

Rassismus online begegnen

Ansatzpunkte und Strategien der politischen Bildung im Social Web

Von Clemens Stolzenberg Die kürzlich veröffentlichte „Mitte“-Studie der Universität Leipzig zeigt einen weiterhin hohen Grad an feindlichen Einstellungen in der deutschen Bevölkerung gegenüber geflüchteten Menschen, Musliminnen und Muslimen sowie Sinti und Roma. Diese gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit ist im Internet allgegenwärtig: In den Sozialen Netzwerken werden insbesondere junge Menschen mit rassistischer, extremistischer und demokratiefeindlicher Rede konfrontiert. Aus diesem Grund entwickelt die Bundeszentrale für politische Bildung/bpb Informations- und Diskussionsangebote, die Jugendliche dort ansprechen, wo sie sich aufhalten: im Social Web.

Wer heute jung ist, ist online. Mit der sogenannten JIM-Studie untersucht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) seit 1998 jährlich das Mediennutzungsverhalten Jugendlicher in Deutschland und ermöglicht mit der 2015 vorgelegten Studie einen aktuellen Einblick in die digitalen Lebenswelten der 12- bis 19-Jährigen. Ob „Smombi“ oder nicht, praktisch alle Jugendliche besitzen ein internetfähiges Smartphone und nutzen dank der entsprechenden Internetflatrate umfassend Online-Dienste wie WHATSAPP, SNAPCHAT und INSTAGRAM, YOUTUBE und FACEBOOK.

Die Motivation für die Nutzung der einzelnen Dienste ist dabei durchaus unterschiedlich: Mit den Klassenkameraden und Freunden halten Jugendliche über teilweise dutzende unterschiedlicher WHATSAPP-Gruppen Kontakt, präsentieren sich selbst und ihre Weltsicht auf ihrem INSTAGRAM- und FACEBOOK-Profil und folgen ihren Idolen auf SNAPCHAT und YOUTUBE. Jugendliche nutzen Online-Dienste aber auch, um sich über das aktuelle Weltgeschehen – sowohl lokal, als auch global – zu informieren (und unterscheiden sich hiermit nicht wesentlich von den vorgeborenen, mehr oder weniger digital nativen Generationen).

WIDERSTANDSKRÄFTE STÄRKEN

Die Mediennutzungskompetenzen sind dabei unter Jugendlichen – wie unter Erwachsenen auch – sehr unterschiedlich ausgeprägt. Zwar können alle ein Smartphone bedienen, Selfies veröffentlichen oder Beiträge teilen, aber bei Weitem nicht alle Jugendliche wissen, wie die Algorithmen von FACEBOOK die Auswahl ihrer Timeline bestimmt, dass Behauptungen durch ihre Veröffentlichung im Netz („Quelle: Internet“) nicht zur Nachricht werden und wie zwischen seriösen Informationsangeboten und Gerüchten, Falschmeldungen und Lügen unterschieden werden kann. Hinzu kommt eine Menge an menschenfeindlichen, populistischen und extremistischen Inhalten, die das Social Web genauso bereit hält wie Katzenvideos, Let's Plays und Drogeriemarkt-Hauls.

Aus dieser Situation ergeben sich für die politische Bildung Arbeitsaufträge, die nicht neu sind, aber dennoch die Lebenswirklichkeiten von Jugendlichen im Web 3.0 umfassend berücksichtigen müssen: Die Förderung von Informations- und Medienkompetenzen sowie die Stärkung von Diskurskompetenz und der Fähigkeit zur Ambiguitätstoleranz gehören seit vielen Jahren zur täglichen Arbeit der politischen Jugendbildung.

Für Akteure der politischen Jugendbildung wie die bpb zieht das die Notwendigkeit nach sich, in der Entwicklung von Informations- und Bildungsangeboten konsequent zielgruppenorientiert zu denken. An welchen Orten halten sich Jugendliche im Internet auf? Wo informieren sie sich und wo suchen sie nach Unterhaltung? Für welche Themen sind sie ansprechbar und welche Themen sind für sie relevant? Wie können Informationen zielgruppengerecht aufbereitet, Kompetenzen entwickelt und kritisches Denken gefördert sowie respektvolle und gleichberechtigte Diskursräume geschaffen werden? Wie können die Widerstandskräfte von Jugendlichen gegen Hassreden und Hassinhalte gestärkt werden und ihre Bereitschaft, sich zu engagieren und am gesellschaftspolitischen Leben teilzuhaben?

Auch diese Fragen sind nicht neu. Aber sie stellen sich erneut vor dem Hintergrund eines Erstarkens rechtspopulistischer Bewegungen, deren Öffentlichkeitsauftritte in den sozialen Netzwerken mehr Aufrufe und Abonnenten vereinen als die der bislang im Bundestag vertretenen Parteien und vor einer Flut an Gerüchten und Falschmeldungen, die über vulnerable Gruppen wie beispielsweise geflohene Menschen und Sinti und Roma oder aber die muslimischen Communities in Deutschland verbreitet werden.

Eine Orientierung für die Entwicklung von Informations-, Diskussions- und Bildungsangeboten der bpb ergibt sich aus dem Leitbild der Bundeszentrale für politische Bildung. Deren Angebote im Social Web greifen zeitgeschichtliche, aktuelle politische und gesellschaftliche Probleme auf, vermitteln Hintergrundinformationen und stellen unterschiedliche politische, gesellschaftliche und wissenschaftliche Positionen zur Diskussion. In der Formatentwicklung orientiert sich die bpb am Mediennutzungsverhalten ihrer Zielgruppen und kooperiert mit Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, die in den Zielgruppen eine hohe Akzeptanz und Relevanz besitzen.

YOUTUBER SETZEN ZEICHEN

In der von 2013 bis 2015 durchgeführten Kampagne zur Prävention von Rechtsextremismus und zur Förderung von Toleranz und Zivilcourage **YouTuber gegen Nazis** arbeitete die bpb beispielsweise mit den zu dieser Zeit bekannten YouTubern **LeFloid**, **Simon Desue**, **MaximNoise**, **albertoson**, **DieAussenseiter**, **Bullshit TV** und anderen zusammen, um Jugendliche für diskriminierende und rassistische Rede im Internet zu sensibilisieren. Die initial auf YOUTUBE in den Kanälen der beteiligten Künstler veröffentlichten Videos erhielten im Verlauf des Projekts fast fünf Millionen Aufrufe; begleitende Hintergrundinformationen über Rechtsextremismus und die verschiedenen Phänomene der gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit wurden projektbegleitend über ein eigenes FACEBOOK-Profil zur Verfügung gestellt und in mehr als 17.500 Kommentaren Diskussionen über Rechtsextremismus im Social Web, auch mit radikalierungsgefährdeten Jugendlichen, geführt.

Seit 2014 vermittelt die bpb zudem in Zusammenarbeit mit den YouTubern **Tense** und **DarkViktory** Hintergrundinformationen über politische und gesellschaftlich relevante Themen. Die beiden Formate **TenseInforms** und **BrainFed** werden im zweiwöchentlichen Rhythmus in den Kanälen der beiden YouTuber veröffentlicht und erreichen dort durchschnittlich 73.000 Zuschauer pro Folge. Seit ihrem Beginn

wurden die beiden „News“-Formate über 4,8 Millionen Mal aufgerufen und die dort behandelten Themen in über 32.000 Kommentaren kontrovers diskutiert.

Auch das Informationsangebot **Begriffswelten Islam** nutzt YOUTUBE als zentrales Medium, um Hintergrundinformationen über die geschichtliche, theologische und gesellschaftliche Pluralität wichtiger Begriffe der in Deutschland über den Islam geführten Diskurse zu vermitteln und Jugendliche für muslim- und islamfeindliche Äußerungen und Einstellungen im Social Web zu sensibilisieren. Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit bekannten YouTubern wie **Hatice Schmidt**, **MrWissen2Go**, **LeFLoid** und dem „Satire-Kalifat“ **Datteltäter** von 2015 bis 2016 durchgeführt und durch ein fachwissenschaftliches Community Management begleitet.

Dankenswerterweise handelt es sich bei der bpb nicht um den einzigen Akteur der politischen Bildung im Social Web. Politische Stiftungen, Träger der politischen Bildung und zivilgesellschaftliche Akteure wie beispielsweise die Amadeu Antonio Stiftung oder Ufuq.de setzen mit Projekten wie **no-nazi.net** und **Was postest du?** deutliche Zeichen gegen Rassismus, Extremismus und gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit im Netz. Initiativen wie **#ausnahmslos**, **#SchauHin** und **#nichtsichön** nutzen TWITTER und YOUTUBE, um gegen Sexismus und Rassismus Stellung zu beziehen. Das Grimme Online-nominierte Projekt **Straßengezwitscher** berichtet regelmäßig über den TWITTER-Kanal **@streetcoverage** und mittlerweile in einem eigenen Blog über rechtsextreme Veranstaltungen in und um Dresden und die 2016 zum zweiten Mal durchgeführte Aktion **YouTuber gegen Hass** setzt kanalübergreifend ein deutliches Zeichen gegen Diskriminierung und Hassrede auf YouTube. Das ebenfalls in diesem Jahr für den Grimme Online-Award nominierte Projekt **Hoaxmap.org** widmet sich widerlegten Falschmeldungen: Auf einer Karte werden Gerüchte über geflüchtete Menschen gesammelt und visualisiert; das Projekt soll so als Nachschlagewerk für Menschen dienen, die mit diesen Falschmeldungen konfrontiert werden. Die Kampagne **Search Racism. Find Truth** der Organisation „Flüchtlinge Willkommen“ wiederum setzt sich das Ziel, YOUTUBE-Konsumenten zum Nachdenken über ihre Positionen anzuregen. Gemeinsam mit geflüchteten Menschen wurden kurze Webvideos realisiert, die über gängige Vorurteile über geflohene Menschen aufklären und als „unskippable ads“ vor Videos mit rechtspopulistischen und rechtsextremen Inhalten geschaltet sind. Dem Thema Hassrede nimmt sich seit Juli auch die von den Neuen Deutschen Medienmachern im Auftrag des Europarats durchgeführte Kampagne des „No Hate Speech Movement“ an. Und unter dem Hashtag **#NichtEgal** initiiert YouTube eine Kampagne, die in diesem Herbst zur Förderung von Gegenrede, Toleranz und Respekt unter den Nutzerinnen und Nutzern der Plattform beitragen soll.

TOLERANTE ZIVILGESCHSELLSCHAFT IM WEB

Auf der diesjährigen re:publica hielt die bekannte Aktivistin Kübra Gümüşay einen vielbeachteten Vortrag, in dem sie die Netzgemeinde dazu aufrief, Hassreden entschlossener als bisher entgegenzutreten und „Liebe zu organisieren“: durch mehr Information und Aufklärung, einer grundlegenden Empathie mit denjenigen, die von diskriminierender, abwertender und diskreditierender Rede betroffen sind, und der Bereitschaft, empfundene Wertschätzung auch explizit auszudrücken. Dahinter steht der Gedanke einer informierten, mündigen, aktiven und solidarischen

Zivilgesellschaft, die menschenfeindlichem und antidemokratischem Verhalten – sei es digital, oder analog – aktiv entgegentritt.

Die erwähnten Initiativen und Akteure stellen selbstverständlich nur einen Ausschnitt aus einer Vielzahl an unterschiedlichen Projekten der digitalen Zivilgesellschaft dar, die sich gegen Rassismus, gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit, Hassrede und Extremismus engagieren. Allen gemein ist jedoch der Wille, eine tolerante, pluralistische und friedfertige Demokratie auch im Internet zu leben und das Social Web als zivilgesellschaftlichen Raum nicht den Verschwörungsideologen, Trollen und Hatern zu überlassen.

Clemens Stolzenberg betreut bei der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb im Fachbereich "Politikferne Zielgruppen" den Bereich YouTube, Webvideo und Social Media.