

ÜBERBLICK

Zeitschrift des Informations- und
Dokumentationszentrums für
Antirassismusbearbeitung in Nordrhein-Westfalen



(Extrem) rechte Propaganda, Hassrede & Desinformation in Sozialen Medien

Von der Notwendigkeit digitaler Bildung

Fake News und ihr Einfluss auf die
politische Bildungsarbeit

TikTok und Rechtsextremismus. Neue
Formen der Propaganda auf einer kind-
und jugendaffinen Plattform

Rechtsextreme Strategien in den
Sozialen Medien

Die Generation TikTok braucht politische
Bildung – und zwar jetzt

IDA-NRW

Informations- und Dokumentationszentrum
für Antirassismusbearbeitung in Nordrhein-Westfalen



(Extrem) rechte Propaganda, Hassrede & Desinformation in Sozialen Medien. Von der Notwendigkeit digitaler Bildung

Fake News und ihr Einfluss auf die politische Bildungsarbeit **3**

Prof. Dr. Derya Gür-Şeker

TikTok und Rechtsextremismus. Neue Formen der Propaganda auf einer kind- und jugendaffinen Plattform **9**

Lara Franke und Prof. Dr. Daniel Hajok

Rechtsextreme Strategien in den Sozialen Medien **13**

Lara Franke und Prof. Dr. Daniel Hajok

Die Generation TikTok braucht politische Bildung – und zwar jetzt **17**

Aisha Camara

Dossier „Rechtsextremismus im Netz“ **18**

Literatur und Materialien **19**

Termine **20**

IMPRESSUM

Überblick
Ausgabe 4/2024, 30. Jahrgang
ISSN 1611-9703

Herausgegeben vom
Informations- und Dokumentationszentrum für Antirassismusbildung in NRW (IDA-NRW)
Volmerswerther Str. 20 · 40221 Düsseldorf
Tel: 02 11 / 15 92 55-5
Info@IDA-NRW.de
www.IDA-NRW.de

Redaktion
Karima Benbrahim, Roxana Gabriel, Meltem Büyükmavi

Online-Ausgabe
www.ida-nrw.de/publikationen/ueberblick/

Einsendeschluss von Nachrichten und Veranstaltungshinweisen für Ausgabe 1/2025: 1. März 2025

Liebe Leser*innen, das Jahr 2024, im Rückblick geprägt von zahlreichen Krisen, begann mit einem Hoffnungsschimmer, als Millionen Menschen in Deutschland gegen die AfD auf die Straße gingen, um ein Zeichen gegen Hass, Hetze und für Demokratie zu setzen. Infolgedessen entwickelten sich einige neue lokale Initiativen und Bündnisse, allerdings blieben die Großdemonstrationen weitgehend eine kurzfristige Reaktion auf die „Correctiv-Recherche“ und markierten nicht den Beginn einer bundesweiten politischen Bewegung. Vielmehr fanden rechte und rechtsextreme Narrative, wie schon in den Vorjahren, weiterhin wachsende gesellschaftliche Zustimmung. Unter dem Eindruck multipler Krisen – des sich ausweitenden Krieges zwischen Israel und Palästina, des andauernden Krieges in der Ukraine und der ansteigenden Inflation – boten Ängste, Unsicherheiten und Verteilungskonflikte ein Einfallstor für antidemokratische Positionen und rechtsextreme Ideologien. Diese Entwicklung zeigte sich auf diskursiver Ebene in den Ergebnissen der Mitte Studie der Friedrich Ebert Stiftung (siehe Überblick 4/2023), während sie sich praktisch in der weiteren Verschärfung der Debatten um Migration und Flucht und der Normalisierung extrem rechter und rassistischer Talking Points in medialen und politischen Diskursen widerspiegelte. Dabei blieb es nicht bei menschenverachtender Rhetorik – aus Worten wurden Taten: Deutschland verzeichnete 2024 ein anhaltend hohes Niveau rechter und rassistischer Angriffe sowie eine deutliche Zunahme antisemitischer und antimuslimischer Gewalttaten. Die Ergebnisse der diesjährigen Europawahl und die erschütternden jedoch nicht überraschenden Wahlerfolge der AfD bei den Landtagswahlen in Thüringen und Sachsen sind eine weitere direkte Konsequenz dieser Entwicklung.

Die Ereignisse des vergangenen Jahres stellen die politische Bildungsarbeit vor enorme Herausforderungen. Pädagogische Fachkräfte kämpfen mit gesellschaftlicher Polarisierung, Unsicherheiten in der Besprechbarkeit konflikthafter Themen (siehe Überblick 1/2024 Antisemitismus und Rassismus zusammendenken), der digitalen Verbreitung von Rechtspopulismus und Desinformation, Überlastung und prekären Arbeitsverhältnissen. Genau zu diesem Zeitpunkt sind sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene gewaltige Kürzungen von Fördergeldern geplant. Dabei trägt politische Bildungsarbeit erheblich dazu bei, antidemokratische Einstellungen zu reduzieren. Sie lehrt Ambiguitätstoleranz, Perspektivwechsel und Konfliktfähigkeit sowie das Hinterfragen diskriminierender Strukturen. Sie befähigt junge Menschen, aktiv für Gerechtigkeit einzutreten. Wie Prof. Dr. María do Mar Castro Varela während der Jubiläumstagung des IDA-NRW im Oktober betonte: „Demokratie ist ein kontinuierlicher Prozess, der gelernt und verteidigt werden muss.“ Gerade jetzt müssen wir als sichtbare und laute Mehrheit für eine gerechte Gesellschaft eintreten, uns organisieren und solidarisieren. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen erholsame freie Tage und viel Kraft für die anstehenden Herausforderungen im Jahr 2025! Herzliche und solidarische Grüße,

Roxana Gabriel & Karima Benbrahim

Diese Ausgabe thematisiert rechtsextreme Propaganda in Sozialen Netzwerken – insbesondere bei TikTok – sowie digitale Desinformationskampagnen und zeigt Strategien auf, wie diesen Herausforderungen im Kontext von Bildungsarbeit begegnet werden kann. Im ersten Beitrag definiert Derya Gür-Şeker das Phänomen Fake News, analysiert die Herausforderungen für Demokratie und Gesellschaft und zeigt Ansätze zum Umgang in Bildungskontexten auf. Der zweite Artikel von Lara Franke und Daniel Hajok untersucht rechtsextreme Propaganda auf TikTok und deren Einfluss auf Jugendliche. Anschließend analysieren Lara Franke und Daniel Hajok Strategien rechtsextremer Akteur*innen in Sozialen Netzwerken und zeigen auf, wie Pädagog*innen für den kritischen Umgang mit diesen Inhalten sensibilisieren und der Verbreitung von Hass und Desinformation vorbeugen können. Abschließend formuliert Aisha Camara den dringenden Appell, sich rechten und populistischen Beiträgen auf TikTok mit mutigen, kreativen und klaren Botschaften entgegenzustellen.

Fake News und ihr Einfluss auf die politische Bildungsarbeit

// Prof. Dr. Derya Gür-Şeker

Fake News haben sich zu einem gesellschaftlichen Phänomen entwickelt, das sowohl die Demokratie als auch die Bildungsarbeit vor neue Herausforderungen stellt und nicht losgelöst von digitaler Kommunikation zu verstehen ist, wie Ernst/Trompeta/Roth (2022, 1) kritisch beschreiben:

„Die Hoffnung, durch digitale Phänomene könnten gesellschaftliche Ungleichheitsverhältnisse und Ausgrenzung abgebaut werden, scheint sich (bisher) nicht einzulösen: Rassistische und antidemokratische Akteur*innen propagieren ihre ideologisch durchformten Weltbilder mittels Videos mehr denn je, sogenannte Social Bots füllen und polarisieren automatisiert die Kommentarspalten in sozialen Netzwerken und Aktivist*innen wie gesellschaftlich benachteiligte Gruppen werden [...] stereotypisiert, verhöhnt und angefeindet.“ (ebd., 1)

Die Autor*innen bringen damit zum Ausdruck, auf welche Formen der Ausgrenzung Menschen im digitalen Raum treffen und welche Auswirkungen diese auf Minderheiten und die Gesellschaft haben können. Gekoppelt an diese Feststellung hat die rasante und zum Teil automatisierte Verbreitung digitaler Inhalte das Potenzial, das Vertrauen der Bürger*innen in traditionelle Medien und politische Institutionen zu untergraben (vgl. Bernhard u. a. 2024; Schmitt 2022, 28-29).

Eine Folge, die der vorliegende Beitrag in den Fokus rücken will, ist, dass Fake News die öffentliche Meinungsbildung verzerren und gesellschaftliche Spannungen

verschärfen können – insbesondere in Anbetracht des erstarkenden (Rechts-)Populismus, der gerade auf Minderheiten abzielt und durch gezielte Polarisierungs- und Ausgrenzungsstrategien Themen in der Öffentlichkeit (be)setzt (vgl. Gür-Şeker 2019; Hans Böckler Stiftung 2024). Aufklärung über Fake News und das Aufzeigen von Umgangsstrategien als zentrale Mechanismen im Kampf gegen Fake News werden somit wichtiger denn je, um gesellschaftliche und damit demokratische Resilienz zu stärken. Ziel des Beitrags ist es daher, einen kompakten Überblick über Fake News zu geben, ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft zu beleuchten und die notwendigen Kompetenzen für Fachkräfte in diesem Bereich zu identifizieren. Zunächst werden Definitionen von Fake News vorgestellt, die Herausforderungen für Demokratie und Gesellschaft analysiert und ausgewählte Beispiele beleuchtet. Anschließend werden Ansätze zum Umgang in der Bildungsarbeit aufgezeigt und relevante Kompetenzen für Fachkräfte diskutiert.

Fake News in der Gesellschaft

Insgesamt gibt es eine Vielzahl an Definitionen des Begriffs „Fake News“, wobei sowohl ein fast inflationärer Gebrauch als auch politische Instrumentalisierung des Begriffs auffallen (siehe dazu Grieve/Woodfield 2023, 1-5; Preuß 2021, 23ff.; bpb 2023). Fake News als „Stigmawort“ wird genutzt, um politische Gegner*innen bloßzustellen bzw. in ein schlechtes Licht zu rücken. Neben den unterschiedlichen Perspektiven, die zu einer Vielzahl von Definitionen führen, ist im ersten Schritt eine Übersetzung ins Deutsche hilfreich.

Warum es besser ist, von Desinformation zu sprechen

Der Begriff „Fake News“ besteht aus den Begriffen „Fake“, also „gefälscht“ oder „fingiert“, und „News“, also „Nachrichten“. Es handelt sich in Übersetzung um gefälschte bzw. fingierte Nachrichten. Während die Bezeichnung „gefälschte Nachricht“ eine Nachricht als gefälscht einstuft, ist von zentraler Bedeutung, dass Fake News bewusst verbreitete Falschinformationen sind, die gezielt erstellt werden, um die Öffentlichkeit zu täuschen oder zu manipulieren (vgl. Preuß 2021, 28ff.). Mit Fokus auf den Wahrheitsgehalt spricht Preuß (2021, 29) explizit von „bewusst unwahre[n] Tatsachenbehauptungen“. Auch Graber/Lindemann (2018, 59) betonen, dass „[i]hr Inhalt fiktiv, der Wahrheitsgehalt folglich nicht vorhanden [sei].“ Dennoch finden sich auch bei fingierten Nachrichten Inhalte wieder, die stimmen können, aber bewusst dekontextualisiert werden (z. B. ein Foto eines tatsächlichen Unglücks, wird für ein erfundenes Thema genutzt). Preuß (2021, 29) plädiert mit Blick auf die Verständlichkeit für die deutsche Bezeichnung „fingierte Nachricht“. Um Fake News besser von „versehentlich“ verbreiteten falschen Informationen zu unterscheiden, spricht man auch von „Desinformation“. Dabei ist es wichtig, zwischen folgenden zentralen Arten zu unterscheiden:

- **Desinformation:** Bezieht sich auf bewusst falsche oder irreführende Informationen, die mit der Absicht verbreitet werden, Schaden zu verursachen (siehe nachfolgende Beispiele für Desinformationskampagnen).
- **Misinformation:** Falsche Informationen, die ohne schädliche Absicht verbreitet werden (z. B. Medienartikel, die aufgrund schlechter Recherche Fehler enthalten).
- **Malinformation:** Eine faktisch korrekte Information wird veröffentlicht, um Schaden zu verursachen (sogenannte schadhafte Information) (siehe Stark u. a. 2022, 224; Wardle/Derakhshan 2017).

Diese Unterscheidungen sind wichtig, um die Vielfalt von Falschinformationen zu erkennen und die Motivation sowie Auswirkung gezielt verbreiteter Desinformation zu verstehen. Der Beitrag schließt sich aufgrund der Zielgruppe politischer Bildungsarbeit Preuß' (2021, 29) an und nutzt nachfolgend neben „Desinformation“ auch die Bezeichnung „fingierte Nachricht“.

Mechanismen der Verbreitung von Desinformation

Desinformation kann in Form von Texten, Bildern oder Videos auftreten. Desinformationskampagnen, also das systematische Orchestrieren von Desinformation, nutzen häufig die Dynamiken digitaler Kommunikation und sozialer Medien zur schnellen Verbreitung (vgl. Grieve/Woodfield 2023; Preuß 2021, 80ff.; Emmer 2022, 60). Sie sind deswegen auch so erfolgreich, weil sie Emotionen bespielen, reißerische Überschriften, kontroverse, aufmerksamkeitsregende Bilder nutzen, die dann schneeballartig über Social Media und Messenger-Dienste wie WhatsApp oder Telegram gestreut werden. Insbesondere das Teilen und Liken auf Social Media oder anderen digitalen Diensten gilt als Katalysator für Desinformation. Bei den hier beschriebenen Verbreitungsmechanismen spielen Algorithmen, also im Hintergrund wirkende programmierte Regeln, die bestimmte Inhalte im Social-Media-Feed jeweiliger Nutzer*innen zeigen und gezielt Emotionen hervorheben, ebenso eine wichtige Rolle.

Gleichzeitig gilt es auch die Ursachen für Desinformation im Blick zu behalten, denn Menschen schreiben und verbreiten Desinformation aus einer Vielzahl von Motiven. Gründe können sein: politische oder ideologische Ziele, wirtschaftliche Interessen, Hass oder Ablenkung (vgl. bpb 2023). Insgesamt sind die Gründe für die Verbreitung vielschichtig, können variieren und spiegeln die komplexe soziale, psychologische und technologische Dynamik der heutigen Informationslandschaft wider (siehe dazu ausführlicher Giansiracusa 2021).

Das Zusammenspiel zwischen Algorithmus und dem Sichtbarwerden von Desinformationen, die reißerisch Aufmerksamkeit erregen, und durch Teilen und Liken Verbreitung finden, trägt sicherlich dazu bei, dass Des-

informationskampagnen ihren Weg in die Gesellschaft und ihr Gedächtnis finden. Nachfolgend sollen daher ausgewählte Beispiele aufgezeigt und ihre gesellschaftlichen Implikationen veranschaulicht werden.

Beispiel: Pizza Gate von 2016

Ein bekanntes Beispiel für Desinformation ist der Fall von „Pizza Gate“ während der US-Wahl 2016. Dabei wurde behauptet, dass hochrangige Mitglieder der demokratischen Partei in einem Keller einer Pizzeria einen Kinderhändlerring betreiben würden. Diese fingierte Nachricht verbreitete sich rasend schnell auf Social Media und führte dazu, dass ein bewaffneter Mann in die besagte Pizzeria stürmte, um die vermeintlich gefangenen Kinder zu befreien (vgl. Preuß 2021, 25-27). Dieses Beispiel zeigt, wie die Dynamiken von Social-Media-Plattformen im Zusammenspiel mit Algorithmen und Emotionen zur Verbreitung von Desinformation führen und welche unmittelbaren Gefahren von diesen ausgehen (vgl. ebd.).

Beispiel: Lisa-Affäre von 2016

In Deutschland hat die sogenannte „Lisa-Affäre“ aus dem Jahr 2016 für Aufsehen gesorgt. Diese Desinformationskampagne führte zu diplomatischen Spannungen zwischen Deutschland und Russland. Es wurde behauptet, ein 13-jähriges Mädchen aus Berlin sei von Geflüchteten entführt und missbraucht worden (vgl. Preuß 2021, 50-56). Die Meldung verbreitete sich über soziale Medien und schürte in der russischsprachigen Gemeinschaft in Deutschland Empörung gegenüber Geflüchteten und der Bundesregierung. Später stellte sich heraus, dass die Geschichte frei erfunden war (vgl. bpb 2018). Trotzdem hielten sich die falschen Berichte, und die Empörung wurde zusätzlich durch Berichterstattung in russischen Medien verstärkt (vgl. Preuß 2021, 51-52). Die Lisa-Affäre ist ein Beispiel für die Risiken, die Desinformationen für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die internationale Diplomatie darstellen. Sie verdeutlicht, wie wichtig es ist, kritische Medienkompetenz zu fördern und auch öffentlich gegen Desinformationskampagnen vorzugehen, die den gesellschaftlichen Frieden gezielt zu stören versuchen, in dem sie Stereotype und rassistische Vorurteile gegenüber Minderheiten schüren.

Während „Pizza Gate“ und die „Lisa-Affäre“ bekannte und in der Vergangenheit liegende Beispiele für Desinformationskampagnen sind, ist die „Doppelgänger-Kampagne“ ein aktuelleres Beispiel, das in die Gegenwart hineinwirkt.

Beispiel: Doppelgänger-Kampagne

„Doppelgänger“ ist die größte bisher bekannte russische Desinformationskampagne und wurde bereits im Sommer 2022 entdeckt. Bei der Doppelgänger-Kampa-

gne geht es um Dopplungen bekannter Websites oder Online-Nachrichtendienste beispielsweise mit Verdrehern in Webseitennamen, die zu Verwechslungen führen. Betroffen waren u. a. Spiegel, Süddeutsche, Guardian oder Le Monde. Anfragende landen dabei unbemerkt auf einer als offiziell wirkenden Website (der Dopplung), die dem Original ähnlich ist, jedoch gezielt Desinformationen streut (vgl. Auswärtiges Amt 2024). Gleichzeitig wurden diese Inhalte über Social Media gepostet. Im Juni 2024 verbreiteten 1.366 Accounts auf der Social-Media-Plattform X (früher Twitter) pro-russische Inhalte in verschiedenen Sprachen wie Deutsch, Französisch, Polnisch oder Ukrainisch. Diese Beiträge, die bis Ende Juni 2024 über 4,66 Millionen Aufrufe hatten, zielten darauf ab, westliche Regierungen und ihre Unterstützung der Ukraine zu kritisieren, Spaltung durch kontroverse Themen zu verstärken und westliche Bündnisse zu untergraben (vgl. Alliance4Europe 2024). Viele der Webseiten-Fälschungen sind vorerst offline, dennoch gehen gegenwärtig immer noch Gefahren von Doppelgängern aus (vgl. Alliance4Europe 2024, 20-21; Grynszpan 2024).

Beispiel: US-Wahlkampf 2024 – Donald Trump: „They eating the dogs“

Während des einzigen TV-Duells im US-amerikanischen Fernsehen zwischen Donald Trump und Kamala Harris sprach Donald Trump abfällig über haitianische Einwanderer*innen und behauptete, dass diese „Hunde essen“ würden (vgl. BBC 2024). Einerseits bespielte Donald Trump damit historisch-rassistische Narrative gekoppelt an Verschwörungstheorien über Minderheiten (vgl. Wang 2024). Andererseits ist dieses Narrativ als Desinformation zu kategorisieren, weil eine falsche Information gezielt und manipulativ eingesetzt wird, um eine Bevölkerungsgruppe zu stigmatisieren. Dass ein Kandidat, der das höchste politische Amt der USA bekleiden möchte, diese Aussage im LIVE-Fernsehen mit einer Reichweite von Abermillionen Zuschauer*innen tätigt, ist eine kaum vorstellbare Grenzüberschreitung. Medienrecherchen widerlegten Trumps Desinformation mit Verweis auf befragte „city officials“, die „no credible reports“ bestätigten (vgl. BBC 2024). Längst aber war diese Desinformation millionenfach im Netz von prominenten Verbreitern gestreut worden, so wie der designierte US-amerikanische Vizepräsident James David Vance, der die Aussage auf der Plattform X verbreitete. Dieses US-amerikanische Beispiel, das weltweit über digitale Kommunikationsplattformen kanalisiert wurde, verdeutlicht die mit Desinformationen gekoppelten Herausforderungen für Demokratie und Gesellschaft exemplarisch. Nachfolgend sollen diese Herausforderungen empirisch gestützt mit Fokus auf Deutschland näher erörtert werden.

Folgen und Herausforderungen für Demokratie und Gesellschaft

Desinformationen stellen eine ernsthafte Bedrohung für demokratische Prozesse dar, da sie das Vertrauen der Bürger*innen in Medien und politische Institutionen untergraben. Eine Studie der Bertelsmann Stiftung, die sowohl Deutschland als auch die USA in den Blick nimmt, zeigt auf, dass 81 Prozent der Deutschen Desinformation im Internet als Gefahr für Demokratie und gesellschaftlichen Zusammenhalt betrachten (vgl. Bernhard u. a. 2024). So heißt es zusammenfassend:

„Die Menschen in Deutschland sind besorgt über absichtlich verbreitete Falschinformationen im Netz. Sie befürchten, dass damit die politische Meinung sowie Wahlen beeinflusst werden sollen. Dieser Herausforderung müssen sich Politik, Zivilgesellschaft und Medien stellen.“ (Bertelsmann Stiftung 2024)

Es gilt als bestätigt, dass Menschen, die häufiger Desinformation wahrnehmen, seltener traditionelle Medien nutzen, weniger Vertrauen in diese aufbauen und dadurch stärker an Desinformation und Verschwörungstheorien glauben (vgl. Bernhard u. a. 2024, 11). Bernhard u. a. (2024) skizzieren neben wichtigen empirischen Ergebnissen zur Verbreitung und Wirkung von Desinformation auch Zielgruppen, die von diesen betroffen seien bzw. bei denen die Wahrscheinlichkeit hoch sei, dass sie aufgrund ihres Social-Media- bzw. Medienverhaltens eher auf diese treffen würden. Den hier empirisch sichtbarwerdenden Entwicklungen kann mit Bildungsarbeit und Workshops entgegengewirkt werden. Die Bertelsmann-Studie macht u. a. Faktoren wie Bildung, Altersgruppe, Medien- und Nachrichtenverhalten sowie Demokratieunzufriedenheit sichtbar, die wichtige Ankerpunkte für Bildungsarbeit darstellen. Gerade jetzt Bedarf es gezielter bzw. systematischer Bildungsarbeit gegen Desinformation, um Medienkompetenz im Zeitalter digitaler Kommunikation zu stärken.

Zusammenfassend kann die Verbreitung von Desinformationen zu folgenden Herausforderungen führen:

- **Polarisierung der Gesellschaft:** Falschinformationen können gesellschaftliche Spannungen verschärfen (siehe Lisa-Affäre oder Pizza Gate).
- **Beeinflussung von Wahlen:** Durch die gezielte Verbreitung können Wähler*innen in die Irre geführt werden (siehe US-Wahlkampf 2024).
- **Untergrabung des Vertrauens in Medien:** Wenn Menschen regelmäßig mit Desinformation konfrontiert werden, kann dies das Vertrauen in seriöse Medien schwächen (vgl. Bernhard u. a. 2024).

Diese Herausforderungen erfordern effektive Strategien, um die Verbreitung von Desinformationen einzudämmen und die Resilienz der Gesellschaft zu stärken.

Desinformation als Thema der Bildungsarbeit

Die Bildungsarbeit spielt eine entscheidende Rolle im Umgang mit Desinformationen. Ein zentraler Ansatz kann die Förderung kritischer Medienkompetenz sein, die es Individuen ermöglicht, die eigene Mediennutzung einerseits und Medieninhalte andererseits kritisch zu reflektieren, schließlich Informationen zu analysieren, zu bewerten und Desinformation zu erkennen. Preuß (2021) fasst diesbezüglich zusammen:

„Als zentral für die Bekämpfung von Fake News wird [...] die Stärkung der digitalen Medienkompetenz und der politischen Bildung erachtet, um auf diese Weise eine Kritikfähigkeit zu entwickeln, die zum Auswählen und Bewerten unterschiedlicher Medieninhalte genutzt werden kann.“ (Preuß 2021, 242-243)

Hierfür benötigen Fachkräfte spezifische Kompetenzen, um effektiv mit Desinformation als Thema der Bildungsarbeit umzugehen und dieses Wissen zu vermitteln. Dazu zählen unter anderem:

Medienkompetenz und technisches Wissen:

- Die Fähigkeit, Medieninhalte kritisch zu analysieren und die Glaubwürdigkeit von Quellen zu bewerten (Faktenprüfung).
- Ein Verständnis für Nutzer*innenverhalten sowie der Funktionsweise digitaler, sozialer Medien und der Mechanismen, die stetig im Wandel sind und zur Verbreitung von Fake News beitragen.

Didaktische und kommunikative Fähigkeiten:

- Das Anwenden und die Entwicklung von Lehrme-

thoden, die Analysefähigkeiten und das kritische Denken der Lernenden fördern und sie befähigen, Desinformation zu erkennen.

- Die Vermittlung komplexer Themen und Förderung eines offenen Dialogs über Desinformation.

Diese Kompetenzen können wiederum teilweise auf Lerner*innen-Seite gespiegelt werden. Werden unterschiedliche Plattformen gesichtet, die den Umgang mit Fake News in Bildungskontexten vermitteln, dann lassen sich zentrale Kompetenzen auf Lerner*innen-Seite bündeln, die ineinandergreifen und sich gegenseitig bedingen:

- Medienkompetenz (z. B. Nutzer*innenverhalten reflektieren, Social-Media-Funktionen kennen),
- Faktenprüfung (z. B. Tatsachen oder Daten prüfen, analysieren und vergleichen) und
- kritisches Denken (z. B. Aussagen, Inhalte hinterfragen).

Die daraus ableitbare Desinformationskompetenz sollte dazu befähigen, Medieninhalte kritisch zu hinterfragen, Informationsquellen zu überprüfen und Desinformation zu erkennen, um zu mündigen und verantwortungsbewussten Nutzer*innen in der digitalen Welt zu werden. Diese abstrakten Zielmarken können in Unterrichtskontexten konkret trainiert werden, wie das Beispiel der Bundeszentrale für politische Bildung anschaulich zeigt (siehe Abbildung 1).

Auf der Lerner*innen-Perspektive können somit „vier Schritte“ differenziert werden, um Desinformationen zu erkennen: 1. Nachrichten hinterfragen, 2. Quellen überprüfen, 3. Bilder prüfen und 4. Nachrichten nicht

unüberlegt weiterleiten (siehe Abbildung 1, bpb). Insbesondere der dritte Schritt wird durch technologische Weiterentwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz eine zentrale Herausforderung, da sogenannte Deep Fakes in Form manipulierter Ton- und Videoaufnahmen zunehmend zum Einsatz kommen (vgl. Giansiracusa 2021). Gekoppelt an diese vier Schritte ist auch das technische Wissen, bei dem ausgewählte Tools und Faktenchecker-Portale für die Überprüfung von Quellen zum Einsatz kommen können. So lassen sich gegenwärtig noch viele fingierte Nachrichten und Bilder über Rückwärtssuchen auf ihre Echtheit oder Quellen überprüfen (siehe beispielsweise tineye 2024).

Auch gibt es für unterschiedliche Zielgruppen bereits diverse kostenlose Unterrichtsmaterialien zum Thema Medienkompetenz allgemein und Desinformation im Spezifischen, die beliebig erweitert und ergänzt werden können (z. B. durch aktuelle Beispiele für Desinformation). Eine Auswahl findet sich nachfolgend:

- Bildungsserver – Fake News im Unterricht mit Arbeitsblättern und Unterrichtsmaterialien: <https://www.bildungsserver.de/fake-news-im-unterricht-12934-de.html>
- NDR – Medienkompetenz mit Unterrichtsmaterial für die Mittel- und Oberstufe: <https://www.ndr.de/ratgeber/medienkompetenz/Medienkompetenz-Unterrichtsmaterial-fuer-die-Schule,unterrichtsmaterialindex100.html>
- Bundeszentrale für politische Bildung – Fakes News in einfacher Sprache erklärt: https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/einfach_Politik_aktuell_PDF_Fake%20News.pdf

Für die Bildungsarbeit sind Faktenchecker-Portale eine wichtige Quelle, um aktuelle Beispiele für Lernkontexte zu recherchieren. Weltweit gibt es mittlerweile viele Plattformen, die die Richtigkeit von Nachrichten überprüfen und damit auch einen Überblick sowohl über aktuell kursierende Desinformationen geben, aber auch aufzeigen, wie diese inhaltlich gegengeprüft und enttarnt werden können.

Faktenchecker – als Ressource für die Bildungsarbeit

Eine Auswahl von Faktenchecker-Plattformen für Deutschland und Europa sind:

- Faktenfinder der Tagesschau: <https://www.tagesschau.de/faktenfinder>
- Correctiv: <https://correctiv.org/faktencheck/>
- Mimikama – Verein zur Aufklärung über Internetmissbrauch: <https://www.mimikama.org>
- German-Austrian Digital Media Observatory (GADMO) – Zusammenschluss von Faktencheck-Organisationen: <https://gadmo.eu>

Fazit mit Ausblick

„Die liberale Demokratie steht unter Druck, ihre Qualität hat in den vergangenen Jahren weltweit teils signifikant nachgelassen. Gleichwohl sind Demokratien der Regression nicht hilflos ausgeliefert. Sie besitzen Resilienzpotenziale, die aber aktiviert werden müssen.“ (Merkel 2024, o.S.)

Desinformation stellt eine erhebliche Herausforderung für die Demokratie und die Gesellschaft dar, insbesondere im Kontext politischer Prozesse wie Wahlen. Gerade die Bildungsarbeit spielt in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle bei der Vermittlung von Kompetenzen, die notwendig sind, um Desinformation zu erkennen und ihr entgegenzuwirken. Durch die Förderung kritischer Medienkompetenz und die gezielte Schulung von Fachkräften können wir die Resilienz der Gesellschaft gegenüber gezielt platzierter Falschinformationen stärken und somit die Integrität demokratischer Prozesse schützen. Fachkräfte in der Bildungsarbeit benötigen hierfür jedoch Medienkompetenzen, die dem schnelllebigen Wandel digitaler Kommunikation gerecht werden, und didaktische Fähigkeiten, um mit den digitalen Besonderheiten von Desinformation umzugehen und damit in praktischen Unterrichtseinheiten demokratische Resilienz zu stärken. Denn Desinformation untergräbt das Vertrauen der Bürger*innen in Medien und politische Institutionen, verzerrt die öffentliche Meinungsbildung und kann politische Prozesse beeinflussen (vgl. Bernhard u. a. 2024). Hierbei werden neue digitale Tools, die Künstliche Intelligenz nutzen und sowohl Text als auch Bild- bzw. Videoproduktion in Massen und kostengünstig ermöglichen, eine der zentralen Herausforderungen unserer Zeit sein (siehe dazu Filimowicz 2022; Giansiracusa 2021; Helberg 2023).

Gerade deshalb wird das Bekämpfen von Desinformation zur gesamtgesellschaftlichen Aufgabe, die sowohl politische Maßnahmen als auch eine verstärkte Bildungsarbeit erfordert. Durch die gezielte Schulung von Fachkräften der Bildungsarbeit können wir die Resilienz der Gesellschaft gegenüber Desinformation in all ihren Formen stärken und somit die Integrität demokratischer Prozesse schützen.

Literatur

Alliance4Europe (2024): Fool me one. Russian Influence Operation Doppelgänger Continues on X and Facebook, S. 20-21. Online unter: <https://alliance4europe.eu/wp-content/uploads/2024/09/CDN-Report---Fool-Me-Once--Russian-Influence-Operation-Doppelgänger-Continues-on-X-and-Facebook---September-2024.pdf>, letzter Aufruf: 02.12.2024,

Auswärtiges Amt (2024): Deutschland im Fokus der pro-russischen Desinformationskampagne „Doppelgänger“. Online unter: <https://www.auswaertiges-amt.de/blob/2660362/73bcc0184167b438173e554ba2be2636/technischer-bericht-desinformationskampagne-doppelgaenger-data.pdf>, letzter Aufruf: 02.12.2024

Gib Fake News keine Chance!

- Hinterfrag die Nachricht!**
 - > Von wem kommt die Info?
 - > Welche Absicht steckt dahinter?
 - > Achtung vor allem bei reißerischen Botschaften.
- Überprüf die Quelle!**
 - > Steht die Info auch in der Originalquelle?
 - > Gibt es ein Impressum?
 - > Bestätigen andere seriöse Quellen die Fakten?
- Check das Bild!**
 - > Wo, wann und von wem wurde es aufgenommen?
 - > Wer schickt das Bild rum?
 - > Findet man es online nur in diesem Kontext?
- Leite nicht alles weiter!**
 - > Könnte die Nachricht anderen schaden?
 - > Melde Falschmeldungen bei Faktenchecker-Websites.
 - > Sprich mit Bekannten, wenn sie Fake News teilen.

#StopFakeNews

Abb. 1: Gib Fake News keine Chance! (Quelle: bpb 2020)

BBC (2024): Thomas, Merlyn/Wendling, Mike (2024): Trump repeats baseless claim about Haitian immigrants eating pets. Online unter: <https://www.bbc.com/news/articles/c77128myezko>, letzter Aufruf: 02.12.2024

Bernhard, Lukas/Schulz, Leonie/Berger, Cathleen/Unzicker, Kai (2024): Verunsicherte Öffentlichkeit. Superwahljahr 2024: Sorgen in Deutschland und den USA wegen Desinformationen. Online unter: https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/Projekte/UpgradeDemocracy/2024_Up-Dem-Studie-Verunsicherte-Oeffentlichkeit_DE.pdf, letzter Aufruf: 02.12.2024

Bertelsmann Stiftung (2024): Große Mehrheit erkennt in Desinformation eine Gefahr für Demokratie und Zusammenhalt. Online unter: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/themen/aktuelle-meldungen/2024/februar/grosse-mehrheit-erkennt-in-desinformation-eine-gefahr-fuer-demokratie-und-zusammenhalt>, letzter Aufruf: 02.12.2024

bbp (2018): Bundeszentrale für politische Bildung (2018): Der „Fall Lisa“. Entwicklungen in Berlin Hellersdorf-Marzahn. Online unter: <https://www.bpb.de/themen/migration-integration/russlanddeutsche/271945/der-fall-lisa/>, letzter Aufruf: 02.12.2024.

bbp (2020): Bundeszentrale für politische Bildung (2020): #StopFakeNews – Fake News erkennen. Online unter: <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/stopfake-news/>, letzter Aufruf: 02.12.2024

bbp (2023): Bundeszentrale für politische Bildung (2023): <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/desinformation/519734/plurv-was-ist-das/>, letzter Aufruf: 02.12.2024.

bbp (2024): Bundeszentrale für politische Bildung (2024): PLURV – Was ist das? Online unter: <https://www.bpb.de/themen/politisches-system/politik-einfach-fuer-alle/258073/fake-news/>, letzter Aufruf: 02.12.2024

Emmer, Martin (2022): Soziale Medien in der politischen Kommunikation, in: Schmidt, Jan-Hinrik/Taddicken, Monika (Hg.): Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden: Springer, S. 57-80

Ernst, Julian/Trompeta, Michalina/Roth, Hans-Joachim (Hg.) (2022): Gegenrede Digital: Neue und alte Herausforderungen interkultureller Bildungsarbeit in Zeiten der Digitalisierung (1. Aufl.), Wiesbaden: Springer

Filimowicz, Michael (2022): Deep Fakes: Algorithms and Society (1. Aufl.), New York: Routledge

Giansiracusa, Noah (2021): How algorithms create and prevent fake news: Exploring the impacts of social media, deep-fakes, GPT-3, and more. Apress Media LLC

Graber, Robin/Lindemann, Thomas (2018): Neue Propaganda im Internet. Social Bots und das Prinzip sozialer Bewährtheit als Instrumente der Propaganda, in: Sachs-Hombach, Klaus/Zywietz, Bernd (2018): Fake News, Hashtags und Social Bots: Neue Methoden populistischer Propaganda (1. Aufl.). Wiesbaden: Springer, S. 51-68

Grieve, Jack/Woodfield, Helena (2023): The Language of Fake News. Cambridge: Cambridge University Press

Grynszpan, Emmanuel (2024): The Russian disinformation machine, a constantly changing ecosystem. Online unter: <https://www.lemonde.fr/en/international/article/2024/10/12/>

[the-russian-disinformation-machine-a-constantly-changing-ecosystem_6729193_4.html](https://www.lemonde.fr/en/international/article/2024/10/12/the-russian-disinformation-machine-a-constantly-changing-ecosystem_6729193_4.html), letzter Aufruf: 02.12.2024

Gür-Şeker, Derya (2019): Exklusionsstrategien in rechtspopulistischen Reden. Eine sprachkritische Annäherung mit Fokus auf Nomination, Prädikation und Metapherngebrauch im Diskurs über Migranten, in: Schiewe, Jürgen/Niehr, Thomas/Moraldo, Sandro (Hg.): Sprach(kritik)kompetenz als Mittel demokratischer Willensbildung. Sprachliche In- und Exklusionsstrategien als gesellschaftliche Herausforderung, Bremen: Hempen, S. 79-98

Hans Böckler Stiftung (2024): Aufstieg des Rechtspopulismus: Erklärungsansätze und Analysen. Online unter: <https://www.boeckler.de/de/auf-einen-blick-17945-auf-einen-blick-rechtspopulismus-in-deutschland-37867.htm>, letzter Aufruf: 02.12.2024

Helberg, Christina (2023): Deepfakes erkennen. Künstliche Intelligenz kann Fotos und Videos von Szenen erzeugen, die so gar nicht stattgefunden haben. Wie soll man da noch durchblicken? Unsere Tipps für den Echtheits-Check. Online unter: <https://www.fluter.de/deepfakes-erkennen>, letzter Aufruf: 02.12.2024

Merkel, Wolfgang (2024): Wie resilient ist unsere Demokratie?, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 74. Jahrgang, 27/2024, S. 18-25. Online unter: <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/demokratie-in-gefahr-2024/549906/wie-resilient-ist-unsere-demokratie/>, letzter Aufruf 02.12.2024

Preuß, Tamina (2021): Fake News. Baden-Baden: Nomos.

Sachs-Hombach, Klaus/Zywietz, Bernd (2018): Fake News, Hashtags und Social Bots: Neue Methoden populistischer Propaganda (1. Aufl.), Wiesbaden: Springer

Schmitt, Josephine B. (2022): Virtuelle Welten und künstliche Intelligenzen als Herausforderungen und Chancen digitaler Gegenrede, in: Ernst, Julian/Trompeta, Michalina/Roth, Hans-Joachim (2022): Gegenrede Digital: Neue und alte Herausforderungen interkultureller Bildungsarbeit in Zeiten der Digitalisierung (1. Aufl.). Wiesbaden: Springer, S. 27-40

Stark, Birgit/Magin, Melanie/Geiß, Stefan (2022): Meinungsbildung in und mit sozialen Medien, in: Schmidt, Jan-Hinrik/Taddicken, Monika (2022): Handbuch Soziale Medien, Wiesbaden: Springer, S. 213-231

tineye (2024): Rückwärts-Bildersuche: <https://tineye.com/how>, letzter Aufruf: 02.12.2024

Wang, Claire (2024): 'A very old political trope': the racist US history behind Trump's Haitian pet eater claim, in: The Guardian, online unter: <https://www.theguardian.com/us-news/2024/sep/14/racist-history-trump-pet-eating-immigrant>, letzter Aufruf: 02.12.2024

Wardle, Claire/Derakhshan, Hossein (2017): Information disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking, Straßburg: Council of Europe

Autor*in

Prof. Dr. Derya Gür-Şeker ist Professorin für Kommunikation, Gesellschaft mit dem Schwerpunkt Social Media an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Aktuell forscht und lehrt sie zu digitalen Diskursen von Künstlicher Intelligenz bis Desinformation.

TikTok und Rechtsextremismus

Neue Formen der Propaganda auf einer kind- und jugendaffinen Plattform¹

// Lara Franke und Daniel Hajok

Social Media ist für die Verbreitung rechtsextremistischer Ideologie mittlerweile das bevorzugte Mittel. Die App TikTok steht aktuell besonders im Fokus, weil die Propaganda hier schnell in ein modernes Format gebracht und nicht zuletzt an junge Menschen adressiert werden kann.

Bis weit in die 2000er-Jahre hinein war die Hauptverbreitungsform für extremistische Inhalte und Orientierungen, die an Heranwachsende adressiert waren, noch an Musik geknüpft: Tonträger mit jugendaffiner Musik und Festivals zur Vernetzung der Szene waren die bevorzugten Mittel. Mit der zunehmenden Bedeutung von Onlinediensten zu Austausch, Vernetzung und Herstellung von Öffentlichkeit wurden von der neuen Rechten in den letzten Jahren immer mehr auch die Möglichkeiten von Social Media genutzt, um die eigenen Strategien anzupassen und die Verbreitung Ideologien² weiter zu optimieren (Hajok 2022).

Radikalisierung in der Social Media Welt

Im Jahr 2022 bildeten Propagandadelikte mit 62 Prozent den größten Teil der rechtsextremistischen Straftaten in Deutschland (BMI 2022). Mittlerweile gelten Online-Plattformen als zentrale Kanäle bei der Verbreitung rechtsextremer Propaganda³. YouTube, Instagram und nicht zuletzt TikTok stehen im Fokus des Kinder- und Jugendmedienschutzes. Immerhin 13 Prozent der im Jahr 2022 insgesamt 7.363 im Netz registrierten Jugendschutzverstöße sind dem Bereich des politischen Extremismus zuzuordnen. Trotz Usermeldung oder offiziellem Kontakt werden solch problematische Inhalte keineswegs immer durch die Plattformen gelöscht (Jugendschutz.net 2023).

1 Der folgende Beitrag ist ein Abdruck des am 11.10.2023 von der bpb veröffentlichten Textes:

Franke, Lara/Hajok, Daniel (2023): TikTok und Rechtsextremismus. Neue Formen der Propaganda auf einer kind- und jugendaffinen Plattform. Bonn: bpb. <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/541511/tiktok-und-rechtsextremismus/>. Dieser Text ist unter der Creative Commons Lizenz „CC BY-SA 4.0“ veröffentlicht.

2 <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/das-junge-politik-lexikon/320506/ideologie/>

3 <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/politiklexikon/18075/propaganda/>

Jugendliche, bereits Kinder, sind über die Apps gut erreichbar und somit ein begehrtes Objekt der Radikalisierung. Sie sind „permanently online, permanently connected“ und können so immer und überall mit rechtsextremistischen Inhalten konfrontiert werden, ohne gezielt danach zu suchen (Vorderer 2015, S. 260). Ob sie es wollen oder nicht: Heranwachsende sind im Netz längst zu einer sehr wichtigen Zielgruppe rechtsextremistischer Propaganda geworden. Rechtsextremistische Akteur*innen und Gruppierungen nutzen das Social Web⁴ aktiv für die eigenen Ziele, verbreiten hier rechtsextremistische Propaganda, rekrutieren potenzielle neue Anhänger*innen, planen und vernetzen sich innerhalb der Szene (Hajok & Wegmann 2016, Neumann et al. 2018).

Die nutzergenerierten Inhalte auf Social Media-Plattformen sind nah an den Rezeptionsgewohnheiten und der Lebenswelt der jungen Nutzer*innen aufbereitet. Dadurch sinkt die Hürde, sich mit den Inhalten auseinanderzusetzen und eine emotionale Verbindung zu ihnen aufzubauen (Manemann 2020). Zudem evozieren die für Social Media typischen Austauschformen sinkende Hemmschwellen für Grenzverletzungen aller Art und befördern seitens der Agierenden auch Radikalisierungsprozesse. Zentraler Hintergrund sind die Besonderheiten digitaler Kommunikation, die von zeitlicher, räumlicher und sozialer Entgrenzung, dem Fehlen eines direkten Gegenübers, der Kanalreduktion eines (nur) mit Text, Bild und Video Ausgetauschten und den (algorithmisierten) inhaltlichen Zuspitzungen von Filterkammern bzw. Echokammern gekennzeichnet sind. In diesem Zusammenhang kann es nicht verwundern, dass laut Verfassungsschutzbericht immer mehr minderjährige Akteur*innen bekannt werden, die innerhalb dieser Echokammern⁵ auch extremistisch und gewaltbereit auftreten (BMI 2022).

Da die Heranwachsenden ihre soziale und politische Identität gerade ausbilden, kann der Kontakt zur rechtsextremistischen Szene riskant sein und zur Desorientierung beitragen (Lehmann & Schröder 2021). Niedrigschwellig und lebensweltorientiert bietet die rechtsextremistische Szene jungen Menschen auf Social Media vermeintlich einfache Antworten auf komplizierte Fragen, was in Zeiten der Orientierungssuche eine besondere Attraktivität erhält. Die ‚einfachen‘ Strukturen und Regeln können ein Gefühl von Macht und Überlegenheit stärken (Schmitt et al. 2017, Reineemann et al. 2019, Lehmann & Schröder 2021). Dies kann den eigenen Einstieg in die rechtsextremistische Szene

4 <https://www.bpb.de/lernen/bewegt-bild-und-politische-bildung/themen-und-hintergruende/lernen-mit-und-ueber-tiktok/524159/todeslisten-hatefluencerinnen-und-rechtsextreme-mobilisierung-auf-der-plattform/>

5 <https://www.bpb.de/themen/parteien/rechtspopulismus/290851/diskussionsraeume-und-radikalisierungsprozesse-in-sozialen-medien/>

zu einer Zeit erleichtern, in der politische Denkstrukturen gebildet und eigene Informationszugänge etabliert werden, die bis ins Erwachsenenalter reichen (Krieg 2021).

Warum gerade TikTok?

Wie kein anderes mediales Angebot steht TikTok für niedrigschwelliges Ansehen, Aufnehmen, Bearbeiten und Teilen von Kurzvideos und wurde damit eine der neueren Erfolgsgeschichten im Social Web. Auch für Laien sind die Bearbeitungsmöglichkeiten geeignet, was ein zentraler Grund für den Erfolg der App ist (Gudat & Hajok 2020). Rechtsextremistische Akteur*innen können darüber also einfach und gezielt mit ihrer Zielgruppe in einen Austausch kommen. Auch der Aufbau der App spielt dabei eine Rolle. Auf der sogenannten „For You“-Page werden den Nutzer*innen individuelle, algorithmus⁶ basierte Videos eingespielt. Das baut eine besondere Bindung auf und legt ganz nebenbei aber auch einen zunehmend rezeptiven Umgang mit der App nahe, bei dem eine produktive Nutzung mit dem kreativen Erstellen und Teilen eigener Videos immer weiter in den Hintergrund gerät. Welche Videos dann in Endlosschleife auf der „For You“-Page eingespielt werden, hängt unter anderem davon ab, was die Person vorher geliekt oder länger angeschaut hat (TikTok Technology Limited 2021).

Seit Ende 2019 hat die Bedeutung der App vor allem bei jungen Nutzer*innen stark zugenommen. Ende 2021 nutzte mit zehn, elf Jahren bereits gut ein Viertel der Kinder TikTok, mit zwölf, 13 Jahren gut die Hälfte und mit 14, 15 Jahren waren es schon fast zwei Drittel (Rohleder 2022). Im Jahr 2022 war TikTok bei jungen Menschen dann bereits die drittbekannteste App auf dem Smartphone: Neben WhatsApp haben für Kinder nur YouTube und für Jugendliche nur Instagram einen noch höheren Stellenwert (MPFS 2022a, 2023).

Fake News auf TikTok

Die Plattform dient dabei nicht nur der Unterhaltung: Mit zunehmendem Alter spielt sie auch eine wichtige Rolle als Informationskanal. Jede*r vierte Jugendliche in Deutschland nutzt TikTok regelmäßig, um sich zum aktuellen Tagesgeschehen zu informieren. Damit liegt die Plattform hinter Suchmaschinen und Instagram auf Platz drei der genutzten Informationskanäle im Netz, die klassische Informationsmedien – wie Fernsehnachrichten, Zeitungen/Zeitschrift etc. – längst abgelöst haben. Mit ihren inhaltlichen Interessen sind die Jugendlichen an die großen Themen unserer Zeit gebunden: Im Jahr 2022 zeigten sich die mit Abstand meisten am Ukraine-Krieg und dem Klimawandel, knapp die Hälfte an der Corona-Situation und Vielfalt in der Gesellschaft

6 <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/lexikon-in-einfacher-sprache/303035/algorithmus/>

(sehr) interessiert (MPFS 2022a).

Mit diesen eigenen Zugängen zu Informationen und Orientierung, bei denen Jugendliche nicht zuletzt auf ihre Social Media Kanäle setzen, kommen die meisten regelmäßig auch mit den gezielt dort ausgesteuerten manipulativen und extremen Botschaften in Kontakt. Im Frühsommer 2022 befragt, gab bei der JIM-Studie gut die Hälfte der 12- bis 19-Jährigen an, ihnen seien im letzten Monat Fake News im Internet begegnet. Jeweils gut zwei Fünftel hatten in diesem Zeitraum auch Kontakt mit extremen politischen Ansichten und Verschwörungstheorien, gut ein Drittel mit Hassbotschaften (ebd.). Hass und Hetze wird dabei vor allem beiläufig in Kommentaren und Social Media Posts wahrgenommen. Die Jüngeren, die 12- bis 16-Jährigen, nehmen Hate-speech vor allem auf TikTok wahr, gefolgt von YouTube und Instagram (MPFS 2022b). In diesem Gesamtzusammenhang haben Social Media allgemein und TikTok speziell eine zunehmende Bedeutung für die politische Sozialisation ihrer Nutzer*innen erlangt. Entsprechende Inhalte begegnen ihnen zunächst zwar eher zufällig und nebenbei über unterschiedliche Formate: beispielsweise in Meinungs- und Erklärvideos, Erfahrungsberichten, Videodokumenten. Wecken die Inhalte aber Interesse, werden sie „aktiv angeeignet, geliekt, geteilt oder kommentiert, was wiederum neue Videos zum Thema in die personalisierte Schleife spült und eine (vertiefte) persönliche Auseinandersetzung evozieren kann“ (Hajok & Wiese 2022, S. 20).

Propagandastrategien bei TikTok

Die Strategien von Rechtsextremist*innen auf TikTok sind genauso vielfältig wie die der Influencer*innen selbst. Sie unterscheiden sich in ihrer Reichweite, ihren Themen und ihrer Ästhetik sehr stark. Zusammengekommen erzielen rechte Akteur*innen auf der Plattform eine große Reichweite und wissen die Begebenheiten der App aktiv zu nutzen, um junge Menschen mit ihrer Ideologie zu erreichen (Jugendschutz.net 2023).

In der detaillierten Analyse ausgewählter Kanäle zeigt sich, dass Rechtsextremist*innen bei TikTok zur Vermittlung ihrer Botschaften eher auf positiv besetzte Emotionen (Stolz oder Zusammengehörigkeit) setzen als auf negativ konnotierte (Aggression, Wut oder Ärger). Offensichtliche Hassrede kommt in den geschickt mit jugendkulturellen Elementen wie Jugendsprachen oder Internetkultur verknüpften Clips demgegenüber relativ selten vor (Franke & Hajok 2022). Der teilweise verwendete Humor, wie er schon länger ein wichtiges stilistisches Mittel zur Überdeckung der rechten Propaganda im Netz ist, dient einer Verschleierung der eigentlichen Botschaft (Beyersdörfer et al. 2017).

Die meisten rechtsextremistischen TikToker*innen stellen sich als Teil einer eingeschworenen „deutschen“ In-Group dar. Andere werden als „nicht Deutsche“ ab-

gewertet. „Das etablierte System“ im Sinne der aktuellen politischen Ordnung wird zum Feindbild konstruiert. Einerseits werden offen parteipolitische Verbindungen zur Alternative für Deutschland (AfD)⁷ und zum Dritten Weg⁸ hergestellt, andererseits werden die „Grünen“ und „Linken“ diffamiert (Franke & Hajok 2022). Bei den AfD-nahen Accounts fällt auf, dass sie sich aktuell nicht an den Sehgewohnheiten von TikTok orientieren. Sie laden beispielsweise Facebook-Videos hoch, die trotz der anderen Ästhetik teilweise eine große Reichweite erzielen (pre:bunk Teil 1 2023). Die meisten rechten TikToker*innen präsentieren sich kämpferisch und rebellisch. Kampfsportler präsentieren sich zudem gewaltbereit. Mit der Darstellung als stark und stereotypisch männlich wird versucht, andere junge Männer für ihre Sache zu gewinnen. Für geschulte Augen sind auch NS-Bezüge zu erkennen, etwa in Gestalt wie „Annika meine Ehre heißt Treue“ als Anlehnung an die Schutzstaffel⁹ (Franke & Hajok 2022). In vielen Accounts werden bildstarke Symbole, wie Wölfe, Adler und Wälder in den Videos verarbeitet (pre:bunk 2023). Auch die Auswahl der für TikTok-Videos typischen Musikuntermalung nutzen die Creator*innen, um rechtsextremistisches Gedankengut zu streuen. Durch die Möglichkeit, Cover-Versionen von Liedern zu erstellen oder zu verwenden oder diese einfach im Hintergrund des Videos laufen zu lassen, kann auch indizierte¹⁰ Musik z. B. von bekannten Rechtsrock-Bands wie Landser für Videos genutzt werden, ohne gleich eine Sperrung hervorzurufen (Franke & Hajok 2022).

Subtile Ansprache junger Nutzer*innen

Neben den rechtsextremistischen Kampfsport-Accounts und den Kanälen mit eindeutigem Parteibezug, gibt es rechte TikToker*innen, die sehr viel subtiler vorgehen. Sie sind jung und medienaffin. Sie orientieren sich an aktuellen Trends, tanzen und singen, präsentieren sich bewusst harmlos – und vermitteln nebenbei ihre Ideologie. Dafür wird sich der ganzen Bandbreite jugendaffiner Elemente der Social Media Welt bedient: GIFs, Memes, jugendaffine Schlagworte und trendige Hashtags dienen dabei auch der Verharmlosung der Inhalte (ebd., Lehmann & Schröder 2021). So gibt es beispielsweise Videos mit dem Hashtag #GRWM (Get ready with me).

Wie viele andere schminken sich auch rechte TikTokerinnen in ihren Videos oder erzählen ganz beiläufig von ihrer rechtsextremistischen Weltanschauung (pre:bunk 2023). Auffällig sind auch hier die stereotypischen Rol-

7 <https://www.bpb.de/themen/parteien/parteien-in-deutschland/afd/211108/kurz-und-buendig-die-afd/>

8 <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/500824/der-dritte-weg/>

9 <https://www.bpb.de/themen/nationalsozialismus-zweiter-weltkrieg/dossier-nationalsozialismus/39550/ausbau-des-fuehrerstaates/>

10 <https://www.bzjk.de/bzjk/service/statistiken>

lenklischees: Männlich gelesene Personen präsentieren sich als stark, soldatisch und muskulös. TikTokerinnen zeigen sich eher gemäß stereotypisierter Weiblichkeit – und werden in Kommentaren vermehrt mit Bezügen zu ihrer Äußerlichkeit bedacht. Relativ neu in der Szene ist die Bewegung der „Tradwives“ – Frauen, die sich auf ihren Accounts für den Erhalt des traditionellen Frauenbilds stark machen (Rösch 2023).

Codes im rechtsextremistischen TikTok

Um einer Sperrung wegen Hassrede zu entgehen, wie sie laut „Community Richtlinien“ (TikTok 2023) verboten ist, werden meist rechtsextremistische Begriffe und eindeutige Codes und Emojis vermieden. Häufig werden Emojis in den Farben der Reichsflagge (Abfolge von schwarzen, weißen, roten geometrischen Formen) verwendet. Auch Adler oder Deutschlandfahnen deuten auf eine Verbindung zum Rechtsextremismus hin. Kommt es dennoch zu einer Sperrung der Accounts, erstellen die Creator*innen zur Verbreitung ihrer Ideologie neue Accounts oder es gibt Kanäle von Dritten, die ihre Inhalte erneut posten.

Viele rechte TikTok-Accounts verweisen außerdem direkt auf andere Plattformen und Dienste. Das deutet darauf hin, dass TikTok oft nur als Erstkontakt bzw. Erstzugang zu den überwiegend jungen Nutzer*innen der Plattform genutzt wird, um gerade sie in die geschlosseneren Kommunikationsräume etwa von Discord und Telegram zu locken. Der Öffentlichkeit entzogen lassen sich hier rechtsextremistische Einstellungen (noch) offener äußern und der Kontakt zu den jungen Nutzer*innen intensivieren (Franke & Hajok 2022). Mögliche Radikalisierungsprozesse entziehen sich dann auch weitestgehend einer angemessenen Intervention.

Hohes Potenzial zur Radikalisierung

Vor dem Hintergrund einer „Participatory Culture“ (Jenkins 2016) sind es gerade die auf kreativen Austausch basierenden, über den bloßen Online bzw. Hashtagaktivismus („Slackivism“ oder „Clickivism“) hinausgehenden niederschweligen Interaktionsformen, die bestimmten politischen Botschaften mehr Reichweite verschaffen. Dies führt dazu, dass sich auch rechtsextremistische Akteur*innen gezielt der anbieterseitig angelegten Möglichkeiten wie den Videobearbeitungswerkzeugen bedienen, um ihre TikToks zu erstellen und – orientiert an den Aneignungsweisen der jungen Nutzer*innen – aktiv zur Verbreitung ihrer Propaganda nutzen.

Gerade im Hinblick auf eine jugendaffine Verbreitung rechtsextremistischer Ideologie wird der App schon länger ein hohes Potenzial an Desinformation und Radikalisierung zugesprochen, dem mit offiziellen Hinweisen an die Plattform alleine nicht beizukommen ist (Jugendschutz.net 2021). Für eine frühzeitige präventive Arbeit mit den jungen TikTok-Nutzer*innen ist es unerlässlich,

die neuen Strategien in den kritischen Blick zu nehmen, sowohl was die Bild-, Ton- und Textebene an sich als auch die Bildunterschriften und Kommentare anbetrifft.

Literatur

Beyersdörfer, Alexandra/Ipsen, Flemming/Eisentraut, Steffen/Wörner-Schappert, Michael/Jellonnek, Fabian (2017): Vernetzter Hass – Wie Rechtsextreme im Social Web Jugendliche umwerben. Online unter: https://www.hass-im-netz.info/fileadmin/public/main_domain/Dokumente/Rechtsextremismus/Brosch%C3%BCre_Vernetzter_Hass.pdf

BMI (Bundesministerium des Innern und für Heimat) (2022): Verfassungsschutzbericht 2022. Fakten und Tendenzen, Berlin

Franke, Lara & Hajok, Daniel (2022): Rechtsextremismus im Social Web. Mit neuen Propagandastrategien nun auch bei TikTok? In: JMS-Report, Jg. 45, Heft 3, S. 2-4

Frischlich, Lena/Rieger, Diana (2017): Hass im Netz – Hass im Herzen? Die Wirkung rechtsextremistischer und islamistisch-extremistischer Online Propagandavideos und mögliche Gegenangebote im Netz, in: InMind 2, Online unter: <https://de.in-mind.org/article/hass-im-netz-hass-im-herzen-die-wirkungrechtsextremistischer-und-islamistisch>

Glaser, Michaela (2015): Extremistisch, militant, radikalisiert, in: DJI-Impulse. Jung und radikal. Politische Gewalt im Jugendalter. Nr. 109, H. 1, S. 4-7, Online unter: <http://www.dji.de/index.php?id=43768>

Guddat, Darina/Hajok, Daniel (2020): Zwischen Selbstdarstellung und Influencer*innen. TikTok als Thema des Kinder- und Jugendmedienschutzes, in: JMSReport, (43)6, S. 2-6

Hajok, Daniel (2022): Politischer Extremismus und religiöser Fundamentalismus. Formen der Jugendgefährdung in der Welt der Medien – ein Update, in: Kiesel, Doron/Lutz, Ronald (Hg.): Sozialarbeit und Religion. Herausforderungen und Antworten, Weinheim und Basel, S. 272-291

Hajok, Daniel/Wiese, Amelie (2022): Politische Sozialisation Jugendlicher in Zeiten von TikTok, in: mediendiskurs, 26(4), S. 16-21

Hajok, Daniel/Wegmann, Konstanze (2016): Extremismus in der Musik. Eine deskriptiv-explorative Analyse der Tonträgerindizierungen, in: BPJM-Aktuell, 24(2), S. 3-14

Jenkins, Henry (2016): Youth Voice, Media, and Political Engagement: Introducing the Core Concepts, in: Jenkins, Henry/Shresthova, Sangita/Gamber-Thompson, Liana/Klinger-Vilenchik, Neta/Zimmerman, Arelly (Hg.): By any media necessary. The new youth activism, New York, S. 1-16

Jugendschutz.net (2021): Rechtsextremismus im Netz. Bericht 2020/2021, Mainz

Jugendschutz.net (2023): Jugendschutz im Internet. Risiken und Handlungsbedarf. Bericht 2022, Mainz, Online unter: https://www.jugendschutz.net/fileadmin/daten/publikationen/jahresberichte/jahresbericht_2022.pdf

Knipping-Sorokin, Roman/Stumpf, Teresa (2018): Radikal Online – Das Internet und die Radikalisierung von Jugendlichen: eine Metaanalyse zum Forschungsfeld, in: kommunikation @ gesellschaft, 19, S. 1-29, Online unter: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-60463-9>

Krieg, Yvonne (2021): Rechtsextremismus im sozialen Kontext: Mehrebenenanalysen zur Bedeutung von Kontexteffekten in Bezug auf rechtsextreme Einstellungen Jugendlicher, in: Politische Vierteljahresschrift, 62, S. 435-460, Online unter: <https://doi.org/10.1007/s11615-021-00337-8>

Lehmann, Lena/Schröder, Carl Philipp (2021): Dynamiken bei der Online-Radikalisierung von Jugendlichen, in: BPJMaktuell, 29(2), S. 10-15

Manemann, Thilo (2020): Rechtsterroristische Online-Subkulturen. Analysen und Handlungsempfehlungen, Berlin, Online unter: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2021/02/Broschu%CC%88re-Rechtsterroristische-Online-Subkulturen.pdf>

Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, Weinheim und Basel

Merten, Klaus (2000): Struktur und Funktion von Propaganda, in: Publizistik, 45(2), S. 143-162

Medienpädagogischer Forschungsbund Südwest (MPFS) (2022a): JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hg.) (2022b): JIMplus 2022. FakeNews und Hatespeech im Alltag von Jugendlichen, Stuttgart, Online unter: <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/jimplus-2022/>

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (2023): KIM-Studie 2022. Kindheit, Internet, Medien, Online unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2022/KIM-Studie2022_website_final.pdf

O'Shaughnessy, Nicholas (2012): The death and life of propaganda, Journal of Public Affairs, 12(1), S. 29-38, Online unter: <https://doi.org/10.1002/pa.377>

Pfeiffer, Thomas (2016): Gegenöffentlichkeit und Aufbruch im Netz, in: Braun, Stephan/Geisler, Alexander/ Gerster, Martin (Hg.): Strategien der extremen Rechten, Wiesbaden, S. 257-286, Online unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-01984-6_13

pre:bunk (2023): Rechtsextremismus und TikTok, Teil 1. VON HATEFLUENCER*INNEN ÜBER AFD UND BIS RECHTER TERROR, Amadeu Antonio Stiftung, Online unter: <https://www.belltower.news/rechtsextremismus-und-tiktok-teil-1-147835/>

pre:bunk (2023): Rechtsextremismus und TikTok, Teil 3. HASS-IMMERSION: NAZIKITSCH UND HEIMATFOLKLORE, Amadeu Antonio Stiftung, Online unter: <https://www.belltower.news/rechtsextremismus-auf-tiktok-teil-3-hass-immersion-nazikitsch-und-heimatfolklore-150849/>

Reinemann, Carsten/Nienierza, Angela/ Fawzi, Nayla/ Riesmeyer, Claudia/ Neumann, Katharina (2019): Jugend – Medien – Extremismus: Wo Jugendliche mit Extremismus in Kontakt kommen und wie sie ihn erkennen, Wiesbaden

Rohleder, Bernhard (2022): Kinder- & Jugendstudie 2022. Berlin, Online unter: https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-06/Bitkom-Charts_Kinder_Jugendliche_09.06.2022_0.pdf

Rösch, Viktoria (2023): Heimatromantik und rechter Lifestyle: Die rechte Influencerin zwischen Self-Branding und ideologischem Traditionalismus, in: GENDER – Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft, 15(2), S.25-40, Online unter: <https://doi.org/10.3224/gender.v15i2.03>

Sachs-Hombach, Klaus/Zywietz, Bernd (Hg.) (2018): Fake news, hashtags and social bots: Neue Methoden populistischer Propaganda, Wiesbaden

Schmitt, Josephine B./Ernst, Julian/Frischlich, Lena/Rieger, Diana (2017): Rechtsextreme und islamistische Propaganda im Internet: Methoden, Wirkungen und Präventionsmöglichkeiten, Berlin und Münster

TikTok Technology Limited (2022): Endbenutzer Lizenzvereinbarung und allgemeine Geschäftsbedingungen, Online unter: <https://www.TikTok.com/legal/terms-of-service?lang=de>

TikTok (2023): Community Richtlinien, Online unter: <https://www.tiktok.com/community-guidelines/de-de>

Vorderer, Peter (2015): Der mediatisierte Lebenswandel, in: Publizistik 60, S. 259-276, Online unter: <https://doi.org/10.1007/s11616-015-0239-3>

Autor*innen

Lara Franke ist Absolventin des Master-Studiengangs Kinder- und Jugendmedien der Universität Erfurt. Sie arbeitet als freie Journalistin und Medienpädagogin. Als Expertin für den Themenbereich ‚Rechtsextremismus auf TikTok‘ hält sie Vorträge und gibt Workshops für unterschiedliche Zielgruppen.

Prof. Dr. Daniel Hajok ist Kommunikations- und Medienwissenschaftler, Gründungmitglied der Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM) und Honorarprofessor an der Universität Erfurt. Sein Arbeitsschwerpunkt liegt seit über 25 Jahren im gesetzlichen und erzieherischen Kinder- und Jugendmedienschutz.

Rechtsextreme Strategien in den Sozialen Medien¹

// Lara Franke und Daniel Hajok

Rechtsextreme nutzen Plattformen wie TikTok, um junge Menschen zu erreichen. Die Strategien reichen von heimatverbundenen Bildern bis hin zu Rechtsrap-Videos. Wie lässt sich darauf reagieren?

Rechtsextremistische Inhalte begegnen Millionen von Menschen in sozialen Netzwerken wie TikTok. Egal ob in Gestalt von jungen Influencer*innen, seriös wirkenden „Nachrichten“-Seiten oder Lipsync zu Rechtsrap – die Inhalte sind vielfältig und auch für Kinder und Jugendliche ansprechend aufbereitet. Und da junge Menschen im digitalen Raum sehr aktiv sind, können sie auch jederzeit mit extremistischen Inhalten in Kontakt kommen, wobei der erste Kontakt in der Regel zufällig und ungewollt erfolgt (Reinemann et al. 2019).

Gleichzeitig warnen Schülervvertretungen mehrerer Bundesländer davor, dass die Anzahl an rechtsextremistischen Vorfällen an Schulen wächst (Deutsches Schulportal 2024). Eine Verbindung von rechtsextremistischen Inhalten, die auf Social Media kursieren, und entsprechenden Handlungen in der nicht-digitalen Welt liegt hier nahe – die Rede ist schon seit vielen Jahren von einer sogenannten digitalen Brandstiftung, bei der Hass, Hetze und Gewalt erst im Netz kursieren und dann auf der Straße, dem Schulhof oder anderswo ihre Nachahmung bzw. reale Entsprechung erfahren. Es ist deshalb für Kinder und Jugendliche von großer Bedeutung, rechtsextreme Inhalte beim ersten Kontakt als solche zu erkennen und zu wissen, wie sie damit angemessen umgehen. Wichtig ist, dass sich die Ideologie der Ungleichwertigkeit und des Hasses nicht ungehindert weiterverbreiten kann und junge Menschen nicht von rechten Akteur*innen für ihre Interessen vereinnahmt werden.

Wie nutzen Rechtsextreme Social Media, um junge Menschen anzusprechen?

Social-Media-Plattformen wie Snapchat, Instagram und TikTok² sind fester Bestandteil des Alltags junger Menschen. Mit dem niedrigschwelligen Zugang und der enormen Reichweite bieten sich Rechtsextremen auf Social Media geradezu perfekte Strukturen und Bedin-

- 1 Der folgende Beitrag ist ein Abdruck des am 21.06.2024 von der bpb veröffentlichten Textes: Franke, Lara/Hajok, Daniel (2024): Rechtsextreme Strategien in den Sozialen Medien. Bonn: bpb. <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/549324/rechtsextreme-strategien-in-den-sozialen-medien/>. Dieser Text ist unter der Creative Commons Lizenz „CC BY-SA 4.0“ veröffentlicht.
- 2 <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/541511/tiktok-und-rechtsextremismus/>

gungen, die rechte Creator*innen ausnutzen, um ihre Ideologie zu verbreiten (Franke & Hajok 2023). Zentrales Element ihrer Ideologie ist die Ungleichwertigkeit von Menschen oder Nationen. Damit sind sie gegen die Grundlagen der Demokratie, also gegen Freiheit, Gleichheit und Pluralismus (Pfahl-Traugher 2019). Um junge Menschen mit ihrer Ideologie zu erreichen, nutzen die rechten Akteur*innen ganz unterschiedliche Strategien.

So existieren beispielsweise Accounts, die eine Heimatverbundenheit vermitteln wollen. Sie setzen auf starke Bilder von Burgen, grünen Wiesen, Wölfen (pre:bunk 2023a). Oft gepaart mit historischen Aufnahmen, beispielsweise von „traditionellen“ Familien Mitte des 20. Jahrhunderts. Sie setzen auf eher positive Emotionen, auf Stolz, Ehre und Zugehörigkeit, anstatt auf Hass und Hetze, aber auch auf Angst vor einem vermeintlichen Verlust traditioneller Werte.

Moderne Influencer*innen orientieren sich demgegenüber an aktuellen Trends und jugendkulturellen Elementen wie Memes oder GIFs, wodurch die Hürde eines Erstkontakts mit der Szene sinkt (Lehmann & Schröder 2021). Viele setzen auf Humor, um sich mit menschenverachtenden Aussagen weniger angreifbar zu machen (Beyersdörfer et al. 2017).

Rechtsextreme Kampfsportler*innen sind ebenfalls auf Social Media vertreten und versuchen über den Sport junge Menschen zu erreichen. So wird Kampfsport auch auf TikTok teilweise als eine rechtsextremistische „Erlebniskultur“ inszeniert (BMI 2022).

Erklärvideos, die auf den ersten Blick einen seriösen Eindruck machen, verbreiten mit gezielter Desinformation Angst und Hass gegenüber Menschen mit Migrationshintergrund, Geflüchteten und politisch Andersdenkenden (pre:bunk 2023a). In den kurzen Clips werden aktuelle politische Geschehnisse falsch oder verkürzt dargestellt, historische Begebenheiten verdreht oder die NS-Verbrechen geleugnet oder relativiert.

Rechtsextreme produzieren oder teilen eine große Anzahl solcher Videos. Und es gibt eine große Menge an Menschen, die sich besonders aktiv in Kommentarspalten zeigen und dadurch Hasstiraden, Trolling und Shitstorms erzeugen (Rau 2024). Sie unterstützen sich gegenseitig, indem sie entsprechende Schlagworte kommentieren oder andere Inhalte mit regelrechten Hasswellen fluten. Wenn dann keine Gegenrede folgt oder regulierende Instanz eingreift, besteht die Gefahr von Echokammern, also digitalen Räumen, in denen nur eine ‚Meinung‘ nachhallt.

Auch die parlamentarische Rechte ist auf spezifische Weise auf TikTok vertreten. Die in Teilen rechtsextreme Partei AfD (Alternative für Deutschland) erreicht mit ihren Videos weit mehr Menschen als alle anderen Parteien (Bösch 2023). Viele AfD-Mitglieder haben selbst Ac-

counts und verbreiten eigene Videos. Außerdem haben sie es geschafft, eine große Menge an Unterstützer*innen der Partei zu mobilisieren, die Videos mit entsprechenden Bezügen wiederum auf ihren Accounts teilen, wodurch die AfD-nahen Inhalte immer mehr Menschen erreichen (Franke & Hajok 2022).

Bemerkenswert bei vielen rechten Akteur*innen auf Social Media ist die teilweise klar stereotypische Aufteilung von männlichen und weiblichen Geschlechtern. Das entspricht der rechtsextremen Ideologie, die antifeministische Narrative verfolgt. Die Bewegung der „Tradwives“ (Traditionelle Ehefrauen) etwa propagiert ein „traditionelles“ Leben in Aufopferung für die Familie und den Ehemann (Rösch 2023). Influencer wiederum zeigen sich häufig als sportlich, stark und kämpferisch.

Um keine Sperrung zu riskieren, setzen Rechtsextreme auf Social Media auf Abwandlungen von strafbewehrten Parolen und Kennzeichen und auf unverfängliche Codes. Sie nutzen zum Beispiel Emojis, die nach außen harmlos wirken, nach innen also für Anhänger*innen der Szene eine klare Botschaft haben. Bekannt sind hier etwa die zwei Blitze als Zeichen für „SS“, die Initialen der „Schutzstaffel“, die in der Zeit des Nationalsozialismus an der Ermordung von Millionen unschuldiger Menschen beteiligt war. Auch das harmlos anmutende Emoji, das die Hand hebt, ist in diesem Zusammenhang zu nennen, da es von Rechtsextremist*innen als Symbol für den Hitlergruß verwendet wird. Auch bestimmte Hashtags wie #heimat, #deutsch, #patriot und #tradition deuten darauf, dass Menschen der rechtsextremen Szene angehören oder damit sympathisieren. Auf TikTok spielen auch Sounds eine große Rolle. Nicht selten erklingt unter den Videos Rechtsrock, Rechtsrap oder auch Marschmusik aus der Zeit des Nationalsozialismus.

Mit der Veränderung und digitalen Anpassung der einschlägigen Kennzeichen und Parolen werden demokratiefeindliche Inhalte oft nicht direkt erkannt und die Hürde, sich damit auseinanderzusetzen, gesenkt (Manemann, 2020). Die Möglichkeit der Creator*innen, durch das Social Web direkt mit User*innen in Kontakt treten zu können und Feedback einzuholen, erhöht zudem die Chance, eine emotionale Verbindung aufzubauen.

Emojis oder Hashtags allein machen eine Person nicht direkt rechtsextrem. Sie können aber einen Hinweis darauf geben, einen Content besonders kritisch anzusehen und die Inhalte entsprechend einzuordnen.

Welche Plattformen werden genutzt und warum?

Rechtsextreme verbreiten auf allen bekannten Social-Media-Plattformen ihre Ideologie. Eine Plattform hat sich in den letzten Jahren als besonders wichtig herausgestellt: TikTok (Pérez Rastrilla et al. 2023). Die App hat seit Ende 2019 auch in Deutschland an Bedeutung

gewonnen, vor allem bei jungen Nutzer*innen. Das macht die App für rechtsextreme Akteur*innen und einen Erstkontakt mit sehr jungen Menschen attraktiv. Im Jahr 2022 nutzte jedes zweite Kind zwischen 6 und 13 Jahren TikTok, unter den Zwölf- bis 19-Jährigen waren es 2023 bereits drei von fünf Jugendlichen, die TikTok (fast) täglich verwendeten (Feierabend et al. 2023a,b).

TikTok macht es möglich, Videos direkt in der App aufzunehmen und unkompliziert zu bearbeiten, was ein einfaches Posten auch in großen Mengen vereinfacht. Zudem bietet TikTok viele Interaktionsmöglichkeiten. Neben Likes, Shares und Kommentaren gibt es bei TikTok die Stitch und Duett-Funktion. Damit können User*innen direkt mit einem eigenen Video auf Inhalte reagieren, die Reaktion und das Originalvideo werden dann erneut veröffentlicht.

Nach dem Öffnen der App landen User*innen direkt auf der For-You-Page von TikTok. Hier werden Videos von fremden Creator*innen personalisiert in Endlosschleife angezeigt. Der Algorithmus ermittelt anhand der bisherigen Nutzung und Nutzungsdaten (Views, Kommentieren, Liken, Teilen etc.), welches Video einem wohl am ehesten gefällt. Die Besonderheit von TikTok liegt darin, dass nicht die Größe der Followerschaft eines Accounts entscheidet, ob ein Video sich in kurzer Zeit schnell verbreitet und viral geht, sondern der Inhalt und die daraus resultierenden Shares, Likes und Views der Videos (Bösch 2023). Einzelne Videos auch von unbekanntem Creator*innen haben so eine größere Chance viral zu gehen, besonders solche mit extremen Botschaften (Weimann & Masri 2020). Denn Videos, die besonders emotionalisieren, also zum Beispiel Angst machen, werden oft kommentiert und geteilt. Aufgrund dieser hohen Interaktion stuft der TikTok-Algorithmus das Video dann als besonders erfolgreich ein und spielt es auf der For-You-Page von immer mehr Menschen aus. So können verkürzte oder sogar falsche Inhalte eine große Anzahl an Menschen erreichen – im Gegensatz zu nüchternen Botschaften und neutralen Beschreibungen, die eine deutlich geringere Chance haben, viral zu gehen.

Es ist deshalb wichtig zu wissen, dass gerade sehr emotionalisierende und zur Interaktion auffordernde Inhalte auf TikTok mit Vorsicht zu behandeln sind. Wenn in Videos Emotionen wie Angst oder Wut angesprochen werden oder direkt zum Teilen aufgefordert wird, sollte man als User*in erst einmal innehalten und überlegen, ob das, was die Person im Video sagt oder der Inhalt wiedergibt, wirklich stimmt oder ob es der Person nur um Reichweite oder Hassverbreitung geht.

Was macht die Inhalte so attraktiv – auch für junge Menschen?

Nach aktuellen Studienergebnissen nehmen rechtsextremistische Einstellungen in Deutschland insgesamt zu, besonders in der jüngeren Generation (Zick et al 2023).

Ein Grund für den Anstieg sehen Expert*innen in den Krisen, die es derzeit auf der Welt gibt und den Gefühlen von Unsicherheit, die die Krisen auslösen (ebd.). Rechtsextreme bieten einfache Antworten auf komplexe Fragen und benennen Sündenböcke für wirklich bestehende Probleme. Sie verknüpfen Themenfelder, die nichts miteinander zu tun haben, um auf diese Weise einfache Antworten zu liefern. So wird beispielsweise ein vermeintlich marodes Schulsystem auch mit Geflüchteten in Zusammenhang gebracht, um Schuldige für eine Misere zu benennen und Hass gegen bestimmte Menschengruppen, vor allem gegen „Nicht-Deutsche“, zu verbreiten.

Besonders für Jugendliche kann ein Kontakt zur rechtsextremistischen Szene riskant sein bzw. zur Desorientierung beitragen, da die Heranwachsenden in diesem Lebensabschnitt gerade ihre soziale und politische Identität ausbilden (Lehmann & Schröder 2021). In Zeiten der Orientierungssuche können einfache Antworten auf komplizierte Fragen, die die rechtsextremistischen Szenen in ihrer Propaganda im Social Web liefern, sehr anziehend wirken. Die Wichtigkeit eines Zugehörigkeitsgefühls junger Menschen zu einer In-Group, die Vorlagen fürs eigene Leben bietet, tut ein Übriges. Ein vermeintlich einfaches Konstrukt aus Regeln und Strukturen stärkt das eigene Gefühl von Macht und Überlegenheit (Reinemann et al. 2019). Nicht zuletzt besteht die Gefahr, dass sich Jugendliche nach und nach an die diskriminierende Sprache der rechtsextremistischen Ideologie gewöhnen und sie ihre Denk- und Handlungsmuster beeinflusst (Munn 2019).

Was können Schulen tun?

Eigentlich verbietet TikTok Hassrede und Desinformation in seinen Community-Richtlinien. Obwohl einige Videos von TikTok gelöscht werden, kursiert dennoch eine Vielzahl an rechtsextremistischen Inhalten. Das liegt einerseits an der schieren Menge, aber auch daran, dass das Löschen des Originalvideos durch das erneute Hochladen von Inhalten keinen allzu großen Effekt hat. Außerdem können sich User*innen, deren Accounts gelöscht wurden, einfach einen neuen erstellen. Inhalte zu löschen kann also nicht die alleinige Lösung sein. Umso wichtiger ist es, Kinder und Jugendliche frühzeitig auf das vorzubereiten, was ihnen auf Social Media begegnet, sodass sie lernen, damit kompetent umzugehen.

Schulen und außerschulische Angebote können in vielerlei Hinsicht einen Beitrag leisten, um extremistischen Einflüssen auf Social Media entgegenzuwirken. Die Förderung von Medienkompetenz im Allgemeinen und eines kompetenten und kritischen Umgangs mit Social Media im Speziellen sollte endlich ein wichtiger Teil der schulischen Bildung werden. Es reicht jedoch nicht aus, Medienbildung als eigenständigen Bildungsbereich in den Lehrplänen zu verankern, wenn die Lehrkräfte selbst keine angemessene Ausbildung bekommen. Ab-

seits eines rein auf Technologie fokussierten Lernens mit digitalen Medien (als Lernwerkzeuge) kann dann endlich ein inhaltliches Lernen über die Chancen und Risiken in der digitalen Welt³ (als Lerngegenstand) systematisch in den Unterricht integriert werden.

Die Schüler*innen müssen heute schon früh verstehen, wie unterschiedliche Apps funktionieren. Auf der technischen Ebene – indem sie beispielsweise lernen, wie der Algorithmus arbeitet, um die Apps bewusster nutzen zu können. Oder auch, wie sie mit der Meldefunktion auf hasserfüllte Inhalte reagieren können. Auf der inhaltlichen Ebene sollten sich Kinder und Jugendliche in einem pädagogischen Rahmen damit auseinandersetzen, woran sie rechtsextreme Inhalte auf Social-Media-Plattformen erkennen oder wie sie Desinformation im Allgemeinen entlarven können.

Neben der Stärkung von Medienkompetenz ist es auch wichtig, Kindern und Jugendlichen ein breites historisches, politisches und gesellschaftliches Wissen zu vermitteln, damit sie gut gegen Desinformation und Hassrede auf Social Media gewappnet sind. Es ist von großer Bedeutung, für Themen wie Rassismus und Antisemitismus zu sensibilisieren. Denn nur, wer Diskriminierung, Hass und Hetze als solche erkennt, kann etwas dagegen unternehmen.

Literatur

Beyersdörfer, Alexandra/Ipsen, Fleming/Eisentraut, Stefan/Wörner-Schappert, Michael/Jellonek, Fabian (2017): Vernetzter Hass – Wie Rechtsextreme im Social Web Jugendliche umwerben. Mainz: jugendschutz.net.

BMI (Bundesministerium des Innern und für Heimat) (2022): Verfassungsschutzbericht 2022. Fakten und Tendenzen, Berlin.

Bösch, Marcus (2023): Alternative TikTok Tactics: How the German Right-Wing Populist Party AfD Plays the Platform., in: Pérez Rastrilla, Laura/Sapag, Pablo S./Recio García, Armando (Hg.): Fast Politics – Propaganda in the Age of TikTok, Wiesbaden: Springer, Online unter: <https://doi.org/10.1007/978-981-99-5110-9>

Deutsches Schulportal (2024): Ostdeutsche Schüllerräte warnen vor Rechtsextremismus an Schulen, Online unter: <https://deutsches-schulportal.de/bildungswesen/ostdeutsche-schuelerraete-warnen-vor-rechtsextremismus-an-schulen/> (zuletzt abgerufen am 25.04.2024)

Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas/Kheredmand, Hediye/Glöckler, Stephan (2023a): KIM-Studie 2022. Kindheit, Internet, Medien. Basisstudie zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger, Stuttgart: MPFS, Online unter: <http://www.mpfs.de/studien/kim-studie/2022/>

Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas/Kheredmand, Hediye/Glöckler, Stephan (2023b): JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart: mpfs. Online unter: <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2022/>

3 <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/politische-bildung-in-einer-digitalen-welt/>

[mpfs.de/studien/jim-studie/2022/](https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2022/)

Franke, Lara/Hajok, Daniel (2023): TikTok und Rechtsextremismus. Neue Formen der Propaganda auf einer kind- und jugendaffinen Plattform, in: bpb: Dossier „Rechtsextremismus“, Online unter: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/541511/tiktok-und-rechtsextremismus/>

Franke, Lara/Hajok, Daniel (2022): Rechtsextremismus im Social Web. Mit neuen Propagandastrategien nun auch bei TikTok?, in: JMS-Report, Jg. 45, Heft 3, S. 2-4

Lehmann, Lena/Schröder, Carl Philipp (2021): Dynamiken bei der Online-Radikalisierung von Jugendlichen, in: BPJMAktuell, 29(2), S. 10-15

Manemann, Thilo (2020): Rechtsterroristische Online-Subkulturen. Analysen und Handlungsempfehlungen, Berlin: Amadeu Antonio Stiftung

pre:bunk (2023a): Rechtsextremismus und TikTok, Teil 1. VON HATEFLUENCER*INNEN ÜBER AFD UND BIS RECHTER TERROR. Amadeu Antonio Stiftung, Online unter: www.belltower.news/rechtsextremismus-und-tiktok-teil-1-147835/

pre:bunk (2023b): Rechtsextremismus und TikTok, Teil 3. HASS-IMMERSION: NAZIKITSCH UND HEIMATFOLKLORE. Amadeu Antonio Stiftung, Online unter: www.belltower.news/rechtsextremismus-auf-tiktok-teil-3-hass-immersion-nazikitsch-und-heimatfolklore-150849/

Pfahl-Traugher, Armin (2019): Rechtsextremismus in Deutschland – Eine kritische Bestandsaufnahme. Wiesbaden: Springer VS

Rau, Jan (2024): Das Internet als rechtsextreme Erfolgsgeschichte? Bundeszentrale für politische Bildung, Online unter: <https://www.bpb.de/themen/>

Reinemann, Carsten/Nienierza, Angela/Fawzi, Nayla/Riesmeyer, Claudia/Neumann, Katharina (2019): Jugend – Medien – Extremismus: Wo Jugendliche mit Extremismus in Kontakt kommen und wie sie ihn erkennen, Wiesbaden, Online unter: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-23729-5>

Rösch, Viktoria (2023): Heimatromantik und rechter Lifestyle: Die rechte Influencerin zwischen Self-Branding und ideologischem Traditionalismus, in: GENDER – Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft, 15(2), S. 25-40, Online unter: <https://doi.org/10.3224/gender.v15i2.03>

Weimann, Gabriel/Masri, Natalie (2020): Research Note: Spreading Hate on TikTok. Studies in Conflict & Terrorism, S. 1-14, Online unter: <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027>

Autor*innen

Die Autor*innen Lara Franke und Prof. Dr. Daniel Hajok werden am Ende des vorangegangenen Textes vorgestellt (siehe S. 13).

Die Generation TikTok braucht politische Bildung – und zwar jetzt

// Aisha Camara

TikTok hat die Art revolutioniert, wie Jugendliche sich informieren, kommunizieren und politisch orientieren. Mit seinen kurzen, emotionalen Videos und einem Algorithmus, der Inhalte gezielt auf individuelle Interessen zuschneidet, ist die Plattform für viele mehr als Unterhaltung – sie wird zur zentralen Informationsquelle. Laut JIM-Studie 2023 nutzen 60 % der 12- bis 19-Jährigen TikTok regelmäßig, auch für gesellschaftliche und politische Themen.

Während rechte und populistische Akteur*innen die Mechanismen der Plattform strategisch nutzen und große Reichweiten erzielen, zeigen demokratische Akteur*innen und politische Bildungseinrichtungen oft Zurückhaltung. Diese Passivität hat Konsequenzen: Wer TikTok nicht nutzt, überlässt den Raum denjenigen, die Hass, Spaltung und vereinfachende Narrative verbreiten. Es ist Zeit, TikTok als zentralen Raum für politische Bildung ernst zu nehmen. Hier sind fünf Argumente, warum das unverzichtbar ist:

1. Wer nicht da ist, verliert – TikTok ist die Plattform der Jugend.

Jugendliche verbringen täglich bis zu neun Stunden online, ein Großteil davon auf TikTok. Laut einer Untersuchung des Pew Research Center (2022) geben über 50 % der jungen Menschen in den USA TikTok als ihre primäre Nachrichtenquelle an. Diese Zahlen lassen sich auch auf Deutschland übertragen, wie die JIM-Studie zeigt.

TikToks Algorithmus spielt dabei eine entscheidende Rolle: Inhalte werden nicht nur auf Basis von Abonnements, sondern vor allem durch Engagement und Relevanz priorisiert. Das bedeutet, dass auch kleinere Akteur*innen mit gut gemachten Beiträgen große Reichweiten erzielen können. Gleichzeitig fördern die Mechanismen der Plattform Emotionalität und Polarisierung, was rechte und populistische Akteur*innen strategisch ausnutzen. Politische Bildung hat die Chance, dem entgegenzuwirken – vorausgesetzt, sie versteht die Logik der Plattform und wagt sich aktiv in diesen digitalen Raum. Wer TikTok ignoriert, überlässt ihn den Lautesten.

2. Populisten dominieren – Demokrat:innen müssen aufholen.

Populistische und rechte Akteur*innen nutzen TikTok mit professionellen Strategien: Ihre Inhalte sind emotional, zugespitzt und erreichen über die Algorithmen ein Millionenpublikum. Gleichzeitig verbreiten sich diskriminie-

rende Inhalte wie Antisemitismus und antimuslimischer Rassismus viral. Antisemitische Beiträge reichen von Holocaustleugnung über Verschwörungsmymen bis hin zu subtilen Memes. Islamfeindliche Narrative, Hetze gegen Geflüchtete oder Videos mit Bildern aus Konfliktregionen verstärken Stereotype und polarisieren.

Während die einen mit großem Aufwand und klarer Agenda kommunizieren, bleiben viele demokratische Institutionen und politische Bildungsakteur*innen zögerlich. Sie meiden die Plattform oder agieren zurückhaltend. Doch ohne aktive Gegenrede wird der Raum den Lautesten überlassen. Politische Bildung muss diese Herausforderung annehmen und klare, zugängliche Inhalte entgegensetzen, die den Mechanismen von TikTok gerecht werden.

3. Smarte Inhalte statt endloser Analysen – TikTok verlangt clevere Komplexitätsreduktion.

TikTok belohnt Inhalte, die kurz und prägnant sind. Das stellt viele vor die Herausforderung, komplexe Themen in wenigen Sekunden verständlich zu machen. Doch gute politische Bildung kann genau das: smarte Reduktion statt Banalität. Inhalte wie „Was ist Antisemitismus?“ oder „Wie funktioniert Rassismus?“ können in 15-Sekunden-Videos neugierig machen und als Einstieg in weiterführende Diskussionen dienen. Erfolgreiche Creator*innen – von Wissenschaftler*innen bis zu Rechtsanwält*innen – zeigen, dass auch tiefgründige Themen auf TikTok funktionieren, wenn sie kreativ vermittelt werden.

4. Zwischen Creator*innen und Institutionen – Zusammenarbeit braucht Vermittlung.

TikTok-Creator*innen sind essenziell, um die Zielgruppe zu erreichen. Sie haben Reichweite, sprechen die Sprache der Plattform und genießen Vertrauen. Doch die Zusammenarbeit mit ihnen ist anspruchsvoll: Creator*innen arbeiten oft schnell, unstrukturiert oder stehen unter kommerziellem Druck. Institutionen hingegen denken langfristig, agieren vorsichtig und durchlaufen oft langsame Entscheidungsprozesse. Erfolgreiche Kooperationen erfordern daher ein sauberes Erwartungs- und Schnittstellenmanagement: klare Kommunikation, gegenseitiges Verständnis und die Bereitschaft, institutionelle Prozesse flexibler zu gestalten.

5. Mut zum Experimentieren – Rückzug ist keine Option.

TikTok erfordert Mut und Kreativität. Niemand hat ein fertiges Erfolgsrezept für politische Bildung auf der Plattform – aber das darf kein Grund für Untätigkeit sein. Bildungsakteur*innen müssen Formate testen, aus Fehlern lernen und flexibel bleiben. Erfolgreiche politische Bildung braucht Experimentierfreude, schnelle Anpassungsfähigkeit und die Bereitschaft, sich von traditionel-

len Ansätzen zu lösen. Rückzug ist keine Option: Ohne eine aktive Präsenz bleibt TikTok ein Raum, den populistische Akteur*innen dominieren.

Fazit

TikTok ist kein Spielplatz, sondern ein zentraler Raum für politische Meinungsbildung. Politische Bildungsarbeit muss diese Herausforderung annehmen – mit Mut, Kreativität und klaren Botschaften. Es geht nicht darum, perfekt zu starten, sondern überhaupt präsent zu sein. Denn wer heute auf TikTok fehlt, verpasst die Chance, die nächste Generation zu erreichen.

Literatur

Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (2023): JIM-Studie 2023. Jugend, Information, Medien, Stuttgart, Online unter: <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2023/>

Leppert, Rebecca/Matsa, Katerina Eva (2024): More Americans – especially young adults – are regularly getting news on TikTok, Washington D.C.: Pew Research Center, Online unter: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/09/17/more-americans-regularly-get-news-on-tiktok-especially-young-adults/>

Schnabel, Deborah/Berendsen, Eva (Hg.) (2024): Das TikTok-Universum der (extremen) Rechten: Trends, Strategien und Ästhetik in der Social-Media-Kommunikation. Analyse & Empfehlungen der Bildungsstätte Anne Frank, Online unter: <https://www.bs-anne-frank.de/mediathek/publikationen/das-tiktok-universum-der-extremen-rechten>

Autorin

Aisha Camara ist Literatur- und Medienwissenschaftlerin sowie Referentin für digitale politische Bildung bei der Bildungsstätte Anne Frank. Sie verortet ihr Schaffen an den Schnittstellen zwischen politischer Bildung und diskriminierungskritischer Kommunikation.

DOSSIER „RECHTSEXTREMISMUS IM NETZ“

Literatur & Hintergrundinfos

- **Rechtsextremismus hat viele Gesichter: Wie man Rechtsextreme im Netz erkennt – und was man gegen Hass tun kann**
Publikation von Klicksafe
[Download PDF](#)
- **Bericht 2020/2021: Rechtsextremismus im Netz**
Publikation von jugendschutz.net
[Download PDF](#)
- **Das TikTok-Universum der (extremen) Rechten: Trends, Strategien und Ästhetik in der Social-Media-Kommunikation**
Analyse & Empfehlungen der Bildungsstätte Anne Frank
[Download PDF](#)
- **Safer TikTok: Strategien im Umgang mit Antisemitismus und Hassrede auf TikTok**
Eine Publikation der Anne Frank Stiftung
[Download PDF](#)
- **Rechtsextremismus und TikTok, Teil 1-3**
Artikel des Projekts pre:bunk der Amadeu Antonio Stiftung
[Artikel lesen](#)

Umgang mit Rechtspopulismus in Sozialen Netzwerken

- **Menschenwürde online verteidigen: 33 Social Media-Tipps für die Zivilgesellschaft**
Publikation der Amadeu Antonio Stiftung
[Download PDF](#)

- **Handlungssicher im digitalen Raum: Betreuung von Social-Media-Kanälen**
Herausgegeben vom Verein für Demokratische Kultur in Berlin e. V. und Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus Berlin
[Download PDF](#)
- **Counter Speech: Strategien gegen Hass im Netz**
Publikation von jugendschutz.net
[Download PDF](#)
- **No Hate Speech Movement**
Ein Projekt der Neuen deutschen Medienmacher*innen zur Bekämpfung von Hassrede online
<https://no-hate-speech.de/>
- **Love Storm: Gemeinsam gegen Hass im Netz**
Plattform mit Trainings, um Hassrede online aktiv entgegenzutreten
<https://love-storm.de/>

Medienkompetenz – Bildungsmaterialien

- **#FITFORDEMOCRACY – Demokratieförderung und Medienkompetenz – Hand in Hand**
Arbeitsmaterialien von Klicksafe
[Download PDF](#)
- **Hidden Codes – ein Mobile Game zu Radikalisierung im Netz**
Digitales Lernspiel der Anne Frank Stiftung
[Spiel spielen](#)

Faktenchecker

- **Rechte Desinformation und Verschwörungs-ideologien im Netz**
Methodensammlung von politischbilden.de
[Download PDF](#)
- **Hass in der Demokratie begegnen**
Unterrichtsmodule des Projekts „Medien in die Schule“
[Module herunterladen](#)
- **Rechtspopulismus – Herausforderung für die Demokratie**
Themenblätter der Bundeszentrale für politische Bildung
[Download PDF](#)
- **ARD Faktenfinder**
<https://www.tagesschau.de/faktenfinder>
- **Correctiv** <https://correctiv.org/faktencheck/>
- **Mimikama – Verein zur Aufklärung über Internetmissbrauch** <https://www.mimikama.org>
- **weitere Faktenchecker** finden sich im Artikel von Prof. Dr. Derya Gür-Şeker, siehe S. 7

LITERATUR UND MATERIALIEN

... zu den Themen Rassismus, Antisemitismus und Rassismuskritik

Afeworki Abay, Robel (Hg.): Dekolonialisierung des Wissens: Eine partizipative Studie zu Diskriminierung und Teilhabe an Erwerbsarbeit von BIPOC mit Behinderungserfahrungen. Bielefeld: transcript Verlag, 2023

Bartels, Inken/Löhr, Isabella/Reinecke, Christiane/Schäfer, Philipp/Stielike, Laura (Hg.): Umkämpfte Begriffe der Migration: Ein Inventar. Bielefeld: transcript Verlag, 2023

Bauriedl, Sybille/Carstensen-Egwuom, Inken (Hg.): Geographien der Kolonialität: Geschichten globaler Ungleichverhältnisse der Gegenwart. Bielefeld: transcript Verlag, 2023

Borčak, Melina (Hg.): Mekka hier, Mekka da: Wie wir über antimuslimischen Rassismus sprechen müssen (1. Auflage). München: hanserblau, 2023

Froese, Judith/Thym, Daniel (Hg.): Grundgesetz und Rassismus. Tübingen: Mohr Siebeck, 2023

Garsztecki, Stefan/Laux, Thomas/Nebelin, Marian (Hg.): Brennpunkte der „neuen“ Rechten: Globale Entwicklungen und die Lage in Sachsen. Bielefeld: transcript, 2023

Guy, Stephen/Kırömeroğlu, Elif/Lutz, Anna Lena/Rupp, Eva/Yumurtacı, Haluk (Hg.): Anti-Rassismus für Lehrkräfte: Handlung reflektieren, Sensibilität schaffen, Diskriminierung vorbeugen. Mülheim an der Ruhr: Verlag an der Ruhr, 2023

Kelly, Natasha A. (Hg.): Schwarz. Deutsch. Weiblich: Warum Feminismus mehr als Geschlechtergerechtigkeit fordern muss. München: Piper, 2023

Kierot, Lara (Hg.): Rassismus in den Vorstellungen angehender Lehrkräfte: Ein Beitrag zur politikdidaktischen Forschung. Wiesbaden: Springer, 2023

Kutscher, Nadja (Hg.): Das Narrativ vom „großen Austausch“: Rassismus, Sexismus und Antifeminismus im neurechten Untergangsmythos. Bielefeld: transcript, 2023

Lutz, Anna Lena (Hg.): Mit Grundschulkindern über Diskriminierung und Rassismus sprechen: Geschichten, Bildkarten, Unterrichts Anregungen und Kopiervorlagen zur Anti-Diskriminierung. Klasse 3/4. Mülheim an der Ruhr: Verlag an der Ruhr, 2022

Mustafa, Imad (Hg.): »Der Islam gehört (nicht) zu Deutschland«: Islam und antimuslimischer Rassismus in Parteiensystem und Bundestag. Bielefeld: transcript Verlag, 2023

Ohnmacht, Florian (Hg.): Antirassismus und Privilegien: Rassismuskritische Subjektbildungen in der postmigran-tischen Gesellschaft. Bielefeld: transcript Verlag, 2023

Ritter, Monique (Hg.): Rassismus und Altenpflege in Ostdeutschland: Zum »Unbehagen« in der beruflichen Zusammenarbeit mit Migrant*innen. Bielefeld: transcript, 2024

Sabel, Anna/Loinaz, Natalia Amina (Hg.): (K)ein Kopftuchbuch: Über race-, Religions- und Geschlechterkonstruktionen und das, wovon Kopftuchdebatten ablenken. Bielefeld: transcript Verlag, 2023

Schnabel, Deborah/Berendsen, Eva/Fischer, Leo/ Adeoso, Marie-Sophie (Hg.): Code & Vorurteil. Über Künstliche Intelligenz, Rassismus und Antisemitismus. Verbrecher Verlag, 2024

Schoenes, Katharina (Hg.): Asyl, Sexualität und Wahrheit: Gerichtliche Entscheidungen zum Asylgrund »sexuelle Orientierung«. Bielefeld: transcript Verlag, 2023

Schulze, Kathrin (Hg.): Antiziganismus in der Offenen Kinder- und Jugendarbeit: Ethnographische Erkundungen des »Eigenen« im »Anderen«. Bielefeld: transcript Verlag, 2023

Textor, Mark (Hg.): Racial Profiling und Polizeigewalt: Erfahrungen, Handlungsfähigkeit und Perspektiven jugendlicher Betroffener. Bielefeld: transcript, 2023

TERMINE

Online Seminar „Psyche & Rassismus“

Termin: 10. Januar 2025, 10:00 bis 11:30 Uhr

Ort: Online

Infos: FUMA Fachstelle für Gender und Diversität
<https://www.gender-nrw.de/veranstaltungen/psyche-rassismus-1-25/>

Online Seminar „Gadjé-Rassismus“

Termin: 23. Januar 2025, 10:30 bis 12:00 Uhr

Ort: Online

Infos: FUMA Fachstelle für Gender und Diversität
<https://www.gender-nrw.de/veranstaltungen/gadje-rassismus-co-01-25/>

Seminar „Argumentationstraining gegen Stammtischparolen“

Termin: 24. bis 26. Februar 2025

Ort: Königswinter

Infos: Stiftung Christlich-Soziale Politik e. V. /
Johannes-Albers Bildungsforum gGmbH
<https://www.azk-csp.de/seminars/argumentationstraining-gegen-stammtischparolen-4/>

Fachtagung „Und was kann ich tun? Was wir gegen Rassismus & Ausgrenzung und für unsere Demokratie tun können (und müssen)“

Termin: 5. bis 6. April 2025

Ort: Hamminkeln

Infos: Landeszentrale für politische Bildung NRW
<https://lpb-bf2025.mohr-live.de/>

IDA-NRW wird gefördert vom

Ministerium für Kinder, Jugend, Familie,
Gleichstellung, Flucht und Integration
des Landes Nordrhein-Westfalen



Online-Ausgabe

www.ida-nrw.de/publikationen/ueberblick/