



# „Wir haben ja jetzt einen sicheren Hafen“

## Dein Team gegen Gewalt im Netz stärken

**Projektergebnisse „Empower Communities“:** Ein Projekt für Teams zivilgesellschaftlicher Organisationen und ihre Online-Communities zur Entwicklung von Schutzkonzepten gegen digitalisierte Gewalt, Hetze und Diskriminierung

**Glossar  
zum Workbook**

Redaktion



Trägerschaft



gefördert durch



# Aufbau des Workbooks:

**Damit Du das Workbook möglichst gut benutzen kannst, hier ein paar Erläuterungen zur Orientierung.**

- ➔ **Das Workbook besteht aus insgesamt 7 Dateien.**
- ➔ Die erste Datei (Intro) ist eine Einführung in das Projekt und zum Hintergrund, wie das Workbook entstanden ist.
- ➔ Danach folgen 5 Workbook-Teile, von denen die ersten 3 sich an die kompletten Teams und Organisationen richten, und die letzten 2 vor allem an Social Media und Community Manager\*innen.
- ➔ Die letzte Datei ist ein Glossar, das Du beim Lesen jeder der Datei parallel öffnen kannst, um Fachbegriffe nachzuschlagen.

## **Workbook Teil 6: Glossar**

Dieser Teil ist relevant für Alle Lesenden des Workbooks und soll eine Hilfestellung geben, Fachbegriffe im Workbook besser zu verstehen.

Wir empfehlen, das Workbook beim Lesen der anderen Abschnitte in einem zweiten Tab zu öffnen, um Wörter schnell nachschlagen zu können.

Im Glossar findest du einen Überblick über

- die wichtigsten Begriffe rund um Social Media und Community Management
- Fachbegriffe rund um digitalisierte Gewalt, Hetze und Diskriminierung

**Du bist hier:**  
➔ **Teil 6: Glossar**

**Alle Teile des Workbooks findest Du zum Download unter:**

<https://netzhorizonte.de/workbook/>

# Aufbau des Workbooks:



## Intro: „Empower Communities“ Projekt:

Das Intro richtet sich an alle Interessierten, die mehr über unser Projekt wissen möchten. Und es erklärt, warum wir glauben, dass zivilgesellschaftliche Organisationen ein zentraler Schlüssel zum Schutz vor digitalisierter Gewalt sind.

- ➔ Eine Beschreibung des „Empower Communities“-Projekts und wie wir diese Inhalte erarbeitet haben.
- ➔ Eine Beschreibung unseres Verständnisses von digitalisierter Zivilcourage, das über Gegenrede in den Kommentarspalten hinausgeht.
- ➔ Warum wir glauben, dass zivilgesellschaftliche Organisationen sich zum Schutz vor digitalisierter Gewalt engagieren sollten.

## Workbook Teil 1: Digitalisierte Gewalt und Schutzkonzepte

Die Inhalte in diesem Teil des Workbooks richten sich an gesamte Teams in Organisationen: Leitungskräfte, Social-Media-Teams und andere Kolleg\*innen. Diese Inhalte sind nicht oder nur bedingt umsetzbar ohne die verantwortliche Leitungsebene.

- ➔ Grundwissen zu digitalisierter Gewalt.
- ➔ Wissen, Ideen und Anregungen zu Schutzkonzepten und Awareness, die für das gesamte Team der Organisation relevant sind.

## Workbook Teil 2: Bausteine gegen digitalisierte Gewalt

Das Kapitel ist vor allem interessant für Leitungskräfte, Ehrenamtskoordinator\*innen und für Social-Media-Teams. In diesem Teil geht es um Arbeitsprozesse, die sich über verschiedene Abteilungen der Organisation hinweg erstrecken und in der Leitungsentscheidungen relevant sind. Das heißt, die Inhalte sind nicht oder nur bedingt umsetzbar ohne die Leitungsebene. Außerdem findest Du in diesem Kapitel praktische Guidelines und hilfreiche Infos zu digitalem Ehrenamt.

- ➔ Anregungen für die Strukturierung von Arbeitsprozessen rund um digitalisierte Gewalt: z.B. Rollen und Aufgaben im Social Media Management.
- ➔ Anregungen für digitales Ehrenamt.
- ➔ Informationen und Praxis-Tipps zu digitaler Sicherheit, Krisenkommunikation und Shitstorm-Prävention.
- ➔ Anregungen für die Netzwerkarbeit.

## Workbook Teil 3: Community Management in zivilgesellschaftlichen Organisationen

Community Management wird allgemein vor allem als ein Teil der Social Media Arbeit betrachtet. Die Inhalte in diesem Teil des Workbooks sind jedoch nicht nur für Social-Media-Teams interessant und relevant, sondern für Alle, die mit Kolleg\*innen aus dem Social-Media-Bereich zusammenarbeiten, die sich mit Netzwerkarbeit befassen, und/oder die Mitarbeitende oder Ehrenamtliche koordinieren. Die Inhalte sind nur bedingt allein durch Social Media Teams umsetzbar.

- ➔ Beschreibungen der Berufsrolle „Community Management“.
- ➔ Anregungen zum Sinn von Community Management und Anregungen zum Gestalten von lebendigen (Online) Communities.

# Aufbau des Workbooks:



## Workbook Teil 4: Content Creation und strategische Kommunikation

Die Inhalte dieses Kapitels sind vor allem für Mitarbeitende aus Öffentlichkeitsarbeit und Social Media Management relevant. Sie können aber auch für Kolleg\*innen interessant sein, insbesondere in Bezug auf strategische Kommunikationsentscheidungen der Organisation.

- ➔ Anregungen für die strategische Kommunikation mit Social Media.
- ➔ Anregungen für Community-orientierte Content Creation, insbesondere Tipps für aktivierendes Posting.
- ➔ Anregungen zum proaktiven Kommunizieren und Agenda Setting: wie könnt ihr Eure demokratiestärkenden Inhalte lauter und effektiver werden lassen?
- ➔ Tipps für diskriminierungssensibles und barrierefreies Posten.

## Workbook Teil 5: Community Management und Moderation

Die Inhalte dieses Kapitels sind vor allem für Mitarbeitende dem Social Media Management und Community Management relevant. Sie können aber auch für Kolleg\*innen interessant sein, insbesondere in Bezug auf strategische Kommunikationsentscheidungen und Personalplanung.

- ➔ Tipps für Selfcare im Community Management.
- ➔ Anregungen für bestärkende Moderation und Community Management als Bildungsarbeit für eine bessere Netzkultur.
- ➔ Strategien zum Umgang mit problematischen Kommentaren und störenden Nutzer\*innen.
- ➔ Arbeitsvorlagen für Moderationsguidelines und Netiquetten.
- ➔ Tipps zum Thema Counter Speech und digitale Zivilcourage.

## Glossar

Du bist hier

Diese Hilfestellung ist relevant für Alle Lesenden des Workbook. Sie soll Dich dabei unterstützen, Fachbegriffe im Workbook besser zu verstehen. Wir empfehlen, das Workbook beim Lesen der anderen Kapitel in einem zweiten Tab zu öffnen, um Wörter schnell nachschlagen zu können.

- ➔ Die wichtigsten Begriffe rund um Social Media und Community Management.
- ➔ Fachbegriffe rund um digitalisierte Gewalt, Hetze und Diskriminierung.

## Im Outro jeder der Dateien findest Du außerdem:

- ➔ Eine Liste mit **Meldestellen** für Kommentare, Postings und andere Vorfälle.
- ➔ Eine Liste mit **Beratungsmöglichkeiten** zu verschiedenen Themen.
- ➔ Fortbildungsmöglichkeiten und Ressourcen zum Weiterlesen.

Alle Teile des Workbooks findest Du zum Download unter:

<https://netzhorizonte.de/workbook/>

## Content Note

In diesem Workbook geht es um digitalisierte Gewalt.

Wir haben uns bemüht, möglichst wenige gewaltvolle Kommentare und Postings zu reproduzieren.

Achte dennoch gut auf Dich. Die Auseinandersetzung mit diesem Thema kann emotional belastend sein. Insbesondere für Menschen, die selbst bereits Gewalt, Diskriminierung und Hetze erlebt haben oder regelmäßig davon betroffen sind.

Gib gegebenenfalls jemandem Bescheid, dass Du Dich mit dieser Publikation beschäftigst.

Beachte auch unsere Tipps zu **emotionaler erster Hilfe** in Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte) Kapitel 3.7., sowie zu **Self Care** in Workbook Teil 5 (Moderation) in Kapitel 1.2.

Am Ende jeder Datei findest du außerdem eine **Liste mit Beratungsstellen**.

## Feedback Adresse

Gewalt und Diskriminierung sind komplexe Themen. Auch wir sind dabei nicht frei von Fehlern.

Wenn Dir etwas auffällt, was nicht richtig oder diskriminierend ist, oder eine Formulierung, die Menschen verletzt, kannst Du uns eine Mail schreiben an:

**[publikation\\_empc@netzhorizonte.de](mailto:publikation_empc@netzhorizonte.de)**

# Inhaltsverzeichnis

## Glossar zum Workbook

**A..... 14**

Ableismus, Ad Hominem Argument, Adultismus, Advocacy, Algorithmus, Alt-Text, Altersdiskriminierung, Ally, Ambassadors, Antisemitismus, Antimuslimischer Rassismus, Antiziganismus, Astroturfing, Aufmerksamkeitsökonomie, Audience, Avatar, Awareness-Strukturen

**B ..... 19**

Barrierefreiheit, Bashtag, Behindertenfeindlichkeit, Bestärkende Moderation, Bias, BIPoC, Blockliste, Bloggen, Body Shaming, Bot, Botschafter\*innen, Bystander Effect

**C..... 24**

Call-In, Call-Out, Call To Action (CTA), Cancelling, „Cancel Culture“, Caption, Change Management, Cherry Picking, Click Baiting, Colorwashing, Content Creation, Content Moderation, Content Seeding, Community, Community Accountability, Community Canvas, Community Management, Community Standards, Corporate Community Management, Counter Framing, Counter Speech, Creator\*innen, Cybergrooming, (Cyber)Mobbing, Cyberstalking



**D..... 37**

Dangerous Speech, Dark Social, Debunking, Deplatforming, Derailing, Desinformation, Dichotomien, Dickpics, Diffamierung, Digitale Gewalt, Digitalisierte Gewalt, Digital Streetwork, Digitale Zivilcourage, Digital Services Act, Diskursverschiebung, Diskriminierung, Diversity Management, Dog Whistling, Don't feed the troll, Doxing

**E..... 44**

Empowerment, Empowernde Moderation, Empörungswelle, Empörungsökonomie, Engagement, Echokammer

**F..... 47**

Fact Checking, Fake Account, Fake News, Falschinformationen, False Balance, False Flag, Fear Speech, Feed, Fettfeindlichkeit, Filterblase, Flaming, „Flooding the zone with shit“, Follower\*in, Framing, Frauenfeindlichkeit, Fremdbezeichnung

**G..... 52**

Gadjé Rassismus, Gamification, Gaslighting, Gatekeeping, Gegenrede, Gender, Gewalt im Netz, Gish Gallop, gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit



**H**.....55

Hass im Netz, Hate Speech, Hetzrede, Homofeindlichkeit

**I**.....57

Informationskaskade, Intersektionalität, implicite bias, Incel, Influencer Marketing, Inklusion

**K**.....61

Kampagne, KASI – Methode, Klassismus, Konstruktiver Journalismus, Krisenkommunikationsplan

**L**.....63

LGBTIQA+, Listicle, Loaded Questions, Lookismus, Lurker\*innen

**M**.....65

Malinformation, marginalisierte Gruppe, Mainstreaming, Meme, Meldestelle, Metapolitik, Microtargeting, Migratismus, Mikroagression, Misinformation, Moderationsleitfaden, Monitoring

**N**.....70

Narrativ, Narrative Change, Netiquette, Neue Rechte, Netz DG, Nutzer\*in

**O**.....73

Öffentlichkeitsarbeit, Online Enthemmungseffekt, Online Harassment, Online Incivility, organisierte Gegenrede, Overton Window





**P**..... 76

pars pro toto, performative allyship, PESO, plausible Deniability,  
Pinkwashing, Prebunking, Perseveranzeffekt, Principle of Charity

**Q**..... 79

Q & A

**R**..... 81

Rage Baiting, Rage Farming, Rassismus, Räuberpistole, Redpilling,  
Redaktionsplan, Roter Hering (Red Herring), Reframing, religiöse  
Diskriminierung, Reproduktion / reproduzieren

**S**..... 85

Saneismus, „Scheinriesen“, Schuldumkehr, Sea Lioning, Seeding,  
Selbstbezeichnung, Sensitivity Reading, Sexismus, Shadow Ban, Shitposting,  
Shitstorm, Silencing, Social Bots, Social Listening, Social Media Guideline,  
Social Proof, Social Media Management, Sockenpuppe, Storytelling,  
Streisand Effekt, Strohmann-Argument

**T**..... 93

Täter Opfer Umkehr, Text Bild Schere, Themenhopping, Tone Policing,  
Tokenism, toxische Kommunikationsstrategien, Transfeindlichkeit, Trolle,  
Trollangriff, Truth Sandwich



**U**..... 97

User\*in, User Experience (UX), User Generated Content

**V**..... 98

Verschwörungsideologie, Verschwörungsmmythen, Victim Blaming

**W**..... 99

whataboutism, woke

**Z**..... 100

Zensur, Zirkelschluss, Zivilcourage

**Quellen zum Glossar**..... 102



**Outro:**..... 103

A) Fortbildungsmöglichkeiten und Ressourcen zum Weiterlesen..... 104

B) Meldestellen ..... 109

C) Beratungsstellen..... 112

  

Editorial:

Hier findest Du unsere Kontakte..... 118

# Glossar

Begriffe zum Nachschlagen  
als Arbeitshilfe zum Workbook

# A-C

**A** Ableismus, Ad Hominem Argument, Adultismus, Advocacy, Algorithmus, Alt-Text, Altersdiskriminierung, Ally, Ambassadors, Antisemitismus, Antimuslimischer Rassismus, Antiziganismus, Astroturfing, Aufmerksamkeitsökonomie, Audience, Avatar, Awareness-Strukturen

**B** Barrierefreiheit, Bashtag, Behindertenfeindlichkeit, Bestärkende Moderation, Bias, BIPOC, Blockliste, Bloggen, Body Shaming, Bot, Botschafter\*innen, Bystander Effect

**C** Call-In, Call-Out, Call To Action (CTA), Cancelling, „Cancel Culture“, Caption, Change Management, Cherry Picking, Click Baiting, Colorwashing, Content Creation, Content Moderation, Content Seeding, Community, Community Accountability, Community Canvas, Community Management, Community Standards, Corporate Community Management, Counter Framing, Counter Speech, Creator\*innen, Cybergrooming, (Cyber)Mobbing, Cyberstalking

## A

**Ableismus**

von Engl. (*to be*) *able* - *fähig* (*sein*). Ableismus ist die Diskriminierung anhand von körperlicher, psychischer oder geistiger Leistungsfähigkeit. Er betrifft behinderte, chronisch kranke, psychisch beeinträchtigte und neurodivergente Menschen (wie z.B. autistischen Menschen). Diese Menschen werden diskriminiert aufgrund ihrer vom Standard abweichenden Fähigkeiten. Siehe auch Behindertenfeindlichkeit und Saneismus.

**Ad Hominem Argument**

von lat: *argumentum ad hominem* – wörtlich: *Beweis(-führung) zum Mann / Menschen*. Sinngemäß: *personenbezogenes Argument*. Ad Hominem Argumentation ist eine toxische Gesprächsstrategie. Es handelt sich um ein

Argument, das sich nicht auf die Sache bezieht, sondern auf Eigenschaften des Gegenübers oder der Person, die das Gegenüber gerade zitiert. Anstelle von inhaltlicher Diskussion und guten Argumenten erfolgen persönliche Angriffe, z.B. auf den biografischen Hintergrund, Qualifikation, etc einer Person. Das [Ad Hominem Argument](#) dient in einer Debatte als Täuschungsmanöver. Das Argument richtet sich auf eine Person der Gegenseite, statt sich inhaltlich mit dem Gesagten auseinanderzusetzen.

**Adultismus**

Adultismus bezieht sich auf Vorurteile und Diskriminierung gegenüber Kindern und Jugendlichen basierend auf ihrem Alter. Es

beinhaltet die Annahme, dass Erwachsene automatisch überlegen oder kompetenter sind und daher das Recht haben, Entscheidungen für jüngere Menschen zu treffen, ohne angemessen ihre Perspektiven oder Wünsche zu berücksichtigen.

**Advocacy**

Engl. *Befürwortung, Fürsprache*. [Advocacy](#) bedeutet, sich aktiv für eine Sache, eine Gruppe, eine bestimmte Idee oder Maßnahme einzusetzen. Es beinhaltet das öffentliche Eintreten, um Veränderungen herbeizuführen, Unterstützung zu gewinnen oder auf Probleme aufmerksam zu machen, die von Bedeutung sind. Menschen, die [Advocacy](#) betreiben, setzen sich für ihre Überzeugungen ein und

## A

versuchen, positive Veränderungen in Politik, Gesellschaft oder anderen Bereichen herbeizuführen.

### Algorithmus

Der Begriff stammt aus den Bereichen Mathematik und Informatik. Ein [Algorithmus](#) ist eine Reihe von Schritten oder Anweisungen, die systematisch ausgeführt werden, um ein bestimmtes Problem zu lösen oder eine Aufgabe zu erledigen. In der Informatik wird der Begriff oft verwendet, um einen präzisen Satz von Anweisungen zu beschreiben, der von einem Computer ausgeführt werden kann, um eine spezifische Aufgabe zu erfüllen oder ein Problem zu lösen. Es ist im Grunde ein planmäßiger Weg, um zu einem bestimmten Ergebnis zu

gelangen. Ein Social-Media-Algorithmus dient dazu, den User\*innen von sozialen Netzwerken, Inhalte zu präsentieren, die auf Grundlage der erhobenen Daten, am ehesten Ihren Interessen entsprechen. Durch den Einsatz von Algorithmen sollen User\*innen möglichst lange auf den jeweiligen Netzwerken gehalten werden.

### Alt-Text

*Kurz für: Alternativtext.*  
Eine kurze Bildbeschreibung eines visuellen Inhalts im Internet. Sie wird blinden und sehbeeinträchtigten Nutzer\*innen mit Hilfsmitteln wie Screenreadern anstelle des Bildes vorgelesen und ist eine wichtige Voraussetzung für ein barrierefreies Netz.

### Alterdiskriminierung

Altersdiskriminierung tritt auf, wenn Menschen aufgrund ihres realen oder vermeintlichen Alters unfair behandelt oder benachteiligt werden. Das kann in verschiedenen Bereichen auftreten, wie z. B. im Arbeitsplatz, bei Bildung oder im sozialen Umfeld. Es beinhaltet Vorurteile oder Entscheidungen, die auf dem Alter einer Person basieren, anstatt auf ihren Fähigkeiten oder Qualifikationen. Das betrifft vor allem alte Menschen und Kinder (siehe Adultismus).

### Ally

*Engl. Verbündete\*r* Ein "Ally" ist eine Person, die sich aktiv für die Unterstützung, Solidarität und Gleichberechtigung einer Gruppe einsetzt, zu

## A

der sie selbst nicht gehört. In sozialen oder politischen Kontexten bezieht sich der Begriff oft auf Menschen, die sich mit marginalisierten oder benachteiligten Gruppen verbünden, um deren Rechte und Interessen zu fördern. Ein Ally bemüht sich, die Perspektiven und Herausforderungen der anderen Gruppe zu verstehen und unterstützt sie im Streben nach Gerechtigkeit und Gleichberechtigung. Ein Ally arbeitet aktiv daran, auch eigene unbewusste Vorurteile (siehe: implizite Biases) und Verhaltensweisen zu reflektieren.

### Ambassadors

siehe: Botschafter\*innen

### Antisemitismus

[Antisemitismus](#) ist eine Form von Diskriminierung gegenüber Juden\_Jüdinnen. Der Begriff Antisemitismus wurde im späten 19. Jahrhundert geprägt und zielte irreführenderweise nicht auf alle semitischen Völker ab, sondern wurde historisch verwendet, um die Feindseligkeit gegenüber jüdischen Menschen zu beschreiben. Bereits vorher bestehender Antijudaismus wurde anhand kolonialer „Rassenlehre“-Theorien zum Antisemitismus weiterentwickelt, der im Kontext anderer rassistischer und sozialdarwinistischer Theorien zu begreifen ist.

### Antimuslimischer Rassismus

Antimuslimischer Rassismus bezieht sich auf Vorurteile, Diskriminierung und Feindseligkeit gegenüber muslimischen Menschen aufgrund ihrer realen oder vermeintlichen religiösen Zugehörigkeit. Antimuslimischer Rassismus wird als Form von Rassismus betrachtet, weil er nicht nur auf religiösen Unterschieden basiert, sondern oft auch rassistische Elemente umfasst. Antimuslimischer Rassismus schließt oft Vorurteile gegenüber Menschen aufgrund ihrer ethnischen Herkunft mit ein und betrifft alle Menschen, die als muslimisch gelesen und markiert werden, unabhängig davon, ob sie tatsächlich (gläubige) Muslim\*innen sind.



## A

**Antiziganismus**

siehe Gadjé Rassismus

**Astroturfing**

*von Engl. Name eines Kunstrasenherstellers.*

[Astroturfing](#) ist eine Marketing Strategie, bei der eine spontane Graswurzelbewegung (grassroots movement) durch Unternehmen oder wirtschaftliche oder politische Lobbygruppen künstlich nachgeahmt und vorgespielt wird, um von der Glaubhaftigkeit von Bürgerinitiativen zu profitieren. Im Netz kann das zum Beispiel mithilfe von Sockenpuppen (Fake Account) erfolgen.

**Aufmerksamkeitsökonomie**

Die Aufmerksamkeitsökonomie bezieht sich auf das Konzept, dass Aufmerksamkeit zu einem knappen Gut

geworden ist und daher als eine Art Wirtschaftsgut betrachtet wird. In einer Welt, in der Menschen ständig von einer Vielzahl von Informationen, Inhalten und Werbung bombardiert werden, wird es immer schwieriger, die Aufmerksamkeit der Menschen zu gewinnen und zu halten. Die Plattformen selbst und die Creator\*innen, die auf den Plattformen Inhalte veröffentlichen, buhlen um Aufmerksamkeit der Nutzer\*innen und konkurrieren dabei mit anderen Plattformen und anderen Creator\*innen. Die Zeit, die Nutzer\*innen auf der Plattform oder mit den Inhalten auf einem Kanal verbringen, generiert Profite - zum Beispiel über Werbeeinnahmen. Deshalb versuchen Plattformen und Creator\*innen durch unterschied-

liche Strategien, die Aufmerksamkeit von Nutzer\*innen möglichst lange zu binden und deren Engagement zu erhöhen. Diese Strategien können aufgrund von netztypischen Mechanismen Empörung und Gewalt in sozialen Netzwerken begünstigen. Siehe auch Empörungsökonomie.

**Audience**

*Engl. Publikum, Zuschauer\*innen, Zielgruppe.* In Bezug auf Marketing bezieht sich der Begriff Audience bzw. Target Audience auf die Zielgruppe oder das Publikum, das eine bestimmte Werbebotschaft, Produkt oder Dienstleistung erreichen soll. Es repräsentiert die Gruppe von Menschen, die potenziell an einem Produkt, einer Dienstleistung, Organisation oder Marke

## A

interessiert sein könnten. Die Identifizierung der Zielgruppe ist entscheidend, um gezielte Marketingstrategien zu entwickeln und sicherzustellen, dass die Botschaft effektiv bei den richtigen Personen ankommt. Die Audience kann auf verschiedene Merkmale wie Alter, Geschlecht, Interessen, demografische Daten oder Verhaltensweisen ausgerichtet sein.

### Avatar

Aus dem Englischen für: *digitale\*r Stellvertreter\*in* oder *digital dargestellte Kunstfigur*. [Ursprünglich](#) Sanskrit: *avatara* – *Herabkunft, körperliche Manifestation von Gottheiten*. Das Wort "[Avatar](#)" bezieht sich auf ein Bild oder eine grafische Darstellung, die eine

Person im Internet verwendet, um sich darzustellen. Zum Beispiel das Bild, das jemand in sozialen Medien oder Online-Foren für ein Profil verwendet, um Anderen zu zeigen, wie man aussieht oder sich selbst darstellen möchte. Ein digitales Abbild in der Online-Welt. Das Avatar kann ein echtes Foto sein oder eine Zeichnung, die die Persönlichkeit oder Interessen repräsentiert.

### Awareness-Strukturen

*Engl. awareness – Bewusstsein, Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Gewahrsein.*

Awareness in Bezug auf Gewalt und Diskriminierung bezieht sich auf das Bewusstsein für die Existenz, Auswirkungen und verschiedenen Formen von Gewalt und Diskriminierung und der Folgen für betrof-

fene Menschen: es meint die Sensibilisierung für die vielfältigen Herausforderungen, denen bestimmte Bevölkerungsgruppen gegenüberstehen, sowie das Bewusstsein für die Notwendigkeit, Vorurteile und Vorurteile zu erkennen und abzubauen. Awareness-Strukturen sind Instanzen, die dem Schutz vor Gewalt und Diskriminierung auf Events oder in Organisationen dienen. Sie können zum Beispiel eine betroffene Person emotional und im Kontakt mit gewaltausübenden Personen unterstützen, dafür zu sorgen, dass die Gewalt oder Diskriminierung aufhört oder präventive Prozesse zum Abbau von Gewalt und Diskriminierung entwickeln.

## B

**Barrierefreiheit**

Barrierefreiheit bedeutet, Produkte, Umgebungen, Dienstleistungen und Informationen so zu gestalten, dass sie von Menschen mit unterschiedlichen körperlichen Voraussetzungen gut genutzt werden können. Sie ist vor allem für behinderte Menschen wichtig für deren Inklusion. Das Ziel ist eine Gestaltung der Umwelt, die es allen Menschen ermöglicht, gleichberechtigt an der Gesellschaft teilzuhaben, ohne von Barrieren und Hindernissen in ihrer Umgebung ausgegrenzt zu werden. Das Ziel ist ein gleichberechtigter Zugang zu allen Lebensbereichen, sei es in physischen Umgebungen oder auf digitalen Plattformen. Barrierefreiheit ist nicht nur ethisch wichtig, sondern oft auch gesetzlich vorgeschrieben,

um Diskriminierung zu verhindern und die volle Teilhabe aller Menschen zu ermöglichen. Im Netz sind für digitale Barrierefreiheit zum Beispiel Alt-Texte wichtig.

**Bashtag**

*Aus dem Engl. Zusammensetzung aus Hashtag und (to) bash – schlechtmachen, (auf eine Person ein-) schlagen.* Ein Bashtag ist ein Hashtag, das das Ziel verfolgt, Andere schlechtzumachen oder zu beleidigen. Manche Bashtags werden ins Leben gerufen, um etwas oder jemanden gezielt schlecht zu machen. Außerdem können beliebte Hashtags gekapert werden, um sie zu Bashtags umzufunktionieren.

**Behindertenfeindlichkeit**

Behindertenfeindlichkeit bezeichnet die Diskriminierung behinderter Menschen und ist eine Form von Ableismus. Sie zeigt sich in Vorurteilen, Stereotypen, sozialer Ausgrenzung, Benachteiligungen oder physischer Gewalt gegenüber Menschen aufgrund ihrer körperlichen, geistigen oder psychischen Beeinträchtigungen. Behindertenfeindlichkeit kann in verschiedenen Lebensbereichen auftreten, einschließlich Bildung, Beschäftigung, Gesundheitsversorgung und im Alltag. Das Ziel von Inklusion besteht darin, Diskriminierung abzubauen und eine gleichberechtigte Teilhabe von behinderten Menschen in der Gesellschaft zu fördern.

## B

**Bestärkende Moderation**

"Bestärkende Moderation" im Community Management bezieht sich auf eine Moderationspraxis, die darauf abzielt, positive und unterstützende Interaktionen in einer Online-Community zu fördern. Statt sich ausschließlich auf die Vermeidung von Regelverstößen oder Konflikten zu konzentrieren, liegt der Fokus auf der Stärkung der Gemeinschaftsbindung und einer positiven Atmosphäre. Moderator\*innen betonen konstruktives Feedback, Hilfsbereitschaft und belohnen positive Beiträge, um eine positive Kultur in der Community zu etablieren.

**Bias**

*Aus dem. Engl. in etwa: Voreingenommenheit, Vorurteil, Tendenz. Ursprünglich aus dem Französischen:*

*biasis – schiefe Linie, Schräge, seitwärts.* Bias bezieht sich auf systematische Abweichungen oder Verzerrungen bei der Beurteilung aufgrund von persönlichen Vorannahmen und Stereotypen. Bias kann bewusst oder unbewusst sein und hat das Potenzial, zu Ungleichbehandlung und unfairer Beurteilung zu führen. Bias kann in verschiedenen Kontexten vorkommen: wie zum Beispiel in der Beurteilung von Informationen, in Entscheidungsprozessen und in Einstellungen gegenüber Gruppen von Menschen oder in Entscheidungsprozessen. Unter impliziten sozialen Biases versteht man zum Beispiel rassistische, sexistische, klassistische, behindertenfeindliche, homo- und transfeindliche Vorannahmen, die alle

Menschen durch Sozialisation erlernen. Auch betroffene Personen verinnerlichen diese Biases selbst. Dann spricht man auch von internalisierter Diskriminierung. Studien wie zum Implizite Association Test zeigen, dass vorurteilshafte Assoziationen die Beurteilung von und das Verhalten gegenüber betroffenen Gruppen beeinflussen können, und das sogar bei Menschen, die bewusst versuchen, das zu vermeiden. In der Wissenschaft wird gezielt daran gearbeitet, Methoden zu entwickeln, die den Einfluss von Bias minimieren, um fairere und objektivere Ergebnisse zu erzielen.

## B

**BIPoC**

"BIPoC" ist eine Abkürzung für „Black, Indigenous and People of Color“ (Deutsche Übersetzung: *Schwarze, Indigene und People of Color*). Für *People of Color* gibt es keine gute deutsche Übersetzung. Es ist eine Sammelbezeichnung bestimmter von Rassismus betroffener Gruppen. BIPoC ist ein Begriff, der in erster Linie in englischsprachigen Ländern verwendet wird, um eine diverse Gruppe von Menschen zu beschreiben, die oft aufgrund ihrer *Race* diskriminiert oder marginalisiert werden. Der Begriff wird genutzt, um gemeinsame Rassismus-Erfahrungen verschiedener Gruppen hervorzuheben.

**Blockliste**

Eine "Blockliste" ist eine Liste von gesperrten Elementen, sei es schädliche

IIP-Adressen im Internet-Sicherheitskontext, blockierte Benutzer\*innen in sozialen Medien oder unerwünschte Websites in der digitalen Werbung. Der Zweck besteht darin, den Zugriff auf oder die Interaktion mit als unerwünscht oder schädlich eingestuften Inhalten oder Nutzer\*innen zu verhindern.

**Bloggen**

Aus dem Englischen abgeleitet (blogging) umschreibt die Tätigkeit ein „Internet-logbuch“ zu schreiben. Bloggen bedeutet, regelmäßig Inhalte auf einem Online-Kanal zu veröffentlichen, sei es zu persönlichen oder beruflichen Themen. Blogger\*innen teilen Gedanken, Meinungen oder Informationen in Form von Texten, Fotos oder Videos, und Leser\*innen können

durch Kommentare interagieren. [Microbloggen](#) ist eine kompakte Form des Bloggens, bei der kurze Beiträge, oft mit begrenzter Zeichenanzahl, auf Social-Media-Plattformen geteilt werden. Beiträge sind knapp und ermöglichen schnelles Teilen von Informationen oder Gedanken.

**Body Shaming**

Aus dem Englischen: *body – Körper & (to) shame (somebody) – (jemanden) beschämen, bloßstellen*. Body-shaming bezieht sich auf das Herabsetzen, Abwerten oder Diskriminieren von Menschen aufgrund ihres körperlichen Aussehens, ihrer Figur oder ihres Gewichts, wobei unterschiedliche Körperformen, die als vom Schönheitsideal abweichend markiert werden,

## B

davon betroffen sein können. Diese Form der Belästigung kann sich auf verschiedene Körpermerkmale beziehen, einschließlich Größe, Form, Hautfarbe oder andere äußerliche Merkmale. Zum Beispiel aufgrund von *Race*, Geschlechtsidentität, Behinderung, Körpergewicht, Alter und mehr. Bodyshaming kann negative Auswirkungen auf das Selbstwertgefühl, die psychische Gesundheit und das Wohlbefinden der betroffenen Personen haben. Siehe auch Lookismus und Fettfeindlichkeit

**Bot**

*Abkürzung von Roboter, aus dem Tschechischen: robota – arbeiten.* Ein Bot ist ein automatisiertes Computerprogramm, das wiederholte

Aufgaben autonom oder halbautonom ausführen kann, oft im Internet. Bots können in verschiedenen Kontexten eingesetzt werden, von einfachen Aufgaben wie automatisierten Antworten in Chats bis hin zu komplexeren Funktionen wie dem Sammeln von Daten im Internet oder dem Durchführen automatisierter Aktionen in Videospielen. Bots können menschenähnliche Aufgaben übernehmen oder spezialisierte Funktionen erfüllen, je nach dem Zweck, für den sie erstellt wurden. Sie können Aufgaben ohne menschliches Zutun im Alleingang erfüllen und zum Beispiel mittels Fake-Accounts menschliche Identitäten vortäuschen. Ein Social Bot ist darauf ausgelegt, soziale Netzwerke und Plattformen im

Internet zu nutzen, um zum Beispiel automatisiert Inhalte zu posten, Beiträgen zu liken, teilen oder kommentieren. Social Bots werden benutzt, um beispielsweise die Reichweite von Inhalten zu erhöhen, bestimmte Meinungen zu verbreiten oder Trends zu beeinflussen. In einigen Fällen können Social Bots auch dazu verwendet werden, Spam zu verbreiten oder Fehlinformationen zu streuen. Die Erkennung und Regulierung von Social Bots sind Themen, die in Bezug auf die Integrität von Online-Kommunikation und sozialen Netzwerken zunehmend an Bedeutung gewinnen.

## B

### Botschafter\*innen (Ambassadors)

In der Medienlandschaft bezieht sich der Begriff Botschafter\*in (z.B. "Markenbotschafter\*in" – Brand Ambassador)", auf eine Person bezieht, die von einem Unternehmen oder einer Marke ausgewählt wird, um diese in der Öffentlichkeit zu repräsentieren. Botschafter\*innen können Prominente, Influencer\*innen oder andere Personen sein, die aufgrund ihrer Bekanntheit oder ihrer Verbindung zu den Werten einer Marke ausgewählt werden, um diese zu fördern und positiv zu repräsentieren. Botschafter\*innen werden genutzt, um eine Marke, ein Produkt oder ein Unternehmen mit den Eigenschaften der Botschafter\*innen in Zusammenhang zu bringen. Im Community Management

sind Botschafter\*innen in der Regel User\*innen, welche die Interessen der Community in der Öffentlichkeit vertreten. Botschafter\*innen sind auch die Gesichter der Community – also Personen, die direkt mit der Community verbunden sind oder Advocates (Fürsprecher\*innen) der Community. Botschafter\*innen vertreten und unterstützen die Community aktiv nach innen und außen. Nicht immer sind die drei Begriffe trennscharf voneinander abgegrenzt, sondern werden oft auch synonym genutzt. Siehe auch Advocacy.

### Bystander Effect

*Aus dem Engl. bystander – Zuschauer\*in, Beobachter\*in, Schaulustige\*r.* Der Bystander-Effekt ist ein Effekt der Verantwortungsdiffu-

sion, der dazu führt, dass dabeistehende Zuschauer\*innen bei einem Unfall oder Gewalt-Vorfall häufig nicht eingreifen. Er beschreibt das Phänomen, bei dem Menschen weniger wahrscheinlich Hilfe leisten, wenn sie Teil einer Gruppe sind, im Vergleich zu wenn sie alleine sind. In einer Gruppensituation nehmen Einzelne oft an, dass andere Anwesende bereits Hilfe leisten oder dass ihre eigene Hilfe nicht benötigt wird. Dies führt manchmal dazu, dass niemand eingreift, selbst wenn Hilfe erforderlich ist. Der Effekt betont die soziale Dynamik und Verantwortung in Gruppensituationen und wurde in verschiedenen sozialen Kontexten und Notsituationen beobachtet.

## C

**Call-In**

Ein Call-In (*Engl. Hineinrufen*) beschreibt im Kontext von Gewalt und Diskriminierung eine Strategie, mit gewaltvollen oder diskriminierenden Äußerungen umzugehen. Sie ist besonders dann geeignet, wenn die Äußerung durch eine Person getroffen wurde, die sich wahrscheinlich unbeabsichtigt und unbewusst gewaltvoll oder diskriminierend verhalten hat, und die Argumenten grundsätzlich zugänglich ist.

Anders als beim Call-Out wird der Person nicht öffentlich in der Kommentarspalte, sondern in einer privaten Nachricht und unter vier Augen die Situation wohlwollend erklärt.

Der Vorteil ist, dass die Person nicht öffentlich mit ihrem Fehler umgehen muss. Durch virale Effekte in der Empörungsökonomie

kann ein Call-Out schnell eskalieren und sehr viel Aufmerksamkeit auf die kritisierte Person generieren, was für sie schnell überfordernd sein kann. Die Abwehr der Person kann dadurch steigen - ihre Lernbereitschaft und die Bereitschaft, Verantwortung für den Fehler zu übernehmen, kann dadurch sinken. Damit ist Betroffenen nicht unbedingt geholfen. Unter Ausschluss der Öffentlichkeit kann es schneller zu einem Eingeständnis eines Fehlers unter einer Verantwortungsübernahme kommen. Durch das Verfassen eines aufklärenden Postings zum Thema kann man sicherstellen, dass auch Andere etwas über das Thema lernen können.

**Call-Out / Call-Out-Kampagne**

In sozialen Medien wird der Begriff "Call-Out" (*Engl. herausschrei*) vor allem verwendet, wenn jemand öffentlich kritisiert wird, oft wegen Fehlverhaltens oder unangemessenen Verhaltens. Dies geschieht, um Aufmerksamkeit auf bestimmte Probleme zu lenken und Verantwortlichkeit zu fordern.

Bei einem Call-Out wird in einem öffentlichen Aufschrei z.B. auf Diskriminierung oder Gewalt aufmerksam gemacht, die eine Person oder Institution begangen hat. Call-Out-Kampagnen sind ein Ansatz der kollektiven Counter Speech zur Verteidigung gegen Diskriminierung und Gewalt. Bekannte Beispiele für Call-Out-Kampagnen sind #MeToo oder #BlackLivesMatter. Die



## C

Dynamik einer Call-Out-Kampagne ähnelt einem Shitstorm und kann sehr überfordernd sein. Solange es sich dabei um berechtigte Kritik handelt und nicht um diffamierende Falsch-aussagen oder unsachliche Beleidigungen handelt es sich aber nicht um einen Shitstorm. Call-Outs können sich jedoch durch die Viralität der Netzwerke leicht verselbstständigen und außer Kontrolle geraten. Sie können dann in unsachliche Shitstorms umschlagen, durch die auch unschuldige Personen zu Schaden kommen können. Die Strategie sollte von Aktivist\*innen deshalb mit Bedacht angewendet werden. Es wird empfohlen, sie nur als letztmögliches Mittel der Wahl gegen große, mächtige Personen und Institutionen einzusetzen.

Gegenüber weniger mächtigen Personen oder Institutionen und bei unbewusst diskriminierenden Aussagen v.a. innerhalb eigener Communities werden eher Call In Strategien empfohlen.

### Call-To-Action (CTA)

*Engl. Aufforderung zum Handeln.* Ein "Call to Action" (CTA) ist eine Aufforderung oder Handlungsanweisung, die darauf abzielt, Nutzer\*innen zu einer bestimmten Handlung zu bewegen. In Marketing und Werbung wird ein CTA verwendet, um die Zielgruppe dazu zu ermutigen, konkrete Schritte zu unternehmen: wie beispielsweise einen Kauf zu tätigen, sich anzumelden, auf einen Link zu klicken oder Kontakt aufzunehmen. CTAs sind oft direkt, klar und sollen eine

unmittelbare Reaktion hervorrufen, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen. Beispiele für CTAs sind "Jetzt kaufen", "Kostenlos anmelden" oder "Mehr erfahren". Durch CTAs werden User\*innen angeregt, mit dem eigenen Account zu interagieren. Siehe: Engagement.

### Cancelling

*Engl. to cancel – absagen, stornieren, ablehnen, boykottieren.* "Cancelling" in sozialen Medien bezieht sich auf einen Boykott von Influencer\*innen aufgrund von diskriminierenden, gewaltvollen oder sonstigen problematischen Aussagen oder Handlungen. Fans bzw. Follower\*innen entziehen dem Account durch das Entfolgen die Aufmerksamkeit und somit auch Profite, die mit den Accounts erzielt

## C

werden. Cancelling kann dazu führen, dass die Karriere oder das Image der gecancelten Person Schaden nimmt. Cancelling ist eine Form des Consumer Activism (Konsument\*-innen Aktivismus) und eine Möglichkeit, mit dem eigenen Konsumverhalten Einfluss auf Werte und Verhalten zu nehmen oder Verantwortlichkeit zu fordern. Aufgrund der Viralität und unmoderierter Dynamiken des Netzes können Cancelling-Aufrufe, genau wie Call-Outs, schnell außer Kontrolle geraten. Sie werden deshalb als Strategie genauso wie Call-Out-Kampagnen nur als letztmögliches Mittel gegen große, mächtige Personen und Institutionen empfohlen, und nicht gegen kleinere Accounts, insbesondere Accounts von selbst

marginalisierten Personen. Siehe auch Call Out und „Cancel Culture“.

### „Cancel Culture“

*Engl. to cancel – absagen, stornieren, ablehnen, boykottieren. Culture – Kultur. Deutsch in etwa: Absage-Kultur. Anders als „Canceling“ ist „Cancel Culture“ ein rechtspopulistischer Begriff aus dem amerikanischen Kulturkampf. Er dient dem Framing von real existierenden Call-Out-Strategien (öffentlicher Aufschrei) und Cancelling – Strategien (Boykottaufruf) im Netz als „Zensur“. Dabei werden verschiedene gesellschaftliche Debatten vermischt und in einen Verschwörungsmythos verwoben. Vermischt werden hierbei unterschiedliche Auseinandersetzungen rund um*

digitalisierte Gewalt und deren Regulation: Shitstorms, (Cyber)Mobbing und Trollangriffe werden gleichgesetzt mit organisiertem Counter Speech, und in einen Zusammenhang gestellt mit gesetzlichen Regularien, privater Content Moderation und Deplatforming. So entsteht eine Erzählung, in der marginalisierte Gruppen gemeinsam mit dem Staat und mit Unternehmen „Zensur“ ausüben und Menschen mundtot machen wollen. Dabei geht die Kritik an „Cancel Culture“ ironischerweise meist vor allem von Menschen mit enormer Macht im Mediensystem aus, deren Macht und Reichweite gar nicht gecanceled werden kann. Der Fokus der Berichte wird zudem nur auf Cancelling-Strategien von „woken“

## C

Bewegungen gerichtet.

Dass Boykotte keine „woke“ Erfindung sind, sondern von verschiedenen politischen Gruppen als Protestform benutzt werden, fällt dabei unter den Tisch. Auch gezieltes Silencing durch Angriffe von Rechtsradikale im Netz werden nicht als „Cancel Culture“ geframed. Dass Menschen in sozialen Netzwerken Fehler machen, darauf hingewiesen werden und dass dies durch die viralen Effekte der Netzwerke unangemessene Konsequenzen mit sich bringen kann, ist dabei unbestritten. Das ist aber eher eine Nebenwirkung dieser Technologie, mit der wir Alle erst einen guten Umgang entwickeln müssen, und kein Phänomen, das man einem politischen Lager zuschreiben kann.

### Caption

Eine "Caption" ist eine kurze beschreibende oder erklärende Textbeschriftung, die zu einem Bild, einer Grafik oder einem Posting hinzugefügt wird. Captions werden verwendet, um Kontext, Informationen oder Interpretationen bereitzustellen, die das Verständnis der Betrachter\*innen lenken oder vertiefen sollen. In sozialen Medien, Journalismus, Präsentationen und anderen Kontexten dienen Captions dazu, den Inhalt zu erläutern, zu ergänzen oder zu kontextualisieren.

### Change Management

*Engl. Prozess-Steuerung von Veränderungen.* Change Management umschreibt die laufende Anpassung

von Unternehmens- oder Organisationsstrategien an sich verändernde Rahmenbedingungen. Es bezeichnet den proaktiven Ansatz, Veränderungen in einer Organisation erfolgreich zu planen, durchzuführen und zu steuern. Es beinhaltet die Strukturierung von Prozessen, die Einbindung der Mitarbeitenden, die Kommunikation von Veränderungen und die Schaffung einer unterstützenden Umgebung, um sicherzustellen, dass die Organisation effektiv mit Veränderungen umgeht. Change Management ist zum Beispiel wichtig im Zusammenhang mit Digitalisierung; und entsprechend auch digitalisierter Gewalt. Besonders wichtig ist es auch für Diversity (Vielfalt) in Organisationen, da es

## C

den Übergang zu einer diverseren und inklusiveren Kultur erleichtert. Der Wandel in Bezug auf Vielfalt erfordert oft ein Umdenken von Normen und Werten, die tief in einer Organisation verwurzelt sind (Organisationskultur und –klima). Gezieltes Change Management mithilfe von effektiven Methoden der Organisationsentwicklung hilft dabei, Widerstände zu minimieren, Mitarbeitende einzubinden, Bewusstsein zu schaffen und sicherzustellen, dass die Organisation die Vorteile der Vielfalt voll ausschöpft.

### Cherry Picking

"Cherry Picking" bezieht sich darauf, selektiv bestimmte Informationen, Daten oder Beispiele auszuwählen, während gleichzeitig andere relevante

Informationen ignoriert werden. Es ist eine fehlerhafte Argumentationsweise, da sie eine verzerrte oder einseitige Sichtweise präsentiert, um eine gewünschte Schlussfolgerung zu unterstützen, während widersprechende Beweise ausgelassen werden. Cherry Picking wird in sozialen Netzwerken oft als toxische Gesprächsstrategie für hetzerische Meinungs-mache genutzt.

### Click Baiting

*Engl. Ködern von Klicks*

Clickbaiting bezieht sich auf die Praxis, auffällige oder irreführende Überschriften, Vorschaubilder oder andere Elemente zu verwenden, um die Neugier oder Aufmerksamkeit von Nutzer\*innen zu wecken und sie dazu zu verleiten, auf einen bestimmten Link zu

klicken. Das Ziel besteht oft darin, mehr Website-Besuche zu generieren und die Klickrate zu erhöhen. Clickbaiting kann dazu führen, dass Nutzer\*innen Inhalte aufrufen, die nicht den Erwartungen entsprechen, die durch die reißerische Darstellung geweckt wurden. Es ist eine umstrittene Praxis, da sie als manipulativ betrachtet werden kann und die Glaubwürdigkeit von Online-Inhalten beeinträchtigen kann. Dafür werden häufig stark emotionalisierende Themen genutzt, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Clickbaiting dient dazu, Klicks und Reichweite oder Werbeeinnahmen zu generieren.

### Colorwashing

"[Colorwashing](#)" ist eine PR-Strategie, die darauf abzielt, ein positives Image einer

## C

Organisation in Hinblick auf Themen wie Gleichberechtigung, Vielfalt, Inklusion und soziale Gerechtigkeit zu erzeugen, die aber nicht mit tatsächlichen Bemühungen für Gleichberechtigung und Inklusion einhergeht. Die Organisation betreibt nur Marketing und Werbung mithilfe von Tokens und Symbolen und Slogans sozialer Bewegungen, ergreift jedoch keine tatsächlichen, substantiellen Maßnahmen gegen Ungerechtigkeiten oder für die Förderung von Vielfalt. Pinkwashing bezieht sich auf den Versuch, sich ein positives Image im Zusammenhang mit Frauenrechten zu verschaffen. In Bezug auf LGBTIQA+-Themen spricht man von Rainbow Washing. In Bezug auf Anti-Rassismus wird von Blackwashing oder

Brownwashing gesprochen. Der Begriff ist auch verwandt mit dem Begriff Greenwashing, der benutzt wird, wenn Unternehmen sich ökologischer und nachhaltiger darstellen, als sie tatsächlich sind. Siehe auch performative Allyship.

### Content Creation

*Engl. Erstellung von Inhalten.* Content Creation bezieht sich auf den kreativen oder journalistischen Prozess des Erstellens, Entwickelns und Bereitstellens von Inhalten in verschiedenen Formaten, um eine Zielgruppe anzusprechen oder zu informieren. Dieser Prozess kann das Verfassen von Texten, das Erstellen von Bildern, das Produzieren von Videos, das Entwickeln von Grafiken oder das Generieren anderer Arten von Inhalten umfassen.

Zum Beispiel für Post auf Social Media Kanälen, in Newslettern, Webseiten, Flyern, u.a. Content Creation spielt eine zentrale Rolle im Marketing, in der Unternehmenskommunikation, in sozialen Medien und anderen Bereichen, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu gewinnen, Informationen zu vermitteln oder Markenbotschaften zu kommunizieren.

### Content Moderation

*Engl. Moderation von Inhalten.* Content Moderation bezieht sich auf den Prozess der Überwachung, Bewertung und Kontrolle von Inhalten, die von Benutzern auf Online-Plattformen, in sozialen Medien, Foren oder anderen digitalen Räumen erstellt werden. Zum Beispiel Kommentare, Fotos und Videos von Nutzer-

## C

\*innen. Das Ziel von Content Moderation ist es, sicherzustellen, dass die veröffentlichten Inhalte den Richtlinien und Standards der Plattform entsprechen. Moderatoren überprüfen und bewerten Nutzerbeiträge, um unangemessene, beleidigende, illegale oder anderweitig unerwünschte Inhalte zu identifizieren und zu entfernen. Content Moderation spielt eine entscheidende Rolle bei der Aufrechterhaltung einer sicheren, respektvollen und den Richtlinien entsprechenden Online-Umgebung. Um Content Moderation gibt es eine kritische Debatte wegen potenzieller Zensur, subjektiver Entscheidungen und mangelnder Transparenz. Anlässe zur Besorgnis sind dabei mögliche inkonsistente Moderation, ein Mangel an

Diversität unter Moderator\*innen und automatisierte Fehler. Die Debatte konzentriert sich darauf, wie Moderation die Meinungsfreiheit und die Sicherheit im digitalen Raum ausbalancieren sollte.

**Content Seeding**

*Engl. Sähen von Inhalten.*

Content Seeding bezieht sich auf die gezielte Verbreitung und Verteilung von Inhalten (Content) durch das strategische Platzieren auf verschiedenen Plattformen, um die Reichweite und Sichtbarkeit zu maximieren. Dies kann durch das Teilen von Inhalten auf sozialen Medien, das Einbetten in relevante Artikel, durch Likes, Shares und Verlinkungen oder das Kooperieren mit Influencer\*innen geschehen. Der Zweck von Content Seeding

besteht darin, die virale Verbreitung von Inhalten zu fördern, die Zielgruppenanziehung zu erhöhen und die Effektivität von Marketing- oder Werbebemühungen zu steigern.

**Community**

*Engl. Gemeinschaft, Gemeinde.*

Community kann verschiedene Bedeutungen haben. Eine Community kann z.B. eine lokale Gruppe in einem bestimmten Gebiet, eine Online-Gemeinschaft mit gemeinsamen Interessen, eine religiöse Gemeinschaft, eine berufliche Gemeinschaft oder eine Gruppe von Menschen mit ähnlichen Interessen bedeuten. Es bezieht sich immer auf Menschen, die miteinander verbunden sind und eine gemeinsame Identität

## C

teilen. Auch marginalisierte Gruppen bezeichnen sich häufig als Communities: z.B. die queere Community, migrantische Communities, etc. Eine Online-Community ist eine Gruppe von Menschen, die über das Internet miteinander verbunden sind, um gemeinsame Interessen, Ziele oder Aktivitäten zu teilen. Das kann in Form von Foren, sozialen Netzwerken oder spezialisierten Plattformen geschehen. Diese Gemeinschaften ermöglichen den Austausch von Informationen, Diskussionen und sozialen Interaktionen online.

### **Community Accountability**

*Engl. gemeinschaftliche Verantwortungsübernahme.* Community Accountability bezieht sich auf einen

Ansatz, bei dem eine Gemeinschaft selbstverantwortlich Maßnahmen ergreift, um Konflikte, Gewalt, Diskriminierung oder andere Probleme innerhalb der Gemeinschaft zu adressieren. Anstatt sich ausschließlich auf externe Institutionen oder Autoritäten zu verlassen, arbeitet die Gemeinschaft daran, ihre eigenen Werte, Normen und Sicherheitsmechanismen zu definieren und durchzusetzen. Siehe auch transformative justice und Awareness Strukturen.

### **Community Canvas**

Der "Community Canvas" ist ein Tool, das dazu dient, Community-Projekte und Initiativen zu planen und zu gestalten. Es bietet eine strukturierte Vorlage, um verschiedene Aspekte einer Gemeinschaft zu berücksichtigen und zu entwic-

keln. Der Canvas umfasst Bereiche wie die Definition des Zwecks der Gemeinschaft, die Identifizierung der Zielgruppe, die Planung von Aktivitäten, die Ressourcenplanung und die Messung des Erfolgs. Der Community Canvas hilft, einen klaren Plan zu erstellen und sicherzustellen, dass wichtige Aspekte bei der Entwicklung einer Gemeinschaft berücksichtigt werden.

### **Community Management**

*Engl. Leitung von Gemeinschaften.* Community Management bezieht sich auf die Verwaltung und Pflege einer Online- oder Offline-Gemeinschaft, um eine positive und engagierte Interaktion zwischen den Mitgliedern zu fördern. Zu den Aufgaben von Community

## C

Manager\*innen gehören der [Community Aufbau](#) und die Weiterentwicklung der Community, die [Moderation](#) und Betreuung der User\*innen sowie die Weiterentwicklung und Verwaltung der [Community Plattform](#). Es umfasst die Schaffung eines geeigneten Umfelds, das Moderieren von Diskussionen, das Beantworten von Fragen, das Lösen von Konflikten und das Fördern einer aktiven Beteiligung. Community Manager\*innen sind dafür verantwortlich, Community-Richtlinien durchzusetzen, Mitglieder zu unterstützen und eine positive Atmosphäre aufrechtzuerhalten. Das Ziel ist es, eine lebendige und unterstützende Gemeinschaft aufzubauen und die Bedürfnisse der Mitglieder zu verstehen und zu erfüllen. Das Com-

munity Management ist die Schnittstelle zwischen einer Organisation und den Mitgliedern der Community beziehungsweise der Zielgruppen in den sozialen Netzwerken.

### **Community Standards / Richtlinien**

"Community Standards" (*Gemeinschaftsstandards*) beziehen sich auf festgelegte Richtlinien oder Regeln, die von einer Gemeinschaft, Plattform oder Organisation erstellt werden, um akzeptables Verhalten innerhalb ihrer Gemeinschaft zu definieren. Diese Standards legen fest, welche Art von Inhalten erlaubt oder nicht erlaubt sind und welche Verhaltensweisen akzeptiert oder sanktioniert werden. Community Standards dienen dazu, eine sichere, respekt-

volle und positive Umgebung zu fördern, sei es in sozialen Medien, Online-Plattformen, Foren oder anderen Gemeinschaften, indem sie klare Erwartungen an die Mitglieder setzen. Diese Richtlinien werden auf Plattformen zum Beispiel als Community Standards oder auf Kanälen mithilfe einer Netiquette öffentlich bekannt gemacht.

### **Corporate Community Management**

[Corporate Community Management](#) bezeichnet die formale Leitung einer oder mehrerer unternehmensinterner Communities. Corporate Community Manager\*innen sind für die Planung, den Aufbau, den Betrieb sowie das Wachstum und die Weiterentwicklung der Communities



## C

verantwortlich. Sie befähigen die Community Mitglieder zu einer effizienten Zusammenarbeit, organisieren und moderieren diese, und kommunizieren die Ergebnisse. Sie fördern aktiv das Wissensmanagement und dienen als Multiplikator\*innen.

### Counter Framing

*Engl. Gegen-Rahmung.*

"Counter Framing" bezieht sich auf die Strategie, alternative oder gegensätzliche Narrative oder Deutungsrahmen zu etablieren, um bestehenden Erzählungen entgegenzuwirken oder sie zu kontern. Es handelt sich um den Versuch, eine alternative Perspektive oder Interpretation zu präsentieren, um die Wahrnehmung eines bestimmten Themas emotional zu beeinflussen. Counter Framing wird oft in

politischen Diskussionen, sozialen Bewegungen oder Medienkontexten eingesetzt, um bestehende Frames herauszufordern und unterschiedliche Sichtweisen zu stärken. Ein Beispiel für ein Counter Framing zu „Einwanderung in die Sozialsysteme“ wäre: „Arbeitsverbot für geflüchtete Menschen“.

### Counter Speech

*Engl. Gegenrede.* Rede, die Falschaussagen, Hetze und menschenfeindlichen Aussagen verbal etwas entgegensetzt. Counter Speech dient dazu, Hate Speech und Falschinformation zu begegnen, und der False Balance entgegenzuwirken, damit Mitlesende sich eine differenzierte Meinung bilden können. Sie kann auch dazu dienen, Betroffene zu unterstützen, ihnen zu zei-

gen, dass sie nicht alleine sind, oder Ansprechbarkeit als Verbündete zu signalisieren. In der US-amerikanischen Debatte um Free Speech vs Hate Speech, die lange vor die Zeit sozialer Medien zurückreicht, wird die Möglichkeit, Counter Speech anzuwenden, vor allem von Republikaner\*innen als Argument eingesetzt, sich einer stärkeren, staatlichen Regulation von Hate Speech zu widersetzen. Die Idee der „Counter-speech Doctrine“ ist, dass der „Marketplace of Ideas“ sich selbst ohne staatliche Eingriffe regulieren sollte, damit die Wahrheit sich durch bessere Argumente durchsetzt. Auch Plattformen benutzen dieses Argument, um damit zu rechtfertigen, an Investitionen in die Content Moderation zu sparen. Eine Kritik daran

## C

von demokratischer Seite ist, dass marginalisierte Gruppen und Minderheiten sich im „Marketplace of Ideas“ sich mit ihren Perspektiven gar nicht gleichberechtigt Gehör verschaffen können. Im deutschsprachigen Raum wird der Begriff eher verbunden mit (organisierter) Gegenrede gegen einzelne Aussagen in den Kommentarspalten, als mit der weiter gefassten Idee, Gegenpositionen in der Gesellschaft zu mehr Gehör und Reichweite zu verhelfen.

### **Creator\*innen / Creators**

*Engl. Ersteller\*innen.*

Personen die mit der Erstellung digitaler Inhalte beschäftigt sind. Siehe Content Creation

### **Cybergrooming**

Der Begriff Grooming kommt aus dem Englischen und bezeichnet das Verführen von Kindern. Cybergrooming bezieht sich auf Erwachsene, die über das Internet gezielt Kontakt zu Minderjährigen suchen, um eine emotionale Verbindung aufzubauen und (sexualisierten) Missbrauch zu initiieren. Dieses Verhalten kann in Chatrooms, sozialen Medien oder anderen Online-Plattformen stattfinden. Die Täter versuchen, das Vertrauen der Kinder zu gewinnen, indem sie sich als Gleichaltrige ausgeben oder ihre Opfer durch manipulative Taktiken beeinflussen.

### **(Cyber)Mobbing / (Cyber)Bullying**

Mobbing (im Englischen: *bullying*) ist die über einen längeren Zeitraum anhaltende, absichtliche, wiederholte Herabsetzung, Ausgrenzung, Beleidigung oder Erniedrigung einer Person aus einer Gruppe heraus. Wird Mobbing ins Online verschoben oder ausgeweitet, spricht man von Cybermobbing. Da Mobbing selten nur im Online stattfindet, sprechen wir von (Cyber)Mobbing. Beim (Cyber)Mobbing werden Personen über digitale Kommunikationsmittel wie soziale Medien, Messaging-Apps oder Online-Plattformen belästigt, beleidigt, bloßgestellt, bedroht oder

## C

diffamiert. Diese Gruppendynamik ist dabei häufig so stark, dass Betroffene von Mobbing sie nicht aus eigener Kraft durchbrechen können.

**Cyberstalking**

*Engl. to stalk – nachstellen.*

Der Begriff Stalking bedeutet, dass Menschen absichtlich und wiederholt von einer Person verfolgt und belästigt werden. Cyberstalking bezeichnet das wiederholte und belästigende Verfolgen, Überwachen oder Bedrohen einer Person über das Internet. Dies kann durch wiederholte Online-Kommunikation, das heimliche Verfolgen von

Aktivitäten in sozialen Medien, das Versenden von Bedrohungen oder das Sammeln persönlicher Informationen geschehen. Häufig erleben Personen, die von (Cyber)Stalking betroffen sind, eine schwerwiegende Beeinträchtigung ihrer Sicherheit und Lebensgestaltung. Cyberstalking ist eine starke Belastung für Betroffene, da sie sich nur schwer den Übergriffen der verfolgenden Person entziehen können. Cyberstalking ist als Straftatbestand der Nachstellung strafbar und kann mit bis zu 5 Jahren Haftstrafe belangt werden ([§ 238 StGB Nachstellung](#)).

# D-H

**D** Dangerous Speech, Dark Social, Debunking, Deplatforming, Derailing, Desinformation, Dichotomien, Dickpics, Diffamierung, Digitale Gewalt, Digitalisierte Gewalt, Digital Streetwork, Digitale Zivilcourage, Digital Services Act, Diskursverschiebung, Diskriminierung, Diversity Management, Dog Whistling, Don't feed the troll, Doxing

**E** Empowerment, Empowernde Moderation, Empörungswelle, Empörungsökonomie, Engagement, Echokammer

**F** Fact Checking, Fake Account, Fake News, Falschinformationen, False Balance, False Flag, Fear Speech, Feed, Fettfeindlichkeit, Filterblase, Flaming, „Flooding the zone with shit“, Follower\*in, Framing, Frauenfeindlichkeit, Fremdbezeichnung

**G** Gadjé Rassismus, Gamification, Gaslighting, Gatekeeping, Gegenrede, Gender, Gewalt im Netz, Gish Gallop, gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit

**H** Hass im Netz, Hate Speech, Hetzrede, Homofeindlichkeit

## D

**Dangerous Speech**

*Engl. gefährliche Rede*  
 Dangerous Speech beschreibt Aussagen, die das Risiko der Gewaltausübung gegen Personen und Gruppen erhöhen, zum Beispiel Gewaltaufrufe. Anders als Hate Speech beinhaltet Dangerous Speech auch Gruppen, die keine historische Benachteiligung erfahren, wie z.B. Berufsgruppen (Politiker\*innen, Journalist\*innen, Aktivist\*innen, etc.)

**Dark Social**

*Engl. dunkles soziales Netzwerk.* Darunter fällt Kommunikation, die nicht öffentlich einsehbar ist, sondern auf abgeschlossenen Servern, wie z.B. auf der Plattform Discord oder in privaten Messengern stattfindet, wie etwa WhatsApp oder Telegram. Es umfasst Kommunikation über private Nachrichten,

E-Mails oder Messenger-Dienste, die nicht öffentlich geteilt oder nachverfolgt werden können. Im Gegensatz zu "Light Social" oder öffentlichen sozialen Medien, wo Aktivitäten öffentlich sichtbar sind, bleibt Dark Social im Verborgenen. Marketer\*innen, Analytiker\*innen und Strafverfolgung haben oft Schwierigkeiten, Dark Social zu verfolgen, da es schwer nachzuverfolgen ist, welche Inhalte in privaten Nachrichten geteilt werden.

**Debunking**

"Debunking" bezieht sich darauf, Mythen, Fehlinformationen oder falsche Überzeugungen zu als falsch zu entlarven, zu widerlegen und klarzustellen, dass sie nicht wahr sind. Der Begriff wird oft verwendet, um falsche Behauptungen oder Verschwörungsmythen zu

entlarven, indem Fakten, Beweise oder wissenschaftliche Erkenntnisse präsentiert werden, um falsche Vorstellungen zu korrigieren. Debunking zielt darauf ab, eine korrekte und fundierte Sichtweise zu fördern und die Verbreitung von irreführenden Informationen zu minimieren.

**Deplatforming**

*Engl. Entplattformen.* "Deplatforming" bezieht sich auf die Maßnahme, eine Person oder eine Gruppe von einer Plattform oder einem sozialen Netzwerk zu entfernen, oft aufgrund von Verstößen gegen die Nutzungsbedingungen; wegen unangemessenen Verhaltens oder dem Verbreiten unerwünschter Inhalte auf ihrer Plattform verbreiten. Dies kann die Sperrung von Konten oder den Aus-

## D

schluss von einer bestimmten Plattform bedeuten. Deplatforming wird als Mittel betrachtet, um die Verbreitung von schädlichem oder unangemessenem Verhalten im digitalen Raum einzudämmen und die Einhaltung von Community-Standards zu gewährleisten. Es hat jedoch auch zu Diskussionen über Meinungsfreiheit und Zensur geführt, und ist auch hinsichtlich der Effektivität umstritten. Kritiker\*innen bemängeln, dass das Problem damit nur an andere Orte wie z.B. ins Dark Social verschoben wird und dass Deplatforming Solidarisierungseffekte und Streisand-Effekte auslösen kann.

### **Derailing**

*deutsche Übersetzung:* *Ablenken*. Taktiken, die dazu dienen, die Aufmerk-

samkeit weg von einer Aussage oder einem Thema zu lenken. Die Strategie dient dazu, sachliche Diskussionen zu (zer)stören und das Gegenüber in der Diskussion zu verwirren und ermüden. Derailing wird regelmäßig angewendet, wenn in Debatten (unerwünschte) Standpunkte von betroffenen Gruppen sichtbar werden und Raum einnehmen. Siehe z.B. Ad-Hominem-Argument, whataboutism und Themen-Hopping.

### **Desinformation**

"Desinformation" bezieht sich auf die Verbreitung falscher oder irreführender Informationen, oft mit der Absicht, die öffentliche Meinung zu beeinflussen, Zweifel an etablierten Informationsquellen zu schüren, Missverständnisse zu schaf-

fen oder bestimmte politische Ziele zu fördern. Anders als bloße Fehlinformation (unbeabsichtigte Verbreitung falscher Informationen) erfolgt Desinformation absichtlich und zielt darauf ab, Menschen zu täuschen oder zu manipulieren, auch durch Dekontextualisierung von Informationen. Dies kann in verschiedenen Kontexten auftreten, einschließlich politischer Propaganda oder anderer Werbung. Desinformation imitiert dabei häufig auch seriöse Nachrichten. Selbst wenn der Falschmeldung nicht ganz geglaubt wird, trägt sie zu einem Klima bei, in dem anderen Quellen ebenfalls nicht mehr getraut wird.

Auf diese Weise wird gezielt Stimmung gegen die Demokratie oder gegen be-

## D

stimmte Gruppen geschürt und menschenfeindliche Narrative damit bestärkt, z.B. durch als Nachrichten getarnte Lügen über geflüchtete Menschen.

### Dichotomien / falsches Dilemma

Als falsche Dichotomien oder falsche Dilemmata versteht man eine rhetorische Strategie, die mit falschen Gegensätzen arbeitet. Es werden zwei Optionen aufgezählt, die vermeintlich die einzigen beiden Lösungen oder Möglichkeiten darstellen. Dabei gibt es in der Realität meistens sehr viel mehr Auswahlmöglichkeiten. Ein Beispiel für eine falsche Dichotomie könnte z.B. sein: "Man darf ja keiner Frau ein Kompliment machen, das ist ja alles gleich Sexismus!". Selbstverständlich

ist nicht jedes Kompliment sexistisch - es gibt natürlich auch respektvolle, erwünschte Komplimente, die einer Frau gegenüber gemacht werden können.

### Dickpics

*Engl. Penis Bilder.* Unaufgefordert digital zugesendete Bilder von Penissen. Sie können als Anmach-Versuch, zur Belästigung, Beleidigung oder Einschüchterung (i.d.R. von Frauen oder LGBTIQ+ Personen) eingesetzt werden.

### Diffamierung

Die Diffamierung im Online ist charakterisiert durch die Verbreitung von Gerüchten, Verunglimpfungen oder Falschaussagen über eine Person oder Organisation im Netz, um dieser zu schaden. Sie kann strafbar sein.

### Digitale Gewalt

Ein Sammelbegriff für unterschiedliche Phänomene von Gewalt, die mithilfe von digitalen Tools ausgeübt werden. Siehe digitalisierte Gewalt.

### Digitalisierte Gewalt

Hierbei handelt es sich um einen Sammelbegriff für unterschiedliche Phänomene von Gewalt, Hetze und Diskriminierung, die sich aus dem Analogen ins Netz übertragen haben. Dabei besteht eine Verschränkung und Wechselwirkung zwischen analoger und digitaler Gewalt; das heißt: analoge Gewalt geht sehr häufig mit digitaler Gewalt einher; und digitale Gewalt schlägt häufig in analoge Gewalt um. Beide sind nicht mehr voneinander zu trennen. Die Digitalisierung

## D

der Gewalt betrifft verschiedene Gewaltphänomene: Zum Beispiel haben sich rechte Gewalt, geschlechtsspezifische Gewalt und Mobbing digitalisiert. Erscheinungsformen digitalisierter Gewalt sind z.B. Hate Speech, Dangerous Speech, (Cyber)Mobbing, Cyberstalking, Cybergrooming, Online Harassment, und andere.

### Digital Streetwork

Das Konzept der "Digitalen Streetwork" bezieht sich auf die Übertragung traditioneller Streetwork-Prinzipien aus der sozialen Arbeit in den digitalen Raum. Ähnlich wie bei herkömmlicher Streetwork, bei der Fachkräfte direkt in die sozialen Räumen ihrer Zielgruppen gehen und dort arbeiten, um Bedürfnisse zu identifizieren und Unterstützung

anzubieten, nutzt das Digital Streetwork – Konzept digitale Kanäle (wie soziale Medien, Foren oder Messenger-Kanäle), um mit Personen in Kontakt zu treten. Es zielt darauf ab, Unterstützung, Beratung oder Informationen online bereitzustellen und sozialen Austausch zu fördern. Digital Streetwork wird in verschiedenen Kontexten eingesetzt, wie z.B. Jugendhilfe, Gesundheitsförderung oder Radikalisierungsprävention.

### Digitale Zivilcourage

Zivilcourage im Netz. Der Begriff wird in Deutschland vor allem mit organisierter Gegenrede assoziiert, kann jedoch sehr viel mehr Strategien der Zivilcourage umfassen. Siehe auch: Zivilcourage

### Digital Services Act / Digital Markets Act

Der [Digital Services Act](#) (DSA) und der [Digital Markets Act](#) (DMA) sind Gesetze, die digitale Dienste auf europäischer Ebene regeln.

Mit dem Digital Services Act können u.a. illegale Inhalte auf Social Media Plattformen schneller entfernt werden. Auch die Grundrechte von Nutzer\*innen werden umfassender geschützt.

Der Digital Markets Act soll die Gatekeeping-Macht der größten Social Media Plattformen regulieren. Siehe auch: Gatekeeping.



## D

**Diskursverschiebung**

"Diskursverschiebung" bezieht sich auf eine Veränderung in den vorherrschenden Meinungen, Überzeugungen oder Themen, die in der öffentlichen Debatte akzeptiert oder diskutiert werden. Eine solche Verschiebung kann dazu führen, dass bestimmte Ideen oder Perspektiven mehr Gewicht bekommen oder dass früher als kontrovers betrachtete Themen allgemeiner akzeptiert werden. Die Diskursverschiebung spiegelt oft Veränderungen in der Gesellschaft, Kultur oder Politik wider und beeinflusst, welche Themen als relevant und wichtig betrachtet werden. Politische Akteur\*innen versuchen mit verschiedenen Strategien, wie z.B. Narrativen und Framings, den Diskurs zu verschieben. Beispielsweise versucht die Meta-

politik der neuen Rechten gezielt, Diskurse zu verschieben und das sogenannte Overton Window zu verändern. Siehe auch: Neue Rechte, Overton Window

**Diskriminierung**

*Diskriminierung ist die Ungleichbehandlung von Menschen aufgrund der Zuschreibung eines spezifischen Merkmals bzw. einer Gruppenzugehörigkeit.* In den meisten Fällen basiert Diskriminierung auf Stereotypen, Vorurteilen oder dem Willen, bestehende Machtverhältnisse zu sichern und auszubauen. Aufhänger für Diskriminierung können diverse Merkmale sein, wie beispielsweise Herkunft und Rassismus, Geschlechtsidentität, Glaube, sexuelle Orientierung, Alter, Aussehen oder

Behinderung. Siehe auch Rassismus, Sexismus, Homo- und Transfeindlichkeit, Antisemitismus, Ableismus, Fettfeindlichkeit. Diskriminierung kann nicht jede beliebige Gruppe betreffen, sondern sie hat etwas mit historischen Entwicklungen und Machtverteilung zu tun. Diskriminierung hat eine strukturelle Dimension und betrifft marginalisierte Gruppen. Dementsprechend ist nicht jede gruppenbezogene Abwertung oder Ausgrenzung mit Diskriminierung gleichzusetzen.

**Diversity Management**

"Diversity" (Diversität) bezieht sich auf Vielfalt und Unterschiedlichkeiten innerhalb einer Gruppe, Organisation oder Gemeinschaft. Diversity umfasst verschiedene Merkmale

## D

wie Geschlecht, Herkunft, *Race*, Alter, sexuelle Orientierung, Behinderung oder körperliche und psychische Leistungsfähigkeit, und weitere individuelle Unterschiede. Diversity Management ist ein Ansatz der Organisationsentwicklung, der darauf abzielt, die Vielfalt in einer Organisation aktiv zu fördern und koordinieren. Ziel ist, ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Mitarbeitende unabhängig von ihren individuellen Merkmalen und Bedarfen gleiche Chancen haben, teilzuhaben und sich erfolgreich zu entfalten. Diversity Management beinhaltet u.a. Strategien zur Rekrutierung, zur Weiterentwicklung und Förderung von Mitarbeitenden und zum Umgang miteinander innerhalb der Organisation.

### Dog Whistling

*Engl. Hundepfeifen.* "Dog Whistling" bezieht sich auf eine politische Kommunikationstechnik, bei der verschlüsselte Botschaften oder Signale verwendet werden, um eine spezifische Gruppe anzusprechen, ohne offen oder direkt zu sein. Mit unscheinbaren Codes wird eine geheime Botschaft versteckt, die sich gezielt an Personengruppen richtet, die mit den Codes vertraut sind, während Andere sie gar nicht wahrnehmen. Der Begriff stammt von einem Hundepfeifen, das für Menschen unhörbar ist, aber Hunde anspricht. Diese Botschaften sind oft so formuliert, dass sie für ein breiteres Publikum harmlos erscheinen, während sie für eine bestimmte Zielgruppe eine

bestimmte Bedeutung haben. Ein Großteil des Publikums schenkt diesen Wörtern keine gesonderte Beachtung, Anhänger\*innen der entsprechenden Weltanschauung verstehen die Wortwahl aber als Bekenntnis dazu. Es wird oft in politischen Diskussionen oder Kampagnen verwendet. Dog Whistling kann dazu dienen, unterstützende Anhänger\*innen zu mobilisieren, ohne öffentlich kontroverse Positionen einzunehmen. Es kann auch dazu dienen, der Löschung oder Sperrung von Postings oder Profilen zu entgehen, oder als gegenseitiges Erkennungszeichen zur Vernetzung. Es gibt immer wieder neue Dog Whistles und es ist nicht leicht, hier immer auf aktuellem Stand zu sein. Beispiel: Das "Ok-Zeichen", das z.B. völlig

## D

harmlos beim Tauchen verwendet wird, wird in rechtsmotivierten Kontexten als Dog Whistle für “White Power” verwendet.

**Don't feed the troll**

*Engl. füttert den Troll nicht.*

Da Trolle häufig zum Ziel haben, zu provozieren, Dialoge zu sprengen und Menschen zu ermüden, kann es unter Umständen die beste Strategie sein, sie zu ignorieren; auch um die Reichweite ihrer Postings und Kommentare nicht durch Engagement zu erhöhen. Insbesondere wenn sie Toxische Kommunikationsstrategien anwenden. Deshalb hat sich der Ausdruck „don't feed the troll“ als Netz-Sprichwort weit verbreitet.

**Doxing**

Doxing (auch: *Doxen*) beschreibt das Veröffentlichen privater, sensibler Daten von Personen (z.B. der Wohnadresse, Telefonnummer, Bankdaten, etc) im Internet ohne deren Zustimmung, z.B. um Betroffene als Ziel zu markieren oder einzuschüchtern. Doxing ist gefährlich, da es analoge Gewalt zur Folge haben kann. Sowohl das Beschaffen, als auch das Verbreiten solcher Daten, ist i.d.R. strafbar.

## E

**Empowerment**

*Engl. (Selbst-) Ermächtigung.* "Empowerment" bezeichnet die Stärkung von Einzelpersonen oder Gruppen, indem sie die Mittel, die Befähigung und das Selbstvertrauen gewinnen, ihre eigenen Entscheidungen zu treffen, ihre Interessen zu vertreten und ihre Ziele zu erreichen. Dieser Begriff bezieht sich auf die Förderung von Autonomie, Selbstbestimmung und Fähigkeiten, die Menschen in die Lage versetzen, ihre Lebensumstände zu verbessern und aktiv an gesellschaftlichen Prozessen teilzunehmen. Empowerment kann auf verschiedenen Ebenen auftreten, einschließlich persönlichem, sozialem und politischem Empowerment. Empowerment kann persönliche oder politische Selbstermächtigung beinhalten,

z.B. das alltägliche Leben und seine Belastungen erfolgreicher zu bewältigen, aber auch bestehende, diskriminierende Machtverhältnisse umzustrukturieren und Inklusion und Teilhabe an politischen Entscheidungsprozessen zu erreichen.

**Empowernde Moderation**

Ein Moderationsstil im Community Management, der positives Verhalten in Online Communities bestärkt. Da der Begriff Empowerment seinen Ursprung jedoch in den Kämpfen marginalisierter Communities hat (und nicht für die Bestärkung positiver Aussagen in Online Communities gedacht war), verwenden wir lieber die Bezeichnung „Bestärkende Moderation“. Die Bestär-

kung eines freundlichen Kommunikationsklimas kann manchmal im Widerspruch stehen zum Empowerment marginalisierter Personen, wenn beispielsweise berechtigte Wut als Reaktion auf offen rassistische oder vorurteilsbehaftete Kommentare zum Ausdruck gebracht wird.

**Empörungswelle**

"Empörungswelle" bezieht sich auf eine plötzliche und starke öffentliche Empörung oder Aufregung in Bezug auf eine bestimmte Angelegenheit, Nachricht oder Kontroverse. Diese Empörungswellen können sich schnell über soziale Medien, Nachrichtenmedien oder andere Kommunikationskanäle verbreiten. Oft entsteht sie durch als problematisch wahrgenom-

## E

mene Handlungen, Ereignisse oder Aussagen und kann zu intensiven Diskussionen, öffentlichen Protesten oder Forderungen nach Veränderungen führen. Empörungswellen sind charakterisiert durch eine breite Mobilisierung der Öffentlichkeit und können erheblichen Einfluss auf politische oder gesellschaftliche Entwicklungen haben. In sozialen Medien gibt es typische Eskalationsdynamiken, die darauf basieren, dass insbesondere Wut und Empörung sich im Netz besonders schnell verbreiten. Aktivist\*innen verschiedener politischer Lager nutzen gezielt ausgelöste Empörungswellen, um Reaktionen der etablierten Mediensysteme zu triggern und so Reichweite für ihre Themen zu bekommen. So nehmen sie Einfluss auf die

etablierten Arbeitsweisen von Journalist\*innen und Medienhäusern und schmuggeln ihre Inhalte an den Gatekeeper\*innen der etablierten Medien vorbei. Siehe auch Shitstorm, Trollangriff, Call Out Kampagne und Gatekeeping.

**Empörungsökonomie**

"Empörungsökonomie" beschreibt die Nutzung von öffentlicher Empörung oder Aufregung als strategisches Element, um Aufmerksamkeit zu erregen, Medienberichterstattung zu generieren oder bestimmte Ziele zu erreichen. Plattformbetreiber\*innen oder Creator\*innen unterstützen negative, empörende Inhalte, weil empörende Inhalte das Engagement erhöhen, und somit die Wahrscheinlichkeit, dass User\*innen die Inhalte kommentieren

oder teilen. In der Aufmerksamkeitsökonomie generiert das mehr Profite. In der Empörungsökonomie werden kontroverse Themen, provokative Aussagen oder skandalöse Handlungen gezielt eingesetzt, um Reaktionen hervorzurufen. Diese Reaktionen können dann für politische, soziale oder wirtschaftliche Zwecke genutzt werden. Der Begriff reflektiert die Idee, dass Empörung und Kontroverse oft eine Währung für Aufmerksamkeit in der heutigen Medienlandschaft darstellen. Siehe auch: Rage Baiting.

## E

**Engagement**

"Engagement" in sozialen Medien bezieht sich auf die Interaktion und Beteiligung von Nutzer\*innen mit Inhalten auf Social-Media-Plattformen. Dieses Engagement kann verschiedene Formen annehmen, darunter Likes, Kommentare, Teilen von Inhalten oder das Klicken auf Links. Ein höheres Engagement zeigt oft an, dass die Inhalte ansprechend sind und eine Verbindung zur Zielgruppe herstellen. Für Unternehmen und Organisationen ist das Engagement in sozialen Medien wichtig, um die Reichweite zu erhöhen, die Markenbekanntheit zu fördern und eine aktive Community aufzubauen. Engagement wird im Community Management oft als messbarer Wert betrachtet, um den Erfolg der Arbeit zu beziffern. Es ist dabei je-

doch nicht für alle Aspekte der Moderation ein geeigneter Messwert: z.B. eignet es sich nicht für die Bestimmung der Qualität von Diskursen oder Bindung der Nutzer\*innen.

**Echokammer**

Echokammern sind homogene Netzwerke, in denen hauptsächlich das eigene Weltbild vertreten wird. Viele Menschen neigen dazu, sich in im Offline wie im Online mit Gleichgesinnten zu umgeben. Dabei verstärken sie sich gegenseitig in der eigenen Position und es entsteht der Eindruck, dass die eigene Position eine Mehrheitsmeinung ist. Dies ist verbunden mit einer gesellschaftlichen Polarisierung und Radikalisierungsgefahr.

## F

### Fact Checking / Faktencheck

"Fact Checking" bezeichnet den Prozess der Überprüfung von Fakten und Informationen auf ihre Richtigkeit und Genauigkeit. Diese Überprüfung wird durchgeführt, um sicherzustellen, dass Aussagen, Behauptungen oder Informationen, die verbreitet werden, tatsächlich auf verlässlichen und nachprüfbaren Quellen basieren. Fact Checking ist insbesondere in journalistischen Kontexten wichtig, um die Qualität von Nachrichtenberichten zu gewährleisten und Fehlinformationen zu verhindern. Es wird auch in anderen Bereichen, wie politischen Diskussionen oder Online-Plattformen, eingesetzt, um die Verbreitung von falschen Informationen zu minimieren.

### Fake Account

Siehe: Sockenpuppe

### Fake News

*Engl. Falschnachrichten.*  
Der Begriff „Fake News“ ist mit unterschiedlichen Bedeutungen konnotiert: In den USA ist »Fake News« oft das Äquivalent der »Lügenpresse« im Deutschen, wirft also einer Berichterstattung vor, gezielt zu täuschen. Außerdem macht der Begriff nicht verständlich, wie viele unterschiedliche Formen der Falschinformationen es eigentlich gibt. Deshalb sprechen wir lieber von Falschinformationen bzw. von Misinformation, Malinformation und Desinformation.

### Falschinformationen

Ein Sammelbegriff für unterschiedliche Arten

von gezielt oder unabsichtlich verbreiteten falschen Meldungen. Falschinformationen können in Nachrichten seriöser und „alternativer“ Medien vorkommen, sowie in Social Media Postings (Texten, Memes und Videos). Bei gezielter Desinformation oder Malinformation werden zur Erzeugung von irreführenden Videos und Bildern mittlerweile auch künstliche Intelligenz und damit erzeugte sogenannte Deep Fakes eingesetzt.

Siehe auch: Fake News, Desinformation, Misinformation, Malinformation

### False Balance

*Engl falsche Balance.* "False Balance" bezieht sich auf eine fehlerhafte Praxis in den Medien, bei der unter-

## F

schiedlichen Standpunkten scheinbar gleich viel Gewicht gegeben wird, unabhängig von ihrer tatsächlichen Evidenz oder Unterstützung durch Fakten. Dies kann dazu führen, dass nicht alle Standpunkte gleichwertig sind, und kann dazu beitragen, eine falsche Gleichwertigkeit zwischen legitimen wissenschaftlichen Erkenntnissen und weniger fundierten Ansichten zu schaffen. In der journalistischen Ethik wird betont, dass die Darstellung von Informationen ausgewogen sein sollte, aber dies bedeutet nicht, dass jeder Standpunkt gleichberechtigt oder gleichgültig ist, wenn Trolle in den Kommentarspalten Mehrheitsmeinungen vortäuschen. Siehe auch: Scheinriesen, Astroturfing und Social Proof.

### Fear Speech

"Fear Speech" ist ein Begriff, der sich auf Äußerungen bezieht, die darauf abzielen, Angst oder Panik in einer bestimmten Gruppe zu erzeugen. Während direkte Hate Speech typischerweise auf Feindseligkeit und Verachtung abzielt, nutzt Fear Speech als Form indirekter Hate Speech das Gefühl Angst als primäres Mittel, um bestimmte politische oder soziale Ziele zu erreichen. Einige Hauptmerkmale von Fear Speech sind emotionale Manipulation, Desinformation, und das gezielte Schüren von Konflikten. Fear Speech zielt darauf ab, starke emotionale Reaktionen zu erzeugen, insbesondere Angst oder Unsicherheit. Oft wird Fear Speech dabei durch falsche oder irreführende Informationen unterstützt,

um die beabsichtigte Wirkung zu verstärken. Beispiele für Fear Speech können politische Reden oder Medienberichte sein, die vor angeblich drohenden Gefahren warnen, wie z.B. vor Migrant\*innen oder bestimmten Religionen. Fear Speech hat viele negative Auswirkungen auf die Gesellschaft. Sie polarisiert und spaltet, indem sie Ängste, Misstrauen und Konflikte zwischen verschiedenen Gruppen schürt. Der gesellschaftliche Zusammenhalt wird dadurch beeinträchtigt. Negative Vorurteile werden verstärkt. Das Misstrauen in Institutionen wird befördert und ein Klima der Angst und Unsicherheit erzeugt. Fear Speech kann wie Hate Speech Gewalt zur Folge haben. Siehe auch: Hate Speech



## F

**False Flag**

*Engl. falsche Flagge.* Gezielte Rufschädigung von betroffenen Personen oder Gruppen durch Täuschungsmanöver unter "falscher Flagge", bei denen die Identität der betroffenen Personen oder Gruppen imitiert wird (mit Hilfe von Sockenpuppen). Zum Beispiel: ein Fake Profil einer geflüchteten Person zu erstellen und in ihrem Namen Postings zu verfassen, die ein schlechtes Licht auf geflüchtete Menschen werfen sollen.

**Feed**

Ein "Social Media Feed" bezieht sich auf die Liste von Beiträgen, Nachrichten oder Updates, die in einem Benutzerkonto auf einer sozialen Medienplattform angezeigt werden. Dieser Feed enthält Inhalte von Freund\*innen, Kontakten

oder abonnierten Personen sowie gelegentlich auch gesponserte oder beworbene Beiträge. Der Feed ist eine Anordnung von Aktivitäten und Informationen, die auf der Plattform geteilt werden, und ermöglicht es Benutzer\*innen, auf dem Laufenden zu bleiben und mit den neuesten Ereignissen oder Inhalten zu interagieren. Je nach Plattform werden die Feeds dabei nach unterschiedlichen Kriterien (meist algorithmisch) sortiert, z.B. eher chronologisch, eher nach Vorlieben oder Abos.

**Fettfeindlichkeit**

Diskriminierung aufgrund des Körpergewichts wenn jemand das Ideal der Schlankheit nicht erfüllt. Sie betrifft also dicke und fette Menschen. Fettfeindlichkeit

geht oft mit Body Shaming und sozialer Ausgrenzung einher, sowie mit strukturellen Diskriminierungen, wie beispielsweise benachteiligter Behandlung auf dem Arbeitsmarkt oder dem Vorenthalten von benötigten diagnostischen Maßnahmen und Behandlungen durch Ärzt\*innen, was z.B. dazu führen kann dass schwere Erkrankungen leichter übersehen werden.

**Filterblase**

Von Filterblasen spricht man, wenn Algorithmen automatisiert entscheiden, was für Nutzer\*innen sozialer Netzwerke aufgrund ihres Nutzungsverhaltens als relevant eingestuft wird, und was ihnen in ihren Feeds angezeigt wird und was nicht. Sie beruht auf der Personalisierung von

## F

Inhalten in sozialen Medien. Siehe auch Micro-targeting.

### Flaming

*Engl. to flame = brennen, lodern.* Als Flaming bezeichnet man einen kurzen, intensiven, aggressionsgeladenen Online-Konflikt mit beleidigender oder vulgärer Sprache.

### „Flooding the zone with shit“

*Engl. "Fluten der Zone mit Scheisse".* Eine Strategie rechtsradikaler Akteur\*innen auf sozialen Netzwerken. Kanäle auf sozialen Netzwerken werden mit Desinformationen, verdrehten Fakten und Hetzrede geflutet. User\*innen wird es schwer gemacht, sich ein realistisches Bild einer Situation zu machen. Die Strategie dient auch dazu,

Vertrauen in etablierte Medien zu untergraben.

### Follower\*in

"Follower\*innen" sind Nutzer\*innen auf sozialen Medien, die einem bestimmten Konto folgen, um dessen Aktivitäten, Beiträge und Updates zu sehen. Wenn jemand einem Konto folgt, erscheinen die Beiträge dieses Kontos in seinem Social Media Feed. Die Anzahl der Follower\*innen eines Kontos kann ein Maß für dessen Popularität oder Einfluss auf der Plattform sein. Jedoch müssen Follower\*innen nicht unbedingt gleichbedeutend mit wohlwollenden Unterstützer\*innen sein und sind nicht dasselbe wie eine unterstützende Community. Siehe auch: Community, Audience

### Framing

*Engl. Rahmung.* "Framing" bezieht sich auf die Art und Weise, wie Informationen präsentiert oder dargestellt werden, um die Wahrnehmung und Interpretation durch das Publikum zu beeinflussen. Wichtig ist dabei zu verstehen, dass es nicht möglich ist, zu kommunizieren, ohne zu framen: denn jedes Wort oder Bild transportiert Assoziationen und Emotionen mit, die die Wirkung beeinflussen. Durch die gezielte Auswahl bestimmter Worte, Bilder (siehe auch Text-Bild-Schere), Perspektiven oder Narrative kann das Framing einen Sachverhalt in einem bestimmten Licht darstellen und so die Meinungsbildung lenken. Framing bezeichnet also eine Art, Informationen emotional einzurahmen, um damit die

## F

Wirkung der Informationen zu beeinflussen. Das geht zum Beispiel durch Wortwahl oder Bilder: z.B. „Ross“, „Gaul“ oder „Pferd“. „Das Glas ist halb voll“ vs „das Glas ist halb leer“. „10% Sterberisiko“ vs „90% Überlebenswahrscheinlichkeit“. Framing beeinflusst, wie Menschen eine Information verstehen und interpretieren, indem es den Fokus auf bestimmte Aspekte lenkt und andere vernachlässigt. Framing spielt eine wichtige Rolle in den Medien, politischer Kommunikation und öffentlichen Diskussionen. Framing kann auch dazu benutzt werden, auf subtile Art zu hetzen, ohne offenen Hetze oder Desinformation zu benutzen. Es kann aber auch benutzt werden, um eigene Inhalte effektiver zu vermit-

teln, siehe auch Counter Framing und Narrative Change.

### **Frauenfeindlichkeit (Mysogynie)**

Misogynie bezeichnet die Diskriminierung von Frauen und Personen, die weiblich gelesen werden aufgrund ihres Geschlechts. Misogynie kann sich auf individuelle Einstellungen, kulturelle Normen oder strukturelle Ungleichheiten beziehen und manifestiert sich in verschiedenen Formen, von verbalem Missbrauch bis hin zu systematischer Benachteiligung von Frauen. Auch online gibt es antifeministische und frauenfeindliche Online-Subkulturen, die Frauen gezielt angreifen und mundtot machen wollen (z.B. in Incel-Foren.)

### **Fremdbezeichnung**

"Fremdbezeichnung" bezieht sich auf die Art und Weise, wie eine Person oder eine Gruppe von außen, von anderen Personen oder Gruppen, benannt oder bezeichnet wird. Diese Bezeichnung kann von der Selbstbezeichnung abweichen, die von der betroffenen Person oder Gruppe selbst gewählt wird. Die Fremdbezeichnung kann kulturell, sozial oder historisch geprägt sein und unterschiedliche Konnotationen haben. Es ist wichtig zu beachten, dass Fremdbezeichnungen manchmal als respektlos oder diskriminierend wahrgenommen werden können, wenn sie nicht im Einklang mit den Präferenzen der betroffenen Personen stehen. Es ist daher wichtig, Selbstbezeichnungen zu achten.

## G

**Gadjé Rassismus**

Der Ausdruck "Gadjé - Rassismus" bezieht sich auf Formen von Rassismus oder Diskriminierung, die sich gegen Sinti\*zze und Rom\*nja richten. Er geht von Gadjé aus, also von Personen, die keine Sinti\*zze und Rom\*nja sind. Der Begriff wird synonym zu „Antiziganismus“ verwendet. Manche Personen bevorzugen den Begriff, weil er vermeidet, das Z-Wort zu reproduzieren und den Fokus auf die Rassismus ausübende Gruppe (Gadjé) richtet.

**Gamification**

*Engl. „Spielifizierung“.*  
"Gamification" bezeichnet die Anwendung von spieltypischen Elementen, wie Punktesystemen, Wettbewerben oder Belohnungen,

in einem nicht-spielerischen Kontext, um die Motivation, das Engagement und die Interaktion der Nutzer\*innen zu fördern. Ziel ist es, bestimmte Verhaltensweisen zu stimulieren, Lernprozesse zu verbessern oder die Beteiligung an Aktivitäten zu steigern, indem spielerische Elemente in den Ablauf integriert werden. Gamification wird in verschiedenen Bereichen eingesetzt, einschließlich Bildung, Marketing, Arbeitsumgebungen und Gesundheitswesen. Auch Terrorattentäter\*innen verwenden teilweise Elemente von Gamification auf grausame Weise bei Anschlägen.

**Gaslighting**

"Gaslighting" ist eine Form der psychologischen Manipulation, bei der eine Person absichtlich falsche Informationen bereitstellt, um die betroffene Person dazu zu bringen, am eigenen Verstand, Gedächtnis oder Realitätssinn zu zweifeln. Der Begriff stammt vom Film "Gaslight" aus dem Jahr 1944, in dem ein Mann versucht, seine Frau durch manipulative Taktiken dazu zu bringen, an ihrem eigenen Verstand zu zweifeln. Gaslighting kann dazu dienen, Macht und Kontrolle auszuüben, indem es dessen Selbstvertrauen untergräbt und es in einem Zustand der Unsicherheit oder Verwirrung zurücklässt.

## G

**Gatekeeping**

*Engl. das Tor bewachen.*  
 "Gatekeeping" im Journalismus bezieht sich auf den Prozess der Auswahl, Bearbeitung und Kontrolle von Nachrichten und Informationen, die in den Medien veröffentlicht werden. Journalist\*innen und Redakteur\*innen übernehmen die Rolle von "Gatekeeper\*innen", indem sie entscheiden, welche Geschichten veröffentlicht werden und welche nicht. Sie wählen Themen aus, bestimmen den Umfang der Berichterstattung, entscheiden über den Nachrichtenwert und bearbeiten Inhalte, bevor sie veröffentlicht werden. Das Gatekeeping beeinflusst maßgeblich, welche Informationen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden und hat somit einen erheblichen Einfluss auf die

öffentliche Meinungsbildung. Durch den Einfluss sozialer Medien sind etablierte Medienhäuser heute nicht mehr die alleinigen Gatekeeper\*innen des öffentlichen Diskurses. Auch Content Moderator\*innen (bei den großen Plattformen) und Social Media- und Community Manager\*innen haben nun Gatekeeping-Rollen über den Diskurs inne.

**Gegenrede**

siehe Counter Speech

**Gender**

Auf Englisch gibt es zwei Begriffe für „Geschlecht“: Das biologische Geschlecht (*Engl. „sex“*) und das soziale Geschlecht (*engl „gender“*). "Gender" bezieht sich auf die sozialen, kulturellen und emotionalen Rollen,

Erwartungen und Eigenschaften, die mit Geschlecht verbunden sind. Gender ist ein soziales Konstrukt, das die verschiedenen Verhaltensweisen, Rollen und Identitäten beschreibt, die eine Gesellschaft als passend oder erwartet für Männer und Frauen betrachtet. Trans Personen und nichtbinäre Menschen sprengen diese gesellschaftlichen Vorstellungen von Geschlechtsidentität und werden häufig transfeindlich diskriminiert.

**Gewalt im Netz**

siehe digitalisierte Gewalt

**Gish Gallop**

Der Gish Gallopp ist eine Form des Derailing. Er überflutet das Gegenüber in rasender Geschwindigkeit

## G

keit mit immer neuen Punkten, oft im Stil von Boulevard-Schlagzeilen, die nicht weiter in die Tiefe gehen. Dem Gegenüber wird mit dieser Strategie verunmöglicht, eine Debatte zu führen, da so viele Falschinformationen und Halbwahrheiten herunterprasseln, dass man kaum dazwischen kommt und ein Vielfaches der Zeit bräuchte, um jede der Falschaussagen und Halbwahrheiten der unterschiedlichen Themen, die hier vermischt werden, zu entkräften.

### **Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit**

Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit bezieht sich auf eine feindselige Einstellung, Vorurteile und unbewusste Biases oder Diskriminierung gegenüber bestimmten Gruppen von

Menschen aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu einer bestimmten marginalisierten Gruppe.

Dieser Begriff unterstreicht die Tendenz, dass die Ablehnung oder Feindseligkeit nicht auf individuellen Eigenschaften beruht, sondern auf der (zugeschriebenen) Gruppenzugehörigkeit. Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit kann sich in verschiedenen Formen äußern, von physischer Gewalt über verbale Angriffe bis hin zu struktureller Diskriminierung.

Siehe auch: Rassismus, Antisemitismus, Frauenfeindlichkeit, Homofeindlichkeit, Transfeindlichkeit, Ableismus, Behindertenfeindlichkeit, Fettfeindlichkeit, Klassismus.

## H

**Hass im Netz**

Dieser Sammelbegriff steht für unterschiedliche Arten von Gewalt, Hetze, Belästigung und Diskriminierung im Netz. Aufgrund der Uneindeutigkeit und Missverständlichkeit des Begriffs sprechen wir lieber von digitalisierter Gewalt.

**Hate Speech**

*Engl. Hassrede.* Die Definition des Begriffs ist nicht eindeutig und im Alltag wird er häufig schwammig verwendet. Ursprünglich bezieht er sich auf hetzerische oder herabsetzende Aussagen, die sich auf historisch benachteiligte, marginalisierte Gruppen beziehen. Das heißt, der Begriff bezieht sich auf gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit bzw. Diskriminierung: d.h. Rassismus, Antisemitismus, religiöse Diskriminierung, Sexismus,

Homo- und Transfeindlichkeit, Klassismus, Ableismus, Fettfeindlichkeit, etc. Die Diskriminierung aufgrund bestimmter Identitätsmerkmale ist der bestimmende Faktor von Hate Speech, und nicht die Emotion Hass. In Deutschland orientiert sich dieser Begriff rechtlich am Tatbestand der Volksverhetzung.

Der Begriff wird jedoch umgangssprachlich oft gleichgesetzt mit „Hass im Netz“, einem Sammelbegriff, der auch andere Formen digitalisierter Gewalt umfasst, wie z.B. Dangerous Speech, Online Harassment und Online Incivility. Er wird synonym zu jeglicher unangenehmer Kommunikation im Online benutzt und beinhaltet dann jede gewaltvolle oder wütende Kommunikation. Jedoch ist nicht jede

Beleidigung, nicht jedes Schimpfwort automatisch Hate Speech und es gibt auch formal „höfliche“ Hate Speech: Zum Beispiel in Form von codierten Begriffen (sog. „Dog Whistles“), und menschenverachtenden Inhalten, die scheinbar „neutral“ formuliert sind. Hate Speech kann in Kommentaren, Bildern, Videos oder Witzen vorkommen und bedrohend, ausgrenzend, herabsetzend oder vorurteilsbehaftet sein.

Hate Speech kann in direkter, indirekter oder verschleierter Form vorkommen (Direkt: offensichtlich, beschimpfend, bedrohend, oft justiziabel. Indirekt: vorurteilsbehaftete, oft angstsüchrende Anspielungen, nicht unbedingt diskriminierende Wortwahl, Fear

## H

Speech. Verschleiert: Versteckte Vermutungen, die rechtsradikalem Gedankengut zugeordnet werden können). Zur besseren Eindeutigkeit benutzen wir in dieser Publikation auch den Begriff „Hetzrede“, der besser auf den Punkt bringt, worum es bei Hate Speech geht und sprachlich klarer abgegrenzt ist von verbaler Gewalt, die aus individuell-persönlichen Gründen entsteht. Hetzrede kann feindselige Haltungen normalisieren, radikalisierend wirken, Wahlen beeinflussen, und analoge Gewalt zur Folge haben, bis hin zu Genoziden. Betroffene können in Folge psychische Erkrankungen, aber physische Symptome wie z.B. Kopfschmerzen oder Magenprobleme erleiden. Siehe auch: Fear Speech.

**Hetzrede**

siehe Hate Speech

**Homofeindlichkeit**

"Homofeindlichkeit" bezeichnet die feindselige Einstellung, Vorurteile oder Diskriminierung gegenüber Menschen aufgrund ihrer sexuellen Orientierung, d.h. gegenüber homosexuellen, lesbischen, bisexuellen oder pansexuellen Personen. Diese Form der Feindlichkeit kann sich in verbalen Angriffen, sozialer Ausgrenzung, Diskriminierung am Arbeitsplatz oder anderen Formen von Ungerechtigkeit äußern.



# I-Q

**I** Informationskaskade, Intersektionalität, implicite bias, Incel, Influencer Marketing, Inklusion

**K** Kampagne, KASI – Methode, Klassismus, Konstruktiver Journalismus, Krisenkommunikationsplan

**L** LGBTIQA+, Listicle, Loaded Questions, Lookismus, Lurker\*innen

**M** Malinformation, marginalisierte Gruppe, Mainstreaming, Meme, Meldestelle, Metapolitik, Microtargeting, Migratismus, Mikroagression, Misinformation, Moderationsleitfaden, Monitoring

**N** Narrativ, Narrative Change, Netiquette, Neue Rechte, Netz DG, Nutzer\*in

**O** Öffentlichkeitsarbeit, Online Enthemmungseffekt, Online Harassment, Online Incivility, organisierte Gegenrede, Overton Window

**P** pars pro toto, performative allyship, PESO, plausible Deniability, Pinkwashing, Prebunking, Perseveranzeffekt, Principle of Charity

**Q** Q&A

## I

## Informationskaskade

Der Begriff "Kaskade" bezieht sich auf eine Abfolge von sich verstärkenden oder sich fortsetzenden Ereignissen oder Prozessen. Eine "Informationskaskade" tritt auf, wenn Menschen in einer Gruppe oder in einer Entscheidungssituation dazu neigen, die Meinung oder das Verhalten anderer zu übernehmen, ohne unabhängig zu prüfen, ob diese Meinung oder Handlung wirklich korrekt oder angemessen ist. Menschen verhalten sich einer Gruppe anders, als einzeln. Menschen passen sich dem Verhalten einer Gruppe an, da sie glauben, die Entscheidungen der Anderen seien fundierter, als ihre eigenen. Dies verstärkt zum Beispiel die rasante Verbreitung von Desinformation, wenn Menschen diese für wahr halten, weil Andere

sie für wahr halten. Oft basiert die Entscheidung, sich einer Informationskaskade anzuschließen, z.B. Informationen ungeprüft zu teilen, auf dem Wunsch, sozialen Normen zu entsprechen oder Unsicherheit zu vermeiden. Dies kann dazu führen, dass Entscheidungen auf der Grundlage von unzureichenden oder fehlerhaften Informationen getroffen werden.

## Intersektionalität

*Engl. intersection – Überschneidung.* "Intersektionalität" ist ein Konzept, das die komplexen und miteinander verflochtenen Dimensionen von Identität und sozialer Ungerechtigkeit verstehen und erklären möchte. Es beschreibt, welche Auswirkungen das gleichzeitige Betroffensein von verschiedenen Formen

der Diskriminierung auf Menschen hat (wie z.B. Geschlecht, *Race*, Klasse, sexuelle Orientierung, Behinderung). Beispiel: eine *Schwarze*, behinderte Frau. Es erforscht, wie diese Diskriminierungen miteinander interagieren und sich gegenseitig beeinflussen. Das Konzept betont, dass Individuen nicht nur aufgrund eines einzelnen Merkmals diskriminiert werden, sondern dass verschiedene Aspekte ihrer Identität sich verflechten und beeinflussen.

Von intersektionalen Bündnissen spricht man außerdem, wenn Betroffene verschiedener Arten von Diskriminierung sich gemeinsam gegen Diskriminierung und für gemeinsame Forderungen einsetzen.

## I

**implicite bias**

siehe: Bias

**Incel**

"Incel" ist eine Abkürzung für "*involuntary celibate*" (unfreiwillig zölibatär) und bezieht sich auf Männer, die bisher unfreiwillig keine oder kaum romantische bzw. sexuelle Erfahrungen gesammelt haben. Sie formen Netzcommunities in denen häufig frauenfeindliche und antifeministische Einstellungen geteilt werden, und aus deren heraus vor allem Frauen, LGBTIQ+ Personen und Feminist\*innen angegriffen werden. Nicht alle Personen, die sich als "Incels" bezeichnen, teilen diese extremen Ansichten, aber der Begriff wird im Zusammenhang mit Online-Gemeinschaften verwendet, die häufig frauenfeindliche Einstellungen und manch-

mal auch gewalttätige Ideologien befördern.

**Influencer Marketing**

*Engl. Beeinflusser\*innen Vermarktung.* "Influencer Marketing" ist eine Marketingstrategie, bei der Marken mit Influencer\*innen zusammenarbeiten, um deren Einfluss und Reichweite in sozialen Medien zu nutzen. Influencer\*innen sind Personen, die aufgrund ihrer Expertise, Authentizität oder großen Reichweite als Meinungsführer\*innen in bestimmten Branchen oder Interessensgebieten gelten, und die häufig ihren Bekanntheitsgrad nutzen, um Marken oder Produkte zu bewerben. Sie haben selbst eine hohe Anzahl von Follower\*innen und Reichweite. Durch die Zusammenarbeit mit Influencer-

\*innen können Marken ihre Produkte oder Dienstleistungen über authentische Empfehlungen oder Produktplatzierungen einem breiten Publikum vorstellen. Die Idee ist, dass die Meinung von Influencer\*innen das Verhalten oder die Kaufentscheidungen deren Anhänger\*innen beeinflusst.

**Inklusion**

*inkludieren – einschließen, im Gegensatz zu exkludieren – ausschließen.* "Inklusion" bezieht sich auf den umfassenden Ansatz, alle Menschen unabhängig von ihren Unterschieden, Fähigkeiten oder Hintergründen in soziale Aktivitäten einzubeziehen. Das Ziel der Inklusion ist es, eine Gesellschaft zu schaffen, in der jeder Mensch gleiche Chancen, Rechte und Teilhabe-

## I

möglichkeiten hat. Dies umfasst die Anerkennung und Wertschätzung von Vielfalt sowie die Schaffung von Umgebungen, die Barrieren abbauen und Menschen ermöglichen, aktiv und gleichberechtigt am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen. Chancengleichheit und Partizipationsmöglichkeiten sollen durch gezielte Förderung von Teilhabe entstehen. Der Begriff wird zum Beispiel im Zusammenhang mit behinderten Menschen oder Migrant\*innen benutzt. Im Zuge der Zuwanderungsdebatte wurde der

Begriff „Integration“ zunehmend kritisiert und abgelehnt, da er oft als einseitige Angleichung von Migrant\*innen an die „deutsche Kultur“ verstanden wird. Inklusion meint, im Gegensatz zu Integration, dass für die Person, die inkludiert werden sollte, Rahmenbedingungen geschaffen werden sollen, die ihren individuellen Bedürfnissen für Teilhabe entsprechen. So dass ihnen eine gleichberechtigte Teilhabe durch die Veränderung der Bedingungen in der aufnehmenden Gruppe ermöglicht.

## K

**Kampagne**

Eine "Kampagne" bezieht sich auf eine organisierte und koordinierte Reihe von geplanten Aktionen oder Maßnahmen, die darauf abzielen, ein bestimmtes Ziel zu erreichen. In verschiedenen Kontexten kann eine Kampagne marketing-bezogen sein, politische Ziele verfolgen, soziale Bewegungen unterstützen oder auf andere Weise auf eine spezifische Angelegenheit oder Initiative aufmerksam machen. Kampagnen nutzen oft verschiedene Kommunikationsmittel und Strategien, um ihre Botschaft zu verbreiten und die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

**KASI-Methode**

Siehe: Bestärkende Moderation

**Klassismus**

"Klassismus" bezieht sich auf Vorurteile, Diskriminierung oder Benachteiligung aufgrund der Klasse einer Person. Ähnlich wie bei Rassismus oder Sexismus basiert Klassismus auf der Hierarchisierung von Menschen aufgrund ihrer Position in der Klassenhierarchie. Dies kann sich z.B. in Form von Vorurteilen und stereotypen Annahmen, und durch Ungleichheiten im Zugang zu Ressourcen äußern. Die Klasse bezieht sich auf die sozio-ökonomische Herkunft und die eigene aktuelle sozio-ökonomische Position und hat zum Beispiel mit dem Bildungsstatus, Beruf, Einkommens- und Vermögensstatus zu tun; sowohl mit der eigenen Klasse, als auch mit der Klasse der Herkunftsfamilie.

**Konstruktiver Journalismus**[Konstruktiver Journalismus](#)

ist ein Ansatz im Journalismus, der sich darauf konzentriert, nicht nur über Probleme und Konflikte zu berichten, sondern auch Lösungsansätze und positive Entwicklungen in den Vordergrund zu stellen. Der konstruktive Journalismus zielt darauf ab, ein ausgewogeneres Bild der Realität zu vermitteln, positive Veränderungen zu fördern und das Publikum zu inspirieren. Dieser Ansatz betont die Bedeutung von lösungsorientierten Perspektiven und konstruktiven Narrativen, um eine informierte und engagierte Öffentlichkeit zu schaffen. Konstruktiver Journalismus stellt ausdrücklich das Wohl der Gesellschaft und die Interessen der Menschen in

## K

den Mittelpunkt; und zielt darauf ab, Mediennutzenden ein zukunftsorientiertes, faktenbasiertes und nuanciertes Bild der Wirklichkeit zu vermitteln. Indem er Lösungsansätze genauso sorgfältig recherchiert wie Probleme, wirkt er einer einseitig negativen Weltsicht entgegen und stärkt durch das Aufzeigen von Handlungsoptionen bei Mediennutzenden das Gefühl der Selbstwirksamkeit.

**Krisenkommunikationsplan**

Ein "Krisenkommunikationsplan" ist ein vorbereiteter Leitfaden oder ein Dokument, das zur Vorbereitung auf eine möglicherweise eintretende Krisensituation dient und von Or-

ganisationen erstellt wird, um effektiv auf Krisensituationen zu reagieren. Der Plan enthält in der Regel klare Protokolle, Verantwortlichkeiten und Kommunikationsstrategien, um angemessen und koordiniert auf unerwartete Ereignisse zu reagieren. Ziel ist es, die Kommunikation während einer Krise zu steuern, das Vertrauen der Öffentlichkeit aufrechtzuerhalten und die Auswirkungen der Krise zu minimieren. Der Krisenkommunikationsplan enthält zum Beispiel mögliche Krisen und Eskalationsfälle, sowie Namen und Kontaktdaten von Ansprechpartner\*innen von Notfallteams innerhalb der Organisation, sowie externen Ansprechpersonen.

## L

**LGBTIQA+**

"LGBTIQA+" ist eine Abkürzung, die eine Vielzahl von sexuellen Orientierungen, Geschlechtsidentitäten und -ausdrücken repräsentiert. Die Abkürzung ist eine Sammel-Selbstbezeichnung verschiedener Gruppen, die von Homofeindlichkeit und Transfeindlichkeit betroffen sind. Jeder Buchstabe steht für eine bestimmte Gruppe. *Lesbian Gay Bisexual Trans Inter Queer Asexual plus* ist *Engl.* für Lesbisch Schwul Bisexuell Trans Inter Queer Asexuell und mehr. Diese Abkürzung wird genutzt, um die Vielfalt der sexuellen Orientierungen, Geschlechtsidentitäten und -ausdrücke innerhalb der LGBTIQA+-Gemeinschaft zu umfassen. Die Schreibweise und Bedeutungen verändern sich im Laufe der

Zeit und gibt individuelle Vorlieben bei der Selbstbezeichnung.

**Listicle**

"Listicle" ist ein Kofferwort, das sich aus den englischen Begriffen "list" (Liste) und "article" (Artikel) zusammensetzt. Es bezieht sich auf einen Artikel oder Beitrag, der in Form einer Liste präsentiert wird. Listicles sind beliebt in Online-Medien, da sie Informationen in gut strukturierter und leicht verständlicher Weise präsentieren. Ein Listicle kann beispielsweise "Die 10 besten Reiseziele im Sommer" oder "5 Tipps für effektives Zeitmanagement" sein, wobei die Informationen in nummerierten oder aufgelisteten Punkten präsentiert werden.

**Loaded Questions**

*Engl. aufgeladene Fragen.* "Loaded Questions" sind tendenziöse oder suggestiv formulierte Fragen, die durch ihre Formulierung bereits eine bestimmte Meinung, Annahme oder Tendenz implizieren. Solche Fragen können darauf abzielen, eine gewünschte Antwort zu beeinflussen oder den Befragten in eine bestimmte Richtung zu lenken. Loaded Questions werden manchmal als manipulativ wahrgenommen, da sie nicht neutral formuliert sind und möglicherweise nicht die objektive Meinung des Befragten widerspiegeln. Sie können als toxische Gesprächsstrategie eingesetzt werden, um das Gegenüber zu beeinflussen, provozieren oder ermüden. Mithilfe von Loaded Questions kann

## L

man auch die eigene Gesinnung tarnen: Eine echtsradikale Aussage wird als Frage getarnt, und Neugier und „wissenschaftliche Gründlichkeit“ werden als Tarnung für die wahren Absichten des Sprechenden vorgebracht. Darauf angesprochen kommt als Antwort etwas wie: „Ich frag ja nur“. Siehe auch: Plausible Deniability.

### Lookismus

*Engl. to look – aussehen.*

"Lookismus" bezieht sich auf die Diskriminierung oder Benachteiligung von Menschen aufgrund ihres äußeren Erscheinungsbilds, insbesondere ihres Aussehens, wenn sie nicht die geltenden Schönheitsideale erfüllen. Diese Form der Diskriminierung kann sich in verschiedenen Lebensbereichen manifestieren, ein-

schließlich Beruf, Bildung, sozialen Beziehungen und anderen sozialen Kontexten. Lookismus kann dazu führen, dass Menschen aufgrund ihres Aussehens bevorzugt oder benachteiligt werden, unabhängig von ihren Fähigkeiten, Qualifikationen oder Persönlichkeitsmerkmalen. Äußere Schönheitsstandards werden als Maßstab für Wert und Erfolg verwendet.

### Lurker\*innen

*Engl. to lurk - lauern, schleichen, sich versteckt halten.*

"Lurker\*innen" sind mitleidende Personen, die in Online-Communities oder sozialen Medien aktiv sind, aber passiv bleiben. Sie lesen Beiträge, konsumieren Inhalte oder verfolgen Diskussionen, ohne aktiv Beiträge zu verfassen oder sich aktiv zu beteiligen.

Lurker\*innen neigen dazu, still und ohne sichtbare Interaktion zu bleiben, und beobachten eher die Aktivitäten Anderer in der Online-Community.



## M

**Malinformation**

Die gezielte Verbreitung von schädlichen oder schädigenden Informationen mit dem Ziel, Schaden zu verursachen. Dies kann persönliche Angriffe, Rufschädigung, Diffamierung oder ähnliche Absichten einschließen. Es kann sich dabei um Informationen handeln, die auf richtigen Aussagen beruhen, aber auf irreführende Weise und in schädigender Absicht verwendet werden. Siehe auch Desinformationen und Misinformation.

**Marginalisierte Gruppe**

Eine "marginalisierte Gruppe" bezeichnet eine Gemeinschaft oder eine Gruppe von Menschen, die aufgrund bestimmter Merkmale oder Identitäten, wie *Race*, Klasse, Geschlecht, sexuelle Orientierung oder Behinderung in

der Gesellschaft benachteiligt, ausgegrenzt oder an den Rand gedrängt wird. Diese Gruppen können in verschiedenen Lebensbereichen, wie Bildung, Beschäftigung, Gesundheitsversorgung oder politischer Beteiligung, systematische Ungleichbehandlung erfahren. Marginalisierung bezeichnet den Prozess der Verdrängung einer Personengruppe an einen gesellschaftlichen Rand. Die Verdrängung findet auf mehreren Ebenen statt, häufig parallel: geographische, soziale oder wirtschaftliche Marginalisierung. Sie dient der Unterdrückung bzw. dem Machterhalt dominanter, gesellschaftlicher Gruppen. Der Begriff bezieht sich auf Gruppen, die aufgrund von strukturellen Bedingungen (also Bedingungen in der Struktur

einer Gesellschaft) darin benachteiligt werden, an der Gesellschaft gleichberechtigt teilhaben zu können. Diese Benachteiligung besteht aufgrund historischer Entwicklungen. Marginalisierung betrifft meistens Minderheiten, aber beispielsweise auch Frauen. Siehe auch Diskriminierung.

**Mainstreaming**

"Mainstreaming" bezieht sich auf den Prozess, bestimmte Themen, Gruppen oder Prinzipien in den "Mainstream" oder die breite Öffentlichkeit zu integrieren, anstatt sie als Randerscheinung zu betrachten. Der Begriff wird oft in Bezug auf soziale und politische Themen verwendet, bei denen das Ziel darin besteht, Gleichstellung, Vielfalt oder andere wichtige Prinzipien in den

## M

gesellschaftlichen Mainstream der Gesellschaft zu integrieren. Zum Beispiel spricht man von "Gender-Mainstreaming", wenn geschlechtergerechte Perspektiven und Maßnahmen in alle Bereiche der Politik, Programme und Projekte integriert werden sollen, anstatt sie isoliert zu behandeln. Oder von Disability-Mainstreaming, wenn es um die Repräsentation von behinderten Menschen geht.

### Meme

Ein "Meme" bezeichnet eine Idee oder ein Stück Kultur, das sich von Person zu Person im Internet verbreitet, meist in Form von Bildern, aber auch Videos oder Texten. Memes sind humorvoll, kreativ und können sich schnell viral ver-

breiten. Sie sind oft darauf ausgerichtet, bestimmte Verhaltensweisen oder soziale Phänomene satirisch darzustellen und werden von der Online-Community erstellt und geteilt. Memes spielen eine bedeutende Rolle in der Internetkultur.

### Meldestelle

Eine "Meldestelle" ist eine Institution, Organisation oder Einrichtung, die dafür verantwortlich ist, Informationen oder Vorfälle zu sammeln, zu dokumentieren und gegebenenfalls Maßnahmen zu ergreifen. Meldestellen können in verschiedenen Kontexten existieren, wie beispielsweise im Bereich der Sicherheit, Datenschutz, Diskriminierung oder Missbrauch. Ihre Aufgabe besteht darin, sicherzustellen,

dass gemeldete Informationen ordnungsgemäß behandelt werden und gegebenenfalls entsprechende Schritte unternommen werden, um Probleme anzugehen. Verschiedene staatliche und zivilgesellschaftliche Meldestellen nehmen Meldungen zu Straftaten, gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit und digitalisierter Gewalt entgegen. Sie dokumentieren Fälle und können so ein umfassenderes Bild der jeweiligen Phänomene liefern. Durch eine bessere Datenlage kann das behördlich noch nicht erfasste Dunkelfeld (digitalisierter) Gewalt besser beleuchtet und die gesellschaftliche Relevanz dieser Phänomene deutlicher herausgestellt werden.

## M

**Metapolitik**

Der Begriff "Metapolitik" bezieht sich auf politische Strategien, die darauf abzielen, kulturelle und intellektuelle Einflüsse zu nutzen, um langfristige Veränderungen in politischen Überzeugungen und Werten herbeizuführen, bevorzugt jenseits direkter politischer Aktivitäten. Die Metapolitik konzentriert sich auf die Beeinflussung von Ideen, Normen und kulturellen Diskursen, um einen kulturellen Wandel herbeizuführen, der dann politische Veränderungen ermöglichen soll. Oft wird der Begriff im Kontext von ideologischen Bewegungen oder politischen Gruppen verwendet, die versuchen, ihre Agenda durch intellektuelle und kulturelle Beeinflussung zu fördern, bevor

sie sich direkt in politische Aktivitäten begeben. Siehe auch: Neue Rechte.

**Microtargeting**

"Microtargeting" bezieht sich auf die präzise Ausrichtung von Werbebotschaften oder politischen Botschaften an eine spezifische, sehr eng definierte Zielgruppe. Diese Zielgruppe kann auf der Grundlage von detaillierten Daten und Analysen, wie demografischen Informationen, Verhaltensmustern oder Interessen, identifiziert werden. Durch Microtargeting können Werbetreibende oder politische Kampagnen ihre Botschaften gezielt an Personen richten, die wahrscheinlich empfänglich für die Nachricht sind. Es wird häufig in digitalen Marke-

ting- und politischen Kampagnen eingesetzt, um die Effektivität von Botschaften zu maximieren und gezielt bestimmte Gruppen anzusprechen. Microtargeting ist das zugrunde liegende Geschäftsmodell der meisten Social-Media-Plattformen, die Menschen in Zielgruppen einteilen und mithilfe von Algorithmen perfekt auf sie zurecht geschnittenene Werbeanzeigen und Inhalte anzeigen, um ihre Aufmerksamkeit zu binden (siehe Aufmerksamkeitsökonomie). Microtargeting führt häufig zu einer einseitigen Bespielung mit Inhalten, die Menschen interessieren, und kann durch Filterblasen die Entstehung von Online Echokammern begünstigen.

## M

**Migratismus**

Diskriminierung von Migrant\*innen und migrantisierten Menschen, d.h. von Menschen, denen zugeschrieben wird, dass sie selbst oder dass ihre Familie aus dem Ausland kommen.

**Mikroaggression**

"Mikroaggressionen" sind subtile, oft unbeabsichtigte und alltägliche Äußerungen, Handlungen oder Gesten, die diskriminierend oder beleidigend sein können. Diese kleinen, alltäglichen Aggressionen richten sich gegen Angehörige marginalisierter Gruppen, und sind den Personen, die sie tätigen, oft gar nicht bewusst. Mikroaggressionen können unbewusst erfolgen und trotz ihrer geringen Intensität schädlich sein, da sie das Gefühl der Betroffenen von Marginali-

sierung oder Diskriminierung verstärken können. Beispiele für Mikroaggressionen können stereotype Bemerkungen, abwertende Witze oder unangemessene Annahmen sein. Sie können in einer Wiederholung weit verbreiteter Vorurteile bestehen (siehe auch Bias), sowie in Unhöflichkeit, Abweisung und Ausgrenzung. Mikroaggressionen können, auch wenn sie einzeln gesehen klein sind, in ihrer Summe verletzend sein und sogar zu psychischen Problemen führen. Als Vergleich wird oft von „tausend Nadelstichen“ oder „tausend Mückenstichen“ gesprochen, die in ihrer Summe schmerzen.

**Misinformation**

Als Misinformation bezeichnet man die Verbreitung von falschen Informatio-

nen, ohne dass eine klare Absicht zur Täuschung besteht. Es kann unbeabsichtigt oder durch Unwissenheit geschehen. Siehe auch: Falschinformationen, Desinformation und Malinformation.

**Moderationsleitfaden**

Ein "Moderationsleitfaden" ist eine Richtlinie, die als Anleitung für Moderator\*innen in Online-Foren, sozialen Medien und Diskussionsgruppen dient. Der Leitfaden enthält oft Regeln, Prinzipien und Tipps, die die Moderator\*innen bei der Verwaltung und Überwachung von Interaktionen unterstützen sollen. Er kann Informationen darüber enthalten, wie mit konfliktreichen Situationen umgegangen, Beiträge bewertet oder Verhaltensstandards durchgesetzt

## M

werden sollen. Ziel ist es, einen respektvollen und konstruktiven Austausch innerhalb der Community zu fördern und sicherzustellen, dass die Moderation konsistent und transparent erfolgt.

**Monitoring**

Als Monitoring bezeichnet man das Beobachten, Sammeln und Verarbeiten von Daten. Monitoring von Social Media bezieht sich auf die systematische Beobachtung und Analyse von Aktivitäten, Konversationen und Inhalten in sozialen Medienplattformen. Unternehmen, Organisationen oder Individuen nutzen Social Media Monitoring, um Einblicke in die öffentliche Meinung, Markttrends, Kund\*innenfeedback und relevante Themen

zu gewinnen. Dies umfasst die Verfolgung von Erwähnungen von Marken, Produkten oder Themen, das Analysieren von Interaktionen, das Identifizieren von Influencer\*innen und das Reagieren auf Kommentare oder Anfragen. Beobachtet werden z.B. Aktivitäten wie Verlinkungen oder Nennungen. Auch in Bezug auf digitalisierte Gewalt, problematische Nutzer\*innen und Verstöße gegen die Netiquette kann es sinnvoll sein, Monitoring zu betreiben. Social Media Monitoring hilft dabei, den Ruf zu managen, Kund\*innenbedürfnisse zu verstehen und gezielte Maßnahmen in Bezug auf Marketing, Kundenservice oder öffentliche Beziehungen zu ergreifen. Monitoring wird klassi-

scherweise über externe Tools automatisch betrieben oder händisch mit Hilfe von Suchmaschinen.

## N

**Narrativ**

Ein "Narrativ" bezieht sich auf eine erzählende Darstellung von Ereignissen, Geschichten oder Erfahrungen, die einen bestimmten Handlungsstrang oder Verlauf haben. Es ist eine Art, Informationen zu strukturieren und zu präsentieren, um eine kohärente und sinnvolle Erzählung zu schaffen. Narrative können in verschiedenen Formen auftreten, einschließlich mündlicher Überlieferungen, schriftlicher Geschichten, Filme oder Theaterstücke. Sie dienen dazu, Ideen zu vermitteln, Emotionen zu wecken oder Botschaften zu kommunizieren, indem sie eine zusammenhängende Erzählung präsentieren. Politische Akteur\*innen nutzen Narrative, um Botschaften zu formen, Identitäten zu gestalten und Themen zu rahmen

– siehe auch Framing. Diese Geschichten mobilisieren Zielgruppen, schaffen ein Gemeinschaftsgefühl und beeinflussen die Wahrnehmung von politischen Themen. In Krisen erklären sie Handlungen und rechtfertigen Entscheidungen. Politische Narrative sind deshalb mächtige Instrumente zur Beeinflussung von Meinungen und Mobilisierung in der Politik. Zum Beispiel im Rahmen von gezielter Diskursverschiebung und Metapolitik.

**Narrative Change**

*Engl. erzählerische Veränderung.* Der "Narrative Change"-Ansatz bezieht sich auf die gezielte Veränderung von Erzählungen oder Geschichten, um kulturelle Überzeugungen, Werte oder Perspektiven zu beeinflussen. Dieser Ansatz

zielt darauf ab, bestehende Narrative zu hinterfragen, neue Geschichten zu schaffen und soziale Veränderungen zu fördern. Narrative können einen bedeutenden Einfluss auf die öffentliche Meinung, politische Entscheidungen und gesellschaftliche Werte haben. Der Narrative Change-Ansatz wird oft in Bereichen wie Aktivismus, sozialer Gerechtigkeit und politischer Kommunikation angewendet, um positive Veränderungen in der Wahrnehmung und im Verständnis bestimmter Themen herbeizuführen.

**Netiquette**

Unter der Netiquette (Kofferwort aus dem englischen *net* für das „Netz“ und dem französischen *etiquette* für die „Verhaltensregeln“) versteht man die

## N

„Netz-Etikette“: die Verhaltensregeln, die bei der Nutzung des Internets und insbesondere in Online-Kommunikationssituationen gelten. Die Netiquette umfasst Richtlinien für respektvolles, höfliches und angemessenes Verhalten im digitalen Raum. Dazu gehören Aspekte wie höfliche Kommunikation, Vermeidung von Beleidigungen, Respektierung der Privatsphäre anderer, korrekte Zitierweise und insgesamt das Bemühen um eine positive und konstruktive Online-Interaktion. In der Moderation ist eine Netiquette der Aushang des auf einem Kanal geltenden Hausrechts, an das Nutzer\*innen des Kanals sich zu halten haben.

**Neue Rechte**

Die "[Neue Rechte](#)" bezieht sich auf verschiedene politische und intellektuelle Strömungen, die seit den späten 20. Jahrhundert aufgekomen sind und konservative, nationalistische und anti-liberale Positionen vertreten. Diese Strömungen betonen oft kulturelle Identität, traditionelle Werte und kritisieren liberale, multikulturelle Ansätze. Die Neue Rechte ist vielfältig und kann je nach Kontext und Region unterschiedliche Ausprägungen haben. Sie versucht, sich von der deutlich am historischen Nationalsozialismus orientierten "Alten Rechten" abzusetzen, hat dabei aber eine intellektuelle Erneuerung

des Rechtsradikalismus zum Ziel. Die neue Rechte agiert mithilfe von metapolitischen Strategien, siehe Metapolitik.

**Netz DG**

Das "Netzwerkdurchsetzungsgesetz" (NetzDG) ist ein deutsches Gesetz, das im Jahr 2017 in Kraft trat. Es regelt die Verantwortlichkeiten von sozialen Netzwerken in Bezug auf die Löschung von rechtswidrigen Inhalten. Das Gesetz verpflichtet Plattformen mit einer bestimmten Größe, illegale Inhalte innerhalb einer bestimmten Frist zu entfernen. Es handelt sich um ein Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken. Das heißt, es

## N

schafft keine neuen Straftatbestände, sondern erleichtert lediglich die Durchsetzung bestehender Straftatbestände in den sozialen Netzwerken.

**Nutzer\*in**

Ein\*e Nutzer\*in bezieht sich auf eine Person, die eine Plattform, eine Software oder eine Online-Resource verwendet. In der digitalen Welt kann ein\*e Nutzer\*in jemand sein, der

eine Website besucht, in sozialen Medien aktiv ist, einem Kanal folgt, eine Anwendung verwendet oder auf andere Weise mit digitalen Technologien interagiert. Der Begriff Nutzer\*in wird oft in Bezug auf diejenigen verwendet, die Online-Dienste nutzen, aber er kann auch in einem breiteren Kontext verwendet werden, der jegliche Form der Interaktion mit verschiedenen Technologien umfasst.



## O

**Öffentlichkeitsarbeit**

"Öffentlichkeitsarbeit" (auch PR von Englisch Public Relations) bezeichnet die gezielte Gestaltung und Pflege der Beziehung zwischen einer Organisation und der Öffentlichkeit. Ziel ist es, ein positives Image aufzubauen, Vertrauen zu fördern und Informationen über die Organisation transparent und effektiv zu kommunizieren. PR-Aktivitäten können Pressemitteilungen, Veranstaltungen, soziale Medien, Krisenkommunikation und andere Strategien umfassen, um eine günstige Wahrnehmung und Beziehung zu Zielgruppen aufrechtzuerhalten. Öffentlichkeitsarbeit ist oft eine zentrale Tätigkeit von Social Media Manager\*innen. Soziale Medien können aber auch zu anderen Zwecken eingesetzt wer-

den, wie z.B. zur internen Mitgliederkommunikation, zur Onlineberatung oder zur Bildungsarbeit.

**Online****Enthemmungseffekt**

Der "Online Enthemmungseffekt" bezieht sich auf die Tendenz, dass Menschen sich online offener oder impulsiver verhalten, als sie es möglicherweise im persönlichen Kontakt tun würden. Diese Enthemmung kann dazu führen, dass Nutzer im Internet ungehemmtere Kommentare abgeben, aggressiver reagieren oder sich auf Verhaltensweisen einlassen, die sie offline möglicherweise zurückhalten würden. Der Effekt führt auch dazu, dass Konflikte schneller eskalieren. Er ist unter anderem bedingt durch die erhöhte Missverständlichkeit bei

fehlender Mimik und Gestik, zeitversetzter Kommunikation, fehlenden Reaktionen des Gegenübers, der Verwendung von gifs und emojis. Dazu kommen Anonymität, Distanz und die Abwesenheit direkter sozialer Konsequenzen für des eigenen Verhalten, die ebenfalls zur Online-Enthemmung beitragen.

**Online Harassment**

"Online-Harassment" bezieht sich auf die wiederholte, absichtliche Belästigung, Bedrohung oder das Schikanieren von Personen im Internet. Dies kann in Form von beleidigenden Kommentaren, Belästigungen, Bedrohungen, diffamierenden Inhalten oder anderem aggressiven Verhalten auftreten. Online-Harassment kann verschiedene Plattformen be-

## O

treffen, einschließlich sozialer Medien, Foren oder E-Mail. Es kann ernsthafte Auswirkungen auf das Wohlbefinden, die psychische Gesundheit und die Sicherheit der Betroffenen haben.

### Online Incivility

*Engl. digitale Unhöflichkeit.* "Online Incivility" beschreibt soziales Fehlverhalten im Netz und bezieht sich auf unhöfliches, respektloses oder beleidigendes Verhalten von Personen im Netz. Dies kann sich in Form von rauen Kommentaren, persönlichen Angriffen, Beschimpfungen oder anderen aggressiven Verhaltensweisen äußern. Im Gegensatz zu anderen Formen digitalisierter Gewalt ist Online Incivility weniger heftig. Aber sie kann den-

noch störend sein und kann zu einem unangenehmen Online-Klima beitragen. Sie ist unter anderem mit bedingt durch den Online Enthemmungseffekt.

### Organisierte Gegenrede

"Organisierte Gegenrede" (organized Counter Speech) bezieht sich auf koordinierte Bemühungen, positive und konstruktive Botschaften als Reaktion auf schädliche oder problematische Inhalte zu verbreiten. Sie bezieht sich im deutschsprachigen Raum auf gemeinsames Agieren und gegenseitige Unterstützung in den Kommentarspalten. Das Ziel organisierter Gegenrede ist, gegen Hetzrede, Desinformation oder andere schädliche Äußerungen vorzugehen und positive Veränderungen in

der öffentlichen Meinung und Kommunikation herbeizuführen, indem richtigstellende oder unterstützende Nachrichten verbreitet werden. Organisierte Gegenrede in Deutschland wurde als Reaktion auf das rechtsradikale Trollnetzwerk „Reconquista Germanica“ circa ab 2017 zu einer größeren Bewegung mit verschiedenen Aktionsgruppen und Initiativen wie z.B. #IchBinHier, Reconquista Internet und LOVE-Storm. Aktivist\*innen organisieren sich in Gruppen auf sozialen Medien oder eigenen Servern und Foren. Es gibt viele weitere Ansätze, Gegen-Positionen zu gängigen radikalen Narrativen im Diskurs hörbarer zu machen durch gemeinsame Organisation und Strategie. Andere Ansätze

## O

werden jedoch umgangssprachlich nicht unbedingt mit dem Begriff assoziiert. Siehe auch Counter Speech.

**Overton Window**

*Engl. Overton Fenster.* Der „[Overton Window of Political Possibility](#)“ ist ein Modell der öffentlichen Meinung, das besagt, dass sich in der Öffentlichkeit einige Aussagen mehr im Fenster des politischen Akzeptablen befinden und andere weniger. Das Overton Window bezieht sich auf den Bereich der Meinungen oder Positionen, die in der

Öffentlichkeit akzeptabel oder diskutabel sind. Dieser Begriff wird verwendet, um den Rahmen dessen zu beschreiben, was als politisch oder gesellschaftlich akzeptiert gilt. Wenn sich der "Overton Window" verschiebt, ändern sich die Grenzen dessen, was als akzeptabel betrachtet wird, und es können neue Ideen oder Positionen in den öffentlichen Diskurs einfließen. Soziale und politische Bewegungen versuchen, das Fenster zu verkleinern, zu vergrößern oder zu verschieben. Siehe auch Diskursverschiebung.

## P

**Pars Pro Toto**

"Pars pro toto" ist lateinisch und bedeutet "Ein Teil für das Ganze". Diese rhetorische Figur bezieht sich darauf, dass ein einzelnes Element oder Detail stellvertretend für das gesamte Ganze steht. Es wird oft verwendet, um eine umfassendere Idee oder Situation durch die Betonung eines charakteristischen Teils zu vermitteln. "Pars pro Toto" kann manipulativ eingesetzt werden, wenn gezielt ein einzelnes Detail oder Beispiel verwendet wird, um die Wahrnehmung über ein umfassenderes Thema zu beeinflussen. Zum Beispiel könnte jemand in einem Kommentar argumentieren: "Schau dir dieses eine negative Ergebnis unserer Regierung an, es zeigt, wie katastrophal sie in jeder Hinsicht sind." Hier wird bewusst ein isoliertes

positives Detail hervorgehoben, um die Aufmerksamkeit von möglichen negativen Aspekten abzu lenken und eine verzerrte Sichtweise zu schaffen.

**performative allyship**

*Engl. performatives*

*Verbündetsein.* "Performative Allyship" bezieht sich auf Handlungen oder Bekundungen von Unterstützung, die oberflächlich und darauf ausgerichtet sind, in der Öffentlichkeit als Verbündeter (Ally) wahrgenommen zu werden, ohne tatsächlich substantielles Engagement für die unterstützte Gruppe zu zeigen. Performative Allyship zielt mehr auf äußerliche Wirkung, um Anerkennung zu erhalten, als auf tatsächliche, tiefgreifende Bemühungen, gegen Unterdrückung vorzugehen.

Performative Allyship wird zum Beispiel kritisiert, wenn Unternehmen Feminismus, LGBTIQ+ Themen oder Antirassismus zur Vermarktung ihrer Marke nutzen, oder wenn Organisationen einzelne Tokens aus marginalisierten Gruppen in der Öffentlichkeitsarbeit nach aussen stellen, um diverser zu wirken. Siehe auch Colorwashing. Es kann aber auch einen Einfluss auf das Verhalten von Einzelpersonen haben, wenn sie auf eigenen Accounts oder in den Kommentarspalten eher das eigene Image im Blick haben, als die Auswirkungen ihrer Handlungen für Betroffene. Das kann zum Beispiel relevant sein, wenn es um die Frage geht, ob Betroffenen gerade eher eine öffentliche Positionierung nützt, oder andere

## P

Formen der Unterstützung, die nicht öffentlich sind und mit weniger sozialer Anerkennung aus dem eigenen sozialen Umfeld einhergehen.

**PESO**

Das PESO-Modell ist ein Rahmen für integriertes Kommunikationsmanagement und fördert die integrierte Nutzung verschiedener Medientypen, um eine umfassende und wirkungsvolle Kommunikationsstrategie zu schaffen. Es umfasst Paid (Bezahlt, wie z.B. Werbung, Anzeigen), Earned (Verdient, z.B. Berichterstattung durch Andere, Mund-zu-Mund-Bewerbung), Shared (Geteilt, d.h. Interaktionen in Social Media) und Owned (Eigene, d.h. eigene Kanäle und Inhalte) Media. Um eine wirkungsvolle Kommunika-

tionsstrategie zu entwickeln, sollte man die verschiedenen Medientypen berücksichtigen.

**plausible deniability**

Engl. Glaubhafte Abstreitbarkeit. Plausible Deniability ist eine rhetorische Strategie, die mit dem bewussten Schaffen von Zweideutigkeiten und dem gezielten Verbergen von Absichten arbeitet, um Andere zu täuschen. Plausible Deniability ermöglicht, extremistische Aussagen zu machen und gleichzeitig zu behaupten, dass man diese nicht unterstützt. Verschiedene rhetorische Mittel, wie vage Aussagen oder Umschreibungen, dienen diesem Zweck. Zum Beispiel verwenden rechtsradikale Akteur\*innen Codewörter (Dog Whistles). Diese mehrdeutigen

Ausdrücke erlauben es, im Bedarfsfall eine Verbindung zu rechtsradikalem Gedankengut zu leugnen. "Plausible Deniability" ermöglicht es, im Falle von Enthüllungen oder Kritik jede direkte Verantwortung zu leugnen oder zumindest Zweifel an der eigenen Verantwortlichkeit zu säen.

**Pinkwashing**

siehe Colorwashing

**Prebunking**

"Prebunking" bezieht sich auf präventive Maßnahmen oder Strategien, die ergriffen werden, um potenzielle Fehlinformationen oder Desinformationen bereits im Vorfeld zu erkennen, zu adressieren und zu widerlegen, bevor sie sich verbreiten können. Im Kontext von Falschnachrichten und Desinformation ist Prebun-

## P

king, anders als reaktive Strategien wie Fact Checking und Gegenrede, darauf ausgerichtet, die Verbreitung falscher Informationen zu minimieren, indem man proaktiv Aufklärung betreibt und das Bewusstsein für mögliche Täuschungen schärft. Dies trägt dazu bei, die Resilienz gegenüber Desinformation zu stärken und die Verbreitung falscher Informationen zu reduzieren.

### Perseveranzeffekt

Der "Perseveranzeffekt" bezieht sich auf die Tendenz von Menschen, einmal gebildete Überzeugungen oder Meinungen trotz neuer, widerlegender Informationen aufrechtzuerhalten. Es beschreibt das Phänomen, dass Menschen dazu neigen, an ihren beste-

henden Annahmen oder Überzeugungen festzuhalten, selbst wenn sie mit neuen Beweisen oder Informationen konfrontiert werden, die diesen widersprechen. Der Perseveranzeffekt verdeutlicht die Widerstandsfähigkeit bestehender Überzeugungen gegenüber Veränderungen und kann zu einer Art kognitiver Voreingenommenheit führen.

### Principle of Charity

Das Principle of Charity (dt. Prinzip der Wohltätigkeit) bezieht sich auf die Herangehensweise, Argumente oder Aussagen Anderer in ihrer besten, plausibelsten Form zu interpretieren, bevor man sie kritisiert oder ablehnt. Es bedeutet, dass man sich bemüht, die

Absichten und Argumente einer Person wohlwollend zu verstehen, anstatt vorschnell negative Annahmen zu treffen. Durch die Anwendung des Prinzips der Wohltätigkeit wird eine konstruktivere und faire Diskussion ermöglicht, da man davon ausgeht, dass der Gesprächspartner vernünftige Gründe für seine Position hat. Im Gegensatz dazu kann das [Prinzip der böswilligen Interpretation](#) im Netz Empörungsdynamiken begünstigen.

## Q

**Q & A**

Q&A steht für "*Questions and Answers*" (Fragen und Antworten). Es handelt sich um ein Format, in dem Nutzer\*innen Fragen stellen können und darauf Antworten erhalten.

Q&A kann in verschiedenen Kontexten auftreten, wie zum Beispiel bei öffentlichen Veranstaltungen, Interviews, Schulungen, in Online-Foren oder sozialen Medien. Es bietet eine Möglichkeit für Interaktion, Wissensaustausch und direkte Kommunikation zwischen den Fragenden und denen, die die Antworten geben.

# R-Z

**R** Rage Baiting, Rage Farming, Rassismus, Räuberpistole, Redpilling, Redaktionsplan, Roter Hering (Red Herring), Reframing, religiöse Diskriminierung, Reproduktion / reproduzieren

**S** Saneismus, „Scheinriesen“, Schuldumkehr, Sea Lioning, Seeding, Selbstbezeichnung, Sensitivity Reading, Sexismus, Shadow Ban, Shitposting, Shitstorm, Silencing, Social Bots, Social Listening, Social Media Guideline, Social Proof, Social Media Management, Sockenpuppe, Storytelling, Streisand Effekt, Strohmännchen-Argument

**T** Täter Opfer Umkehr, Text Bild Schere, Themenhopping, Tone Policing, Tokenism, toxische Kommunikationsstrategien, Transfeindlichkeit, Trolle, Trollangriff, Truth Sandwich

**U** User\*in, User Experience (UX), User Generated Content

**V** Verschwörungsideologie, Verschwörungsmuthe, Victim Blaming

**W** whataboutism, woke

**Z** Zensur, Zirkelschluss, Zivilcourage



## R

**Rage Baiting**

*Engl. Ködern mithilfe von Empörung.* "Rage Baiting" bezieht sich auf die gezielte Veröffentlichung von Inhalten in sozialen Medien oder anderen Plattformen, die darauf abzielen, negative Emotionen wie Wut oder Empörung bei den Betrachtern hervorzurufen. Zum Beispiel Schlagzeilen die besonders gut klicken, da sie Wut und Empörung auslösen. Das Ziel ist es, eine starke emotionale Reaktion zu provozieren, um Aufmerksamkeit zu erregen, Interaktionen (Likes, Kommentare, Shares) zu fördern und die Verbreitung des Inhalts zu steigern. Diese Strategie wird oft von Medien, Influencer\*innen oder Plattformnutzer\*innen genutzt, um ihre Reichweite zu vergrößern, kann jedoch zu einer Polarisierung und einer Atmosphäre der Kon-

frontation in Online-Communities führen. Siehe auch Rage Farming, Empörungsökonomie, Aufmerksamkeitsökonomie, Clickbaiting.

**Rage Farming**

*Engl. Wut anbauen.* "Rage Farming" bezieht sich auf die absichtliche Erzeugung von Kontroversen oder die Verbreitung von Inhalten in sozialen Medien mit dem Ziel, Wut und Empörung bei Nutzer\*innen auszulösen. Es werden gezielt provokante oder polarisierende Inhalte erstellt, um eine starke emotionale Reaktion zu generieren. Der Begriff spielt auf die Idee an, dass man die resultierende Empörung „ernten“ kann, um Aufmerksamkeit und Reichweite zu erlangen. Siehe auch Rage Baiting, Empörungsökonomie, Aufmerksamkeitsökonomie

**Rassismus**

Rassismus ist eine Form der Diskriminierung, bei der BIPOC Menschen aufgrund ihrer zugeschriebenen *Race* auf ungerechtfertigte Weise benachteiligt werden. Die Einteilung erfolgt anhand von Merkmalen wie Aussehen, kultureller oder geografischer Herkunft, z.B. auch anhand von Namen u.a.. Rassismus beinhaltet Vorurteile, Stereotypen, Gewalt und die Ausübung von Machtstrukturen. Rassismus ist eine Folge der Kolonialisierung und ihrer pseudowissenschaftlichen „Rassenlehre“, die Menschen nach „Rassen“ einteilt und hierarchisiert. Die Existenz von Menschen „rassen“ ist heute wissenschaftlich widerlegt. Wir schreiben deshalb „Rasse“ in Anführungszeichen und kursiv, und verwenden in der Publikation v.a. *Race*.

## R

**Räuberpistole**

Der Begriff "Räuberpistole" wird verwendet, um eine erfundene oder übertriebene Geschichte zu beschreiben, die oft dramatische oder abenteuerliche Elemente enthält. Es handelt sich um eine sensationelle Erzählung, die wenig oder gar keinen Wahrheitsgehalt hat und dazu dient, Unterhaltung oder Aufmerksamkeit zu erzeugen.

**Redpilling**

*Engl. rotpillen.* "Redpilling" ist ursprünglich ein Begriff, der auf eine Szene aus dem Film "Matrix" zurückgeht. Der Filmprotagonist muss sich entscheiden: Durch das Schlucken der »roten Pille« erfährt er die schreckliche Wahrheit über die Welt und die Illusionen, denen er bisher ausgeliefert war. Schluckt er die »blaue Pille«, bleibt er ahnungs-

und sorglos in den Illusionen des Systems gefangen. In Online-Kontexten wird der Begriff nun oft verwendet, um eine Strategie zu beschreiben, Menschen in eine radikale Ideologien zu ködern. Redpilling bedeutet im Kontext von gezielter Propaganda und Verschwörungsmethoden, die eigene Ideologie als „rote Pille“ darzustellen, die die Menschen zum „Aufwachen“ bringt, während die „Lügenpresse“ beschwichtigende Lügen („blaue Pille“) verbreitet. Dabei werden „Red Pills“ als Köder ausgeworfen: mithilfe von gesellschaftlich anschlussfähigen Themen, wie z.B. Gendern oder Impfen, werden Interessierte angelockt und dann Schritt für Schritt in eine radikale Ideologie eingeführt.

**Redaktionsplan**

Ein "Redaktionsplan" ist ein strukturierter Zeit- und Themenplan, der von Medienunternehmen, Redaktionen, Content-Creator\*innen oder Marketingteams genutzt wird, um die Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten zu organisieren. Der Plan enthält üblicherweise Informationen zu den anstehenden Themen, dem Zeitpunkt der Veröffentlichung und den Plattformen, auf denen der Inhalt geteilt wird. Ein Redaktionsplan hilft dabei, einen konsistenten und ausgewogenen Content-Fluss sicherzustellen, die Zielgruppe zu erreichen und die Effektivität der Kommunikation von Inhalten zu maximieren. Ein effektiver Redaktionsplan sollte also sowohl die strategische Ausrichtung als auch die praktische Umsetzung von Content-Marketing

## R

ting-Aktivitäten berücksichtigen; und genügend Raum für spontane Ereignisse oder Aktualitäten lassen. Ein gewisser Grad an Flexibilität im Redaktionsplan ist wichtig.

### **Roter Hering (red herring)**

Ein "Roter Hering" ist eine Strategie, die verwendet wird, um von einem relevanten Thema abzulenken, indem man bewusst eine irrelevante oder unwichtige Information einbringt. Es ist eine Ablenkungstaktik, die dazu dient, die Aufmerksamkeit von einem zentralen Punkt wegzulenken und die Diskussion auf Nebenschauplätze zu lenken. In Diskussionen oder Debatten wird der Begriff verwendet, wenn jemand versucht, die eigentliche Frage

zu umgehen oder zu verschleiern. Der Ausdruck stammt möglicherweise von der Praxis, einen geräucherten Hering als Köder zu verwenden, um Hunde oder andere Tiere abzulenken. "to throw someone a red herring", wortwörtlich „jemandem einen roten Hering zuwerfen“ bedeutet, sinngemäß so viel wie „jemanden auf eine falsche Fährte locken“.

### **Reframing**

*Engl. Um-Rahmung bzw. Neu-Rahmung.* Siehe Framing und Counter Framing

### **Religiöse**

#### **Diskriminierung**

Religiöse Diskriminierung bezieht sich auf ungerechtfertigte Benachteiligungen, Vorurteile oder feindliche

Handlungen gegenüber Individuen oder Gruppen aufgrund ihrer religiösen Zugehörigkeit oder ihres Glaubens. Diese Form der Diskriminierung kann sich in verschiedenen Kontexten manifestieren, wie im Arbeitsplatz, Bildungsbereich, sozialen Umfeld oder in staatlichen Strukturen. Religiöse Diskriminierung kann sich durch Ausgrenzung, Belästigung, Vorurteile oder direkte Benachteiligung äußern und stellt eine Verletzung der grundlegenden Menschenrechte dar. Internationale und nationale Gesetze zielen darauf ab, solche Formen der Diskriminierung zu bekämpfen und religiöse Freiheit zu schützen. In Deutschland betrifft religiöse Diskriminierung religiöse Minderheiten wie z.B. Muslime

## R

und Juden\_Jüdinnen. In anderen Ländern sind andere Minderheiten betroffen. In vielen Ländern sind auch Atheist\*innen von religiöser Diskriminierung betroffen.

### **Reproduktion / reproduzieren**

Im Kontext von Diskriminierung bedeutet "reproduzieren", dass bestimmte Muster, Vorurteile oder Strukturen weiterbestehen oder weitergegeben werden, die Diskriminierung fördern. Dies kann auf verschiedene Weisen geschehen: zum Beispiel durch die Übernahme von Vorurteilen in der Erziehung, die Weitergabe von Stereotypen in den Medien oder die Aufrechterhaltung diskriminierender Strukturen in

Institutionen. Die Reproduktion von Diskriminierung trägt zur Fortsetzung von Ungleichheit und Vorurteilen bei, auch wenn Reproduktion oft unbeabsichtigt und unbewusst passiert. Siehe auch *implicite Bias*.

## S

**Saneismus**

"Saneismus" ist eine Art von Ableismus und bezeichnet die Diskriminierung psychisch beeinträchtigter Menschen. Saneismus kann sich in verschiedenen Kontexten manifestieren, einschließlich sozialer Interaktionen, Arbeitsplatzumgebungen oder institutioneller Praktiken.

**„Scheinriesen“**

Die Strategie der "Scheinriesen" wird von Rechtsradikalen und anderen Trollen genutzt, um ihre Ideologien und Ziele mithilfe von Social Proof zu fördern. Man versucht, den Eindruck einer breiten Zustimmung zu erwecken durch Aktivitäten gefälschter Nutzer\*innen (Sockenpuppen), Verzerrung von Kommentaren und Bewertungen und Inszenierung von Graswurzel-

bewegungen (Astroturfing). Aktivität und scheinbare Unterstützung werden dabei künstlich generiert, um zur Nachahmung durch Andere anzuregen und so reale Aktivität und Unterstützung herzustellen. Siehe auch Informationskaskade, Social Proof, Astroturfing.

**Schuldumkehr**

"Schuldumkehr" (auch: Victim Blaming, Täter-Opfer-Umkehr) bezieht sich auf eine Taktik, bei der versucht wird, die Verantwortung für eine Handlung auf die davon betroffenen Personen abzuwälzen. Die Absicht besteht z.B. darin, von der eigenen Verantwortlichkeit abzulenken, um negative Konsequenzen zu vermeiden, oder gesellschaftliche Machtverhält-

nisse aufrecht zu erhalten. Einer betroffenen Person wird die Verantwortung für die Gewalt zugeschoben, die sie erlebt, indem nach Rechtfertigungen des Verhaltens der gewaltausübenden Personen oder Gruppen gesucht wird. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist, im Fall sexualisierter Gewalt: die betroffene Person hätte sich falsch angezogen, sei zur falschen Zeit am falschen Ort gewesen, usw. Damit wird davon abgelenkt, dass nur die gewaltausübende Person die Verantwortung für die Ausübung ihrer Gewalt trägt.

**Sea Lioning**

*Engl. seehunden.* "[Sea Lioning](#)" bezieht sich auf eine Gesprächsstrategie, bei der eine Person scheinbar endlose Fragen stellt,

## S

und immer mehr Beweise und Quellen einzufordert, unabhängig davon, ob Nachfragen zu genau diesem Thema bereits beantwortet wurden oder wie viele Belege bereits vorgebracht wurden; und oft in einem höflichen oder unschuldigen Tonfall. Hierbei wird jedoch Unwissenheit und ehrliches Interesse an einem Thema nur vorge täuscht.

*Sea Lioning* erscheint auf den ersten Blick als eine Einladung zur Debatte bzw. als Bereitschaft zur Diskussion. In Wirklichkeit wird sich die nachfragende Person aber nie überzeugen lassen, sie wird sich mit keiner Antwort zufrieden geben und keine Quelle als ausreichend ansehen. Die Strategie zielt darauf ab, Zeit und Ressourcen zu

verschwenden oder Diskussionen zu untergraben. Sea Lioning ist eine ganz besonders unangenehme toxische Kommunikationsstrategie, da man sie oft erst spät bemerkt. Oft wird dabei auch mit plausible Deniability und Loaded Questions gearbeitet. Der Begriff stammt von einem Webcomic, in dem ein Seehund wiederholt und hartnäckig nach Fakten fragt, während Andere versuchen, seine Aktivitäten zu ignorieren.

### Seeding

*Engl. ansähen.* "Seeding" im Community Management bezieht sich auf gezielte Maßnahmen, um den Aufbauprozess einer Online Community zu unterstützen. Dies kann die gezielte Platzierung von Beiträgen,

Diskussionen oder Inhalten in einer Community beinhalten, um Interaktionen zu fördern und die Beteiligung der Mitglieder zu steigern. Das Ziel des Seedings ist, eine lebendige und aktive Community aufzubauen, indem man initial relevante Inhalte bereitstellt oder gezielte Diskussionen initiiert, die dann von den Mitgliedern aufgegriffen und weitergeführt werden können.

### Selbstbezeichnung

"Selbstbezeichnung" bezieht sich darauf, wie Personen oder Gruppen sich selbst nennen oder bezeichnen. Menschen wählen z.B. Begriffe, um ihre Geschlechtsidentität, sexuelle Orientierung, Rassismusbetroffenheit oder andere Aspekte ihrer Identität mit eigenen politischen

## S

Bedeutungen zu verknüpfen. Selbstbezeichnungen zu beachten ist wichtig, da sie den Ausdruck der eigenen Identität und der Selbstwahrnehmung respektieren, anstatt problematische Biases oder Fremdbezeichnungen zu reproduzieren.

### Sensitivity Reading

*Engl. Sensibilitäts-Lesen.* "Sensitivity Reading,, bezeichnet den Prozess, bei dem ein Inhalt von Personen überprüft wird, die Expertise und Sensibilität für bestimmte Themen oder Erfahrungen haben. Sensitivity Reader\*innen überprüfen Inhalte z.B. auf sprachliche Ausdrucksweisen, Bilddarstellungen, kulturelle Genauigkeit, Authentizität und respektvolle Darstellungen von Erfahrun-

gen, insbesondere solchen, die mit marginalisierten Gruppen oder sensiblen Themen verbunden sind. Das Ziel ist, stereotype Darstellungen zu vermeiden und sicherzustellen, dass der Text respektvoll und verantwortungsbewusst mit den behandelten Themen umgeht, ohne beispielsweise Vorurteile zu reproduzieren. Siehe auch *implicite Bias*.

### Sexismus

Sexismus bezeichnet die Diskriminierung oder Benachteiligung einer Person aufgrund ihres realen oder zugeschriebenen Geschlechts. Diese Diskriminierung kann auf Vorurteilen, Stereotypen oder ungleichen Machtverhältnissen zwischen den Geschlechtern basieren. Siehe auch *Frauenfeindlichkeit* und *Transfeindlichkeit*.

### Shadow Ban

*Engl. Schatten Verbannung.* "Shadow Ban" ist eine Praxis, bei der Nutzer\*innen in einer Online-Community, auf sozialen Medien oder in anderen Internetplattformen unbemerkt oder heimlich eingeschränkt werden. Das bedeutet, dass die Nutzer\*innen weiterhin Inhalte erstellen oder posten können, aber diese werden für andere Nutzer\*innen nicht sichtbar oder leicht auffindbar gemacht. Nutzer\*innen werden nicht darüber informiert, dass sie einem Shadow Ban unterliegen. Das Ziel eines Shadow Bans kann darin bestehen, bestimmte Verhaltensweisen zu sanktionieren, Spam zu reduzieren oder unangemessene Inhalte zu kontrollieren.

## S

**Shitstorm**

Ein "Shitstorm" ist eine Art von Empörungswelle im Netz und bezieht sich auf eine plötzliche, lawinenartige und heftige Welle unsachlicher, beleidigender, bedrohlicher oder aggressiver Kommentare in sozialen Medien oder anderen Online-Plattformen. Mit großer Geschwindigkeit ergießen sich Kommentare über eine Person, Organisation oder ein Unternehmen. Sie können großen emotionalen und/oder wirtschaftlichen Schaden zufügen. Shitstorms entstehen oft spontan durch unpopuläre Entscheidungen oder öffentliche Kontroversen. Ein Shitstorm kann auch durch gezielte Angriffe z.B. durch rechtsradikale Gruppen herbeigeführt sein und mit Hetzrede, Abwertungen, Beleidigungen und Drohungen einhergehen.

Siehe auch Trollangriff. Davon abzugrenzen sind andere Empörungswellen, die den Rahmen berechtigter Kritik nicht verlassen, wie zum Beispiel durch Call Out Kampagnen. Jedoch kann auch sachliche Kritik und berechnete Empörung unsachlich werden und in einen Shitstorm umschlagen. Wenn eine Vielzahl von Menschen online ihre Unzufriedenheit oder Empörung ausdrückt, hat dies eine starke, unmoderierte und unkontrollierte Reaktion zur Folge, die sich in einer Umgebung, die Empörungswelle begünstigt, leicht verselbstständigt.

**Silencing**

*Engl. zum Schweigen bringen.* "Silencing" bezieht sich auf Praktiken, die dazu

dienen, Stimmen zu unterdrücken oder zum Schweigen zu bringen. Silencing kann auf unterschiedliche Weisen erfolgen, beispielsweise durch Einschüchterung, Diskriminierung oder das Ignorieren von bestimmten Meinungen oder Gruppen. Zum Beispiel mithilfe aggressiver, gewaltvoller Sprache, Beleidigungen, Belästigungen und Drohungen werden Menschen aus dem Netz vertrieben. Auch Mitlesende werden so abgeschreckt, die sich durch die beobachteten Einschüchterungen selbst nicht mehr trauen, ihre Meinung öffentlich kundzutun. Das Ziel ist dabei, bestimmte Perspektiven zu unterdrücken oder den Einfluss von bestimmten Gruppen zu minimieren. Digitalisierte Gewalt hat oft das Silencing



## S

der betroffenen Menschen zur Folge und gefährdet deshalb die Meinungsfreiheit und den freien Austausch von Ideen haben kann.

**Social Bots**

siehe Bots

**Social Listening**

*Engl. soziales Zuhören.*

"Social Listening" bezieht sich auf das Verfolgen und die Analyse von Online-Gesprächen, insbesondere in sozialen Medien, um Einblicke in die Meinungen, Trends, Erwähnungen oder Feedback zu erhalten. Häufig werden spezielle Tools genutzt, um relevante Informationen zu sammeln und zu verstehen, was Menschen über eine Marke, ein Produkt, ein Ereignis oder eine Branche sagen. Social Listening ermöglicht

es Unternehmen, Organisationen und Marken, auf Nutzer\*innen-Bedürfnisse einzugehen, auf Feedback zu reagieren, ihre Online-Reputation zu managen und strategische Entscheidungen auf der Grundlage der gesammelten Daten zu treffen.

**Social Media Guideline**

Eine "Social Media Guideline" ist eine Richtlinie oder ein Leitfaden, der von Unternehmen, oder Organisationen erstellt wird, um klare und verständliche Arbeitsprozesse und Verhaltensregeln für Mitarbeitende im Bereich Social Media festzulegen. Diese Richtlinien können Best Practices und Erwartungen für Mitarbeitende, Mitglieder oder Nutzer\*innen in Bezug auf die Social Media Arbeit und Nutzung sozialer Medien enthalten. Sie dienen dazu, eine Orientierungshilfe für

die Außenkommunikation zu geben und ein einheitliches Verhalten, die Sicherheit der Marke und die Einhaltung von Richtlinien zu fördern. Social Media Guidelines können z.B. Verantwortlichkeiten und Prozesse abbilden, Arbeitsschutzrichtlinien enthalten, sowie z.B. Sprach- und Bild-Guidelines, Moderationsguidelines und Netiquetten, Informationen zu Datenschutz, Krisenkommunikation und anderen relevanten Themen.

**Social Proof**

"Social Proof" bezieht sich auf das Phänomen, bei dem Menschen sich in einer Situation, die sie nicht ganz verstehen, auf die Bewertung und Handlung anderer Menschen verlassen und ihr Verhalten oder ihre Entscheidungen an den Hand-

## S

lungen und Meinungen anderer ausrichten. Es ist eine psychologische Tendenz, bei der Individuen davon ausgehen, dass das Verhalten oder die Entscheidungen anderer Menschen eine angemessene Handlungsweise darstellen. Social Proof wird in sozialen Medien gezielt ausgenutzt, um Menschen zu radikalisieren: siehe Astroturfing, Sockenpuppe, Scheinriesen und Informationskaskade.

### Social Media Management

"Social Media Management" bezieht sich auf Tätigkeiten rund um die Verwaltung und Steuerung der Aktivitäten auf verschiedenen Social-Media-Plattformen, um eine effektive Präsenz und Kommunikation für eine Marke, Organi-

sation oder ein Unternehmen sicherzustellen. Dies umfasst einerseits Aufgaben aus der Öffentlichkeitsarbeit (wie die Entwicklung von Kommunikationsstrategien, Erstellung von Inhalten und das Planen von Beiträgen) und dem Marketing (z.B. Bewerbung von Veranstaltungen oder Funding-Kampagnen, das Überwachen von Trends, etc). Es umfasst andererseits auch Aufgaben aus dem Community Management (wie z.B. Seeding, Moderation, Social Listening, Interagieren mit der Online-Community und mit weiteren Zielgruppen). Auch die technische Verwaltung von Accounts gehören zu diesem Bereich (inkl. Fragen von Datenschutz und Datensicherheit), sowie auch das Monitoring, z.B. die Analyse von

Leistungsdaten. Social Media Management zielt u.a. darauf ab, eine konsistente und ansprechende Online-Präsenz aufrechtzuerhalten, das Engagement der Zielgruppen zu fördern und die Markenbekanntheit zu steigern.

### Sockenpuppe

Eine "Sockenpuppe" bezieht sich auf eine fiktive Identität oder ein Scheinprofil, das online erstellt wird, um in Diskussionen, Foren oder sozialen Medien den Eindruck von zusätzlicher Unterstützung oder Meinungsvielfalt zu erwecken. Sockenpuppen werden oft von Einzelpersonen oder Gruppen genutzt, um die eigene Agenda zu fördern, indem sie vortäuschen, von unterschiedlichen Personen zu kommen,

## S

obwohl sie in Wirklichkeit von derselben Quelle gesteuert werden. Der Begriff leitet sich davon ab, dass eine Puppe (Sockenpuppe) vorgibt, eine eigenständige Person zu sein, obwohl sie tatsächlich gesteuert wird. Siehe auch Scheinriesen, Astroturfing, Social Proof und False Flag.

### Storytelling

"Storytelling" bezieht sich auf die Kunst des Geschichtenerzählens. In verschiedenen Kontexten, wie Marketing, Journalismus, oder persönlicher Kommunikation, wird Storytelling verwendet, um Informationen, Ideen oder Emotionen durch eine zusammenhängende und fesselnde Erzählung zu vermitteln. Geschichten haben das Potenzial, Inhalte besser zugänglich und einprägsam zu

machen, da sie oft eine emotionale Verbindung herstellen und es dem Publikum ermöglichen, sich mit den dargestellten Ereignissen oder Charakteren zu identifizieren. Storytelling ist eine kraftvolle Methode, um komplexe Botschaften zu vermitteln und Aufmerksamkeit zu erzeugen. Siehe auch Narrativ und Narrative Change.

### Streisand Effekt

Der "Streisand-Effekt" bezeichnet die ungewollte Verstärkung der Aufmerksamkeit für etwas, das eigentlich verborgen oder unauffällig bleiben sollte. Dies geschieht, wenn der Versuch, Informationen zu unterdrücken oder zu zensieren, paradoxerweise zu einer größeren Verbreitung oder Bekanntheit führt. Der Begriff stammt von einem

Vorfall, bei dem die Sängerin B. Streisand versuchte, Fotos ihres Hauses aus der Öffentlichkeit zu entfernen, was jedoch zu einem verstärkten Interesse und einer weitaus größeren Verbreitung der Bilder führte. Der Streisand-Effekt zeigt, dass der Versuch, Informationen zu unterdrücken, manchmal das genaue Gegenteil bewirken kann. Der Versuch, Inhalte zu unterdrücken, indem man sie löscht, kann dazu führen, dass sie gerade dadurch erst recht öffentliche Aufmerksamkeit bekommen. Menschen werden z.B. erst durch die Nachricht, dass ein Profil gesperrt wurde, auf die gesperrte Person aufmerksam, wodurch die Person mehr Klicks und Einfluss erhält. U.a. aus diesem Grund ist zum Beispiel

## S

Deplatforming umstritten. Der Effekt kann auch durch die Behauptung ausgelöst werden, dass etwas verboten werden solle, und wird als Strategie auch im Marketing gezielt benutzt, um Aufmerksamkeit für vermeintlich zensierte Inhalte oder Personen zu generieren. So zeigte zum Beispiel ein Datenanalyst, dass die unwahre Behauptung, [Winnetou sei verboten worden](#) hohe Klickzahlen und somit mutmaßlich hohe Profite für ein Medienhaus erzeugen konnte.

**Strohmann Argument**

Ein "Strohmann-Argument" ist eine irreführende, toxische Diskussionstaktik, bei der die Position einer

Person absichtlich verzerrt oder vereinfacht wird, um sie leichter angreifbar zu machen. Anstatt die tatsächlichen Argumente oder Standpunkte einer Person anzugehen, wird ein übertriebenes oder schwächeres Argument präsentiert oder der Person eine Aussage in den Mund gelegt, die sie gar nicht gemacht hat. Anstelle des eigentlichen Arguments der Person wird dann dieser „Strohmann“ widerlegt. Damit wird der Eindruck erweckt, dass die ursprüngliche Position widerlegt wurde, obwohl in Wirklichkeit nur eine verfälschte Version davon angegriffen wurde. So wird die eigene Position auf unfaire Weise gestärkt.

## T

**Täter Opfer Umkehr**

siehe Schuldumkehr

**Text-Bild-Schere**

Der Begriff "Text-Bild-Schere" bezieht sich auf eine Diskrepanz oder Kluft zwischen dem, was in einem Text geschrieben steht, und den Bildern oder visuellen Darstellungen, die dazu präsentiert werden. Diese Diskrepanz kann verschiedene Formen annehmen, von widersprüchlichen Informationen bis hin zu einer bewussten Trennung von Text und Bild, um Framing und Narrative zu beeinflussen. In der Medienanalyse wird die Text-Bild-Schere oft untersucht, um aufzuzeigen, wie visuelle Elemente und geschriebener Inhalt miteinander interagieren oder auch voneinander abweichen können, um eine bestimmte Wirkung zu erzielen. Siehe auch Framing.

**Themenhopping**

*Engl. Themen Hüpfen.* Eine toxische Kommunikations-Taktik, mit der von einem angesprochenen Thema abgelenkt wird, indem zu einem anderen Thema gesprungen wird. Siehe auch Derailing, Whataboutism und Gish Gallop.

**Tone Policing**

*Engl Tonfall-Polizei spielen.* "Tone Policing" bezeichnet eine Praxis, bei der der Fokus auf der emotionalen Tonlage oder dem Ausdruck einer Person liegt, anstatt auf dem eigentlichen Inhalt ihrer Aussagen. Angemessene Kritik wird abgewehrt, indem man den Tonfall der anderen Person maßregelt. Legitime Anliegen werden ignoriert, indem man sich auf den als unangemessen wahrgenommenen Ton konzentriert, anstatt auf die inhalt-

liche Aussage einzugehen. Diese Taktik kann dazu dienen, Diskussionen zu untergraben und Machtstrukturen aufrechtzuerhalten. Im Kontext von Diskriminierung geht es oft damit einher, der von Diskriminierung betroffenen Person ihre Perspektive abzusprechen, indem man ihr untersagt, auf die erlebte Gewalt emotional zu reagieren. Es kann auch damit einhergehen, jemanden so lange zu provozieren, bis sie wütend werden - oft auch subtil, um sie zur Eskalation ihres Tonfalls zu bewegen - um ihre Aussagen dann mithilfe dieser Wut abzuwerten. Es ist unbedingt wichtig, darauf zu achten, sich in Kommentarspalten nicht provozieren zu lassen, und ruhig und sachlich zu bleiben. In der Moderation sollte man darauf achten, nicht die

## T

wütendste und unfreundlichste Person unbedingt als ersten oder einzigen Störenfried zu verurteilen. Sondern genau hinzuschauen, ob diese Person vielleicht gezielt provoziert wurde.

### Token / Tokenism

"Tokenism" bezeichnet eine Praxis, bei der Personen oder Gruppen lediglich symbolisch oder oberflächlich in eine Organisation, eine Initiative oder einen Prozess integriert werden, um den Eindruck von Vielfalt oder Inklusion zu erwecken, ohne jedoch tatsächliche Macht oder Einfluss zu gewähren. Oftmals werden Einzelpersonen als "Token" ausgewählt, um eine bestimmte Vielfaltsdimension zu repräsentieren, ohne dass ihre

Meinungen oder Beiträge ernsthaft berücksichtigt werden. Beim Tokenism wird zum Beispiel eine von Diskriminierung betroffene Person benutzt, um zu zeigen, dass eine Organisation vielfältig und diskriminierungssensibel sei – siehe auch Performative Allyship und Colorwashing.

Oder eine einzelne Person aus einer Gruppe wird herangezogen, um mit ihrer Aussage zu begründen, dass die eigene Meinung oder das eigene Verhalten nicht diskriminierend ist, oder warum eine andere von Diskriminierung betroffene Person Unrecht hat. Und das auch wenn Aussagen auf objektiven Fakten beruhen oder wenn die große Mehrheit der betroffenen Personen dazu eine klar andere Haltung hat. Siehe auch False Balance.

### toxische Kommunikationsstrategien

Toxische Kommunikationsstrategien sind destruktive Kommunikationsformen, die zur Folge haben, dass Diskussionen unsachlich verlaufen und das Gesprächsklima sich verschlechtert. Sie werden im Netz teilweise gezielt eingesetzt, um Menschen zu manipulieren, zu ermüden, ihre Zeit zu stehlen und um demokratische Debattenkultur zu zerstören. Wenn man toxischen Kommunikationsstrategien begegnet, sollte man sie unterbinden und sich nicht zu einer Scheindebatte verleiten lassen. Siehe auch Don't feed the Troll.

Es gibt viele unterschiedliche Arten von toxischen Kommunikationsstrategien, z.B. Derailing, What-

## T

aboutism, Themenhopping, Flooding the Zone with Shit, Ad-Hominem-Argumente, Schuldumkehr, Strohmann-Argumente, Roter Hering, Sea Lioning, Loaded Questions, Plausible Deniability, Cherry Picking, falsche Dichotomien, Zirkelschluss, Pars pro Toto, Räuberpistole, Gish Gallop, Gaslighting, Tone Policing und mehr.

### Transfeindlichkeit

Transfeindlichkeit bezeichnet die Diskriminierung aufgrund der Geschlechtsidentität. Sie betrifft trans Personen, nichtbinäre und queere Personen, d.h. Menschen, die von einer Vorstellung von „normaler“ Geschlechtsidentität abweichen. Siehe auch Gender und LGBTIQA+

### Trolle

Personen, die einzeln oder organisiert und zum Teil auch bezahlt (als Teil von Cyber Warfare Strategien) Propaganda, Hate Speech oder Desinformation verbreiten, Konflikte schüren oder gezielt Menschen angreifen, und absichtlich Störungen der Kommunikationsabläufe im Netz hervorrufen. Manche Trolle verschreiben sich (vermeintlich) dem reinen Spaß (z.B. Shitposting) und machen sich vor allem über Menschen lustig. Andere trollen bewusst politisch oder menschenfeindlich, und organisieren Trollangriffe. Trolle sind i.d.R. anonym und mit Sockenpuppen unterwegs. Sie nutzen häufig toxische

Kommunikationsstrategien. Siehe auch Don't feed the troll, Sockenpuppen.

### Trollangriff

Ein gezielter Angriff gegen eine Person oder Organisation durch eine Masse von organisierten Trolle, zum Beispiel nach Aufrufen in rechtsradikalen Gruppen, Foren, Medien oder in Trollforen, die Hetze und Belästigung auch oft als Spiel aufziehen. Ziele können z.B. sein: betroffene Personen oder Gruppen einzuschüchtern und mundtot zu machen (siehe auch Silencing). Anders als bei anderen Formen von Empörungswellen und spontan entstehenden Shitstorms handelt es sich um einen gezielten und organisierten Angriff.

## T

**Truth Sandwich**

*Engl. Wahrheits-Sandwich.*

Ein "Truth Sandwich" ist eine Kommunikationsstrategie, die darauf abzielt, Desinformationen zu widerlegen und Fakten effektiv zu vermitteln.

Die Strategie besteht aus drei Teilen:

1. Zuerst die Fakten nennen
2. Die Falschinformation konfrontieren
3. erneute Betonung der Fakten.

Diese Methode zielt darauf ab, die Aufmerksamkeit auf die Fakten zu lenken und falsche Informationen effektiv anzugehen, ohne sie weiter zu verstärken.

Durch eine einfache Verneinung kann dieser Effekt nicht erzielt werden

(Beispiel: Denk jetzt nicht an einen pinken Elefanten).



## U

**User\*in**

Siehe Nutzer\*in

**User Experience (UX)**

*Engl.* Benutzererfahrung

Die User Experience bezieht sich auf die Gesamtheit der Emotionen, Wahrnehmungen und Reaktionen, die eine Person hat, wenn sie eine bestimmte Website, Anwendung, Produkt oder Dienstleistung verwendet. Eine positive User Experience bedeutet, dass die Interaktion für den Nutzer effektiv, effizient und angenehm ist. Hierbei spielen Aspekte wie Benutzerfreundlichkeit, Design, Zugänglichkeit, Leistung und die Erfüllung der Bedürfnisse und Erwartungen der User eine wichtige

Rolle. Unternehmen streben eine optimale User Experience an, um die Zufriedenheit der Nutzer\*innen zu steigern und langfristige Bindungen zu schaffen.

**User Generated Content**

*Engl.* nutzergenerierter Inhalt - User Generated Content (UGC) bezieht sich auf von Nutzer\*innen erstellte Inhalte, die nicht von professionellen Content-Creator\*innen stammen. Dieser Inhalt kann in Form von Texten, Bildern, Videos, Rezensionen oder anderen Medien erstellt und auf Online-Plattformen, sozialen Netzwerken oder Web-

sites geteilt werden. UGC spiegelt die Beteiligung der Nutzer\*innen wider und trägt dazu bei, eine lebendige, engagierte Online-Community aufzubauen. Siehe auch Engagement, Community

## V

**Verschwörungsideologie**

Eine Verschwörungsideologie ist ein verfestigtes Denksystem, das auf Verschwörungsmysen basiert und Kritik und Widerspruch daran ausschließt.

„Verschwörungsextremismus“ bezieht sich auf extremistische Überzeugungen, die auf Verschwörungsmysen basieren. Zur verfestigten Ideologie kommt hier ein politischer Handlungswille und ggf. die Bereitschaft zur Gewaltanwendung hinzu.

**Verschwörungsmysen**

Verschwörungsmysen sind irrationale und oft falsche Erklärungen für aktuelle oder historische Ereignisse oder Phänomene, die behaupten, dass diese durch geheime Machenschaften von mächtigen Gruppen oder Organisationen ge-

steuert werden. Solche Mysen basieren oft auf Vermutungen, Gerüchten oder fehlerhaften Interpretationen von Fakten. Sie neigen dazu, komplexe Ereignisse auf einfache und oft konspirative Erklärungen zu reduzieren.

Verschwörungsmysen können weit verbreitet sein und haben das Potenzial, Misstrauen, Paranoia und eine Ablehnung etablierter Informationen zu fördern. Es ist wichtig, zwischen legitimer Kritik und nachgewiesenen Fakten einerseits und irrationalem Glauben an Verschwörungsmysen andererseits zu unterscheiden.

Verschwörungsmysen grenzen sich von realen Verschwörungen darin ab, dass reale Verschwörungen eine kleine, begrenzte An-

zahl Menschen und ein konkretes Event betreffen (zum Beispiel einen Betrug oder Umsturz), während Verschwörungsmysen viel allumfassender sind, eine große Zahl von Menschen und Events involvieren, und Menschen in einfache gut-böse-Muster unterteilen. Sie enthalten häufig alte Überlieferungen antisemitischen Ursprungs und sind oft strukturell antisemitisch (in ihrem Aufbau an antisemitische Mysen angelehnt). Mit ihrer Hilfe können leicht Feindgruppen konstruiert werden - meist betrifft das Juden\_Jüdinnen.

**Victim Blaming**

*Engl. Beschuldigen von Opfern. Siehe Schuldumkehr*

## W

**Whataboutism**

von Engl. – ungefähr: „was-ist-mit-ismus“. Whataboutism ist eine argumentative Strategie, bei der eine Person auf Kritik und Gegenargumente mit Fragen zu anderen, vermeintlich ähnlichen Situationen reagiert, anstatt auf die ursprüngliche Frage oder Kritik einzugehen. Es ist eine Ablenkungstaktik, bei der versucht wird, von einer unangenehmen Angelegenheit abzulenken, indem man auf andere, oft nicht direkt relevante Themen hinweist. Mit einem Satz ala „Und was ist mit...“ wird vom eigentlichen Thema abgelenkt und der Diskurs auf Nebenschauplätze verlagert. Whataboutism vermeidet es, auf den Kern der Diskussion einzugehen, indem es stattdessen versucht, Schuld oder Fehlverhalten zu relativieren. Es

handelt sich um eine Taktik, die Aufmerksamkeit weg von einer Aussage oder einem Thema zu lenken, indem man eine Frage zu einem anderen Thema stellt. Ein Klassiker des Whataboutism ist z.B. beim Thema Leistungen für geflüchtete Menschen einzuwerfen: „Und was ist mit den Rentner\*innen? Die gehen wieder leer aus“ - dabei haben die beiden Themen nichts miteinander zu tun. Gerne wird so auch der Versuch unternommen, verschiedene diskriminierte Gruppen gegeneinander auszuspielen.

Es ist eine Form des Derailing und kann auch dazu dienen, Diskussionspartner\*innen zu ermüden und gezielt Zeit zu fressen. Siehe auch Derailing.

**„woke“**

Engl. aufgewacht, sensibilisiert. "woke" ist ein Begriff, der ursprünglich bedeutet, dass eine Person aufmerksam, bewusst und sensibilisiert für soziale Ungerechtigkeiten, Diskriminierung und soziale Probleme ist. Es wird oft breiter verwendet, um eine progressive und aufgeschlossene Haltung gegenüber sozialen Themen zu beschreiben. Menschen, die als "woke" betrachtet werden, setzen sich aktiv für Gleichberechtigung und soziale Gerechtigkeit ein. Der Begriff wird jedoch mittlerweile oft ironisch, kritisch oder diffamierend verwendet, um (ähnlich wie mit dem Begriff „Cancel Culture“ Menschen Angst zu machen vor einer vermeintlichen Bedrohung der Demokratie durch „politische Korrektheit“ .

## Z

## Zensur

Zensur bezeichnet die Kontrolle, Einschränkung oder Unterdrückung von Informationen, Meinungen, Medieninhalten oder künstlerischen Ausdrucksformen durch staatliche oder institutionelle Autoritäten. Ziel der Zensur ist oft die Regulierung oder Beeinflussung von Inhalten, um bestimmte Informationen zu blockieren, zu zensieren oder zu entfernen. Zensur kann die Meinungsfreiheit beeinträchtigen und den freien Austausch von Ideen und Informationen behindern.

Content Moderation und Deplatforming werden von radikalen Akteur\*innen häufig der Zensur bzw. „Cancel Culture“ bezichtigt. Hierbei handelt es sich aber nicht um Zensur, sondern um das ausgeübte Haus-

recht der Unternehmen (Zensur geht vom Staat aus). Es gibt durchaus berechtigte Sorgen, dass die gesetzliche Regulation von Hate Speech zu einem Overblocking von Inhalten durch Unternehmen führen könnte. Jedoch ist das ständige Beharren, man werde zensiert, vor allem Ausdruck einer gezielten Strategie, die Grenzen des Sagbaren (Overton Window) zu verschieben und den Streisand Effekt geschickt zu Marketing-Zwecken auszunutzen: durch die Behauptung, eine Information würde zensiert, erhöht sich demnach die Nachfrage nach einer Information.

Siehe auch „Cancel Culture“, Overton Window, Streisand Effekt

## Zirkelschluss

Ein "Zirkelschluss" ("*Circular Reasoning*") tritt auf, wenn eine Argumentation auf sich selbst verweist oder sich in einem Kreislauf befindet, ohne echte Beweise oder klare Logik. Das Argument führt zu seiner eigenen Schlussfolgerung, ohne externe Unterstützung oder neue Informationen einzubeziehen. Eine Aussage wird wiederholt, anstatt sie argumentativ zu begründen oder durch zusätzliche Evidenz zu beweisen.

Ein Beispiel für einen Zirkelschluss könnte sein: "Ich habe immer recht, weil das, was ich sage, wahr ist." oder „es ist illegal, weil es verboten ist“. Dies kann als toxische Gesprächsstrategie dazu dienen, Gespräche zu zerstören.

## Z

**Zivilcourage**

Das Wort "Zivilcourage" stammt aus dem Französischen und setzt sich aus den Begriffen "*civil*" (zivil, bürgerlich) und "*courage*" (Mut) zusammen.

Zivilcourage bezeichnet das mutige Eintreten und Handeln von Einzelpersonen zugunsten von Gerechtigkeit, Ethik oder anderen moralischen Prinzipien, auch wenn dies mit persönlichen Risiken verbunden ist. Zivilcouragierte Menschen setzen sich gegen Unrecht oder Diskriminierung ein, um positive Veränderungen herbeizuführen oder Anderen zu helfen. Eine zivilcouragierte Person tritt für die Wahrung humaner und demokratischer Werte ein.

# Quellen zum Glossar

Das Glossar erklärt in der Publikation verwendete Begriffe anhand der von uns genutzten Definitionen. Weiterführende Quellen zu unseren Definitionen finden sich auch unter den Artikeln zu den jeweiligen Themen.

Zudem wurden für die Erstellung des Glossars die in den Einträgen verlinkten Websites, sowie die unten aufgelisteten Glossare zur Hilfe genommen. Zur erleichterten Ausformulierung wurde Chat GPT genutzt.

## **Debate Dehate Glossar**

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

## **Glossar von Ida e.V.**

<https://www.idaev.de/recherchetools/glossar>

## **Glossar der neuen deutschen Medienmacher**

<https://glossar.neuemedienmacher.de/>

## **Community Management Glossar**

<https://www.communitymanagement.de/community-abc-die-wichtigsten-begriffe-rund-um-community-management/>

## **Community Management Glossar von Ulrike Storny**

<https://ulrikestorny.com/community-management-glossar/>

## **Social Media Glossar von Hootsuite**

<https://blog.hootsuite.com/de/das-social-media-glossar/>

## **Social Media Begriffe von Rhein Digital**

<https://rheindigital.de/blog/2021/die-wichtigsten-social-media-begriffe-folge-2-f-bis-z/>

# Outro

- Ressourcen zum Weiterlesen
- Meldestellen
- Beratungsstellen
- Editorial



## Zum Weiterlesen:

# Fortbildungsmöglichkeiten und Ressourcen

### Community Management

- [Kaffee und Community Podcast](#) (auf Spotify, Apple podcasts, und mehr)
- [Einhorn und Glitzer – Community Management Podcast](#) (auch auf Spotify und mehr)
- [Upload Magazin Ausgabe 111](#) zu Community Management
- [Community Launch Guide](#) von communitymanagement.de
- [12 Tips zum Community Aufbau in sozialen Medien](#)
- [Die Psychologie hinter gutem Community Management](#)
- [Kommentarspalten ohne Hate: Phantastische Communities und wo sie zu finden sind](#) (re:publica 2024)
- [Bis hierhin und nicht weiter – Community Management für eine bessere Zukunft](#) (re:publica 2022)
- [Studie des Bundesverband Community Management 2023](#)





## Moderation gegen Gewalt und Hetze

- [Steuerungsstrategien für Redaktionen](#) (Medienanstalt NRW)
- [Hasskommentare moderieren lernen](#) (Medienanstalt NRW)
- Bestärkende Moderation: [Hallo liebe Community](#) (Medienanstalt NRW)
- [ModSupport](#) - der Guide für deine Kommentarspalte (Amadeo Antonio Stiftung )
- [Hate Speech entgegengetreten – ein Werkzeugkasten für Kommunikationsprofis](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Flowchart: Ausschalten oder Aushalten?](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Zeit, den Hass zu ghosten](#) (re:publica 2022)
- [Rechte Angriffe im Netz](#) Auswirkungen und Handlungsempfehlungen (VBRG)
- [Verification Handbook](#) - das Handbuch zur Überprüfung von Desinformation und Medienmanipulation (Medienanstalt NRW)
- [Anti-Shitstorm-Handbuch](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Haltung zeigen](#) - Gesprächsstrategien gegen rechts (Rosa Luxemburg Stiftung)
- [Helpdesk gegen Hass im Netz von neue deutsche Medienmacher](#)



## Hass im Netz: Organisationen und Netzwerke

- [BAG Hass im Netz](#)
- [Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz](#)
- [Hate Aid Magazin](#) und [Hate Aid Podcast - Über Hassreden](#)
- Magazin von [Das Netz](#)

## Netzwerke und Austausch für Social Media und Community Manager\*innen

- [Civic Sprechstunde](#) für Community Manager\*innen (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Dachverband für Community Management](#): Bundesverband Community Management BVCN
- [Virtueller Stammtisch für Community Manager\\*innen](#) von all Codes are beautiful
- [netzhorizonte Stammtisch](#)



## Content Creation

- [Reporterfabrik](#) bietet viele (auch viele kostenlose) Workshops rund um Medienarbeit
- [Kampagnenarbeit mit eigenen Narrativen](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- Neue deutsche Medienmacher: [Wir bleiben im Gespräch](#): Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit für NGOs, Migrant\*innenorganisationen, Flüchtlingsinitiativen und andere integrativ wirkende Organisationen
- Reframing Migration Narratives Toolkit: Diversität neu erzählen mit der Methode [Narrative Change](#). Praktische Erfahrungen mit der Methode hat die [Junge Islamkonferenz](#) zusammengefasst. Und hier gibt es eine [Toolbox zu Narrative Change](#).
- [Said Rezek: Bloggen gegen Rassismus](#) (erfolgreiche Social Media Postings gegen Hate Speech verfassen)
- [Take Over](#): Beratung zu intersektionalem Campaigning Know-How
- [Storytelling](#) Beautiful Trouble Toolbox – Battle of the Story



## Medienkompetenz

- [Medienwissen 2 Go](#) (ZAPP, NDR)
- [Publikationen Liste](#) Medienanstalt NRW
- [Vielfalt Mediathek](#) – Hass im Netz
- [weitklick](#) Materialien
- klicksafe [Video-Reihen](#) und [Materialien](#)
- digitale Helden – [Webinare](#) und [Online-Kurse](#)
- Material von [Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur](#)
- [streitgut Kanal](#)
- [Publikationen Liste](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Pro Argument](#) (auf LinkedIn)
- [Facing Facts](#) Online Kurse (englisch)
- [jugendschutz.net Mediathek](#)



## Gewalt und Hetze melden!



Das alte Gerücht, das Internet sei ein rechtsfreier Raum, trifft nicht mehr zu! Wenn Du – online oder offline – Gewalt, Hetze oder Diskriminierung begegnest, kannst Du diese Vorfälle an entsprechende Meldestellen weiterleiten. Verschiedene staatliche und zivilgesellschaftliche Meldestellen nehmen Meldungen zu Straftaten, gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit und weiteren Formen von Gewalt entgegen.

Bei Meldestellen kannst Du eine erste Einschätzung bekommen, ob ein Vorfall strafrechtlich relevant ist. Einige Meldestellen übernehmen auch eine Anzeige für Dich; und das sogar anonym, wenn es beim jeweiligen Tatbestand möglich ist. Das heißt zum Beispiel: In Fällen von Volksverhetzung zeigt die Staatsanwaltschaft den Vorfall selbst an – Du musst nichts weiter tun. Manche Kommentare können harte Strafen nach sich ziehen und eine Verurteilung hat abschreckende Wirkung.

Diskriminierende Aussagen sind nicht grundsätzlich strafbar, sondern erst ab einer bestimmten Schwere. Deshalb sollte man sich als betroffene Person darauf einstellen, möglicherweise enttäuscht zu sein, wenn der Kommentar als nicht justiziabel eingestuft wird. Es lohnt sich aber trotzdem, alle Vorfälle zu melden: So werden Vorfälle wissenschaftlich erfasst, und können so ein umfassenderes Bild der jeweiligen Gewaltphänomene liefern. Durch eine bessere Datenlage kann das behördlich noch nicht erfasste Dunkelfeld (digitalisierter) Gewalt besser beleuchtet und die gesellschaftliche Relevanz dieser Phänomene herausgestellt werden. So kann Deine Meldung eventuell dazu beitragen, dass das Thema politisch stärker in den Fokus rückt und Gesetze angepasst werden.

**Auf den folgenden Seiten findest Du eine Liste mit Meldestellen.**



## Meldestellen für Gewalt und Hetze im Netz



- Die Meldestelle [Hessen gegen Hetze](#) wird vom Land Hessen finanziert, aber arbeitet bundesweit. Die Meldestelle hat einen direkten Draht in die Staatsanwaltschaft und übernimmt die Anzeige – wenn möglich anonym – für Dich.
- Auch bei der [Meldestelle Respect](#) und bei der [Landesanstalt für Medien NRW](#) kannst Du Hetze melden. Die Meldestelle Reflect ist auch ein sogenannter Trusted Flagger, der Hate auch schneller von der Plattform entfernen lassen kann.

## Spezielle Meldestellen

Diese Meldestellen sammeln Vorfälle spezifischer Gewaltphänomene u.a. zur Forschung.

- antimuslimischen Rassismus melden bei [I-Report](#)
- [Rias](#) und [Meldestelle Antisemitismus](#) (Antisemitismus melden)
- Meldestelle für [Antiziganismus](#)
- Meldestelle für [antikurdischen Rassismus](#)
- [Meldestelle Antifeminismus](#) (sexistische, queerfeindliche und antifeministische Gewalt)
- Behindertenfeindliche und ableistische Gewalt kannst du bei [AbilityWatch](#) melden
- Vorfälle rechter Gewalt kannst du in vielen Bundesländern auch bei den [Beratungsstellen des VBRG](#) für ein unabhängiges Monitoring melden (Verband der Beratungsstellen für Betroffene rechter, rassistischer und antisemitischer Gewalt)
- Bei [Frag Zebra](#) kannst du Cybergrooming Vorfälle melden



## International



- bei [Zara](#) kannst Du Hass im Netz und rassistische Vorfälle in Österreich melden
- Schweiz - [Report Online Racism](#) Rassistische Online Hassrede melden
- [INACH](#) - cyber hate complaint
- [Anti-Defamation League](#) ADL - report incident
- [FOA](#) - Fighting Online Antisemitism

## Anzeige erstatten bei einer Online-Wache

Hier kann man Online-Anzeige bei der Polizei erstatten

[Online-Anzeige erstatten: Online Strafanzeige erstatten \(online-strafanzeige.de\)](#)

## Rechtssichere Screenshots erstellen:

Hier findest du Anleitungen zum Erstellen rechtssicherer Screenshots

[Rechtssichere Screenshots als Beweismittel bei Gewalt im Netz](#) (VBRG)

[Rechtssichere Screenshots aufnehmen](#) How To von Hate Aid



## Beraten lassen!

**Beratungsstellen beraten und unterstützen Dich  
bei (digitalisierter) Gewalt.**



**Auf den folgenden Seiten findest Du eine Liste mit spezialisierten Beratungsstellen.**

Es gibt unterschiedliche Arten von Beratungsstellen:

- Wende Dich an Betroffenen-Beratungsstellen, wenn Du oder Dir nahestehende Menschen angegriffen werden. Hier findest Du zum Beispiel rechtliche Beratung oder psychosoziale Beratung.
- Bei Ausstiegs- und Distanzierungsberatungen findest Du Hilfe, wenn Du oder Dir nahestehende Menschen selbst gewalttätig werden oder in gefährliche Radikalisierungsdynamiken geraten.
- Mobile Beratung berät zum Umgang mit Extremismus bzw. Radikalisierung auf lokaler Ebene, zum Beispiel für Organisationen und Vereine.

### **Psychische Krisen:**

- [Krisenchat](#) für Kinder und Jugendliche
- [Telefonseelsorge](#) und [Chat-Seelsorge](#) für Erwachsene

**Bei Notfällen wende Dich bitte an den Notruf und/oder an den sozialpsychiatrischen Dienst Deines Landkreises oder Stadtteils!**





## Rechtliche Beratung

- [Hate Aid](#) ist eine Beratungsstelle für Betroffene digitaler Gewalt. Hate Aid berät vor allem zu rechtlichen Aspekten und bietet auch eine psychosoziale Beratung an.
- [Elly](#) ist die Hate Speech - Beratungsstelle der Beratungsstelle Ezra in Thüringen.
- [Hatefree](#) bietet eine kostenlose rechtliche Ersteinschätzung und bei Bedarf spezialisierte anwaltliche Unterstützung an (kostenpflichtig).
- Gegenrechtsschutz: unterstützt Betroffene bei juristischen Angriffen von rechts [fragdenstaat.de/aktionen/gegenrechtsschutz](https://fragdenstaat.de/aktionen/gegenrechtsschutz)
- Die [Beratungsstellen des VBRG](#) beraten bundesweit zu rechtlichen Fragen rund um rechte, rassistische und antisemitische Gewalt und vermitteln Fachanwält\*innen.
- [safe im Recht](#) ist eine Beratungsstelle zu digitalisierter Gewalt und Jugendrecht.



## Beratung & Support

### für Social Media und Community Manager\*innen

- Die [Civic Beratung](#) der Amadeo Antonio Stiftung berät Organisationen in Berlin kostenlos zu rechtsradikalen Angriffen im Netz
- [Vivian Pein](#) arbeitet zu Resilienz im Community Management (kostenpflichtig)
- [netzhorizonte](#) bietet Coachings im Bereich Community Management und Prävention digitalisierter Gewalt (kostenpflichtig)

## Frag Zebra

- Bei [Frag Zebra](#) kannst du der Landesanstalt für Medien NRW alle Fragen rund um Medien und den digitalen Alltag stellen



## Menschenfeindliche Ideologien und Diskriminierung

- Der Verband der Beratungsstellen für Betroffene rechter, rassistischer und antisemitischer Gewalt [VBRG](#) vernetzt bundesweit Beratungsstellen die bei rechter Gewalt beraten und unterstützen
- Beim [Antidiskriminierungsverband \(advd\)](#) und bei [Respektland](#) findest Du Beratungsstellen gegen Diskriminierung
- [I-Report](#) ist eine Beratungs- und Meldestelle für antimuslimischen Rassismus
- [ofek](#) berät bei antisemitischer Gewalt
- der [vlsdp](#) und der [dgti](#) listen Beratungsmöglichkeiten für LGBTIQ+
- Bei den Beratungsstellen der [EUTB](#) findest du als behinderte oder chronisch kranke Person unabhängige Beratung zu Möglichkeiten der gesellschaftlichen Teilhabe

## International

- [Zara](#) berät in Österreich bei Hass im Netz und Rassismus



## Beratung zum Umgang mit Rechtsradikalismus



- Die Teams der [mobilen Beratung gegen Rechtsextremismus](#) unterstützen lokale Akteur\*innen dabei, vor Ort einen Umgang mit Rechtsextremismus zu finden und wirksame Maßnahmen zu entwickeln.
- Die Fachstelle [FARN](#) berät zu Radikalisierung im Naturschutz
- Die [Bundesarbeitsgemeinschaft Kirche und Rechtsextremismus](#) berät kirchliche Akteur\*innen zum Umgang mit rechter Radikalisierung

## Radikalisierung und Ausstiegsberatung

- [Exit Deutschland](#) bietet eine Ausstiegs- und Deradikalisierungs-Beratung bei Rechtsextremismus
- [entschwört](#), [veritas](#) und [demos](#) beraten zum Umgang mit Verschwörungsmythen
- [Fachstelle Rechtsextremismus & Familie](#) bietet Beratungen für Angehörige und Fachkräfte
- Das [Violence Prevention Network](#) berät Angehörige und Institutionen zu digitaler Radikalisierung, Rechtsextremismus und Islamismus
- Die [Beratungsstelle Radikalisierung](#) berät zu islamistischer Radikalisierung



## Jugendliche und Schule

- [JUUPORT](#) berät von Jugendlichen für Jugendliche zu Cybermobbing, sexualisierter Belästigung im Netz und digitalen Themen allgemein
- Die [digitale Helden Notfallsprechstunde](#) für Schulen ist eine Anlaufstelle für Fachkräfte im Bereich Schule und Sozialarbeit.



## Wissenschaft

- [scicomm](#) berät Wissenschaftler\*innen zu (digitalen) Angriffen

## Häusliche und sexualisierte Gewalt

- Das [Frieda Frauenzentrum](#) bietet eine spezialisierte Beratung zu Cyberstalking
- [Hilfeportal sexueller Missbrauch](#) berät zu sexueller Gewalt
- [Bundesverband Frauenberatungsstellen & Frauennotrufe](#): Hilfsangebote für Frauen vor Ort finden
- [Cordelia Moore](#) berät und unterstützt bei der Entwicklung von Schutzkonzepten zu digitaler geschlechtspezifischer Gewalt, Cyberstalking und Spyware (kostenpflichtig)
- Bei [dickstinction](#) kannst Du ganz einfach Dickpics zur Anzeige bringen. Unsere Empfehlung: Lass dich besser vorher dazu beraten.



# Editorial

## Redaktionelle Mitarbeit

[AC Lio Neuber](#): Bildungsreferent\*in Hate Speech und Co-Projektleitung bei „Empower Communities“ | Fortbildung und Beratung zu Diskriminierung (Schwerpunkt: Ableismus), Hate Speech und digitalisierter Gewalt bei [netzhorizonte](#)

[Mart Kühnemund](#): Bildungsreferent und Co-Projektleitung bei „Empower Communities“ | Fortbildung und Beratung zu Hate Speech und digitalisierter Gewalt, Community Management, Beratung für Projekt- und Strukturentwicklung bei [netzhorizonte](#)

[Maria Heß](#): Öffentlichkeitsarbeit für Empower Your Communities und bei LOVE-Storm | Online-Redakteurin | [NIR Leipzig e.V.](#) | Narrative Change Specialist

## Lektorat und Satz

[Maria Heß](#) (siehe oben)

## Layout

[AC Lio Neuber](#) (siehe oben)



## Gastbeiträge

Hanna: [NABU](#) (Naturschutzbund Deutschland) e.V.

[Said Rezek](#): Anti-Rassismus Trainer | Journalist | Blogger | Autor von “[Bloggen gegen Rassismus](#)” auch hier auf [Instagram](#) & [Facebook](#)

Tobias Roppelt: [Gehirngerecht.digital](#) (digitale Barrierefreiheit)

Michael Pfaff: “[muslimische Spuren in deutscher Heimat](#)”

Miriam: Bildungsreferentin beim [Bund der Alevitischen Jugendlichen Deutschland e.V. \(BDAJ\)](#)

[DisCheck](#): diskriminierungskritisches Beratungskollektiv

Fluky: Trainer\*in & Autor\*in bei [Kartoffel mit Herz](#) mit den Schwerpunkten Hate Speech, Desinformation, [Diversity](#), diskriminierungssensible Medienpädagogik; DJ, Turntablist, Autor\*in & Trainer\*in mit dem Schwerpunkt HipHop bei [DJ Freshfluke](#)

Sebastian Zollner: Sprachwissenschaftler | Dozent für Medien & Kommunikation |  
Schwerpunkte: digitale Gewalt & Konfliktmanagement | [storytelling@sebastian-zollner.de](mailto:storytelling@sebastian-zollner.de) |  
Insta: [@sebi.counters.hate](#) | BlueSky/TikTok: [@SebiZollner](#)

Stefanie Bock: [EKHN](#)

Esther Stosch: [indeon](#)



## Inhaltliche Mitarbeit im Projekt

Selma Gleißberg: Bildungsreferentin und pädagogische Projektkoordination im Projekt „Empower Communities“ | politische Bildung | Beratung | Hate Speech und Diskriminierungskritik

Sy Legath: [MindBiz](#) Coaching | Training | Supervision | politische Bildung | Queer Empowerment

[Sina Magdalene Schmeiter](#): diskriminierungssensible Moderation | Mediation | politische Bildung | Friendspädagogik hier auch auf [LinkedIn](#)

Fluky: Trainer\*in & Autor\*in bei [Kartoffel mit Herz](#) mit den Schwerpunkten Hate Speech, Desinformation, [Diversity](#), diskriminierungssensible Medienpädagogik; DJ, Turntablist, Autor\*in & Trainer\*in mit dem Schwerpunkt HipHop bei [DJ Freshfluke](#)

Sebastian Zollner: Sprachwissenschaftler | Dozent für Medien & Kommunikation | Schwerpunkte: digitale Gewalt & Konfliktmanagement | [storytelling@sebastian-zollner.de](mailto:storytelling@sebastian-zollner.de) | Insta: [@sebi.counters.hate](#) | BlueSky/TikTok: [@SebiZollner](#)

[Said Rezek](#): Anti-Rassismus Trainer | Journalist | Blogger | Autor von “[Bloggen gegen Rassismus](#)” auch hier auf [Instagram](#) & [Facebook](#)

[Gregöre Hamann](#): Moderation | Mediation | Gruppenprozessbegleitung | Workshops | Themenschwerpunkte: Diversität und Diskriminierung, queeres und anti-klassistisches Empowerment

[Krischan Oberle](#): Systemischer Berater (i.A.) | Prozessbegleitung | Trainings | Moderation

[Ulla Scharfenberg](#): Workshops | Seminare | Moderation | Texte und Übersetzung | Schwerpunkte: Diversity, Geschlechtervielfalt, geschlechtergerechte Sprache

Svenja Rickert: Seminare | Trainings | Friedens- und Konfliktarbeit | politische Bildung

[Henric Wietheger](#): Journalismus | digitale Kommunikation | Beratung

Omeima Garci

Julia Gaiser

Miriam Galler

Marlon





## Danksagung

### Austauschrunde:

An der Austauschrunde zu Projektbeginn waren Content Creator\*innen, Gruppen-Moderator\*innen und Netz-Aktivist\*innen beteiligt, die selbst von Gewalt und Diskriminierung im Netz betroffen sind. Darunter waren BIPOC-, migrantische, queere, behinderte und von Klassismus betroffene Personen. Danke an dieser Stelle auch an unsere Mitarbeitenden aus der Austauschrunde, die anonym bleiben möchten.

### Auswertungs-Interviews

Danke auch allen Projektteilnehmenden, die uns freiwillig Interviews zur Projektauswertung gegeben haben. Ohne Eure Stimmen wäre das Projekt und dieses Workbook nicht, was es ist.

### Unbezahlte Arbeit im Netz

Wir haben uns darum bemüht, unsere freiberuflichen Mitarbeitenden fair zu bezahlen. Viele der Best-Practice-Beispiele, auf die wir uns in dieser Publikation beziehen, wurden jedoch nicht von uns entwickelt, sondern von verschiedenen Menschen über die Jahre aus den Weiten des Netzes zusammengetragen.

Meist sind es Betroffene, die aus der Not und Notwendigkeit heraus Handlungsansätze und Strategien entwickeln. Auf viele dieser Ansätze beziehen wir uns – oft ohne zu wissen, wer sie erfunden hat und woher sie eigentlich kommen. Wir hätten die in diesem Workbook vorgestellten Strategien nicht entwickeln können ohne all die unsichtbare und unbezahlte Vorarbeit, die vor allem betroffene Menschen seit vielen Jahren leisten.

## Redaktion



[netzhorizonte](#) bietet Fachfortbildungen zu Gewalt und Hetze im Netz für zivilgesellschaftliche Organisationen, Einrichtungen der Bildungs- und Sozialarbeit, sowie für Selbstständige und kleinere Unternehmen.

Ihr findet uns auf [LinkedIn](#) @netzhorizonte sowie auf [Insta](#) @netz\_horizonte. Fragen, Lob, Feedback und Kritik gerne an: **publikation\_empc@netzhorizonte.de**

## Trägerschaft



Der [Bund für Soziale Verteidigung e.V.](#) (BSV) ist ein Fachverband der deutschen Friedensbewegung zur Entwicklung von gewaltfreien Sicherheitskonzepten. Seine Schwerpunkte sind Friedensbildung und die Entwicklung und Bekanntmachung von Konzepten der Zivilen Konfliktbearbeitung und des gewaltfreien Widerstands.



[LOVE-Storm](#) entstand 2017 im BSV als Aktions- und Trainingsplattform gegen Hass im Netz; und etablierte sich in den Folgejahren als Lernplattform und Anbieter von Workshops in digitaler Zivilcourage.

## gefördert von:

Das Empower Communities Projekt wurde gefördert durch die [Bundeszentrale für politische Bildung](#).



netzhorizonte 2024

Alle Teile des Workbooks findest Du zum Download unter:

<https://netzhorizonte.de/workbook/>