

Von TikTok zu WarTok

Elisabeth Hoffmann

In China als Unterhaltungs-App gestartet, ist TikTok die am schnellsten wachsende Videoplattform weltweit und das drittgrößte soziale Netzwerk hinter Facebook und Instagram. Seit 2018 hat TikTok die Nutzerzahlen versiebzehnfacht. Die App der Muttergesellschaft ByteDance Ltd (wertvollstes nicht börsennotiertes Unternehmen der Welt) hat eine Milliarde aktive User und weltweit die jüngste Zielgruppe. Möchte man 13- bis 24-jährige erreichen, ist die App auch in Deutschland unverzichtbar, sagt Martin Fuchs, Politikberater für Social Media. 90 Prozent der Jugendlichen hierzulande kennen TikTok (IZI 2021). Edeka startet 2022 seine Ausbildungskampagne auf TikTok, die ARD erreicht dort mit der „Tagesschau“ 1,2 Millionen Jugendliche.

Seit 2020 hat sich die Videoplattform weltweit zum Ort politischer Kommunikation von Teenagern entwickelt: Die politische Meinungsbildung der Erstwählenden in den USA 2020 erfolgte primär über TikTok, in Deutschland zeichnete sich vor der Bundestagswahl 2021 diese Entwicklung als Trend ab. Als Klimawandelpartei (Fiskalpolitik statt Verzicht) erschien die FDP, als Verbotsparterie (Fleischkonsum, Motorroller) die Grünen. Seit dem Beginn des Kriegs in der Ukraine veröffentlichten junge Menschen in der Ukraine Hunderte Videos vom Krieg, die App gilt weltweit als eine der wichtigsten Informationsplattformen über den Krieg. Von allen sozialen Netzwerken sei auf TikTok bei Weitem die größte Menge an Kriegsinhalten zu finden, so die New York Times. Ein Blick auf aktuelle TikTok-Videos über den Krieg in der Ukraine zeigt, dass diese Videos oft mit dem Hashtag #WarTok gepostet werden. War-

Tok könne als inoffizieller zweiter Name der App bezeichnet werden, schreibt die FAZ.

Emotionalität und Reichweitenstärke sind unschlagbar

Die oft kritisierte App (China sammelt nachweislich die Daten der User), mit der junge Menschen ihre Themen mit Kurzvideos präsentieren, hat die politische Kommunikation revolutioniert. Die für Digital Natives leichte Bedienung ermöglicht authentische und emotionale Videos, die in 50 Sekunden eine Geschichte erzählen und damit politisch Stellung beziehen. „Look what you have done, Putin“ lautet die Überschrift eines Videos mit einem weinenden Kind, das auf der Flucht aus der Ukraine seine Familie verloren hat.

Der reichweitenstärkste Algorithmus der Welt folgt nicht dem „Follower-Prinzip“, sondern belohnt die trendigsten Videos. „Wer kreativ ist, dessen Argumente haben mehr Macht“, sagt der Datenwissenschaftler Juan Carlos Medina. In wenigen Tagen werden weltweit TikTok-Videos mit dem Hashtag #Ukraine mehr als 22 Milliarden Mal gesehen, und jede Minute kämen eine Million weitere Aufrufe dazu, so der britische Journalist Chris Stokel-Walker. Typisch für TikTok ist die Verbindung von Politik und Unterhaltung. Kriegsbilder sind sowohl Dokumentation als auch Wettbewerb um die hippesten Trends, wie das Video eines ukrainischen Soldaten, der den „Moonwalk“ von Michael Jackson tanzt (1,9 Milliarden Aufrufe am 15.3.2022).

Für den Kreml kriegsrelevant: Social Media

Aber die Plattform mit ihren kreativen Tools zur audiovisuellen Bearbeitung bietet ideale Bedingungen für Desinformation, die von TikTok de facto nicht oder viel zu spät eingedämmt wird. Es ist schwer zu durchschauen, ob es sich bei Videos um Wahrheit, Desinformation oder Propaganda handelt. Für russische Staatsmedien wie „RT“ oder „Sputnik News“ ist die Plattform ein wichtiger Teil des Desinformationsapparats des Kremls, schreibt Ciarán O'Connor (London Institute for Strategic Dialogue). Millionenfach werden auf der App von der russischen Regierung lancierte pro-russische Kampagnen wie #istandwithPutin angesehen. Offenbar bezahle die russische Regierung bekannte russische Influencer auf TikTok für Propagandabeiträge, die mit identischen Texten Desinformation, z.B. über einen angeblichen Genozid seitens der Ukrainer, verbreiten, so das Magazin „Vice“. Laut Verband „Media Matters for America“ sind 186 russische Influencer-Konten Teil der Propagandakampagne.

Mit dem neuen russischen Mediengesetz (4. März 2022) einher geht die Blockierung von Facebook

und Twitter durch den Kreml, seit dem 21. März sind in Russland Facebook und Instagram verboten. Der chinesische Konzern Bytedance schränkte die Nutzung seiner App TikTok in Russland gleich selbst ein. Russische User können ab dem 6. März nicht mehr live streamen oder neue Inhalte in den Videodienst hochladen. Der Konzern habe angesichts der Gesetzeslage keine andere Wahl, schrieb TikTok auf Twitter. Trotzdem sei das Posten und Abrufen von Videos weiterhin möglich, indem zahlreiche User in Russland VPN-Zugänge nutzten, so TikTok-Forscher Marcus Bösch (HAW Hamburg).

PoliTik auf TikTok

Der Krieg in der Ukraine verdeutlicht die Relevanz von TikTok, wo sich nicht nur zeigt, wie junge Menschen ticken, sondern auch, wie mit Propaganda und Desinformation Krieg gemacht wird. Reichweite und Emotionalität der App machen sie zu einem hochpolitischen Faktor. Es gibt triftige Gründe, warum Politik sich mit TikTok beschäftigen sollte. Laut FAZ lud Präsident Joe Biden bereits 30 TikTok-Influencer zu einem Briefing ein, an dem auch Sicherheitsberater Matt Miller teilnahm.

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Elisabeth Hoffmann

Jugend und Familie
Analyse und Beratung

Elisabeth.Hoffmann@kas.de



Der Text dieses Werkes ist lizenziert unter den Bedingungen von „Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 international“, CC BY-SA 4.0 (abrufbar unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>)

Diese Veröffentlichung der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. dient ausschließlich der Information. Sie darf während eines Wahlkampfes nicht zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden.