



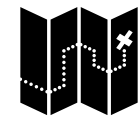
Handout zum Vortrag vom 06.06.2024

**Medienbildung trifft auf auf TikTok: Wie über
Demokratiefeindlichkeit auf TikTok sprechen?**

*Landesfachverband Medienbildung Brandenburg.
Erstellt von Charlotte Lohmann*



Unsere TikTok Projekte



Unsere Ansätze in der Medienbildung



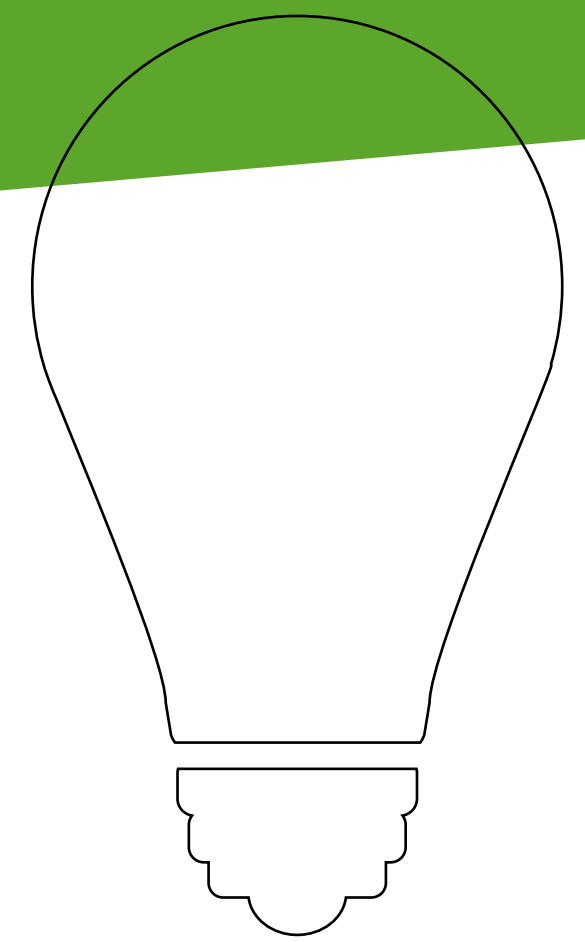
Was geht eigentlich auf TikTok?



Input zu Desinformation.



Handlungsempfehlungen & Tipps für demokratische Medienbildung.



„Noch eine Plattform!?!“
Medienbildung trifft auf TikTok.

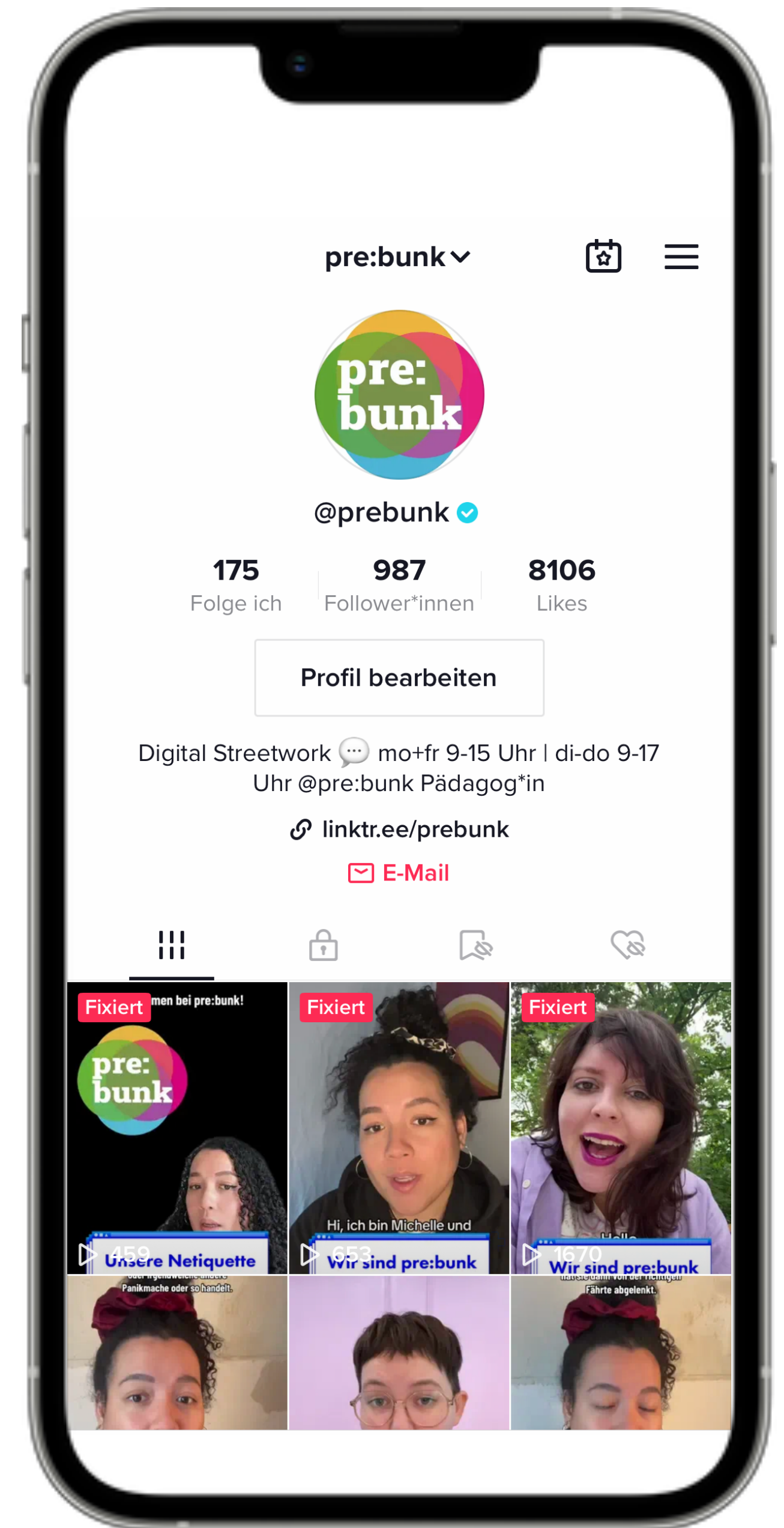
@demo:create

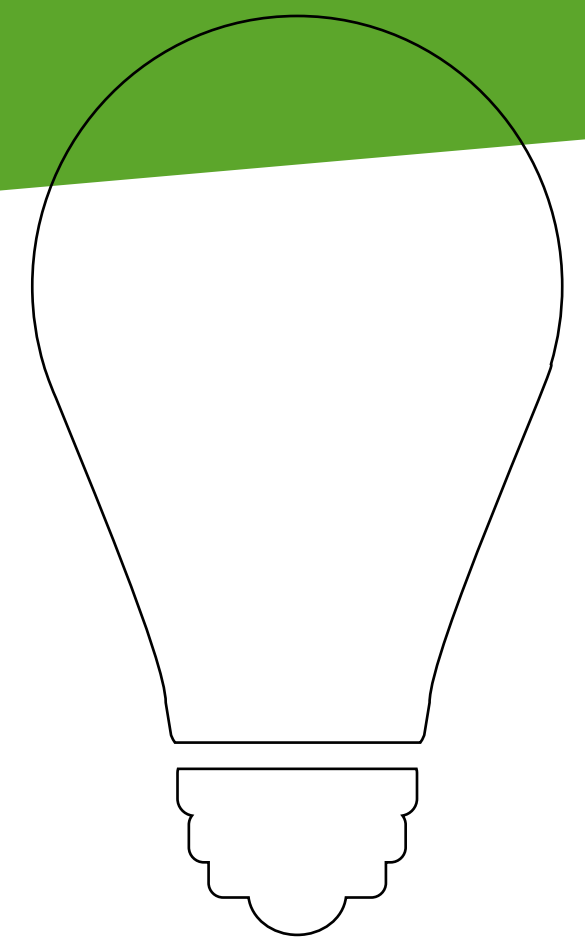
- **Medienbildung trifft auf TikTok:** Das Projekt demo:create bietet ein audiovisuelles Format der politischen Bildung auf TikTok an.
- **Aufklärung über antidemokratische Inhalte:** TikTok-Videos werden genutzt, um über antidemokratische Inhalte aufzuklären.
- Im Fokus von **Demo:create** steht die **demokratische Medienbildung**.
- **Demo:create** entwickelt ein medienpädagogische Bildungsmaterial, um TikTok überall dort zum Thema zu machen, wo es relevant ist. (geplante: Veröffentlichung im September 2024) Themen: [Mediennutzung, Hate Speech, Desinformation und Digitale Zivilcourage]
- **Workshops und Plattformarbeit:** Das Projekt zielt darauf ab, Jugendliche in Workshops und auf der Plattform durch Content über antidemokratische Inhalte auf TikTok zu sensibilisieren.
- **Bundesweite Workshops:** Workshops werden in Kooperation mit unserem Netzwerk freiberuflicher Trainer*innen mit TikTok-Expertise im gesamten Bundesgebiet angeboten.
- **Ansprache:** One-to-Many Ansprachen werden genutzt (TikTok Videos).



@prebunk

- **Medienbildung trifft auf TikTok:** Das Projekt prebunk bietet ein audiovisuelles Format der politischen Bildung auf TikTok an.
- **Aufklärung über Desinformation:** Die audiovisuellen Inhalte sollen mit praktischen Tipps und Erklärvideos, die Informations- und Wissensvermittlungskompetenzen junger Menschen stärken.
- **Projektziel:** Das Ziel ist TikTok als pädagogischen Interventionsraum zu erschließen und Ansätze digitaler Radikalisierungsprävention und die Handlungsoptionen im Umgang mit Hate Speech weiterzuentwickeln.
- **Ansprache:** Sowohl One-to-One (**Digital Streetwork**) als auch One-to-Many Ansprachen werden genutzt (TikTok Videos).





**Wie und warum eine medienbildnerische
Präsenz auf TikTok zeigen?**

Unsere Ansätze.

Demokratische Medienbildung als Grundlage:

- **Eine demokratische Medienkompetenz** ist die Verbindung von demokratischer und digitaler Bildung.
- **Es braucht:** Ein stabiles Wertegerüst, Informationskompetenz, Medienethik und politische Bildung, um gesellschaftlichen Zusammenhalt im digitalen Raum zu fördern.
- **Es ist wichtig**, dass alle lernen, sich in der digitalen Welt engagiert zu bewegen und Haltung zu zeigen, wobei besonders die pädagogische Praxis gefragt ist, um Kinder und Jugendliche, aber auch Pädagog*innen & Erwachsene angemessen zu begleiten und zu unterstützen (begleiteter Medienkonsum). → Medienkompetenzbildung muss als intergenerationale Kompetenzaufgabe begriffen werden.
- **Demokratische Medienkompetenz** ist notwendig, um sich im Universum der immer neu entstehenden Begriffe, Plattformen und Schlagwörter auszukennen, um aktiv mitzureden statt nur zuzuschauen und einen begleiteten Medienkonsum zu fördern.
- Unsere Publikation dazu: Von Algorithmus bis Zivilcourage - Das Lexikon für demokratische Medienkompetenz



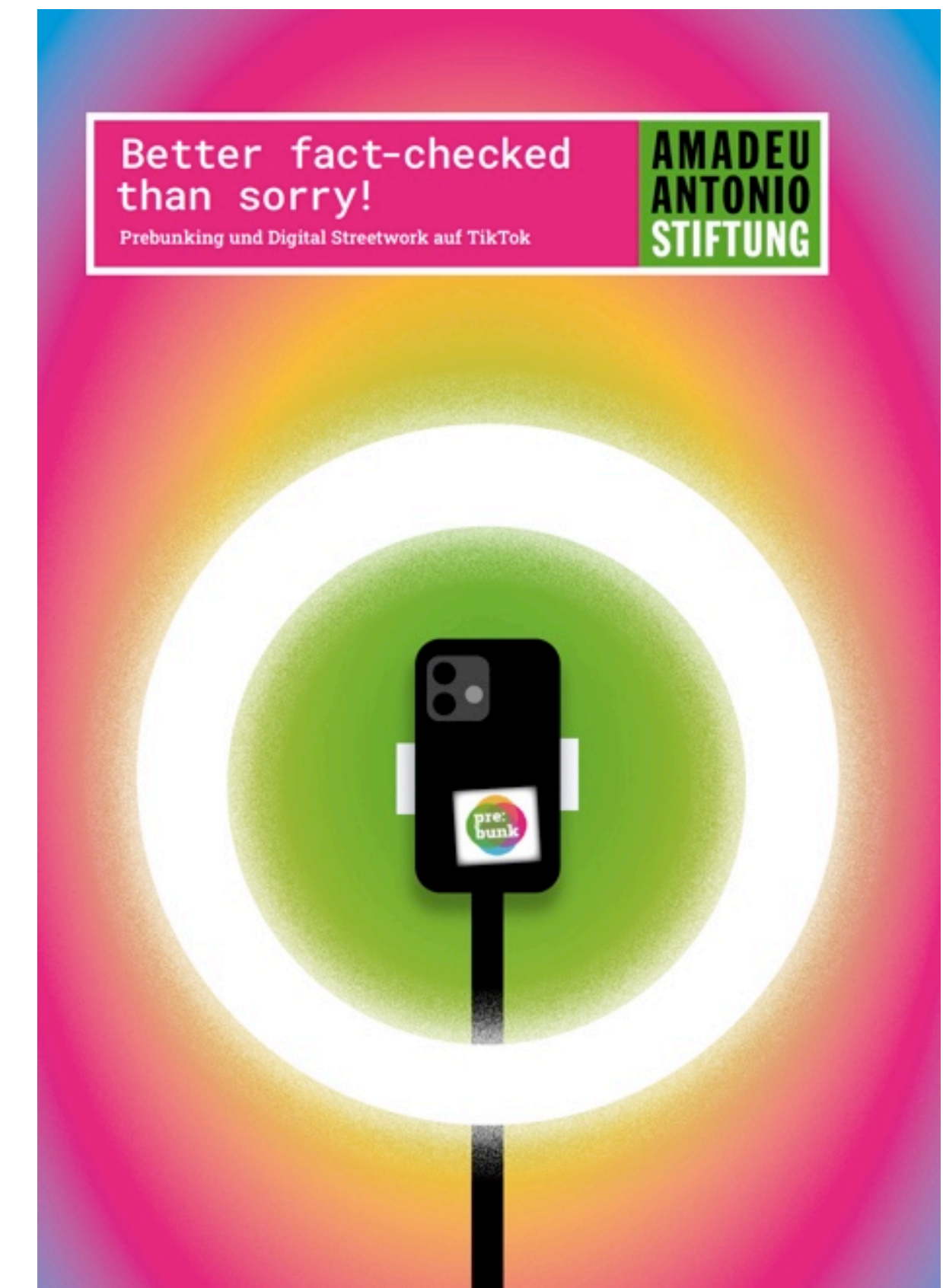
Warum braucht es demokratische Medienbildung?

- **Nahezu jedem Menschen**, der sich im digitalen Raum bewegt, begegnet dort auch Diskriminierung, Hasskommentare, Desinformation Verschwörungserzählungen - vielen tagtäglich: Laut der Forsa-Studie der Medienanstalt NRW 2023, haben 76% der Menschen Hass im Internet wahrgenommen.
- **Besonders junge Menschen** sind stark von Hate Speech betroffen, denn nur 8% der 14 - 22 Jährigen geben an noch keine Hasskommentare gesehen zu haben. → Deutlich werden altersspezifische Unterschiede bei der Wahrnehmung: Je jünger die Befragten sind, desto mehr Hassrede nehmen sie wahr.
- **Hate Speech & Dangerous Speech** basieren auf gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit, führen Macht- und diskriminierende Strukturen der Gesellschaft fort und verstärken diese, was bedeutet, dass nicht alle Menschen gleichermaßen betroffen sind.
- **Anti-Diskriminierungsarbeit** muss als Bildungsziel in der demokratischen Medienbildung verankert werden, um für diskriminierende- und Machtstrukturen sowie Mechanismen von Diskriminierung in Online- und Offline-Räumen zu sensibilisieren.
- **Alle Formen von Demokratiefeindlichkeit** im digitalen Raum müssen thematisiert und es muss ihr bedrohliches und gefährliches Potenzial für digitale und analoge Räume sowie für die Gesellschaft benannt werden
- **Desinformation und Verschwörungserzählungen** verbreiten Lügen und erzählen immer wieder negative Geschichten; dabei nutzen sie Vorurteile, negative Zuschreibungen und abwertende Klischees, um aus bestimmten Personengruppen ein Feindbild zu konstruieren. → Das führt zu mehr Hate Speech, digitaler Gewalt und zu Gewalt in analogen Räumen.



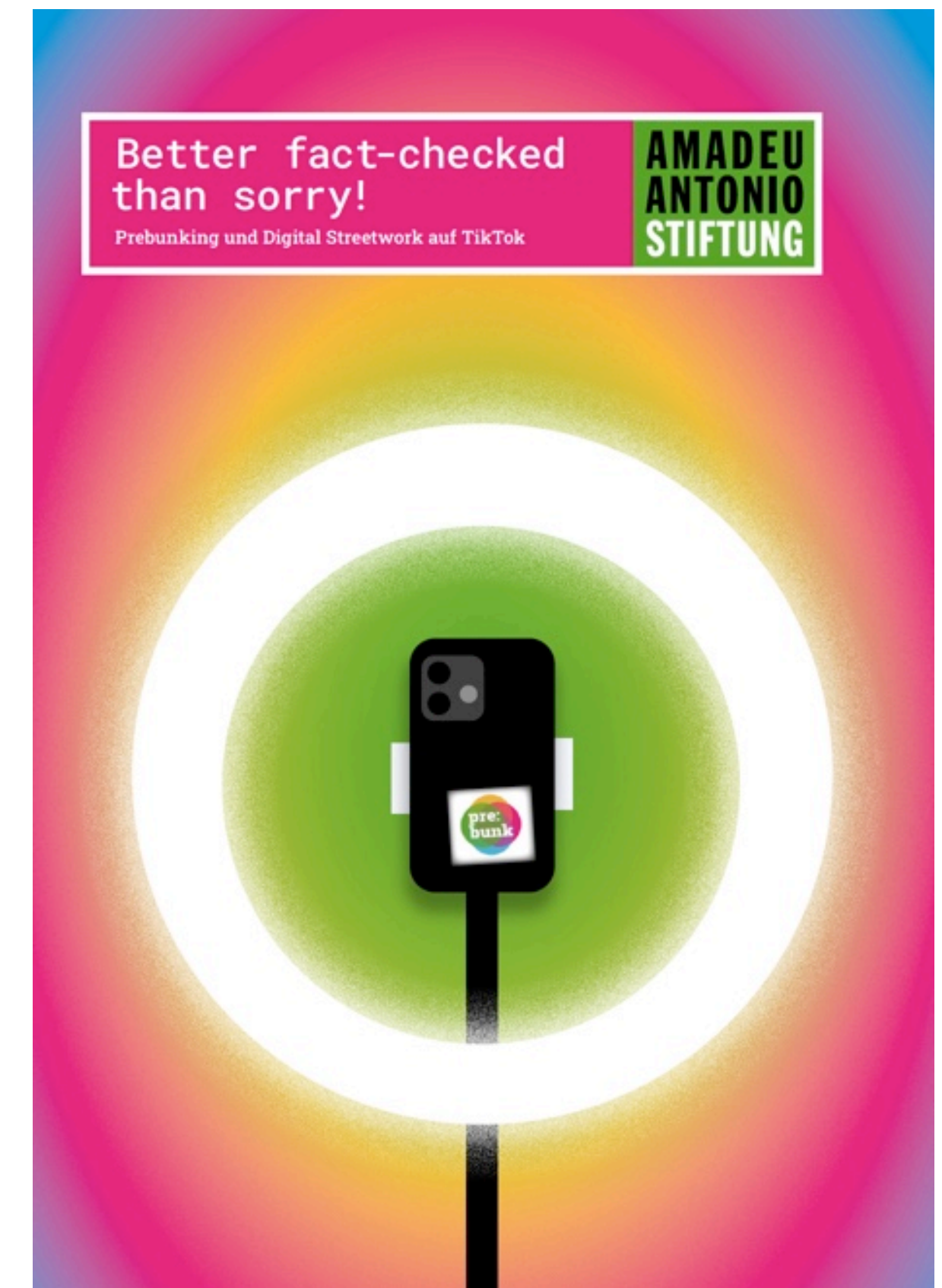
Das Projekt Prebunk und Digital Streetwork auf TikTok:

- **Prebunking:** Methoden zur präventiven Bekämpfung von Desinformation und ihren Folgeschäden, indem Nutzer*innen auf Desinformationsstrategien, Bias, Verzerrungseffekte sowie Narrative und Kommunikationsstrategien von rechtsextremen und antidemokratischen Akteur*innen bereits vorbereitet werden, bevor sie mit ihnen in Kontakt kommen.
- **Projektziel:** Förderung einer kritischen Medienkompetenz, die die Widerstandsfähigkeit junger Menschen gegen Desinformation, menschliche Narrative und demokratiefeindliche Manipulationstechniken erhöht.
- **Das Projekt** unterscheidet sich in seiner Ausrichtung von anderen Debunking Ansätzen der Faktencheck-Angebote in den sozialen Medien, also dem nachträglichen Entlarven von Falschinformationen.
- **Pre:bunk** adressiert neben der Faktenebene auch psychologische Aspekte, diese anfällig für Desinformationen machen.
- **Pre:bunk** ist ein Modellprojekt, das die Möglichkeiten und Instrumente audiovisueller Digital Streetwork erprobt. Was ist **Digital Streetwork**?



Digital Streetwork - ein umstrittener Terminus für eine aber unumstrittene pädagogische Arbeit im Online-Raum.

- **Digital Streetwork** ist ein Arbeitsfeld der Jugend(sozial)arbeit, das online stattfindet und damit am digitalen Lebensraum der Jugendlichen ansetzt.
- **Das Projekt debate// der Amadeu Antonio Stiftung** hat das Konzept in den 2010er Jahren aus Teilbereichen der Offline-Jugend(sozial)arbeit entwickelt.
- **Für die Arbeit** im analogen Raum mit jungen Menschen, die von Einrichtungen der Jugendarbeit nicht erreicht werden können, bietet sich ein Bereich der Mobilen Jugendarbeit an: die Aufsuchende Arbeit, also Streetwork (rechtlich zwischen § 11 SGB VIII Jugendarbeit und § 13 SGB VIII Jugendsozialarbeit angesiedelt).
- **Streetwork** beschreibt u.a. das „Wie“ des Kontaktaufbaus und der Beziehungsarbeit im Lebensumfeld der Klient*innen, denn sie sucht junge Menschen direkt dort auf, wo sie sich aufhalten, und passt ihre Anspracheformen an die Adressat*innen und ihre Lebenswelten an. Ähnliche Voraussetzungen finden wir beim Online-Verhalten vieler junger Menschen.
- **Ein Kern der Streetwork**, der aufsuchende Charakter, findet sich in der Digital Streetwork wieder. Junge Menschen werden in einer Lebenswelt aufgesucht und begleitet, in der sie sich freiwillig und viel aufhalten: im Internet.
- **Das Praxisfeld** der Aufsuchenden Jugendarbeit/Streetwork eignet sich demnach unter Beachtung ihrer sozialpädagogischen Standards aus dem Offline- Raum für die Übertragung in eine Online-Jugend(sozial)arbeit.



Ein Einblick in den pre:bunk Account:

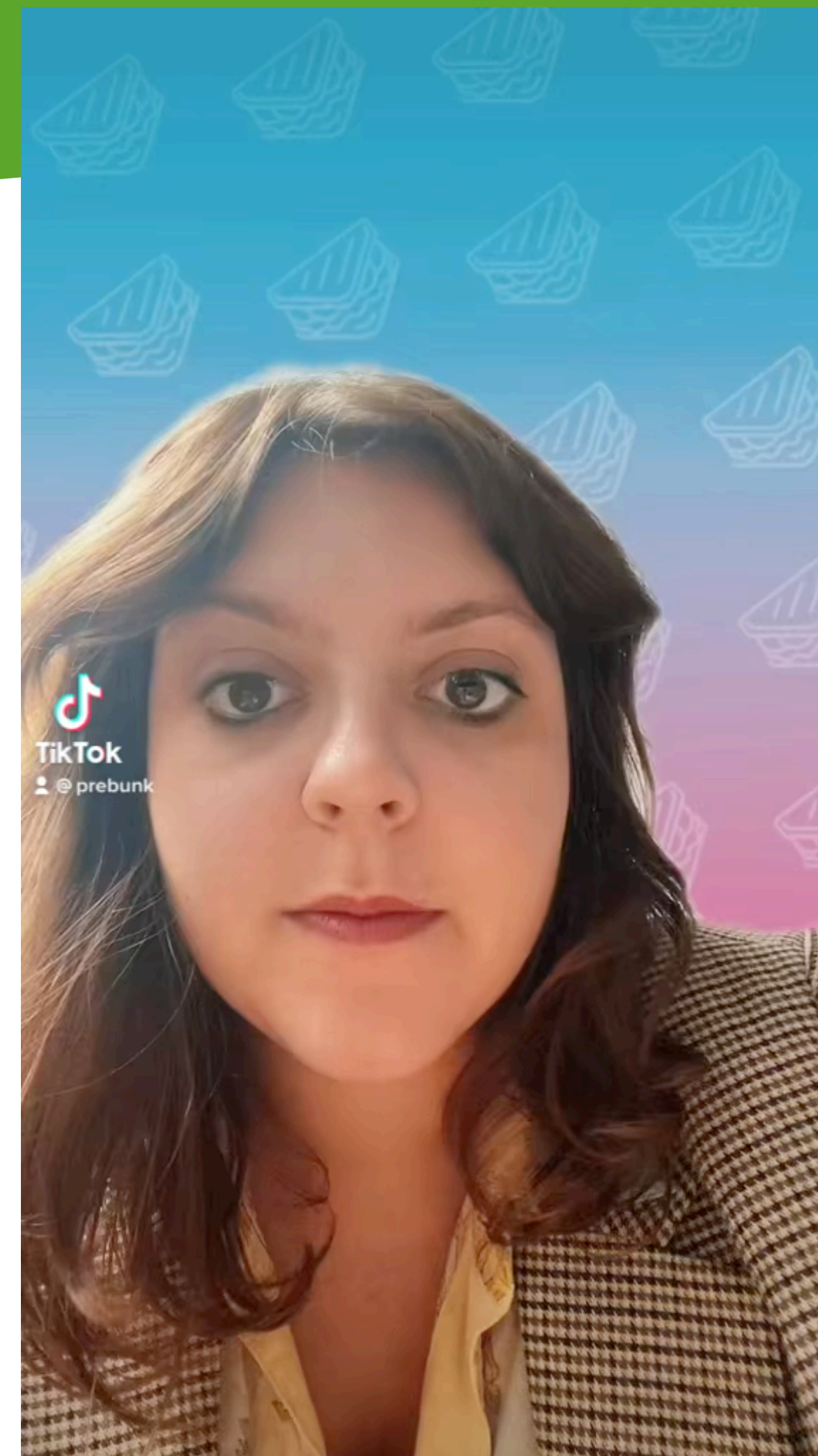
Begriffserklärungen



Tools, Tipps und Tricks

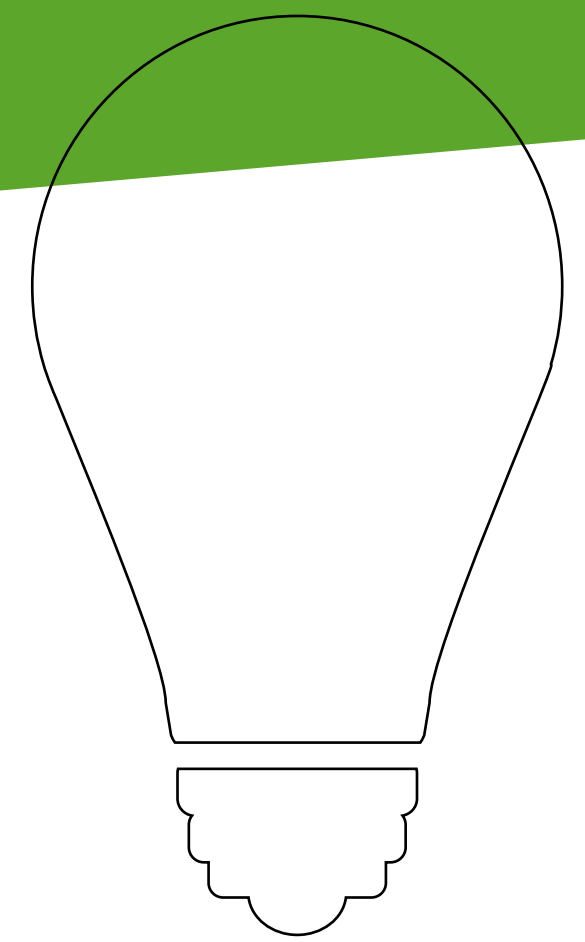


Aktuelle TikTok Trends



Mentale Gesundheit





Was geht eigentlich auf TikTok?

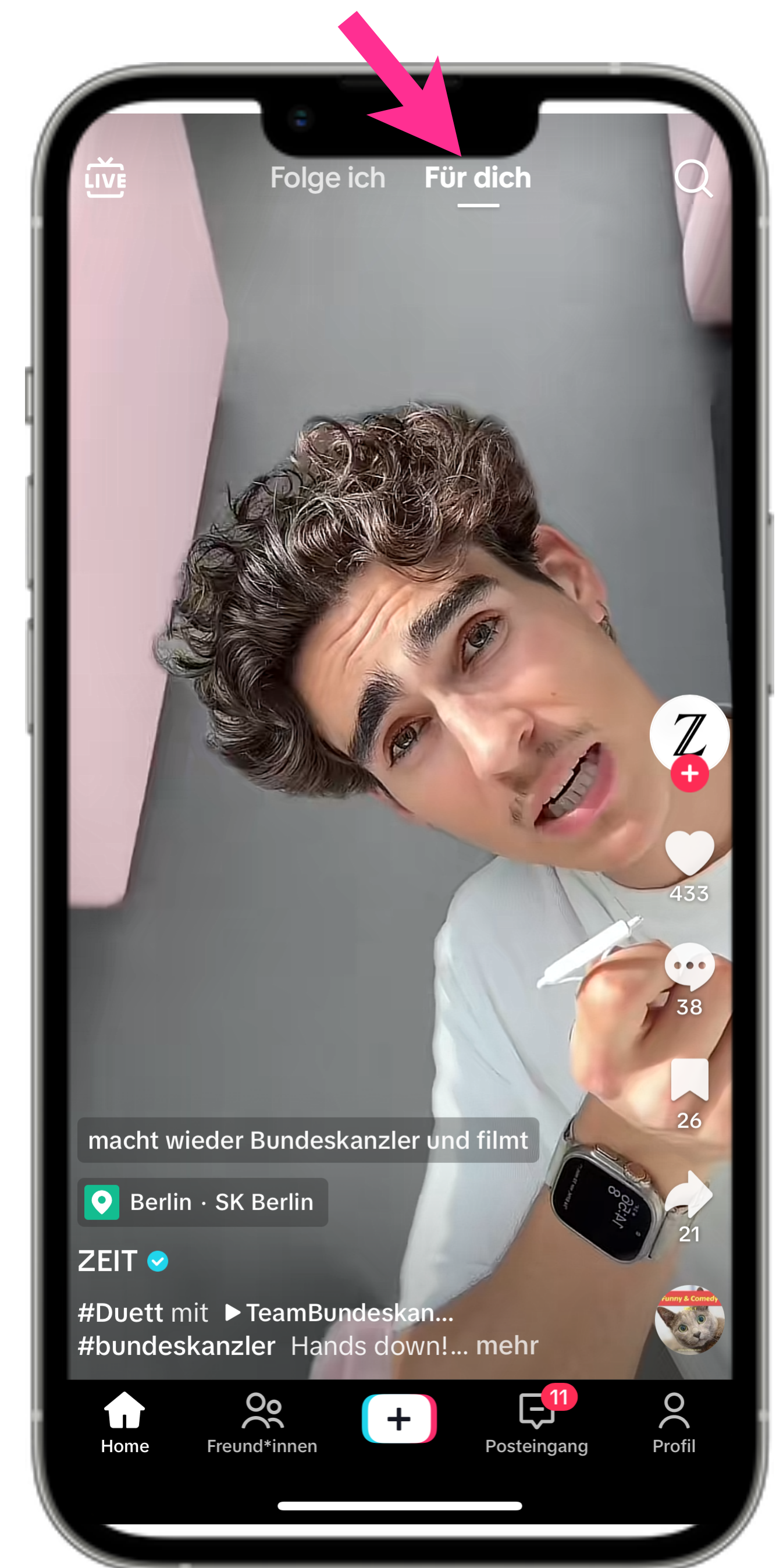
TikTok Facts & Zahlen

- Laut eigenen Angaben nutzen 20,9 Millionen Menschen TikTok in Deutschland
- Plattformbetreiber: Das Unternehmen ByteDance
- 2018 wurde aus musical.ly TikTok
- Die JIM Studie 2022 zeigt, dass TikTok bei 12-19 Jährigen auf Platz 3 der wöchentlich benutzten Online-Angebote liegt
- Nutzung in Deutschland ab 13 Jahren



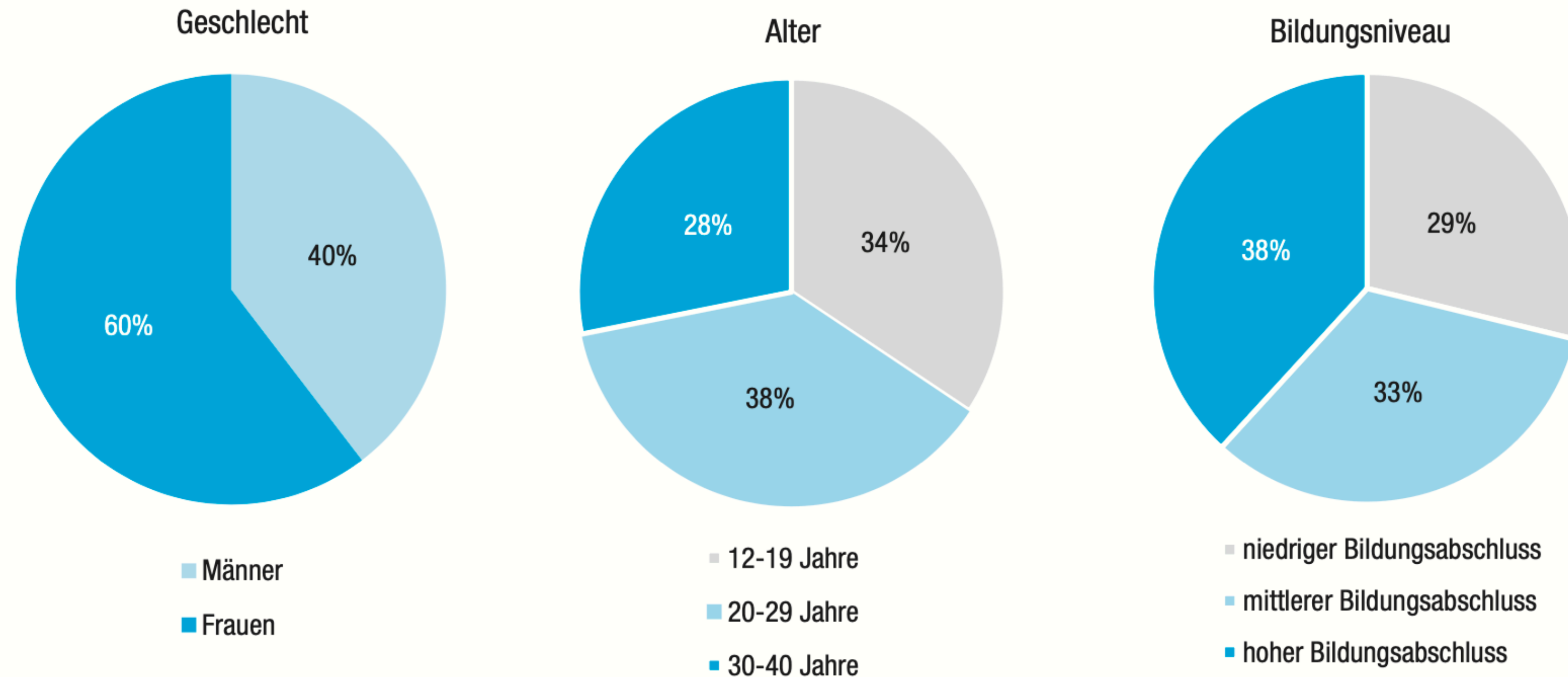
Aufbau:

- Es gibt 2 Feeds: „Folge ich“ und „Für dich“ (For You-Page)
- Die „For You“-Page sind Empfehlungen, die die App anhand der Interessen erstellt.
- Die For you-page gibt es nur auf TikTok. Diese „Für dich“-Seite auf TikTok ist der Startbildschirm. Der TikTok-Algorithmus erstellt die individuelle Startseite für jede*n Nutzer*in und zeigt auf diese*n angepassten Content.
- Contentbasierte Plattform mit zeitlichen Limit.
- 2021 wurde die **maximale** Videolänge auf drei Minuten angehoben, Anfang 2022 dann auf zehn Minuten
- Ziel: auf der For You-Page ausgespielt werden
->„Viral gehen“
- Das Wort viral bezeichnet die massenhafte Verbreitung eines Inhalts in den Sozialen Medien innerhalb kürzester Zeit. Ein Video, Bild, eine Geschichte, Nachricht oder Kampagne „geht viral“, wenn der Content sehr schnell und ausufernd im Internet weitergetragen und geteilt wird. Damit bekommt ein Inhalt viel Aufmerksamkeit und viele Reaktionen – die sowohl positiv als auch negativ sein können.



Wer nutzt TikTok? Die SWR Grundlagenstudie:

Abbildung 2
Strukturanteile der TikTok-Nutzer
Nach Geschlecht, Alter und Bildungsniveau, in %

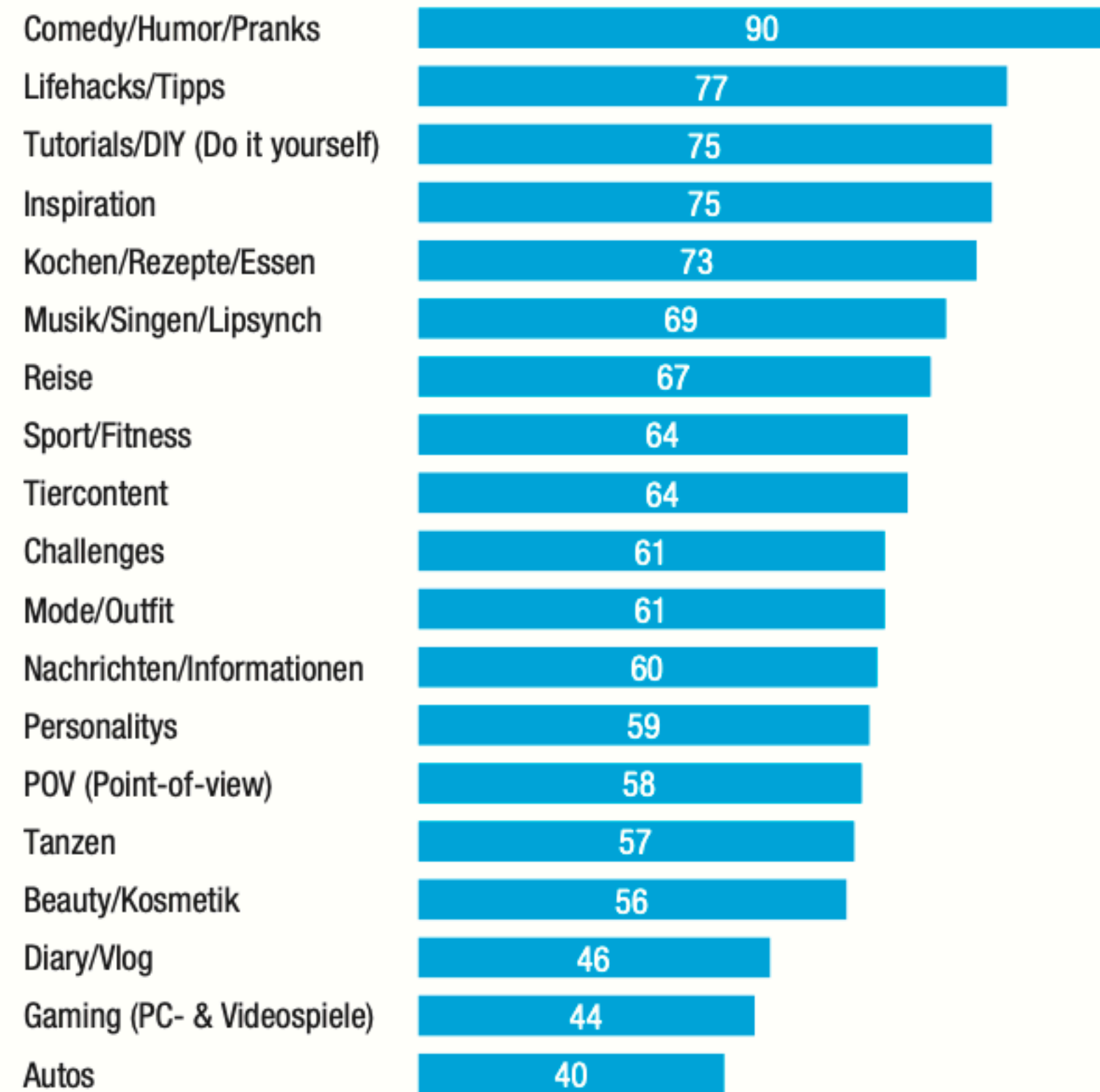


Quelle: SWR-Grundlagenstudie zur Nutzung von TikTok.

Abbildung 7

Genutzte Inhalte auf TikTok - Themen und Genres

Top-2-Box (11er Skala), in %



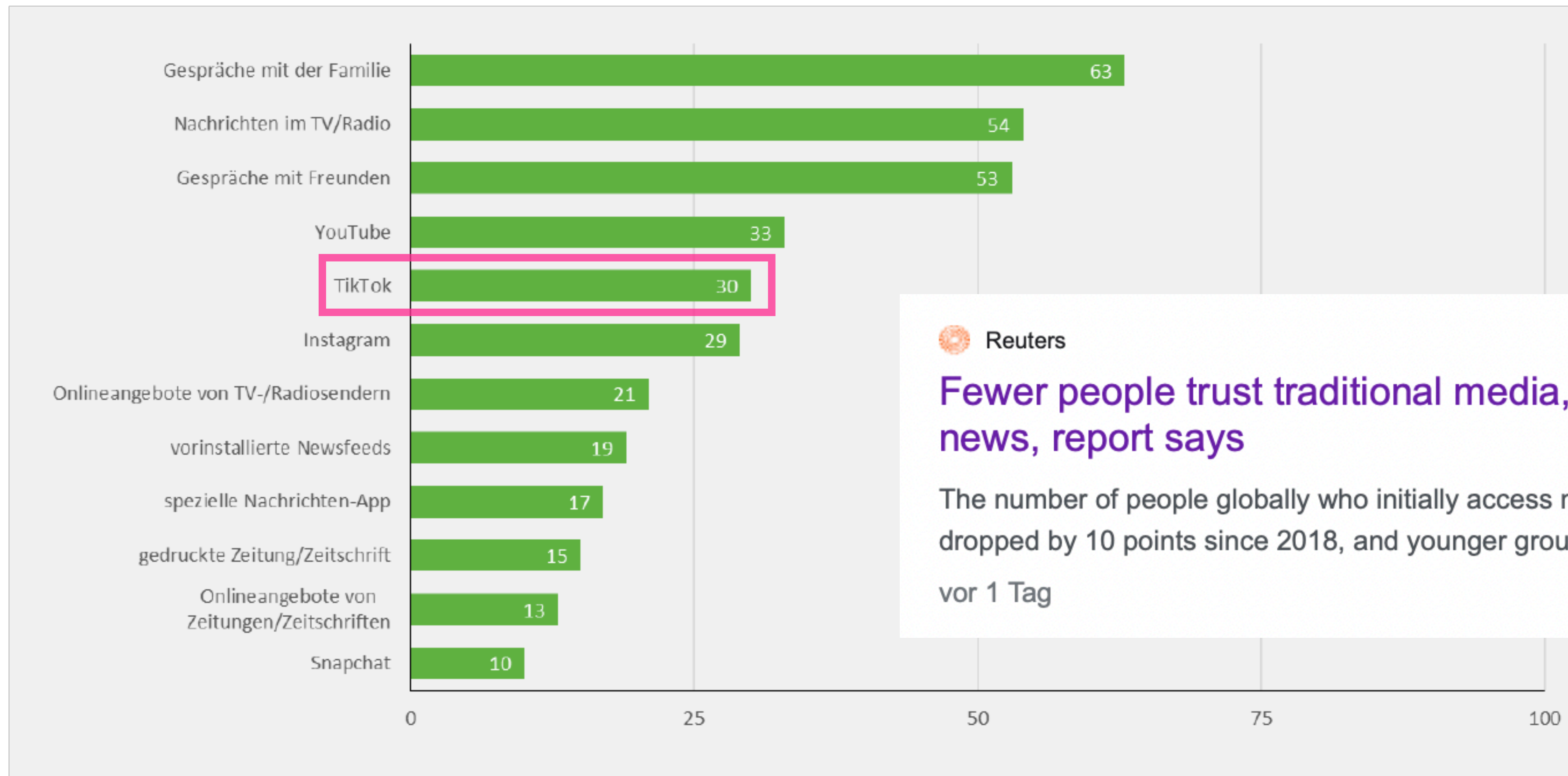
Frage: „Welche Themen/Bereiche interessieren Dich auf TikTok?“
Basis: n=488 (Nutzerinnen und Nutzer von TikTok).


Quelle: SWR-Grundlagenstudie zur Nutzung von TikTok.

Genres auf TikTok

JIM Studie: TikTok als Informationsmedium.

Ich erfahre über das aktuelle Weltgeschehen durch...
- täglich/mehrmals pro Woche -




 Reuters

Fewer people trust traditional media, more turn to TikTok for news, report says

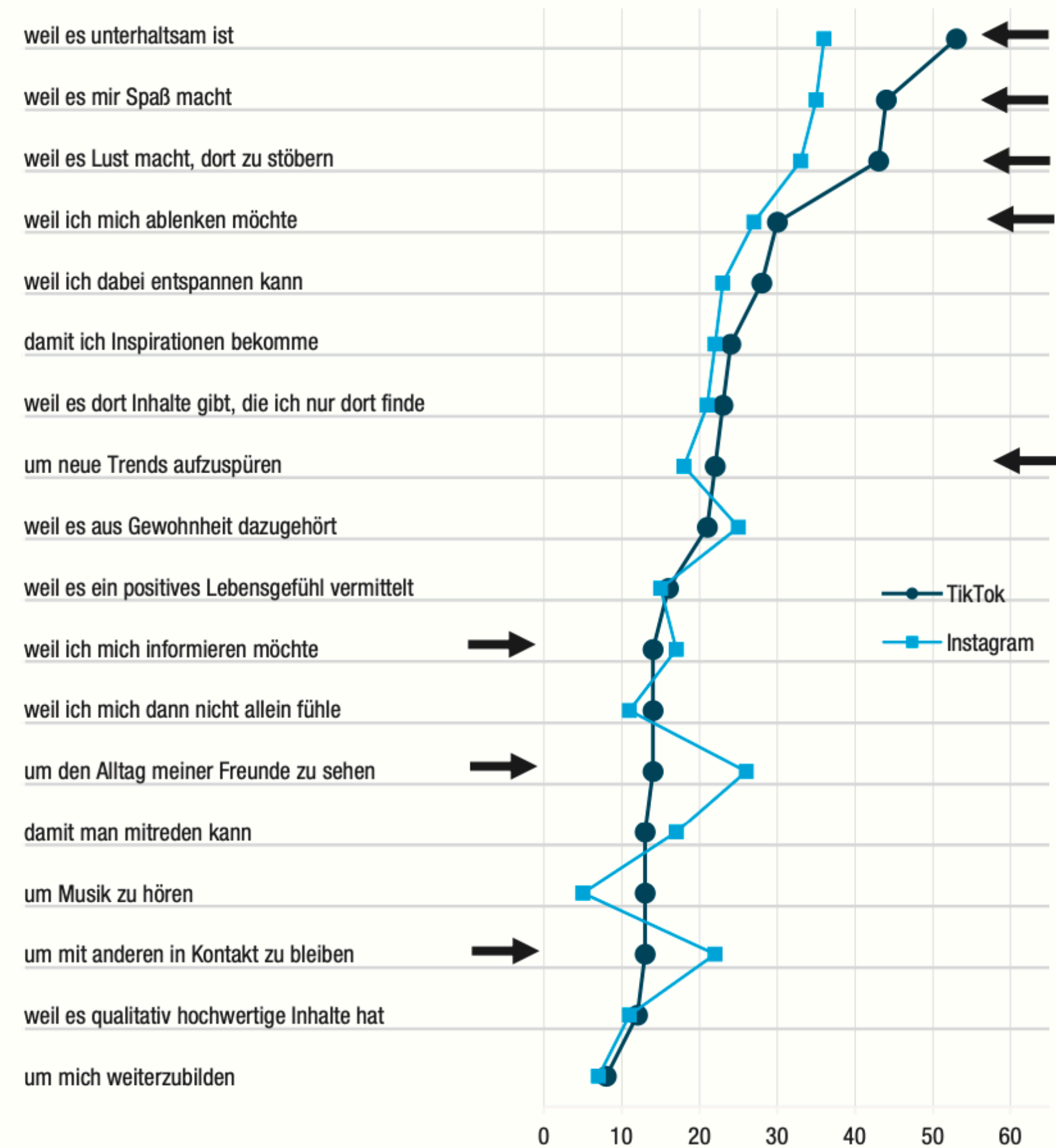
The number of people globally who initially access news through a website or app has dropped by 10 points since 2018, and younger groups...

vor 1 Tag



Quelle: JIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Abbildung 6
Eigenschaftsprofil TikTok vs. Instagram*
 Top-2-Box (11er Skala), in %



* Frage: „Inwiefern treffen einzelne Eigenschaften und Aussagen auf das jeweilige Angebot zu? Ich nutze TikTok/Instagram, ...“

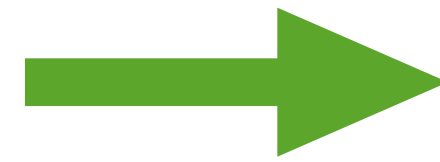
Basis: n=916 (Nutzerinnen und Nutzer von Social-Media-Angeboten).

Quelle: SWR-Grundlagenstudie zur Nutzung von TikTok.

- Bei der TikTok-Nutzung stehen Unterhaltung und Zerstreuung im Fokus.
- Es geht also anders als bei anderen Social-Media-Angeboten (z.B. Instagram) nur sehr nachgelagert um das persönliche Netzwerk.
- TikTok = „Anti-Social-App?“

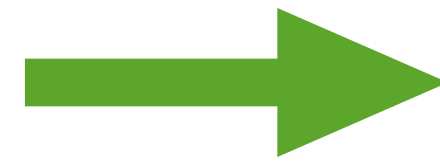
Das kleine TikTok Vokabelheft:

Bubble



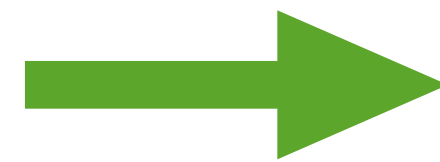
Der Begriff der „Bubble“ oder „(Filter-)Blase“ bezieht sich auf den digitalen Raum, in dem man sich bewegt und in der meist eine Homogenität von Interessen und/oder Werten herrscht. Gerade auf TikTok gerät man, aufgrund der Sensibilität des Algorithmus, schnell in eine dieser Interessenbubble. Schaut man sich regelmäßig Videos zu einem bestimmten Thema an und interagiert mit diesen, beispielsweise Kochvideos, werden solche Inhalte vermehrt vorgeschlagen und man konsumiert somit Videos einer oder mehrerer bestimmter Bubbles. Filterblasen werden dann zum Problem, wenn Nutzer*innen nicht nur in ihren Sehgewohnheiten, sondern auch menschenfeindlichen Ideologien bestätigt werden und sich solche Einstellungen dadurch verfestigen.

Duett



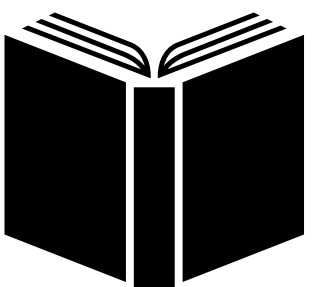
Mit der Funktion „Duett“ werden Videos von zwei User*innen nebeneinander abgespielt. Hierbei wird – anders als beim „Stitch“ – der Bildschirm zweigeteilt und die Videos laufen parallel zueinander und nicht nacheinander. Auch hier kann in den Datenschutzeinstellungen darüber entschieden werden, ob ein „Duett“ beim eigenen Video erlaubt ist. Diese Funktion wird häufig dafür genutzt, um zusammen Lieder zu singen, einen Sketch darzustellen oder auf etwas zu reagieren.

Stitch



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

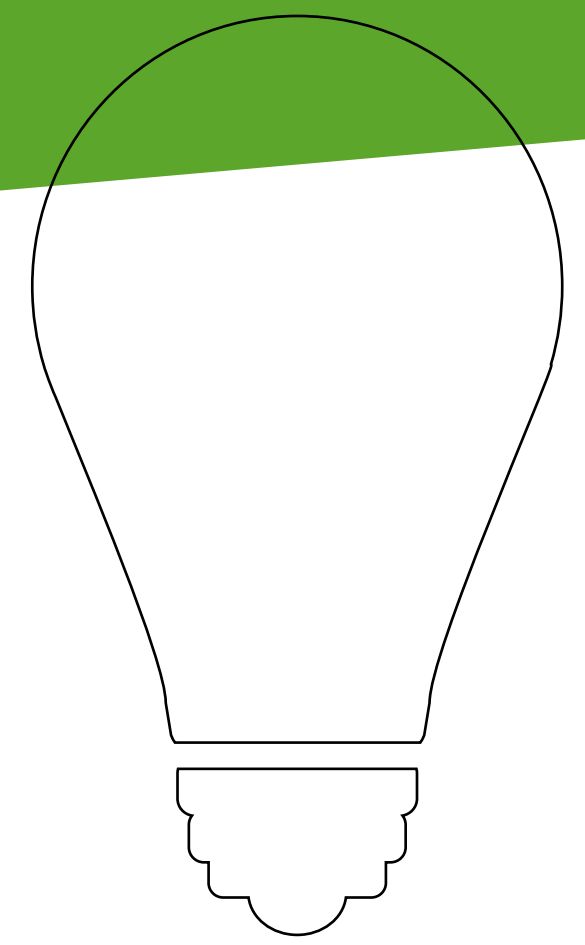
Mehr? [Link zum TikTok Glossar.](#)



TikTok die neue Suchmaschine der Gen-Z?

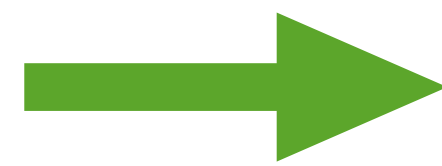
- 21 Prozent der Generation Z beginnen ihre Suche auf TikTok
- Audiovisuelle Inhalte sind attraktiver.
- TikTok hat die Stichwortsuche optimiert und schlägt gezielt Suchwörter vor
- Das funktioniert durch Videotextelemente, ,#Hashtags, Captions, gesprochene Sprache, (automatische) Untertitel.





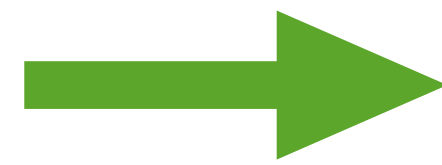
Input zu Desinformation.

Fake News



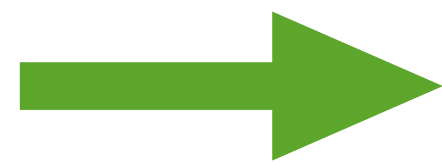
**Falschnachrichten, fabrizierte Nachrichten,
politischer Kampfbegriff**

Desinformation



**Bewusste Manipulation, absichtliche
Täuschung z.B. erfundene Geschichten,
Verschwörungserzählungen**

Misinformation



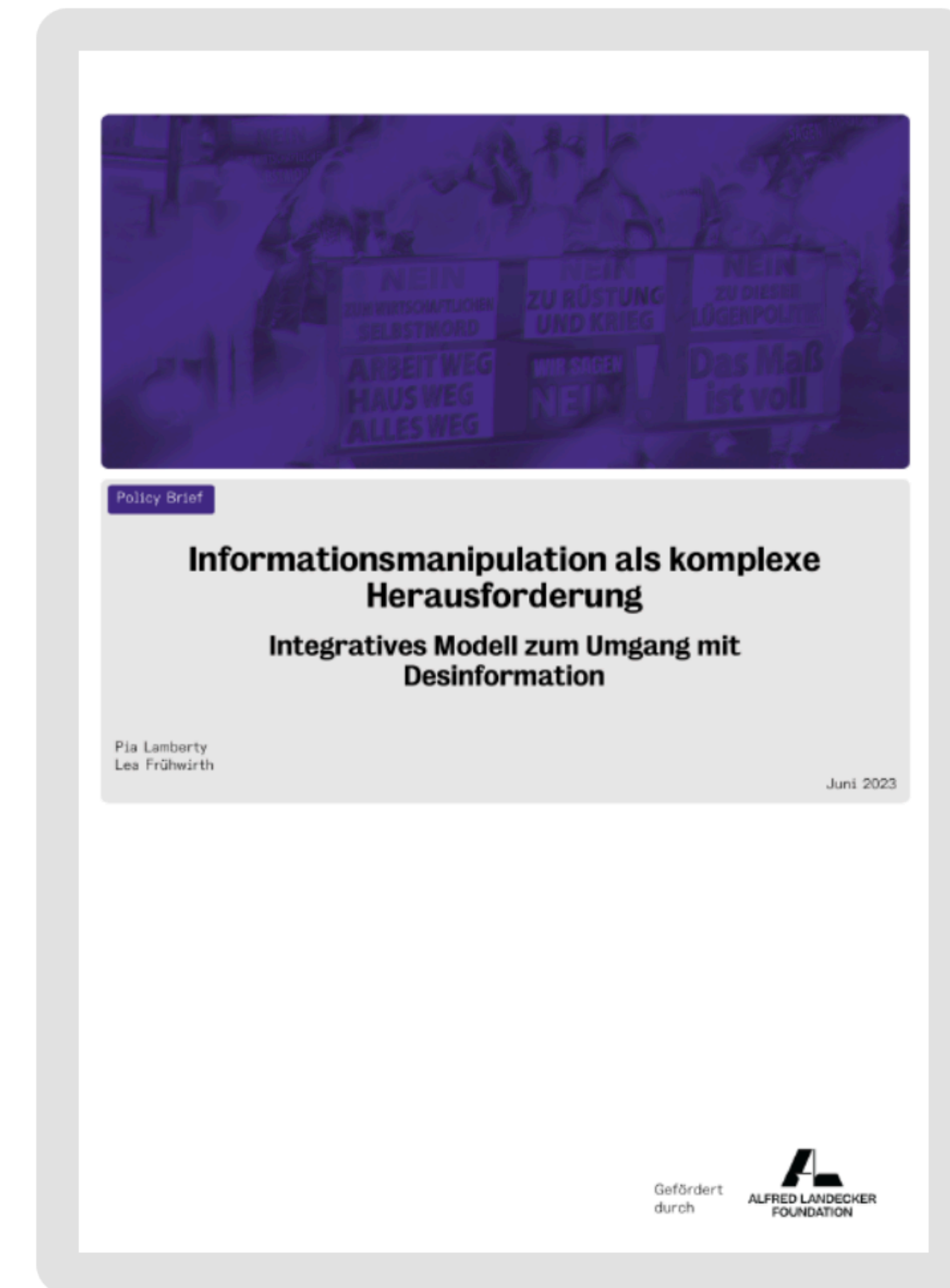
**Unbewusste Verbreitung von
irreführenden, missverständlichen
falschen Fakten**

Meinungsmanipulation durch Desinformation, um die Demokratie zu destabilisieren

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

Wir brauchen einen integrierten Umgang mit Desinformation:

- CeMAS (Center for Monitoring, Analyse und Strategie) schlägt einen integrierten Umgang mit Desinformation vor, der Information, Sicherheit, Demokratie, Technologie und Sozialwissenschaften miteinander verbindet.
- Diesem Modell folgend sollten die unterschiedlichen Aspekte auf dem Feld der TikTok Analyse verbinden, um den Impact von Desinformation auf TikTok als Sicherheitsproblem zu analysieren.



Misinformation und Desinformation

Kalkulierte Desinformation:

- Videosnippets und Sharepics dekontextualisiert, kommentiert, falsch zugeordnet

Irreführendes Plattformdesign:

- Zeit-/Datumsstempel nicht auf FYP einsehbar, Videos zirkulieren zeitlich versetzt
- Kommentarspalte wenige Zeichen
- Audios von Videos können für neue Videos verwendet werden
- Obwohl das Originalvideo von TikTok gelöscht wurde sind die Ausschnitte bei Stich/Duett weiterhin einsehbar
- TikTok Creator*innen-Fund: User:innen verdienen durch Reichweite

Überforderung und Verkürzung:

- User*innen scheitern daran Inhalte richtig zu erfassen und aufzubereiten

Deepfakes und KI

- Es wird immer einfacher Bilder und Videos zu manipulieren.
- Auch auf TikTok werde Gesichts- bzw. Voicefilter immer beliebter
- Deepfakes sind für das menschliche Auge kaum erkennbar
- Tipps um KI Bilder erkennen:
 - Achtet auf Details und Körper Proportionen
 - Was ist im Hintergrund zu sehen?
 - Was zeigt die Rückwärtssuche
 - Vertrauen in Nachrichtenmedien aufbauen
 - Erweiterte Medienkompetenz fördern.

sen.¹⁵ Als Technik gewinnt Prebunking zunehmend an Bedeutung, da es sich darauf konzentriert, darüber aufzuklären, wie Menschen online irreführt werden, anstatt die desinformierenden Botschaften selbst zu behandeln, die sich beständig verändern und variiert werden. So beruht Prebunking auf der Annahme, dass Nutzer*innen keine Vorkenntnisse oder Fähigkeiten zu einem Thema besitzen müssen, um nachhaltig vor Desinformation geschützt zu werden. Der Ansatz konzentriert sich vor allem darauf, das WIE zu klären und zu zeigen, wie Menschen getäuscht und fehlgeleitet werden. Damit eignet sich Prebunking besonders, um heterogene Gruppen von Menschen zu erreichen¹⁶ und ihre Widerstandsfähigkeit gegenüber irreführenden Informationen zu verbessern, über die Grenzen politischer Spektren hinweg.

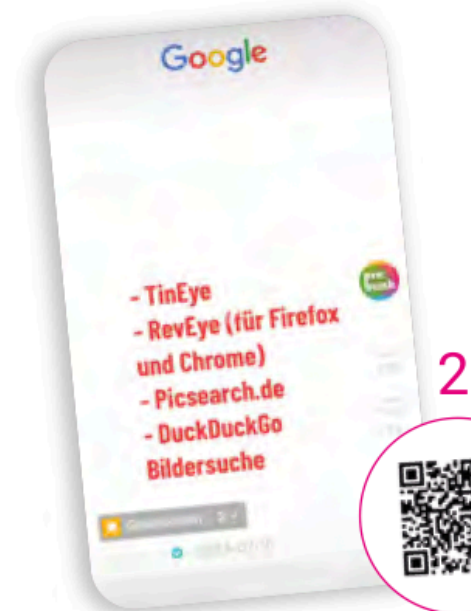
antizipieren und eine breite Masse von Menschen durch medienpädagogische Methoden immunisieren. Inokulation schützt vor Desinformation, indem Nutzer*innen inhaltlich dazu befähigt werden, die ihr zugrundeliegenden Mechaniken und Strategien zu erkennen, ohne jede Falschinformation im Einzelnen kennen zu müssen.

Die Inokulationsmethode kann themen- oder technikbezogen angewendet werden. Während themenbezogene Inokulationen darauf zielen, Menschen gegen einzelne manipulative Desinformationsangriffe zu „impfen“, leisten technikbasierte Inokulationen Widerstand gegen Manipulationsstrategien oder -taktiken wie logische Irrtümer, emotionale Manipulation oder Verschwörungsideologien und -narrative. Beide Ansätze haben ihre Vorteile: Themenbasierte Interventionen können effektiver sein als technikbasierte, wenn bekannt ist, welchen Desinformationen die Menschen in naher Zukunft ausgesetzt sein werden – während technikbasierte Interventionen den Vorteil besitzen, dass sie auf ein breiteres Spektrum von Desinformationen anwendbar sind. Der Resilienzsteigernde Ansatz arbeitet antizipierend, indem Menschen lernen, mit manipulativen Inhalten umzugehen, bevor

Vor allem angesichts der Schwierigkeit, unzählige Fehlinformationen immer wieder widerlegen zu müssen, entstand im Prebunking der „Inokulations-Ansatz“ (Massen-Immunsierung).¹⁷ Entlehnt aus der Medizin, möchte Inokulation Desinformationen

Desinformationskampagnen im Einzelnen passieren. Hierfür haben wir auf dem *pre:bunk*-Kanal (tiktok.com/@prebunk) eigene TikTok-Reel-Kategorien entwickelt, die jungen Menschen Basiswissen über Desinformationsstrategien oder z.B. Recherche-Techniken beibringen.

↳ 1. Video zu Prebunking | @pre:bunk
2. Video zur Bilderrückwärtssuche | @pre:bunk, 3. Video zur Entlarvung von KI-Bildern | @pre:bunk



15_Harjani et al. 2022.
16_a.a.O., S. 6.
17_a.a.O., S. 7.

Das 1x1 der Medienkritik.

Sind die Nachrichten
oder Bilder
emotional,
reißerisch oder
schockierend?

Gibt es eine **Quelle?**
Wer ist der **Urheber?**

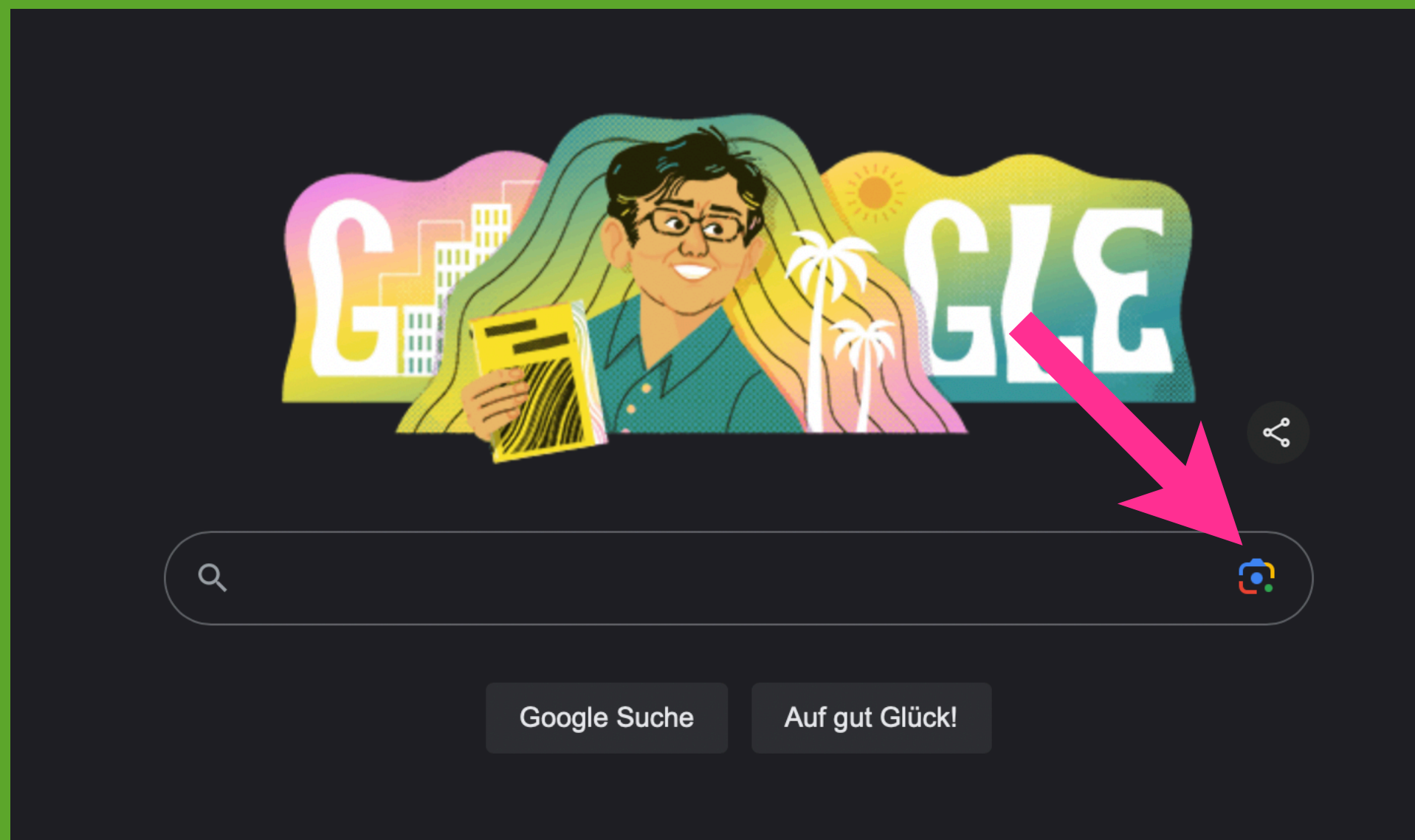
Findet man auch
etwas in **seriösen**
Medien?

Wie alt ist diese
Nachricht oder das
Video?

Woher stammen die
Bilder oder Videos?
Sind diese
manipuliert?

Haben
Faktenchecks
bereits darüber
berichtet?

Bilder Rückwärtssuche



Wie funktioniert's?

- Einen Screenshot machen
- Auf einer Seite hochladen
- Gute Anbieter: Google Bilder suche, TinEye, Yandex
- Ergebnisse überprüfen

→ Mit Screenshots lassen sich auch Videos überprüfen!

Faktenchecker nutzen:

Gute Angebote sind:

- Mimikama
- Correctiv
- DPA Faktencheck
- ARD Faktenfinder (Tagesschau)
- Faktenfuchs BR24
- Volksverpetzer

→ Bei der Google Suche bereits
„Faktencheck:“ eingeben.

Desinformation bemerkt oder versehentlich geteilt?

Und jetzt?

- Bei den Plattformen melden!
- Nachdenken, bevor man teilt!
- Die eigene Bedeutung nicht unterschätzen: sich und Andere korrigieren.
- Ggf. die Faktenchecker auf ein Thema hinweisen.

→ **Informiert bleiben. Mit Freund*innen und der Familie darüber sprechen.**

Einige Empfehlungen für Faktencheck auf TikTok

BAIT

@bait.faktencheck ✓

48 Folge ich | 4206 Follower*innen | 127,7K Likes

Nachricht

Dein Faktencheck auf TikTok.
linktr.ee/bait.faktencheck
 E-Mail

offen un' ehrlich

@offenunehrlich

62 Folge ich | 77,6K Follower*innen | 1,8M Likes

Nachricht

Wir checken Trends & decken Fakes auf! 🐱
 funk
<https://go.funk.net/impressum>
<https://www.funk.net/netiquette>
 E-Mail

Mimikama

@mimikama.at

12 Folge ich | 2966 Follower*innen | 21,7K Likes

Folgen

FAKE OFF
<https://www.mimikama.at>

CORRECTIV

@correctiv_faktencheck ✓

4 Folge ich | 10.258 Follower*innen | 26.706 Likes

Folgen | Nachricht

Bye bye Fakes, hello Faktenchecks!
www.correctiv.org/faktencheck
 Instagram

Fixiert

Wer ist der Soldat auf TikTok? 1,1M
 Wer Blume? 394,0K
 Virales Video 560,9k
 Gibt es heute mehr Waldbrände als früher?
 Gendern verboten in Österreich? 1095
 Ein Parasit der dein Gehirn „frisst“? 6421

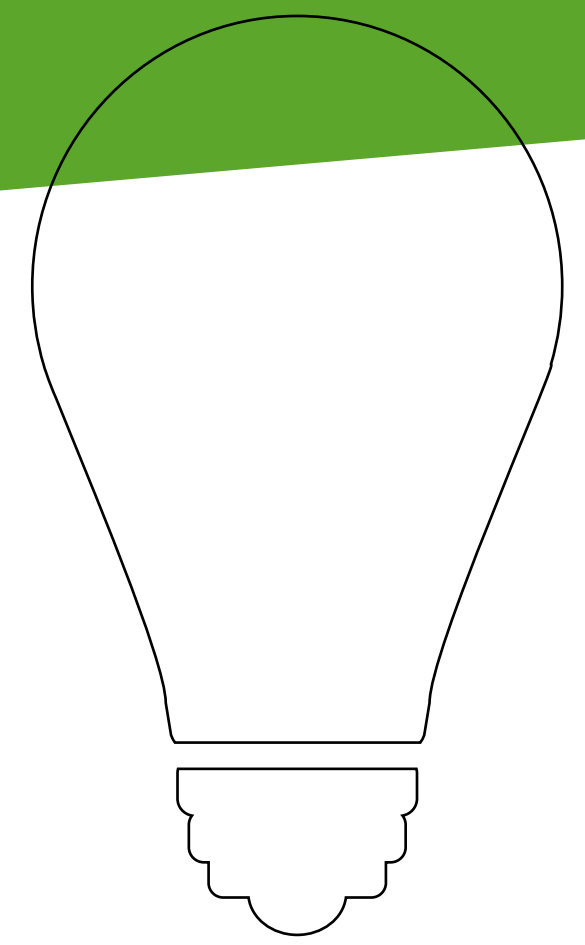
Finnel Fake?

Marius klaut Song?! 2,1M
 Mario Novembre 230,7k
 Lebts das Corn Kid noch? 678,5k
 Papagei löst Verbrechen?

624 | 396 | 733
 24,8K | 1315
 1500 MIMIKAMA

Fixiert

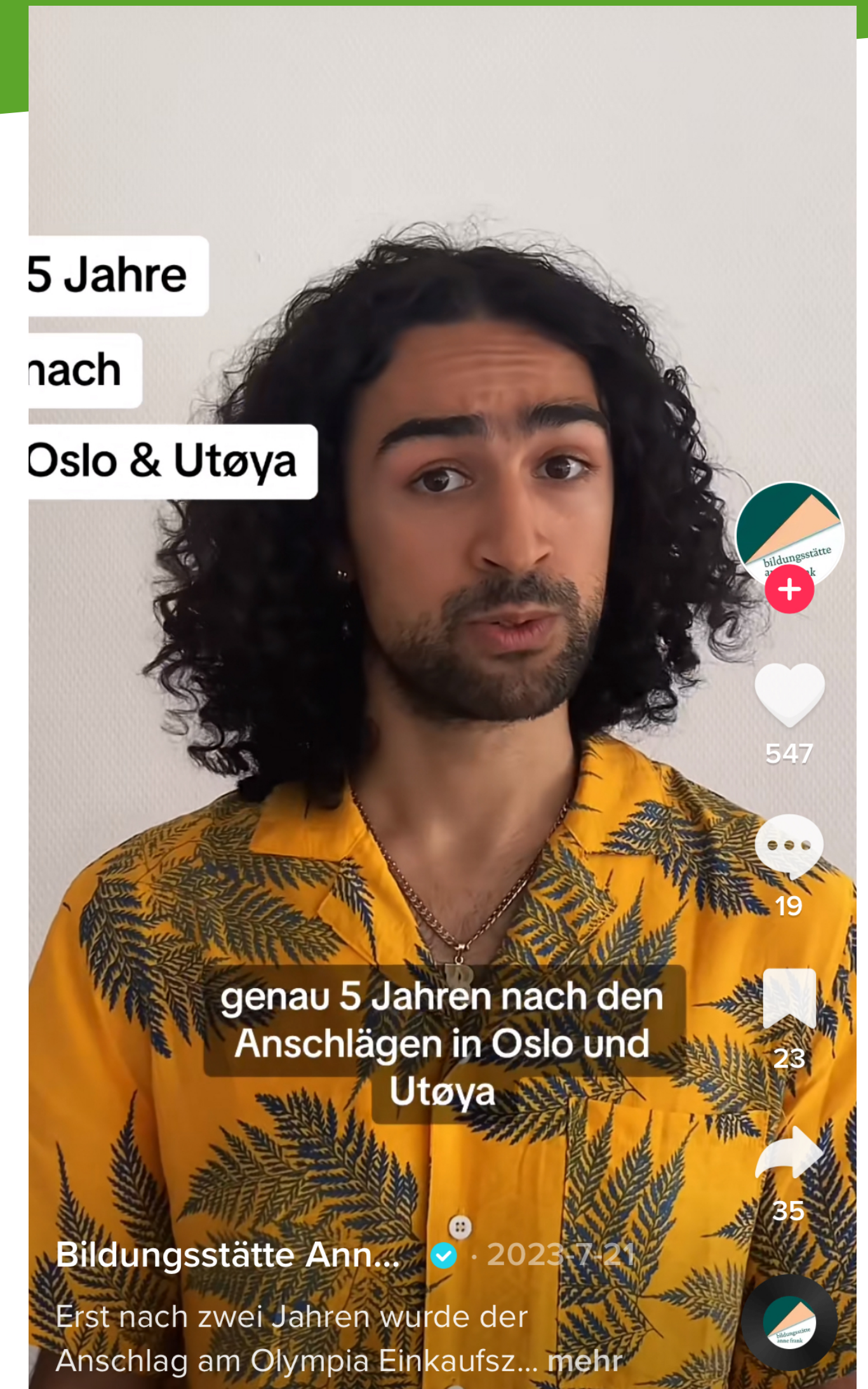
Teile Fakten statt Fakes 2181
 Wahlbetrug? Diese Fakes kursieren nach der Europawahl 1647
 So verdienen Desinfo-Kanäle an dubiosen Gesundheitsversprechen 97821
 Zu großes Kreuz = ungünstige Stimme bei der EU-Wahl?
 Chatbots versagen bei Fragen zu EU-Wahl



**Handlungsempfehlungen & Tipps
für demokratische Medienbildung.**

Gegenstrategien auf TikTok

- Gegennarrative/Gegenrede im Videoformat
- Beispiel: #ReclaimTikTok
- Ideen: Stitch Solikette, Hashtagkampagnen
- Gedenken & Gedenkstätten
- Ausbildung politische Bildungscreator*innen
- Projektübergreifende Kooperationen
- Empowerment von Creator*innen/
Nachwuchscreator*innen
- **Best practice:** Bildungsstätte Anne Frank, Keine.Erinnerungskultur, FragDenStaat, Heeyleonie, ScrollNichtWeg..



Faktencheck auf TikTok

BAIT



@bait.faktencheck ✓

48 Folge ich | 4206 Follower*innen | 127,7K Likes

Nachricht

Dein Faktencheck auf TikTok.

linktr.ee/bait.faktencheck

E-Mail

offen un' ehrlich



@offenunehrlich

62 Folge ich | 77,6K Follower*innen | 1,8M Likes

Nachricht

Wir checken Trends & decken Fakes auf! 🐱
funkt

<https://go.funk.net/impressum>

<https://www.funk.net/netiquette>

E-Mail

Facts for Friends



@factsforfriends ✓


3 Folge ich | 40,5K Follower*innen | 267,6K Likes

Nachricht

Wir machen Fake News eine Ansage
Teile unsere FactSnacks 🍿
Sei #factfluencer 🙌

factsforfriends.de

Mimikama



@mimikama.at

12 Folge ich | 2966 Follower*innen | 21,7K Likes

Folgen

FAKE OFF

<https://www.mimikama.at>

Grid of TikTok videos from @bait.faktencheck:

- Fixiert: Wer ist der Soldat auf Tik Tok? 1,1M
- Fixiert: Virales Video auf Tik Tok? 560,9K
- Gibt es heute mehr Waldbrände als früher? 2999
- Gendern verboten in Österreich? 1095
- Ein Parasit der dein Gehirn „frisst“? 6421

Grid of TikTok videos from @offenunehrlich:

- Fixiert: Marius klaut Song?! 2,1M
- Fixiert: Mario Novembre kopiert Song?! 230,7K
- Lebt das Corn Kid noch? 1,78M
- Papagei löst Verbrechen? 1,1M

Grid of TikTok videos from @factsforfriends:

- Widerlegt: EU will Anzahl von Haustieren pro Haushalt begrenzen, um illegale Züchtung zu stoppen. 1122
- Irreführend: Faeser hat abgesegnet, dass alle Formen der Online-Kommunikation überwacht werden. 580
- Widerlegt: In EU dürfen ab 2023 verschiedene Lebensmittel Insekten enthalten ohne Hinweise. 884
- Widerlegt: Der „Stern“ bezeichnete Selenskyj auf einem Cover aus 2021 als „König der Lügen“.
- Widerlegt: Ukrainische Geflüchtete beschädigen mehrere Autos mit... 1,1M
- Widerlegt: Es gab einen Mordfall an einem russischstämmiger... 1,1M

Grid of TikTok videos from @mimikama.at:

- FAKE NEWS: 624
- Es ist der 24. September 2022, 18:59 Uhr. Noch immer kein Blackout, noch immer kein Atomschlag, keine Infos und noch immer kein Falseflag NWO-Großevent am Start und die Simpsons... naja. Ihr Spinner da draußen: Lasst es dich endlich gut sein. Es nervt. 396
- 24. September 2022: 24,8K
- HAUPTUNG: 1515
- HAUPTUNG: 1500

Methoden-Tipps

- Die Unterrichtseinheit bietet einen kompletten Methodenkoffer, um vertieft über TikTok zu sprechen.
- **Anmerkung: Die Reflexion und Analyse der FYP kann sehr persönlich sein, daher braucht es Fingerspitzengefühl bei der Durchführung der Aufgabe. Der Austausch im Plenum sollte freiwillig passieren.**
- <https://www.br.de/sogehmedien/weiterfuehrende-schulen/tiktok-social-media-erfolg-100.html>
[weiterfuehrende-schulen/tiktok-social-media-erfolg-100.html](https://www.br.de/sogehmedien/weiterfuehrende-schulen/tiktok-social-media-erfolg-100.html)

Arbeitsblatt 1: Warum ist TikTok so erfolgreich?

so geht MEDIEN

Warum ist TikTok so erfolgreich?

Aufgabe 1

Schau dir drei Minuten deine „Für Dich“-Seite/“For You“-Page (je nach Spracheinstellung) an. Zu welchen Themenbereichen kommen bei dir Videos?
Mache für jedes Thema einen Haken:

Lip Sync	<input type="checkbox"/>	Sport	<input type="checkbox"/>	Tanzen	<input type="checkbox"/>	Challenges	<input type="checkbox"/>
Reisen	<input type="checkbox"/>	Do it yourself	<input type="checkbox"/>	Tiere	<input type="checkbox"/>	Comedy	<input type="checkbox"/>
Pranks	<input type="checkbox"/>	Schminken	<input type="checkbox"/>				

Welche Werbung wird dir ausgespielt?

Klicksafe:

- <https://www.klicksafe.de/materialien/ethik-macht-klick-meinungsbildung-in-der-digitalen-welt>



Vertraust du noch oder checkst du schon?

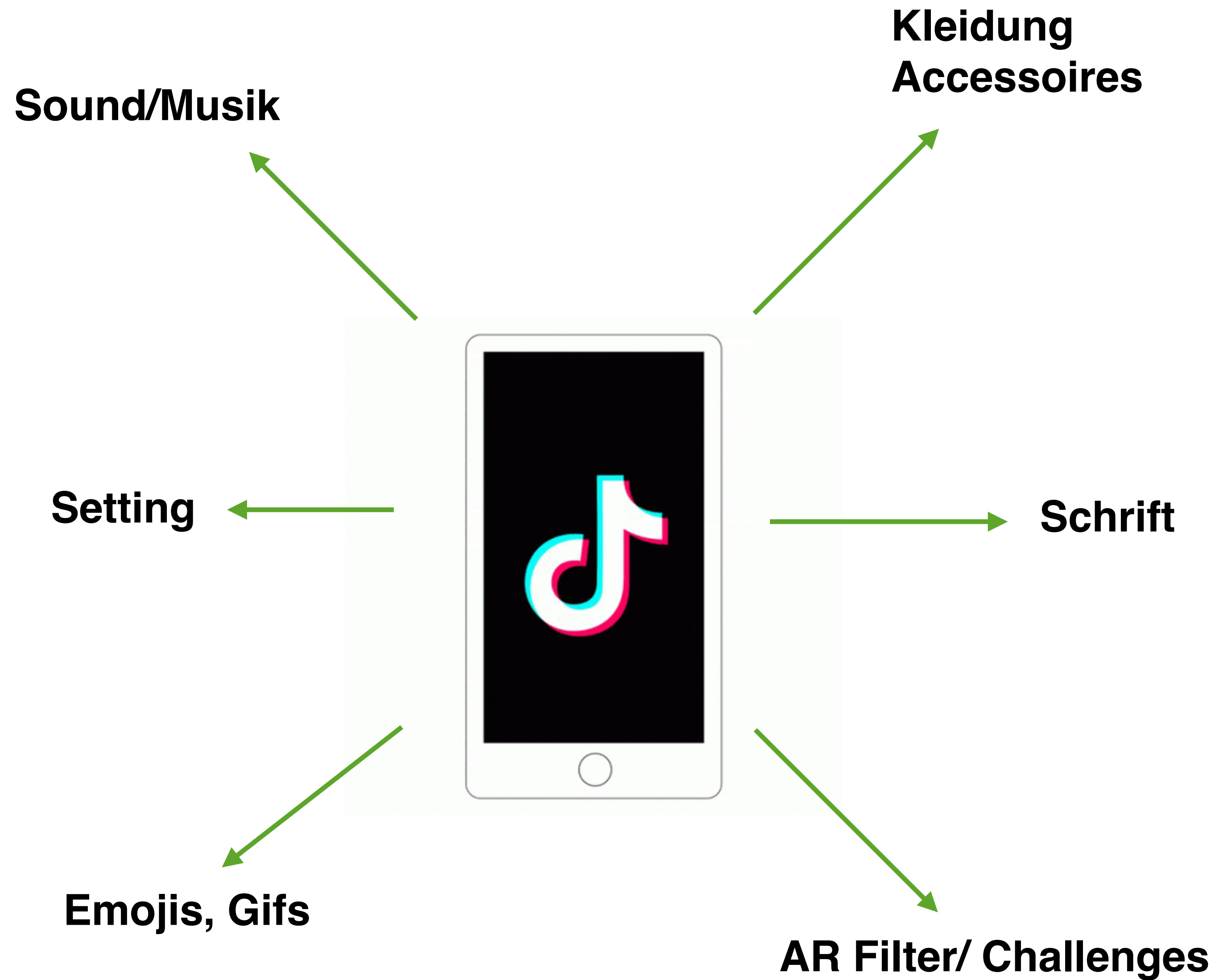
- https://www.klicksafe.de/fileadmin/cms/download/Material/Infobrosch%C3%B5ren/vertraust_du_noch_oder_checkst_du_schon.pdf



Welche Wörter suchen wir im Buchstabensalat? #WerMachtMeineMeinung

S	A	C	J	C	R	Y	X	F	X	D	I	X	Q	P	N	F	W	V	K	O	P	D	C	Q	B	B	U	L
T	G	A	Y	D	F	S	B	U	V	C	F	B	T	A	K	C	R	Y	N	G	T	E	T	K	I	D	I	B
T	R	E	B	Y	T	Q	L	X	U	V	S	H	D	E	S	I	N	F	O	R	M	A	T	I	O	N	J	A
E	B	Y	D	P	I	M	E	R	D	Q	Q	H	T	B	W	B	D	Y	A	K	D	M	D	L	A	H	F	Q
F	R	D	V	F	Z	C	Y	Y	F	R	Y	Q	T	B	G	E	Y	Y	O	D	E	H	C	Y	B	S	N	R
E	J	E	M	W	D	X	O	K	X	A	D	R	Y	S	Y	S	J	M	E	S	D	W	O	Q	C	H	E	N
Q	L	E	T	H	O	G	M	X	S	O	C	I	A	L	B	O	T	S	P	H	S	K	T	N	N	C	I	V
A	I	P	F	X	T	U	E	I	E	Y	T	K	W	E	C	R	P	K	L	X	R	L	U	K	K	O	L	X
F	C	F	P	V	D	V	E	R	S	C	H	W	Ö	R	U	N	G	S	I	D	E	O	L	O	G	I	E	Y
I	E	A	K	V	J	K	D	M	J	X	D	Y	L	F	X	I	Y	V	P	O	C	W	I	F	Z	R	X	M
V	U	K	J	L	Y	Y	O	D	F	F	A	K	T	E	N	C	H	E	C	K	E	R	J	T	D	T	K	X
R	R	E	Z	Q	C	R	Y	N	G	Y	T	Q	L	X	U	I	L	J	M	M	I	K	C	B	K	P	X	S
L	G	J	L	Q	A	Z	T	D	A	B	D	W	X	Q	F	F	A	K	E	N	E	W	S	B	X	A	R	J
A	J	Z	O	R	W	D	Y	K	L	M	D	A	L	X	U	X	R	O	B	M	L	B	K	K	W	Q	I	O
E	Y	L	I	Z	A	F	Z	U	W	Q	J	I	X	Q	F	C	L	I	C	K	B	A	I	T	I	N	G	C

So viel können wir verraten: Versteckt sind insgesamt 7 Begriffe – sowohl senkrecht als auch waagrecht (siehe Auflösung Rückseite).



Content Check

Menschenfeindliche Ideologien werden in Kurzvideos auf mehreren Ebenen bzw. durch deren Zusammenspiel artikuliert.

Content check

KLEIDUNG,

ACCESSOIRES &

REQUISITEN

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

FEEDBACK/

INTERAKTION

Wie wird der Videoinhalt aufgenommen
(Reichweite, Kommentare, Likes)?
Hat es Stitche oder Duette, also
Interaktionen, mit dem Video gegeben?

SCHRIFT,

HASHTAGS

UND EMOJIS

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



SETTING

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

KONTEXT

Was steht in der Profilbeschreibung?
Wer spricht, gegebenenfalls für wen?
Passt die Thematik zum Gesamtbild
des Accounts bzw. der User*in?

AR/FILTER

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

SOUNDS/MUSIK

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

Das Content Check Poster:
[https://www.amadeu-antonio-
stiftung.de/publikationen/
tiktok-content-check/](https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/tiktok-content-check/)

DIESES PROJEKT WIRD GEFÖRDERT DURCH  **TikTok**

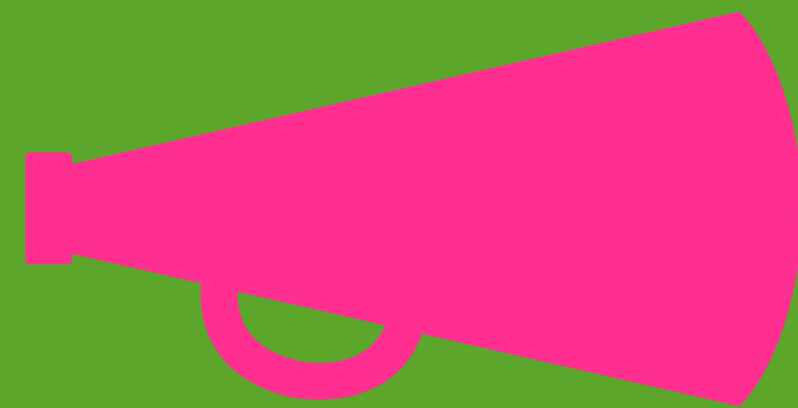


Weitere Informationen:



ZU DEN PUBLIKATIONEN
DER STIFTUNG

Feedback oder Fragen



Kontakt:
Schreib uns!

@amadeuantonionstiftung