



Von Algorithmus bis Zivilcourage

Dein Lexikon für demokratische
Medienkompetenz

**AMADEU
ANTONIO
STIFTUNG**

Herausgeber:

Amadeu Antonio Stiftung

Novalisstraße 12, 10115 Berlin

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

Autor*innen: Stephanie Häusinger, Charlotte Lohmann

Redaktion: Simone Rafael

Lektorat: Britta Kollberg

Gestaltung: bureau zanko

Druck: Druckzone, Cottbus

© Amadeu Antonio Stiftung 2022

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

Diese Publikation entstand mit Unterstützung des Bundesministeriums der Justiz, das das Projekt firewall – Hass im Netz begegnen fördert. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autor*innen und der Herausgeber die Verantwortung.



Inhalt

04 – Willkommen in der digitalen Stadt!

07 – Was bedeutet demokratische Medienkompetenz?

11 – Das ABC für demokratische Medienkompetenz

69 – firewall – Hass im Netz begegnen

71 – Weitere Anlaufstellen

73 – Quellen und weiterführende Literatur

Willkommen in der digitalen Stadt!

In der digitalen Stadt ist viel los. Auf dem Marktplatz herrscht quirliges Treiben: Neben den neuesten Apps und Goldbarren für Candy Crush werden auch gebrauchte Möbel verkauft – inklusive Lieferung. Auf großen Bildschirmen über den Ständen laufen abwechselnd Katzenvideos, Memes, Live-Reportagen und die neuesten Playlists. In Gassen und Parks tummeln sich Menschen. Sie sprechen über das Wetter, die aktuellen Nachrichten und ihren letzten Restaurantbesuch. Überall klingelt und vibriert es, während gleichzeitig Millionen von Nachrichten ausgetauscht werden. Im Café am Markt werden bei einer Feier Urlaubsfotos herumgezeigt. Statt Luftballons steigen hier Herz-Emojis in die Luft. Etwas abseits davon findet im Stadtpark eine Diskussion zur politischen Mitbestimmung statt. Manche Passant*innen bleiben stehen und bringen ihre Meinung ein. Diese digitale Stadt ist voller vielfältigem Leben.

Doch sie hat auch ihre Schattenseiten. Das digitale Zusammenleben ist nicht immer friedlich. Für viele Menschen ist die digitale Stadt ein Ort, an dem sie auch Beleidigungen, Anfeindungen und Hass ausgesetzt sind. Ein Ort, an dem Menschen, die sich für Demokratie und Menschenrechte einsetzen, von anderen ange-

griffen werden. Ein Ort, an dem sich Wutbürger*innen, rechts-extreme Trolle und Bots versammeln, um Hass zu schüren und zu Gewalt aufzurufen. Im Café werden mit den Urlaubsfotos unbenutzt persönliche Daten abgesahnt und ohne Erlaubnis in privaten Messengern geteilt. Beim Online-Einkauf auf dem Marktplatz werden private Informationen abgefischt. Bei der Diskussion im Stadtpark sind auch rassistische und antisemitische Kommentare zu hören. Die Täter*innen sind sehr laut und übertönen oft die engagierten Gegenstimmen.

In der Stadt engagieren sich aber auch viele Aktive aus Zivilgesellschaft, Politik und Justiz für ein sicheres und friedliches Miteinander. Einige von ihnen sind selbst zu einer Zielscheibe von digitalem Hass und Gewalt geworden. Ein Großteil der Bewohner*innen der Stadt beobachtet das Geschehen jedoch still. Sie wissen oft nicht so recht, was sie tun sollen, sind unsicher oder haben Angst, ebenfalls in den Fokus des Hasses zu geraten.

Das ist der Alltag in unserer digitalen Stadt. Hier findet ein großer Teil unseres Lebens statt: digital und somit real. Denn wir können die Räume nicht getrennt denken. Sie bedingen sich wechselseitig. Ob bei Instagram oder an der Supermarktkasse – Diskriminierung fügt den Angefeindeten großen Schaden zu.

Das Internet auszuschalten ist keine hilfreiche Option, denn die Folgen von Online-Hass wirken auch offline. Deshalb ist es an uns allen, Demokratie und Menschenrechte sowohl offline als auch

online zu verteidigen. Dabei haben wir einen klaren Vorteil auf unserer Seite: Wir sind viele. Wir wissen, wie wir demokratisch leben wollen. Und demokratische Medienkompetenz und Informationskompetenz können wir üben und lernen. In diesem Heft findest Du Infos zum Thema und zum Projekt *firewall – Hass im Netz begegnen* sowie ein Glossar: Von A wie Algorithmus bis Z wie Zivilcourage legt diese Broschüre den Fokus auf jene Begriffe, die in aktuellen Debatten um Mediennutzung und demokratische digitale Kompetenz im Zentrum stehen.

Was bedeutet demokratische Medienkompetenz?

Ein wunderschönes Hallo!

In Deinen Händen hältst Du das medienpädagogische Lexikon des Projekts *firewall – Hass im Netz begegnen* der Amadeu Antonio Stiftung. Quasi einen Spickzettel mit einem medienpädagogischen Glossar.

Du beschäftigst Dich schon seit längerem mit Medienkompetenz, digitaler demokratischer Bildung, Zivilcourage gegen Hate Speech und möchtest am Ball bleiben? Oder Du steigst gerade ein und möchtest Dich mit ein paar Grundlagen auseinandersetzen? Du bist Lehrkraft oder arbeitest in einem Jugendzentrum und möchtest mit Jugendlichen zu diesen Themen arbeiten? In diesem praxisorientierten Glossar ist für alle etwas dabei.

Das Internet wandelt sich schneller, als die User*innen tippen können. Dabei fliegen einem immer neue Begriffe um die Ohren. Sind gestern *Hatefluencer*innen* im *For You* aufgetaucht? Wieso

ist plötzlich das Wort *Deep Fake* in aller Munde? Was ist dieses *PoV* im *Reel*? Welchen Einfluss haben *Algorithmen* auf meine *Bubble*? Und wieso ist die *Caption* eigentlich wichtig? In unserem Glossar für Medienkompetenz haben wir die wichtigsten Begriffe für Dich zusammengetragen.

Wir wünschen viel Spaß und „Aha“-Momente beim Stöbern!

Wofür brauchen wir das eigentlich?

Nahezu jedem Menschen, der sich im digitalen Raum bewegt, begegnen dort auch Diskriminierungen, Hasskommentare, Desinformationen, Verschwörungserzählungen – vielen tagtäglich. Schon 77 Prozent von uns haben Hass im Internet wahrgenommen, mehr als ein Drittel sogar „sehr häufig“. Insbesondere junge Menschen sind einem hohen Maß an Hate Speech, also Hassrede, ausgesetzt: Unter den 14- bis 22-Jährigen haben nur 8 Prozent noch keine Hasskommentare gesehen, wie die aktuelle Forsa-Studie der Medienanstalt NRW zu Hate Speech 2022 zeigt.¹ Diese Form von digitaler Gewalt enthält Abwertungen, Angriffe, Beschimpfungen, Beleidigungen und Verleumdungen von Gruppen oder einzelnen Menschen. Dabei greift Hate Speech nicht nur die betroffenen Personen an, sondern auch unsere demokratische Zivilgesellschaft

¹ Siehe <https://www.medienanstalt-nrw.de/themen/hass/forsa-befragung-zur-wahrnehmung-von-hassrede.html>

als Ganzes. Denn nicht wenige User*innen ziehen sich aufgrund von Hass und Hetze zurück, und so fehlen wichtige Stimmen im Diskurs.

Daher ist es wichtig, dass wir alle lernen, uns auch in der digitalen Welt engagiert zu bewegen und Haltung zu zeigen. Besonders die Pädagogik ist hier gefragt, damit Kinder und Jugendliche in ihrer Mediennutzung angemessen begleitet und unterstützt werden. Es braucht Orientierung und ein stabiles Wertegerüst, um einen gesellschaftlichen Zusammenhalt im digitalen Raum zu fördern. Dabei geht es um Prävention und den Umgang mit digitalen Herausforderungen, also um Informationskompetenz, Medienethik und politische Bildung.

Wir alle brauchen mehr demokratische Medienkompetenz! Dabei ist es hilfreich, sich im Universum der immer neu entstehenden Begriffe und Schlagwörter auszukennen. Lasst uns mitreden statt nur zuzuschauen!

Lasst uns mitreden und mitgestalten!

Klassische Informations- und Medienkompetenz reichen dafür nicht mehr aus. Vielmehr drängt sich die Frage auf, welche Kenntnisse und Fähigkeiten wir brauchen, um unter dem Dach der Digitalisierung gut miteinander zu leben. Klar ist: Wer mit jungen Menschen über demokratiefeindliche Tendenzen im digitalen

Raum sprechen möchte, muss Unrecht und Diskriminierung thematisieren; wer über Hate Speech spricht, muss auch klar benennen, wo Hass seinen Ursprung hat. Hier kommen wertorientierte Bildung und gesellschaftspolitische Kompetenz ins Spiel. Im Kontext von Medienkompetenz sprechen wir von der Erweiterung um digital-demokratische Kompetenzen. Denn das Wissen, wie ich einen Computer an- und ausschalte, sowie Information und Aufklärung allein reichen für ein verantwortungsbewusstes Handeln in der digitalen Gesellschaft nicht mehr aus.

Demokratische Medienkompetenz beschreibt die Verbindung von demokratischer und digitaler Bildung. Wenn wir beides zusammendenken, können wir die demokratische Debattenkultur durch digitale Bildung stärken – und umgekehrt. Ein verantwortungsvoller Umgang in analogen und digitalen Räumen muss zusammengedacht, digitale und politische Bildung müssen kombiniert werden, um den digitalen Raum als gemeinsamen Lebensraum demokratisch zu gestalten.

Das ABC für demokratische Medienkompetenz

Um die vielseitigen digitalen Herausforderungen genauer zu beschreiben, benutzen wir Begriffe der Netzkultur. Wie viele davon sind Euch schon begegnet? Welche nutzt Ihr selbst? Wir schlagen Euch vor, einfach mal reinzuschnuppern und den eigenen Wortschatz zu erweitern. Denn: Die eigene Medienkompetenz stärkt auch, wer sich präzise ausdrücken kann. Hier unsere Auswahl an zentralen Begriffen – mit Blick auf die schnellen Entwicklungen im digitalen Raum erheben wir keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Alle im Glossar vorkommenden Begriffe werden immer folgendermaßen formatiert:

Begriff **fettgedruckt** und mit Pfeil davor, so wie hier: ► Stitches

Algorithmus

Das Wort Algorithmus beschreibt den Befehl einer Abfolge von Handlungsanweisungen, die mathematischen und informatischen Logiken folgen. Algorithmen können auf Social Media dafür genutzt werden, das Nutzungsverhalten der User*innen zu beobachten und zu beeinflussen. In den Sozialen Medien verstärken Algorithmen vor allem Inhalte, die viele Interaktionen erhalten, wie Views, Likes und Kommentare, weil der Algorithmus dann davon ausgeht, dass diese Inhalte viele Menschen interessieren. Oft sind das emotional vorgetragene und/oder polarisierende Beiträge und Themen.

Da Algorithmen in der Regel nicht nach hilfreichen und toxischen Inhalten unterscheiden, wird so auch die Verbreitung von ► Hate Speech, ► Desinformationen und ► Verschwörungserzählungen gestärkt, denn sie folgen der Aufmerksamkeitsökonomie – selbst, wenn die vielen Interaktionen aus Empörung von Andersmeinenden bestehen. Das bedeutet auch: Rassistische, antisemitische oder diskriminierende Kommentare oder Inhalte generieren oftmals viel Aufmerksamkeit. Entweder, weil sie von rechten Trollen unterstützt, geliket und geteilt werden oder weil sich eine große Welle an Widerspruch in den Kommentarspalten bildet. Durch diese vermehrte Interaktion sind diese Hassposts sichtbarer und verbreiten sich schneller.

Alternativtext

In den Sozialen Medien spielen Bilder eine große Rolle und übermitteln häufig wichtige Informationen. Damit auch blinde und sehbehinderte Menschen nicht ausgeschlossen werden, können zu einem Tweet oder Post Alternativtexte verfasst und hinzugefügt werden, die das Bild beschreiben. Diese Zusatztexte führen also zu einem inklusiveren Internet für alle.

Anonymität

Anonymität ist ein wesentliches Merkmal des digitalen Raums. Hier ist es theoretisch möglich, Inhalte zu produzieren und zu teilen, ohne dabei identifizierbar zu sein. Viele Menschen legen Social Media-Profilen ohne Bezug zu ihrer Offline-Identität an – identifizierbar sind sie damit allerdings im juristischen Streitfall trotzdem.

In Debatten gilt Anonymität oft als Verstärker von Hate Speech und Desinformation. Wenn ich unerkant bleiben kann, dann sinkt die Hemmschwelle, so der Gedanke. Das ist prinzipiell nicht falsch, aber manchmal doch zu kurz gedacht. Denn tatsächlich wird ein Großteil der Hasskommentare von Menschen gepostet, die ihren tatsächlichen Namen („Klarnamen“), ihren Wohnort oder ihre*n Arbeitgeber*in angeben. Bestätigt wurde das zum Bei-

spiel mit einer Twitter-Analyse aus dem Jahr 2021, die zeigte, dass 99 % der rassistischen Kommentare während der Europameisterschaft 2022 von Profilen gepostet wurden, deren Inhaber*innen identifizierbar waren.² Diese fühlten sich also so sehr als Mehrheit der Gesellschaft mit ihrer rassistischen Beschimpfung, dass sie sich nicht einmal die Mühe machten, ein anonymisiertes Profil zu verwenden. Das sagt auch etwas darüber aus, wie gesellschaftsfähig Menschen Hassrede gegen marginalisierte Gruppen finden – und wie wenig Angst vor Konsequenzen sie haben.

Augmented Reality (AR)

Der Begriff Augmented Reality (AR) kommt aus dem Englischen und lässt sich auf Deutsch mit „erweiterte Realität“ übersetzen. Gemeint ist damit die computergestützte Ergänzung der Offline-Realität durch virtuelle Elemente. Die Wahrnehmung wird also in Echtzeit mit z.B. Bildern, Texten oder Animationen erweitert; und es scheint, als gehörten die Elemente in die offline-Realität. Seit 2016 sorgte z.B. die Pokémon Go-App für einen Hype um AR.

² Siehe https://blog.twitter.com/en_gb/topics/company/2020/combating-online-racist-abuse-an-update-following-the-euros

BeReal

Die App BeReal ist eine Soziale Plattform, auf der private Fotos geteilt werden. Sie entstand 2020, wurde aber besonders ab Frühjahr 2022 populär. Das Besondere an BeReal: Die User*innen werden einmal am Tag zu einer ständig wechselnden Uhrzeit aufgefordert, ein Bild von sich zu machen, und zwar gleichzeitig mit der Front- und der Hauptkamera ihres Smartphones. Die Bilder können nicht bearbeitet werden, und es kann nur ein Foto pro Tag gepostet werden. Die App möchte damit für Authentizität stehen, für Menschen, die ihren Follower*innen in Echtzeit zeigen, was sie gerade tun. Mit der Beschränkung, nur ein Foto am Tag zu posten, schwingt auch das Versprechen mit, sich nicht stundenlang in der App zu verlieren. Ob die App dadurch tatsächlich einer übermäßigen oder sogar süchtigen Nutzung von Sozialen Medien entgegenwirkt, wie sie es sich auf die Fahne schreibt, ist noch nicht feststellbar.

Bio

Die Bio, kurz für „Biographie“, findet sich zum Beispiel auf Twitter- oder Instagram-Profilen. Sie ist dafür da, Follower*innen etwas über sich selbst zu erzählen. Auf Profilen z.B. von Institutionen oder Aktivist*innen sind in der Bio häufig Links zu finden.

Manchmal platzieren User*innen ihre politische Haltung in der Bio durch kurze Slogans, Emojis oder Hashtags. Wer eine bestimmte Weltsicht vertritt, nutzt manchmal bereits die Bio für entsprechende, je nach Ideologie auch problematische Statements.

Blockieren

Wenn man jemanden blockiert, kann diese Person einen nicht mehr direkt kontaktieren und auch die eigenen Beiträge nicht mehr sehen. Das ist für viele Menschen eine wichtige Möglichkeit, denn die Kommentare und Beiträge der blockierten Person werden einem auf dem eigenen Kanal dann generell nicht mehr angezeigt. Aber auch man selbst kann die Person nicht mehr kontaktieren. Je nachdem, welche Plattform verwendet wird, bleiben vorherige Nachrichten erhalten oder nicht; bei Instagram wird beispielsweise der gesamte Nachrichtenverlauf mit der blockierten Person gelöscht.

Blockieren kann eine gute Lösung sein, um Profile mit menschenfeindlichen Kommentaren keine Sichtbarkeit zu geben. Denn auch auf dem eigenen Social Media-Profil gilt der Grundsatz „Mein Haus, meine Regeln“ (natürlich im gesetzlich festgesetzten Rahmen) – und das Ausschließen und Blockieren von Personen ist somit absolut zulässig. Das gilt für private Profile, aber auch für Seiten von Institutionen. Diese haben oft eine Netiquette oder Diskussionsregeln,

die erklären, welches Verhalten auf dem Profil erlaubt ist – und was zur temporären oder dauerhaften Blockierung führen kann.

(Filter-)Bubble

Der Begriff Bubble oder „(Filter-)Blase“ bezeichnet den eigenen digitalen Raum, in dem man sich bewegt. In ihm herrscht meist eine Art Gleichklang. Dort finden sich oft Inhalte und Menschen mit ähnlichen Interessen und Werten. Gerade in den Sozialen Medien gerät man schnell in eine Interessens-„Bubble“. Zum einen aufgrund der Sensibilität des ► Algorithmus, aber auch weil Menschen dazu neigen, sich in Sozialen Netzwerken mit Gleichgesinnten zu umgeben und gegenseitig in der eigenen Position zu bestärken.

Das ist grundsätzlich kein Problem, nur sollten sich alle Nutzer*innen dessen bewusst sein, dass „ihr“ Internet anders aussieht als das anderer Menschen. Zu unterscheiden ist die Echokammer: Dieser Begriff meint, dass den User*innen Sozialer Netzwerke durch die Algorithmen vorrangig Inhalte angezeigt werden, die für sie aufgrund ihres Nutzungsverhaltens als relevant eingestuft wurden. Dadurch wird die eigene Social Media-Welt gleichförmiger, ohne dass wir dies bewusst wählen. Medienkompetenz bedeutet auch, die Wirkungsweise von Filterblasen und Echokammern in der eigenen Nutzung immer mitzudenken und zu reflektieren.

Caption

Der Begriff Caption bedeutet in den Sozialen Medien eine Bildunterschrift, die man zum Beispiel unter einem Foto auf Instagram findet. Die Caption kann aus Text, Hashtags und Emojis bestehen. Sie kann nicht nur Interesse anregen, sondern auch Informationen zu dem Beitrag geben oder eine Bildbeschreibung enthalten.

Clickbaiting

Clickbaiting ist eine Strategie, die Überschriften von Artikeln, Bildern oder Videos so zu gestalten, dass möglichst viele Leute auf den Content klicken. Dafür werden häufig starke Emotionen genutzt, um Aufmerksamkeit einzufangen und Neugier zu wecken. Außerdem wird (teilweise unterschwellig) eine Informationslücke hinterlassen, die auf den Link verweist, um einen Click sicherzustellen. Beispiele für Clickbaiting sind: „Was dann geschah, glaubt niemand ...“ oder „Unfassbar! Trick Nummer 4 verändert alles!“ Typischerweise bietet der verlinkte Inhalt selbst letztendlich wenig Anlass für starke Emotionen, außer vielleicht Enttäuschung. Wer den Inhalt erstellt hat, hat durch den Click aber ggf. Reichweite oder Werbeeinnahmen generiert.

Content

Content bedeutet auf Deutsch „Inhalt“ und bezieht sich im Sprachgebrauch der Netzkultur auf das, was online veröffentlicht wird. Ein Content kann ein Text sein, aber auch ein Video oder ein Bild.

Content Note oder Warning

Eine Content Note, auf Deutsch Inhaltsnotiz, beschreibt einen Hinweis, der vor einem Beitrag mit potenziell unangenehmen oder (ver-)störenden Inhalten in den Sozialen Netzwerken angezeigt wird. Content Notes sollen User*innen darauf aufmerksam machen, dass das Medium bestimmte Inhalte enthält, die möglicherweise Trigger für Traumata oder belastende Erfahrungen sind. Sie können auch verwendet werden, um Inhalte zu kennzeichnen, die z.B. für bestimmte Altersgruppen ungeeignet sein könnten. Beispiele für Inhalte, für die Content Notes verwendet werden, sind Gewalt, sexuelle Übergriffe, Suizid, psychische Störungen, Rassismus und andere Arten von Diskriminierung.

Cookies

Mit Cookies sind hier keine Kekse zum Essen gemeint, sondern Datensätze, die auf digitalen Geräten, etwa Computer, Smartphone oder Tablet, beim Besuch einer Webseite abgelegt werden. Quasi wie ein Keks, der überall kleine Krümel verliert. Cookies dienen dazu, die Nutzer*innen zu identifizieren, Daten an den Server zu übertragen, aber auch Logins zu speichern oder ein Webtracking der Nutzer*innen durchzuführen.

Die Cookie-Regeln sind gesetzlich festgelegt. Deutschland hat bisher kein spezielles Gesetz zur Umsetzung der Cookie-Regeln, orientiert sich aber an der Richtlinie, die zum Schutz der personenbezogenen Daten von Internetnutzer*innen von der Europäischen Union erlassen wurde. Die EU-Cookie-Richtlinie verlangt, dass Besucher*innen von Webseiten der Verwendung von Cookies zustimmen müssen, bevor diese verwendet werden. Dies gilt insbesondere für nicht notwendige Cookies. Webseiten-Betreiber*innen dürfen erst nach einer informierten, aktiven und freiwilligen Einwilligung Cookies setzen und Daten sammeln.³

³ Richtlinie: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:32009L0136>

Creator*in

Das Wort lässt sich aus dem Englischen mit „Schöpfer*in“ übersetzen. Ein*e (Content)-Creator*in produziert und schafft auf Social Media selbst Inhalte. Das heißt, es werden nicht nur Inhalte konsumiert, sondern eigene Beiträge erstellt und verbreitet. Im Falle von YouTube oder TikTok werden zum Beispiel Videos gedreht. Für die Bezeichnung ist es unwichtig, ob ein*e Creator*in nur ein paar Follower*innen hat oder vielleicht sogar Geld mit dem eigenen ► Content verdient.

Cybermobbing

Cybermobbing beschreibt Mobbing im digitalen Raum. Mobbing ist psychische Gewalt und bedeutet, dass Menschen beleidigt, bedroht, schikaniert oder bloßgestellt werden. Die Folgen für die Betroffenen sind schwerwiegend, sowohl online als auch offline. Beim Cybermobbing kommt im Vergleich zum analogen Mobbing – beispielsweise auf dem Schulhof – erschwerend hinzu, dass die Angriffe rund um die Uhr stattfinden können, weil Soziale Netzwerke immer verfügbar sind und keine Schließzeiten haben. Ziel der Täter*innen ist häufig Selbstüberhöhung durch das Verächtlichmachen anderer; und oft wird das Opfer erst in Ruhe gelassen, wenn es aus ihren Lebensbereichen oder aus der generellen Öff-

fentlichkeit verdrängt wurde. Damit geht eine starke psychische Belastung einher.

In Österreich gilt Cybermobbing seit 2016 als eigenständiger Straftatbestand der „fortgesetzten Belästigung auf dem Wege einer Telekommunikation oder unter Verwendung eines Computersystems“ (§ 107c StGB). In Deutschland hingegen fällt Cybermobbing unter „Nachstellung (unter Verwendung von Telekommunikationsmitteln oder sonstigen Mitteln der Kommunikation)“ (§ 238 StGB). In Deutschland fallen auch Beleidigungen, üble Nachrede etc. unter einen Strafbestand.

Dangerous Speech

Dangerous Speech ist eine Art von Sprache, die Vorurteile, negative Zuschreibungen und abwertende Klischees nutzt, um aus bestimmten Personengruppen ein Feindbild zu konstruieren. Obwohl meist nicht strafbar, kann Dangerous Speech als Grundlage für Gewalt und Hass dienen, indem sie zu Angriffen und Gewalt gegen bestimmte Personengruppen anstiftet und diese rechtfertigt. Im Gegensatz zur direkten Adressierung von Betroffenen bei Hate Speech werden bei Dangerous Speech andere Personen aufgehetzt und gegen die Betroffenen mobilisiert. Die Vertreter*innen

des „Dangerous Speech Project“⁴ betonen, dass es eine Unterscheidung zwischen Dangerous Speech und Hate Speech geben sollte, da Dangerous Speech spezifischer darauf abzielt, zu Gewalt und Hass aufzustacheln, während Hate Speech ein breiteres Spektrum von beleidigenden Aussagen und verbalen Angriffen umfasst.

Dark Social

Frei übersetzt bedeutet „Dark Social“ so viel wie ein dunkles (geheimes) Soziales Netzwerk. Darunter fällt Kommunikation, die nicht öffentlich einsehbar ist und über Instant Messenger, Chats oder E-Mails läuft. Dark Social meint also die Kommunikation auf geschlossenen Servern, wie auf der für Gamer*innen gedachten Plattform Discord oder in privaten Messengern wie etwa WhatsApp oder Telegram. Dark Social wird als Kommunikationsbereich immer größer, da Menschen vermehrt nach interessenbezogenen Communitys suchen und sich von großen Plattformen abwenden, weil sie um die Gefahren des öffentlichen Postens wissen.

4 Siehe <https://dangerousspeech.org>

Debunking

Debunking bezeichnet das Entlarven einer Information oder einer Behauptung als falsch oder trügerisch, indem sie durch Fakten und Beweise widerlegt wird.

Decoding

Decoding bedeutet die Entschlüsselung einer Nachricht oder eines Signals. Im Bereich Medienkompetenz ist es zum Beispiel wichtig, Memes zu decodieren, um menschenfeindliche Botschaften identifizieren zu können – also nicht nur zu sehen, was gezeigt wird, sondern auch zu verstehen, was damit gemeint ist.

Deep Fake

Bei einem Deep Fake, auch Deepfake geschrieben, werden mithilfe von ► künstlicher Intelligenz (KI) Bilder-, Audio- oder Videofälschungen erzeugt, die täuschend echte Inhalte vorspielen. Für einen Deep Fake werden zum Beispiel mit Hilfe einer Face Swap-App Gesichter ausgetauscht, per Greenscreen können Leute vorgegeben, sich in jeder beliebigen Umgebung zu befinden.

Was in Sozialen Netzwerken als harmloser Spaß angeboten wird,

kann jedoch auch verwendet werden, um (bekannten) Personen falsche Worte in den Mund zu legen oder sie beispielsweise in Porno-Filme einzubauen. Das ist illegal, aber die nötige Software ist inzwischen sehr einfach zugänglich. Durch KI wird es zugleich immer schwerer, Deep Fakes als solche zu identifizieren. Eine Folge ist eine grundsätzliche Verunsicherung darüber, was noch real ist und geglaubt werden kann.

Deplatforming

Deplatforming, auch unter No-platforming bekannt, ist eine Strategie von Plattformbetreiber*innen, um Personen auszuschließen, die ihre Plattformen (wiederholt) nutzen, um unerwünschte Inhalte, zum Beispiel ► Hate Speech, zu verbreiten. Das Profil dieser Personen wird gelöscht oder gesperrt. Ziel der Plattformen ist, die selbst gesetzten Richtlinien (z.B. gegen Hate Speech) einzuhalten und durchzusetzen. Diese Art der Regulierung online entzieht etwa bekannten Verschwörungsideolog*innen ihre Reichweite und auch finanzielle Einnahmen, die sie ggf. durch ihren Content erhalten.

Kritiker*innen von Deplatforming geht das nicht weit genug. Sie weisen darauf hin, dass die Personen auf anderen Plattformen oder unter einem anderen Namen ihre menschenfeindlichen Ideologien weiterhin verbreiten können. Deplatforming sei da-

mit also nur eine Verschiebung des Problems, denn Hate Speech oder menschenfeindliche und antidemokratische Inhalte können trotzdem weiter ins Netz gestellt werden. Allerdings zeigt die Forschung, dass mit jedem Deplatforming ein Verlust von ► Reichweite einhergeht, der zu begrüßen ist, aber gleichzeitig auch eine Radikalisierung der Anhängerschaft stattfindet, die beobachtet werden muss.

Desinformation

Durch die schiere Menge an Informationen wird es immer schwieriger herauszufinden, welche davon verlässlich sind und welche nicht. Desinformation bezeichnet Strategien, die diesen Zustand ausnutzen, um bewusst und absichtlich Falschmeldungen/Fake News zu verbreiten und Zweifel an etablierten Informationsquellen zu schüren. Desinformationen haben eine Wirkung, selbst wenn der Falschmeldung nicht ganz geglaubt wird: Bewusst verbreitete Fehlinformationen tragen zu einem Klima bei, in dem anderen Quellen ebenfalls nicht mehr getraut wird. Auf diese Weise wird die Spaltung der Zivilgesellschaft vorangetrieben.

Digitale Gewalt

Digitale Gewalt ist ein Überbegriff für eine Vielzahl von Angriffsformen im digitalen Raum. Darunter fallen neben Hate Speech auch Cybermobbing, Identitätsdiebstahl, bildbasierte sexualisierte Gewalt, Cyberstalking oder Toxic Speech. Diese Gewalt kann jedoch auch den virtuellen Raum verlassen, beispielsweise wenn die Adresse einer Person ohne ihr Einverständnis veröffentlicht wird und dies Hausbesuche (oder deren Androhung) zur Folge hat (siehe ► Doxxing).

Digital Streetwork

Digital Streetwork ist ein Arbeitsfeld der Jugend(sozial)arbeit, das online stattfindet und damit am digitalen Lebensraum der Jugendlichen ansetzt. Das Projekt *debate//* der Amadeu Antonio Stiftung hat das Konzept in den 2010er Jahren aus Teilbereichen der Offline-Jugend(sozial)arbeit entwickelt. Für die Arbeit im analogen Raum mit jungen Menschen, die von Einrichtungen der Jugendarbeit nicht erreicht werden können, bietet sich ein Bereich der Mobilen Jugendarbeit an: die Aufsuchende Arbeit, also Streetwork (rechtlich zwischen § 11 SGB VIII Jugendarbeit und § 13 SGB VIII Jugendsozialarbeit angesiedelt). Streetwork beschreibt u.a. das „Wie“ des Kontaktaufbaus und der Beziehungsarbeit im Le-

bensumfeld der Klient*innen, denn sie sucht junge Menschen direkt dort auf, wo sie sich aufhalten, und passt ihre Anspracheformen an die Adressat*innen und ihre Lebenswelten an. Ähnliche Voraussetzungen finden wir beim Online-Verhalten vieler junger Menschen. Ein Kern der Streetwork, der aufsuchende Charakter, findet sich in der Digital Streetwork wieder. Junge Menschen werden in einer Lebenswelt aufgesucht und begleitet, in der sie sich freiwillig und viel aufhalten: im Internet. Das Praxisfeld der Aufsuchenden Jugendarbeit/Streetwork eignet sich demnach unter Beachtung ihrer sozialpädagogischen Standards aus dem Offline-Raum für die Übertragung in eine Online-Jugend(sozial)arbeit.

Discord

Discord ist eine App für Nachrichten, Chats und Videoanrufe, die nicht nur auf dem Smartphone installiert wird, sondern auch auf dem Computer funktioniert. Sie hat ähnliche Funktionen wie andere Messenger-Dienste und ist beliebt bei Gamer*innen, die sich im Spiel mit Mitspieler*innen besprechen wollen. Rechtsextreme versuchen seit 2017, diese Vernetzungsmöglichkeiten von Discord auszunutzen, um Hasskampagnen zu organisieren und wie ein Spiel wirken zu lassen (Gamification of Hate). Die Plattform geht inzwischen gegen diesen Missbrauch vor.

Diskriminierung

Diskriminierung ist eine Benachteiligung von Personen oder Gruppen aufgrund bestimmter Merkmale. Diese Merkmale können zum Beispiel sein: Alter, ethnische Zugehörigkeit, Behinderung oder auch soziale Bedingungen, Religion oder sexuelle Orientierung. Diskriminierung ist gesetzlich verboten, und Betroffene können sich dagegen wehren. Die Kategorisierung von Menschen in jeweilige Gruppen geschieht zumeist von außen, durch privilegierte Teile der Gesellschaft.

Diese hierarchischen Machtstrukturen, mit denen Menschen abgewertet werden, äußern sich zwischenmenschlich, aber auch auf institutioneller und struktureller Ebene. Strukturelle Diskriminierung bedeutet, dass die Abwertung von diskriminierten Menschen auf allen Ebenen des Zusammenlebens gleichzeitig geschieht: in persönlichen Haltungen, in der Sprache und auch in Schulen, Krankenhäusern, Behörden oder durch die Darstellungsweise in Medien. Diskriminierung findet in Online- und Offline-Räumen statt. Es gibt verschiedene Antidiskriminierungsstellen, an die Betroffene sich wenden können, wenn sie Diskriminierung erlebt haben.

Dogwhistling

Der Begriff bezieht sich auf die Besonderheit von Hundepfeifen, deren Tonfrequenz nur von Hunden und nicht von Menschen gehört werden kann. Dogwhistling bezeichnet eine Kommunikationstechnik, bei der mit unscheinbaren Codes innerhalb einer Botschaft eine weitere, geheime Botschaft versteckt wird. Die geheime Botschaft richtet sich gezielt an eine Personengruppe, die mit den Codes vertraut ist, während andere sie gar nicht wahrnehmen. Das kann zum Beispiel über die Wahl von Bezeichnungen geschehen, die harmlos und alltäglich erscheinen, in bestimmten Milieus aber mit menschenfeindlichen Weltanschauungen in Verbindung stehen. Beispielsweise wäre „jemandem einen Hausbesuch abstatten“ eine harmlose Tätigkeit bei einem*r Arzt*Ärztin, aber keinesfalls eine harmlose Aussage, wenn sie von Rechtsextremen kommt – dann ist sie als Drohung zu verstehen.

Auch Begriffe wie „Bevölkerungsaustausch“, „Ethnopluralismus“ oder das Seufzen über eine „Schuldkeule“ im Zusammenhang mit der Aufarbeitung des Nationalsozialismus sind Versuche, menschenfeindliches Gedankengut harmlos zu verpacken. Ein Großteil des Publikums schenkt diesen Wörtern keine gesonderte Beachtung, Anhänger*innen der entsprechenden Weltanschauung verstehen die Wortwahl aber als Bekenntnis dazu. Werden rassistische oder antisemitische Dogwhistles nicht erkannt und

entsprechend nicht sanktioniert, fühlen sich Rassist*innen und Antisemit*innen in dieser Kommentarspalte willkommen – und ihre Opfer schweigen oder verlassen die Konversation.

Doxxing

Doxxing bedeutet das Veröffentlichen privater und geschützter Daten anderer Personen im Internet, z.B. der Wohnadresse oder von Informationen über die*den Arbeitgeber*in, aber auch Alltägliches wie die Adresse des Kindergartens des Nachwuchses, des Lieblings-Bäckers etc. Die Motivation dahinter ist, die Betroffenen einzuschüchtern und ihnen zu schaden, indem ihnen die Sicherheit einer geschützten Privatsphäre genommen wird. Betroffene von Doxxing fürchten sich in der Folge vor tätlichen Angriffen, weil sie öffentlich als Zielscheibe markiert wurden.

Täter*innen können im Internet auf verschiedene Weisen an persönliche Daten gelangen. Sowohl das Beschaffen als auch das Verbreiten dieser Daten ist in der Regel strafbar.

Emoji

Ein Emoji ist ein Symbol in Form eines Piktogramms und/oder Ideogramms. Emojis sind heute eine Gefühlssprache geworden; denn

als Zeichen, Symbole oder Zeichenfolgen geben sie im digitalen Schriftverkehr Emotionen und Stimmungslagen wieder. Der klassische Smiley wurde abgelöst von Emojis, die meist aus Doppelpunkt und Klammer bestehen. Mittlerweile haben sich sehr vielfältige grafische Darstellungen etabliert, sodass nicht mehr Buchstaben und Satzzeichen kombiniert werden müssen, um Gesichter darzustellen. Seit 2014 wird am 17. Juli der Welt-Emoji-Tag begangen.

Feed

Ein Feed ist ein Strom von Inhalten, durch den man in den Sozialen Medien surfen kann. Der Inhalt erscheint in ähnlich aussehenden Blöcken, die sich nacheinander wiederholen. Ein Feed kann redaktionell sein (z.B. eine Liste von Artikeln oder Nachrichten), algorithmisch kuratiert aus den Meldungen der Profile und Kanäle, denen wir folgen – oder die diesen ähnlich sind –, oder Auflistungen enthalten (z.B. eine Liste von Produkten, Dienstleistungen usw.).

FOMO (Fear of missing out)

FOMO beschreibt die ständige Befürchtung, wichtige Nachrichten oder andere Ereignisse zu verpassen und nicht mehr auf dem Laufenden zu sein. Ausgelöst und verstärkt werden kann FOMO

durch die wachsende Informationsvielfalt über Smartphones und Soziale Medien.

For you-page

Die For you-page gibt es nur auf TikTok. Diese „Für dich“-Seite auf TikTok ist der Startbildschirm. Der TikTok-Algorithmus erstellt die individuelle Startseite für jede*n Nutzer*in und zeigt auf diese*n angepassten Content.

Gegenrede

Gegenrede bzw. Counterspeech beschreibt die Aktivität, einen Hasskommentar oder einen toxischen ►Post nicht unwidersprochen stehen zu lassen, sondern ihm aktiv etwas zu entgegnen. Dafür gibt es verschiedene Strategien, z.B. Fakten aufzeigen, jemanden auf ihr*sein diskriminierendes Verhalten aufmerksam machen oder dahinterliegende menschenfeindliche Narrative bzw. Strategien entlarven. Dabei geht vor allem darum, die angegriffene Person zu unterstützen, ►still Mitlesenden mitzuteilen, warum ein Beitrag problematisch ist, und zu zeigen, dass eine Mehrheit damit nicht übereinstimmt und sich einer Normalisierung von Hass entgegenstellt.

Geotag

Geotag ist die Angabe des Standorts in einem Sozialen Netzwerk. Beim Hochladen eines Fotos oder Videos etwa kann man per Geotag den dazu gehörigen oder den eigenen aktuellen Standort mitteilen.

Hashtag

Das Wort Hashtag bezeichnet ein Doppelkreuz-Schriftzeichen, gefolgt von einem oder mehreren zusammengeschriebenen Wort(en). Hashtags dienen Beiträgen als Schlagwörter und markieren Inhalte. Diese werden dadurch in einen Kontext gesetzt und so in Sozialen Medien auffindbar. Wenn ein bestimmter Hashtag aktuell häufig genutzt wird (er also „trendet“), ist das ein Anzeichen für die Popularität des Themas.

Hatefluencer*innen

Das sind ►Creator*innen, deren hauptsächliche Absicht es ist, andere, meist marginalisierte Creator*innen anzugreifen, herabzusetzen und damit den eigenen Follower*innen eine Zielscheibe für Hasskommentare zu bieten. Inhaltlich legitimieren Hatefluencer

cer*innen Rassismus, Antisemitismus, Sexismus und andere menschenfeindliche Positionen. Manchmal versuchen sie diese jedoch als gleichberechtigte wissenschaftlich-sachliche Argumentation darzustellen. Nicht selten verwenden sie dabei Desinformationen und greifen auf verschwörungsideologische Quellen zurück. Oft wird der Hass auch als vermeintlicher Humor geframet, um ihn verbreiten zu können, ohne sich verantworten zu müssen.

Auf TikTok greifen Hatefluencer*innen beispielsweise mit ►Stitches an und schrecken im Zweifel nicht davor zurück, die Community-Richtlinien zu umgehen und den Inhalt von anderen Creator*innen abzufilmen, wenn diese die Stitch-Funktion bei ihren Videos nicht erlaubt haben.

Hate Speech

In Deutschland orientiert sich dieser Begriff im Wesentlichen an den Tatbeständen der Volksverhetzung, Beleidigung und üblen Nachrede. Jedoch ist Hate Speech kein juristischer Begriff, sondern ein politischer und umfasst damit auch Aussagen, die über strafrechtlich relevante Ausdrucksformen hinausgehen. Das diskriminierende Moment ist das entscheidende Kriterium für die Einordnung eines Inhalts als Hate Speech. Dies entspricht weitestgehend dem Konzept der Gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit, wonach sich für die Amadeu Antonio Stiftung folgende Defi-

nition als Arbeitsgrundlage ergibt:

Hate Speech ist eine „Ausdrucksform, die Menschen aufgrund ihrer Herkunft, Hautfarbe, Geschlecht, sexuellen Orientierung, körperlichen Einschränkungen, Religion angreift, entsprechende Ausdrucksformen fördert, rechtfertigt oder dazu anstiftet.“ Diese Ausdrucksformen können sehr unterschiedlich sein, mit beleidigender Sprache oder sachlich vorgetragen, aggressiv, freundlich oder ironisch formuliert – entscheidend ist der gruppenbezogene feindliche Inhalt, der zum Ausdruck gebracht wird.

Hoax

Hoax ist ein englisches Wort und bedeutet Falschmeldung oder Scherz. Hoaxes werden im Internet verbreitet und kursieren dann dort. Neben harmlosen Scherznachrichten umfassen sie auch politische oder betrügerische Falschmeldungen. Werden diese Inhalte ungeprüft geteilt und verbreitet, können sie erheblichen sozialen Schaden anrichten. Das können falsche Warnungen vor Computerviren sein, die mit schädlichen Anweisungen verbunden sind. Es gibt aber auch rassistische Geschichten über angebliche Gewalt und Gefahr durch Migrant*innen.

Imageboard

Ein Imageboard ist eine Art Forum im Internet, das hauptsächlich aus Bildinhalten besteht, die aber kommentiert werden können. Nutzer*innen können dort Fotos, Videos oder GIFs hochladen und sie mit anderen User*innen teilen. Die Bilder werden mit einer kurzen Beschreibung oder einem Kommentar versehen und in Kategorien oder „Boards“ organisiert. Imageboards haben oft eine anonyme Nutzer*innenbasis und ermöglichen es somit den User*innen, ohne Registrierung bzw. Identifikation zu posten. Ein Beispiel für Imageboards ist 4chan, das für seine starken Meinungen und problematischen Inhalte bekannt ist.

Incels

Incels steht für „involuntary celibate men“, also unfreiwillig zölibatär lebende Männer. Incels sind Männer, die keine Liebesbeziehungen zu Frauen haben, aber der Meinung sind, dass sie ein Anrecht auf Sex hätten, den Frauen ihnen verweigern. Daraus entwickeln sie einen Hass auf Frauen und sexuell erfolgreichere Männer und vernetzen sich dazu als Subkultur im Internet. Ihre anonymen Foren auf Imageboards sind Ansammlungen frauenfeindlicher und allgemein menschenverachtender Kommentare und Gewaltfantasien, die bisweilen auch in reale Gewalt umschla-

gen, etwa in Form von Attentaten, bei denen vor allem Frauen und Mädchen ermordet werden.

Influencer*innen

In den Sozialen Medien sind Influencer*innen einzelne Personen, die als Multiplikator*innen agieren, um Aufmerksamkeit für Trends, Themen, Unternehmen oder Produkte zu erzeugen oder zu steigern.

Journalismus

Journalist*innen sind Personen, die Inhalte (Informationen, Meinungen, Unterhaltung) für Medien produzieren. Journalist*innen recherchieren, bearbeiten und verbreiten Informationen mit dem Ziel, die Öffentlichkeit mit gesellschaftlich relevanten Inhalten zu versorgen. Die Berufsbezeichnung ist in Deutschland nicht rechtlich geschützt. Allerdings gibt es einen Pressekodex, der von Journalist*innen und dem Deutschen Presserat entwickelt wurde. Der Leitfaden legt Standards und ethische Grundsätze im Journalismus fest und gibt allgemeine Richtlinien vor, die sich auf die Verantwortung der Presse beziehen. Dazu gehören z.B. der Schutz der Privatsphäre, eine belegbare Berichterstattung nach Recherchen,

die alle Seiten anhören, und eine Trennung von Nachricht und Meinung. Der Pressekodex ist jedoch keine gesetzliche Vorschrift, sondern eine Selbstverpflichtung, die von Journalist*innen und Verlagen akzeptiert und eingehalten wird.

KI (Künstliche Intelligenz)

Künstliche Intelligenz (KI oder AI nach dem englischen artificial intelligence), meint die Fähigkeit von Maschinen, mithilfe von speziellen Programmen ähnliche Denk- und Intelligenzleistungen wie Menschen zu erbringen. Das umfasst das Lernen, Urteilen, Erkennen und Lösen von Problemen. Seit November 2022 ist beispielsweise das Programm ChatGPT frei zugänglich und in aller Munde: ein Chatbot, der künstliche Intelligenz einsetzt, um Texte zu generieren.

Leichte Sprache

Zahlreiche Webseiten bieten mittlerweile ihren Inhalt auch in einfacher Sprache an. Das kann für viele Menschen hilfreich sein. Dafür benutzt man kürzere Sätze, weniger Fremdwörter, mehr Strukturierung. „Leichte Sprache“ hingegen bedeutet, dass die Texte auch von Betroffenen gegengelesen und für leicht befunden wurden, etwa von Menschen mit Lernschwierigkeiten.

Lernen mit TikTok

#LernenmitTikTok ist nicht nur der erfolgreichste Hashtag auf TikTok mit 11,9 Milliarden Views in Deutschland und 334 Milliarden Views in der englischen Version #LearningonTikTok. Er ist auch das Herzstück von TikTok als Lernplattform. Hier können Sprachen, Handwerkstipps und historische Fakten oder auch Einblicke in die Berufswelt entdeckt werden. Passend zum Hashtag gibt es ein Förderprogramm der Plattform selbst für Creator*innen, die auf TikTok mit ihren Kanälen zur Wissensvermittlung beitragen.

Die Kunst des Edutainment steht mit der Kürze der Videos auf TikTok vor einer neuen Herausforderung. Dass dies trotzdem gelingen kann, beweisen die Creator*innen, die große Themen in zahlreiche einzelne Videos verpacken, Arbeitsprozesse kreativ abbilden und erklären, ihre Lerntipps verraten oder mit der Greenscreen-Technik Bildmaterial zum Thema aufbereiten. Eines haben sie alle gemeinsam: Sie sprechen schnell. Zum Glück kann man die Videos auch mehrmals hintereinander schauen, wenn man etwas nicht verstanden hat.

Let's Play

Let's Play (LP), auf Deutsch „Lasst uns spielen“, beschreibt das Verfahren, sich beim Spielen und Kommentieren eines Computerspiels zu filmen. Dabei steht für die Zuschauenden häufig der persönliche und unterhaltende Charakter im Vordergrund, weshalb Let's Plays oftmals wegen des eigenen Stils bestimmter Let's Player*innen angeschaut werden. YouTube und Twitch sind die wichtigsten Plattformen für diese Videos.

Live-Stream

Ein Live-Stream ist eine Echtzeitübertragung von Video- oder Audio-Signalen in Online-Medien. Live-Streams gibt es nicht nur bei Nachrichtensendungen auf YouTube, sondern sind auch beispielsweise bei Instagram, Facebook und TikTok möglich. Viele Menschen lassen so ihre Follower*innen ganz direkt an ihrem Leben teilhaben. Oft haben die Zuschauer*innen die Möglichkeit, im Chat Fragen zu stellen. Diese direkte Art der Kommunikation wird auch von bekannten Influencer*innen und Organisationen viel genutzt.

Mastodon

Mastodon ist ein auf mehrere Server verteilter Mikroblogging-Dienst, der von Eugen Rochko aus Jena im Jahr 2016 entwickelt wurde. Im Gegensatz zu großen vergleichbaren Plattformen wie Twitter ist Mastodon als ein verteiltes Netzwerk konzipiert. Das bedeutet, dass Mastodon nicht auf einer einzigen Plattform basiert, sondern aus vielen verschiedenen Servern besteht. Diese Server können von Privatpersonen, Vereinen oder anderen Stellen eigenständig betrieben werden und interagieren miteinander. Im Jahr 2022 wechselten viele Organisationen zu Mastodon, nachdem Elon Musk Twitter auf umstrittene Weise übernommen und das gesamte Policy-Team entlassen hatte. Policy-Teams auf Plattformen sind für die Einhaltung der Community-Richtlinien, also der Regeln der Plattform, verantwortlich. Auf Mastodon entwickelt jeder Server eigene Community-Richtlinien. Problematische Server können von anderen Servern gesperrt werden, bleiben jedoch weiterhin bestehen.

Meinungsfreiheit

Das Recht auf freie Meinungsäußerung ist ein wichtiges Grundrecht – Artikel 5 der Verfassung – und gilt auch im Internet. Es schützt Menschen vor einer Zensur oder Gängelung durch den

Staat. Wenn Menschen in Sozialen Medien allerdings zum Hass auf andere Menschen aufrufen oder mit Gewalt drohen, dann fällt das nicht mehr unter freie Meinungsäußerung. Durch die eigene Meinungsäußerung dürfen nämlich nicht andere (Menschen-) Rechte eingeschränkt oder verletzt werden.

Das Internet ist kein straffreier Raum. Hasskommentare können strafrechtlich relevant sein und beispielsweise mit einer Geldstrafe geahndet werden. Doch auch unterhalb der Strafbarkeitsschwelle dürfen sich Soziale Netzwerke, ebenso wie einzelne Kanäle, eigene Community Guidelines oder Diskussionsregeln geben und Beiträge, die dagegen verstoßen, auf ihrer Plattform bzw. ihrem Kanal sperren oder löschen. Denn es gibt kein Recht darauf, auf einer bestimmten Plattform oder einem bestimmten Kanal posten zu dürfen, wenn man sich dort nicht an die Regeln hält. Manche Menschen beklagen schon mangelnde Meinungsfreiheit, wenn ihnen andere widersprechen. Aber es gibt eben auch kein Recht darauf, dass die eigene Meinung ohne Gegenrede stehenbleibt.

Meme

Ein Meme ist eine digitale Botschaft, die Bild und Text zu einem aussagekräftigen Motiv verbindet. Memes werden von User*innen generiert und in Sozialen Medien verwendet. Ist ein Meme

beliebt und anschlussfähig, wird es von anderen User*innen aufgegriffen und geteilt, geändert und weiterentwickelt. Oft bezieht sich ein Meme auf ein kulturelles Ereignis oder Phänomen. Wenn man ein Meme versteht, wird das deshalb oftmals als Zeichen gewertet, dass man zu einer bestimmten Gruppe gehört oder nicht.

Metapolitik

Metapolitik ist eine politische Theorie und Strategie, die darauf abzielt, politische Botschaften da zu platzieren, wo Menschen sie nicht unmittelbar erwarten, etwa in Gesprächen zu Freizeitaktivitäten oder im Kulturbereich. Auf diese Weise sollen niedrig- bzw. unterschwellig politische Einstellungen und Überzeugungen verändert und langfristig eine kulturelle Meinungsführerschaft errungen werden.

Die Akteur*innen der sogenannten „Neuen Rechten“, wie die „Identitäre Bewegung“ oder der „Verlag Antaios“, wenden Metapolitik im Internet vor allem als „Infokrieg“ oder „Kulturkampf“ an: Sie posten wieder und wieder Rassismus oder Hass gegen Politiker*innen in Kommentarspalten großer Medien oder unter reichweiten YouTube-Videos. Die Idee: Wenn Menschen eine rassistische oder demokratiefeindliche Argumentation oft genug lesen, verschiebt sich ihr Gefühl und sie glauben dann z.B. eine Lüge über Geflüchtete oder halten es für akzeptabel, Gewaltauf-

rufe gegen Politiker*innen zu posten. Das soll die Demokratie in Deutschland erschüttern und demokratische Werte wie die Gleichwertigkeit aller Menschen bedeutungslos werden lassen.

Metaverse

Das Metaverse, oder auf Deutsch Metaversum, ist eine interaktive Online-Umgebung. Es soll eine digitale Erweiterung der physischen Welt bieten. Darin können User*innen als Avatare arbeiten, spielen, sich treffen oder shoppen. Das Metaverse soll daher viele Bereiche des heutigen Internets vereinen. Verschiedene große Tech-Firmen arbeiten aktuell an seiner Gestaltung.

News Feed

Ursprünglich bezog sich der Begriff News Feed (Web Feed) auf eine Mitteilung über Änderungen auf einer Webseite. Im Zusammenhang mit den Sozialen Medien taucht er noch immer häufig auf, da deren News Feed eine kontinuierliche Aktualisierung von Inhalten ermöglicht. Der Feed kann von Nutzer*innen aufgerufen oder abonniert werden, er kann aber auch von Algorithmen automatisch kuratiert werden, die dann Inhalte zeigen, die denen ähnlich sind, die sich der Mensch mit diesem Profil zuvor ange-

sehen hat. Soziale Medien wie Facebook, Twitter, Instagram und LinkedIn sind bekannt für ihre News Feed-Funktionen, bei denen Benutzer*innen individuelle News sehen, die auf ihren Interessen und Verbindungen basieren. Der Algorithmus dieser Plattformen wählt gewöhnlich Inhalte aus, die für die Person relevant sein könnten, basierend auf Faktoren wie vorherigen Interaktionen, Freundschaften oder Abonnements.

Online-Aktivismus

Durch das Internet und die Sozialen Medien können User*innen sich bequem vom Sofa aus an Diskussionen beteiligen und Petitionen unterzeichnen. Die Schwelle zur Teilhabe ist also niedriger geworden und wurde in den digitalen Raum erweitert. Das eröffnet mehr Menschen die Chance, ihre eigene Position zu zeigen und dafür einzutreten. Wir sprechen von Online-Aktivismus, der auch wirklich Veränderungen bringen kann: wie etwa die #Me-too-Kampagne von 2017, die über einen Twitter-Hashtag zu einer Kampagne gegen sexuelle Belästigung und Sexismus in der Filmbranche anwuchs, später auf viele andere Arbeitsfelder übertragen wurde und zu Konsequenzen für die Täter*innen führte.

Persönlichkeitsrechte

Das Persönlichkeitsrecht ist das Recht jeder*s Einzelnen auf die Achtung ihrer*seiner Würde, die freie Entfaltung ihrer*seiner Persönlichkeit und Unversehrtheit, wie es sich aus Artikel 1 Absatz 1 und Artikel 2 Absatz 1 des Grundgesetzes ergibt. Das Persönlichkeitsrecht gewährt dem Individuum umfangreiche Freiheiten des Verhaltens, die jedoch dort enden, wo die Rechte anderer verletzt werden.⁵ Zu den Persönlichkeitsrechten gehören zum Beispiel das Recht am eigenen Bild oder am gesprochenen Wort und das Recht auf Privatheit. Im Internet können Persönlichkeitsrechte verletzt werden, wenn etwa Bilder gegen den eigenen Willen geteilt werden oder die private Adresse online gestellt wird. Bei ►Doxxing oder beim Cyberstalking werden Persönlichkeitsrechte bewusst verletzt und missachtet, um der betroffenen Person zu schaden.

Post

Ein Post (englisch ausgesprochen „pOhst“, nicht zu verwechseln mit dem Briefversand) ist eine Veröffentlichung in Sozialen Medien – von der kurzen Textnachricht bis zum ausführlichen Video.

⁵ Siehe <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/politiklexikon/18005/persoenlichkeitsrecht>

PoV

PoV oder POV ist die Kurzform für Point of View (auf Deutsch Blickwinkel, Standpunkt). Der Hashtag oder der Verweis POV in einem Video stehen für eine persönliche Sichtweise. Er wird auf TikTok, aber auch anderen Sozialen Medien genutzt, um eine – meist humoristische – Momentaufnahme einer bestimmten Verhaltensweise oder Positionierung einzufangen. So wird beispielsweise in einem Video die Überschrift „PoV: Ich bin Deine Mitbewohnerin“ gegeben und daraufhin das mutmaßliche oder imaginierte Szenario des gemeinsamen Wohnens gezeigt. Die Zuschauer*innen nehmen auf diese Weise beim Schauen des Videos dieselbe Perspektive ein wie die Person, die das Video hochlädt. Dadurch entsteht ein hohes Identifikationspotenzial mit der gezeigten Perspektive. POV kann auch genutzt werden, um das Verhalten von Personen(-gruppen), z.B. einer Berufsgruppe, zu karikieren und infrage zu stellen oder Vorurteile weiterzutragen. Bei dieser Variante fließen darstellerische Elemente mit ein und POV wird zum Mini-Sketch.

Quellen

Eine Quelle bezeichnet die Herkunft des betreffenden Materials, der Information oder des Bildes, wie dies etwa in einem wissenschaftlichen Artikel in Form von Fußnoten geschieht. Im Internet

können Quellen oft direkt verlinkt und damit sofort geprüft werden. Wer Material nutzt, ohne eine Quelle anzugeben, begeht ein „Plagiat“, also Diebstahl am Wort oder Bild. Auch in der digitalen Welt muss die Herkunft des Contents gekennzeichnet werden. Das ist auf den Sozialen Plattformen bei kurzen Texten oftmals eine Herausforderung. Es ist aber nicht nur wichtig, um der Originalquelle ihr geistiges Eigentum zu lassen. Quellen belegen auch die Glaubwürdigkeit des Geschriebenen: Nicht nur ich sage das, sondern wissenschaftliche Forschung oder journalistisch recherchierte Artikel stützen meine Behauptung, oder eine betroffene Person hat beschrieben, dass ihr diese Strategie hilft.

Wenn Menschen etwas verbreiten möchten, das gelogen ist und nicht stimmt, nennen sie manchmal falsche Quellen, fälschen Quellen oder missverstehen existierende Quellen. Damit werden oftmals Strategien wie das Verbreiten von ► Desinformation, ► Verschwörungserzählungen oder ► Dangerous Speech verfolgt.

Rabbit hole

Rabbit hole heißt übersetzt „Kaninchenbau“ und ist eine Metapher für einen langen, verzweigten Tunnel, der scheinbar kein Ende hat. Im Kontext des Internets und der Sozialen Medien beschreibt der Begriff, wie sich User*innen immer mehr in ein Thema reinfuchsen und von einem Link auf den nächsten klicken,

bis sie im Internet-Loch „verschwunden“ sind wie die kleine Alice im Roman von Lewis Carroll, die durch das Kaninchenloch ins Wunderland gelangt. Hier kommt der Ausdruck „Down the Rabbit hole“ her.

Rant

Ein Rant ist ein meist emotional vorgetragener Monolog, der Unzufriedenheit, Kritik oder Ärger über ein Ereignis, einen Gegenstand oder das Verhalten einer Person zum Ausdruck bringt. Handelt es sich um diskriminierendes, menschenfeindliches Verhalten, wird hier auch gern von einem Call out gesprochen. Da emotionalisierende Beiträge oftmals andere Nutzer*innen dazu anregen, zu kommentieren oder etwas zu ergänzen, erhalten sie meistens eine große Reichweite.

Reaction Streams

Reaktions-Streams sind Videos, die Menschen dabei zeigen, wie sie auf etwas reagieren: Babys, die in ihre erste Zitrone beißen und ihr Gesicht verziehen, oder Menschen, die sich ein lustiges Video ansehen und darüber stark lachen müssen. Diese Videos sind im Internet so beliebt, dass es ganze Unternehmen gibt, die

von der Produktion von Reaction Streams leben. Kritiker*innen finden diese Inhalte wenig konstruktiv. Manchmal haben sie aber auch empowernden Charakter: So teilten 2022 viele Schwarze Eltern die Reaktionen ihrer Töchter auf den ersten Disney-Arielle-Film, in dem die Meerjungfrau Schwarz ist – und die Reaktionen zeigen, wie wichtig Repräsentation etwa in Filmen für Kinder ist.

Rechtsextremismus im Internet

Seit es das Internet gibt, wird es auch von Rechtsextremen verwendet – also bereits seit den Anfangszeiten der Internet Relay Chats und Mailboxen der 1990er Jahre. Denn Rechtsextreme erproben jede neue Kommunikationsstruktur, um ihre (teilweise verbotene) Ideologie zu verbreiten, sich zu organisieren und neue Anhänger*innen zu gewinnen – vor allem, wenn es noch keine Regeln gibt, die sie daran hindern. Rechtsextreme gehörten zu den ersten, die Websites anlegten (für Holocaustleugnung natürlich, die in Deutschland verboten war), sie waren unter den ersten Bloggern, und bis heute gehören Rechtsextreme in jeder neuen Plattform zu den ersten User*innen, ob auf Telegram, TikTok oder Steam. So gibt es längst auch extrem rechte Influencer*innen, Rapper*innen, Podcasts, Memes und vieles mehr, die gezielt – und mitunter nicht auf den ersten Blick erkennbar – junge Menschen in deren digitalen Subkulturen ansprechen.

Innerhalb der extremen Online-Rechten lässt sich zudem eine Internationalisierung beobachten, etwa in Form von länderübergreifenden Chatgruppen oder Kanälen, aus denen Vernetzungstreffen, rassistische, antisemitische oder islamfeindliche Kampagnen und auch rechtsterroristische Gewalt entstehen. Denn online finden sich radikalisierte Jugendliche, die sich gegenseitig anstacheln und schlimmstenfalls mit Waffenbauplänen oder rechtsextremen Manifesten versorgen, die in ihrer Offline-Welt keine Bestärkung oder Unterstützung für solche Ideen gefunden hätten. Oft geschieht das, ohne dass Eltern oder Pädagog*innen dies bemerken. Deshalb ist es wichtig, anderen Jugendlichen zuzuhören, wenn sie diese Dinge online beobachten und darüber sprechen wollen.

Reichweite

Die Reichweite beschreibt, wie viele Menschen einen Beitrag in den Sozialen Medien sehen oder ihn zumindest angezeigt bekommen. Theoretisch kann in den Sozialen Medien jeder ►Content ►viral gehen, wenn er auf einem öffentlichen Profil gepostet wird, das potenziell alle ansehen können. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um Videos, Fotos oder Texte handelt. In der Tat können Inhalte von öffentlichen Accounts schnell Viewzahlen im vier- bis fünfstelligen Bereich erhalten. Besonders interessant ist

das Konzept Reichweite auf TikTok. Denn das Versprechen hier ist: Jedes hochgeladene Video kann viral gehen, weil es nicht nur den eigenen Freund*innen angezeigt wird, sondern über die ► For you-Page allen.

Für Content-Creator*innen ist ihre Reichweite oftmals die Grundlage für die Berechnung ihrer finanziellen Einnahmen. Viele Unternehmen achten bei der Platzierung ihrer Produkte sowohl auf die Anzahl der Follower*innen als auch auf die Anzahl der Views der Posts. 2022 hat der Creator Khaby Lame mit 147 Mio. Follower*innen die bisher größte TikToker*in Charli d'Amelio (144 Mio. Follower*innen) überholt. Dabei zählen auf TikTok Likes (= Gefällt mir), Views (= hab ich angesehen) und Shares (= hab ich geteilt) mehr als Follows (= ich folge auch dem*r Creator*in an sich). Die Viewzahlen können vor allem für junge Menschen schnell abstrakt wirken. Videoinhalte und auch das Kommentaraufkommen können sich rasch verselbständigen. Dass mit Reichweite auch Verantwortung mit einhergeht, bedeutet für Creator*innen sicherzustellen, dass keine falschen Inhalte verbreitet werden, was leider nicht immer der Fall ist (Miss- und ► Desinformation), Quellen angegeben sind und die Kommentarspalte moderiert wird.

Seriöse Inhalte (Serious TikTok)

Serious TikTok ist ein relativ neuer Begriff. Er beschreibt, dass auf TikTok auch Inhalte mit ernsteren Themenschwerpunkten im Videoformat verhandelt werden können. Während TikTok in der Zeit kurz nach der Fusion mit musical.ly vor allem ein Ort für Unterhaltung und Tanzchoreografien war, entscheiden sich mittlerweile sowohl private ►Creator*innen als auch Institutionen, wie beispielsweise Gedenkstätten, die an die Opfer des Nationalsozialismus erinnern, auf TikTok auch über ernste Themen zu sprechen und aufklärerische Bildungsarbeit zu leisten. Sound, Ästhetik und Kommunikation werden den sensiblen Themen angepasst.

Shadowban

Ein Shadowban bedeutet, dass Beiträge oder ganze User*innen-Profile einer Online-Community nicht mehr gezeigt werden. Allerdings passiert das nicht, weil andere User*innen sie blockieren, sondern die Plattformen selbst sorgen für den Bann. Aufgetaucht ist der Begriff erstmals Anfang der 2000er Jahre in Webforen als eine Handlungsmöglichkeit für Community-Moderator*innen, um gegen Trolle, Spam-Posts und Bots vorzugehen. Dabei wurde der betreffende ►Post für alle Nutzer*innen, abgesehen von den Postenden selbst, unsichtbar gemacht. Jedoch treffen Shadowbans,

über die es keine Transparenz der Netzwerke gibt, heutzutage oft auch besonders marginalisierte Creator*innen. Die Betroffenen bemerken den Bann erst, wenn sie plötzlich weniger Likes oder Reichweite haben. So gab TikTok sogar zu, Content von Creator*innen mit Behinderungen, diversen Körpern und queeren Lebensformen zu unterdrücken.⁶ Wie der *Guardian* im November 2019 berichtete, zensiert auch Instagram Inhalte solcher Creator*innen und belegt ihre Accounts öfters mit Shadowbans.⁷ Da jedoch Transparenz darüber fehlt, können alle hier nur mutmaßen.

Shitstorm

Von einem Shitstorm ist die Rede, wenn viele Personen Wut spontan oder organisiert an ein Ziel adressieren, etwa an eine Person, eine Firma oder eine Organisation. In der Regel soll dies die öffentliche Aufmerksamkeit auf einen echten oder vermeintlichen Missstand lenken, um eine Änderung zu bewirken. Shitstorms können aber auch eine Strategie sein, die vor allem Schaden anrichten

6 Siehe <https://slate.com/technology/2019/12/tiktok-disabled-users-videos-suppressed.html>

7 Siehe <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/nov/08/instagram-shadow-bans-marginalised-communities-queer-plus-sized-bodies-sexually-suggestive>

und die betreffende Person, Organisation oder den Kanal mundtot machen soll. Dann kommt es zu Hassrede, Abwertungen, Beleidigungen und Drohungen. Für betroffene Personen hat das Folgen für die Psyche. Organisationen können auch wirtschaftlich Schaden nehmen, an Glaubwürdigkeit und Ansehen verlieren.

Hate Speech-Shitstorms sind oft organisiert. Dies geschieht über Aufrufe in rechtspopulistischen Facebook-Gruppen oder rechtsalternativen Medien, aber auch über Troll-Netzwerke oder Server, die Hass als Spiel arrangieren. Ziel ist es dann, demokratische Akteur*innen zu diskreditieren, zu trollen und aus dem Diskurs zu drängen.

Social Bot

Social Bots sind Computerprogramme, die selbstständig auf Social Media-Plattformen menschliches Verhalten simulieren und kommunizieren. Die verwendeten Algorithmen basieren zum großen Teil auf ► künstlicher Intelligenz. Social Bots können Einfluss auf Meinungsbildungsprozesse und Diskussionsverläufe haben und gesellschaftliche Debatten negativ beeinflussen. Allerdings sind bislang die Möglichkeiten sehr begrenzt, Meinungsmanipulation durch Bots von Meinungsmanipulation durch hyperaktive ideologisierte Menschen zu unterscheiden, die die gleiche Hassbotschaft per Copy and Paste unter viele Beiträge setzen.

Stille Mitleser*innen

Stille Mitleser*innen sind User*innen, die sich in den Sozialen Medien bewegen und Kommentarspalten mitlesen, sich aber nicht aktiv an Diskussionen beteiligen. Sie bleiben in ihrer Rolle der still Mitlesenden, können aber für ► Gegenrede aktiviert werden. Gerade in der Medienkompetenzbildung wird an sie appelliert, über menschenfeindliche Beiträge nicht hinwegzusehen oder diese gar zu ignorieren, sondern Zivilcourage auch im digitalen Raum zu zeigen, um Diskriminierung und Menschenfeindlichkeit nicht unkommentiert stehenzulassen.

Stitch

Der Begriff Stitch beschreibt die Reaktion per Video auf ein TikTok-Video von einer anderen Person. Auf diese Weise werden zwei Videos von verschiedenen Nutzer*innen zu einem neuen Beitrag zusammengeschnitten. Um auf den ursprünglichen Inhalt direkt zu reagieren, können in den Stitches bis zu 15 Sekunden des ersten Videos eingeblendet werden. Nutzer*innen können selbst in ihren Einstellungen darüber entscheiden, ob ein Video „gestitcht“ werden darf oder nicht.

Stories

Stories tauchten mit den Apps Facebook, Instagram und Snapchat auf. Gemeint sind damit Inhalte, die nur eine kurze Dauer in den Sozialen Medien zu sehen sind. Sie sind im Hochformat gedreht, können Bilder, Texte, Videos, Gifs und Sounds enthalten und verschwinden nach 24 Stunden automatisch wieder.

Teaser-Text

Das Wort Teaser kommt vom Englischen „tease“, das sich mit „locken“ übersetzen lässt. Der Teaser-Text beschreibt also einen kurzen Text oder Audiobeitrag, der neugierig macht und zum Weiterlesen/Weitergucken animiert. Besonders für größeren Content ist der Teaser-Text wichtig, denn er entscheidet häufig, ob wir uns Videos, ► Posts oder Bilder wirklich anschauen. Diese Art des „An-teaserns“ ist ein bekanntes Stilmittel aus dem Journalismus. Wie bei anderen Phänomen, etwa dem Clickbaiting, sollten sehr reißerische Texte hinterfragt werden. Meist funktionieren sie aber trotzdem besonders gut.

TERF

TERF (Abkürzung für trans exclusionary radical feminist) ist ein Sammelbegriff für transfeindliche Personen, die sich selbst als Teil der feministischen Bewegung einordnen. TERFs sind der Meinung, für Frauen zu streiten, wenn und indem sie nicht anerkennen, dass trans* Frauen auch Frauen sind. Dabei können Anstrengungen für die Gleichwertigkeit der Geschlechter nur erfolgreich sein, wenn sie sich gegen alle Diskriminierungsformen wenden. TERFs sind besonders auf Twitter aktiv, wo sie trans* Menschen diskriminieren und auch direkt angreifen, etwa durch ► Doxxing.

Themenhopping

„Hopping“ meint das „Hüpfen“ von einem Thema zum anderen. Es wird häufig als Taktik eingesetzt, um von einem angesprochenen Thema oder Problem abzulenken, indem ein anderes Problem aufgebracht wird, das dem ersteren oft jedoch gar nicht entgegensteht. Beispielsweise wenn auf das Sterben vieler Menschen mangels Seenotrettung auf Fluchtrouten im Mittelmeer reagiert wird mit: „Und was ist mit deutschen Obdachlosen?“ Auch wenn niemand gesagt oder gemeint hat, dass anderen Menschen, die Hilfe brauchen, nicht ebenfalls geholfen werden soll. Themenhopping zielt darauf, eine konstruktive Debattenkultur zu stören.

Toxische Narrative

Toxische Narrative sind Erzählungen und Muster zur Interpretation von Ereignissen, die Hass verbreiten und verstärken. Sie bieten oftmals scheinbar einfache Erklärungen für komplexe Sachverhalte an. Dabei geht es meist darum, Menschen oder Personengruppen als an Missständen „Schuldige“ oder als „Feinde“ darzustellen. Ein toxisches Narrativ steht beispielsweise hinter der Unterstellung, bestimmte Menschen seien kriminell aufgrund ihres (vermeintlichen) religiösen, kulturellen oder migrantischen Hintergrunds.

Toxische Narrative können massive Folgen haben, wie etwa die Ermittlungen in der Mordserie des „Nationalsozialistischen Untergrundes (NSU)“ zeigten. Das NSU-Kerntrio, drei Rechtsextreme, ermordete in zwölf Jahren neun Menschen aus rassistischen Gründen sowie eine Polizistin. Die Ermittlungen folgten hier jedoch dem toxischen Narrativ, dass Morde an Migrant*innen etwas mit Kriminalität in migrantischen Milieus zu tun haben müssten. So wurde gegen die Angehörigen ermittelt, und die Rechtsterrorist*innen wurden zwölf Jahre lang nicht gefasst – Jahre, in denen sie weiter mordeten.

Wer eine einzelne Erzählung für wahr hält, muss nicht grundsätzlich an das damit verknüpfte Narrativ glauben. Jedoch ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass dies früher oder später geschieht. Daher gilt es, solche Narrative zu entschlüsseln und auf ihren

Kerngehalt zu untersuchen, um ihnen fundiert und erfolgreich begegnen zu können.

Troll

Ein Troll auf Social Media hat nichts mit Märchen und Geschichten zu tun. Trolle sorgen für eine provokative Kommunikation in den Sozialen Netzwerken, die nicht dem Austausch dient, sondern darauf abzielt, bei Adressat*innen unsachliche/emotionale Reaktionen auszulösen oder sie zum Überreagieren zu bringen. Ein weiteres Ziel kann sein, einer Person Kraft und Zeit zu rauben, die sie grundsätzlich für eine Reaktion aufbringen muss. Auf diese Mühe folgt häufig nur eine weitere, plumpe Provokation. Populär war deswegen lange der Spruch „Don’t feed the troll!“ (auf Deutsch: „Troll nicht füttern!“). Gemeint ist: Es macht keinen Sinn, sich an einem Troll abzuarbeiten und zu versuchen, ihn zu überzeugen – wenn wir ihn ignorieren, verliert er das Interesse!

Leider funktioniert das nicht bei Ideologie-geleiteten Täter*innen – sie betrachten fehlende Reaktionen als Ermutigung, mehr Hass zu verbreiten. Wenn ein Troll menschenfeindliche Kommentare verfasst, sollten wir diese nicht ignorieren und unkommentiert lassen, sondern uns dem entgegenstellen. Denn teilweise werden organisierte Troll-Aktionen eingesetzt, um gezielt Personen zu schaden, demokratiefeindliche Narrative zu verbreiten oder die

ernstgemeinte Kommunikation anderer grundsätzlich zu verunmöglichen. Wenn Trolle auf dem eigenen Kanal oder Profil auftauchen, ist natürlich auch das Löschen und Blockieren eine gute Strategie.

Twitch

Auf twitch.tv finden und veranstalten Gamer*innen sogenannte ► Let's Play-Formate und können zeitgleich über die Chatfunktion mit anderen Spieler*innen interagieren. Das Ganze findet live statt, aber manche Videos bleiben nach der Übertragung verfügbar. Die meisten Streamer*innen agieren über Twitch nicht mit anderen Spieler*innen (das passiert auf Plattformen wie z.B. ► Discord), sondern mit ihrem Publikum: Zuschauer*innen posten in den Chat, spenden Geld oder „Bits“ (Twitchs eigene Währung) oder „subscriben“ (= abonnieren den Kanal), und darauf reagiert wiederum die*der Streamer*in.

Generell verdienen erfolgreiche Streamer*innen recht viel Geld bei Twitch. Twitch hat mit Gaming und Let's Play-Inhalten angefangen, mittlerweile hat sich das Angebot extrem erweitert. So gibt es neben Gaming und eSports auch IRL (Abkürzung für „in real life“, „im richtigen Leben“ – gemeint ist die Offline-Welt), Musik und Kreativ-Kategorien. Aktuell ist die Rubrik „Just chatting“ („Nur reden“), in der es von ► Reaktions-Streams bis hin zu poli-

tischen Diskussionen gehen kann, die beliebteste Kategorie auf Twitch. Hierbei kommt es teilweise zu diskriminierendem Verhalten und zur Verbreitung von falschen Informationen. Andererseits haben in den letzten Monaten viele Streamer*innen ihre Reichweite auch genutzt, um Inhalten der politischen Bildung oder dem Engagement zur Stärkung von zivilgesellschaftlichen Strukturen Öffentlichkeit zu verschaffen und diese unter ihren Rezipient*innen publik zu machen.

Verschwörungsideologie

Eine Verschwörungsideologie ist ein gegen Kritik und Zweifel immunes Weltbild, dem die Interpretation aller Ereignisse untergeordnet wird. Verschwörungsideologien konstruieren einfache Weltanschauungen und Rollen: Es gibt die bösen Verschwörer*innen und die Guten, die die Verschwörung aufdecken und bekämpfen. Um die Gegner*innen zu beschreiben, greifen Verschwörungsideolog*innen auf Feindbilder und Erzählungen zurück, die eine lange Tradition haben. Hier spielt die antisemitische Vorstellung einer „jüdischen Weltverschwörung“ eine herausragende Rolle. Manchmal haben Menschen kein geschlossenes verschwörungsideologisches Weltbild, glauben aber an einzelne Verschwörungserzählungen. Oft kommen dabei Codes und ► Dogwhistles zum Einsatz, wenn Menschen nicht offen antisemitisch

sein möchten – doch mit „Globalisten“ oder „den Rothschilds“ sind Jüdinnen*Juden gemeint.

Verschwörungsideologien gibt es schon so lange, wie es Krisen und Konflikte gibt. Das heißt, Verschwörungserzählungen kursierten lange vor dem Internet. Aber das Internet ist zu einem neuen Nährboden geworden, da sie sich hier viel schneller verbreiten. Dies geschieht nicht zufällig, denn für die Verbreitung sorgen nicht nur Einzelpersonen, sondern auch Gruppen oder gar ganze Organisationen. Insbesondere die sogenannte „Neue Rechte“ und die extreme Rechte verbreiten über Messenger-Dienste und Soziale Medien Verschwörungserzählungen in Bild, Text und Videoformaten.⁸

Viral

Das Wort viral bezeichnet die massenhafte Verbreitung eines Inhalts in den Sozialen Medien innerhalb kürzester Zeit. Ein Video, Bild, eine Geschichte, Nachricht oder Kampagne „geht viral“, wenn der Content sehr schnell und ausufernd im Internet weitergetragen und geteilt wird. Damit bekommt ein Inhalt viel Aufmerksamkeit und viele Reaktionen – die sowohl positiv als auch negativ sein können.

8 Siehe <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/antisemitismus/was-ist-antisemitismus/was-sind-verschwörungsideologien>

Virtual Reality (VR)

Virtual Reality beschreibt eine von Computern erzeugte virtuelle Realität, in die Menschen sich begeben und die sie begehen und benutzen können. Virtual Reality (VR) wird mithilfe von spezieller Soft- und Hardware erzeugt und erlebbar gemacht, etwa mit VR-Brillen, die die Nutzer*innen in einem Film, einer künstlichen Umgebung oder in einem Spiel stehen und agieren lassen.

Whataboutism

Das englische Wort Whataboutism steht für „(And) what about ...?“ (auf Deutsch „(Und) was ist mit ...?“) und beschreibt die Strategie, eine Diskussion mit einer Gegenfrage oder einem Themenwechsel zu stören. Wenn eine Person auf diese Weise einem Argument ausweicht, indem sie den Fokus einfach auf einen anderen Missstand richtet, wird eine sachliche Diskussion verhindert. Eine Problemdarstellung oder ein Vorwurf wird mit einem Gegenvorwurf beantwortet, statt sich tatsächlich mit dem angesprochenen Inhalt zu befassen. Diese Strategie vergiftet die demokratische Debattenkultur in Online- und Offline-Räumen und wird sehr häufig in den Kommentarspalten der Netzwerke beobachtet.

YouTube

YouTube gehört zum Unternehmen Google und ist eine Social Media-Plattform, auf der Videos veröffentlicht werden. YouTube wurde 2005 gegründet und wird besonders von vielen jungen Menschen genutzt. Häufig ist es das erste Soziale Medium, mit dem Kinder schon früh in Berührung kommen. YouTube ist kostenlos, und das Ansehen und Teilen von Videos geht auch ohne Anmeldung. Angemeldete User*innen können Videos nicht nur anschauen und teilen (auch in anderen Sozialen Netzwerken), sondern zudem selbst Videos hochladen und Videos von anderen bewerten und kommentieren. Die Kommentarkultur auf YouTube ist ziemlich toxisch – es geht weniger um Debatten als um Be- und Abwertungen in den Kommentaren. Das heißt, es gibt auch sehr viele Hassbeiträge in den Kommentarspalten, die oft nicht moderiert werden.

Auf der Videoplattform finden User*innen sowohl professionelle und als auch Amateur-Videos. Jede*r hat die Möglichkeit, einen eigenen YouTube-Kanal zu erstellen. Viele träumen davon, als YouTuber*in eine große ► Reichweite zu erreichen und Geld zu verdienen – und schrecken, wenn andere Inhalte nicht funktionieren, auch nicht davor zurück, dies durch Diskriminierungen und Falschinformationen zu versuchen. Weil auf YouTube pro Minute sehr viele Videos hochgeladen werden, landen trotz ständig verbesserter Jugendschutz-Mechanismen immer noch viele Desinfor-

mationen und Verschwörungserzählungen auf der Plattform. Erst wenn diese gemeldet werden, kann das Unternehmen reagieren – tut es aber nicht immer zur Zufriedenheit der Nutzer*innen.

Zensurvorwurf

Der Vorwurf der Zensur ist im Internet oftmals dann zu lesen, wenn Beiträge oder Profile von Nutzer*innen aufgrund eines Verstoßes gegen die Netiquette, gegen Rechtsvorschriften oder die eigenen Rechte verborgen, blockiert oder gelöscht wird. Aus Perspektive der angeblich „zensierten“ Person hätte der Beitrag weiterhin öffentlich sichtbar bleiben sollen, dies wird zumeist mit der Meinungsfreiheit begründet. Jedoch muss hier darauf hingewiesen werden, dass hasserfüllte und gewalttätige Beiträge nicht von der Meinungsfreiheit gedeckt sind. Einschränkungen von Freiheiten, auch der Meinungsfreiheit, sind also möglich, wenn dadurch andere Grundrechte beeinträchtigt werden. Auch können Nutzer*innen im Internet von ihrem Hausrecht Gebrauch machen: Mein Profil, meine Regeln. Denn niemand hat das Recht, die eigenen Beiträge überall im Internet veröffentlichen zu können.

Zivilcourage

Zivilcourage beschreibt das Verhalten von Menschen, die in Aktion treten, um anderen Menschen in diskriminierenden, ungerechten oder gefährlichen Situationen zur Seite zu stehen. Für den digitalen Raum meint es einzuschreiten, wenn man Unrecht im Internet beobachtet. Ein solches Eingreifen erfordert on- wie offline oft Mut, doch es gibt auch im Netz viele Handlungsoptionen: kommentieren, anzeigen, melden oder der betroffenen Personen eine private Nachricht schreiben. Das nennt sich dann digitale Zivilcourage.

firewall – Hass im Netz begegnen

firewall – Hass im Netz begegnen ist ein Projekt der Amadeu Antonio Stiftung und Teil ihrer pädagogischen Arbeit im digitalen Raum. Es will hasserfüllten, menschenfeindlichen und verschwörungsideologischen Inhalten im Internet etwas entgegensetzen. Dafür bauen wir ein bundesweites Netzwerk von Trainer*innen auf, die interaktive, praktisch orientierte Workshops überall dort anbieten können, wo Bedarf besteht. Die Workshops befähigen junge Menschen, Lehr- und Fachkräfte dazu, Hass im Netz zu erkennen und den digitalen Raum aktiv mit Gegenrede und positiven, demokratischen Erzählungen zu gestalten.

Mit Angeboten der Medienkompetenz und der politischen Bildung schafft *firewall* einen Raum, um mit jungen Menschen über die vielen Facetten der digitalen Welt ins Gespräch zu kommen. Dabei ist das Empowerment der Teilnehmenden zentral, damit sie mutig in der Gesellschaft Verantwortung übernehmen und gegen Hass und Hetze eintreten können – offline wie online.

firewall entwickelt praktische Bildungsmaterialien zu den The-

men Medienkompetenz, Was tun bei Hate Speech, digitaler Selbstschutz und anderem mehr. Unsere ausgebildeten Trainer*innen kommen auch zu Dir in die Schule, ins Jugendzentrum oder in Deine Organisation und bieten Workshops als Gesamtkonzept an.

Ist etwas für Dich dabei? Dann kontaktiere uns:

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>



Weitere Anlaufstellen



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

mick.prinz@amadeu-antonio-stiftung.de

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

[good-gaming-well-played-democracy](https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/good-gaming-well-played-democracy)

pre:bunk – Digital Streetwork in Videoformat

Desinformationsprävention auf TikTok und Informationskompetenztrainings für junge Menschen

+49 (0) 30 240 886 24

prebunk@amadeu-antonio-stiftung.de

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



Visualising Democracy

Trainingsangebote für junge Menschen, um auf Desinformation in Social Media-Kanälen bewusst und schlau zu agieren

visualising.democracy@amadeu-antonio-stiftung.de

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

Quellen und weiterführende Literatur

Viele der Begriffserklärungen in diesem Glossar und mehr dazu findet Ihr online auf:

<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/die-lebenswelt-der-gen-z-verstehen-die-wichtigsten-tiktok-begriffe-kurz-erklaert>

Auf unserer Website findet Ihr außerdem unsere Bildungsmaterialien für Lehrkräfte:

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



Weitere Materialangebote der Amadeu Antonio Stiftung

Katzen, Krieg und Creators. TikTok als (Des-)informationsraum für Jugendliche. Berlin 2023.

<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/katzen-krieg-und-creators>

Hate Speech und Fake News. Fragen und Antworten. Berlin 2022.

<https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/hate-speech-und-fake-news>

Antisemitismus in der Popkultur: Israelfeindschaft auf Instagram, TikTok und in Gaming-Communitys. de:hate report #3.

Berlin 2021. <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/dehate-report-3>

Unverpixelter Hass. Toxische und rechtsextreme Gaming-Communitys. Berlin 2021. <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/unverpixelter-hass>

Gaming und Rechtsextremismus. 25 Fragen & Antworten zum Thema. Berlin 2021. <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/gaming-und-rechtsextremismus-25-fragen-antworten-zum-thema>

Menschenwürde online verteidigen. 33 Social Media-Tipps für die Zivilgesellschaft. 2., überarbeitete Auflage, Berlin 2020. <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/menschenwuerde-online-verteidigen>

Lasst uns die Debatte führen! Demokratische Kommunikation online. Berlin 2019. <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/debatte-online>

Was tun bei Hate Speech? Flyerreihe mit 9 thematischen Flyern. Berlin 2018. Alle online unter: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/flyerreihe-was-tun-gegen-hate-speech-38915>

Digital Streetwork. Pädagogische Interventionen im Web 2.0. Berlin 2017. <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/digital-streetwork-paedagogische-interventionen-im-web-2-0>

Meme: Die Kunst des Remix. Bildsprache politischer Netzkultur. Berlin 2017. <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/meme-die-kunst-des-remix-bildsprache-politischer-netzkultur>

Toxische Narrative. Monitoring rechts-alternativer Akteure. Berlin 2017. <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/toxische-narrative-monitoring-rechts-alternativer-akteure>

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.

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

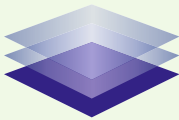
Mitglied im



Bundesverband
Deutscher
Stiftungen



Bundeszentrale für
politische Bildung



Initiative
Transparente
Zivilgesellschaft



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



