
Jahrbuch Medienpädagogik 22: Die Gesellschaft der Medienpädagogik.
Herausgegeben von Christian Swertz, Mandy Schiefner-Rohs, Sven Kommer,
Franco Rau und Franziska Bellinger

Perspektiven von Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf Antifeminismen auf TikTok

Erkenntnisse einer explorativen Interviewstudie

Franziska Bellinger¹ , Michaela Kramer¹ , Christian Noll¹ und
Katrin Hünemörder²

¹ Universität zu Köln

² mediale pfade – Verein für Medienbildung e. V.

Zusammenfassung

Der Beitrag untersucht, wie Jugendliche und junge Erwachsene antifeministische Inhalte auf TikTok wahrnehmen und welche Strategien sie nutzen, um damit umzugehen. Die Untersuchung wird eingebettet in den Kontext politischer Medienbildung, die demokratische Teilhabe in digitalen Öffentlichkeiten fördern will. Nach einer theoretischen Einordnung zur Bedeutung sozialer Medien für die Demokratiebildung (Kap. 1) wird der Forschungsstand zu Antifeminismen als potenzielle Brückenideologie in extreme und menschenfeindliche Positionen erörtert (Kap. 2). Darauf aufbauend wird eine explorative Interviewstudie als Teil des Projekts «Unlearning Anti-Feminism on TikTok» vorgestellt (Kap. 3). Im Rahmen der Ergebnisdarstellung werden Wahrnehmung, Einordnung, Erfahrungen und Handlungsstrategien im Umgang mit antifeministischen Inhalten von 16 TikTok-Nutzer:innen präsentiert. Die Ergebnisse zeigen, dass TikTok ein relevanter Ort politischer Meinungsbildung ist. Allerdings erschweren algorithmische Logiken, Ästhetiken und subtile Formen eine kritische Einordnung von Antifeminismen. Jugendliche und junge Erwachsene entwickeln teils bewusste Strategien wie etwa

algorithmenbezogenes Gegensteuern, Melden oder Gespräche im privaten Umfeld. Sie wünschen sich schulische Bildungsangebote, die Raum für Reflexionen und differenzierte Diskussionen schaffen. Der Artikel schliesst mit einem Abschnitt zur Bedeutung dieser Erkenntnisse für die politische Medienbildung (Kap. 4) und einem Praxiskommentar zur Gestaltung politischer Medienbildungsformate (Kap. 5).

Perspectives of Adolescents and Young Adults on Antifeminism on TikTok. Findings from an Exploratory Interview Study

Abstract

The paper investigates the ways in which adolescents and young adults encounter and reflect on anti-feminist content on TikTok as well as strategies they use to deal with such content. The study is embedded into the context of political media education which aims to support democratic participation in digital public spheres. Following a theoretical investigation of the relevance of social media for the field of democracy education (ch. 1), the paper discusses the current state of research on forms of anti-feminisms as a bridging ideology into extreme and misanthropic positions (ch. 2). Building on this, an exploratory interview study, which is part of the project «Unlearning Anti-Feminism on TikTok», is presented (ch. 3). The presentation of the results focuses on the ways in which 16 interviewed TikTok users perceive, experience, classify and deal with antifeminist content. The results show that TikTok is a relevant space for the formation of political opinion, although a critical identification of anti-feminisms is complicated by algorithmic logics, aesthetics and subtle forms. Adolescents and young adults partially develop conscious strategies such as (countersteering by) (training) the algorithm, reporting content or talking to people close to them. They wish for educational offerings in schools which create space for reflection and differentiated discussion. The paper closes by reflecting the significance of these results for political media education (ch. 4) and offering a commentary from a practical perspective on designing formats of political media education (ch. 5).

1. Bedeutung von politischer Medienbildung für Demokratien im Wandel

Demokratien sind fortwährend in Veränderung begriffen und ihr Fortbestand bedarf demokratiepädagogischer Anstrengungen. Die Wahrnehmung moderner Demokratien hängt vom Blick auf die gesellschaftliche und politische Praxis ab, da «es unterschiedliche lebensweltliche und wissenschaftliche Vorstellungen von Demokratie mit verschiedenen normativen Implikationen gibt» (Berkemeyer und May 2023, 19). In pluralen und zugleich tiefgreifend mediatisierten Gesellschaften werden Vorstellungen von Demokratie und zur Gestaltung des Zusammenlebens zunehmend auf sozialen Medien wie YouTube, Instagram, X, Facebook oder TikTok debattiert. Die genannten Plattformen fungieren dabei einerseits als Informationsquellen für Nachrichten und gesellschaftspolitisch relevante Themen, andererseits werden sie zum Diskursraum für ein breites, auch extremistisches, Meinungsspektrum. Insbesondere Letztgenanntes stellt das menschenrechtsbasierte Selbstverständnis von Demokratien vor Herausforderungen, die sich nicht allein aus der Verbreitung von Positionen extremistischer Akteur:innen auf Social-Media-Plattformen ergeben; vielmehr zeigen sie sich auch anhand «alltagsrassistische[r] Postings von solchen Personen, die sich nicht als politisch oder gar als Demokratiegegner:innen verstehen» (Heldt und Schiefner-Rohs 2024, 5). Demnach nehmen soziale Medien eine wichtige Position hinsichtlich der Aushandlung von demokratischen Selbstverständnissen ein, indem sie niedrigschwellige Möglichkeiten bieten, um an ebendiesen Diskursen zu partizipieren.

Plattformen wie Instagram oder TikTok verzeichnen besonders im Jugendalter, aber auch darüber hinaus, hohe Nutzungszahlen (mpfs 2024, 30–42) und tragen zur Identitätsentwicklung und (politischen) Meinungsbildung bei (Schmidt 2022). Diese Annahme lässt sich durch die Ergebnisse der 19. Shell Jugendstudie bestätigen: Jugendliche informieren sich mehrheitlich über Social Media zu politischen Themen, da ihr Interesse an Politik gestiegen ist. Sie positionieren sich im Vergleich zu den Vorjahren deutlich politischer (Rysina und Leven 2024, 168–83). Politische Bildung vollzieht sich nunmehr mit und durch soziale Medien, deren algorithmischen Plattformlogiken präfigurierend wirken (Ernst und Schmitt 2020). Hier kommt politischer Medienbildung eine bedeutende Aufgabe zu, indem sie die Verbindung von Bildung, Medien und Kollektivität im Kontext des Politischen ins Zentrum rückt. Dander (2020, 31) folgend liegt in der

«Übersetzung (pädagogischen, politischen, medialen) Problemhandelns in hoch performativen Praxen, [...] ein Ziel, das es für eine politische Medienbildung anzustreben gälte, um Relevanz und Wirksamkeit zu entfalten». Somit konstatiert der Autor, dass politische Medienbildung über die individuelle Aneignung politischer Medienkompetenz (Oberle 2022) hinaus gehen und eine kollektive Handlungsfähigkeit in mediatisierten Gesellschaften anstreben sollte (Dander 2020). Um Gestaltungsmacht in einer von Plattformen, die eigene marktwirtschaftliche Interessen verfolgen, dominierten Öffentlichkeit zurückzugewinnen, fordert Dander (2020) eine politische Medienbildung im Sinne eines kollektiven, prozessorientierten Ansatzes ein, der politische Subjektivierung ermöglicht, digitale Machtverhältnisse kritisch reflektiert und transformative Handlungsmöglichkeiten eröffnet.

Hier setzt der vorliegende Beitrag an und fokussiert die Social-Media-Plattform TikTok als einen zentralen Ort, «an dem viele junge Menschen Nachrichten rezipieren, ihre politische Meinung bilden, an Diskursen teilhaben und diese mitgestalten» (Allekotte 2022, 323). Als Gegenstand politischer Medienbildung werden im Beitrag zentral Antifeminismen auf TikTok als antidemokratische Positionen in den Blick genommen, wobei zunächst ein Einblick in den Forschungsstand erfolgt (Abschnitt 2). Darauf folgend wird eine Interviewstudie vorgestellt, in deren Rahmen Perspektiven von Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf ihre Berührungspunkte mit Antifeminismen und anderen menschenfeindlichen Positionen auf der Plattform herausgearbeitet wurden (Abschnitt 3). Die aus der Studie hervorgehenden Erkenntnisse werden sodann abstrahiert und für die Theorie und Praxis politischer Medienbildung reflektiert (Abschnitt 4). Ein Kommentar aus der Praxis politischer Medienbildung (Abschnitt 5) rundet den Beitrag ab.

2. Forschungsstand zu Antifeminismen und TikTok

Antifeminismus wird im Folgenden als Brückenideologie verstanden, innerhalb derer Narrative und Positionen verschiedener konservativer, populistischer und rechtsextremer Gruppierungen miteinander verbunden werden, sodass die Normalisierung diskriminierender und zum Teil menschenfeindlicher Einstellungen gefördert wird. Social-Media-Plattformen sind der Verbreitung antifeministischer Positionen zuträglich, da sie durch die vermeintliche Anonymität Enthemmungen und digitale Gewalt

begünstigen, indem Menschen(gruppen) abstrahiert, entpersonalisiert oder gar entmenschlicht werden (Illgner 2018). So ist das in den letzten Jahren verstärkt zu beobachtende Aufkommen der Neuen Rechten verknüpft mit ideologischen Strömungen, die sich in der Verbreitung von völkischem Nationalismus, Rassismus sowie Antifeminismus manifestieren und eine Gefahr für die Demokratie darstellen (Rahner 2018). Antifeministische Positionen werden zumeist durch den Glauben an eine «natürliche Geschlechterordnung» motiviert, die insbesondere in religiös fundamentalistischen Ideologien verankert ist und von rechten Akteur:innen als Legitimationsgrundlage für Diskriminierungs- und Gewalthandlungen gegenüber Frauen und queeren Personen verwendet wird (Kemper 2024; Rahner 2022). Besonders in der rechten Szene wird die genetische Veranlagung traditioneller Geschlechterrollen propagiert, wobei die Rolle der Frau als Mutter und Hausfrau als einzige legitime Option und Pflicht definiert wird (Sander und Jugendheimer 2022). Hinsichtlich der Verbreitung antifeministischer Narrative aus dem rechten Spektrum nehmen Frauen eine wichtige Position ein, indem sie sich als «wahre Feministinnen» inszenieren und extrem rechten Bewegungen somit ein «weibliches, vermeintlich friedfertiges Gesicht» geben (Rahner 2018, 8; Bellinger und Kramer 2024). Somit finden die Inhalte auch in der gesellschaftlichen Mitte Anschluss, was den demokratiegefährdenden Mechanismen der Diskursverschiebung nach rechts zugutekommt.

Aufgrund der Verschiedenheit antifeministischer Spielarten und Narrative wird im Beitrag auf *Antifeminismen* im Plural rekurriert (Henninger und Birsl 2020). Damit werden Positionen benannt, die sich – im Sinne einer geteilten Ideologie oder Weltanschauung – gegen Feminismus, Geschlechtergerechtigkeit und bereits erkämpfte oder noch zu erkämpfende Errungenschaften der Emanzipation richten, was die Ablehnung der Gleichberechtigung von LGBTQIA+-Personen gleichermassen einschliesst (Herberth 2024, 10). Entgegen einer Liberalisierung und Entnormierung von Geschlechterverhältnissen geht es in diesen weltanschaulichen Positionen um die Aufrechterhaltung heteronormativer Herrschaftsverhältnisse. Ferner lassen sich aus einer intersektionalen Perspektive, wie sie auch von Kellner und Share (2019, 22 – 23) für die medienpädagogische Diskussion zu Critical Media Literacy vorgeschlagen wird, Verschränkungen zu weiteren Ungleichheitsdimensionen wie etwa Homophobie und Transfeindlichkeit sowie Antisemitismus identifizieren. Zudem ist zu konstatieren, dass aktuelle antifeministische Diskurse, wie sie auf Social Media zu finden sind, auf

historischen Entwicklungen und Konjunkturen aufbauen und daher nicht losgelöst von diesen betrachtet werden können (Birsl 2020).

Zwei Spielarten, die antifeministische Narrative und Botschaften auf der Social-Media-Plattform TikTok transportieren, finden sich bei Akteur:innen, die der Manosphere und den Tradwives zugeordnet werden können. Hinter der Manosphere verbirgt sich eine digitale Gemeinschaft, die durch eine misogynie und antifeministische Weltanschauung geprägt und in verschiedene Untergruppen, darunter Incels, Männerrechtsaktivisten, Pick-Up-Artists und Männer-Coaches, strukturiert ist. Jasser und Rothermel (2024, 8) folgend korrelieren die weltanschaulichen Positionen der Manosphere mit menschenfeindlichen sowie extrem rechten Einstellungen. Ferner zeige ihre Genese, «wie diese seit Jahrzehnten Männerrechtsbewegungen motiviert und antifeministische Politik untermauert, sowie in zunehmendem Masse und explizit als Begründung für terroristische Anschläge dient» (ebd.). Auch durch Tradwives, die aufgrund prominenter Persönlichkeiten eine wachsende Aufmerksamkeit auf TikTok verzeichnen, werden Ideologien einer weissen männlichen Vorherrschaft und der Rückführung von Frauen zu traditionellen Rollen verbreitet (Zahay 2022; Mattheis 2022). Tradwives propagieren ein traditionelles Familienleben mit klar zugeschriebenen Rollenbildern und Aufgaben, was sich zunächst nicht allein Antifeminist:innen und weissen Nationalist:innen zuschreiben lässt. Jedoch zeigt ein genauer Blick auf das Phänomen der Trad Culture, dass diese als Schwellenraum fungiert, in dem weisse Epistemologien durch von neoliberalen und postfeministischen Vorstellungen von persönlicher «Wahl», individueller Verantwortung, Familie und «freiem» Denken geprägte Geschlechternarrative neu konstruiert, normalisiert und auf TikTok verbreitet werden (Mattheis 2022, 98–99). Wie solche und weitere Spielarten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf TikTok wahrgenommen werden, ist Gegenstand der Interviewstudie, die nachfolgend vorgestellt wird.

3. Interviewstudie mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu Antifeminismen auf TikTok

Im Folgenden werden Ergebnisse einer explorativen Interviewstudie zur Frage präsentiert, wie Jugendlichen und jungen Erwachsenen derzeit antifeministische Inhalte und Diskurse auf der Social-Media-Plattform TikTok begegnen. Diese entstand im Rahmen des Projekts «Unlearning

Anti-Feminism on TikTok» (UIAT)¹ – einem praxisorientierten Forschungsprojekt, in dessen Zentrum die empirisch fundierte Entwicklung von offenen Bildungsmaterialien und Handlungsempfehlungen (OER) für die politische Medienbildung stand.

3.1 Fragestellungen und methodisches Vorgehen

Das Projekt UIAT verfolgte in einem einjährigen Forschungs- und Entwicklungsprozess zwei Ziele: Erstens sollte ein tieferes Verständnis des Phänomens Antifeminismus auf TikTok und seiner Bedeutung für jugendliche Lebenswelten und Demokratien entwickelt werden. Zweitens wurden medienpädagogische Konzepte und Methoden entwickelt, die den komplexen Zusammenhängen von gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit und algorithmischen Plattformlogiken gerecht werden. Als Rahmenkonzept zur Verschränkung dieser sowohl bildungspraktischen als auch wissenschaftlichen Erkenntnislogiken und -perspektiven diente der Design-Based Research-Ansatz (DBR) (u. a. Bereiter 2022; Reinmann 2019). Forschung und didaktisches Design wurden hierbei systematisch verbunden, um die gesellschaftliche Problemlage praxisnah zu adressieren. Der iterativ angelegte Forschungs- und Entwicklungsprozess von UIAT wurde in sechs Phasen strukturiert: (1) Zu Beginn des Projekts fand eine Definition und Eingrenzung des Gegenstands statt. Neben einer Systematisierung vorliegender (Forschungs)Literatur und einer explorativen Analyse ausgewählter TikToks (in methodischer Anlehnung an Bauer 2023) wurden Interviews mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen geführt. (2) Auf Basis der Erkenntnisse und im Austausch mit unterschiedlichen Expert:innen² wurden mehrere Methoden für einen Workshop konzipiert. (3) Der konzipierte Workshop

-
- 1 Das Projekt «Unlearning Anti-Feminism on TikTok: Offene Bildungsmaterialien und Handlungsempfehlungen für die politische Medienbildung» (UIAT) wurde vom 1. 6. 2024 bis zum 31. 5. 2025 unter der Leitung von Jun.-Prof. Dr. Franziska Bellinger und Jun.-Prof. Dr. Michaela Kramer (Universität zu Köln) in Kooperation mit mediale pfade – Verein für Medienbildung e. V. durchgeführt. Die VolkswagenStiftung förderte UIAT als sogenannte Taskforce in der Linie «Transformationswissen für Demokratien im Wandel».
 - 2 Das Projektteam dankt insbesondere den Kolleg:innen der Gender Studies in Köln (GeStiK) für den konstruktiven Austausch und die wertvollen Impulse zu queerfeministischen Perspektiven, die sie im Rahmen der beiden Expert:innenworkshops zum Projekt geteilt haben.

mit dem Titel «Alles natürlich? Antifeminismus und Queerfeindlichkeit auf TikTok» wurde sodann erprobt und begleitend beforscht. Die Begleitforschung setzte sich aus drei Bestandteilen zusammen: (a) teilnehmende Beobachtungen durch Forscher:innen (König 2018; Lüders 2015), (b) summativ Evaluation mittels eines Online-Fragebogens (Souvignier und Gold 2003) und (c) eine Gruppendiskussion im Anschluss an den Workshop mit fünf freiwilligen Workshop-Teilnehmer:innen (Strübing 2018). (4) Die erhobenen Forschungsdaten wurden ausgewertet und erneut interdisziplinär diskutiert. (5) Dies diente insbesondere der fünften Projektphase, in der das Workshopkonzept, die Methoden und Materialien weiterentwickelt wurden, um das Workshopangebot in Phase (6) erneut durchzuführen, zu erproben sowie zu evaluieren. Parallel wurden Open Educational Resources (OER) erstellt und Handlungsempfehlungen zu deren Einsatz in verschiedenen Bildungsbereichen formuliert.³

Im vorliegenden Beitrag liegt der Fokus auf der in Phase 1 durchgeführten Interviewstudie, die der ersten Problemdefinition diente, auf deren Basis die Praxiskonzepte fussen. Das Sample der Studie bestand aus 16 Personen im Alter zwischen 15 und 22 Jahren, die TikTok regelmässig nutzen und sich – im Sinne einer minimalen und maximalen Kontrastierung – bezüglich Gender, formalem Bildungsgrad und Wohnort innerhalb der Bundesrepublik möglichst stark voneinander unterschieden. Die Samplingstrategie folgte dem Schneeballprinzip. Interviews wurden nach Eingang der informierten Einwilligungen online geführt, als Audiodateien aufgezeichnet sowie anschliessend nach Dresing und Pehl (2018) transkribiert und anonymisiert. Als Erhebungsinstrument wurde ein offener Leitfaden (Przyborski und Wohlrab-Sahr 2021) entwickelt, der sich in acht Themenblöcke gliederte:

1. Nutzung und Bewertung von TikTok allgemein
2. politische Meinungsbildung auf TikTok
3. Antifeminismus als Phänomen
4. antifeministische Inhalte auf TikTok
5. antifeministische Diskurse auf TikTok
6. Medienkonvergenz
7. Handlungsstrategien und
8. Bildungsangebote

3 Die OER, Handlungsempfehlungen sowie ein umfangreiches Glossar mit zentralen Begriffen zu Antifeminismus und digitalen Gegenstrategien sind auf der UIAT-Projektwebsite zu finden: www.antiantifeminism.org.

Jeder Themenblock wurde mit einer erzählgenerierenden Frage eröffnet, sodass sich zunächst die Relevanzsysteme der Interviewten entfalten konnten, bevor konkretere Nachfragen gestellt wurden. Im Block zu antifeministischen Inhalten wurden zudem fünf ausgewählte TikToks gezeigt und als Erzählanlass genutzt. Hierbei handelte es sich um Videos von verschiedenen deutschen und amerikanischen Accounts, die beispielsweise dem Genre der so genannten Tradwives oder Männercoaches zuzuordnen sind. Die Interviews haben im Durchschnitt 80 Minuten gedauert. Ausgewertet wurden die Daten anhand der qualitativen Inhaltsanalyse (Kuckartz und Radiker 2022). Die entwickelten Hauptkategorien entsprachen weitestgehend den Themenblöcken des Leitfadens. Im induktiven Codierprozess wurden zudem Subkategorien gebildet. Insgesamt vier Forschende codierten das Material. Anfangs wurde dabei nach dem Vieraugenprinzip vorgegangen. Mit der Etablierung einer gemeinsamen Codierpraxis wurden im weiteren Verlauf nur noch uneindeutige Passagen im Forschungsteam diskutiert. Die Analyse erfolgte sowohl fallbasiert, indem Fallzusammenfassungen erstellt wurden, als auch kategorienbasiert. Im Folgenden werden zentrale Ergebnisse entlang der Hauptkategorien präsentiert.

3.2 *Zentrale Ergebnisse*

Welche Bedeutung hat TikTok für politische Meinungsbildung(sprozesse)? Wie begegnen Jugendlichen und jungen Erwachsenen antifeministische Inhalte und Diskurse auf der Plattform? Wie unterscheidet sich TikTok in dieser Hinsicht von anderen Plattformen und welche Konvergenzen sind zwischen verschiedenen Plattformen zu erkennen? Welche Handlungsstrategien bringen die jungen Menschen mit? Und wie sollten aus ihrer Sicht Bildungsangebote gestaltet sein, die für die gesellschaftliche und mediale Problemlage sensibilisieren? Auf diese Fragen werden auf Basis der Interviewstudie erste Antworten gefunden.

3.2.1 *Relevanz von TikTok für politische Meinungsbildung*

In den Interviews wird die grosse Relevanz von TikTok für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen allgemein und speziell für ihre politische Meinungsbildung sehr deutlich. Sie setzen sich über die Plattform mit vielfältigen Themen auseinander. Hierbei suchen sie nur selten gezielt nach

Themen, sondern rezipieren vielmehr Inhalte auf der For You Page (FYP) – der Startseite der App, auf der algorithmusbasiert Videoempfehlungen für die Nutzer:innen ausgespielt werden.

«(...) bei den Wahlen hab ich mir jetzt viel dadrüber Gedanken gemacht und da kamen auch viele Videos dann immer wieder vorgeschlagen mit verschiedenen Meinungen oder jetzt in Amerika is ja gerade auch, dass Trump angeschossen worden is und das und hin und her. Deshalb also da wird man sich auf jeden Fall schon ne Meinung irgendwie bilden.» (B13, Z. 237–41)

In der Zeit der Erhebungen gehören unter anderem die Europa- und Landtagswahlen, Wahlerfolge der AfD, Rassismus sowie weltpolitische Konflikte, Kriege und Krisen zu den zentralen Themen. Rund um diese Themen werden den Interviewten im Alltag zahlreiche kurzformatige Videos angezeigt, die gerahmt durch Texte, Hashtags und Emojis Nachrichten, Informationen oder Meinungen darbieten. In Bezug auf Nachrichten sehen viele der Interviewten TikTok nicht als geeignete und vertrauenswürdige (alleinige) Quelle an. Sie kritisieren die TikToks als zu kurz und zu undifferenziert. Allerdings schätzen sie das breitere Themenspektrum im Gegensatz zu klassischen Nachrichtenformaten ausserhalb von Social Media sowie die Vielfalt von prinzipiell möglichen Perspektiven. Sie bemerken, dass sie an gewisse gesellschaftspolitische Themen – wie Rassismus oder Antifeminismus – häufiger durch Social Media Content erinnert werden, was sie zum Nachdenken anregt. Videos, in denen Meinungen geäußert werden, erscheinen einigen Interviewten wichtig, um sich selbst eine (erste) Meinung zu bilden, anderen wiederum eher, um bisherige Meinungen und Positionen zu festigen oder zu hinterfragen. Viele der Interviewten sind sich in diesem Zuge über die Einflüsse von algorithmischen Empfehlungssystemen, Filterblasen und Echokammern bewusst. Problematisiert wird auch, dass über die FYP «triggernde» (B03, Z. 156) TikToks unkontrolliert angezeigt werden, sowie die Gefahr, die von Fake News ausgeht.

3.2.2 Antifeministische Inhalte auf TikTok

Die Interviewten unterscheiden sich hinsichtlich ihres Vorverständnisses von Antifeminismus: Während einige ein fein differenziertes Verständnis erkennen lassen, haben andere den Begriff noch nie gehört. Eine erste

Herleitung erfolgt zumeist über den deutlich bekannteren und alltäglicheren Begriff Feminismus. Im Rahmen der Interviewführung wurde den Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Arbeitsdefinition des ULAT-Projekts⁴ vorgestellt, um eine gemeinsame Basis für den weiteren Gesprächsverlauf zu haben. Die Verbreitung von Antifeminismus wird in der Regel als eher hoch vermutet. Ökonomische Aspekte, Beziehungsfragen, Haushaltsfragen und traditionelle Rollenbilder werden dabei als Indikatoren genannt.

«Also ich glaub so jeden Tag begegnen einem auf TikTok antifeministische Dinge. Manchmal in so kleineren Rahmen und aktuell dann auch in größerem Rahmen (...).» (B03, Z. 387–88)

In welchem konkreten Ausmass beziehungsweise in welcher Häufigkeit den Interviewten Antifeminismus auf TikTok begegnet, ist schwer auszumachen. So lassen sich die alltäglichen Medienerfahrungen zum einen in Interviews nur schwer erinnern und explizieren. Zum anderen weisen die Personen unterschiedliche Wahrnehmungsweisen und Reflexionsniveaus auf, die ein Erkennen von antifeministischen Botschaften erleichtern oder erschweren. Nach eigenen Angaben sehen einige täglich antifeministischen Content, andere eher selten. Es lässt sich auf Basis der Erzählungen, die insbesondere in Reaktion auf die gezeigten TikToks in den Interviews erfolgten, jedoch vermuten, dass auf den FYPs der Interviewten regelmässig antifeministischer Content erscheint. Hinzu kommen die Kommentarspalten auf der Plattform, die von den Jugendlichen und jungen Erwachsenen problematisiert werden. Sie nennen beispielsweise beleidigende Kommentare unter Videos, in denen Frauen sich entweder freizügig gekleidet zeigen oder sich für feministische Anliegen einsetzen. So äussert eine interviewte Person (B13):

«Aber auch in den Kommentaren teilweise, wenn zum Beispiel Frauen feministische Videos hochladen, wo die dann sich für Frauen einsetzen, dann steht in den Kommentaren sowas wie: «Ja, reg dich nicht so auf. Es ist doch alles gleich schon.» oder «Geh ich lieber in die Küche

- 4 Die Arbeitsdefinition umfasst, dass sich Personen, Gruppen und Aussagen bewusst und mehr oder weniger explizit gegen den Feminismus richten. Benannt wurde, dass Antifeminismus beispielsweise gegen sexuelle Vielfalt, Emanzipation oder Gleichberechtigung gerichtet sein kann. Zudem wurde betont, dass Antifeminismus häufig in Verbindung mit rechten oder rechtsextremen Weltanschauungen steht, aber auch in anderen gesellschaftlichen Kontexten auftreten kann.

kochen.» oder so, so was halt dann wieder mehr in den Kommentaren.»
(B13, Z. 429–33)

Als antifeministische Akteur:innen werden Parteien und Politiker:innen (AfD, Donald Trump, Alice Weidel), Personen des öffentlichen Lebens (Andrew Tate, Mois, Nara Smith), unspezifische Accounts (»Antifeministen«) sowie ganze Gesellschaftsgruppen (Männer, aber auch Frauen) von den Interviewten genannt.

«AfD, weil die halt ähm Aussagen treffen, die halt antifeministisch sind ähm und die äh und das halt auch verbreitet wird durch TikTok oder sonstige Plattformen (...).» (B06, Z. 458–59)

Beim gemeinsamen Betrachten von Tradwife-Videos im Rahmen der Interviews reagieren die Interviewten teils überrascht, da sie diese bisher nicht als antifeministisch wahrgenommen haben. Anders ist es beim Video eines so genannten Männercoaches, das die meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen direkt als frauenfeindlich einstufen. Bei den Tradwives arbeiten sie sich hingegen an der Frage nach der Freiwilligkeit des gezeigten Lebensentwurfs ab. Während machohaftes Verhalten von Männern durchweg negativ aufgenommen wird, wird gegenüber dem subtileren Konzept der traditionellen Hausfrau auch Toleranz geäußert und von manchen Interviewten berichtet, dass das eigene Umfeld dem teils sehr positiv gegenübersteht. Andererseits finden die Interviewten aber auch kritische Aspekte, zum Beispiel dass das Hausfrausein in ihrer Generation oft romantisiert werde, was dem schweren Weg zu den Frauenrechten nicht gerecht wird. Tradwife-Content wird teils auch als Rechtfertigung einer gewissen Form von Unterdrückung der eigenen Rechte angesehen. Eine andere interviewte Person differenziert zwischen Aussagen und Verkörperung und in diesem Sinne zwischen dem direkt Ersichtlichen und dem dahinterstehenden Narrativ:

«Also nich weil/ Also ich finde nich, dass sie irgendwie Aussagen tätigt, die so kritisch sind, aber sie sie des halt so verkörpert so und für so Antifeminismus so ne Grundlage bietet.» (B16, Z. 757–59)

Einige der Jugendlichen und jungen Erwachsenen reflektieren, warum ein Erkennen antifeministischer Inhalte herausfordernd ist. Sie nennen die Viralität genutzter Sounds und Lieder, den »Day-in-a-Life-Look« (B03,

Z. 479) der Videos sowie die «Romantisierung und [...] Ästhetisierung von halt ähm ja Antifeminismus» (BO3, Z. 621–22).

3.2.3 *Antifeministische Diskurse auf TikTok und anderen Plattformen*

Während das Lesen von Kommentaren unter problematisch erscheinenden TikToks durchweg als wichtig angesehen wird und von fast allen Jugendlichen und jungen Erwachsenen des Samples praktiziert wird, sind die Meinungen zum eigenen Kommentieren auf der Plattform ambivalent. Die Beteiligung an Diskursen online wird von einem Grossteil als aussichtslos bezeichnet. So seien die User:innen nicht zu überzeugen, ein konstruktiver Diskurs auf der Plattform nicht möglich. Diese fehlende Diskussionsbereitschaft zwischen verschiedenen Standpunkten wird von den Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Vergleich zu anderen Plattformen wie Instagram bei TikTok als besonders ausgeprägt gesehen. Auch die Angst, selbst zum Opfer von Hate Speech zu werden, spielt hier eine grosse Rolle. Die Entscheidung gegen das Verfassen von Kommentaren findet jedoch nicht nur aus Resignation oder der Einschätzung eines geringen Einflusses statt. Die ausbleibende Interaktion mit antifeministischen Inhalten wird von einer Jugendlichen auch als aktives Vorgehen begründet:

«Wenn man mit einem Video interagiert, dann wird's mehr verbreitet, egal ob man einen kritischen Kommentar verfasst oder nicht. Ähm weil das verbreitet das Video aber noch mehr. Und dann gibt's halt das Potenzial, dass halt mehr Leute davon überzeugt sind ähm überzeugt werden.» (BO6, Z. 807–10)

Im Liken und Teilen sehen die Interviewten ebenso die Gefahr, zur weiteren Verbreitung des problematischen Inhalts beizutragen. Umgekehrt wird aber auch die Bedeutung von Gegenrede betont und erläutert. So werde erst dadurch für alle User:innen sichtbar, dass trotz vieler Likes nicht alle Menschen dem Gezeigten zustimmen, wodurch wiederum Meinungsbildungsprozesse beeinflusst werden können.

«(...) und dann find ich schon, dass Kommentare sozusagen wichtig sind, dass da auch welche/ Leute zum Beispiel hinschreiben, die zum Beispiel dagegen sind und wo man sich dann verstanden fühlt, wo

man is: ‹Okay, nicht alle denken so und nicht alle sind der Meinung, die den Beitrag da gerade liken.›» (B01, Z. 436–40)

Auch zur Verteidigung von Menschen(gruppen), die beleidigt wurden, werden Kommentare als wichtig eingeschätzt.

Während insgesamt das Kommentieren und Diskutieren auf TikTok von den Interviewten nur wenig praktiziert wird, finden Gespräche über das Gesehene mit Peers sowie innerhalb der Familie durchaus statt. Die Face-to-Face-Begegnung wird der digitalen Kommunikation dabei zumeist vorgezogen, wie auch folgendes Zitat illustriert:

«Ähm da fehlt mir halt, find ich, oftmals auf Social-Media-Seiten halt einfach wirklich dieses menschliche Reden. Weil jeder kann n Rambo sein auf/ im Internet, so. Ähm is halt leider so. (lacht)» (B09, Z. 591–93).

3.2.4 Handlungsstrategien

Trotz der beschriebenen grossen Herausforderungen, die im Umgang mit antifeministischen Inhalten und Diskursen auf TikTok entstehen und der herausgearbeiteten Ambivalenz gegenüber Gegenrede auf der Plattform wurde deutlich, dass die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Regel bereits einige Handlungsstrategien kennen und im Alltag anwenden. Vier verschiedene Strategien konnten identifiziert werden: (1) *Trainieren des Algorithmus*: Es wird auf ‹Nicht interessiert› geklickt, nicht mit dem Video interagiert oder schnell weitergescrollt mit der Intention, dem Algorithmus beizubringen, in Zukunft weniger Inhalte dieser Art anzuzeigen. So sagt eine interviewte Person:

«(...) klick auf ‹Nicht interessieren› und dann in der Hoffnung, dass es nicht mehr auf meiner For You kommt.» (B06, Z. 563–64).

(2) *Sich herausziehen*: Accounts werden blockiert oder die App deinstalliert oder geschlossen:

«(...) also dann hab ich schon auch oft den Drang, die App einfach wieder zu schließen, was natürlich das Problem nicht löst, aber für mich dann temporär oft die beste Lösung is.» (B03, Z. 442–44).

- (3) *Aktiv gegen Inhalte vorgehen*: Videos oder Accounts werden gemeldet.
(4) *Kommunizieren*: Es wird über die angezeigten Videos und gelesenen Kommentare mit anderen gesprochen und dabei auch die Identifikation von subtil übermittelter Menschenfeindlichkeit eingeübt:

«(...) weil äh ist manchmal is ja auch Antifeminismus voll subtil und ich glaube, dass es helfen kann, wenn man viel darüber redet.» (BO3, Z. 435 – 37).

3.2.5 Erwartungen an Bildungsangebote

Die interviewten Jugendlichen und jungen Erwachsenen befürworten bzw. wünschen sich mehr Bildungsangebote, die sie im Umgang mit dem Phänomen unterstützen und ihre Medienkompetenz fördern. Hierfür sehen sie in Schulen («weil dann erreicht es auch alle»; BO8, Z. 501) und teilweise auch Jugendzentren die prädestinierten Orte. Sie nennen das gemeinsame Ansehen und Besprechen von TikTok-Content als wertvoll, also das langsame Wahrnehmen und die Diskussion in Gruppen. Darüber hinaus wünschen sie sich Aufklärung und Informationen. Hierbei soll es ihrer Ansicht nach auch darum gehen, Halbwahrheiten und Beschönigungen zu beleuchten.

Diese expliziten Antworten der Interviewten auf die Frage nach gewünschten Bildungsangeboten sind ebenso wie die interpretativ gewonnenen Erkenntnisse zur politischen Meinungsbildung und zu antifeministischen Inhalten und Diskursen auf TikTok aus der Interviewstudie in die Entwicklung von Open Educational Resources und Handlungsempfehlungen im ULAT-Projekt eingeflossen. Die Erkenntnisse abstrahierend, geht das folgende Kapitel auf Implikationen für Theorie und Praxis politischer Medienbildung näher ein.

4. Implikationen für die Theorie und Praxis politischer Medienbildung

Die Ergebnisse der Interviewstudie zeigen, dass das Erkennen und Einordnen von Antifeminismen auf TikTok und anderen Social-Media-Plattformen für Jugendliche und junge Erwachsene komplex ist, wozu insbesondere die Dynamiken der Plattformen beitragen. Die schnelle Darbietung und multimediale Aufbereitung der Inhalte durch (virale) Sounds, populistische und extremistische Codes in Form von u. a. Hashtags, Emojis und Kommentaren

sowie spezifische audio-visuelle Ästhetiken erschweren es, antifeministische und andere menschenfeindliche Spielarten und Narrative als solche zu identifizieren, die zudem plattformübergreifend verbreitet werden. Insofern ist der Umgang mit Antifeminismen in sozialen Medien, verstanden als Brückenideologie und Scharnier einer besorgniserregenden Diskursverschiebung, zu einer Aufgabe politischer Medienbildung avanciert, die an der Schnittstelle von Geschlechtergerechtigkeit, politischer Bildung und Demokratieförderung sowie an mediatisierten Lebenswelten auszurichten ist. Dies bedarf einer intensiven Auseinandersetzung sowohl mit Hate Speech als Phänomen abwertender Kommunikationsformen und gezielter Kampagnen extremistischer Akteur:innen auf Social Media als auch mit Bezugsproblemen von Demokratiebildung in Form von «gesellschaftlichen Muster[n] der Ausgrenzung und Ideologien der Ungleichwertigkeit» (Heldt und Schiefner-Rohs 2024, 7). Ferner bedarf es einer kritischen Reflexion der Aufmerksamkeitsökonomie, die ein zentrales Geschäftsmodell von Social-Media-Plattformen darstellt, um Nutzer:innen zum längeren Verweilen zu motivieren. Die aus dem ULAT-Projekt hervorgehenden empirischen Erkenntnisse leisten einen wichtigen Beitrag zur theoretischen Reflexion politischer Medienbildung, indem sie für das Zusammenspiel demokratiegefährdender Mechanismen von Diskursverschiebungen und deren Verbreitung aufgrund spezifischer Plattformbedingungen sensibilisieren. Insbesondere TikTok ist als Plattform zu begreifen, die von antidemokratischen Akteur:innen und rechtspopulistischen Netzwerken gezielt zur Agitation genutzt wird (Heilmann 2024). Zudem ist politische Medienbildung auf die Lebensspanne hin zielgruppenspezifisch auszurichten mit dem Ziel, politikbezogene Medienkompetenz zu fördern. Politische Medienbildung soll Menschen jeden Alters dazu befähigen, «die Rahmenbedingungen der Nutzung digitaler Medien kritisch zu reflektieren und auch politisch zu gestalten» (Oberle 2022, 124), sodass sie handlungsfähig sind und aktiv an gesellschaftspolitischen Debatten partizipieren können. Diese Notwendigkeit wurde auch von den Interviewten der in diesem Beitrag vorgestellten Teilstudie des ULAT-Projekts adressiert und ein Bedarf an Angeboten politischer Medienbildung in Schule und Unterricht hervorgehoben. Über das Kindes- und Jugendalter hinausgehend sind zudem (angehende) Lehrpersonen verschiedener formaler und non-formaler Bildungskontexte sowie Eltern resp. Erziehungsberechtigte und kontinuierliche Bezugspersonen Adressat:innen von (Fort)Bildungsangeboten politischer Medienbildung.

Als Multiplikator:innen leisten sie einen wichtigen Beitrag zur demokratischen Beteiligungsarbeit, die lebensweltorientiert ist und sowohl Raum für emotionale Reaktionen auf belastende Social-Media-Inhalte als auch die Thematisierung von Ungerechtigkeitsgefühlen und -erfahrungen auf Social Media und im Alltag zugesteht. Somit kann die kollektive Handlungsfähigkeit gestärkt werden, die auch Dander (2020) als Kernziel politischer Medienbildung herausstellt. Auf praktischer Ebene ist es zudem wichtig, dass Angebote politischer Medienbildung die aktive Medienarbeit im Sinne einer authentischen Auseinandersetzung mit Social-Media-Inhalten ermöglichen, sodass das eigene Medienhandeln reflektiert werden kann. Die interviewten Jugendlichen und jungen Erwachsenen äusserten den Wunsch, TikTok-Videos, die Rede- und Reflexionsanlässe schaffen, in geschützten Settings gemeinsam zu schauen. Daher ist es notwendig, Bildungsangebote, -materialien und -methoden so zu gestalten und zielgruppensensibel aufzubereiten, dass sie eine kritische Medien- und Gesellschaftsanalyse ermöglichen und zur Re-, De- und Ko-Konstruktion von Bedeutungen anregen. Die aus dem ULAT-Projekt hervorgehenden modular aufbereiteten OER mitsamt den Handlungsempfehlungen, die eine Orientierungshilfe für die (Bildungs)Praxis darstellen, bieten hierfür eine Grundlage.

5. Praxiskommentar aus der politischen Medienbildung

Aus Perspektive der Praxis politischer Medienbildung stellen Antifeminismen als Phänomen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit eine Gefahr für die demokratische Gesellschaft dar und markieren zugleich eine Diskursverschiebung im öffentlichen Raum, im Zuge derer das Problembewusstsein für diese Entwicklung(en) zunehmend schwindet. Medienpädagog:innen stehen demnach vor der doppelten Herausforderung, sowohl Menschen ohne Problembewusstsein zu erreichen als auch jene zu stärken, die das Problem erkennen, aber schweigen oder sich fragen, wie sie damit umgehen können und sollen. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, die Bedürfnisse der Zielgruppen zu verstehen – insbesondere Gefühle von Einsamkeit, Ungleichbehandlung oder dem Verlust der eigenen Privilegien, die Menschen für diskriminierende Inhalte empfänglich machen. Antidemokratische Akteur:innen nutzen diese Vulnerabilitäten über digitale Plattformmechanismen systematisch aus. Die Arbeit im postdigitalen Raum

stellt die zentrale Herausforderung dar. Hier müssen Medienpädagog:innen auf Plattformen agieren, die vereinfachte und skandalisierende Inhalte bevorzugen und deren Radikalisierungspotenzial wiederum Auswirkungen auf das gesellschaftliche Miteinander im analogen Raum hat. Es ist daher ratsam, netzkulturelle Trends aufzugreifen, ohne demokratische Werte aufzugeben, und menschenfeindliche Inhalte zu dekodieren, ohne sie mehr als für die Dekodierung nötig zu reproduzieren. Lösungsansätze umfassen die Entwicklung von Formaten politischer Medienbildung, die sich in bestehende Strukturen integrieren lassen, die Zusammenarbeit mit vertrauenswürdigen Bildungsvermittler:innen und Content-Creator:innen sowie die Kombination von kritischer Analysefähigkeit mit aktiver Medienproduktion. Besonders *Utopiearbeit* gestaltet gemeinsam gerechte gesellschaftliche Szenarien, und transformative Bildungsansätze begleiten Menschen ins Handeln. Medienbildung kann Menschen befähigen, ihre eigenen Geschichten zu erzählen – die grössere Herausforderung besteht jedoch darin, ihnen beizubringen, den Geschichten anderer zuzuhören. Für den Zusammenhalt in einer demokratischen Gesellschaft ist diese Offenheit für die Perspektiven anderer essenziell.

Literatur

- Allekotte, Ann-Kathrin. 2022. ««Why didn't her team tell her tik tok is just mean social activist kids»: TikTok und Instagram zwischen Tanzvideos, Fashion-blogs und politischer Kommunikation». In *Jugend, Musik und Film*, herausgegeben von Kathrin Dreckmann, Carsten Heinze, Dagmar Hoffmann, und Dirk Matejovski, 311–49. Berlin und Boston: De Gruyter Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783110730609-016>.
- Bauer, Mareike Fenja. 2023. «Beauty, baby and backlash? Anti-feminist influencers on TikTok». *Feminist Media Studies*, 24 (5): 1023–41. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2263820>.
- Bellinger, Franziska, und Michaela Kramer. 2024. «Weiblich, stylish, braun. Wie rechte Influencerinnen in Social Media Meinung machen». *On – Lernen in der digitalen Welt, Ausgabe 17/2024*: 14–15. https://elibrary.utb.de/doi/pdf/10.5555/on-17-2024_05.
- Bereiter, Carl. 2002. «Design Research for sustained innovation». *Cognitive Studies* 9 (3): 321–27. <https://doi.org/10.11225/jcss.9.321>

- Berkemeyer, Nils, und Michael May. 2023. «Demokratiepädagogik und Demokratie-theorie – Problemzonen eines schwierigen Verhältnisses». In *Demokratiepädagogik. Theorie und Praxis in Jugendhilfe und Schule*, herausgegeben von Oliver Bokelmann, 13–33. Wiesbaden: Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-658-42649-1_2.
- Birsl, Ursula. 2020. «Paradoxien und Aporien des Antifeminismus. Eine demokratietheoretische Einordnung». In *Antifeminismen. »Krisen«-Diskurse mit gesellschaftsspaltendem Potential?*, herausgegeben von Annette Henninger und Ursula Birsl, 43–58. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839448441-002>.
- Dander, Valentin. 2020. «Banden Bilden? Politische Medienbildung als kollektive Praxis der Überschreitung». In *Medienbildung zwischen Subjektivität und Kollektivität*, herausgegeben von Jens Holze, Dan Verständig, und Ralf Biermann, 15–36. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-31248-0_2.
- Dresing, Thorsten, und Thorsten Pehl. 2018. *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende* (8. Auflage). Marburg: Eigenverlag.
- Ernst, Julian, und Josephine B. Schmitt. 2020. «Politische Bildung für Jugendliche in oder mit digitalen Medien? Medienpädagogische Reflexionen der Strukturbedingungen von YouTube». *MedienPädagogik* 38 (Aneignung polit. Information): 21–42. <https://doi.org/10.21240/mpaed/38/2020.10.02.X>.
- Heilmann, Lisanne. 2024. «Politisches Lernen auf TikTok. Aushandlung von Diversität in digitalen Räumen». *Hessische Blätter für Volksbildung (HBV)* 2: 43–54. <https://doi.org/10.3278/HBV2402W005>.
- Heldt, Inken, und Mandy Schiefner-Rohs. 2024. «Helles Licht, tiefer Schatten. Soziale Medien, Demokratiebildung und die Rolle von Schule». *On – Lernen in der digitalen Welt* 17: 4–7. https://elibrary.utb.de/doi/pdf/10.5555/on-17-2024_02.
- Henninger, Annette, und Ursula Birsl. 2020. *Antifeminismen. »Krisen«-Diskurse mit gesellschaftsspaltendem Potential?* Bielefeld: transcript. <https://www.transcript-verlag.de/978-3-8376-4844-7/antifeminismen>.
- Herberth, Sabine. 2024. «Grundzüge des Antifeminismus». In *Zivilgesellschaftliches Lagebild Antifeminismus 2023. Dokumentation und Analysen der Meldestelle Antifeminismus*, herausgegeben von Amadeu Antonio Stiftung, 10–13. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung. https://amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2024/03/Lagebild_Antifeminismus_2023_WEB.pdf.
- Illgner, Johannah Lea. 2018. «Hass-Kampagnen und Silencing im Netz». In *Antifeminismus in Bewegung. Aktuelle Debatten um Geschlecht und sexuelle Vielfalt*, herausgegeben von Juliane Lang und Ulrich Peters, 253–74. Hamburg: Marta Press.
- Jasser, Greta, und Ann-Kathrin Rothermel. 2024. «Die Manosphere: Männlichkeit(en), Misogynie und Rechtsextremismus». In *Handbuch Rechtsextremismus*, herausgegeben von Fabian Virchow, Anke Hoffstadt, Cordelia Heß, und Alexander Häußler 1–14. Wiesbaden: Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38373-2_54-1.

-
- Kellner, Douglas, und Jeff Share. 2019. *The Critical Media Literacy Guide. Engaging Media and Transforming Education*. Leiden, Boston: Brill. <https://doi.org/10.1163/9789004404533>.
- Kemper, Andreas. 2024. *Antifeministische Narrative. Ein Diskursatlas*. Berlin: Heinrich-Böll-Stiftung e. V. https://www.gwi-boell.de/sites/default/files/importedFiles/2024/05/16/abds_e_paper_diskursatlas_web_final_final.pdf.
- König, Hans-Dieter. 2018. «Teilnehmende Beobachtung». In *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung* (4. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage), herausgegeben von Ralf Bohnsack, Alexander Geimer, und Michael Meuser, 224–27. Opladen, Toronto: Barbara Budrich. <https://doi.org/10.36198/9783838587479>.
- Kuckartz, Udo, und Stefan Rädiker. 2022. *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (5. Auflage). Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Lüders, Christian. 2015. «Beobachten im Feld der Ethnographie». In *Qualitative Forschung: Ein Handbuch* (11. Auflage), herausgegeben von Uwe Flick, Ernst von Kardoff, und Ines Steinke, 384–402. Reinbek: Rowohlt.
- Mattheis, Ashley A. 2022. «#TradCulture: Reproducing whiteness and neo-fascism through gendered discourse online». In *Routledge Handbook of Critical Studies in Whiteness*, herausgegeben von Shona Hunter, Christi van der Westhuizen, 91–101, London, New York: Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780429355769-7>.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). 2024. *JIM-Studie 2024. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. <https://mpfs.de/studie/jim-studie-2024/>.
- Oberle, Monika. 2022. «Medienkompetenz als Herausforderung für Demokratie und politische Bildung». In *Medien – Demokratie – Bildung. Normative Vermittlungsprozesse und Diversität in mediatisierten Gesellschaften*, herausgegeben von Gudrun Marci-Boehncke, Matthias Rath, Malte Delere, und Hanna Höfer, 117–33. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-36446-5_8.
- Przyborski, Aglaja, und Monika Wohlrab-Sahr. 2021. *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch* (5., überarbeitete und erweiterte Auflage. 2021). Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783110710663>.
- Rahner, Judith. 2018. «Antifeminismus als Demokratiegefährdung?! Gleichstellung in Zeiten eines erstarkenden Rechtspopulismus». In *Antifeminismus als Demokratiegefährdung?! Gleichstellung in Zeiten eines erstarkenden Rechtspopulismus*, herausgegeben von Bundesarbeitsgemeinschaft kommunaler Frauenbüros und Gleichstellungsstellen, 6–9. Berlin: BAG. <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:kobv:109-1-15373003>.
- Rahner, Judith. 2022. «Antifeminismus und Frauenhass als zentrale Ideologien im gewaltbereiten Rechtsextremismus». In *Alles Einzelfälle?*, herausgegeben von Amadeu Antonio Stiftung, 6–8. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung. https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2022/11/alles_einzelfaelle.pdf.

- Reinmann, Gabi. 2019. «Die Selbstbezüglichkeit der hochschuldidaktischen Forschung und ihre Folgen für die Möglichkeiten des Erkennens». In *Hochschulbildungsforschung: Theoretische, methodologische und methodische Denkanstöße für die Hochschuldidaktik*, herausgegeben von Tobias Jenert, Gabi Reinmann, und Tobias Schmohl, 125–48. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20309-2_8.
- Rysina, Anna, und Ingo Leven. 2024. «Leben in der digitalen Informationsgesellschaft – Jugendliche und ihr Umgang mit Fakenews und KI». In *19.Shell Jugendstudie – Jugend 2024. Pragmatisch zwischen Verdrossenheit und gelebter Vielfalt*, herausgegeben von Shell Deutschland, 167–83. Weinheim, Basel: Beltz Juventa. <https://content-select.com/de/portal/media/view/65b36889-7d54-4b42-ae5c-46e9ac1b000f>.
- Sander, Nina, und Alina Jugendheimer. 2022. *Antifeminismus im Netz – Erkennen und Entgegenwirken*. Verfügbar unter: <https://politischbilden.de/material/antifeminismus-im-netz>.
- Schmidt, Jan-Hinrik. 2022. *Zwischen Partizipationsversprechen und Algorithmenmacht. Wie soziale Medien politisches Handeln prägen*. Erfurt: Landeszentrale für politische Bildung Thüringen.
- Souvignier, Elmar, und Andreas Gold. 2003. *Lehrevaluation als Feedback für Lehrende: Entwicklung eines Fragebogens aus hochschuldidaktischer Perspektive*. In *Psychologiedidaktik und Evaluation IV – Neue Medien, Konzepte, Untersuchungsbefunde und Erfahrungen zur psychologischen Aus-, Fort- und Weiterbildung*, herausgegeben von Günter Krampen und Hermann Zayer, 129–44. Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.
- Strübing, Jörg. 2018. «Gruppendiskussion». In *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung* (4. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage), herausgegeben von Ralf Bohnsack, Alexander Geimer, und Michael Meuser, 101–7. Opladen, Toronto: Barbara Budrich.
- Zahay, Meghan. 2022. «What ‹Real› Women Want: Alt-Right Femininity Vlogs as an Anti-Feminist Populist Aesthetic». *Media and Communication* 10 (4): 170–79. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5726>.