spirituellen Aspekts der Aufarbeitung dieses grausamen Verbrechens an der Menschheit

3. Friedensmarsch (Marš mira)

- Aufzeigen von Solidarität am Beispiel des Friedensmarsches (Marš mira), einer seit 2005 organisierten Veranstaltung, die an den Völkermord in Srebrenica erinnert. Weltweit werden Friedensmärsche in Gedenken an Srebrenica als Zeichen der Solidarität abgehalten.

4. Völkermord

- Historische Aufarbeitung der Ereignisse rund um den Völkermord von Srebrenica, des Bosnienkrieges, der Rolle der UN und der Abläufe am 11. Juli 1995
- Abstrahieren der Mechanismen hinter Völkermorden: (1) Das Einteilen von Menschen in Gruppen (2) Das Zeichnen von Bedrohungsszenarien (3) Autoritäre Strukturen und blinder Gehorsam (4) Entmenschlichung
- Aufzeigen von alternativen Handlungsoptionen anhand konkreter Beispiele

5. Gute Menschen in bösen Zeiten

- Herausarbeitung von alternative Handlungsoptionen anhand konkreter Beispiele von Menschen, die sich diesen Mechanismen widersetzt haben, Verantwortung übernommen und sich geweigert haben, zu töten
- Aufzeigen von Beispielen von Solidarität von unerwarteter Seite, um mit dem „Us-vs.-them-Narrativ“ zu brechen

6. Sarajevo und das Miteinander der Religionen

- Aufzeigen des Miteinanders der Religionen in Sarajevo, einer vielfältigen Stadt, in der schon immer sowohl Moscheen, Kirchen als auch Synagogen ein fester Bestandteil des gemeinschaftlichen Lebens sind.

Insights (Stichtag 29.12.2020)

Instagram: 180 neue Follower*innen durch Srebrenica2020 Beiträge // Rund **60.000 erreichte Personen** (Beiträge) // Rund **2.000 likes** (Beiträge) // Rund **90.000 Impressionen** (Beiträge) // Rund **90 Kommentare** (Beiträge)

YouTube: Rund 61.500 Impressionen // rund **34.000 Views** // **97%** **positive Bewertungen** // **Durchschnittliche Wiedergabe: 59%** // Mehr als **300 Shares**

¹ Die Videos der Srebrenica2020-Kampagne sind auch sehr gut dazu geeignet, um die angesprochenen Themen in unterschiedlichen pädagogischen Settings aufzugreifen. Um Praktiker*innen dabei zu unterstützen, wird im Moment eine pädagogische Handreichung zusammengestellt, die u.a. Übungen beinhaltet, mit denen das Thema vertieft werden kann. Die Handreichung wird im ersten Quartal 2021 veröffentlicht.

Online-Streetwork

Im Zuge der Online-Kampagne trat Team Jamal in den Kommentarspalten unter den Videos und den zusätzlichen Beiträgen in Diskussion mit der Zielgruppe über die Inhalte der Video-Reihe. Folgende Themen wurden dabei besonders häufig behandelt und teilweise kontrovers diskutiert:

- ➔ In vielen Fällen wurde deutlich, dass Personen erreicht werden konnten, die sich aufgrund ihrer Biographie mit dem Thema identifizieren konnten (siehe z.B. Abbildung 3).



Abbildung 3: YouTube-Kommentar unter dem Video „Sarajevo und das Miteinander der Religionen.“

- ➔ Es gelang jedoch auch, User*innen erstmals auf das Thema aufmerksam zu machen. Hinsichtlich dieser User*innen konnte das Ziel erreicht werden, den Völkermord von Srebrenica unter politisch-bildnerischen Gesichtspunkten aufzugreifen, bevor extremistische Online Akteure mit ihren Narrativen zu diesem Thema zu ihnen durchdringen konnten (siehe z.B. Abbildung 4).

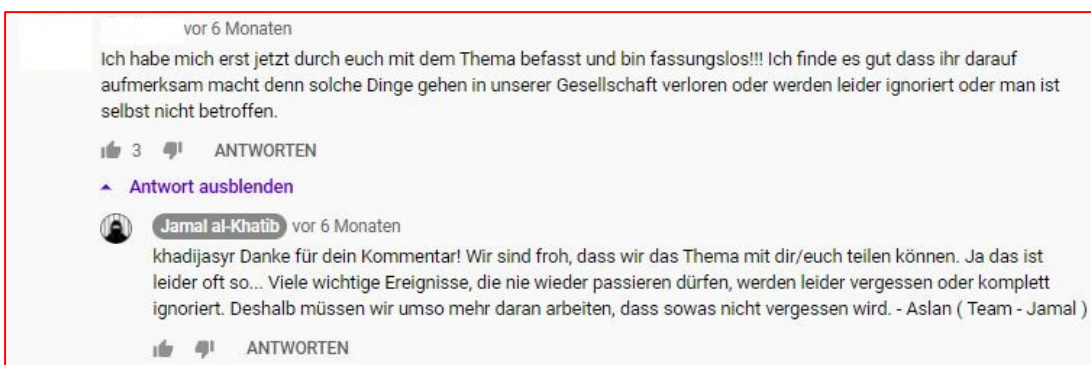


Abbildung 4: YouTube-Kommentar unter dem Video „Das laute Schweigen“

- ➔ In den Kommentarspalten unter den Videos kam es auch zu Relativierungen des Völkermords von Srebrenica. So wurde häufig der Vorwurf geäußert, in der Kampagne würde einseitig über das Thema berichtet werden. In diesen Fällen reagierte Team Jamal kritisch-zugewandt. Eine solche Herangehensweise ist v.a. hinsichtlich der unzähligen mitlesenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen essentiell und ermöglicht ein Lernen-am-Modell (siehe Abbildung 5).

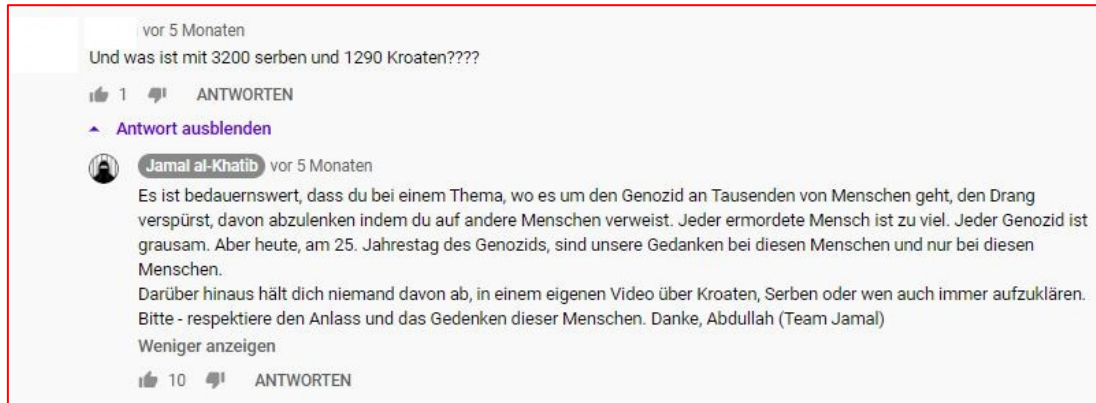


Abbildung 5: Antwort von Team Jamal auf relativierende Kommentare unter dem Video „Srebrenica Prayer“.

- ➔ Die Häufigkeit relativierender Kommentare machte jedoch einen Strategiewechsel nötig. Im weiteren Verlauf reagierte Team Jamal mit einer ausgewogenen Strategie für den Umgang mit diesen Kommentaren, indem es Position bezog, jedoch nicht ins Argumentieren verfiel. Ein transparentes Vorgehen war hier ausschlaggebend. (siehe Abbildung 6).

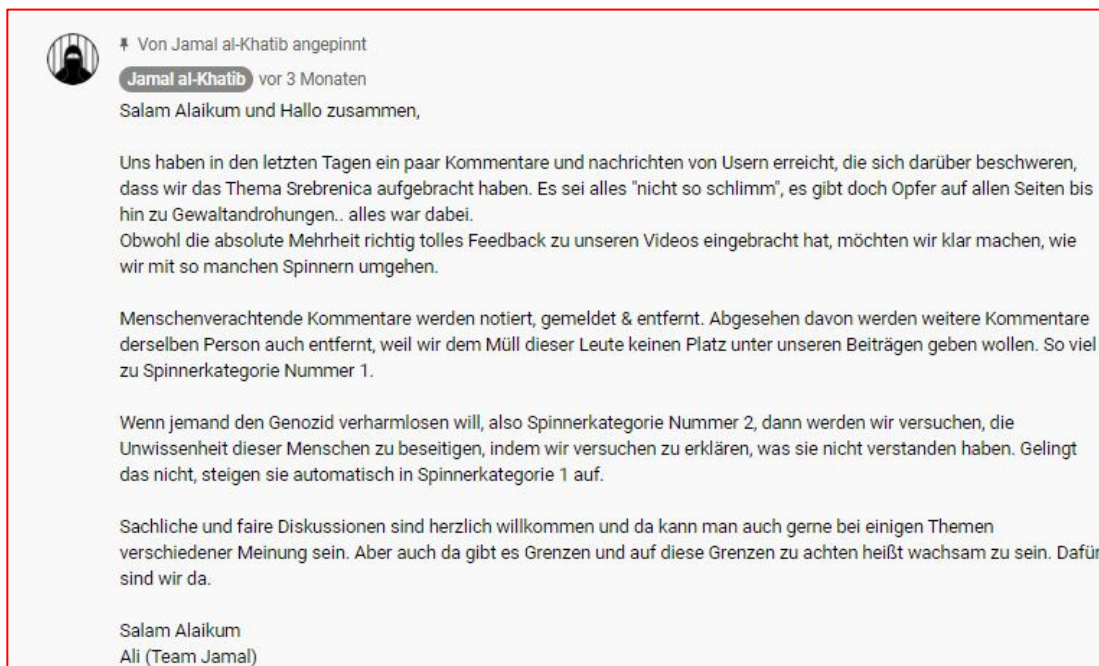


Abbildung 6: Angehefteter Post von Team Jamal in der Kommentarspalte des YouTube-Videos „Völkermord“

- ➔ Erfreulicherweise reagierte aber nicht nur Team Jamal auf diese Relativierungen. Unter dem ersten Instagram-Post der Kampagne entstanden rege Diskussionen unter den User*innen. Die meisten argumentierten dabei versöhnlich und sprachen sich für eine besonnene Aufarbeitung des Themas aus (siehe Abbildung 7).

— Antworten ansehen (1)

Ich bin nicht gekommen um mich zu streiten ,ich möchte nicht sagen das das nix schlimmes ist aber als unsere Kinder,Eltern und Großeltern von den Bošnjaken massenweise ermordet wurden sagte keiner was und heutzutage wird darüber nicht mal ansatzweise gesprochen den heute würden immer noch gerne Leute in Bosnien „Mudjaheden“ haben.Das Video ist in seiner Ansicht nicht schlecht.

25 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten

— Antworten verbergen

User 1 (Ausschnitt)

Hauptsache in Bio NO Muslims und Muslimani bolje da vas nema was soviel heißt wie besser dass es euch Muslime nicht gibt du wünschst ihnen nicht den Tod aber diese Parolen sangen Menschen die Muslime vertreiben wollten ich sag nicht dass Muslime heilig sind oder so ich bin Serbe ich könnte genau dass Gegenteil machen aber bruda wozu das ganze ich und alle anderen hoffe ich Mal wollen keine Toten in ihrer Familie die

User 2 (Ausschnitt)

ermordet wurden also chill Mal in dem Video wurde nicht ein Mal das Wort Serbe verwendet und auch nicht Terrorist (Grüße an Team Jamal an der Stelle da so etwas nicht oft vorkommt danke) das heißt wer dieses Video gemacht hat, will keine Rache sondern die Wahrheit und das nicht mehr darüber geschwiegen wird ich will aber auch dass man weiß warum dass passiert ist die Serben haben dass nicht ohne Grund gemacht es gab einen gewissen Herrn Naser Orić der

User 2 (Fortsetzung)

ohne Grund gemacht es gab einen gewissen Herrn Naser Orić der unter anderem die Dörfer Kravica und Milići angegriffen hat und dort am orthodoxen Weihnachten mit seinen Truppen Mord begangen hat an vielen serbischen Männern, glaubt mir das wird leider kaum jemand erzählen bis auf die Zeitzeugen, naja hoffen wir Mal dass so etwas nicht wieder vorkommt und wir glücklich und in Frieden mit einander auskommen🙏🙏

25 Wo. Gefällt 2 Mal

User 2 (Fortsetzung)

unter anderem is das Problem da wenn man solche Hass Sprüche gibt. Man teilt u lernt unter anderem Kinder zu hassen und so wirts dann nie ein Ende haben (Kriege,Hass,Verfolgung usw). Ich komme aus Bosnien, aus einer Stadt wo 90% meiner Familie im Konzentrationslager waren (manjaca, Trnopolje, Omarska..) wo man meine Familie auf YouTube Videos sieht wenn man diese Lager googelt, wo man wie die juden die weissen Bänder als Moslem

User 3 (Ausschnitt)

tragen musste (bijele trake - wird ja kaum berichtet) und trotzdem verbreite ich kein Hass oder dergleichen. Meine Nachbarn sind alte serbische Leute die herzallerliebste sind u wo man sich gegenseitig hilft wenn man Hilfe benötigt wird. Ich könnte alle wegen vielem hassen und die Schuld zuschieben u was brings? Ist dann das Leid weg? Jeder sollte mal lernen den anderen in Ruhe zu lassen, sein Leben leben und sich aufs nächste vorbereiten. Eines Tages steht jeder

User 3 (Fortsetzung)

Abbildung 7: Diskussion unter dem ersten Instagram-Post der Srebrenica2020-Kampagne.

➔ Auch in der Srebrenica2020-Kampagne zeigte sich, dass sich Instagram Stories besonders gut eignen, um einen Bezug zu passenden aktuellen Ereignissen herzustellen und die Inhalte der Videos zu vertiefen (siehe Abbildung 8).

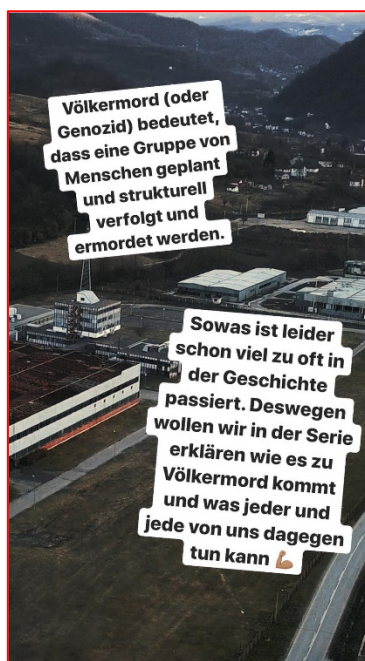


Abbildung 8: Jamal al-Khatib Instagram Stories während der Srebrenica2020-Kampagne.



→ Außerdem wurde deutlich, dass Instagram Stories besonders gut dazu geeignet sind, die Follower*innen partizipativ an der Gestaltung der Kampagne teilhaben zu lassen.

So schickten einige Follower*innen Fotos von Friedensmärschen aus Deutschland und Österreich an den Instagram-Account von Jamal al-Khatib, die daraufhin von Team Jamal in Form von Instagram Stories veröffentlicht wurden (siehe Abbildung 9).

Abbildung 9: Zusendungen von Follower*innen als Instagram Stories

Andere Follower*innen wiesen auf mögliche inhaltliche Ergänzungen der Kampagne hin. So wurde z.B. auf den Vorschlag eines Followers hin die Belagerung Sarajewos in einer Instagram Story aufgegriffen (siehe Abbildung 10).

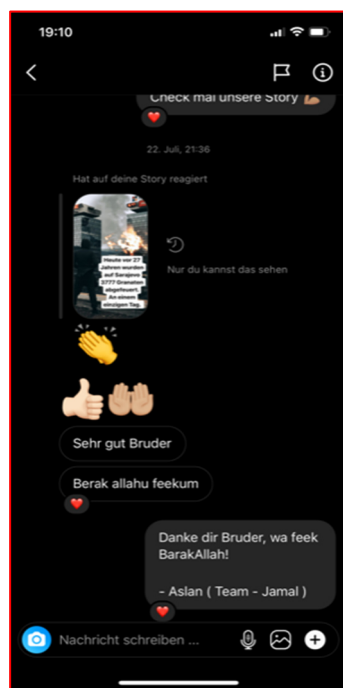
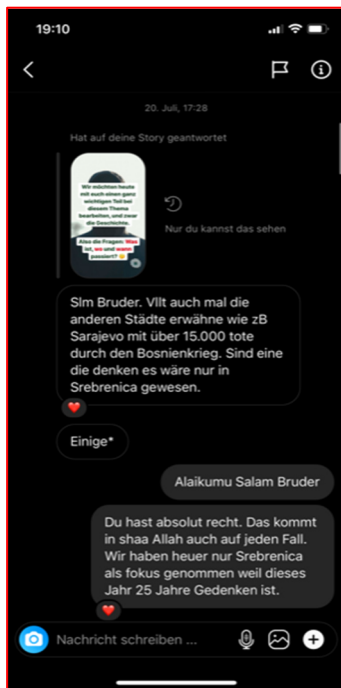


Abbildung 10: Zusendungen eines Followers als Instagram Story