

Report #Nahostkonflikt

Die TikTok-Intifada – Der 7. Oktober & die Folgen im Netz

Analyse & Empfehlungen der
Bildungsstätte Anne Frank

Die Autorinnen



DR. DEBORAH SCHNABEL, DIREKTORIN



**EVA BERENDSEN, LEITUNG KOMMUNIKATION/
POLITISCHE BILDUNG IM NETZ**

Summary

Seit dem Terrorangriff der Hamas auf Israel am 7. Oktober 2023 spielen Soziale Netzwerke eine bedeutende und vielfach unterschätzte Rolle bei der Verbreitung von Terrorpropaganda, Falschinformationen, Israelhass, Antisemitismus und Verschwörungsnarrativen.

Die Bildungsstätte Anne Frank fasst in ihrem Report #Nahostkonflikt die Beobachtungen relevanter Plattformen aus den ersten drei Monaten nach dem Terroranschlag in einer ad-hoc-Analyse zusammen. Der Report legt den Schwerpunkt auf TikTok – das unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen beliebteste und reichweitenstärkste Netzwerk– und schildert die drastischen Auswirkungen des TikTok-Konsums auf die politische Meinungsbildung der jungen Zielgruppe.



Vorwort

Mit dem Überfall der islamistischen Hamas am 7. Oktober 2023, dem Massaker an der israelischen Zivilbevölkerung und dem Gaza-Krieg ist der Nahostkonflikt in eine neue Phase getreten. Die Auswirkungen sind – wie schon in den Jahren zuvor – weltweit zu spüren. Kein anderer bewaffneter Konflikt auf der Welt beschäftigt so viele Menschen emotional derart intensiv, was auch mit der Rolle Israels als Zufluchtsort für Jüdinnen_Juden weltweit, seinem Image als „Jude unter den Staaten“¹ und seiner Funktion für antisemitische Umwegskommunikation² zusammenhängt.

Schon zuvor waren Desinformationskampagnen, Verschwörungserzählungen, politische Radikalisierung und antisemitische Narrative eng mit dem Nahostkonflikt verknüpft – über den Aufstieg der Sozialen Medien wurden sie zum Massenphänomen. Neu ist das Phänomen keineswegs: Bereits im Rahmen der Eskalation im Nahostkonflikt im Mai 2021 machte die Wort-Neuschöpfung „TikTok-Intifada“ Schlagzeilen.³

Der 7. Oktober hat hier als Brandbeschleuniger gewirkt. Mit besonderer Sorge muss politische Bildner*innen die Tatsache erfüllen, dass es zunehmend junge Menschen sind, die in den Sog dieser Narrative geraten. Die Kurzvideo-Plattform TikTok ist zum zentralen Massenmedium einer ganzen Generation erwachsen, fungiert als Suchmaschine, Nachrichtenquelle, Hausaufgabenhilfe, Kontaktplattform, Messenger-Dienst und Unterhaltungsmedium in einem. Hauptsächliche Quellen sind dabei Influencer*innen (TikTok-intern: „Creator*innen“), die für die Jugendlichen die Funktion von Journalist*innen, Entertainer*innen und politischen Welterklärer*innen einnehmen – oft in Personalunion. TikTok ist ein Eldorado des Microlearnings – im Guten wie im Schlechten: In kurzen und prägnanten Videos vermitteln immer mehr Creator*innen Wissen und animieren die

Nutzer*innen so dazu, den eigenen Lernhorizont zu erweitern. TikTok ist für viele User*innen der Gen Z nicht nur ein „Fun-Kanal“, sondern ein Sprungbrett, um tiefer in die Themen einzutauchen, die sie bewegen. In Bezug auf den 7. Oktober ist hier eine Flut fragwürdiger, feindseliger, antisemitischer und offen demagogischer Inhalte entstanden, in denen die problematischen Tendenzen Sozialer Medien sich in bisher beispielloser Weise potenziert haben.

Dies ist dem Umstand geschuldet, dass Soziale Medien heute geeignet sind, globale Konflikte, Krisen und Kriege nahezu sofort in „Haushaltsartikel“ zu verwandeln. Terrororganisationen und ihre Sympathisant*innen streuen teils bewusst Videos ihrer Untaten ins Netz. Radikale jeder Couleur nutzen das Netz ungehemmt und mit großer Reichweite. Noch vor jeder journalistischen Befassung schwappen Informationen, Desinformationen, Gewaltdarstellungen und hochgradig emotionalisierender Content weitgehend ungefiltert in die Sozialen Medien, werden dort verhandelt und sofort zum Gesprächsgegenstand.

¹ Léon Poliakov: Von Moskau nach Beirut. Essay über die Desinformation. Freiburg/Wien 2022.

² Bergmann, W. & R. Erb, 1986: Kommunikationslatenz, Moral und öffentliche Meinung. Theoretische Überlegungen zum Antisemitismus in der Bundesrepublik Deutschland. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 38: 223–246.

³ vgl. u.a. The Spectator, „The TikTok Intifada: the role of new media in old conflicts“, 20.05.2021 <https://thespectator.com/topic/tiktok-intifada-role-media-old-conflicts/>

Richtigstellungen und Korrekturen sind kaum mehr möglich: Das Netz vergisst nicht. Ein Gewaltvideo, einmal geteilt, wird kopiert, umgeschnitten, kommentiert, weiterverarbeitet und dient zur Legitimation politischer Handlungsempfehlungen – noch Wochen, nachdem es offiziell als Fake enttarnt wurde. Trotz aller Beteuerungen der Plattformbetreiber*innen verbreiten sich Falschinformationen, Desinformationen, Verschwörungsideologien, Hate Speech etc. mit ungebrochener Geschwindigkeit – im Fall des Kurznachrichtendienstes X (vormals Twitter) sogar mit ausdrücklicher Billigung und Unterstützung des Firmeneigentümers.⁴

Nach wie vor funktioniert politische Kommunikation im Netz über das Schema algorithmischer Radikalisierung. Der Vorschlagsmechanismus moderner Sozialer Netzwerke erkennt politische Interessen seiner Nutzer*innen, verstärkt sie und versorgt sie mit immer radikaleren Inhalten. Einmal betreten, können diese Radikalisierungstunnel kaum mehr verlassen werden. Wie Journalist*innen des BR zeigen konnten, trifft dies in besonderem Maße auf TikTok zu: In einem Versuch wurde ein neuer TikTok-Newsfeed binnen kürzester Zeit zu einer Anleitung und Motivationshilfe für selbstverletzendes Verhalten.⁵ Zweifellos hat es diese Phänomene auch schon vor TikTok gegeben. Mit einem wichtigen Unterschied: Kein anderes Soziales Medium versorgte bisher eine derart vulnerable Zielgruppe mit derart verstörendem Content – weitgehend ohne Aufsicht durch menschliche Moderator*innen, Regulierungsbehörden oder auch nur eine kritische Öffentlichkeit. Mehrfach beklagten NGOs, dass die weitgehend automatisierten Kontrollmechanismen TikToks nahezu ausschließlich post faktum arbeiten. Schädliche Inhalte werden zum Problem der Nutzer*innen, die sich tendenziell selbst um sie kümmern sollen. Abgesehen von oberflächlichen Bekenntnissen entbindet sich TikTok effektiv der verlegerischen Verantwortung.

Durch Radikalisierungstunnel wird gesellschaftliche Spaltung weiter vorangetrieben. Antisemitische Propaganda ist für sich genommen schon gefährlich. Aber diese entfaltet zugleich auch sekundäre Radikalisierung, wird wiederum zum Gegenstand anderer, ebenfalls menschenfeindlicher Erzählungen. Kurz gesagt: Die antisemitische Radikalisierung befeuert sekundär die rassistische Radikalisierung. Rechtspopulistische und rechtsradikale Gruppierungen nutzen die Greuel der Hamas, um pauschal Muslim*innen und People of Color zu denunzieren („Antisemitismus abschieben“). Gerade die AfD nutzt TikTok als nach wie vor einflussreichste deutsche Partei auf der Plattform⁶, mit großer Kenntnis insbesondere der Bedürfnisse ihres jugendlichen Zielpublikums. Rechtsradikale rufen via TikTok zum „Kreuzzug“, zur „Reconquista“, zur Weißen Vorherrschaft. Derartige Argumentationsmuster können wir z.B. bei den Radikalisierungsbiographien der Attentäter von Utøya und Christchurch nachvollziehen – hier legitimiert die Gewalt der Anderen die eigene.

Worten im Netz folgen Taten auf der Straße, in den Schulen und anderswo. Mit „stochastischem Terrorismus“⁷ beschreiben Forscher*innen das Phänomen der individuellen, partikaluren Radikalisierung von Einzelpersonen über Soziale Netzwerke, die politische Gewalttaten immer wahrscheinlicher machen. Diese Personen handeln wie ein Terrornetzwerk, obwohl sie nichts voneinander wissen – gesteuert allein durch algorithmische Radikalisierung. Aber es muss nicht bis zum Terrorismus reichen: Unmittelbar in Folge des 7. Oktober verzeichneten die deutschen Meldestellen einen erheblichen Anstieg antisemitischer Delikte und Gewalttaten. Beratungsstellen melden ein schwindendes Sicherheitsgefühl jüdischer Menschen in Deutschland.⁸

Den genannten Phänomenen wird die Politische Bildung kaum mehr Herr*in. Die chronisch unterversorgten Strukturen haben, neben einigen beispielhaften Leuchtturmprojekten, noch immer eine sehr traditionelle Ausrichtung, die im Wesentlichen am Klassenzimmer orientiert ist. Die wirklich bedeutsamen medialen Kontaktpunkte gerade von jungen Menschen mit demokratiegefährdenden Inhalten müssen stärker in den Blick genommen werden. Genuin digitale Bildungsarbeit ist nach wie vor Mangelware. Dabei eröffnen sich für die Bildungsarbeit gegen Antisemitismus, Rassismus und andere Formen der Menschenfeindlichkeit enorme Chancen, die wir nicht ungenutzt lassen sollten – wenn wir uns einen direkten Zugang zu Jugendlichen über ihr Lieblingsmedium erarbeiten. Es liegt an Politik und einflussreichen Institutionen, letztlich uns allen, TikTok und andere Social Media Plattformen nicht allein den Hassprediger*innen und „Hatern“ zu überlassen.

Noch fehlt es aber an positiven reichweitenstarken Gegennarrativen insgesamt: Der Flut radikalisierenden Contents begegnen Staat, demokratische Parteien, Gewerkschaften, Kirchen und Zivilgesellschaft nach wie vor zaghaft und unzureichend; entsprechende Angebote gehen unter – oder befeuern sogar, algorithmisch angesteuert, extremere Inhalte. Bei aller Kritik: Die Plattform hat nach wie vor ein enormes Potential, sich zu einem Medium mit Gehalt zu entwickeln.

⁴ Der Standard, „Musk verbreitet Verschwörungstheorie Rassisten wären in Wahrheit vom FBI“ <https://www.derstandard.de/story/3000000203990/musk-verbreitet-verschwörungstheorie-rassisten-waeren-in-wahrheit-vom-fbi>

⁵ Bayerischer Rundfunk, PULS-Reportage, „So gefährlich ist der Algorithmus von TikToks“, 27.04.2022

⁶ <https://taz.de/AfD-auf-TikTok!/15979204/>

⁷ Martin Steinhagen: Rechter Terror. Der Mord an Walter Lübcke und die Strategie der Gewalt. Berlin 2021.

⁸ <https://www.tagesschau.de/inland/antisemitische-straftaten-104.html>

Es bedarf einer gesamtgesellschaftlichen Kraftanstrengung, will die Demokratie ihre Grundlagen nicht verspielen, sollen Antisemitismus und Rassismus nicht die Leitideologien (auch) des 21. Jahrhunderts werden. Staat, Bildungseinrichtungen und Zivilgesellschaft müssen sich des Problems in seiner Tiefe bewusst werden, ihre Abwehr gegen die Zumutungen Sozialer Medien aufgeben und konsequent in digitale Bildungsarbeit investieren, soll die politische Information im Netz nicht komplett den Demagog*innen überlassen werden.

Inhalt

10 TIKTOK ALS MASSENMEDIUM

- 10** Zahlen und Fakten
- 13** Antisemitische Trends vor dem 7. Oktober
- 15** Das unbekannte Massenmedium

17 ANTISEMITISCHE RADIKALISIERUNG AUF TIKTOK SEIT DEM 7. OKTOBER

- 23** Reaktionen von TikTok
- 26** Feldversuche: Radikalisierungsmechanismen

28 ANALYSE: THEORIZING TIKTOK

- 28** Hermeneutik des aktuellen Antisemitismus
 - Mainstreaming
 - Manichäismus
 - Dehumanisierung
 - Progressivistische Maskerade
- 29** Alarm! – das Problem aus soziologischer Perspektive
 - Intimisierung des Sprechens über und in TikTok
 - Radikalisierung aus dem Nichts

34 HANDLUNGSOPTIONEN

- 34** Vorbemerkung
- 34** Wissen in die Gesellschaft streuen
 - Medienkompetenz stärken
- 35** Best Practice

36 FORDERUNGEN AN POLITIK UND GESELLSCHAFT

- 36** Politische Bildung und Medienbildung in der Schule
- 37** Gesamtgesellschaftlicher Bildungsauftrag
- 37** Influencer*innen schulen
- 38** Digital Streetwork
- 38** Tech-Konzerne in die Pflicht nehmen!

1. TikTok als Massenmedium

1.1. ZAHLEN UND FAKTEN

1.1.1. Allgemeines

TikTok ist eine der beliebtesten Social-Media-Plattformen unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen weltweit – wenn nicht längst die beliebteste. Gegründet Ende 2016 von der chinesischen Firma ByteDance, gewann TikTok schnell User*innen, vor allem durch den Kauf der Plattform Musical.ly Ende 2017 und durch die Übernahme ihrer über 200 Millionen Nutzer*innen dort.

Seit 2018 kennen die Nutzerzahlen nur eine Richtung: steil nach oben. 2021 wurde zum ersten Mal die Milliarden-Marke geknackt. Ende 2023 gibt es knapp 1,7 Milliarden Nutzer*innen weltweit, von denen 1,1 Milliarden regelmäßig aktiv sind (aktive User*innen).⁹ Auch in Deutschland gehen die Zahlen stetig nach oben. Ende Oktober 2023 verkündete das Netzwerk 20,9 Millionen aktive User*innen in Deutschland und 2,1 Millionen in Österreich. Das ist fast jede vierte Person in Deutschland und in Österreich.

TikTok ist ein junges Medium, der Großteil der Nutzer*innen ist der Generation Z (1997-2010) und den Millennials (1981-1996) zuzuordnen: Knapp 70 % gehören der Altersgruppe 16 bis 24 an, und 31 % sind 25+; 60 % der User*innen sind weiblich. Gerade für Jugendliche ist TikTok das Medium schlechthin, wird als **Chat-Tool, Suchmaschine, Musikapp und privates Tagebuch** genutzt. Knapp ein Fünftel der 14- bis 29-Jährigen in Deutschland nutzt TikTok täglich, wöchentlich sind es sogar ein knappes Drittel.¹⁰

Das Unternehmen selbst bezeichnet sich als (Kurz-) Video-Content-Plattform, nicht als Social-Media-Plattform im eigentlichen Sinne. Hier zeigt sich auch der Schwerpunkt: Es geht weniger darum, was Freund*innen machen, sondern eher um das, was gerade trendet. Somit funktioniert der Algorithmus anders als User*innen es von anderen Plattformen gewohnt sind. Und: Auf keiner anderen Plattform können Inhalte so schnell viral gehen wie auf TikTok.

1.1.2. Funktionsweisen

Sobald User*innen TikTok öffnen, landen sie direkt auf der „For You“-Page („Für dich“-Seite). In diesem Feed bekommen sie Videos („TikToks“) angezeigt, die vom Algorithmus als sehenswert ausgewählt wurden. Diese basieren vor allem auf aktuellen Trends (virale Videos, Tänze, Sounds, Filter, etc.), aber auch auf den gefolgten Accounts, gesehenen TikToks und zuvor gesuchten Stich-

wörtern. Durch Interaktion mit den gezeigten Videos (View-Time, Liken, Speichern, Kommentieren, Teilen) lernt der Algorithmus dazu und passt den Feed immer genauer an. Neue User*innen berichten regelmäßig von dem Gefühl, nach eher chaotischen ersten Tagen von TikTok schon nach wenigen Wochen „erkannt“ worden zu sein.

Am Ende steht ein immer individuellerer TikTok-Feed: **Jede „For You“-Page sieht anders aus, wodurch sich unterschiedliche TikTok-Realitäten ergeben können.** Das kann von Vorteil sein, wenn zum Beispiel positiver, lehrreicher Content gezeigt wird, dies kann aber auch zu einer Negativspirale führen, wenn User*innen sich in einer toxischen TikTok-Welt wiederfinden, in der Hass, Gewalt oder Verschwörungserzählungen dominieren. Dies hat nachweislich auch Auswirkungen darauf, wie bedrohlich die Nutzer*innen die reale Welt einschätzen.

Versuche, die „For You“-Page nach einem neuen Profil zu modellieren, haben eine Anpassungszeit von knapp 45 Minuten ergeben, wie eine Recherche des Bayerischen Rundfunks ergab.¹¹

⁹ <https://www.ardmediathek.de/video/puls-reportage/so-gefaehrlich-ist-der-algorithmus-von-tiktok/br-de/Y3JpZDovL2JyLmRIL3ZpZGVvLzEzZjZiNWRkLTBIZjctNGRmMS05Y2QwLTI1NmRjOTM5OWVmZQ>

¹⁰ Carolina Granow und Julia Scolari: Nutzung und Potenziale der Kurzvideo-Plattform. Ergebnisse einer Mixed-Methods-Grundlagenstudie im Auftrag des SWR TikTok. Media Perspektiven 2022

¹¹ <https://www.ardmediathek.de/video/puls-reportage/so-gefaehrlich-ist-der-algorithmus-von-tiktok/br-de/Y3JpZDovL2JyLmRIL3ZpZGVvLzEzZjZiNWRkLTBIZjctNGRmMS05Y2QwLTI1NmRjOTM5OWVmZQ>

¹² Zeit 08.09.20: Tiktok tritt EU-Kodex gegen Hassrede bei. <https://www.zeit.de/news/2020-09/08/tiktok-tritt-eu-kodex-gegen-hassrede-im-internet-bei>

¹³ <https://www.tiktok.com/safety/resources/transparency-report-2020-2?lang=en&appLaunch=>

¹⁴ Weimann: Antisemitism on Social Media. Routledge 2022

¹⁵ vgl. u.a. <https://taz.de/Hass-durch-Memes-auf-TikTok!/5968017/>; <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/menschen/warum-arafat-abou-chaker-hitler-besser-als-netanjahu-findet-19279580.html>

¹⁶ Weimann / Masri: Research Note: Spreading Hate on TikTok. Studies in Conflict & Terrorism 2020.

Hier wurde experimentell Content forciert, der selbstverletzendes Verhalten zum Gegenstand hatte: Videos, in denen Jugendliche über Suizidversuche sprechen, entsprechende Narben in die Kamera halten etc. Im Schnitt war schon nach etwa 150 Videos jedes dritte Video mit einem Hashtag zu Themen wie Depression, Selbstverletzung und Suizidgedanken gelabelt. Bei weiterer Interaktion konnte die Quote auf bis zu 80 Prozent gesteigert werden. Die Analogien zu Phänomenen der politischen Radikalisierung, der verschwörungstheoretischen und antisemitischen Weltbilder liegen auf der Hand: Wer sich einmal in ihren Sog begibt, wird sie bald als nahezu ausschließliches Muster der Welterklärung annehmen.

1.1.3. Hatespeech und politischer Extremismus auf TikTok

Die junge Zielgruppe ist außerordentlich attraktiv – und nicht nur für Werbetreibende, sondern auch für politische Influencer*innen. Neben den zumindest in Deutschland spärlich vertretenen demokratischen Parteien und zivilgesellschaftlichen Einrichtungen sind darunter aber auch Hassprediger*innen jeglicher Couleur. Hatespeech ist auf TikTok Alltag – trotz strenger Selbstverpflichtungen der Plattform, die sich auch dem EU-Kodex gegen Hassrede angeschlossen hat.¹² Laut eigenen Angaben entfernt¹³ das Netzwerk in einem Jahr knapp hundert Millionen Videos von der Plattform, wenn diese gegen diese Community-Richtlinien verstoßen. Dennoch scheint dem Nachschub an Hatespeech keine Grenze gesetzt – besonders Jüdinnen_Juden berichten über verletzendes Äußerungen, Gewaltdrohungen oder sogar Doxing, also das ungewollte Veröffentlichen der eigenen Adresse. Die chinesische Firma Bytedance, der TikTok gehört, ist für europäische Behörden, Regularien und öffentlichen Druck wenig angreifbar; Forscher*innen stellen auch fest, dass TikTok die eigenen Selbstverpflichtungen nur selektiv anwendet.¹⁴

Im deutschsprachigen Bereich sind es besonders die Rechten, die in TikTok investieren. **Keine Partei im Bundestag nutzt TikTok intensiver als die AfD**, so ein Bericht der „Tagesschau“: Von den 80 Bun-

destagsabgeordneten der Partei ist mehr als ein Drittel mit einem eigenen Account vertreten – teils mit Millionen Aufrufen. Rassistische, sexistische und queerefeindliche Influencer*innen aus dem Umfeld von „Querdenken“, der „Identitären Bewegung“ oder anderen Gruppen verbreiten ihre Inhalte nahezu ungehemmt. Aber **auch islamistische Influencer*innen richten ihre Botschaften an ein Millionenpublikum**. Unmittelbar im Zuge des 7. Oktober erreichte etwa der medial schon weitgehend in der Versenkung verschwunden geglaubte islamistische Prediger Pierre Vogel mit Live-Streams bundesweite Reichweite.¹⁵

Antisemitische Narrative, gleich welcher ideologischer Grundierung sie folgen, sind im Kampf um Aufmerksamkeit besonders erfolgreich – von Verschwörungserzählungen über Shoa-Leugnung bis hin zu israelbezogenen Antisemitismus. Eine Studie der Uni Haifa zeigt, dass Antisemitismus und Holocaust-Leugnung bei weitem das Gros extremistischer Postings ausmachen.¹⁶ Auch die „Umweg-Kommunikation“ über vorgebliche „Israel-Kritik“ ist ein häufiges Ventil für Antisemitismus. Die amerikanische Anti-Defamation League (ADL) beobachtet auf TikTok die Prävalenz klassischer antisemitischer Verschwörungstheorien: Juden würden Regierungen, die Wirtschaft und die Medien kontrollieren. Sie weist besonders auf die spezielle Wirksamkeit von religiös-antijudaistischen TikTok-Videos hin, die einen „satanischen“ Ursprung der jüdischen Religion behaupten oder dem Judentum generell „Satanismus“ unterstellen, was auch in der deutschen Querdenken-Bewegung verbreitet wird. Häufig findet sich auch die Anwendung traditioneller antisemitischer Erzählungen auf „Zionisten“, was aber synonym mit „Juden“ gebraucht wird und eine antisemitische Codierungsform darstellt. Gleichzeitig ist TikTok selbst in die Kritik geraten: Mehrfach gab es Hinweise darauf, dass LGBTIQ-Inhalte oder Beiträge von Menschen mit Behinderung „geshadobanned“ wurden – also nicht mehr organisch gefunden werden können, so dass sie quasi ins Leere gesprochen sind. Auch hat das chinesische Unternehmen erwiesenermaßen Videos zu den Protesten in Hongkong und zur Situation der Uiguren unterdrückt.

Die Erfahrung zeigt, dass ein Ignorieren des Problems nicht weiterhilft: Wenn ein Drittel aller Jugendlichen und jungen Erwachsenen TikTok nutzt, muss damit umgegangen und sichergestellt werden, dass diese besonders vulnerable Zielgruppe vor Hassrede und politischer Indoktrination geschützt wird.

1.1.3. Meldesystem

Wie jede Social-Media-Plattform hat auch TikTok „Community-Richtlinien“: einen Verhaltenskodex mit Normen, der den Umgang der User*innen untereinander regeln soll, „um allen Nutzer*innen ein sicheres, vertrauenswürdiges und abwechslungsreiches Erlebnis zu garantieren“¹⁷. Dieser wurde über die Jahre immer wieder erweitert und angepasst. Die Regeln und Normen werden laut TikTok einerseits proaktiv mit Hilfe von Technologien und Content-Moderator*innen umgesetzt, andererseits gibt es Möglichkeiten für Nutzer*innen, Content und Kommentare zu melden, die von TikTok geprüft und gegebenenfalls gesperrt werden.

TikTok gibt an, dass jeglicher Content und Kommentare, die gegen die Regeln verstoßen, zu einer Reaktion der Plattform führen. Mögliche Maßnahmen können vom Löschen von Kommentaren und Videos bis zur Sperrung von Accounts reichen.

Ob Kommentar, Hashtag, Account oder Video: Das Meldeverfahren über die App ist insgesamt leicht verständlich. Will man zum Beispiel ein Video melden, muss man nur lange auf den Screen drücken, dann erscheint ein Menüfenster mit unterschiedlichen Auswahlmöglichkeiten. Hier kann Melden ausgewählt werden: In einem neuen Fenster können User*innen dann innerhalb der verschiedenen Beschwerde-Kategorien das Passende auswählen und die Meldung zusammen mit Screenshots und individueller Begründung einreichen. Kommentare können auf die gleiche Art und Weise gemeldet werden: Kommentar auswählen, lange gedrückt halten und dann den passenden Grund auswählen. Creator*innen verfügen über erweiterte Funktionen: Sie können gleichzeitig bis zu 100 Kommentare melden, was besonders hilfreich ist, wenn der eigene Content in eine Hassspirale geraten sollte. Auch Hashtags, Sounds und Sticker können über die App gemeldet werden.

1.1.4. Kritik des Meldesystems

Nach unserer Erfahrung als Bildungseinrichtung auf TikTok ist das Meldesystem auf gleich mehrere Weisen unzureichend. Trotz der umfangreichen Richtlinien kommt es regelmäßig vor, dass Content, Kommentare und Profile, die eigentlich gegen diese Normen für den „positiven Umgang“ verstoßen, nicht gesperrt oder gelöscht werden. Dies wissen wir aus unserer Erfahrung mit eigenen Videos, dies bestätigen uns auch Creator*innen und unsere TikTok-Community. Neben den Unzulänglichkeiten des Meldesystems

muss allein die Verantwortungsverlagerung kritisch gesehen werden: Die Betroffenen von Hatespeech sind es, die melden, argumentieren, blocken müssen, während es keinen auch nur vergleichbaren Aufwand bei den Täter*innen-Accounts gibt. Neben einem automatisierten Vor-Filter-System entledigt sich die Plattform fast vollständig ihrer verlegerischen und redaktionellen Verantwortung.

1.1.5. Quartalsberichte

TikTok veröffentlicht seit einigen Jahren Quartalsberichte¹⁸ zur Durchsetzung der Community-Richtlinien. Beim Vergleich der Berichte lässt sich ein kontinuierlicher Anstieg der gelöschten Videos seit 2020 erkennen, wobei ein größerer Sprung zwischen Q3 und Q4 2020 zu sehen ist. Seitdem pendelt sich die Statistik bei circa 1,0 % ein bzw. bleibt knapp darunter. In absoluten Zahlen ist die Entwicklung imposanter: In Q3 2020 wurden knapp über 43 Millionen Videos gelöscht, wobei 3 Millionen davon „automatisch“ gelöscht wurden: Hier identifizierte eine KI problematische Videos, ohne menschliches Zutun. Im Vergleich waren es in Q3 2022 knapp über 110 Million Videos, die gelöscht wurden, wovon 53 Millionen automatisch gelöscht wurden.

Basierend auf den Community-Richtlinien gibt es unterschiedliche Kategorien bzw. Gründe, weshalb die Videos entfernt wurden. Für die Antisemitismusforschung interessant sind vor allem die Kategorien „Hasserfülltes Verhalten“ und „gewalttätiger Extremismus“. Unter „Hasserfülltes Verhalten“ versteht die Plattform Angriffe aufgrund bestimmter Eigenschaften, darunter ethnische Zugehörigkeit, nationale Herkunft, Religion, Kaste, Behinderung oder Krankheit, sexuelle Orientierung, Geschlecht, Gender und Geschlechtsidentität.

¹⁷ <https://www.tiktok.com/community-guidelines/de-de/overview/>

¹⁸ <https://www.tiktok.com/transparency/de-de/community-guidelines-enforcement-2023-2/>

Als „Hasserfüllte Ideologien“ werden solche verstanden, „die eine klare Feindseligkeit gegenüber Personen aufgrund bestimmter Eigenschaften zeigen“, darunter White supremacy, Misogynie, LGBTQ-Feindlichkeit und Antisemitismus, Konversionstherapien, Leugnung von „belegten Gewaltexzessen“ (mit dem Beispiel „Holocaust“) und „Verschwörungstheorien zur Rechtfertigung von hasserfüllten Ideologien“.

Die Community-Richtlinien scheinen oberflächlich geeignet, Antisemitismus und andere Arten von Hassrede wirksam zu bekämpfen. Keine Diskriminierungsform wird vernachlässigt, die Verschränkung von Troll-(Un)kultur, politischer Agitation und Hassrede wird von ihnen hinreichend abgebildet. Die praktische Alltagserfahrung auf TikTok sieht jedoch ganz anders aus. Antisemitische Kommentare und Videos bleiben erst einmal stehen – auch, wenn sie gemeldet werden. Die Richtlinien haben auch kaum Wirkung auf die Alltagskultur auf der Plattform, werden selten an die User*innen kommuniziert und haben schlicht keine Präsenz in ihrem Bewusstsein. Die Anzahl gelöschter Videos mag beeindruckend – wenn jedoch die gelebte Kultur auf der Plattform nicht schon von der Herstellung solcher Videos abschreckt, ist sie eher ein Krisenindikator.

1.2. ANTISEMITISCHE TRENDS VOR DEM 7. OKTOBER

TikTok ist sehr schnelllebig und dynamisch – Inhalte werden sehr verkürzt dargestellt, damit sie auf wenige Sekunden Videomaterial passen. Die Plattform eignet sich daher besonders gut, um antisemitische Darstellungen auf eine spielerische Weise zu vermitteln, etwa in Form komischer Sketche. Antisemitische Codes, Symboliken und Narrative werden genauso wie im echten Leben abgebildet, aber auf eine Art und Weise, die zu TikTok passt. Besonders Trends, Filter und Musik werden verwendet, um bei den jungen Zuschauer*innen zu punkten. Der Look ist auf TikTok meist wichtiger als der Inhalt, und der Algorithmus bestärkt dies. Schnell geraten User*innen in eine Bubble, die sie nicht so einfach wieder verlassen können. So verwundert es nicht, dass vor allem junge User*innen die Inhalte bzw. antisemitischen Botschaften in den TikToks nicht durchschauen.

TikTok nennt keine offiziellen Zahlen zu antisemitischem Content auf der Plattform. Daher sind wir auf eigene Untersuchungen, Ergebnisse von wissenschaftlichen Beiträgen und die Berichte von direkt betroffenen Personen angewiesen, um das Ausmaß zu verstehen.

Die häufigsten Formen von Antisemitismus, die wir auf der Plattform beobachten konnten, sind Verschwörungstheorien, Shoa-Leugnung oder -Relativierung sowie Israelbezogener Antisemitismus. Überall anzutreffen ist auch die Verwendung antisemitischer Codes, Emojis etc: Was auf den ersten Blick eine simple Aneinanderreihung von Emojis sein könnte, ist auf den zweiten Blick eine antisemitische oder NS-verherrlichende Message. Sie richtig deuten zu können erfordert (Vor-)Wissen und Sensibilisierung. Etwa die Verbindung der israelischen Flagge mit einem Schuh oder einer Toilette und Blitz-Emojis als Symbol für die SS; eine Symbolik, die neben Zahlen- und Buchstaben-Codes auch gerne bei User-Profilen zum Einsatz kommt.

Auch Filter werden immer wieder verwendet, um antisemitische Stereotype zu verbreiten. Eine Zeit lang beliebt war zum Beispiel ein Filter, der die Gesichtsförm veränderte, die Nase länger und breiter machte, den Mund in eine Fratze verzog und die Augen zwielichtig aussehen ließ. Der Filter wurde zusammen mit einem Lied aus einem jüdischen Musical („If I were a rich Man“ von The Fiddler on the Roof) zum Trend.

Für unsere Betrachtung wichtig ist, dass auf TikTok beides vorherrscht: Primärer, offener Antisemitismus, der teils an uralte Ideologeme anschließt und sich in Verschwörungstheorien, biologistischen Rassephantasien, Holocaust-Relativierung und ausdrücklichen Vernichtungswünschen äußert. Sekundärer Antisemitismus hingegen funktioniert über Umwegkommunikation in einer Grauzone: als vermeintlich humorvolle Anspielung auf primären Antisemitismus, als Verwendung von antisemitischen oder faschistischen Zeichen und Codes oder als eine bestimmte überzeichnende und eliminatorische Darstellung Israels: Der Judenstaat soll von der Landkarte verschwinden. Dabei ist die Jugend und das niedrige Vorwissen des Publikums begünstigend für die Grauzone, erlaubt einen weiten Ermessensspielraum und die Voraussetzung von Gutgläubigkeit bzw. deniability (die bei der Produktion mitbedachte und eingebaute Möglichkeit, sich von Vorwürfen freizumachen).

1.2.1. Israelbezogener Antisemitismus

Vor allem israelbezogener Antisemitismus, der zum Beispiel das Existenzrecht Israels leugnet oder ablehnt, ist auf TikTok besonders häufig anzutreffen. Diese Art Antisemitismus ist nicht an einer Kritik israelischer Regierungspolitik interessiert, sondern kennzeichnet Israel als das Böse schlechthin, den „Juden unter den Staaten“, der delegitimiert, dämonisiert und mit Doppelstandards behandelt wird. Israel ist in diesem Weltbild kein Staat wie andere Staaten, in denen es ebenfalls Rassismus, eine problematische Gründungsgeschichte, faschistische Gruppen oder einen kriegerischen Konflikt gibt, sondern Israels Existenz allein ist schon ein Verbrechen. Die Rolle als „Umwegkommunikation“ antisemitischer Impulse wird besonders klar, wenn entsprechend variierte, alte Ideologeme in dieser vermeintlichen „Israelkritik“ wieder auftauchen: etwa die mittelalterliche Kinds- und Ritualmordlegende, die in dem Slogan „Kindermörder Israel“ wieder auftaucht, oder die Behauptung, Israel kontrolliere die Regierungen der Welt.

Das Problem ist, dass sehr junge User*innen diese Videos sehen, die sich bisher nicht mit dem Thema beschäftigt oder es noch nicht im Unterricht durchgenommen haben – wenn es überhaupt als Thema auf dem Lehrplan steht. Auch Lehrkräfte wissen oft zu wenig über Antisemitismus und können die Kompetenz, die verschiedenen Formen zu erkennen, nicht an ihre Schüler*innen weitervermitteln.

Das betrifft auch den Hochschulkontext: Wir selbst haben erlebt, wie junge Studierende den antisemitischen Charakter der Losung „Kindermörder Israel“ vehement zurückweisen – auch, weil sie den historischen Hintergrund des Sprachbildes nicht kennen.

1.2.2. Die TikTok-Intifada, 2021

Das Wiederaufflammen des Nahostkonflikts 2021 bildete sich auch auf TikTok ab. Palästinasolidarische Accounts und solche, die der BDS-Bewegung nahestehen, produzierten massenweise Videos. Dabei kam es im Zuge dieser sogenannten „TikTok-Intifada“¹⁹ oft zu krass vereinfachenden und propagandistischen Darstellungen des Konflikts, die mit der Realität vor Ort wenig zu tun hatten. Die TikTok-Intifada 2021 legte dabei den Boden für die Narrative, die seit dem 7. Oktober 2023 in potenziert Form verbreitet wurden. Die Skripte wurden ausprobiert, optimiert, verworfen und an den Zeitgeschmack angepasst. Viele Creator*innen positionierten sich bereits 2021 oder wurden zu Positionierungen zum Nahostkonflikt genötigt. Selbst völlig unpolitische Accounts hatten 2021 spontane Positionierungs-Videos zu Israel und Palästina. Dieser Positionierungsdruck, der sich damals zum ersten Mal aufbaute, setzte sich nach dem 7. Oktober weiter fort.

Typische Narrative fanden sich schon 2021: Israel wird mit dem Südafrika der Apartheid gleichgesetzt, als „weiße Siedlerkolonie“ imaginiert. Die historische Verwurzelung von Jüdinnen und Juden mit Israel wird ausgeblendet, ebenso die Shoa und die Pogrome in Osteuropa, die zur Staatsgründung führten, oder die tatsächliche Zusammensetzung der Bevölkerung, die mit „weiß“ schlichtweg unzureichend charakterisiert ist.

¹⁹ „Der Begriff TikTok-Intifada begann als Selbstbezeichnung israelfeindlicher Gruppen, die ihre Videos mit gleichnamigen oder ähnlichen (z.B. #globalizetheintifada) Hashtags versahen.“

Immer wieder bemerken auch israelische Antirassismus-Aktivist*innen, dass hier Rassismusdefinitionen der US-amerikanischen Gesellschaft eins zu eins auf Israel übertragen werden, was der komplexen Demographie nicht gerecht wird.

Bei der Darstellung der palästinensischen Seite wird nicht getrennt zwischen Besatzungsalltag, Alltagsrassismus in Israel und der militärischen Seite des Konflikts: Der Rassismus weißer Israelis sei alleiniges Motiv für alle drei. Palästinensischer Terrorismus wird ausgeblendet oder als antirassistischer Widerstand dargestellt. Typisch für die TikToks dieser Bauart sind Anleihen an der Ästhetik der Black-Lives-Matter-Bewegung, auch wurde der Soundtrack von Filmen genutzt, die sich mit dem Abolitionismus in den USA befassen. Für ein überwiegend amerikanisch imaginiertes Publikum soll suggeriert werden, dass die Lage von Palästinenser*innen und arabischen Israelis mit der von Schwarzen US-Bürger*innen vor der Emanzipation vergleichbar wäre.

Neben diesen Videos gibt es auch aggressivere, die den Hashtag #FromTheRiverToThe-Sea verwenden, der auf das Ende Israels hinzielt; im deutschsprachigen Raum ist auch #KindermoerderIsrael verbreitet. Dabei werden Falschinformationen verbreitet, kontext- und erklärungslose Gewaltscenen gezeigt oder direkt islamistische Milizionäre als Widerstandskämpfer dargestellt, oft unterlegt mit heroischer Musik. Im deutschsprachigen Raum machen ebenfalls Videos die Runde, in denen die Medien als von Israel gelenkt und Kritik an Israel als verboten dargestellt wurden – Ansatzpunkte für Verschwörungstheorien. Jüdische Accounts, auch solche, die sich gar nicht zum Konflikt äußerten, werden mit Kommentaren geflutet, die sie bestenfalls zur Stellungnahme zwangen, schlimmstenfalls antisemitisch beleidigten.

Jüdinnen_Juden werden dabei zu Objekten politischer Projektion und binär sortiert – in gute, besatzungskritische und israelfeindliche Personen, und „Zionist*innen“, die beliebig attackiert werden dürfen. Der Aufbau eines politischen Szenarios, in welchem sich Diaspora-Jüdinnen_Juden allein schon qua Existenz zu Israel verhalten sollen, hat zweifellos antisemitische Wirkungen; mit gutem Recht ließe sich hier von tertiärem Antisemitismus sprechen. Denn auch „iraelkritische“ Jüdinnen_Juden stehen dabei unter verschärfter Beobachtung – fallen ihre Bewertungen israelischen Regierungshandelns zu weich aus, werden sie schnell wieder als „Zionist*innen“ gelabelt. Im deutschsprachigen Raum werden Jüdinnen_Juden dann schnell unter „weiße Deutsche“ abgehandelt – sofern sie sich nicht erwartungsgemäß verhalten, enden sowohl die Solidarität als auch der Respekt vor der Sprecher*innenposition.

Neben verbaler Gewalt fanden sich auch körperliche Gewaltexzesse: Besonders besorgniserregend

waren Videos, die körperliche Angriffe auf Jüdinnen und Juden in Israel, aber auch anderswo auf der Welt zeigten. Die Videos gingen auf TikTok viral, wobei die Plattform die TikToks aufgrund von Verstößen gegen die Community-Richtlinien (gewalttätige und explizite Inhalte) immer wieder löschte.



Wie bereits erwähnt, erleben wir seit dem Angriff der Hamas eine ungleich höhere Frequenz und Intensität antisemitischer TikToks mit Bezug auf den Nahostkonflikt. Dabei bleiben die in der TikTok-Intifada 2021 eingeübten Narrative, Ästhetiken und Rhetoriken aber praktisch identisch. Es ist geradezu kennzeichnend für diese Form politischer Kommunikation, dass sie ein weitgehend kontingentes Verhältnis zu tatsächlichen Ereignissen und Nachrichten hat, die immer wieder nur Anlass sind, extrem gleichförmige, ja direkt unoriginelle antisemitische Inhalte zu produzieren. Auch die Positionierungen bekannter Creator*innen im Gaza-Krieg wurden während der TikTok-Intifada weitgehend festgelegt: Bis auf wenige Ausnahmen positionierten sich die Creator*innen 2023 exakt so, wie sie es 2021 getan hatten.

1.3. DAS UNBEKANNTE MASSENEDIUM

Die beiden vorigen Abschnitte zeigen, 1.) wie weit TikTok-Nutzung verbreitet ist, 2.) wie lückenhaft der Nutzer*innen-Schutz vor Hatespeech und Ideologien der Entmenschlichung ist und 3.) wieviel Reichweite eine antisemitische Kampagne wie die TikTok-Intifada haben kann. In allen drei Punkten übertreffen die erzielten Reichweiten die relevanter klassischer Medien wie Zeitungen, Radio etc. um ein Vielfaches.

Dennoch ist TikTok als Medium im öffentlichen Diskurs nahezu abwesend. Einerseits ist das „offizielle“ Deutschland effektiv auf der Plattform abwesend. Entscheidende politische Akteur*innen des demokratischen Spektrums, zentrale Institutionen, Organisationen und Verbände haben bislang noch keinen TikTok-Account. Einzig die großen Nachrichtenmedien investieren in TikTok: Allerdings ist ihre Reichweite zu denen etablierter Creator*innen beklagenswert niedrig. Finden Inhalte der etablierten Zivilgesellschaft doch einmal Raum auf der Plattform, dann oft im Rahmen kurzfristiger und sichtlich mit heißer Nadel gestrickter „TikTok-Initiativen“, bei der relativ statisch „Videos hochgeladen“ werden – ohne Rücksicht auf die sozialen Eigendynamiken der Plattform, ohne Kenntnis der dort gepflegten Formate, ohne Interaktion mit dem

Zielpublikum. Die schlechten Resultate, die solche „Initiativen“ dementsprechend regelmäßig zeitigen, werden dann als Indikator dafür genommen, dass sich die Investition schlicht nicht lohne, dass das Publikum sich nicht dafür interessiere, zu ungebildet sei etc. Ein fataler Trugschluss mit weitreichenden Folgen.

Auch eine öffentliche Verhandlung von TikTok-Inhalten findet praktisch nicht statt. Während das Medienfeuilleton seit einigen Jahren immerhin „Netzphänomene“ behandelt – oft mit deutlich akzentuierter Distanz und einer tradierten Darstellung des Internets als „unechtes Medium“, dem die tatsächliche Verwendung durch besagte Medienjournalist*innen Hohn spricht –, finden TikTok-Inhalte kaum öffentliche Resonanz. Sie werden nicht kritisiert, nicht an ästhetischen oder ethischen Standards gemessen, ihre soziale Bewertung bleibt im Intimraum des Mediums selbst. TikTok ist gewissermaßen das Unbewusste der Medienwelt: Es grundiert und präformiert die Erfahrung, ist hochemotional und irrational, wird von allen genutzt, aber gleichzeitig als schmutziges Familiengeheimnis behandelt.

Für ausgewählte AfD-Politiker*innen und andere Demagog*innen ist diese Intimisierung des Mediums ein idealer Nährboden. Die meisten Positionierungen von Rechtsextremen finden heute auf TikTok statt. Wo rechtsradikale Statements in Zeitungs- oder Fernsehinterviews zu recht kritisiert und mit sozialen Sanktionen bedacht werden, sind öffentliche Brandmarkungen solcher Inhalte, wenn sie auf TikTok stattfinden, eine extreme Ausnahme, die nur bei direkter Holocaust-Relativierung einen Nachrichtenswert erhält, der über das Medium selbst hinausgeht. Nach wie vor ist die AfD die größte Partei auf TikTok, nicht nur in absoluten Nutzer*innen-Zahlen: Das Netzwerk aus AfD-Sympathisant*innen, AfD-nahen oder -eigenen Creator*innen und indirekt zuarbeitenden Accounts dürfte das derzeit reichweitenstärkste Medienkonglomerat im deutschsprachigen Raum überhaupt sein. Ein Vergleich: Die Ausstrahlung von „Wetten, dass...“ Ende 2023 hatte über 12,1 Millionen Zuschauer*innen²⁰, das Video „Diese Politik ist irre!“²¹ des Accounts „AfD-Fraktion im Bundestag“ (eines von Hunderten gleichartigen) vom 23.09.22 hat über 6,6 Millionen Aufrufe.

Ähnlich ist es mit dem Format „WarTok“: Die öffentliche Kommunikation über den Gaza- wie auch den Ukraine-Krieg läuft überwiegend über TikTok. Dort finden sich täglich zehntausende Positionierungen, Informations- und Desinformations-Schnipsel, Gewaltdarstellungen etc. – wiederum mit Intensität und Reichweite, von denen etablierte Medien nur träumen können. Die mediale Realität und die „gefühlte Wirklichkeit“ dieser Konflikte wird auf TikTok erzeugt, nicht in den klassischen Medien.

Das Schweigen der Zivilgesellschaft, ihre seltsame Abwesenheit in dem Medium muss mit Besorgnis erfüllen. Sie verzichtet auf einen Gestaltungsan-

spruch, noch bevor sie ihn erhoben hat, gibt letztlich eine ganze Generation auf. Ein Vergleich zur jungen Bundesrepublik: Erhoben etwa die Kirchen bei Einführung des Fernsehens in Deutschland mit Nachdruck Anspruch auf relevante Sendepunkte, auf Gestaltung des öffentlichen Raumes, ist dies bei TikTok nicht der Fall. Ihre Präsenz ist auf dem Medium auf einem Niveau, das nicht einmal ihrem seit Fernsehzeiten noch geschwundenen Einfluss gerecht wird. Ähnliches lässt sich von Gewerkschaften, Menschenrechtsorganisationen, Parteien feststellen. **Während Rechtsradikale das Medium souverän, entschlossen und mit hegemonialem Anspruch bespielen, führen die Verteidiger*innen der Demokratie nicht einmal ein solides Rückzugsgefecht.**

²⁰ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1274755/umfrage/tv-zuschauer-und-zuschauermarktanteil-der-jubilaumsshow-von-wetten-dass/#:~:text=Zum%20aller%20letzten%20Mal%20begr%C3%BC%C3%9Fte,3%2C4%20Millionen%20Menschen%20zu.>
²¹ <https://vm.tiktok.com/ZGeMppQra/>

2. Antisemitische Radikalisierung im Netz seit dem 7. Oktober

Nach Ansicht von Forscher*innen werden Online-Netzwerke seit dem Großangriff der Terrororganisation auf Israel und den Krieg im Gazastreifen mit Fehlinformationen geflutet. Ausmaß und Geschwindigkeit der Verbreitung von Fake News seien beispiellos.²² Gleichzeitig gilt der Konsum von Fake News als Ausgangspunkt und „Einstiegsdroge“ zur weiteren politischen Radikalisierung. Jüdische Organisationen beklagten, dass der Gaza-Krieg auf TikTok eine Flut antisemitischer Inhalte erzeugt habe. Eine Gruppe jüdischer TikTok-Creator*innen formulierte das in einem Offenen Brief („Dear TikTok“).²³

Klar ist: Im digitalen Raum wird um Deutungshoheit gekämpft. Es ist ein Krieg der Bilder und Behauptungen, in dem sich Einzelpersonen kaum zurechtfinden können. Zwischen Fake News und Desinformationen entfalten antisemitische Verschwörungstheorien und rassistische Narrative ihre Wirkung – und tragen zur Radikalisierung ihrer Konsument*innen bei.

Starke Reichweite erlangten Videos, welche den Terror der Hamas als Befreiungsaktion verherrlichten – etwa von der libanesischen Foodbloggerin Abir el Saghir (fast 25 Millionen Follower*innen auf TikTok). Direkt am 7. Oktober lud sie ein Video hoch, das sie dabei zeigt, wie sie zur Feier der Hamas-Massaker selbstgebackene Süßigkeiten an Passant*innen verteilt.



abir.sag ✓
Abir el saghir

Folgen

38 Folge ich 24.4M Follower 354.9M Likes

Free Palestine ps
creator of the year
& Food creator of the year



²² [https://www.tagesschau.de/faktenfinder/israel-
hamas-fakes-100.html](https://www.tagesschau.de/faktenfinder/israel-hamas-fakes-100.html)

²³ <https://www.deartiktok.com/>

„INSIDE-JOB“ VERSCHWÖRUNGSTHEORIE
AUF TIKTOK (<https://vm.tiktok.com/ZGejTgDeg/>)

07:00 GMT – Fighting at Israeli military bases


- Israel's military said at 10am (07:00 GMT) that Palestinian fighters penetrated at least three military installations around the frontier –

IT WAS AN INSIDE JOB...

- Hamas video shows fighters running towards a building near a highway with a watchtower. They are currently overrunning the military base from

14. Oktober 2023


#greenscreen what happened in Israel w...

 ajaylovegames ❤️ 210


monty.s.r
They fabricated 9/11 and many other events to gain western support and continue the land grab and killing of Palestinians

2023-10-14 Antworten ❤️ 18

— 3 Antworten anzeigen

 Blue
Common sense says that they wanted this to happen to justify eliminating Gaza.

2023-11-02 Antworten ❤️ 4

 ajaylovegames · Ersteller
Of course. There are leaked documents about the expulsion of gazans to Sinai

2023-11-02 Antworten ❤️ 2

KatarinaJovic
This is the oldest war tactic! Attack your own and blame it on the enemy to give reason to invade

2023-10-14 Antworten ❤️ 28

Auf allen Social-Media-Plattformen wurden jeweils Fake-News-Beiträge mit Reichweiten in Millionenhöhe geteilt – auf TikTok mit besonderer Viralität. Am häufigsten waren dabei Beiträge, die in Zweifel zogen, ob das Massaker auf dem Supernova-Musikfestival überhaupt stattgefunden hätte. Wenn es Tote gegeben hätte, seien es keine Zivilist*innen, sondern Angehörige des Militärs gewesen, so lautet das verschwörungstheoretische Geraune. Gleichzeitig gab es Mutmaßungen, die Massaker an der Zivilbevölkerung seien nicht von der Hamas durchgeführt worden, sondern von der israelischen Regierung – der 7. Oktober sei ein sogenannter „Inside-Job“ gewesen.

Auch die ältere Generation ist vor solchen Narrativen nicht gefeit. Popstar Roger Waters, der schon in der Vergangenheit durch antisemitische Äußerungen aufgefallen ist, ließ in einem Interview verlauten: Man wisse nicht, was am 7. Oktober geschehen sei, es könne eine Operation „unter falscher Flagge“ gewesen sein, so wie auch 9/11. Überträgt man die Verschwörungserzählungen, die sich um 9/11 ranken, auf den 7. Oktober, hieße das, die israelische Regierung hätte ihre eigene Bevölkerung ermorden lassen, um einen Krieg zu rechtfertigen. Zu behaupten, dass alles von einem skrupellosen israelischen Machtinteresse gesteuert sei, ist nicht nur eine antisemitische Verschwörungserzählung, sondern im Angesicht der Gräueltaten der Hamas und einer trauernden israelischen Bevölkerung schlicht unmenschlich.

Schon Stunden nach den terroristischen Angriffen vom 7. Oktober tauchten in verschwörungsideologischen Telegram-Kanälen wilde Interpretationen auf, darunter auch die Behauptung, Israel hätte es auf die **Organe palästinensischer Kinder** abgesehen. In abgeschwächter Form findet sich das Kindermörder-Narrativ, das auf die **antisemitische Ritualmordlegende aus dem Mittelalter** zurückgeht, auch in der Berichterstattung über die israelische Militäroffensive im Gaza-Streifen. Wo behauptet wird, das israelische Militär töte gezielt palästinensische Kinder, wird Israel als das „absolut Böse“ dargestellt, für das man keine Empathie mehr empfinden kann. Diese Strategie nutzen besonders islamistische Hamas-Unterstützer*innen, die sich selbst als Opfer darstellen und ihre Adressat*innen emotional überwinden wollen.

Gerade Bilder getöteter Kinder sind hoch emotionalisierend und bringen ihre Betrachter*innen dazu, eine Seite zu beziehen – gegen Israel. **Dafür werden teils sogar KI-generierte Bilder genutzt:** Ein Foto etwa, das auf TikTok, Instagram und X herumgereicht wurde, zeigte einen Mann in Trümmern, der fünf Kinder trägt. Allerdings haben sie seltsame Proportionen, zu wenig oder zu viele Zehen; ein Faktencheck enttarnt das Foto als Fälschung. Dass solche Bilder generiert werden, zeigt die Intention, die hinter der Desinformation steckt: mit dem Leid der Palästinenser*innen Israel als besonders grausam darzustellen. Im Gazastreifen sind 40% der Bevölkerung unter 14 Jahre, dass viele Kinder sterben,

stimmt tatsächlich, und das Leid der palästinensischen Zivilbevölkerung muss öffentlichen Raum bekommen und anerkannt werden. Es darf aber nicht antisemitisch instrumentalisiert werden.

KI-GENERIERTE BILDER

(<https://factcheck.afp.com/doc.afp.com.33ZJ8WU>)



Wo die angebliche Macht und Boshaftigkeit von Jüdinnen/Juden angeprangert wird, sind Rechtsextreme nicht weit. Insbesondere die Querdenker*innen-Szene hat das Thema für sich entdeckt: Noch vor zwei Jahren hefteten sie selbst Davidsterne an die Brust, um gegen die „Corona-Diktatur“ zu demonstrieren, aktuell versuchen sie, propalästinensische Demonstrationen zu vereinnahmen. So behauptete eine bekannte Verschwörungsideologin auf einer Demo in Köln, 13 Blutlinien würden die Welt beherrschen, und die Palästinenser*innen zählten genau wie die Deutschen zu den Unterdrückten. Wieder ein antisemitisches Narrativ von der Macht der wenigen, die alles steuern – und gegen die man sich auflehnen müsse. Im selben Atemzug sprechen Verschwörungstheoretiker*innen Israel das Existenzrecht ab, nennen den Terror der Hamas Notwehr und versuchen, die Demonstrierenden für ihre eigenen Ideen zu gewinnen.

Shoah-Relativierung und Täter-Opfer-Umkehr

Auf allen Social Media-Plattformen kursieren Videos, Bilder und Beiträge, in denen Israel mit dem NS-Regime gleichgesetzt wird. Beispielsweise machte ein Motiv (Sharepic) die Runde, das im Stil der Auflistung auf einen Blick auf den Punkt bringen will, dass beide Regime gleich böse sind: Auschwitz = Gaza, Gaskammern seien dasselbe wie Flächenbombardements.

Es handelt sich um eine beliebte Rechnung, um die Shoah zu relativieren, die wir aus der antisemitismuskritischen Bildung leider nur zu gut kennen. Sie hat eine Entlastungsfunktion für deutsche Nachkommen der Täter*innen, indem die Singularität der Shoah infrage gestellt wird, und eine angeblich

moralische Botschaft: So wie man damals die Nazis hätten stoppen müssen, müssen jetzt die Israelis gestoppt werden!

Ein im Netz kursierender Cartoon illustriert dieses Narrativ besonders plakativ: Ein IDF-Soldat, der die Waffe auf eine mutmaßlich palästinensische Frau richtet, blickt in den Spiegel – und sieht im Spiegelbild einen Nazi, sein Gewehr zielt auf einen KZ-Häftling. „The irony of become what you once hated“ – das sei die Ironie der Geschichte.



Speed-Radikalisierung: Politisierung nicht-politischer Influencer*innen

Im deutschen Raum wurde das Motiv u.a. durch eine Influencerin mit relativ großer Reichweite (fast 60.000 Follower) geteilt, die bislang weder mit politischen Content noch einer Expertise beim Thema Nahostkonflikt aufgefallen war. Ein Beispiel unter vielen, das repräsentativ steht für die zentrale Rolle, welche Creator*innen und Influencer*innen mit ihren Statements im Kontext von politisierten und polarisierenden Konflikten einnehmen. Sie tragen eine Verantwortung als politische Meinungsmacher*innen, die ihnen vermutlich oft gar nicht bewusst ist.

In Deutschland haben reichweitenstarke Tik-Toker*innen Falschinformationen und Verschwörungen verbreitet:

- Einer der in Deutschland erfolgreichsten Tik-Toker, Barello (300.000 Follower*innen), ließ sich im Livestream über den Nahostkonflikt von seinem Lehrer Yasser Abou-Chaker (200.000 Follower*innen) informieren, einem Mitglied der deutschlandweit bekannten Familie Abou-Chaker, der ihm erklärte: „1948 kamen einfach die Juden und haben Palästina besetzt.“²⁴
- **In einem anderen Livestream lässt sich Arafat Abou-Chaker über den Popstar Justin Bieber aus.** Der hatte auf Instagram eine Solidaritätsbekundung für Israel mit einem Bild aus Gaza unterlegt. Barello sagt über den Sänger sowie über die Unternehmerin Kylie Jenner, die sich ebenfalls mit Israel solidarisierte: „Die sind bei den Illuminaten. Die müssen das posten, sonst werden die gecancelt.“²⁵
- Ein pro-palästinensischer Influencer mit 85.000 Follower*innen behauptete, bei Protesten in Berlin sei ein kleiner Junge von der Polizei angegriffen worden und nun lebensgefährlich verletzt oder tot – was nachweislich falsch war. Solche Falschbehauptungen werden bewusst verbreitet, da spätere Richtigstellungen im Nachrichtenstrom kein Interesse erzeugen.²⁶
- **„ Hamas-Kämpfer schossen in Gaza, Palästina, einen israelischen Kampfhubschrauber ab“,** steht über einem auf dem Kurzmitteilungsdienst X (früher: Twitter) verbreiteten Video. Dort zu sehen ist ein bewaffneter Mann, der mehrere Flugabwehrraketen in Richtung eines in der Luft fliegenden Helikopters abfeuert und diesen schließlich trifft, so dass er explodiert. Allerdings handelt es sich dabei nicht wie behauptet um ein Video, das in Gaza aufgenommen wurde, sondern um eine Szene aus dem Videospiel „Arma 3“²⁷

²⁴ <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/wie-influencer-antisemitismus-auf-tiktok-verbreiten-19257841.html>

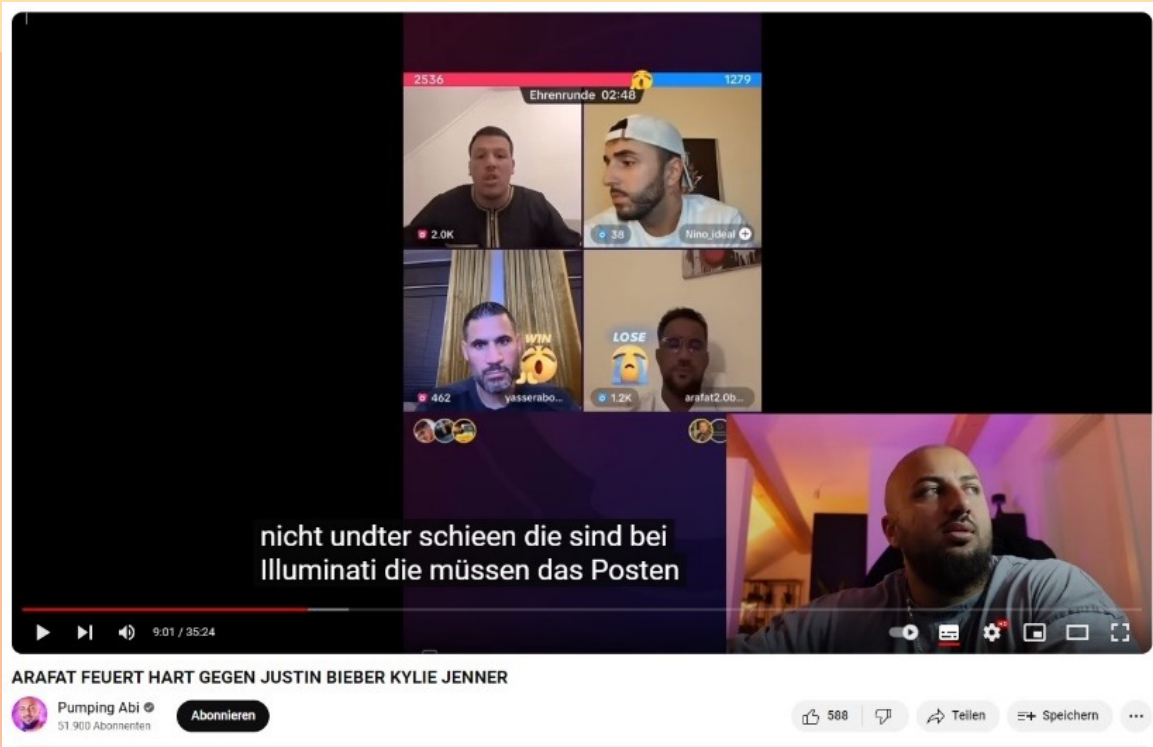
²⁵ <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/wie-influencer-antisemitismus-auf-tiktok-verbreiten-19257841.html>

²⁶ <https://www.rbb24.de/panorama/beitrag/2023/10/berlin-friedenau-gymnasium-gespraech-schueler-lehrer-israel-gaza-krieg.html>

²⁷ <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/israel-hamas-fakes-100.html>

ARAFAT ABOU-CHAKER

(<https://correctiv.org/faktencheck/2023/10/09/hamas-israel-dieses-video-zeigt-keinen-angriff-auf-israelische-hubschrauber-sondern-ein-videospiel/>)



SZENE AUS DEM VIDEOSPIEL „ARMA 3“ – ORIGINALVIDEO YOUTUBE-SHORT (Screenshot)



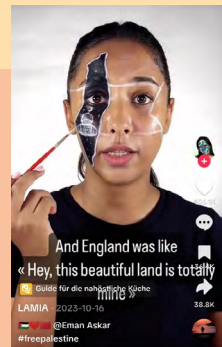
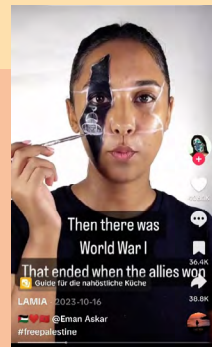
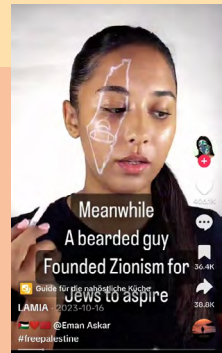
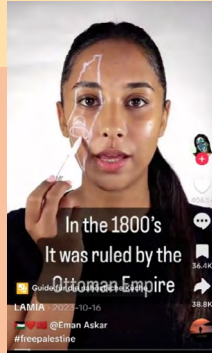
SZENE AUS DEM VIDEOSPIEL „ARMA 3“ – WEITER-VERBREITUNG AUF X (Screenshot)



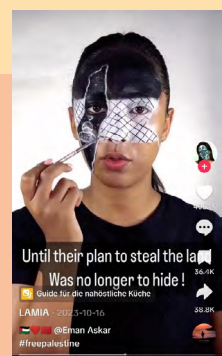
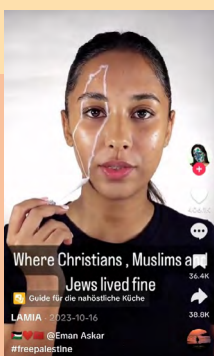
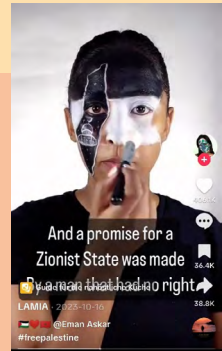
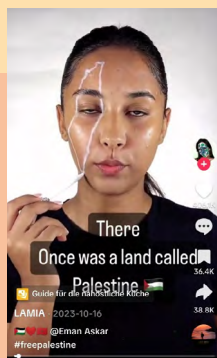
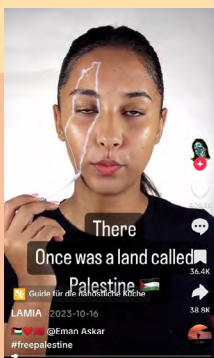
Im internationalen Raum sah es nicht anders aus:

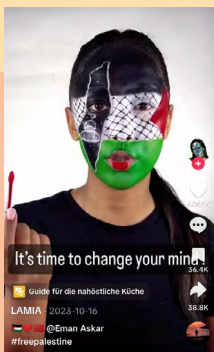
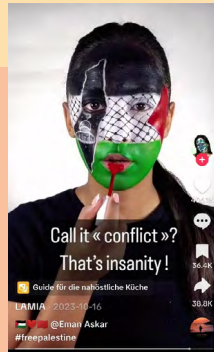
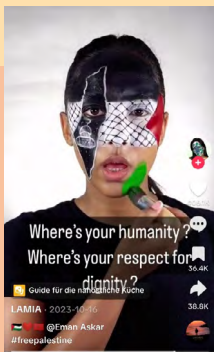
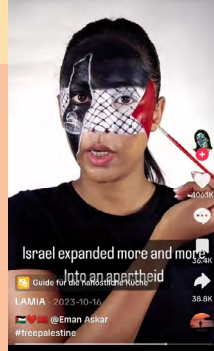
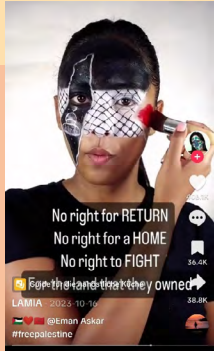
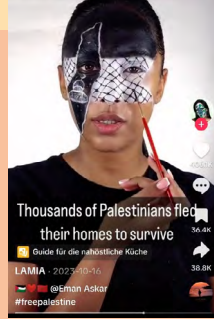
- **Es ging ein Video der marokkanischen TikTokerin Lamia mit mehr als drei Millionen Klicks viral.** Die junge Frau, die auf ihrem Account aufwendige Schminkvideos hochlädt, erzählt eine verfälschte Geschichte des Palästinakonflikts im Stil einer Volkswaise, während sie nach und nach eine Palästinenserflagge auf ihr Gesicht aufträgt. Den Umriss des Staats Israel füllt sie mit schwarzer Farbe, weiße Linien lassen den Umriss des Felsendoms oder der Al-Aqsa-Moschee erahnen, ähnlich wie im Emblem der Hamas. Im osmanischen Reich hätten Juden, Christen und Muslime friedlich im Land Palästina zusammengelebt, während ein „bärtiger Mann“ den Zionismus erfunden habe, heißt es in dem Lied, das eine abgewandelte Version des Shantys „Wellerman“ des schottischen Volksängers Nathan Evans ist und von zahlreichen jungen Frauen auf TikTok verbreitet wird. Es habe einen Plan der Juden gegeben, das Land zu stehlen, der irgendwann nicht mehr zu verbergen gewesen sei. Dieser Zeitpunkt sei das Jahr 1948 gewesen, als der israelische Staat gegründet wurde. Das Wort Staat setzt Lamia in Anführungszeichen.²⁸
- Es gingen Fake-News zum Massaker vom 07.10. viral, u.a. mit der Behauptung, es handele sich um eine Fälschung.²⁹

28 <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/wie-influencer-antisemitismus-auf-tiktok-verbreiten-19257841.html>
29 https://www.washingtonpost.com/world/2023/10/08/israel-festival-attack-gaza-militants/?itid=ik_inline_manual_34



LAMIA AUF TIKTOK
 (<https://vm.tiktok.com/ZGejTM7vR/>)





Desinformationskampagnen zielen darauf, „Parteien“ zu konstruieren. Sie folgen dabei stets den gleichen Strategien:

- Die jeweiligen Narrative stellen zwei homogene Gruppen einander gegenüber, in der es jeweils das definitive „Gute“ oder „Böse“ gibt und nichts dazwischen.
- Es wird eine vermeintliche Lüge präsentiert, die Beweis dafür sein soll, dass jegliches Handeln und Tun der jeweiligen (konstruierten) Partei auf Lügen basiert. Komplexität und Widersprüche werden für abstraktes Lagerdenken aufgegeben.
- Es soll von den Fakten abgelenkt werden: Gerade die umstrittenen Informationen und nicht wider- oder belegbaren Informationen werden viel und erbittert diskutiert – das lenkt von den gesicherten Fakten ab, die für sich schon aussagekräftig genug sind.

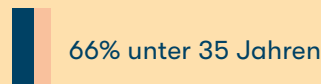
2.2. REAKTIONEN VON TIKTOK

Weitgehend unumstritten ist, dass der Algorithmus Radikalisierung belohnt: Wer sich nur ein einzelnes Pro-Palästina-Video ansehe, dessen gesamter Feed werde in kürzester Zeit aggressiv israelfeindlich, beklagte ein amerikanischer Tech-Unternehmer auf X (Twitter).³⁰ Die Bildungsstätte Anne Frank konnte das im Feldversuch mehrfach bestätigen (vgl. Abschnitt 2.3).

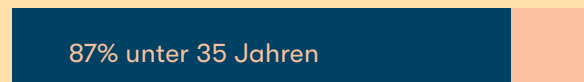
TikTok selbst hat zu den Vorwürfen Stellung genommen, das Unternehmen favorisiere pro-palästinensische Accounts. In den Vereinigten Staaten habe der Hashtag #standwithisrael zwischen dem 7. und dem 31. Oktober 46 Millionen Views erhalten, gegenüber den 29 Millionen Views des Hashtag #standwithpalestine, so das Unternehmen.³¹ Die Washington Post hat anders gezählt: #standwithpalestine habe weltweit 2,9 Milliarden Views erhalten, #standwithisrael nur etwa 200 Millionen.³² Interessant ist, dass 87 Prozent der Klicks von #standwithPalestine unter 35 Jahre alt sind, bei #standwithIsrael sind es 66 Prozent.

Views der Hashtags zwischen dem 7. und 13. Oktober (weltweit laut Washington Post)

#standwithisrael 200 Mio. Views



#standwithpalestine 2,9 Mrd. Views



³⁰ <https://www.nbcnews.com/tech/social-media/tiktok-ban-israel-gaza-palestine-amas-account-creator-video-rcna122849>

³¹ <https://www.reuters.com/world/tiktok-denies-pushing-pro-palestine-content-2023-11-02/>

³² <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/11/02/tiktok-israel-amas-video-brainwash/>

Die EU hat TikTok wegen Falschinformationen mit Bezug zum 07.10. verwarnt. Die Plattform habe eine „besondere Verantwortung“ gegenüber Kindern und Jugendlichen, um sie vor gewaltsamen Videos wie der Darstellung von Geiselnahmen zu schützen, so Digitalkommissar Breton. Solche Inhalte seien auf TikTok „weitreichend im Umlauf, ohne angemessene Schutzmassnahmen“, berichtete Breton. „Illegale Inhalte“ seien von TikTok nicht rechtzeitig gelöscht worden.³³

Das Bundesjustizministerium in Berlin begrüßt, dass mit dem Digital Service Act / Gesetz über digitale Dienste erstmalig in der EU einheitliche Regeln im Kampf gegen Hass und Hetze gelten. Nach dem DSA, der vom 24. Februar 2024 an Plattformen zu mehr Schutz und Transparenz verpflichtet, müssen Betreiber u.a. gegen Falschinformationen vorgehen und gemeldete Beiträge schnell prüfen. Der Kampf gegen Hass im Internet erfordere ein ganzheitliches Vorgehen, so das Ressort von Minister Marco Buschmann (FDP). Betroffenen soll das Vorgehen gegen strafbare Inhalte im Netz mit einem Gesetz gegen digitale Gewalt erleichtert werden.³⁴

33 <https://www.watson.ch/international/fake%20news/100956657-hamas-angriff-auf-israel-tiktok-ergreift-massnahmen-gegen-fake-news>

34 <https://www.heise.de/news/Gaza-Konflikt-EU-Kommissar-ermahnt-nach-Meta-und-X-nun-auch-TikTok-9333510.html>

35 <https://www.watson.ch/international/fake%20news/100956657-hamas-angriff-auf-israel-tiktok-ergreift-massnahmen-gegen-fake-news>

TikTok hat darauf reagiert: Es wurden über 500.000 Videos entfernt und 8000 Livestreams in der betroffenen Region gelöscht. Es gibt mehr Mitarbeitende, die Arabisch und Hebräisch sprechen; Künstliche Intelligenz soll mehr gewalttätige Inhalte herausfiltern.³⁵

RADIKALISIERUNGSWEG

TIK-TOK-ALLTAGSKOMMUNIKATION
unpolitische Ebene
 Hobbys, Nachrichten, Witze, Memes
Hashtags sind themenorientiert oder emotional: #loveknitting #mondayblues

Angriffspunkte: Im Kommentarbereich werden Hashtags oder Hinweise zu unteren Radikalisierungsebenen gepostet; Positionierungsdruck wird aufgebaut: **"Warum postest du nichts zu Palästina?"**

POLITISIERTE ALLTAGSKOMMUNIKATION
*TikToker*innen mit "Haltung"*
 Influencer*innen, die sich allgemein menschlichen Werten wie "Frieden" oder "soziale Gerechtigkeit" verschreiben, aber konkretere Positionierungen vermeiden
Hashtags: unkonkret aktivistisch, orientieren sich an universellen Werten, #justiceforall #openyourmouth. Werden evtl. umworben, Hashtag-Kampagnen beizutreten

feindselige Kommentare charakterisieren die Creator*innen als schwach, feige, zu liberal, zu "Mainstream"; User*innen versuchen, Unterstützung für bestimmte Kampagnen einzuwerben

POLITISCHE INFLUENCER*INNEN
kommentieren das pol. Tagesgeschehen oder interpretieren ein Hobby etc. politisch. Fast alle Inhalte werden unter einem politischen Blickwinkel bewertet. Dieser ist noch offen, tritt mit anderen Positionen in Kontroverse. Sie schließen sich meist nach Abwägung oder spontan Hashtag-Kampagnen an
Hashtags: #rememberX #supportX

Feindselige Kommentare versuchen, das Weltbild zu schließen und auf monokausale Erklärungen herunterzubrechen; die Auseinandersetzung mit anderen politischen Positionen wird denunziert ("warum redest du mit dem?")

RADIKALISIERTE INFLUENCER*INNEN
 befassen sich monothematisch mit einem Thema, meist wird das Tagesgeschehen aus dieser Perspektive gedeutet und erklärt. Das Weltbild ist weitgehend geschlossen, abweichende Meinungen werden abgewertet und mit absoluten moralischen Setzungen denunziert. Sie greifen auch zu feindseligen Kommentar-Strategien
Hashtags: #Xismurder #stopthekilling

PASSIVE NUTZER*INNEN
steigen meist auf der Alltagsebene ein
 Es gibt eine statistische Wahrscheinlichkeit, Videos aus jeder Radikalisierungsebene ausgespielt zu bekommen, diese steigt mit Interaktionen auf dieser Ebene.
 Das Betrachten der Profile von feindseligen Kommentierenden oder die Interaktion mit Hashtags tieferer Ebenen erhöht die Wahrscheinlichkeit, Videos aus dieser Ebene ausgespielt zu bekommen.

TROLLE, ANONYME DOGPILER
oberflächlich chaotische Accounts ohne klares Profil, setzen Fake News, Propagandamaterial etc in den Raum; auch extreme Gewaltdarstellungen, antisemitische/ rassistische Witze
 Können Zweitprofile von öffentlichen Klarnamen-Accounts sein, können auch von Trollfabriken stammen, kommentieren oft aggressiv im Sinne der Tunnelstrategie
Hashtags sind zum Teil emotions-, zum Teil reichweitenorientiert, zum Teil hasserfüllt: #germanpolitics (für Reichweite) #weepforX, #killallX

HASS-INFLUENCER*INNEN
 haben jegliche Zurückhaltung aufgegeben, absoluter Wahrheits- und Moralanspruch, ertragen keine Konfrontationen mit abweichenden Fakten; reizen Grenzen der Community-Richtlinien zur Verbreitung von Hass, Hetze, Antisemitismus und Rassismus bewusst aus, mainstreamen Content anonymer Troll Accounts
Hashtags: vgl. Trolle / Dogpiling

2.2. FELDVERSUCHE: RADIKALISIERUNGSMECHANISMEN

In Anlehnung an das Radikalisierungsexperiment des Bayerischen Rundfunks³⁶ hat auch die Bildungsstätte einen „Feldversuch“ unternommen. In diesen Zusammenhängen hat es sich bewährt, völlig neue TikTok-Accounts ohne Verknüpfung zu vorherigen Plattformen oder Datenbanken anzulegen. Die Idee ist es, den Algorithmus ohne Vorwissen über die nutzende Person mit Prompts (Suchanfragen) zu konfrontieren und die sich anschließende Entwicklung des personalisierten Feeds der „For you“-Seite zu analysieren.

Wir geben auf TikTok „hamas deutsch“ als Suchwörter eines völlig neu erstellten Accounts ein. Die ersten drei Videos, die uns angezeigt werden, sind folgende:

- Eine unbekannte ältere Person, die nicht vorgestellt wird, erzählt in einem verwaschenen Video, Hamas sei demokratisch gewählt, würde sich vor allem um soziale Belange kümmern und sei nicht terroristisch.³⁷
- Ein englischsprachiges Debunking-Video der Nachrichtenagentur Reuters mit deutschen Untertiteln, das eine vermeintliche Aufnahme des Überfalls auf das Rave-Festival als Szene von einem früheren Bruno-Mars-Konzert demaskiert. Da die Sprecherin aber nirgendwo sagt, dass das Massaker wirklich stattgefunden hat, wird es ausweislich seiner Kommentare als Beleg dafür herangezogen, dass ALLE Aufnahmen des Massakers gefälscht seien und es nicht stattgefunden habe.³⁸
- Ausschnitte aus einer alten Rede des Linke-Politikers Gregor Gysi, der Hamas als eine Gründung des israelischen Geheimdienstes tituliert. Wiederrum wird dieses Video ausweislich der Kommentare dazu herangezogen, die Hamas-Morde als israelischen „Inside Job“ zu behaupten, der benutzt wurde, um einen Kriegsgrund zu fingieren.

Diese Art Videos sind die ersten, die junge Menschen sehen, wenn sie sich ohne Vorannahmen über die Hamas informieren wollen. Das Problem: Es sind keine Falschinformationen, sondern „Faktoiden“, Bruchteile echter Informationen aus teilweise sogar seriösen Quellen, die aber durch Accounts als Bestandteile von Verschwörungstheorien geframt werden. Es gibt keine Kennzeichnung oder Hervorhebung höherwertiger, für Bildungszwecke wertvoller Accounts; es gibt keine Warnung vor Fehlinformationen im Rahmen des Gaza-Krieges.

Alle darauf folgenden Hamas-kritischen Accounts entstammen durchweg AfD- oder AfD-nahen Accounts.

FAZIT: Junge Menschen erhalten auf TikTok zu einem Nachrichtenthema Informationen also entweder von tendenziell antisemitischen Verschwörungstheoretiker*innen oder von einer überwiegend rechtsextremen Partei.

Suchen wir nach dem Stichwort „Juden“ mit einem neuen Account, erhalten wir als erste drei Videos folgende Treffer:

- Unter der Überschrift „Die Juden drehen durch wegen meinem Song“ ein Tanz jüdisch-orthodoxer Männer, der mit einem Rap-Track unterlegt ist. Der hörbare Teil des Tracks behandelt Drogenkonsum im Sommer und ist nicht erkennbar antisemitisch. In den Kommentaren finden sich Beleidigungen wie „seis juden“ (eine orthographische Variante von „Scheiß“; solche Varianten werden genutzt, um die automatisierte KI-Zensur zu umgehen).³⁹



- Ein Video „Wie erkennt man Juden“ eines jüdischen Influencers, der sich einmal mit Telfilin (Gebetsriemen), einmal auf dem Motorrad zeigt, um damit zu zeigen: „Wir sind ganz normale Menschen aus dem 21. Jahrhundert“. Das Video soll für Verständnis werben und ist erkennbar gegen Antisemitismus gerichtet. In den Kommentaren sammeln sich jedoch rechtsradikale Symbole (zum Beispiel zwei Blitz-Emoji, eine Chiffre für die SS-Runen). Es dominieren Geldbündel- oder Geldsack-Emojis, die die antisemitische Legende einer besonderen Geldgier verbreiten sollen.⁴⁰



³⁶ <https://www.ardmediathek.de/video/puls-repor-tage/so-gefaehrlich-ist-der-algorithmus-von-tiktok/br-de/Y3JpZDovL2JyLmRIL3ZpZGVvLzEzZiNWRk-LTBIZjctNGRmMS05Y2QwLTE1NmRjOTM5OWVmZQ>

³⁷ <https://vm.tiktok.com/ZGJomCo2m/>

³⁸ <https://vm.tiktok.com/ZGJomfb9M/>

³⁹ <https://vm.tiktok.com/ZGJomuD4a/>

⁴⁰ <https://vm.tiktok.com/ZGJom5bUq/>

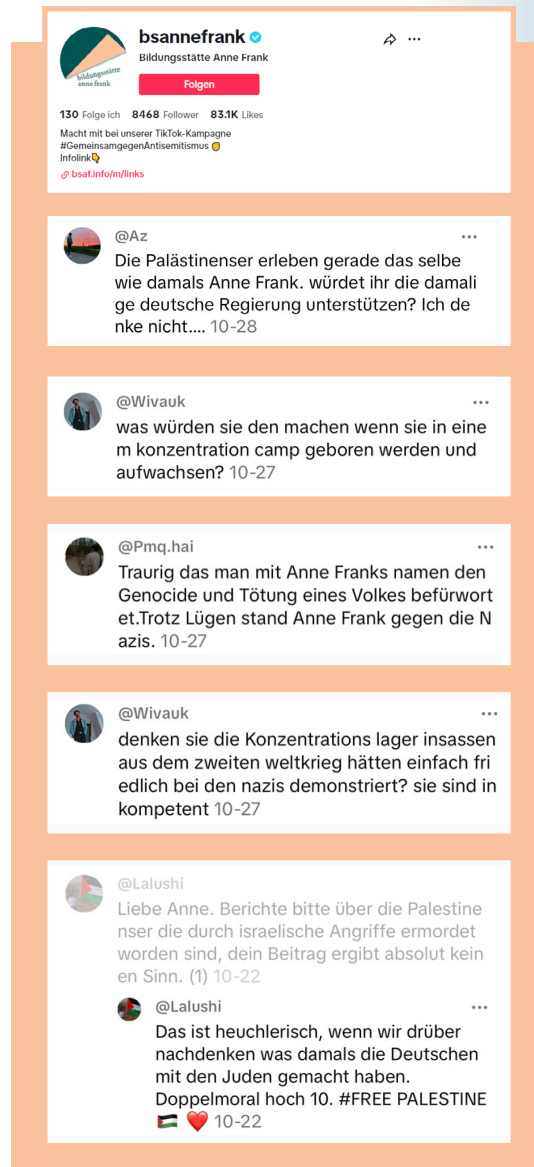
⁴¹ <https://vm.tiktok.com/ZGJom5bUq/>

- Das dritte Video heißt „Orthodoxe Juden sind die echten Juden die Palästinensern zur Seite stehen“, gezeigt wird eine Gruppe Haredim, die Israel aus religiösen Gründen ablehnen, mit Palästina-Flaggen. Der Account, der das Video verbreitet, trägt als Profilbild die Reichskriegsflagge. In den Kommentaren werden Verschwörungstheorien über die Rothschilds verbreitet. Die Trennung „echter“ oder guter Juden von anderen gehört ins Repertoire antisemitischer Sprache.⁴¹

Alle drei Videos werden mindestens indirekt genutzt, um antisemitische Hetze zu verbreiten – sogar in einem Video eines jüdischen Influencers, das sich gegen Antisemitismus richtet. Das erste Video behandelt Juden als Witzfiguren, die sich leicht aufregen können, und objektiviert sie zur Bewerbung eines Rap-Tracks. Das dritte baut sofort einen Bezug zum Nahostkonflikt auf, dämonisiert einen Teil „nicht echter“ Jüdinnen_Juden und vermittelt einseitige und hetzerische Bilder, die antisemitische Wirkungen entfalten können. In den Kommentaren aller drei Videos finden sich unzensurierte Verschwörungstheorien oder antisemitische Chiffren.

TikTok-Account der Bildungsstätte Anne Frank: Täter-Opfer-Umkehr und Instrumentalisierung von Anne Frank

Mit verschiedenen Videos haben wir in der Bildungsstätte Anne Frank seit dem 7. Oktober versucht, auf unserem Tiktok-Account über die Massaker der Hamas und die Geschehnisse im Nahostkonflikt zu informieren und aufzuklären. Auch in unseren Kommentarspalten fanden sich Beiträge mit offenem und verklausulierten Antisemitismus. Besonders beliebt und perfide: Kommentare, die unsere Namensgeberin Anne Frank für die antiisraelische Agenda instrumentalisieren.



3. Analyse: Theorizing TikTok

3.1. HERMENEUTIK DES AKTUELLEN ANTISEMITISMUS

In der aktuellen TikTok-Radikalisierung, wie wir sie beobachten, liegen mehrere völlig neue Momente.

3.1.1. Mainstreaming

Auf TikTok findet sich israelbezogener Antisemitismus völlig normalisiert wieder. Die Vermischung von journalistischer, aktivistischer und unterhaltbarer Praxis sorgt dafür, dass zahlreiche Creator*innen unter einem **latenten Positionierungsdruck** stehen. Koch- und Kosmetik-Influencer*innen werden im Kommentarbereich ihrer Beiträge genötigt, sich zum Nahostkonflikt zu verhalten, besonders von BDS-Anhänger*innen. Gleichzeitig haben es sich viele Creator*innen zur Aufgabe gemacht, ohnehin stets auch das Tagesgeschehen zu kommentieren und sich dabei Bewegungen anzuschließen. Ein Phänomen, das als „I support the current thing“ als Meme bereits parodiert wird: Von Black Lives Matter über Klimainitiativen bis hin zum Boykott von Harry-Potter-Produkten fühlt sich ein Großteil der Creator*innen genötigt, zu „supporten“, also vermeintlich unhinterfragbaren „good causes“ virtuelle Unterstützung zu signalisieren. **Der Nahostkonflikt ist dabei das „issue of the week“, er wird abgehandelt wie ein Klimareport.**

Der gleichzeitige Pointierungs- und Abgrenzungszwang, dem Influencer*innen auf TikTok aufgrund der hohen Konkurrenz unterliegen, sorgt für extreme Verkürzungen und Polarisierungen ohnehin schon unterkomplexer Darstellungen des Konflikts. **Schminkexpert*innen, die sich als Militärgeschichtler*innen aufspielen, versorgen so ein überwiegend junges Publikum mit radikal vereinfachten und feindseligen Weltbildern. Dabei wird die mangelnde Sachkompetenz nicht als Nachteil gewertet, sondern als besondere Authentizität.**

3.1.2. Manichäismus

Es dominiert eine nativistisch-pseudopostkoloniale Darstellung, in der die Palästinenser*innen als „indigene Bevölkerung“ durch ein „weißes Siedlerkolonialistisches Apartheid-Regime“ kolonialisiert und seither unterdrückt werden. Sämtliches, auch terroristisches Handeln der Palästinenser*innen

wird dabei als „Widerstand“ summiert, die theokratische Hamas als Organisation von Freiheitskämpfern gekennzeichnet. Demgegenüber stehen die bösen „Zionisten“, die keinerlei menschliche Eigenschaften mehr haben, sondern skrupellos das Land ausbeuten. Die Geschichte des Zionismus und seine Gründe – jahrhundertelange Verfolgung, Pogrome, der Holocaust – finden dabei nur am Rande statt. Auffällig ist die offensive Umwertung: Während Zionismus als von Grund auf böse dargestellt wird, NS-Vergleiche und Shoa-Relativierungen inklusive („Zio-Nazis“), werden Begriffe wie „Intifada“ oder Slogans wie „from the River to the Sea“ als „nicht so gemeint“, emanzipatorisch etc. umgemünzt.

Der **Nahostkonflikt ist dabei das Wichtigste überhaupt, er ist der Meta-Konflikt, der alles andere überschreibt.** Er überschreibt selbst die Notwendigkeit, den Planeten zu retten. Das fällt etwa an der Klimaaktivistin **Greta Thunberg** auf, die mit mehreren Postings den „Genozid“ in Gaza kritisierte. Zu keinem anderen bewaffneten Konflikt, nicht zum Ukrainekrieg oder zur Unterdrückung der Uiguren, äußerte sich Thunberg derart offensiv; sie nahm dafür auch einen Imageschaden der Klimabewegung in Kauf. Beim Nahostkonflikt auf der richtigen Seite zu sein, ist wichtiger als der Kollaps des Klimas – diese an Realitätsverlust grenzende Bedeutungsverschiebung zeigt, wie sehr nie hinterfragte antisemitische Denkmuster diese Art Positionierung informieren.

Ebenfalls auffällig ist, dass in der Verhandlung des Nahostkonflikts die Grundregeln emanzipatorischer Arbeit nicht mehr gelten: Betroffenen von Antisemitismus Glauben zu schenken und ihre Stimme zu verstärken, Tokenismus (Alibi- oder Feigenblattfunktion von einzelnen Marginalisierten in einer dominanten Gruppe) vermeiden, gewaltvolle Narrative nicht reproduzieren – der manichäische Charakter des Konflikts ist so groß, dass diese Regeln aufgehoben sind.

3.1.3. Dehumanisierung

Gut zu beobachten ist israelbezogener Antisemitismus als Umwegkommunikation: Die meisten Creator*innen achten darauf, direkten Antisemitismus zu vermeiden: Es wird nicht über Jüdinnen/Juden gesprochen, sondern über „Zionist*innen“. Gleich-

zeitig wird alles, was mit Israel und Zionismus zu tun hat, maximal entwertet, als unecht und verlogen verunglimpft. Der Staat Israel wird als „Is-not-real“ abgelehnt, als „koloniale Entität“. Auch linke Israelis werden, so sie nicht den extremsten Forderungen vom Ende Israels entsprechen, als „Marionetten“, von Zionisten bezahlt etc. dargestellt. Den „Zionisten“ wird – meist indirekt – die Kontrolle der Medien, der Wirtschaft, der Weltöffentlichkeit unterstellt; die eigene – millionenfach geteilte und mit Sponsorengeldern abgesicherte – Stimme gilt demgegenüber als marginalisiert. Die Kriegshandlungen und Sicherheitsmaßnahmen der Israelis sind stets illegitim und werden ausschließlich moralisch beschrieben, auf eine besondere Grausamkeit, Infamie und Skrupellosigkeit zurückgeführt, nicht auf politische Interessen oder Bedürfnisse.

Es ist auffällig, dass Alltag und Lebensrealität in Israel komplett ausgeblendet werden – offenbar, weil sie zu stark humanisieren könnten. Tendenziell gelten wegen des Wehrdiensts alle Israelis als Kämpfer*innen und damit Teilhaber*innen der Unterdrückung; einige Accounts rechtfertigten damit sogar das Massaker an den Besucher*innen des Supernova-Festivals.

3.1.4. Progressivistische Maskerade

Dem Phänomen des Mainstreaming kommt entgegen, dass auch ultrarechte, nationalistische und fundamentalistische Accounts progressive Rhetoriken imitieren, wenn es gegen Israel geht. Dies führt zu bizarren Konsequenzen, etwa wenn türkische Nationalisten, die den Völkermord an den Armeniern leugnen, Kurd*innen verfolgen und den Rückgewinn verlorener osmanischer Territorien erträumen, sich gegen den „Genozid“ in Gaza aussprechen oder Israels „Imperialismus“, „Kolonialismus“ und Rassismus kritisieren. Hier gelingt es zutiefst reaktionären Strömungen, durch Übernahme postkolonialer, linker oder antidiskriminatorischer Sprache in diesen Milieus Unterstützung*innen zu gewinnen.

3.2. ALARM! – DAS PROBLEM AUS SOZIOLOGISCHER PERSPEKTIVE

3.2.1. Intimisierung des Sprechens über und in TikTok

Den oben geschilderten Funktionsweisen des Mediums, seiner Nichtbeachtung in der Öffentlichkeit und seine Tendenz, menschenfeindliche Inhalte zu mainstreamen und zu visualisieren, klingt nach der perfekten Welle: **Eine Generation junger Menschen, die sich ihr Weltbild aus Videoschnipseln und Fetzen von Demagogie zusammengesetzt hat, wird bald in die Gesellschaft nachrücken, Einfluss nehmen, durch Wahlen und Abstimmungen Entscheidungen treffen.** Eine Welle, auf die die Gesellschaft schlichtweg nicht vorbereitet ist.

Die schon geschilderte „Intimität“ macht die Plattform dabei nahezu unangreifbar für Kritik. TikTok ist auf mehrere Weisen intim: Die For-you-Seite vermittelt das Gefühl, verstanden zu werden und unter einer großen Zahl von Gleichgesinnten zu sein, die die wahre Natur der Dinge durchschaut haben – im Gegensatz zu Lehrkräften, Eltern etc. Hier gibt das Medium allein schon technisch, durch seine **Anschmiegsamkeit an jugendliche Cocooning-Bedürfnisse** und noch unabhängig von allen Inhalten den Takt vor.

Gleichzeitig ist das öffentliche Sprechen über die Plattform sozial noch stark tabuisiert. Wer etwas auf TikTok sagt, hat es nicht in der „wirklichen Welt“ gesagt – zu der gelegentlich immerhin Twitter und YouTube schon gehören. Politiker*innen, Journalist*innen, aber auch Pädagog*innen bewerten Videos nicht, kritisieren nicht. So entziehen sich Influencer*innen der Öffentlichkeit, werden niemals mit den Konsequenzen ihrer Radikalisierungs narrative konfrontiert. Der Gegenwind, den sie verspüren, ist auf die Plattform selbst begrenzt – und bleibt daher selbst intim. **Während das Medium das Weltwissen einer ganzen Generation prägt, wird es öffentlich verhandelt wie ein beliebiges Handy-spiel.** Die wenigen politischen Maßnahmen, die sich auf ein Medium beziehen, das längst die Größe privater Fernsehanstalten übertrifft, werden ihrer Bedeutung nicht gerecht.

3.2.2. Radikalisierung aus dem Nichts

Für Personen, die nicht auf TikTok sind, kommt die Schulhof-Radikalisierung wie aus dem Nichts. Lehrkräfte und Pädagog*innen werden besonders mit Bezug auf den Nahostkonflikt, mit radikal verkürzten, aggressiven und scheinbar inhaltlich fundierten Positionierungen konfrontiert. Die Schüler*innen, die sie vertreten, tragen sie mit dem Selbstbewusstsein vor, das in der intimen Massenerfahrung des Mediums begründet ist: Die gefühlte „Community“ ist größer als eine Schulklasse oder eine Schule; die Positionierungen werden von Vertrauenspersonen, Creator*innen entwickelt, die als positiv, warm, unterstützend, eben „for you“ da sind – im Gegensatz zu kalten, distanzierten und oft überforderten „realen“ Bezugspersonen. **Die Mischung aus starker emotionaler Verbundenheit zu den vorgetragenen Positionen und ihrer Radikalität schafft sozialen Sprengstoff – nicht nur auf den Schulhöfen.**

Lehrkräften obliegt es dann, überhaupt erst die Positionierung nachzuvollziehen, den spezifischen Radikalisierungstunnel zu identifizieren, in dem ein*e Schüler*in sich bewegt. Hinzu kommt das mangelnde Wissen bei Lehrkräften, besonders im Nahostkonflikt. Die Zeitfenster, in denen eine Reaktion überhaupt möglich ist, sind schmal: In einer Unterrichtsstunde können nicht zweihundert Stunden hochgradig emotionalisierter und intimisierter TikTok-Indoktrinierung rückgängig gemacht werden.

Stimmen aus der Schule

Das sagen Schüler*innen

„Es ist ok israelische Kinder zu töten, was meinen Sie, wie viele palästinensische Kinder schon gestorben sind?!“

Schülerin, 14 Jahre

„Was würdet ihr tun, wenn die Flüchtlinge, die bei euch leben, plötzlich euer Land besetzen und euch wegschicken?“

Schüler, 17 Jahre

Frage an die Lehrkraft:

„Auf welcher Seite stehen Sie?“
(in ausnahmslos allen Seminaren berichten Lehrkräfte, dass ihnen diese Frage von Schüler*innen gestellt wurde)

Bei einem Rundgang in einer Ausstellung; es geht um ein Exponat aus der NS-Zeit:

„An den Nazis war ja nicht alles schlecht, die waren auch gegen Juden.“

Schüler, 16 Jahre

„Hast du gehört, dass bei der Demo für Palästina ein Junge von der Polizei erschossen wurde?“

Schülerin, 16 Jahre

„Ich kann die ganzen Krisen nicht mehr aushalten. Können wir bitte Unterricht machen?“

Schülerin 15 Jahre

„Die deutschen Medien dürfen keine israelkritischen Nachrichten formulieren. Da gibt es so einen Medienvertrag seit dem 2. Weltkrieg.“

Schüler, 11 Jahre

Beim Thema Kontinente und Himmelsrichtungen geht es um die Nachbarländer des Libanon.

Als das Wort Israel fällt sagt eine Schülerin: „Das ist eine Erfindung Amerikas.“

„Das Musikfestival wurde extra in den Gazastreifen verlegt. Das war von Israel provoziert.“

„Das Musikfestival hat es gar nicht gegeben.“

„Ich hasse dein Land. Ich hasse deine Religion.“

Schülerin, 3. Klasse zu einer jüdisch-israelischen Schülerin

„Was haben die Juden eigentlich gemacht, dass alle sie nicht mögen?“

„Die Israelis töten Kinder in Gaza. Sie halten die Palästinenser gefangen und haben ihnen das Land geklaut.“

Schüler, 3. Klasse

„Israel hat den Terrorangriff selbst geplant oder zumindest zugelassen.“

Schülerin 16 Jahre

„Ich finde es schade, wenn palästinensische Kinder sterben, aber die Juden sind egal.“

Schülerin, 11 Jahre

„Die Israelis haben angefangen. Es geschieht ihnen Recht.“

Schüler, 14 Jahre

Schüler*innen sagen der Lehrkraft:

„Wenn Sie in diesem Konflikt nicht für Palästina und gegen Israel sind, sind Sie ein schlechter Mensch.“

Schüler*innen, 6. Klasse

Grundschüler*innen der zweiten Klasse veranstalten eine Umfrage auf dem Schulhof:

„Für wen bist du: Israel oder Palästina?“

14-jähriger Schüler zur Lehrkraft:

„Wenn Sie Jüdin wären, würde ich sie sofort an Ort und Stelle abstechen, denn das verdienen Juden.“

Stimmen aus der Schule*

Was Lehrkräfte sagen

Ein Lehrer bezeichnet muslimische Schüler als Terroranhänger, da sie in der Mittagspause zum Freitagsgebet gehen wollen.

„Schüler berichten, dass sie sich in den deutschen Medien nicht mehr informieren, weil diese zu einseitig berichten würden.“

„Ich bin überfordert, fühle mich selbst manipuliert. Ich weiß selbst nicht mehr, woher ich Informationen für den Unterricht nehmen kann.“

„Alle muslimischen Schüler*innen sind auf Seiten der Hamas – da müssen wir vorsichtig sein.“

„Mir wurden antisemitische TikTok-Clips von älteren Kindern gezeigt, die der Konflikt sehr beschäftigt und eine Reaktion einfordern.“

„Kinder und Jugendliche beziehen sich im Unterricht darauf, was sie auf TikTok gesehen haben.“

* Aus der Auswertung unserer Bildungsangebote für Lehrkräfte und Schüler*innen zur aktuellen Lage (Zeitraum: 20.10. - 20.12., 25 Termine, 20 Teilnehmende – Schüler*innen: alle Schultypen in ganz Hessen, Lehrkräfte aller Schultypen, deutschlandweit)

Stimmen von Creator*innen

Das sagen Creator*innen, die sich gegen Antisemitismus auf TikTok engagieren:

„Mit Tiktok kann ich richtig gut Einblicke in jüdisches Leben geben. Aber die Plattform ist auch ein Sammelbecken für antisemitische Inhalte – seit dem 7. Oktober ist es richtig heftig geworden. TikTok muss viel mehr tun, um Videos mit offensichtlichen Falschinformationen kenntlich zu machen. Und Nutzer*innen können jüdische Creator*innen unterstützen, indem man ihnen ein bisschen die Last von den Schultern nimmt, dass sie sich bei dem Kampf in der Kommentarspalte nicht so ganz alleine fühlen. Sie könnten auch antisemitische Kommentare melden oder anzeigen.“

Rica Allam, Creatorin, spricht bei TikTok über jüdische Themen und Mutterschaft @ricaall

„Antisemitische und rassistische Parolen, Populismus, Verschwörungsmymen und Drohungen dominieren zunehmend in den Kommentarspalten. Es braucht dringend mehr gut finanzierte politische Bildungsarbeit durch Vereine, Organisationen und Redaktionen, die eine plurale, demokratische Meinungsbildung auch auf Plattformen wie TikTok ermöglichen und voranbringen. Jüdisches wie muslimisches Leben in Deutschland muss nicht nur auf der Straße, sondern auch im Internet geschützt und ihre Stimmen gehört werden. Überlassen wir die sozialen Netzwerke also nicht den Hasspredigern und Populisten, sondern fördern wir gemeinsam den Austausch für ein demokratisches Miteinander!“

Leonie Schöler, Historikerin, Journalistin, Moderatorin und Creator*in @heyleonie #LernenMitTikTok

„Seit dem grausamen Angriff vom 7. Oktober ist die Menge an antisemitischen Narrativen auf TikTok exponentiell gestiegen. Statt Solidarisierung mit den Opfern findet man massenhaft Videos mit antisemitischen Verschwörungstheorien bis zu Sympathisierbekundungen mit der Hamas. Es kann nicht sein, dass eine so relevante Plattform wie TikTok dominiert wird von solch einseitigen Narrativen, dass sogar Creator*innen sich nicht mehr trauen, einordnende Videos zu machen und darüber aufzuklären! Es gibt wenig Unterstützung für Creator*innen und Gegenangebote auf der Plattform, was dazu führt, dass die Menschen, die bereits auf dieser Plattform Information konsumieren, mit den Desinformationen alleingelassen werden.“

Rafid Kabir, Creator @itsruffydj

4. Handlungsoptionen

4.1. VORBEMERKUNG

Aus dem oben Gesagten ergeben sich manifeste Handlungsbedarfe. So wenig die klassischen Mittel politischer Bildung geeignet erscheinen, der sich anbahnenden Radikalisierungskatastrophe entgegen zu treten, so sehr muss sie dennoch bemüht sein, diese auszureizen – während sie sich gleichzeitig den Herausforderungen der Zukunft stellt. Es geht um nichts weniger als ein neues post-digitales Bildungsparadigma, das dort investieren muss, wo „Bildung“ bereits als Massengeschäft von kaum dafür qualifizierten Influencer*innen, Fake-News-Schleudern und Demagog*innen betrieben wird.

4.2. WISSEN IN DIE GESELLSCHAFT STREUEN

Es genügt nicht, die beschriebenen Bedarfe in Gutachten und internen Rundschreiben gewissermaßen betriebsintern zu halten. Es geht um Grundwissen zu Radikalisierungsgefahren auf Sozialen Medien, die gesamtgesellschaftlich eingeübt werden müssen – vielleicht nur vergleichbar den HIV-Aufklärungskampagnen der 90er oder der Antirauchkampagnen der 10er Jahre. Es darf schlechterdings keine Institution geben, die nicht über algorithmische Radikalisierung informiert ist und dementsprechend handelt – gerade im Hinblick auf junge Menschen. Alle Teilnehmenden des Bildungssystems müssen daran beteiligt sein, Bewusstsein zu schaffen und zu sensibilisieren – und dies nicht als reines Faktenwissen, sondern als ständiger Prozess des Selbsthinterfragens (woher kommt meine Meinung, wem folge ich etc.) Aber auch Presse und Öffentlichkeit sind gefragt. So lächerlich manches erscheint, was auf TikTok passiert: Es hat handfeste Konsequenzen, bringt Menschen in Gefahr. Diese Phänomene als unwür-

dig zu übergehen heißt, Menschen dieser Gefahr schutzlos auszuliefern – besonders marginalisierte Menschen. Es sind nicht länger Parteitage oder Stammtische, an denen sich demokratie- und menschenfeindliches Gedankengut aktualisiert. Will die Presse ihrer Funktion als Vierter Gewalt und Wächter*in der Demokratie nachkommen, muss sie über TikTok sprechen, Öffentlichkeit herstellen – auch innerhalb des Mediums selbst.

B. Medienkompetenz stärken

Diese Aufklärungskampagne kann lediglich den Warnschuss setzen. Die Tendenz des Mediums, seine eigene Kritik aufzufangen, wie auch die technologischen Innovationen, die das Medium auf noch unvorhersehbare Weise weiterentwickeln werden, würde eine einmalige Kampagne zu einem Tropfen auf dem heißen Stein degradieren.

Es scheint eine in den 90ern vergessene Forderung zu sein, die von der x-ten digitalen Revolution überholt wurde, doch ändert es nichts an ihrer Dringlichkeit: Medienkompetenz muss Schulfach werden. Einerseits im Sinne eines „Internetführerscheins“, andererseits als konsequente, kontinuierliche Auseinandersetzung mit Manipulationstechniken, Fake-News-Trends etc., die tagesaktuell diskutiert werden müssen. **Es zeigt sich immer wieder, dass wir Demokratiebildung nicht mehr getrennt von Medienbildung behandeln dürfen, beides gehört untrennbar zusammen.** Technische Kompetenzen

wie die Prüfung von Verifizierungen, des Austestens der eigenen Bubbles, des Hinterfragens des Algorithmus müssen ergänzt werden um solche zur Funktionsweise politischer Rhetorik und zur Einflussnahme in digitalen Räumen.

So sollten Schüler*innen beispielsweise lernen abzuschätzen, ob eine Person einen Hasskommentar verfasst hat oder wie eine Aussage gemeint ist – und zwar unter Anleitung ausgebildeter Medienpädagogik*innen. Einen Kommentar mit dem übrigen Content einer Person abzugleichen, mag Medienprofis eine Selbstverständlichkeit sein – allein die Zahl jährlich gemeldeter Internet-Betrugsfälle zeigt aber, wie wenig die digitale „Alphabetisierung“ vorangeschritten ist.

4.3. BEST PRACTICE AUS DER BILDUNGSSTÄTTE ANNE FRANK

Die Bildungsstätte Anne Frank gehört zu den Vorreiter*innen eines antisemitismuskritischen Umgangs mit dem Medium: Mit einem von der Stiftung Einnerung, Verantwortung, Zukunft (evz) geförderten Projekt und der Arbeitsgruppe „Safer TikTok“ ging sie in sorgfältig angelegten Panels

mit betroffenen Jugendlichen, jungen Erwachsenen und Expert*innen in den Austausch. Gemeinsam identifizierten sie die größten Herausforderungen auf der Plattform und erarbeiteten Best Practices für den Umgang damit, die im Winter 2022/2023 als E-Book veröffentlicht wurden.⁴² Auch schult die Bildungsstätte seit 2021 interessierte Creator*innen mit Hintergrundwissen und Handlungsempfehlungen.

Mit der Awareness-Kampagne #GemeinsamgegenAntisemitismus richtete sich der Fokus vor allem auf antisemitische Äußerungsformen, die nicht sofort als solche erkennbar sind und sich hinter Codes und Verschwörungstheorien verstecken. Zusammen mit sechs reichweitenstarken Creator*innen startete die Bildungsstätte die zweimonatige Kampagne, die auf TikTok und darüber hinaus ein Gegengewicht gegen Hatespeech setzen sollte. Im Schulterchluss mit den sechs Creator*innen sensibilisierte die Einrichtung für das Thema, zeigte klare Kante und ermutigte Nutzer*innen, Antisemitismus auf der Plattform nicht einfach zu ignorieren, sondern zu melden. Unter den sechs Creator*innen waren solche, die selbst von Antisemitismus betroffen sind, aber auch solche mit anderen Diskriminierungsmerkmalen, die sich solidarisch zeigen.

Besonders geht es uns auch darum, Lehrkräfte anzusprechen: Aus den Erfahrungen der eigenen TikTok-Workshops weiß die Bildungsstätte, dass Lehrkräfte von dem Medium überfordert sind. Dabei genügt es aus unserer pädagogischer Erfahrung zunächst Jugendlichen Definitionen von Hatespeech an die Hand zu geben, ihnen die Melde-Tools der App zu zeigen, ihnen die Bedeutung von Counterspeech, also aktiver Gegenrede, zu erklären und sie auf Beratungs- und Meldestellen hinzuweisen. Lehrkräfte müssen dafür nicht selbst auf TikTok sein, aber sie müssen dafür ein Bewusstsein haben, dieses den Schüler*innen vermitteln und ihnen die Bedeutung von Counterspeech darlegen – und die Rolle von Antisemitismus als gesamtgesellschaftliches Problem.

5. Forderungen an Politik und Gesellschaft

Die klassischen Institutionen der liberalen Demokratie sind nicht nur auf TikTok unverhältnismäßig abwesend, sie gestalten das Medium und die Meinungsbildung nicht hinreichend mit – sie behandeln TikTok auch kaum als Gegenstand des öffentlichen Interesses. Beides muss sich ändern, sollen die Fundamente der liberalen Demokratie im Zeitalter globaler Krisen und Konflikte nicht vollends erodiert werden.

Das gilt insgesamt für alles, was sich „im Internet“ abspielt: Soziale Netzwerke erfüllen längst nicht mehr einen bestimmten Zweck. Sogar das Business-Network LinkedIn, das ursprünglich sehr eng gefasst zur beruflichen Vernetzung gegründet wurde, hat sich inzwischen zu einem Ort entwickelt, in dem auch politische Meinungsbildung stattfindet und Debatten geführt werden. Ähnliches gilt für Gaming-Plattformen wie Twitch, Steam oder Discord.

A. Politische Bildung und Medienbildung in der Schule

Medienbildung und politische Bildung haben seit jeher einen schweren Stand in schulischen Curricula. Schon vor Ankunft der Sozialen Medien fanden sich beide nur vereinzelt auf Lehrplänen, als Randnotizen der Fächer Deutsch und Geschichte. Schüler*innen und junge Menschen brauchen aber ein medienpädagogisches Angebot, das ihnen erlaubt, die Funktionsweise von TikTok, Fake News, Radikalisierung und Antisemitismus zu verstehen. Es hilft nichts, wenn im Deutschunterricht teilweise noch der kritische Umgang mit Boulevardzeitungen eingeübt wird, einem Medium, das die meisten Schüler*innen längst nicht mehr nutzen.

Die Notwendigkeit, in Medienbildung und politische Bildung zu investieren, sie zusammen zu denken und als Lerninhalt zu verstetigen, ist angesichts der Propaganda-Investitionen politischer Extremist*innen so evident wie nie. Die rhetorisch-ästhetische Funktionsweise politischer Netzinhalte muss dabei ebenso thematisiert werden wie die

sozialpsychologischen Bedürfnisstrukturen, in denen sie verfängt. Medienbildung darf nicht allein technisch sein, sondern muss immer politisch gedacht werden: Welche stilistischen und argumentativen Mittel setzen meine Lieblingsinfluencer*innen ein, und an welche Einstellungen appellieren sie? Wie genau nehmen sie es mit der Wahrheit, und wie kann ich ihre Behauptungen überprüfen? Warum möchte ich gewisse Botschaften hören, und warum emotionalisieren mich widersprüchliche Informationen derart stark? Die Schule muss helfen, hier für alle Schüler*innen einen Bezugsrahmen zu setzen.

Dabei darf dieser Unterricht die genannten Phänomene nicht abstrakt verhandeln, sondern sollte direkt an den „Tatort“ gehen. Ein Beispiel dafür sind „Serious Games“, die aktiv Social-Media-Umgebungen nachahmen und eine Klassengemeinschaft zur Debatte von Netzphänomenen anregen. Das preisgekrönte Lernspiel „Hidden Codes“ der Bildungsstätte Anne Frank, das seit mehreren Jahren erfolgreich im Unterricht eingesetzt wird, ist so eine Lernumgebung.⁴³

⁴³ <https://www.fr.de/frankfurt/workshop-in-frankfurt-das-netz-nicht-dem-hass-ueberlassen-92694511.html>

⁴⁴ <https://www.bs-anne-frank.de/ueber-uns/projekte/hidden-codes-digitales-lernspiel-zur-radikalisierungspraevention>

⁴⁵ <https://www.bs-anne-frank.de/ueber-uns/projekte/identitaeten-ver-lernen>

⁴⁶ <https://www.bs-anne-frank.de/ueber-uns/projekte/stop-right-here>

⁴⁷ <https://www.bs-anne-frank.de/mediathek/kampagnen/unsere-tiktok-kampagne-gemeinsamgegenantisemitismus>

Gleichzeitig darf diese Art Unterricht nicht frontal und belehrend ablaufen – oft genug verfügen Lehrkräfte auch nicht über die notwendigen Kompetenzen, glaubwürdig über TikTok und entsprechende Prozesse zu sprechen. Unterrichtsinhalte müssen partizipativ sein, die oft isolierende und vereinzelt Nutzungserfahrung, das Ausgeliefertsein an die Zwangsintimität des Mediums muss zugunsten einer gemeinsamen, im Klassenkollektiv gemachten Empowerment-Erfahrung durchbrochen werden.

Es muss daneben Möglichkeiten für junge, netzaffine Menschen geben, Austauschräume und Peer-Orientierung in der Diskussion politischer Diskurse zu finden – alternierend zu Unterrichtsinhalten. Als Modellprojekt in diesem Bereich hat die Bildungsstätte Anne Frank seit 2023 eine Winter School eingeführt: Über fünf Tage hinweg können junge Politinteressierte selbstständig identitätspolitische Spannungsfelder ausloten, über komplizierte Themen wie Intersektionalität diskutieren und die drängenden Debatten unserer Zeit weiterführen – orientiert an ihren Lebenswelten und ihrem (digitalen) Alltag.^{44 45}

B. Gesamtgesellschaftlicher Bildungsauftrag

Der Bildungsauftrag richtet sich nicht nur an Schüler*innen – die erwiesenen Defizite in nahezu allen klassischen demokratischen Institutionen müssen so schnell wie möglich ausgeglichen werden. Ein elitäres Darüberstehen und das Verharren in Kommunikationsstrategien der 90er und Nullerjahre wird in wenigen Jahren zum kompletten Bedeutungs- und Einflussverlust solcher Einrichtungen führen. Die Art und Weise, wie sich in Medien wie TikTok Öffentlichkeit konstituiert, mag erschrecken oder verwirren – sie zu verstehen und sie aktiv zu gestalten, ist für die Zukunft aber überlebenswichtig.

Das Lernen über Social Media muss dabei selbst gestalterisch sein, muss, „learning by doing“, mit der aktiven Gestaltung des Mediums einhergehen. Alle demokratischen zivilgesellschaftlichen Akteur*innen müssen sich bilden, indem sie Bildungs- und Interventionscontent für das Medium erschaffen. Zur Gestaltung des Mediums gehört auch seine negative Bearbeitung: Durch Monitoring und Reporting demokratiefeindlicher Inhalte, ihre Markierung, interne und externe Diskussion, durch Produktion von Counterspeech und Outcalling auf den Plattformen, auf denen sie gefeatured werden.

Vor allem braucht es höherwertige Inhalte von anerkannten Bildungsträger*innen: Die gesamte Zivilgesellschaft und sämtliche Bildungsträger*innen dürfen an TikTok nicht länger peinlich berührt vorbeigehen. Ohne wertvolle, seriöse Inhalte wird Populist*innen jedweder Couleur das Feld überlassen. Bund und Länder müssen Bildungsträger*innen dafür Ressourcen zur Verfügung stellen.

C. Influencer*innen schulen

Von belächelten Jugendlichen hin zu politischen Meinungsmacher*innen – in der neuen postdigi-

talen Demokratie kommt man an Influencer*innen nicht vorbei. Zivilgesellschaftliche Akteur*innen müssen dabei von ihrem hohen Ross herunterkommen und Influencer*innen als das ansehen, was sie sind: Vertrauenspersonen von Jugendlichen, oft erste und einzige Quelle von Nachrichten und politischen Einordnungen. Influencer*innen sind auch deshalb so entscheidend, weil sie glaubwürdig in ihren Communities informieren können und so auch zentrale Multiplikator*innen für jene Gruppen sind, die durch politische Bildung bislang noch zu wenig erreicht werden. Dabei muss eine konfliktvolle Gegenüberstellung von Influencer*innen und „echter“ politischer Bildung vermieden werden; auch müssen zivilgesellschaftliche Organisationen nicht zwanghaft versuchen, ihre je hauseigenen Influencer*innen zu produzieren.

Unserer Erfahrung nach sind viele Influencer*innen sehr interessiert daran, die Erwartungen, die ihr Publikum in Sachen politischer Einordnung an sie stellt, auch zu erfüllen. Influencer*innen wollen hochwertiges, niedrigschwelliges Informationsmaterial, um aktuelle Debatten einschätzen und sich glaubwürdig positionieren zu können. Dabei können – und sollten – ihnen zivilgesellschaftliche Akteur*innen helfen. Angebote zur Aufklärung, Schulung, Sensibilisierung und Orientierung für Influencer*innen sind ein wichtiges künftiges Tool der politischen Bildung. Demokratieschutz findet im Netz statt – Creator*innen und Influencer*innen sind wichtige Akteur*innen, um demokratische Werte zu promoten und Antisemitismus, Rassismus und andere Formen der Menschenfeindlichkeit zu bekämpfen. Es gilt, sie dabei zu unterstützen, der Wucht, mit der antidemokratische, rechtsextreme und islamistische Accounts die Plattformen fluten, mit aufklärerischem Content zu entgegenen.

Hochwertige Inhalte können etwa auf Basis einer Wasserloch-Strategie angeboten werden. Im Rahmen unseres Projekts „Stop Right Here“ zum Umgang mit Verschwörungstheorien im Netz stellen wir den Administrator*innen teilöffentlicher Räume, z.B. Facebook-Gruppen, einen digitalen Werkzeugkoffer zur Verfügung, der es erlaubt, Verschwörungstheorien in der eigenen Gruppe zu erkennen und wirksam zu bekämpfen.⁴⁶ Influencer*innen können selbst entscheiden, welche der angebotenen Strategien sie für richtig halten. Gleichzeitig hat die Auswahl der Strategien einen edukativen Effekt, da die Seite typische Funktions- und Wirkungsmechanismen von Verschwörungstheorien en passant erklärt.

Unser Kampagne gegen Antisemitismus auf TikTok⁴⁷ bezog Influencer*innen auf gleich mehreren Ebenen mit ein: als Expert*innen in eigener Sache, als Lernende, als gleichberechtigt Beteiligte bei der Entwicklung von Counterspeech-Formaten, als engagierte Träger*innen und Multiplikator*innen von Kampagneninhalten. Zivilgesellschaftliche Akteur*innen sind gut beraten, im Rahmen solcher Projekte eine Art Akademie-Atmosphäre herzustellen, in

denen das Wissen und die bisherigen Positionierungen von Influencer*innen nicht abgewertet, sondern als Quelle wechselseitigen Lernens verstanden wird.

D. Digital Streetwork

Sozialarbeit und Streetwork findet nicht mehr nur auf der Straße statt, sondern auch im Netz. TikTok-Kommentarbereiche ersetzen vielfach den Jugendclub, öffentlich ausgetragene Auseinandersetzungen über "Duette" politisieren Jugendliche schneller und emotionaler als die klassische Radikalisierungsversuche auf dem Pausenhof ("Schulhof-CD"). Politik und Zivilgesellschaft müssen in diesen Bereich massiv investieren – im edukativen Sinn, im sozialarbeiterischen Sinn und auch wiederum im Bereich Monitoring und Reporting. Jugendsozialarbeiter*innen müssen auf TikTok eine mindestens gleichrangige Präsenz wie im realen Leben aufbauen, müssen ansprechbar sein, aber auch aufsuchend tätig werden.

Digital Streetwork kann aber auch automatisiert und KI-gesteuert stattfinden. Schon jetzt arbeiten Forscher*innen an Algorithmen, die hasserfüllte und menschenverachtende Inhalte selbsttätig erkennen und entsprechende Meldesysteme aktivieren. Auch Investitionen in diesen Bereich halten wir für sinnvoll und geboten.

E. Tech-Konzerne in die Pflicht nehmen!

Schon seit frühen Facebook-Tagen sind Inhalt und Ausmaß verlegerischer Pflichten, die die Betreiber*innen von Social-Media-Plattformen haben, Gegenstand erbitterter Debatten. Hier hat sich in unseren Augen ein entschlossener, fordernder Auftritt politischer Akteur*innen bewährt. Konzerne, die politische Kommunikation und Meinungsbildung monopolisieren und mit Profitabsicht kommerzialisieren, müssen sich scharfe Kontrollen und Auflagen gefallen lassen, die Erhalt und Ausbau demokratisch-rechtsstaatlicher Strukturen dienen. Augenfällig ist besonders die europäische Gesetzgebung hier besonders wirksam, aber auch anfällig: Die EU muss geschlossen mit Forderungen gegenüber den Tech-Konzernen auftreten und Lobby-Interessen zurückweisen.

Die Zeit der freiwilligen Selbstkontrolle und der unverbindlichen Erklärungen ist dabei endgültig vorbei. Tech-Konzerne müssen eine gemeinsame, noch zu entwickelnde Verpflichtung im Kampf gegen Antisemitismus, Rassismus und Demokratiefeindlichkeit unterzeichnen und in regelmäßigen, auch unangekündigten Audits ihr Engagement in diesem Bereich darlegen. Und auch ihre Kompetenz: Alle inhaltlich an Social Media beteiligten Entwickler*innen müssen für Ideologien der Ungleichwertigkeit, aber auch über Funktion und Wirkung von Fake News, Desinformation und Verschwörungstheorien sensibilisiert werden. Ihre Kompetenzen und ihre kontinuierliche Fort- und Weiterbildung in diesem Bereich müssen ebenfalls Gegenstand solcher Audits werden. Der gesamte Entwicklungsprozess von Social-Media-Produkten

muss konsequent intersektional gedacht werden – die Teilhabe von Diskriminierungs-betroffenen trägt erwiesenermaßen dazu bei, sie für diese Gruppen weniger gefährlich zu gestalten.

Was die aktiven Maßnahmen gegen Hatespeech angeht, muss TikTok konsequent in die Pflicht genommen werden. Die Plattform darf nicht einfach nur reaktiv Falschinformationen oder Hassrede löschen. So sie überhaupt gelöscht werden, haben sie sich zwischenzeitlich hundertfach verbreitet, der Schaden ist angerichtet. Plattformen wie TikTok müssen einem journalistischen Anspruch unterworfen werden und für Falschinformationen, Aufhetzen etc. konsequent spürbare straf- und zivilrechtliche Folgen tragen. Es ist wichtig, dass sich juristische Mittel v.a. gegen das Unternehmen selbst richten – die Verfolgung einzelner problematischer Nutzer*innen ist zwar auch geboten, ist aber tendenziell ein Fass ohne Boden und bleibt nach unserer Beobachtung ohne abschreckende Wirkung. Schmerzhaft Sanktionen für Social-Media-Unternehmen sind das einzige Mittel, diese zur Wahrung ihrer verlegerischen und journalistischen Sorgfaltspflichten zu zwingen. Der reaktiven Arbeitsweise vorbeugend, muss TikTok in den Bereichen Antisemitismus und Verschwörungstheorien geschulte Mitarbeitende einstellen, die diese Themen auf eigene Faust behandeln und die Plattform entsprechend in der Fläche moderieren – aktiv, präventiv und informiert. Das Unternehmen verlässt sich derzeit weitgehend auf AI-Zensur, die mit einfachsten Mitteln ausgetrickst werden kann – und oft genug antisemitismuskritische Inhalte blockiert, shadowbanned oder löscht.

Dazu muss vor allem die Aufmerksamkeit auf Praktiken von Tiktok als Unternehmen erhöht werden – der Konzern ist offenkundig bemüht, als "sicher" wahrgenommen zu werden, und hat die Melde- und Kontrollfunktionen auf öffentlichen Druck hin verstärkt. Es geht also darum, diesen öffentlichen und politischen Druck dauerhaft aufrechtzuerhalten. Das Netz-DG wie auch der Digital Service Act können dabei nur erste Schritte sein: Beide wirken nur punktuell und lassen dem Unternehmen erhebliche Interpretationsspielräume.

Die Bildungsstätte Anne Frank mit Sitz in Frankfurt/Main ist bundesweit aktiv, um Jugendliche und Erwachsene über Antisemitismus, Rassismus und verschiedene Formen der Menschenfeindlichkeit aufzuklären – und sie für die aktive Teilhabe an einer offenen, demokratischen Gesellschaft zu stärken. Wir orientieren uns an Anne Franks Wunsch nach einer Welt ohne Hass und Gewalt und der humanistischen Botschaft ihres weltberühmten Tagebuchs.

Als Teil des vom Bundesfamilienministerium geförderten „Kompetenznetzwerk Antisemitismus“ (Kompas) gehört die Bildungsstätte Anne Frank zu den fünf bundesweit tätigen Organisationen mit langjähriger Erfahrung in der Antisemitismusprävention, der antisemitismuskritischen (digitalen) Bildungsarbeit und der Beratung von Betroffenen sowie der Dokumentation und Analyse antisemitischer Vorfälle. Im Rahmen des „Aktionsplan Rechtsextremismus“ des Bundesinnenministeriums entwickelt die Bildungsstätte digitale Angebote der Radikalisierungsprävention im Zusammenhang mit Verschwörungsideologien.

Schulen, Vereine und Verbände, Behörden, Unternehmen und Ausbildungsbetriebe, Museen und Kultureinrichtungen erhalten bei uns Begleitung und Unterstützung im Umgang mit rechten Ideologien, Radikalisierung und Diskriminierung – in Workshops, Fortbildungen und unserer Dauerausstellung, dem interaktiven Lernlabor „Anne Frank. Morgen mehr“.

Mit innovativen (digitalen) Konzepten, unserer Präsenz auf diversen Social Media-Plattformen, Fachkonferenzen, Publikationen und kulturellen Events erreicht die Bildungsstätte Anne Frank ein breites und vielfältiges Publikum, vernetzt Akteur*innen aus Wissenschaft und Bildungs-Praxis, verschiedene Gruppen und Communities und bringt sie miteinander ins Gespräch.

Gefördert vom



im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie **leben!**



IMPRESSUM

Herausgeber*innen:
Eva Berendsen, Dr. Deborah Schnabel

Gestaltung & Lektorat:
lilazwei GmbH, lilazwei.de

© Bildungsstätte Anne Frank 2024
Hansaallee 150, 60320 Frankfurt
bs-anne-frank.de

Die Veröffentlichung stellt keine
Meinungsäußerung des BMFSFJ oder des
BAFzA dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die
Autorinnen und Autoren die Verantwortung.

