

Katzen, Krieg und Creators

TikTok als (Des-)Informationsraum
für Jugendliche

AMADEU
ANTONIO
STIFTUNG

👤 50k ❤️ 2k 💬 3k

👤 10 ❤️ 2

👤 10k ❤️ 2k



💬 4

Herausgeber:

Amadeu Antonio Stiftung
Novalisstraße 12, 10115 Berlin
<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de>

Autor*innen:

Federico Battaglia, Denis Gross, Hanna Herweg, Eva Kappl
Redaktion: Simone Rafael
Lektorat: Britta Kollberg
Gestaltung: bureau zanko
Druck: Druckzone, Cottbus

© Amadeu Antonio Stiftung 2023

Wir möchten uns bei unseren Spender*innen bedanken, die die Arbeit der Stiftung ermöglichen, vor allem auch in neuen, noch wenig öffentlich wahrgenommenen Themenfeldern.

Visualising Democracy

Mail: Visualising.democracy@amadeu-antonio-stiftung.de

Diese Handreichung entstand mit Unterstützung der Bundeszentrale für politische Bildung, die das Projekt „Visualising Democracy“ fördert. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autor*innen und der Herausgeber die Verantwortung.



Katzen, Krieg und Creators

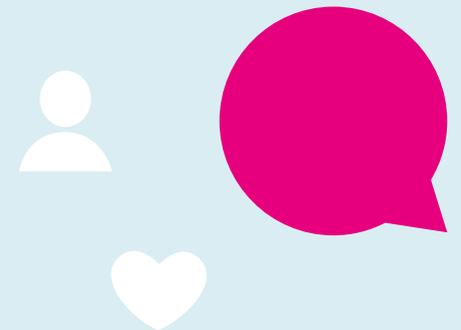
TikTok als (Des-)Informationsraumraum für Jugendliche

Eine Handreichung für die politische Bildung



Inhalt

Vorwort	6	Was tun gegen Desinformation?	45
Einleitung	8	Zukunftsperspektiven	52
TikTok – eine kurze Einführung	10	Digitale Räume als demokratische Verantwortung	52
Was macht die Plattform so besonders?	11	Digitale Arbeit mit Jugendlichen – Tipps & Tricks	57
Aufbau und Interaktionsmöglichkeiten auf TikTok	12	Beratung und Anlaufstellen	63
Funktionsweise des Algorithmus	17	Weiterführende Literatur	65
Desinformation, Misinformation, Fake News – worüber sprechen wir?	20		
Misinformation	21		
Desinformation	23		
Fake News	26		
Desinformation auf TikTok	28		
Wie erkenne ich Desinformation bei TikTok?	33		
Der Content-Check!	41		



Vorwort

TikTok ist als einer der zentralen Kommunikationsräume von Jugendlichen und jungen Erwachsenen nicht zu unterschätzen. Dennoch führt es in der politischen Bildung immer noch ein Nischendasein. Vielen politischen Bildner*innen, Multiplikator*innen und Entscheidungsträger*innen ist nicht wirklich deutlich, welche Kommunikationsrevolution gerade vor sich geht und vor welcher großen Herausforderung politische Bildung durch Videoplattformen steht.

Unser Projekt „Visualising Democracy – für eine demokratische Debattenkultur“ hat sich deswegen der pädagogischen Arbeit auf Sozialen Medien am Beispiel von TikTok angenommen. Mit Workshops für Influencer*innen und Pädagog*innen sowie eigenen Erklärvideos konzentriert sich das Projekt dabei auf die Themen Desinformation und Verschwörungsideologien. Aus dieser Arbeit ist die vorliegende Handreichung entstanden, die einen Einblick in den Aufbau und in die Interaktionsmöglichkeiten auf TikTok bietet sowie die Funktionsweise des Algorithmus erklärt. Sie ergänzt als pädagogisches Manual unseren de:hate report #4 zu Desinformationen „Von prorussischen Kampagnen zu Narrativen in

der Energiekrise“ und unsere Analyse „Eine Waffe im Informationskrieg. Demokratiefeindliche Narrative in Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine“.

Wir verstehen diese Handreichung als Teil der Arbeit gegen demokratiegefährdende Desinformation in digitalen Räumen und in diesem Sinne als Ergänzung des Aktionsplans gegen Desinformation der Europäischen Union und der Empfehlung der Bundesregierung im Umgang mit Desinformation.

Als wichtigste Strategie in diesem Feld hat sich aus der pädagogischen Arbeit das sogenannte „Prebunking“ herausgestellt, das darauf zielt, präventiv Desinformationen zu entkräften und damit unschädlich zu machen.

Wir danken herzlich der Bundeszentrale für politische Bildung für die Förderung und den dort zuständigen Kolleg*innen für die Kooperation.



Timo Reinfrank

Geschäftsführender Vorstand der Amadeu Antonio Stiftung

Einleitung

TikTok, Instagram, YouTube – audiovisuelle Plattformen sind erfolgreicher denn je. Unterhaltende Videos werden geteilt und bekommen Likes. Doch auch Desinformation und Hasspropaganda gehen zunehmend auf Sendung und werden tausendfach geklickt.

Gleichzeitig fehlt es Multiplikator*innen der sozialen, pädagogischen und bildungspolitischen Arbeit oft an konkreten Handlungsempfehlungen zum Umgang mit Verschwörungserzählungen und Hassrede in Sozialen Medien. Vor allem in Bezug auf TikTok als jüngste der relevanten Plattformen herrschen noch Berührungsängste und Wissenslücken. Das wollen wir ändern.

Antidemokratische Wortführer*innen probieren sich als „Hatefluencer*innen“, greifen gezielt Nutzer*innen an und verbreiten rechtsextreme Verschwörungserzählungen. Filterfunktionen und „Augmented Reality“-Technik verzerren und modifizieren Bildmaterial. Sogenannte „Deepfakes“ und Filterblaseneffekte – wenn einem nur noch Informationen im eigenen Interessenbereich angezeigt werden – sind neue Herausforderungen für unsere Gesellschaft und den offenen Informationsaustausch.

Gleichzeitig wird TikTok als führende Videoplattform immer stärker mit politischen Inhalten gefüllt. Die Funktionen der Plattform bieten deutlich mehr Interaktionsmöglichkeiten, als wir sie bislang von Sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram kennen, und eröffnen so neue Räume für junge Menschen, an gesellschaftlichen Debatten zu partizipieren.

Wir erklären grundlegende Funktionen und Mechanismen der Plattform, zeigen, welche Rolle Desinformationen auf TikTok spielen, und bieten Tipps und Tricks, um Desinformationen frühzeitig zu erkennen und damit umzugehen.

TikTok – eine kurze Einführung

Soziale Medien mit audiovisuellen Inhalten erfreuen sich großer Beliebtheit: Ansprechend gestaltet, ist ihr Inhalt auf die Nutzer*innen zugeschnitten und schnell konsumierbar. Die chinesische App TikTok ist das am schnellsten wachsende Soziale Netzwerk seit Beginn der Coronavirus-Pandemie. Mit 1,5 Milliarden Downloads in den Jahren 2020 und 2021 war sie die am häufigsten heruntergeladene App weltweit.¹ Im Januar 2022 hatte die Plattform eine Milliarde monatlich aktive Nutzer*innen, die im Durchschnitt mehr als 850 Minuten pro Monat in der App verbrachten. Zwischen 2020 und 2021 steigerte sich in den USA die wöchentliche Aktivität um 26 Prozent. In den Wochen der Lockdowns erfuhr die App auch in Deutschland einen enormen Schub an Nutzer*innen, die zum Großteil der „Generation Z“ (Geburtsjahre 1997 bis 2012) zuzuordnen sind.

¹ Vgl. S. Barta et al. (2023): Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 70. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103149>

Was macht die Plattform so besonders?

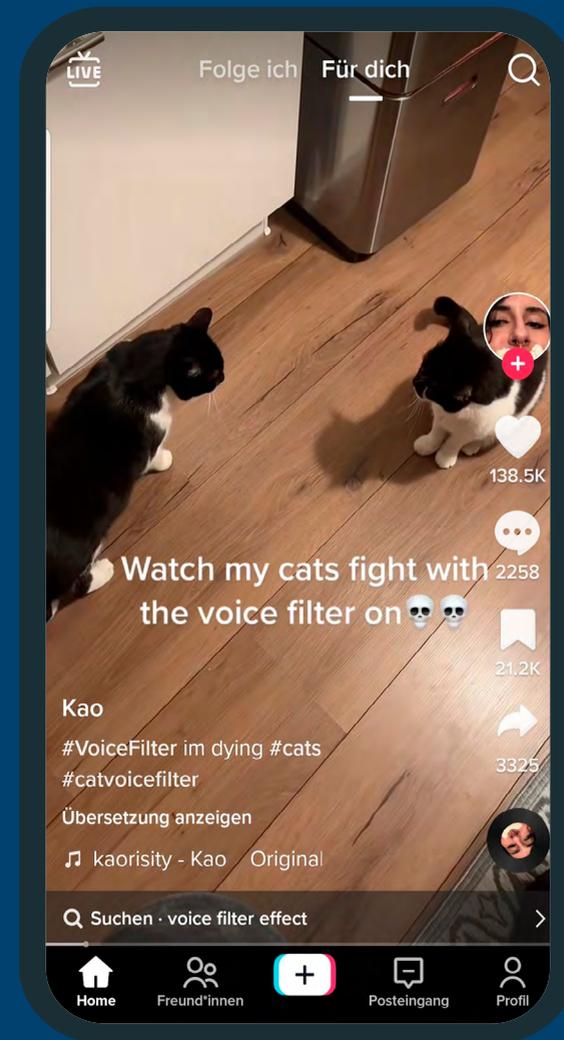
TikTok besteht lediglich aus Videos im Kurzformat. Die App ermöglicht die schnelle Aufnahme und Bearbeitung von Handyvideos mit einer vielfältigen Auswahl an Filtern, Effekten und Sounds. Studien haben gezeigt, dass Nutzer*innen Sozialer Medien eher Inhalte anklicken, liken, teilen oder kommentieren, wenn diese Visualisierungen aufweisen. Die intuitive Benutzeroberfläche und der Algorithmus der App sind so konzipiert, dass Nutzer*innen möglichst lange in der App verweilen und sich durch zahlreiche Videos der „For You Page“ scrollen. Schon beim Öffnen der App werden auf der Startseite algorithmusbasiert Inhalte ausgespielt, die die Nutzer*innen potenziell ansprechen sollen. Die Videofeatures laden schnell dazu ein, selbst ein Video aufzunehmen, und durch die algorithmische Streuung der Inhalte können auch unbekannte Nutzer*innen enorm hohe Klickzahlen erreichen, also schnell viral gehen – zu ihrem Nutzen oder Schaden: Denn Aufmerksamkeit bekommen sowohl positiv wahrgenommene Inhalte als auch unfreiwillig komische, peinliche oder kontroverse Videos. Im Fokus liegt nicht die Qualität des Contents, sondern die Aufmerksamkeit und die Interaktion zwischen den Nutzer*innen, die ein Video generiert.

Somit begünstigen die Funktionsweisen der App auch eine schnelle Verbreitung von Desinformation und Verschwörungserzählungen. Zusätzlich gerät die Plattform immer wieder ins Zentrum medialer Aufmerksamkeit. Kontroversen über Datenschutz und Zensur thematisieren die Befürchtung einer direkten Einflussnahme chinesischer Behörden auf die Inhalte der App und auf die persönlichen Daten der Nutzer*innen. In den USA ist sogar ein Verbot von TikTok im Gespräch.

Doch trotz aller Risiken und berechtigten Kritik erfreut sich die App weiterhin großer Beliebtheit. Andere Plattformen wie YouTube und Instagram haben bereits das Kurzvideoformat übernommen, was zeigt: TikTok ist der First Mover unter den Sozialen Netzwerken, und das wird sich wohl so schnell nicht ändern.

Aufbau und Interaktionsmöglichkeiten auf TikTok

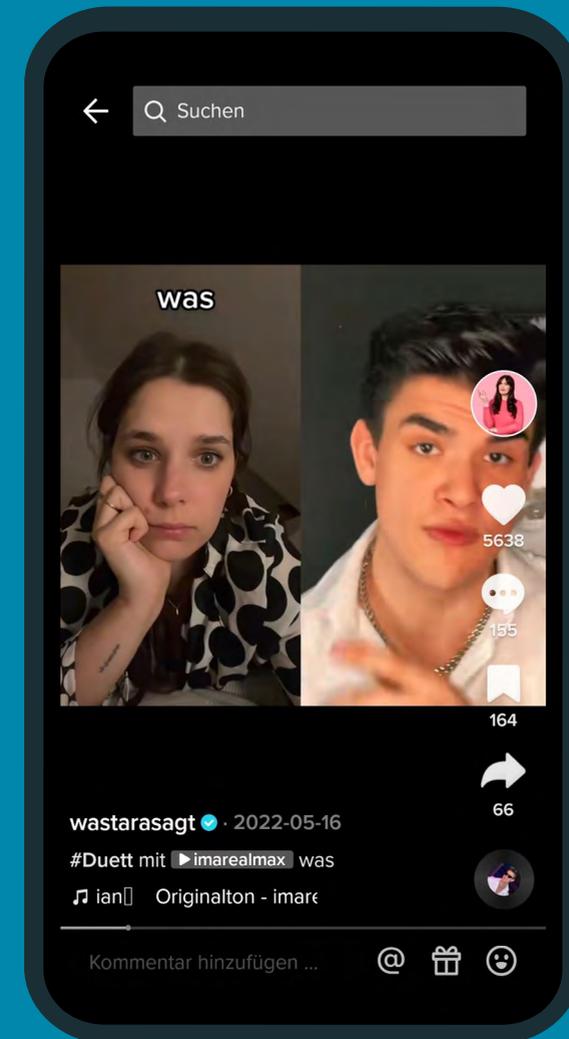
Die populäre „For You Page“ ist eines der bekanntesten Alleinstellungsmerkmale von TikTok. Sie bildet die Startseite der App und bietet eine algorithmusbasierte Auswahl an Videos für den*die jeweilige*n Nutzer*in. Ansonsten besteht die Benutzer*innenoberfläche standardmäßig aus verschiedenen Reitern: dem Posteingang, dem Bereich für das Erstellen eigener Videos, dem eigenen Profil und den Nutzer*innen, denen man folgt.



Die „For You Page“ bzw. Startseite von TikTok.



Die App lebt besonders durch ihre Interaktionsmöglichkeiten mit und zwischen den Nutzer*innen. Neben der Kommentarfunktion und Privatnachrichten gibt es sogenannte „Stitches“ und „Duette“. Diese ermöglichen eine unmittelbare Reaktion auf fremde Videos mit eigenen Videos. Dabei werden Ausschnitte des Videos, auf das man reagieren möchte, in das eigene Video eingebettet (Stitch) oder das Ursprungsvideo parallel zum Reaktionsvideo abgespielt (Duett). Es gibt auch die Möglichkeit, Videos anderer Creators zu teilen: Mit der Funktion „erneut veröffentlichen“ kann ein Beitrag auf der Startseite der eigenen Followerschaft erscheinen. Es ist jedoch nicht möglich, Videobeiträge anderer im eigenen Profil zu teilen.



Die Userin @wastarasagt reagiert per Duett-Funktion auf ein Video und thematisiert so dessen problematische Inhalte.



Der Algorithmus von TikTok legt großen Wert auf Authentizität. Die Videofunktion ermöglicht es, schnell und einfach eigene Beiträge zu realisieren, wobei es nicht darum geht, qualitativ hochwertige oder aufwendig produzierte Videos zu erstellen.

Mittlerweile ist es möglich, sich „TikTok now“ als optionale Erweiterung von TikTok herunterzuladen. Dabei handelt es sich um eine Adaption der App „bereal“, bei der man jeden Tag zu unterschiedlichen Zeiten eine Fotoaufnahme von sich und seiner aktuellen Umgebung postet. Mit dieser Funktion unterstreicht TikTok seinen Fokus auf Authentizität.

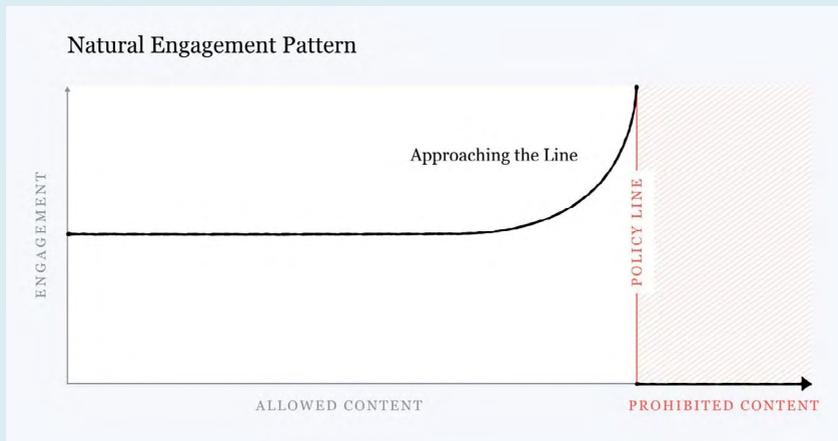
Funktionsweise des Algorithmus

An TikTok führt für die Generation Z kaum etwas vorbei. So wird die Plattform mittlerweile nicht nur zur Unterhaltung, sondern auch als Informationsquelle und Suchmaschine genutzt. Problematisch dabei ist nicht nur, dass knapp 20 Prozent der angezeigten Suchergebnisse Fehlinformationen aufweisen.² Das Prinzip Desinformation funktioniert auf der Plattform besonders gut und wird von antidemokratischen Akteur*innen bewusst genutzt. Doch woran liegt das?

TikTok ist im Wettbewerb der Sozialen Plattformen in den letzten Jahren besonders erfolgreich: durch die intuitive Benutzer*innenoberfläche und die Logik des Algorithmus. Nutzer*innen sollen möglichst lange durch unzählige Videos scrollen und/oder mit eigenen Videos hohe Klickzahlen generieren.

Die Art des Contents spielt eine entscheidende Rolle für das Sehverhalten der Nutzer*innen. Erfolgreich im Wettbewerb der Interaktionslogik ist nicht die schlichte und nüchterne Information, sondern tendenziell provokanter und skandalöser Content.

² Quelle: <https://t3n.de/consent?redirecturl=%2Fnews%2Fstudie-tiktok-suche-desinformation-1499701%2F>



Die Interaktion (Engagement) von Nutzer*innen steigt bei provokanterem Content.

Quelle: <https://tcrn.ch/2ThMR6u>

Hierbei spielen Emotionen eine wesentliche Rolle. Schafft es das Video, gewisse Emotionen hervorzurufen, interagieren Menschen deutlich häufiger. Es ist also zweitrangig, ob ein Content gut oder schlecht dargestellt oder ob er wahr oder erfunden ist. Entscheidend ist die Reaktion der Nutzer*innen, welche höhere Klickzahlen und ein längeres Verbleiben garantiert. Das Erfolgsrezept von TikTok: der Algorithmus.

Durch die Nutzung der App lernt der Algorithmus schnell, welche Themen bei der*em Nutzer*in Interesse erzeugen, und zeigt entsprechenden Content vermehrt an. Die Logik des Algorithmus unterscheidet dabei nicht zwischen Katzen- oder Kriegsvideos oder gar moralischen Aspekten. Der Fokus liegt auf der Aufmerksamkeit und Interaktion mit den angezeigten Videos. So bekommen Nutzer*innen relativ schnell den Content angezeigt, der perfekt zum vermeintlichen eigenen Interesse passt. Die Gefahr, in ein sogenanntes „Rabbit Hole“ (dt. Kaninchenbau) zu geraten, also nur noch Content aus gewissen Themenbereichen angezeigt zu bekommen, ist dabei extrem hoch. Begünstigt wird dadurch auch die Möglichkeit einer Radikalisierung durch Desinformationen.

Überdies ist das Kurzvideoformat als visuelles Medium im Vergleich zum reinen Textformat besonders wirkungsvoll, insbesondere dabei, Emotionen auszulösen und nachfolgend Interaktion hervorzubringen.³

Gleichzeitig ist es technisch schwieriger, eine Fehlinformation in visuellen Medien zu entlarven, als wenn diese in reiner Textform erscheint.

³ Quelle: <https://firstdraftnews.org/articles/understanding-visual-misinfo>

Desinformation, Misinformation, Fake News – worüber sprechen wir?

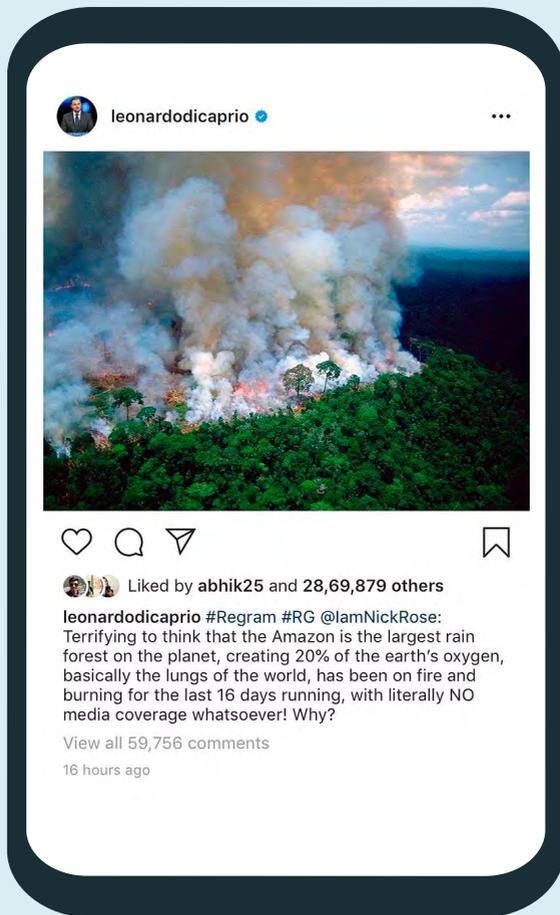
Täglich sind wir einer immensen Fülle an Informationen ausgesetzt, die wir rezipieren. Allein bei Facebook werden jeden Tag etwa 4,75 Milliarden Posts abgesetzt, bei Instagram werden täglich über 400 Millionen Stories veröffentlicht.⁴ Eine schier endlose Menge an Daten, die wir einordnen müssen. Dabei echte und falsche Informationen auseinanderzuhalten, kann ziemlich komplex werden. Zumal einige Falschinformationen gezielt verbreitet werden, während andere nicht korrekte Informationen in diesem Datenfluss unbewusst geteilt werden.

⁴ Vgl. Barta et al., Influencer Marketing on TikTok.

Misinformation

In der riesigen Menge an Informationen finden sich unweigerlich auch falsche Inhalte. Oftmals liegt dabei keine konkrete Täuschungsabsicht vor. Derartige Inhalte werden als Misinformation bezeichnet. Dazu zählen beispielsweise versehentliche Falschmeldungen oder die falsche Zuordnung von Bildern und Videos in der Berichterstattung oder in Social Media-Posts. Diese Form der Falschdarstellung kann durch diverse Faktoren zustande kommen. Journalist*innen arbeiten unter großem Zeitdruck, und viele private Kommunikator*innen sind wenig geschult darin, wie man eine Information sauber recherchiert oder eine Falschmeldung erkennt. Zusätzlich sind Privatpersonen nicht verpflichtet, sich an journalistische Kriterien zu halten. So kann ein falsches Bild einer Situation gezeichnet werden, ohne dass eine konkrete Täuschungsabsicht dahinter steht.

Die Täuschungsabsicht ist der zentrale Faktor bei der Unterscheidung zwischen Misinformation und Desinformation. Dennoch ist eine klare Abgrenzung in einigen Fällen schwierig, da sich nicht immer direkt erkennen lässt, ob Informationen willentlich oder versehentlich falsch wiedergegeben bzw. produziert wurden. Die Übergänge zwischen Mis- und Desinformation sind fließend.



Als im Jahr 2019 Waldbrände im brasilianischen Amazonas-Regenwald lodern, teilen Soziale Medien-Nutzer*innen tausendfach vermeintliche Bilder der Brände, um darauf aufmerksam zu machen. So auch Schauspieler und Umweltaktivist Leonardo DiCaprio. Es stellt sich heraus: Das betreffende Bild wurde tatsächlich 1989 von Sipa Press, einer französischen Bildagentur, aufgenommen und dann im Jahr 2007 von The Guardian in einem Artikel namens „Deforestation in the Amazon“ veröffentlicht. Ein klassischer Fall von Misinformation.

Desinformation

Während Misinformation unbewusst weiter verbreitet wird, ist eine Desinformation eine Falschinformation, die gezielt geteilt wird. Der Desinformation kann eine bewusste Täuschungsabsicht durch eine Privatperson zugrunde liegen, aber auch staatlich initiierte Desinformationen sind in den letzten Jahren immer häufiger zu beobachten. Zum einen werden Texte, Bilder und Videos mit falschen Informationen angereichert oder erstellt. Zum anderen kommt mit dem technologischen Fortschritt eine neue Dimension hinzu: sogenannte Deepfakes. Dabei werden Videos und Bilder mit Computerprogrammen so manipuliert, dass der Anschein erweckt wird, sie seien tatsächlich so aufgenommen worden, wie sie im Ergebnis erscheinen.

Verbreitung von falsch zugeordneten Amazonas-Bildern.

Quelle: https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Publikationen/Weitere_Veroeffentlichungen/GVK_Gutachten_final_WEB_bf.pdf

Im März 2022 kursierte unter anderem ein Video in den Sozialen Medien, das den ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj zeigt, wie er angeblich die ukrainischen Truppen auffordert, ihre Waffen niederzulegen und sich den russischen Truppen zu ergeben. Die ukrainische Seite vermutet, dass dieser Deepfake Teil einer russischen Desinformationskampagne ist. Auch rechtsextreme Gruppen nutzen Desinformationen, so beispielsweise in der Coronavirus-Pandemie, um Unsicherheiten zu verstärken und Hass zu schüren. Das übergeordnete Ziel besteht dann meist darin, das Vertrauen in staatliche Akteur*innen zu erschüttern und den eigenen Unterstützer*innenkreis zu erweitern.



Manipulierte Aufnahmen von Wolodymyr Selenskyj im Rahmen des Ukraine-Kriegs.
Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=X17yrEV5sl4>



24

25

Desinformation zu erkennen, ist nachweislich für die meisten Deutschen über alle Bildungs- und Altersgruppen hinweg sehr schwierig. Im Rahmen der Medienkompetenzstudie „Quelle: Internet?“⁵ der Stiftung Neue Verantwortung aus dem Jahr 2021 wurde Proband*innen eine fiktive Falschinformation über abgesagte Operationen während des Lockdowns in der Corona-Pandemie vorgelegt. Lediglich 43 Prozent erkannten sie als solche.

Fake News

Bei sogenannten „Fake News“ handelt es sich wörtlich um falsche bzw. im Sprachgebrauch vor allem um gefälschte Nachrichten. Der Terminus hat sich spätestens seit dem US-Wahlkampf im Jahr 2016 zu einem politischen Kampfbegriff entwickelt. Wer sich mit den Strategien von Populist*innen wie Donald Trump auseinandersetzt, wird schnell merken: Eine pauschale Medienkritik ist wichtiger Bestandteil rechtspopulistischer Kampagnen. So nutzte Trump den Kampfbegriff wiederholt, um Medienhäuser und ihre Journalist*innen zu diskreditieren sowie unter seiner Wählerschaft ein Klima zu schaffen, das das Vertrauen in das demokratische Mediensystem schwächt und die Verbreitung von Desinformation begünstigt. Daher ist der Begriff „Fake News“ mittlerweile

⁵ Quelle: https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/studie_quelleinternet.pdf

negativ konnotiert, wird aber umgangssprachlich weiterhin oft verwendet. Für eine klare begriffliche Trennung empfehlen wir, von Mis- und Desinformation zu sprechen.

Zusammenfassend ist also eine bewusste Täuschungsabsicht das wichtigste Unterscheidungsmerkmal zwischen Misinformation und Desinformation. Während in Sozialen Medien beide Gattungen falscher Information kursieren, ist letztere gewollt initiiert – oftmals um das Vertrauen in demokratische Akteur*innen zu schwächen und eine Ideologie zu verbreiten. Dazu wird häufig auch der politische Kampfbegriff „Fake News“ verwendet, um Medienmacher*innen zu diskreditieren.

Desinformation auf TikTok

Auf der Suche nach Informationen und Austausch nutzen junge Menschen Soziale Plattformen wie Instagram, TikTok und Co. In der JIM-Studie zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen aus dem Jahr 2022 gaben 43 Prozent der 12- bis 19-Jährigen an, extreme politische Ansichten oder Verschwörungsideologien wahrgenommen zu haben.⁶ Sogar 56 Prozent sind erst kürzlich falschen Informationen in digitalen Räumen begegnet.

Die damit einhergehende Destruktivität gefährdet die demokratische Debattenkultur und bewegt viele betroffene Nutzer*innen aus Selbstschutz dazu, sich aus öffentlichen Debatten zurückzuziehen. Antidemokratische Akteur*innen haben dadurch noch mehr Raum, ihre Ideologien zu verbreiten, und schaffen ein verzerrtes Abbild der eigentlichen Meinungsvielfalt und ihrer Verteilung. Die Folge ist eine Überrepräsentation von antidemokratischen Ansichten, die Einfluss auf weitere Nutzer*innen in ihrer Meinungsbildung haben kann.

⁶ Quelle: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf

Auch die Unterscheidung zwischen belegbaren Fakten und Verschwörungserzählungen oder Desinformation ist für Jugendliche nicht immer einfach. Ein Drittel der deutschen Schüler*innen haben nur eingeschränkte informationsbezogene Kompetenzen, so dass falsche Informationen nicht nur zu Verunsicherung führen, sondern auch eine Radikalisierung ermöglichen können.⁷ Antidemokratische Akteur*innen nutzen dabei bewusst digitale Plattformen, um ihre Weltbilder und Ideologien zu verbreiten, Menschen zu überzeugen und zu rekrutieren.

Wir haben also kurze, prägnante Videos, die genau dann von der Plattform gepusht werden, wenn die Leute damit interagieren – in Form von Kommentaren, Likes und Teilen. Dies sind ideale Bedingungen für antidemokratische Akteur*innen und den gezielten Einsatz von Desinformationen, die vor allem auf drei Emotionen setzen: Wut, Angst und Empörung.

Das Beispiel des Angriffskriegs Russlands auf die Ukraine verdeutlicht die Problematik von Desinformationen. Eindrücke von tödlichen Raketen, Kriegsgefangenen und den Erfahrungen und Folgen für die Zivilbevölkerung werden täglich tausendfach über die Plattform geteilt und erfahren teils hohe Reichweiten. Wie schnell

⁷ Quelle: <https://www.blja.bayern.de/service/bibliothek/fachbeitraege/jung-medienaffin.php#15>



man in einen Tunnel von Kriegscontent geraten kann und wie viele gezielt falsche Informationen dabei im Umlauf sind, zeigt eine Recherche des Formats *Vollbild* des SWR.⁸ Der Selbstversuch des Recharteteams, auf TikTok nur mit militärischen Videos zu interagieren, resultierte nach knapp einer Stunde in ausschließlichem Kriegscontent. Eine Einordnung von Gewalt- und Propagandainhalten geschieht dabei oftmals nicht.



Was fällt bei dem folgenden Screenshot auf?



Ein vermeintlicher Livestream zu Beginn des Ukrainekriegs. Desinformation wird oft erst bei genauerer Betrachtung sichtbar. Das zweite Bild zeigt, dass das Video nicht live ist, fremder Ton hinzugefügt und das Ganze aus einem Nachrichtenbericht zweckentfremdet wurde. Quelle: Screenshot TikTok; Video YouTube https://www.youtube.com/watch?t=142&v=F_3L0z1lgAE&feature=youtu.be

⁸ Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=d4-OJm8eZqM>

Die Konsequenzen von Desinformation sind folgeschwer. Die Konstruktion von Wirklichkeiten auf Basis falscher Informationen erzeugt eine fortwährende Radikalisierung nicht nur in Sozialen Netzwerken. Die Folgen sind oftmals Hass und Gewalt, die sich auch offline gezielt und direkt gegen Menschen wenden. So spielte Desinformation auf Sozialen Plattformen eine wesentliche Rolle im Genozid an der Minderheit der Rohingya in Myanmar.⁹ Die Diktatur nutzte Facebook zur Verbreitung eines Narrativs über Rohingya als Bedrohung und zur Etablierung eines gemeinsamen Feindbilds. Dies führte zu einem extremen Anstieg an Hassrede, Falschinformationen, dem Aufruf zu Gewalt und letztendlich zur physischen Verfolgung der Minderheit.

Desinformation funktioniert also gut, weil sie die Emotionen der Nutzer*innen anspricht und durch die höhere Interaktionsdichte von der Plattform und ihrem Algorithmus gepusht wird. Damit bietet sie antidemokratischen Akteur*innen die perfekte Möglichkeit zur strategischen Verbreitung der eigenen Ideologie und zur Radikalisierung von Meinungen und Menschen.

⁹ Quelle: <https://www.deutschlandfunkkultur.de/rohingya-klage-gegen-facebook-myanmar-genozid-100.html>

Wie erkenne ich Desinformation bei TikTok?

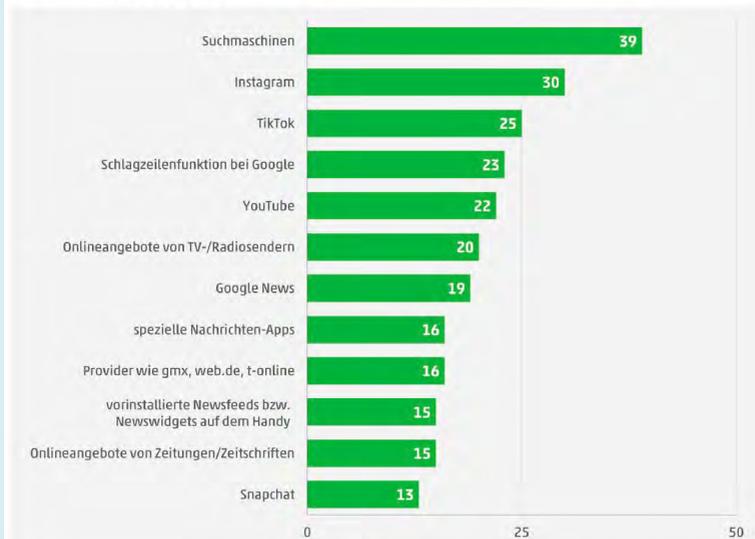
Falschinformationen leicht gemacht? TikTok verfügt über Plattformfunktionen, die die Verbreitung von Falschinformationen befördern oder das Erkennen derselben erschweren. Woran liegt das?

Die Zielgruppe

In der JIM-Studie zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen gaben 25 Prozent der 12- bis 19-Jährigen an, TikTok regelmäßig für die Beschaffung von Informationen über das aktuelle Tagesgeschehen zu nutzen.¹⁰

¹⁰ Quelle: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf

Tätigkeiten im Internet – Schwerpunkt: Information zum aktuellen Tagesgeschehen 2022
– täglich/mehrmals pro Woche –



Quelle: JIM 2022, Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die das Internet nutzen, n=1.197

Statistik zu beliebtesten Informationsquellen im Internet. Quelle: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf

Bekannt geworden ist TikTok durch eine Videolänge von maximal 60 Sekunden. Mittlerweile lassen sich zwar Videos von bis zu zehn Minuten Länge hochladen und drei Minuten in-App aufnehmen, aber ein Großteil des erfolgreichen Contents ist weiterhin sehr kurz. TikTok selbst empfahl noch im November 2021 eine optimale Videolänge von 21 bis 34 Sekunden für erfolgreiche Videos. Gleichzeitig ist ein Großteil der TikTok-Nutzer*innen weiterhin

sehr jung. 2022 gaben rund 73 Prozent der 16- bis 19-Jährigen an, TikTok zu nutzen.¹¹

Insbesondere jungen Nutzer*innen fällt es schwer, innerhalb der kurzen Zeit komplexere Zusammenhänge richtig zu erfassen und in Videos aufzubereiten. Erschwerend kommt hinzu, dass sich Quellen nur umständlich angeben lassen. Denn TikTok erlaubt einen Link zu einer externen Plattform – mit Ausnahme von Wikipedia – nur im Profil, nicht aber direkt im Video. So müssen externe Anbieter genutzt werden, wenn man mehr als nur eine Quelle angeben will.

Der Datumsstempel

TikTok lebt von Aktualität. Auf der Plattform werden aktuelle Themen diskutiert, und dort entstehen Trends und Memes, die dann auf anderen Plattformen zum Teil erst Wochen später ankommen. Auf der „For You Page“ – also dem Feed, der vom Algorithmus zusammengestellt wird – wird allerdings nicht angezeigt, wann ein Video ursprünglich gepostet wurde. Durch einen Blick auf das Alter von Kommentaren kann man zwar Rückschlüsse auf das Veröffent-

11 Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1318937/umfrage/nutzung-von-tiktok-nach-altersgruppen-in-deutschland>

lichungsdatum ziehen, aber erst durch einen Klick auf das Profil der*des Creators und eine oft langwierige Suche nach dem jeweiligen Video wird einem das Originaldatum tatsächlich angezeigt.

Denn auch alte Videos werden vom Algorithmus, zum Teil Monate nach der ersten Veröffentlichung, wieder auf der „For You Page“ angezeigt und können dann immer noch viral gehen. Insbesondere bei Videos zu aktuellen Themen besteht dadurch eine große Gefahr der Misinformation. Denn was einmal eine aktuelle Nachricht war, ist ein paar Monate später oft nicht mehr zutreffend. Man denke nur an die Zeit der Corona-Regelungen zurück: Gesetzeslagen änderten sich, neue Erkenntnisse kamen hinzu, wissenschaftliche Erkenntnisse und Erklärungsversuche waren auf einmal überholt – und das im Wochentakt.

Stitches und Duette

Anders als auf anderen Plattformen kann man auf TikTok die Videos anderer Creators nicht auf dem persönlichen Profil teilen. Das geht nur, wenn man mit einem eigenen Video darauf reagiert. Dafür gibt es zwei Funktionen. Entweder zeigt man ein paar Sekunden des Originalvideos und nimmt im Anschluss ein eigenes Video auf: ein sogenanntes „Stitch“. Oder man lässt das Originalvideo abspielen und nimmt parallel dazu ein eigenes Video als Re-

aktion auf, sodass beide Videos gleichzeitig angezeigt werden: ein sogenanntes „Duett“.

Diese Funktionen bringen auch Probleme mit sich. Zum einen zeigt ein Stich immer nur einen sehr kurzen Ausschnitt (maximal fünf Sekunden) des Originalvideos. Aussagen können so leicht aus dem Zusammenhang gerissen werden. Zum anderen ist ein Duett beziehungsweise Stitch auch dann noch einsehbar, wenn das Originalvideo bereits längst durch die Moderation gelöscht wurde, beispielsweise wegen Falschinformation. So kann Desinformation u.U. weiterhin auf der Plattform sichtbar bleiben und sich weiter verbreiten.

Fremde Sounds

Bevor es um die Sound-Funktionen von TikTok geht, lohnt ein kurzer Blick auf die Entstehung der Plattform. 2017 übernahm ByteDance die Plattform Musical.ly. Musical.ly war insbesondere dafür bekannt, dass junge Nutzer*innen zu Popsongs sogenannte „Lip Syncs“ aufnahmen, also bei Liedern die Lippen mitbewegten, als würden sie selbst singen. 2018 wurde die Plattform jedoch eingestellt, und die Nutzer*innen wurden zur Geschwister-App TikTok importiert.

Die Sound-Funktion ist aber im Kern geblieben: Prinzipiell kann man von jedem auf der Plattform öffentlich geposteten Video den Originalton übernehmen und für das eigene Video nutzen, sofern das ursprüngliche Video nicht selbst einen zusätzlichen externen Sound verwendet. Das muss auch kein Musikvideo sein, selbst von Erklärvideos können Lip Syncs angefertigt werden. Insbesondere bei Videos über den Krieg in der Ukraine oder aktuelle Konflikte wie beispielsweise im Iran werden so Töne unter Videos gelegt, die die Situation zusätzlich akustisch dramatisieren und im schlimmsten Fall aus dem Zusammenhang reißen.

Verantwortung, Reichweite und Belohnungen

Das Ziel von TikTok-Creators, die öffentlich posten, ist die Viralität. Es geht darum, eine möglichst große Reichweite und viel Aufmerksamkeit für das eigene Video zu generieren. Die Besonderheit von TikTok: Das kann auch gelingen, ohne dass man viele Follower*innen hat oder vorher bekannt war. Entscheidend ist, ob und wie der Algorithmus das Video bewertet und ausspielt. Und wenn wir auf TikTok von „viral“ sprechen, dann meinen wir nicht ein paar Tausend Views, sondern häufig geht es um eine Reichweite von einigen Zehntausend bis zu mehreren Millionen Aufrufen. Insbesondere mit Blick auf die jungen Nutzer*innen kann das zu Problemen führen.

Ab 10.000 Follower*innen und 100.000 Aufrufen im letzten Monat kann man sich mit nur wenigen Klicks für den TikTok Creator Fund bewerben und wird dann von TikTok für die eigene Reichweite bezahlt. Bei kleinen Creators sind das nur sehr geringe Beiträge. Doch es hat sich gezeigt, dass schon eine geringe Bezahlung bei der Verbreitung von Desinformation förderlich sein kann. Ein junger Mann lädt etwa zum Bundestagswahlkampf 2021 ein Video über die Grünen hoch, das thematisiert, was angeblich passieren wird, wenn diese Teil der Regierung werden.¹² Das Video erreicht mehr als eine Millionen Menschen. Doch es enthält Falschinformationen. Der Creator wird von Journalist*innen auf diese angesprochen und gefragt, ob er nicht das Video von der Plattform nehmen will. Doch er verneint – mit Verweis auf den Kreativitätsfonds und die Einnahmen, die er bereits durch das Video erhalten hat.

Die zunehmende Verzerrung von Realität: Voice Filter, AR und Co. Deepfakes und Synthetic Media sind in aller Munde, doch auch die Plattform TikTok selbst bietet immer neue Möglichkeiten, das eigene Gesicht anzupassen beziehungsweise die eigene Stimme zu verändern. Ein klassisches Beispiel ist der Beautyfilter, den TikTok seinen Nutzer*innen bei der Videoaufnahme in der App

¹² Quelle: https://assets.mofoprod.net/network/documents/TikTok_und_die_Bundestagswahl.pdf

anbietet. In den Voreinstellungen lassen sich unter anderem die Zähne aufhellen, die Haut weichzeichnen und die Wimpern dunkler schminken – alles natürlich von null bis hundert manuell verstellbar, also von kaum auffällig zu stark sichtbar.

Aber das ist noch nicht alles an Augmented Reality-Tools (AR): Die Plattform arbeitet konstant an ihren In-App-Aufnahmefunktionen. Erst seit Ende 2022 sind auch in Deutschland neue Filterfunktionen für die Stimme verfügbar. Diese funktionieren so: Man nimmt in der App ein Video auf und spricht ganz normal, und in der Nachbearbeitung kann man dann einen Filter über die eigene Stimme legen. Ursprünglich waren das eher stark überzogene und lustige Stimmen, die neuen Funktionen aber sind sehr realitätsnah. So erscheint die Stimme beispielsweise tiefer und „männlicher“ oder gibt einem die Tonlage einer alten Frau. Ob ein*e Creator*in einen dieser Filter nutzt, wird den Nutzer*innen nicht angezeigt. Die Grenzen zwischen Realität und Wirklichkeit verschwimmen immer mehr, und es wird schwerer zu unterscheiden, was echt und was bearbeitet ist.

Der Content-Check!

Gerade weil Botschaften in TikToks nur im Zusammenspiel vieler unterschiedlicher Ebenen vermittelt werden, ist eine detaillierte Analyse der einzelnen Ebenen oft unumgänglich, um Desinformationen zu erkennen. Bei der Analyse können folgende Fragen hilfreich sein:¹³



13 Quelle: Grafik Demo:create (T. Lehmann / E.Kappl) https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2022/12/aas_contentcheck-plakat_rgb-scaled.jpg



Kleidung, Accessoires und Requisiten

- Welche Kleidung trägt die Person?
- Haben die Kleidung, Accessoires oder Gebrauchsgegenstände, die in die Handlung mit einbezogen werden, einen Bezug zur eigentlichen Thematik?
- Werden bestimmte Farbcodes und Symbole getragen, oder findet sich ein (politischer) Slogan darauf?

Feedback/Interaktion

- Wie wird der Videoinhalt von Nutzer*innen aufgenommen (Reichweite/Kommentare/Likes)?
- Hat es Stiche oder Duette, also Interaktionen, mit dem Video gegeben?

Schrift, Hashtags und Emojis

- Welche Schriftart, welche Emojis werden genutzt, und inwiefern unterstützen diese die Thematik des Videos?
- Welche Hashtags werden benutzt?

42

Sounds/Musik

- Welche Musik bzw. Soundschnipsel wurden gewählt?
- Gibt es Hintergrundmusik?
- Woher stammt der Sound, und was soll er ausdrücken?
- In welchen Kontexten wird der Sound sonst genutzt?
- Haben die Band und/oder das Genre eine politische Botschaft oder Assoziation?

Setting

- Haben der Ort oder das Setting im Hintergrund eine Bedeutung?
- Finden sich im Hintergrund politische Botschaften, Statuen, geschichtsträchtige Gebäude?

Kontext

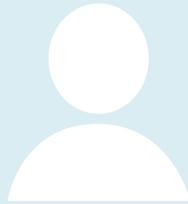
- Was steht in der Profilbeschreibung?
- Welche Hashtags werden verwendet?
- Wer spricht, gegebenenfalls für wen?
- Passt die Thematik zum Gesamtbild des Accounts bzw. des*der Users*in?

43



AR/Filter

- Welche Veränderung tritt durch den Filter ein?
- Kommt etwas dazu, wird verformt oder die komplette Kulisse geändert?
- Wird durch den Filter eine Perspektive eingenommen?



44

Was tun gegen Desinformation?

Was können wir Desinformation nun entgegensetzen? Studien zeigen, dass bloße Fakten oftmals nicht ausreichen. Denn meist sind die Debatten und Glaubenssätze von Emotionen bestimmt und nicht von rationalem Denken. Deshalb folgen hier einige Handlungsstrategien, die dabei helfen können, richtig aufzuklären.

Meinungsvielfalt aufzeigen und Grenzen ziehen

Eine ganz simple, aber wichtige Methode ist es, einen Kommentar zu schreiben, der aufzeigt, dass eure Ansicht von dem Gesagten oder Geschriebenen abweicht. Bei dieser Strategie geht es in erster Linie um das Sichtbarmachen von kritischer Meinungsvielfalt. Darin kann es ganz einfach heißen „Das sehe ich entschieden anders“ oder „Das Thema ist deutlich komplexer, als es hier dargestellt wird“, aber in jedem Fall ist es wichtig, eine Stimme gegen Desinformation hörbar zu machen. Natürlich besteht die Möglichkeit, dass ein solcher Kommentar gelöscht oder dagegen diskutiert wird, aber wenn man es einfach halten möchte oder muss, dann ist ein kurzer Kommentar die beste Möglichkeit, dies zu tun.

45



Gleichzeitig ist es hilfreich, ähnliche Kommentare mit einem Like zu versehen oder zu kommentieren, um diese hervorzuheben.

Außerdem geht mit Desinformation oftmals Hetze gegen bestimmte Menschengruppen einher. Daher gehört es zu solidarischem Handeln, in jedem Fall klare Grenzen des Sagbaren aufzuzeigen, um die Räume für derartige Äußerungen und Akteur*innen einzuschränken.

Kritische Fragen stellen

Geht es dir darum, Desinformation tiefergehend zu entlarven, eröffnet sich eine weitere relativ einfache Möglichkeit: Stell kritische Fragen! Mit Fragen wie „Was sind genau deine Quellen?“ oder „Wie kommst Du auf dieser Grundlage zu dem Schluss, dass ...?“ wird der*die Ersteller*in mit Widersprüchen oder Fehlschlüssen konfrontiert und zugleich Dritten signalisiert, dass die Argumentation nicht schlüssig ist.

Vor allem Menschen, die noch kein geschlossenes Weltbild haben, sondern in der Rezeption und Verbreitung von Desinformation quasi eine Art Rebellion sehen, können dadurch ggf. erreicht werden. Dies trifft beispielsweise auf Jugendliche zu, die sich dadurch angezogen fühlen und versuchen, Orientierung in einer komple-

xen Welt zu finden. Solange sie noch nicht am Ende der argumentativen Sackgasse von Desinformation angelangt sind, können wir ihr Weltbild im besten Fall positiv beeinflussen oder zumindest Zweifel an einem unterkomplexen Weltbild und hetzerischer Desinformation aufkommen lassen.

Satire als Kritikform

Ist das primäre Ziel, Verbündete zu gewinnen und Dritte aufzuklären, können die Inhalte satirisch kommentiert werden. Verschwörungsgläubige Menschen mit dieser Art der Darstellung zu überzeugen ist eher unwahrscheinlich, da Satire zwar zum Teil Verschwörungsideolog*innen ihre Autorität und Ernsthaftigkeit, aber eben nicht ihre Überzeugung und Darstellungsform nehmen kann. So ist diese Art der Kritik eher mit Vorsicht zu behandeln, aber in einigen Fällen durchaus ein legitimes Mittel.

Wichtig ist dabei, kein dualistisches Weltbild wie „wir Klugen gegen euch Dumme“ zu reproduzieren, da die wahren Gründe für Verschwörungsglauben sonst überdeckt werden könnten.

Debunking – Themen faktenbasiert erklären

Eine aktivere Form der Gegenrede ist das sogenannte „Debunking“. Dabei geht es um die Richtigstellung des dargestellten Sachverhalts mit Hilfe eigener, geprüfter Informationen. Dies kann in verschiedenen Darstellungsformen geschehen, wobei es in jedem Fall von Vorteil ist, die eigenen Argumente mit Bildern oder Videos zu verdeutlichen.

Studien zeigen, dass es sich beim Debunking anbietet, zunächst eine richtige Information darzustellen, bevor man die falsche korrigiert, und danach noch einmal die richtige Information zu wiederholen – das Fakten-Sandwich. Denn Experimente verdeutlichen, dass Menschen in ihrem Glauben bestärkt werden, wenn man sie darauf aufmerksam macht, dass sie falsch liegen. Beispielsweise wurden einer Testgruppe Zeitungsartikel vorgelegt, die im Kontrast zu ihren politischen Ansichten stehen.¹⁴ Das Ergebnis: Die Artikel wurden nicht nur ignoriert, sondern verfestigten die bestehenden Ansichten. Es ist also effektiver, das hervorzuheben, was wahr ist, anstatt das, was unwahr ist. So überzeugt man andere eher von der Wahrheit. Natürlich gehört dazu auch, klar zu sagen, was falsch dargestellt wird und

¹⁴ Vgl. B. Nyhan, J. Reifler (2010): When corrections fail: The persistence of political misperceptions. Polit. Behav. 32, S. 303–330.

wieso. Vor allem aber geht es um die Priorisierung der Argumente.

Im „Debunking Handbook“ heißt es, man schaffe eine Art Lücke im Denken einer Person, wenn man Desinformation debunket. Wichtig ist es, diese Lücke zu füllen. Dazu benötigt es eine klare und stringente Erklärung. Argumente sollten so deutlich wie möglich transportiert werden, um nicht jene Leute zu verlieren, die sich schnell überfordert fühlen. Denn Desinformation bietet oft vermeintlich einfache Erklärungen für komplexe Thematiken, sodass sich genau jene Menschen abgeholt fühlen, die versuchen, die Welt mit unterkomplexen Lösungen zu verstehen. Das bedeutet vielleicht, einige Details auszulassen und einen Weg zu finden, ein komplexes Thema einfach zu erklären, ohne die wichtigsten Punkte zu vernachlässigen.

In jedem Fall müssen die angeführten Desinformationen klar kenntlich gemacht und der Inhalt als unwahr markiert werden. Nur so kann sichergestellt werden, dass die eigenen Aussagen auch richtig interpretiert werden, da beispielsweise nicht alle Rezipient*innen den Text zu Ende lesen oder ein Video zu Ende schauen.

Letzte Konsequenz: Deplatforming

Bei allem zivilgesellschaftlichen Engagement – manchmal hilft gegen Hetzer*innen in Sozialen Medien nur noch hartes Durchgreifen durch die Plattformen selbst. Denn je länger Akteur*innen ungehindert Desinformation verbreiten können, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Menschen diese rezipieren, glauben und selbst weiter teilen. Wichtig ist also, dass den Betreiber*innen der Plattformen solche Accounts zur Überprüfung gemeldet werden.

Wo Menschen sich beteiligen können, tun das engagierte, verantwortungsvolle Personen – aber auch hasserfüllte Agitator*innen. Die Plattformen sind die erste, niedrighschwellige Anlaufstelle für Beschwerden. Eine Meldefunktion für unangemessene Inhalte müssen dank des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes alle Plattformen anbieten. Doch auch wenn Meldungen unterschiedlich gut funktionieren – Plattformen haben viele Möglichkeiten, den digitalen Raum zu gestalten. Negativ fällt dies auf, wenn sie in der Praxis oftmals einfach eigene Spielregeln durchsetzen können, wie sich jüngst am Beispiel von Twitter zeigte. Auf der anderen Seite können Soziale Medien eben auch nach eigenen Hausregeln Desinformationen oder Hassinhalten einen Riegel vorschieben.

Wenn Nutzer*innen dauerhaft und immer wieder gegen die Community Guidelines verstoßen, riskieren sie, von einer Plattform

verbannt zu werden. Das nennt man „Deplatforming“. So werden – manchmal zeitweise, manchmal dauerhaft – ihre wichtige Reichweite, Wirkmacht und Finanzquellen begrenzt. Gleichzeitig hat Deplatforming Signalwirkung. Andere Nutzer*innen werden gemahnt, demokratische Spielregeln zu befolgen – auch online.

Achte auf deine mentale Gesundheit!

Das Klima in den Kommentarspalten verschwörungsideologischer und sonstiger hetzerischer Inhalte ist meist äußerst negativ geprägt. Zustimmung, beleidigende, rassistische oder antisemitische Kommentare überwiegen oftmals. Für Rezipient*innen dieser Reaktionen kann so schnell der Eindruck entstehen, dass die Kommentarspalte die mehrheitliche gesellschaftliche Meinung abbildet. Auch die Inhalte des Videos werden so legitimiert. Was ist also der beste Weg, Menschen darüber aufzuklären, dass eine Information schlichtweg unwahr ist?

Oft ist eine sachliche Diskussion in derartigen Kommentarspalten äußerst schwierig. Wir betonen daher stets, dass auch die eigene mentale Gesundheit Priorität haben sollte. Sprich: Wenn einem nicht danach ist, mit anderen Menschen digital zu diskutieren, dann sollte man es lassen.

Zukunftsperspektiven

Digitale Räume als demokratische Verantwortung

TikTok polarisiert. Während die einen Berührungängste haben und andere die Plattform gar verbieten wollen, nutzen 73 Prozent der deutschen Teenager sie bereits aktiv.¹⁵ TikTok ist zu einem wichtigen Kommunikationskanal für die Generation Z geworden. Und das wird sich auch so schnell nicht ändern. Daher heißt es jetzt: mit der Plattform arbeiten. Aber wie?

Informations- und andere Medien

TikTok bietet bei weitem mehr Interaktionsmöglichkeiten als andere Soziale Medien. Funktionen, die ursprünglich ausschließlich als Karaoke-Funktion gedacht waren – beispielsweise die „Du-

¹⁵ Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1318937/umfrage/nutzung-von-tiktok-nach-altersgruppen-in-deutschland>

ett-Funktion“, in der das eigene Video parallel zu einem anderen ausgespielt wird –, animieren junge Menschen dazu, sich direkt einzubringen. Die sogenannte „Stitch-Funktion“, durch die man mit einem eigenen Video auf ein anderes reagieren kann, lädt ebenfalls zu einer aktiveren Gesprächssituation ein. Auch in gesellschaftsrelevanten Debatten bieten sich so neue Chancen, Menschen einzubinden, die sich vor allem in Sozialen Medien äußern oder gerade dort erst anfangen, sich mit derartigen Thematiken auseinanderzusetzen. Für viele Jugendliche ist TikTok ein unmittelbarer Ort sozialen Austausches und die meist genutzte Informationsquelle.

Das weiß auch die Tagesschau. Ihr Kanal auf TikTok zählt mittlerweile 1,3 Millionen Follower*innen (Stand Januar 2023), die größte Gruppe ihrer Zuschauer*innen ist zwischen 13 und 17 Jahre alt. Dem gegenüber stehen die klassischen 20 Uhr-Nachrichten, deren Zuschauer*innen im Durchschnitt 63 Jahre alt sind. So bereitet die Redaktion Inhalte explizit für TikTok auf, erarbeitet kürzere Formate und erreicht eine Zielgruppe, die zum Teil erstmals aktiv Nachrichten rezipiert. Damit kann ein wichtiger Grundstein gelegt werden, um junge Menschen durch Information und Austausch in einen demokratischen Diskurs einzubinden. Ihre Lebenswelt wird ernst genommen, und ihre Themenwünsche werden, wenn möglich, berücksichtigt.

Nutzer*innen und Zivilgesellschaft

Neben den Funktionen auf TikTok kann auch das individuelle Nutzer*innenverhalten partizipatorisch wirken. TikTok zeichnet sich vor allem durch sogenannte „Trends“ aus. Die Nutzer*innen tanzen zum Beispiel Choreographien vor – und nach, die dann millionenfach geklickt werden. Bestimmte Streiche stehen wochenlang im Fokus der Plattform. Oder Menschen teilen zu ausgewählten Sounds ihre Erfahrungen und Erinnerungen miteinander. Dieser Erfahrungsaustausch macht für viele Jugendliche sichtbar, dass sie mit ihren Problemen und Fragestellungen nicht allein sind, und schafft so eine wertvolle Gemeinschaft. So gilt TikTok beispielsweise als Katalysator für die Black Lives Matter-Demonstrationen im Jahr 2020. Inhalte mit diesem Kontext wurden insgesamt über 30 Milliarden Mal aufgerufen.¹⁶ Nutzer*innen teilten ihre Rassismuserfahrungen, dokumentierten Demonstrationen und berichteten über Polizeigewalt. Aus heutiger Sicht werden die Black Lives Matter-Demonstrationen wiederum als Beschleuniger der voranschreitenden Politisierung von TikTok betrachtet.

TikTok ist für viele junge Menschen Alltag. Sie drücken sich über die Plattform aus, vernetzen und politisieren sich, diskutieren mit Andersdenkenden und konsumieren durch die Plattformlogik und

¹⁶ Quelle: Eigene Recherche: Aufruf des Hashtags #BlackLivesMatter am 14.3.2023.

die schier endlose Masse an Videos auch problematische Inhalte, die falsche Informationen und/oder hasserfüllte Thesen beinhalten. Es ist nun an demokratischen Akteur*innen, die Plattform so gut zu verstehen, wie es ihre Antagonist*innen bereits tun. Denn ein tiefergehendes Verständnis der Plattform, ihrer Trends und Akteur*innen ist notwendig, um auch in der Arbeit und dem Umgang mit jungen Menschen gezielt auf mögliche problematische Inhalte eingehen zu können oder politische Partizipation über die Plattform zu fördern.

Dafür braucht es eine starke Zivilgesellschaft, die antidemokratischen Akteur*innen Grenzen des Sagbaren aufzeigt, Desinformation benennt und proaktiv für eine demokratische Debattenkultur einsteht. Jede Person kann aktiv auf der Plattform werden, Falschinformationen aufdecken, Hass melden und Betroffene unterstützen.

Politik und Verwaltung

Natürlich muss auch die Plattform selbst antidemokratische Tendenzen in den Fokus nehmen und Ressourcen für geschultes Personal schaffen, denn sie hat Verantwortung für die Menschen auf ihrer Plattform. Ein nächster wichtiger, von den Plattformen aber unerwünschter Schritt ist die Schaffung von transparenten Struk-

turen zur Einsicht des Algorithmus, zumindest für Wissenschaft und Politik. Hier wird der Digital Services Act (DSA) der Europäischen Union die Motivation steigern: Darin ist eine größere Transparenz hinsichtlich der Algorithmen vorgeschrieben. Verabschiedet wurde der DSA im November 2022, bis zur Durchsetzung wird es noch dauern. Bis dahin werden sich Unternehmen wie TikTok kaum in die Karten schauen lassen und ihr Erfolgsgeheimnis offenlegen.

Also bleibt erst einmal die deutsche Politik in der Verantwortung. Eine effektivere Kontrolle von Unternehmen und gefährlichen Inhalten auf Sozialen Plattformen ist notwendig, um sichere und inklusive digitale Räume zu schaffen. Deshalb ist es wichtig, dass Aufsichtsbehörden und Politik der bisherigen Langwierigkeit, Uneinheitlichkeit und Dezentralität von Meldeverfahren zu Desinformation und Hassrede in Deutschland abhelfen und Verfahren weiter zu optimieren suchen. Die fehlende digitale Kompetenz und Ausstattung der Sicherheitsbehörden und politisch Verantwortlichen sind folgenschwere Hindernisse, die ein effektiveres Handeln bisher verhindern. Auch eine gezielte Förderung von Bildungsarbeit mit Blick auf Medienkompetenz – von Jugendlichen bis hin zu Multiplikator*innen – und der Ausbau von Stellen mit geschultem Personal, die sich der Betroffenen von Hass annehmen, sind Schritte hin zu einer demokratischeren Gestaltung digitaler Räume.

Nur langsam passen sich politische und rechtliche Prozesse und Entscheidungen an das Tempo digitaler Phänomene an. Gerade antidemokratische Akteur*innen wissen das für sich zu nutzen. Deshalb bedarf es präventiver Maßnahmen, aktiver Verantwortungsträger*innen und einer engagierten Zivilgesellschaft, um die digitale demokratische Zukunft zu gestalten.

Digitale Arbeit mit Jugendlichen – Tipps & Tricks

TikTok thematisieren – Perspektiven digitaler Mediennutzung
Bei der Wissensvermittlung zu Sozialen Medien wird häufig nach Anleitungen und Optionen gesucht, die einem das vermeintlich richtige und falsche Verhalten erklären oder zeigen, vor welchen Gefahren geschützt werden muss. Im Vordergrund sollte jedoch eine mündige und souveräne Teilhabe in digitalen Räumen stehen, die durch Kompetenzen und Verständnis erworben wird. Für eine Annäherung an die komplexe Auseinandersetzung mit digitalen Medien und deren Logiken ist das „Dagstuhl-Dreieck“ praktisch, das in schulischen oder außerschulischen Kontexten genutzt werden kann.¹⁷ Ein ergebnisoffener Einstieg über eine der drei Fragen: „Wie funktioniert das?“, „Wie wirkt das?“ oder

¹⁷ Quelle: <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/330658/bildungs-hacks-tipps-fuer-social-media-im-unterricht>

„Wie wird das genutzt?“ unter gleichzeitigem Einbezug der individuellen und gesellschaftlichen Perspektiven öffnet Raum für Überlegungen und Diskussionen. In unserem Fall kann etwa die Frage „Wie funktioniert TikTok?“ ein grundlegendes technisches Verständnis der Logik des Algorithmus hervorbringen – und so eine Grundlage, um zu diskutieren, warum welche Beiträge eine große Reichweite erfahren. Auch die Fragen „Wie wirkt das auf mich und die Gesellschaft?“ oder „Wie nutzen ich und andere TikTok?“ führen die Jugendlichen zu einer kritischen Selbstreflexion und einem gemeinsamen Austausch.



Das Dagstuhl-Dreieck: digitale Bildung aus drei Perspektiven.

Quelle: <https://mia.phsz.ch/Dagstuhl>

Der Vorteil liegt auf der Hand: die Lernenden nähern sich über ihre eigenen Fragen einem Gegenstand an, der ihre Lebensrealität widerspiegelt, bringen vorhandenes Wissen ein, teilen dieses und arbeiten Handlungsperspektiven aus. Eine didaktische Ausarbeitung des Dagstuhl-Dreiecks für Soziale Medien und passende Unterrichtseinheiten finden sich u.a. auf der Website der Hochschule Schwyz.¹⁸

Mit Desinformationen umgehen – Medienkompetenz fördern

Für den Umgang mit Desinformationen ist es wichtig, Kompetenzen im Bereich der Informationsbewertung und Recherche zu erlangen. Um Jugendliche an das Thema heranzuführen, sind ihre bereits vorhandenen Fähigkeiten, Erfahrungen und ihr Wissensstand der geeignete Ansatzpunkt.

Um Falschinformationen erkennen zu können, benötigt es Vorwissen, wie etwa die Recherchekompetenz. Wo bekomme ich vertrauenswürdige Informationen? Wie sind Quellen zu bewerten? Ein Einstieg in die Thematik der Recherche ist die Stärkung der Quellenbewertungskompetenzen.

¹⁸ Siehe <https://mia.phsz.ch/Dagstuhl/BeispielSozialeNetzwerke>

Die Praxisidee:

Die Jugendlichen erfahren über die eigene Auseinandersetzung mit einer Quellenrecherche – die als Methode etwa auch in den schulischen Alltag eingebaut werden kann –, welche Anlaufstellen es für Informationen gibt, wie diese angesteuert werden und zu bewerten sind. Hierfür können beispielsweise tagesaktuelle Geschehnisse und deren mediale Aufarbeitung oder Darstellung über TikTok-Videos, Nachrichten etc. dienen. Anregungen für eine konkrete Umsetzung und Materialien finden sich u.a. auf den Seiten von SaferInternet.¹⁹

Das erlangte Wissen kann für eine weiterführende Arbeit genutzt werden, etwa für den Faktencheck und den Umgang mit Desinformationen – als Anlaufstelle lohnt sich der Faktenchecker von Correctiv²⁰ – oder für das Vertreten von Positionen, Meinungen und Ansichten. Anhaltspunkte für die praktische Umsetzung sowie zahlreiche Unterrichtsmaterialien zur Quellenrecherche, Desinformationserkennung u.a.m. finden interessierte Lehrende und Multiplikator*innen in der Unterrichtsreihe „Meinung im Netz

19 Siehe <https://www.saferinternet.at/zielgruppen/lehrende/digitale-grundbildung/information>

20 Siehe <https://correctiv.org/faktencheck>

gestalten“²¹ der Amadeu Antonio Stiftung in Kooperation mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V.

Prebunking – präventiv Desinformationen entwerfen

Menschen gegen Falschinformationen „impfen“? Das Prinzip „Prebunking“ ist eine vorausschauende Desinformationsbekämpfung. Sie sensibilisiert Medienkonsument*innen präventiv gegen die Wirkungsmechanismen, mit denen Meinungen manipuliert werden sollen. Diese Form, die statt der nachträglichen Widerlegung („Debunking“) eine proaktive Demontage vornimmt, unterstützt den Gedanken der Mündigkeit und Souveränität junger Menschen und gibt ihnen das nötige Handwerkszeug mit, um sich reflektiert in Sozialen Medien zu bewegen.

Praktisch lässt sich Prebunking z.B. in der außerschulischen Jugendarbeit umsetzen: Die Jugendlichen bringen ein aktuelles – und im besten Fall diskursives – Thema ein, das ihnen auf TikTok begegnet ist. Eine weitere Recherche (etwa über das Aufrufen von Hashtags) zeigt, welche weiteren Videos und Informationen zu dem Thema im Umlauf sind. Über eine gemeinsame kritische

21 Siehe <http://www.medien-in-die-schule.de/unterrichtseinheiten/meinung-im-netz-gestalten/#intro-buttons>

Betrachtung werden dann Strategie, Wirkung und Einsatz von Desinformationen analysiert: z.B. „Sind die Informationen widersprüchlich?“, „Lassen sich Desinformationen ausmachen?“, „Welche Emotionen rufen die Desinformationen hervor und was ist der Zweck?“ Die Jugendlichen werden in ihrer Resilienz gestärkt, für die Inhalte ihres täglichen Medienkonsums sensibilisiert und lernen, diese einzuordnen und kritisch zu hinterfragen. Als spielerischer Anknüpfungspunkt lohnt sich das kostenfreie digitale Spiel „BadNews“²². Das Ziel: Manipulationstechniken durch Desinformationen aufdecken und so eine kognitive Resistenz gegen verbreitete Formen der Manipulation auf Sozialen Medien fördern.

Noch nicht genug von Prebunking? Das Projekt pre:bunk der Amadeu Antonio Stiftung ist die neue Anlaufstelle für Digital Streetwork – also an der digitalen Lebenswelt ansetzende Jugendarbeit – im Videoformat. Sie widmet sich dem Kampf gegen Hass und Hetze auf Sozialen Medien. Mehr dazu im Kapitel „Beratung und Anlaufstellen“.

²² Siehe <https://www.getbadnews.com/de>

Beratung und Anlaufstellen

pre:bunk – Digital Streetwork in Videoformat

Das Projekt „pre:bunk – Digital Streetwork im Videoformat“ ist ein Modellprojekt der Amadeu Antonio Stiftung mit Unterstützung durch die Bundeszentrale für politische Bildung. Es widmet sich der Desinformationsprävention auf TikTok und hilft jungen Menschen, ihre Informationskompetenzen zu stärken.

+49 (0) 30 240 886 24

prebunk@amadeu-antonio-stiftung.de



Firewall – Hass im Netz begegnen

Trainings in Ihrer Schule/Einrichtung für Jugendliche und erwachsene Multiplikator*innen zum Umgang mit Hate Speech, Desinformation und Verschwörungsideologien in der digitalen Welt.

+49 (0) 30 240 886 24

firewall@amadeu-antonio-stiftung.de

<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/firewall>

Civic.net – Aktiv gegen Hass im Netz

Workshops und Fortbildungen rund um das Thema Hate Speech.

+49 (0) 30 240 886 55

civicnet@amadeu-antonio-stiftung.de

<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/civicnet>



Good Gaming – Well Played Democracy

Unterstützung beim Awareness Raising, Argumentieren und beim Aufbau demokratischer Netzwerke für Gaming Communities.

+49 (0) 30 240 886 24

goodgaming@amadeu-antonio-stiftung.de

<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/good-gaming-well-played-democracy>



re:set – Jugend gegen Hass im Netz in Sachsen

Workshops und Fortbildungen zu Handlungsmöglichkeiten gegen Hass und für demokratische Debatten in Sozialen Medien.

+49 (0) 341 2474 6741

reset@amadeu-antonio-stiftung.de

<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/reset>

Weiterführende Literatur

Angebote der Amadeu Antonio Stiftung

Eine Waffe im Informationskrieg. Demokratiefeindliche Narrative in Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine. Berlin 2023.

https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2023/01/eine_waffe_im-informationskrieg.pdf

Desinformationen: Von prorussischen Kampagnen zu Narrativen in der Energiekrise. de:hate report #4. Berlin 2022.

https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2022/12/dehate_report_4_desinformation.pdf

Was tun, wenn mir „Fake News“ oder Desinformationen begegnen? Berlin 2018.

https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2018/12/HateSpeech_Fake-News.pdf

Was tun, wenn ich für eine demokratische Netzkultur eintreten will? Berlin 2018.

https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2018/12/HateSpeech_Debattenkultur.pdf

Unterstützen Sie Projekte für eine demokratische Netzkultur!

Die Amadeu Antonio Stiftung setzt sich für eine demokratische Zivilgesellschaft ein, die sich konsequent gegen Rechtsextremismus, Rassismus, Antisemitismus und andere Formen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit wendet. Hierfür hat sie bereits mehr als 1.900 Initiativen überall in Deutschland gefördert, die sich in Jugendarbeit und Schule, Kunst und Kultur, im Opferschutz und der Opferhilfe, in kommunalen Netzwerken u.a. engagieren.

Wo die Amadeu Antonio Stiftung Handlungslücken sieht, wird sie selbst aktiv. Mit Analysen, Modellprojekten, Materialien und Beratungsangeboten erprobt sie neue Ansätze und unterstützt Fachkräfte und regionale Netzwerke.

Die Stiftung ist nach Amadeu Antonio benannt, der 1990 von rechten Jugendlichen im brandenburgischen Eberswalde zu Tode geprügelt wurde, weil er Schwarz war. Er war eines der ersten von heute über 200 Todesopfern rechtsextremer Gewalt seit dem Fall der Mauer.

Die Amadeu Antonio Stiftung ist Mitglied im Bundesverband Deutscher Stiftungen und hat die Selbstverpflichtung der Initiative Transparente Zivilgesellschaft unterzeichnet.

Mitglied im



Spendenkonto

IBAN: DE32 4306 0967 6005 0000 00

GLS Gemeinschaftsbank eG

SWIFT-BIC: GENODEM1GLS

Bitte geben Sie bei der Spende eine Adresse an, damit wir Ihnen eine Spendenbescheinigung zuschicken können.

Der Stiftung folgen

-  www.amadeu-antonio-stiftung.de
-  twitter.com/AmadeuAntonio
-  facebook.com/AmadeuAntonioStiftung
-  instagram/amadeuantoniofoundation
-  tiktok.com/@amadeuantoniofoundation
-  youtube.com/c/AmadeuAntonioStiftung
-  [linkedin.com/company/
amadeu-antonio-stiftung](https://linkedin.com/company/amadeu-antonio-stiftung)