

Kai Kaspar / Lars Gräßer / Aycha Riffi (Hrsg.):

Online Hate Speech

Perspektiven auf eine neue Form des Hasses

Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW

Kai Kaspar / Lars Gräßer / Aycha Riffi (Hrsg.)

Online Hate Speech

Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW

Band 4



Kai Kaspar / Lars Gräßer / Aycha Riffi (Hrsg.)

Online Hate Speech

Perspektiven auf eine neue Form des Hasses

Düsseldorf – München
www.kopaed.de

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86736-404-1

In der Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW vertreten die Autorinnen und Autoren ihre eigene Meinung, ohne dass diese notwendigerweise die Meinung des Landes Nordrhein-Westfalen widerspiegelt.

Die Veröffentlichung entstand mit freundlicher Unterstützung der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen.

Verlag: kopaed verlagsgmbh
Umschlaggestaltung: Georg Jorczyk

Grimme-Institut – Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH, Marl 2017

Die Beiträge in diesem Band sind lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Eine Open Access Version dieses Bands ist zu finden unter:
<http://www.grimme-institut.de/schriftenreihe>

Inhalt

Auftakt

Grußwort	9
Vorwort	13
Kai Kaspar, Lars Gräßer und Aycha Riffi: Ernüchterung oder eine Einleitung	17

Das Phänomen „Online Hate Speech“

Julia Fleischhack: Der „Hass“ der vielen Formen	23
Cornelius Strobel: Die Grenzen des Dialogs. Hate Speech und politische Bildung	29
Tobias Brings-Wiesen: Das Phänomen der „Online Hate Speech“ aus juristischer Perspektive	35

Die Akteur*innen

Josephine B. Schmitt: Online Hate Speech: Definition und Verbreitungsmotivationen aus psychologischer Perspektive	51
Ein Interview mit Hildegard Stienen: Opferperspektiven, Strategien für die Verarbeitung von Hass im Netz und die Medien	57
Kai Kaspar: Hassreden im Internet – Ein besonderes Phänomen computervermittelter Kommunikation?	63
Lena Frischlich, Svenja Boberg und Thorsten Quandt: Unmenschlicher Hass: Die Rolle von Empfehlungsalgorithmen und Social Bots für die Verbreitung von Cyberhate	71
Anna-Mareike Krause: Die wütenden Bürger*innen	81

Online Hate Speech

Online Hate Speech in unterschiedlichen Bereichen

Marta Orosz: Organisierter Hass im Internet? Fallbeispiel MH17 Recherche	89
Jörg Hoewner: Online Hate Speech aus Sicht der „Wirtschaft“	97
Johannes Breuer: Hate Speech in Online Games	107
Maike Groen: “gogo let’s rape them” – Sexistischer Sprachgebrauch in Online Gaming Communities	113
Ein Interview mit Franziska von Kempis: Contenance!	121

Mögliche Umgangsformen und Gegenstrategien

Marie-Joelle Hofer von Lobenstein und Annette Schneider: Das Projekt BRICKS: Auswertung von Hate Speech-Fallbeispielen	127
Johannes Wentzel: Gemeinsam gegen Hate Speech – Workshops mit Jugendlichen	135
Markus Gerstmann, Lea Güse und Lisa Hempel: Wir müssen die rechte Gehirnhälfte erreichen	141
Ein Interview mit Martin Drechsler: Mehr-Ebenen-Strategien, Lernkurven und (andere) Verantwortlichkeiten	149
Tobias Schmid und Mechthild Appelhoff: Die Initiative „Netzkodex“	157

Abschließende Worte

Kai Kaspar, Lars Gräßer und Aycha Riffi: Aufmunterung oder ein Fazit	163
Kampagnen und Aktivitäten gegen Online Hate Speech	171
Kurzvorstellung der Autor*innen und Interviewpartner*innen	181
Schriftenreihe	189

Auftakt

Grußwort

Der Streit um den Streit ist so alt wie das Internet selbst. Schon in den Anfangstagen des Usenet entstanden Verhaltensregeln für Diskussionsforen: die „Netiquette“. Sie sollten vor allem neue Nutzer*innen in die Diskussionskultur der Foren einführen. Die erste Regel lautet oft: „Vergiss niemals, dass auf der anderen Seite ein Mensch sitzt“. In weiteren Punkten wird darum gebeten, auf die Provokation um der Provokation willen zu verzichten. Es wird davor gewarnt, sich an „Flame Wars“ zu beteiligen, wie hitzige, emotionale Auseinandersetzungen damals genannt wurden. Es wird darauf hingewiesen, dass Debatten sich auf Themen beschränken und nicht persönlich werden sollten – und dazu geraten, nie in der ersten Wut zu antworten. Dass all diese Dinge so detailliert benannt werden, liegt vor allem an einer Tatsache: Schon damals hielt sich bei weitem nicht jeder und jede an die „Netiquette“. Und wenn man heute in Internet-Foren und soziale Netzwerke schaut, hat man oft den Eindruck: Diese Regeln sind selbst lang vergessen.

Warum also die Beschäftigung mit Hass im Netz – wenn es ihn immer gegeben hat? Wenn Regelwerke doch wirkungslos bleiben? Weil seit den Anfängen im Usenet ziemlich viele neue Nutzer*innen dazugekommen sind: Laut dem D21-Digital-Index für 2016 nutzen 79 Prozent der Deutschen das Internet. Die Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen ist nahezu vollständig online. Es geht also nicht mehr nur um die Gesprächskultur in bestimmten Foren. Die Frage, wie im Netz kommuniziert wird, geht uns alle an.

Eine Forsa-Umfrage im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW ergab 2016: Rund zwei Drittel der Befragten sind schon einmal mit Hassbotschaften im Netz konfrontiert worden. Unter den 14- bis 24-Jährigen waren es 91 Prozent. Die Erscheinungsformen von Hass im Internet sind vielfältig: Da sind Straftaten wie Volksverhetzung und Beleidigung; da sind extremistische Propaganda und terroristische Anwerbeversuche; da werden gezielt Halbwahrheiten oder komplette Fehlinformationen gestreut; da ist das Mobbing über soziale Netzwerke und Messenger. Das alles sind nicht nur persönliche Probleme der Betroffenen. Das Internet spielt heute eine entscheidende Rolle bei der Vermittlung von Nachrichten und Informationen. Es ist damit eine Grundlage für die politische Kommunikation, die Meinungsbildung – und mithin der Demokratie. Und es wird eben von den allermeisten Bürger*innen genutzt: Es ist öffentlicher Raum. Was dort geschieht, können wir nicht ignorieren.

Viele sehen das Netz im Moment in einer entscheidenden Phase seiner Entwicklung – was seine Regulierung betrifft, aber auch, was den Umgang mit Hetzer*innen, Terror-Propagandist*innen und Trollen angeht. Community-Redakteur*innen beschreiben das Phänomen im Kleinen: Wie Debatten vergiftet werden, wenn sich eine Minderheit der Kommentator*innen im Ton vergreift. Das ist das Schlimme – und gleichzeitig das, was Hoffnung macht: Auch wenn die Flut von beleidigenden Kommentaren manchmal einen anderen Eindruck hinterlässt, ist es doch nur eine Minderheit, die Hass verbreitet.

Aber diese Minderheit schadet eben allen, wenn man sie gewähren lässt. Denn auch eine Minderheit kann die Meinungsbildung beeinflussen: Eine neuere Studie zeigt, wie Menschen Nanotechnologie eher ablehnen, wenn sie unter einem ausgewogenen Text beleidigende Kommentare finden.¹ Eine Minderheit kann, auch durch Fehlinformationen, den Boden für extremistische Botschaften bereiten. Sie kann Menschen aus Foren oder ganzen Debatten herausekeln und so gerade die abwägenden Stimmen mundtot machen. Und sie kann, indem sie hasserfüllte Diskurse befeuert, eine Polarisierung vorantreiben, die langfristig zu einer Spaltung der Gesellschaft führt.

So zerstört der Hass mehr als die Diskussionskultur in Foren und Netzwerken. Wir dürfen deshalb nicht zusehen, wie er das Netz vergiftet. Nutzer*innen müssen aktiv werden. Dafür brauchen sie Unterstützung – von Netzwerken, Redaktionen, Website- und Blogbetreiber*innen. Auch die Politik trägt Verantwortung. Auf Ebene der Europäischen Union und auf Bundesebene wird zurzeit intensiv daran gearbeitet, den Hass einzudämmen. Auch die Landespolitik darf sich nicht heraushalten. Nordrhein-Westfalen hat deshalb unter anderem die Entwicklung eines Netzkodex initiiert. Dieser Kodex, staatsfern von im Netz aktiven Akteur*innen der Medienbranche entwickelt, soll Redaktionen wie Nutzer*innen darin bestärken, Hass und Hetze entgegenzutreten. Auch der „Tag der Medienkompetenz“ im Landtag Nordrhein-Westfalens hat 2016 unter dem Motto „Medien extrem“ Phänomene wie extremistische Propaganda und Hate Speech aufgegriffen.

Es gibt, wie beschrieben, nicht „den“ Hass im Netz, und hinter seinen Ausprägungen stehen ganz unterschiedliche Motive. Manchmal führen angestauter Ärger und das Gefühl, übersehen zu werden, zu Kommentaren, die deren Verfasser*innen mit etwas Abstand selbst bereuen. Manchmal geht es um das Machtgefühl, andere durch Provokation zu einer Reaktion zu zwingen. Und manchmal steht eine Agenda dahinter – das Ziel, bestimmte Gruppen herauszudrängen aus Diskursen oder extremistische Positionen hineinzuholen. Dies alles gilt es fein auseinanderzuhalten. Denn

es steht viel auf dem Spiel: Auch das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung ist für eine demokratische Gesellschaft von zentraler Bedeutung.

Deshalb ist ein multiperspektivischer, differenzierter Blick wichtig – so, wie ihn dieser Band aus der Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW bietet. Ich danke deshalb allen Autor*innen für ihre Beiträge.

Wir alle können uns dem Hass im Netz nicht einfach entziehen, indem wir uns zurückziehen. Demokratie braucht Diskussionen. Den Raum für diese Debatten bietet heute nicht zuletzt das Internet. Dieser Raum muss offen bleiben für alle Bürger*innen. Der Streit im Netz braucht deshalb grundlegende Regeln – damit uns allen das Internet als Raum für Information, Austausch und Auseinandersetzung erhalten bleibt. Diese große Chance eines freien Netzes sollten wir uns nicht nehmen lassen.

Franz-Josef Lersch-Mense

Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien und Chef der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen

Anmerkung

- ¹ Anderson, A. A., Brossard, D., Scheufele, D. A., Xenos, M. A. & Ladwig, P. (2014). The “nasty effect:” Online incivility and risk perceptions of emerging technologies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 373-387.

Vorwort

Hass ist kein neues Phänomen, eher müssen wir ihn als schmerzhaftes Begleiterscheinung menschlicher Gesellschaft betrachten, der zudem unterschiedlich kulturell geprägt ist. Aber mit den digitalen Onlinemedien haben Hass und Ressentiments eine neue, vielfach virale Qualität erreicht. Im Umgang mit dem Hass im Netz herrscht jedoch Verdrängung vor. Diese Verdrängung ist aber kein Netzspezifikum und dürfte sich auch so als „Umgangsform“ in anderen Alltagsbereichen finden lassen – was es keineswegs besser macht.

Es muss davon ausgegangen werden, dass diese alltägliche Verdrängung zur weiteren Eskalation beiträgt – vergleichbar mit anderen „analogen“ Räumen: Beschimpfungen in der Straßenbahn, Wegsehen bei Demütigungen im öffentlichen Raum oder ähnliches. Und es sind beileibe nicht nur atmosphärische Störungen, die hier vorliegen. Betroffen sind nicht „nur“ Minderheiten. Betroffen sind wir alle von den Hassreden im Netz, die wir zunehmend Onliner*innen sind, Teil einer digitalen Gesellschaft. Dabei muss uns klar sein: Vieles taucht in den einschlägigen Statistiken gar nicht auf, weil es nicht gemeldet wird oder eine Handlung nicht strafbewehrt ist. Gleichwohl handelt es sich um Hassreden, weil es um Demütigung, Bedrohung oder Erniedrigung geht. Das soll nicht auf „die Moral“ verweisen. Diese steht auf unsicherem Terrain und oftmals ist vieles zu spät, wenn sie ins Spiel kommt.

Der relativ feste Grund von Gesetzen ist zu bevorzugen. Doch der Verweis auf die einschlägigen Normen allein reicht nicht. Sie stehen außerdem im Spannungsverhältnis zur Freiheit der Meinungsäußerung: Nicht jede Äußerung, die ätzend, verletzend und erniedrigend ist, ist auch strafbar. Es geht immer um die Bewertung des Einzelfalls.

Die Freiheit der Rede kann manchmal eine Zumutung sein, im Kern geht es aber darum, andere Meinungen und „Moralitäten“ gelten zu lassen – auch wenn es schwerfällt, weil sie der eigenen Werteskala widersprechen. Unsere freiheitliche und liberale Grundhaltung sollte allerdings auch nicht zu Ignoranz führen. Wir müssen den Rassismus, die Feindlichkeit gegenüber anderen Lebensformen, gegenüber anderen Religionen, den Chauvinismus und die Misogynie im Netz – kurz: die Formen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit – klar benennen. Und wir sollten deutlich machen: Es ist auch „unser“ Netz.

Timothy Garton Ash spricht in seinem Buch „Redefreiheit – Prinzipien für eine vernetzte Welt“ von der Notwendigkeit der Aufrechterhaltung einer „robusten Zivilität“. Er stellt 10 Prinzipien auf, deren Sinn es ist, die Redefreiheit und gleichzeitig die Würde des Andersdenkenden zu sichern. Ein Minimalkonsens sollte seiner Ansicht nach wenigstens über zwei Prinzipien herzustellen sein: Über das Grundprinzip der Meinungsäußerungsfreiheit und die Inakzeptanz von Gewaltandrohung und Aufrufen zur Gewalt. Es reicht nicht allein, dass das Grundgesetz die Meinungsäußerungsfreiheit schützt und wir einschlägige Strafnormen haben, die den Aufruf zur Gewalt unter Strafe stellen. Wesentlich ist, dass jeder von uns diese Prinzipien im Netz umsetzt, sie lebt, so gut es geht.

Der „Kampfplatz“ Netz ist der Raum, den das Grimme-Institut seit 2001 mit einem eigenen Preis versehen hat, dem Grimme Online Award. Er steht für hohe publizistische Qualität im Netz und in diesem Zusammenhang vielleicht sogar für mehr: Die hier ausgezeichneten Preisträger*innen belegen, der Diskurs- und Lebensraum Internet ist überaus lebens- und damit schützenswert. Seine Inhalte können uns informieren, bilden, zu Herzen gehende Geschichten erzählen, uns zu Tränen rühren und immer wieder wunderbar unterhalten – manchmal sogar alles zusammen. Damit wird deutlich, woher das Grimme-Institut kommt und wofür es steht.

Dass sich das Grimme-Institut schon seit einiger Zeit – mit verlässlicher Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen – mit dem Thema Hate Speech auseinandersetzt, kann an dieser Stelle wahrscheinlich kaum überraschen. Das gilt konkreter für das EU-Projekt „BRICKS“ – abgekürzt für „Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech“ – ferner für die Veranstaltungsreihe „Digitale Gesellschaft NRW.EU“ zur Digitalen Agenda der EU –, hier hat es eine „Werkstatt“ zum Thema „Digitaler Hass“ gegeben. Auch der „Tag der Medienkompetenz“ im Landtag NRW, der 2016 unter dem Motto „Medien extrem“ veranstaltet wurde, setzte sich mit verschiedenen Ausprägungen des Extremismus im Netz auseinander: In einzelnen Foren wurden Themen wie Hate Speech, Salafismus und Propaganda diskutiert und geeignete präventive und medienpädagogische Maßnahmen vorgestellt.

Die Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen hat 2016 zudem die Entwicklung eines Netzkodex zum Kampf gegen Hate Speech initiiert. Die Entwicklung liegt nunmehr in den Händen von nicht-staatlichen Institutionen, die Landesanstalt für Medien NRW hat dabei die Federführung – auch hier engagiert sich das Grimme-Institut.

Die Beiträge des vorliegenden Bandes aus der „Schriftenreihe zur Digitalen Gesellschaft NRW“ verdeutlichen, warum wir nicht wegsehen und stattdessen einen

produktiven Beitrag gegen Hate Speech leisten sollten. Die Beiträge befördern ein tieferes Verständnis des Phänomens, indem sie unterschiedliche fachliche Zugänge und eine Analyse der Player im Hate Speech-Bereich bündeln. Sie setzen sich darüber hinaus mit möglichen Strategien und spezielleren Feldern auseinander. Eine exemplarische Sammlung aktueller Kampagnen rundet die inhaltliche Auseinandersetzung ab.

Mein Dank gilt den Autorinnen und Autoren für ihre Unterstützung, ohne sie wäre die Beschäftigung mit diesem uns alle herausfordernden Thema so nicht möglich gewesen.

Dr. Frauke Gerlach

Direktorin des Grimme-Instituts, Geschäftsführerin des Grimme-Forschungskollegs

Kai Kaspar, Lars Gräßer und Aycha Riffi

Ernüchterung oder eine Einleitung

„So einfach wie heute war es noch nie, sich online für eine Sache zu engagieren. Intuitiv bedienbare Anwendungen machen es leicht, eigene Inhalte im Netz zu erstellen und zu verbreiten. Informationsproduktion und -distribution bleiben nicht länger versierten Nutzern, Unternehmen oder Medienorganisationen vorenthalten. [...] Neue Informations- und Kommunikationsräume entstehen, in denen sich Themen und Gegenöffentlichkeiten entwickeln können, für die in den klassischen Medien bisher kein Platz war“ (vgl. Wimmer 2012).

1 Rolle rückwärts

Manchmal eröffnet der Blick zurück eine klarere Analyse der Gegenwart – und wenn es auch nur knappe fünf Jahre sind. Ende 2012 ist Band 13 der „Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes NRW“ erschienen, die ein Stück weit Vorläuferin der „Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW“ ist, in der der vorliegende Band nunmehr erscheint. Unter dem Titel „Soziale und politische Teilhabe im Netz? E-Partizipation als Herausforderung“ wurden in Band 13 die verschiedenen Aspekte der Beteiligung unterschiedlicher Zielgruppen – vor allem an politischen Prozessen – über das Internet analysiert, das Ganze vor dem Hintergrund der breiten Popularität von Social Media-Anwendungen, die scheinbar ein ganz neues Miteinander – im Netz und vielleicht sogar darüber hinaus – ermöglichten. Das Eingangszitat stammt aus dem Beitrag von Jeffrey Wimmer und im Klappentext heißt es fast euphorisch: „Wieder sorgt das Internet für neue Hoffnung“.

Und heute, Anfang 2017? Nichts davon ist falsch, viele der damals angestoßenen Projekte laufen noch, aber man muss doch feststellen: Die Ende 2012 diagnostizierte Phase der Netzeuphorie ist durch eine (weitere) Phase der Ernüchterung abgelöst worden, weil die nicht mehr ganz so neuen Informations- und Kommunikationsräume im Netz immer öfter vergiftet werden durch Hass und Aggression. Vieles sehen wir heute kritischer. Fast schmerzhaft wird bewusst, dass Informationsproduktion und -distribution nicht mehr länger nur durch versierte Nutzer*innen, Unternehmen oder Medienorganisationen geschehen, die gewissen moralischen oder auch professionellen Standards verpflichtet sind (oder zumindest einem klaren ökonomischen Interesse), sondern auch von denjenigen mitgestaltet werden, die es keineswegs

konstruktiv, einfühlbar oder auch nur unterhaltsam meinen – sie drohen und hetzen. Konnte das „soziale Netz“ beschrieben werden als Sphäre der Vernetzung und (medialen) Selbstentfaltung, gilt dies zwar immer noch, aber mit einer unangenehmen Selbstverständlichkeit zeigt sich nunmehr auch in dieser Sphäre vielfach ein entfesseltes Selbst zahlreicher Nutzer*innen, die in den scheinbar anonymen Bereichen des Internets wüten. Und ja: Neue, oftmals algorithmisch vorsortierte Informations- und Kommunikationsräume sind entstanden – heutzutage vielfach als Filterblasen etikettiert –, in denen sich Themen und Gegenöffentlichkeiten entwickeln, für die in den klassischen Medien aus gutem Grund bisher kein Platz war.

Diese prekäre Entwicklung bildet sich auch empirisch ab, trifft spezielle Zielgruppen – wie Politiker*innen, Social Media-Verantwortliche oder auch Journalist*innen. Diese negative Entwicklung trifft aber auch die Allgemeinheit, also letztlich uns alle, die wir online unterwegs sind. Ein Angriff auf unser Gemeinwesen?

2 Zu diesem Buch

In dieser Publikation soll die Beschäftigung mit Hass im Netz inhaltlich weiter fundiert und im Kontext unterschiedlicher Zugangsweisen vielschichtig diskutiert werden. Zu Wort kommen dabei renommierte Expert*innen aus Medienbildung und Medienwirtschaft, aus Wissenschaft und Praxis, aus Initiativen und großen Einrichtungen.

In den ersten Beiträgen wird das Phänomen der Online Hate Speech aus unterschiedlichen Fachperspektiven beschrieben. Julia Fleischhack wählt einen kulturwissenschaftlichen Zugang, Tobias Brings-Wiesen einen juristischen und Cornelius Strobel nähert sich dem Phänomen aus der Perspektive der politischen Bildung.

Die folgenden Beiträge fokussieren dann auf die unterschiedlichen Akteur*innen, die im Spannungsfeld von Online Hate Speech in Erscheinung treten. So fragt Josephine B. Schmitt nach den Motiven der Täter*innen: Warum kommt es überhaupt zu Hassattacken im Netz, was treibt die Hassredner*innen an? Hildegard Stienen wechselt anschließend die Seite und beschäftigt sich mit der Opferperspektive und Strategien für die Verarbeitung von Hass im Netz. Aber warum können Hassreden im Netz überhaupt so eine besondere Wirkung entfalten und was unterscheidet Hate Speech im Netz von jenem in der Offline-Welt? Geleitet von dieser Frage beschäftigt sich Kai Kaspar mit der Medialität des Netzhasse und den besonderen Rahmenbedingungen im Internet, während Lena Frischlich, Svenja Boberg und Thorsten Quandt „die neuen Player“ in Augenschein nehmen: Social Bots. Nicht immer hat

man es beim Hass im Netz mit Menschen zu tun und diese zunehmende Entwicklung gilt es besonders zu berücksichtigen. Anna-Mareike Krause stellt in ihrem Beitrag schließlich noch einmal klar: „Der Kommentarkrieg war da, bevor er in die Foren der Nachrichtenhäuser fand“, wobei die privaten Verfasser*innen von Hasskommentaren eine Gemeinsamkeit aufweisen: „Sie nutzen digitale Diskussionsräume, um gegen die liberale Gesellschaft anzuschreiben.“

Im Anschluss daran werden spezielle Felder, in denen sich Online Hate Speech zunehmend manifestiert, näher in Augenschein genommen. Marta Orosz blickt in das mediale Umfeld und liefert einen journalistischen Erfahrungsbericht am Beispiel der Recherche zum Absturz des Fluges MH17. Jörg Hoewner beschreibt, wie Negativkommunikation im Unternehmen Kräfte binden kann und was Unternehmen dagegen tun können. Johannes Breuer widmet sich hingegen dem Feld der Online-Computerspiele und zeigt auf, wie in diesem Bereich Hate Speech in Erscheinung tritt. Daran anschließend thematisiert Maike Groen die Frauenperspektive im Feld der Online-Computerspiele und skizziert den Hass, den vor allem Frauen hier zu ertragen haben. Im Interview gibt Franziska von Kempis schließlich Auskunft über die Rolle des Netzhasses in Webvideo-Netzwerken und wie sie damit umgeht.

Um die Frage, was gegen Online Hate Speech unternommen werden kann, drehen sich die anschließenden Beiträge. Wie könnten „Umgangsformen“ mit Online Hate Speech aussehen? Darum geht es im Artikel von Marie-Joelle Hofer von Lobenstein und Annette Schneider, die aus der Arbeit im Rahmen der ersten Phase des Projekts BRICKS berichten und eindrückliche Fallbeispiele liefern. Johannes Wentzel hingegen beschreibt die zweite Phase des Projekts: die Konzeption und Durchführung von Workshops für und mit Jugendlichen. Auch Markus Gerstmann, Lea Güse und Lisa Hempel widmen sich dem Thema Gegenstrategien in Form des Projekts #denk_net, welches insbesondere auch die emotionale Ebene anzusprechen versucht. Im Interview erklärt Martin Drechsler, wo er noch Gesetzeslücken im Umgang mit Hate Speech sieht, wo für ihn rechtliche Möglichkeiten liegen, wo User gefragt sind und wie insbesondere institutionelle „Umgangsformen“ aussehen könnten. Die Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen, Hannelore Kraft, hat im Juni des vergangenen Jahres Verantwortliche von Unternehmen, Staat und der Zivilgesellschaft aufgefordert, miteinander ins Gespräch zu kommen, um einen Netzkodex zu erarbeiten. Tobias Schmid und Mechthild Appelhoff beschreiben in ihrem Beitrag den draus resultierenden Arbeitsprozess.

Das vorliegende Buch wird schließlich abgerundet durch ein Schlusswort der Herausgeber*innen, eine Übersicht über aktuelle (Online-)Kampagnen und Akti-

Auftakt

vitäten gegen Hate Speech sowie eine Kurzpräsentation aller Autor*innen und Interviewpartner*innen, die zu diesem Buch beigetragen haben.

Wir wünschen allen Leser*innen eine interessante und anregende Lektüre.

Kai Kaspar, Lars Gräßer und Aycha Riffi

Literaturangabe

Wimmer, J. (2012). E-Partizipation im Kontext der Mediatisierung von Demokratie und Gesellschaft. In: L. Gräßer & F. Hagedorn (Hrsg.), *Soziale und politische Teilhabe im Netz? E-Partizipation als Herausforderung. Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen* (Band 13, S. 23-38). München / Düsseldorf: kopaed.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Das Phänomen „Online Hate Speech“

Julia Fleischhack

Der „Hass“ der vielen Formen

Die digitalen Technologien haben die Formen von Belästigung und Missbrauch, aber auch rassistischer und diskriminierender Hetze in den vergangenen Jahren extrem verändert. Der massive Anstieg von „technologisch vermittelten Hassformen“ (Lenhart et al., 2016) ist signifikanter Ausdruck dieser jüngsten gesellschaftlichen Entwicklung im digitalen Raum. Der vorliegende Beitrag legt deren vielfältige Formen und Komponenten von Gewalt, Belästigung und Missbrauch dar.

1 Gesellschaftliche Entwicklung

Strategien, Praktiken und Methoden der Herabsetzung, Verunglimpfung, Einschüchterung und der Diskriminierung haben ihre digitalen Formen gefunden. Dazu gehören rassistische Facebook-Gruppen, persönliche Beleidigungen und Beschimpfungen in Kommentarfeldern von Online-Medien, homophobe Tweets, islamfeindliche Webseiten, wie auch koordinierte Einschüchterungskampagnen gegen weibliche Tech-Blogger. Im deutschsprachigen Medien- und Fachdiskurs wird dieses vielschichtige Phänomenfeld vornehmlich unter dem Schlagwort „Netzhass“ – oder auch unter den synonymen Verwendungen „Online-Hass“, „digitaler Hass“, „viral Hass“, „Hass 2.0“ – diskutiert.¹ Die genannten Begriffe zeichnen sich dabei durch ein breiteres Verständnis von Hassrede aus als es die Bestimmungen zu „Hetze“ in den nationalen Gesetzgebungen oder auch die Gemeinschafts- und Nutzungsregeln von Medienplattformen tun.

Die Geschichte des Hasses im Internet begann bereits in den 1980er Jahren, als rechtsextremistische Gruppierungen Foren von Usenet und Webseiten nutzten, um rassistische und antisemitische Hass-Propaganda zu verbreiten (Keats Citron, 2014; Keats Citron & Norton, 2011). Mit dem Aufkommen der Sozialen Medien seit Mitte der 2000er Jahre hat sich das Feld qualitativ und strukturell radikal verändert. Die technologisch vermittelten Hassformen beschränken sich längst nicht mehr nur auf weniger bekannte Webseiten und Foren, wie in der Frühphase des Internets, sie sind in unserer digitalen Welt allgegenwärtig geworden (Keats Citron & Norton, 2011). Aktuelle empirische Studien belegen diese drastische Entwicklung für den deutschsprachigen Raum (Forsa, 2016). Was kennzeichnet aktuell diesen Online-Hass? Welche Folgen hat dieser für digitale Umgebungen und das individuelle Online-Verhalten?

2 Der ‚Hass‘ der vielen Formen

2.1 Breites Phänomen- und Problemspektrum

Der technologisch vermittelte Hass setzt sich aus vielfältigen Formen und Komponenten von Gewalt, Belästigung und Missbrauch zusammen.² In erster Linie basiert dieser Hass auf Diskriminierung, Abwertung und Feindlichkeit gegenüber bestimmten sozialen Gruppen hinsichtlich deren ethnischer Zugehörigkeit, nationaler Herkunft, sexueller Orientierung, Geschlecht, religiöser Zugehörigkeit, Alter, Behinderung oder Krankheit (Amadeu Antonio Stiftung, 2013). In Deutschland galt ein Großteil des Hasses in den vergangenen beiden Jahren 2015 und 2016 den Geflüchteten als sozialer Gruppe. Für die Amadeu Antonio Stiftung, die seit 1998 rechtsextreme Bewegungen im Internet beobachtet, waren die „drastischen Ereignisse und Entwicklungen im Jahr 2015“ auch Anlass, einen eigenen Monitoringbericht über die Entwicklung dieser Hassformen in deutschsprachigen Sozialen Medien zu verfassen (Amadeu Antonio Stiftung, 2016).³ Diese Entwicklung zeichnete sich unter anderem durch rechtsextremistische und rassistische Parolen und Aufrufe zur Gewalt gegen Geflüchtete und deren Unterkünfte aus, wozu auch Inhalte zählten, die im juristischen Sinn als Hetze gefasst werden. Neben dieser extrem gewalttätigen Seite gab es auch Falschmeldungen und Gerüchte über Geflüchtete wie auch über Politik und Presse. Diese waren teilweise gesteuert von Gruppierungen aus dem rechtsextremen und rechtspopulistischen Spektrum (Amadeu Antonio Stiftung, 2016). Der Hass richtete sich aber auch gegen Personen aus Politik und Presse. Diese Komponente wird häufig als „personalisierter Hass“ bezeichnet, ein Phänomenfeld, zu dem Beleidigungen, Verunglimpfungen, Gewaltandrohungen oder explizite Tötungs- und Vergewaltigungsszenarien sowie Anfeindungen gehören, die oftmals frauenfeindliche und sexistische Züge tragen. Ebenfalls zählen dazu Einbrüche in die Privatsphäre, etwa die Verbreitung von rufschädigenden Lügen, das Veröffentlichen von persönlichen Informationen, sei es die Privatadresse, die Telefon- und Sozialversicherungsnummer oder intime Fotos in öffentlichen Foren. Außerdem können darunter Methoden fallen, die darauf abzielen, den Zugang zu Online-Plattformen und digitalen Medien zu verwehren, beispielsweise durch Massenmails („Message bombing“), durch sogenannte „Denial-of-Service“-Angriffe, mit denen durch bewusst gesteuerte Überlastung die Dienste von Servern und Webseiten außer Betrieb gesetzt werden oder durch Missbrauch der Meldeprozesse von Online-Plattformen mittels falscher Anklagen, um der betroffenen Person die Nutzung der Plattform zu verwehren (Keats Citron, 2014; Lenhart et al., 2016).

2.2 Gesellschaftliche und demographische Dimensionen

Der technologisch vermittelte Hass ist immer von gesellschaftlichen Faktoren und Entwicklungen geprägt. Demgemäß lassen sich in der Ausbreitung, den Inhalten und Zielgruppen auch gesellschaftliche Unterschiede erkennen, aber auch zeitspezifische Merkmale ausmachen. Während der technologisch vermittelte Hass in der Bundesrepublik im Jahr 2015 und auch 2016 die bereits angesprochene, stark fremdenfeindliche Komponente aufwies – diese stand vor allem im direkten Zusammenhang mit der Aufnahme von Geflüchteten – hatte dieser beispielsweise in Großbritannien zur selben Zeit sehr stark misogynen Züge, vor allem in Form von Hasskampagnen gegen in der Öffentlichkeit stehende Frauen (Demos, 2016). Der technologisch vermittelte Hass ist damit in seinen kulturellen Ausformungen und im Ausmaß nicht überall gleich, auch wenn es inhaltliche Überschneidungen gibt. Eine aktuelle Studie des New Yorker „Data & Society Instituts“ und des „Center for Innovative Public Health Research“ zeigt demographische Besonderheiten auf (Lenhart et al., 2016): Auch wenn Frauen und Männer gleichermaßen mit Belästigung konfrontiert sein können, erfahren Frauen demzufolge ein weitaus breiteres Spektrum von Missbrauchsformen. Überdies sind die Verletzungen und Übergriffe häufig gravierender Art, wie etwa sexuelle Belästigung oder Verletzung der Privatsphäre. Junge Menschen erfahren auch online weitaus stärker Belästigung als Erwachsene fortgeschrittenen Alters. Zu den Personengruppen, die ebenfalls im größeren Umfang zum Ziel von solchen persönlichen Attacken werden, gehören Homo- und Bisexuelle (Lenhart et al., 2016). Gesellschaftliche Ungleichheiten werden damit in den technologisch vermittelten Hassformen reproduziert.

2.3 Digitale Ausformungen und Reichweiten

In der Fachliteratur geht es immer auch um die Frage, wie das Internet und die digitalen Medien die verschiedenen Arten der individuellen Verletzung durch solche Hassformen verschärfen können (Keats Citron, 2014). Mittlerweile finden immer mehr Alltagshandlungen online statt, was zur Folge hat, dass auch viele persönliche Daten und Fotos digital verfügbar sind, die missbraucht werden können. Die digitalen Umgebungen bieten somit eine größere Angriffsfläche. Ein entscheidender Faktor ist die „Viralität“, die schnelle Verbreitung von Hass-Material über ganz unterschiedliche digitale Kanäle, Seiten und Plattformen. Mit dem Aufkommen der Sozialen Medien seit Mitte der 2000er (Facebook ist 2004 online gegangen, Youtube 2005, Twitter 2006) haben sich die Möglichkeiten multipliziert. Dort ist auch insgesamt der größte Anstieg des digitalen Hasses zu verzeichnen (Keats Citron & Norton, 2011). Auch wenn etwa ein „Haseintrag“ auf einer Webseite runtergenommen wird, kann er in einer anderen Online-Umgebung unmittelbar wieder auftauchen.

Das macht auch die Entfernung von solchen Inhalten schwierig und aufwendig, da zum Beispiel Facebook oder Twitter mitunter sehr unterschiedliche Meldeprozesse von Verstößen gegen die plattforminternen Gemeinschaftsregeln haben.

Ein weiterer Faktor ist die Möglichkeit der schnellen digitalen Formierung und Koordination von Angriffen. Ebenso spielt die „Haltbarkeit“ von Hassinhalten eine Rolle, da die Suchmaschinen die Inhalte indexieren. Die betreffenden Einträge sind damit immer wieder abrufbar (Keats Citron, 2014). Auch die digitale Reichweite – das betrifft den Kreis der Zeug*innen, Zuschauer*innen und Empfänger*innen – ist sehr groß.

Ferner gibt es Formen von Belästigung und Missbrauch, die ausschließlich aus der digitalen Infrastruktur erwachsen sind. Dazu gehört etwa das Phänomen des „Non-consensual Porn“, mit dem das Veröffentlichen von sexuell expliziten Bildern ohne das Einverständnis der Betroffenen beschrieben wird, oder auch die Praxis des „Doxings“, d.h. das Veröffentlichen von privaten Informationen in öffentlichen Foren. In diesen Bereich fallen auch die schon genannten Denial-of-Service-Angriffe, die auf hoch-technologischem Wissen basieren.

3 Gesellschaftliche Folgen

Das destruktive Potential der technologisch vermittelten Hassformen ist breit angelegt und als ein Instrument zu verstehen, das Einzelpersonen und spezifische soziale Gruppen zum Schweigen bringen soll. Dieser Hass hat daher signifikante Folgen für die Meinungsfreiheit und Online-Präsenz von Einzelpersonen oder ganzer sozialer Gruppen. Wenn die Angst und Sorge vor Belästigung online bewirkt, dass beispielsweise Frauen oder homosexuelle Personen weniger in den Sozialen Medien posten, dann erscheinen ihre Stimmen und Meinungen in dieser inzwischen immer wichtigeren zivilen Sphäre nicht.

Die technologisch vermittelten Hassformen bewirken Selbstzensur. Potentielle Effekte auf persönliche (Online-)Handlungen sind besondere Vorsicht und gar Selbstzensur beim Posten spezifischer Inhalte, um die Möglichkeit eines Angriffes zu vermeiden. Dazu gehört etwa das Wählen von nicht-identifizierbaren Nutzerprofilen oder gar das Abmelden von Sozialen Plattformen und auch Abstinenz vom Internet. Das gilt für alle Internetnutzer*innen, nicht nur für diejenigen, die auch schon selbst zum Ziel von digitalem Missbrauch wurden.⁴ Gerade die Opfer von systematischen Hass-Kampagnen können extremen emotionalen, beruflichen und finanziellen Schaden erleiden (Keats Citron, 2014).

Diese Art des Hasses hat aber auch signifikante Folgen auf den öffentlichen Diskurs und damit allgemein auf die Meinungs- und Bewegungsfreiheit im digitalen Raum.

Viele Zeitungen und Nachrichtenportale haben durch den Anstieg von Online-Hass ihre Kommentarfunktionen – zeitweise oder auch ganz – deaktiviert, da ihnen die zeitlichen und finanziellen Ressourcen zum Moderieren fehlten. Manche digitale Umgebungen – ein Beispiel hierfür ist etwa das US-amerikanische 4chan – haben sich gar zu reinen Hassforen entwickelt. Nicht zuletzt kann sich Netzhas in konkrete physische Gewalt verwandeln oder damit zumindest in einem engen Zusammenhang stehen, wie etwa in den gewalttätigen Ausschreitungen und Aktionen gegen Flüchtlingsunterkünfte 2015 in Heidenau und Freital (Amadeu Antonio Stiftung, 2016).⁵

4 Fazit

In ihren diversen Formen von Diskriminierung, Bedrohung oder Belästigung, aber auch in ihrer spontanen, schnell durchführbaren Anwendung und digitalen Wirkkraft bilden die technologisch vermittelten Hassformen eine perfide Alltagswaffe (oder vielleicht auch Allzweckwaffe) gegen Einzelne und bestimmte soziale Gruppen. Diese Hassformen sind inzwischen auch zu einem Mittel professioneller Propaganda sowie zum Geschäftsmodell geworden, wie das Aufkommen von sogenannten „Trollfarmen“ zeigt, mit denen systematisch (und staatlich gesteuert) Gerüchte und Falschinformationen in Kommentarfeldern von europäischen und US-amerikanischen Online-Medienseiten gestreut werden (siehe z. B. zu Russland: Chen, 2015).

Keats Citron und Norton (2011) sehen die Gesellschaft an einem wichtigen Wendepunkt in der Geschichte und Entwicklung von technologisch vermittelten Hassformen. Sie warnen vor der Verrohung öffentlicher Online-Räume und Debatten, wenn solche Hassformen ein akzeptierter Teil des Online-Diskurses werden und dazu führen, dass dort bestimmte Teile der Gesellschaft nicht mehr aktiv sein können.

Literaturangaben

Amadeu Antonio Stiftung (2013). Viraler Hass: Rechtsextreme Kommunikationsstrategien im Web 2.0. Abrufbar unter: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/viraler-hass.pdf> (zuletzt 19.01.2017)

Amadeu Antonio Stiftung (2016). Monitoringbericht 2015/16. Rechtsextreme und menschenverachtende Phänomene im Social Web. Abrufbar unter: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/monitoringbericht-2015.pdf> (zuletzt 19.01.2017)

Benesch, S. (2013). The Dangerous Speech Project. Dangerous Speech. A Proposal to Prevent Group Violence. Abrufbar unter: <http://dangerousspeech.org/guidelines> (zuletzt 19.01.2017)

- Chen, A. (2015): The Agency. Abrufbar unter: https://www.nytimes.com/2015/06/07/magazine/the-agency.html?_r=0 (zuletzt 19.01.2017)
- Demos-Studie zu „The Scale of Online Misogyny“ (2016). Abrufbar unter: <https://www.demos.co.uk/blog/misogyny-online/> (zuletzt 19.01.2017)
- Forsa-Studie im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (2016). Ethik im Netz – Hate Speech. Abrufbar unter: http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Medienversammlung/2016/EthikimNetz_Hate_Speech-PP.pdf (zuletzt 19.01.2017)
- Keats Citron, D. (2014). *Hate Crimes in Cyberspace*. Cambridge: Harvard University Press.
- Keats Citron, D. & Norton, H. (2011). Intermediaries and hate speech: Fostering digital citizenship for our information age. *Boston University Law Review*, 91, 1435 -1484.
- Lenhart, A., Ybara, M., Zickuhr, K. & Price-Feeney, M. (2016). Online Harassment, Digital Abuse, and Cyberstalking in America. Abrufbar unter: https://www.datasociety.net/pubs/oh/Online_Harassment_2016.pdf (zuletzt 10.01.2017)

Anmerkungen

- ¹ Äquivalente Begriffe im Englischen für dieses Phänomenfeld sind etwa „online hate“, „digital hate“ oder auch „hate 2.0“ (Keats Citron, 2014). Im vorliegenden Beitrag wird in erster Linie der Begriff der „technologisch vermittelten Hassformen“ verwendet, um auch den Bezug zum digitalen Medium hervorzuheben, in dem diese ausgeübt und koordiniert werden.
- ² Die Beispiele beziehen sich vor allem auf den deutsch- und englischsprachigen Raum.
- ³ Der Fokus der Untersuchung liegt auf Facebook.
- ⁴ Doch gibt es auch Unterschiede in der Art und Weise des Umgangs mit Belästigung online: Auch wenn Männer und Frauen technisch gesehen die gleichen negativen online-Erfahrungen machen, so bezeichnen sie diese weniger häufig als Belästigung und Missbrauch. Insgesamt fühlen sich Männer im Vergleich zu Frauen online weniger verletztbar, daher machen sie auch weniger Selbstzensur (Lenhart et al., 2016).
- ⁵ Siehe hierzu die grundlegenden Arbeiten von Susan Benesch und dem „Dangerous Speech Project“ (Benesch, 2013).



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Cornelius Strobel

Die Grenzen des Dialogs. Hate Speech und politische Bildung

Der Begriff des „Hate Speech“ ist in aller Munde – jedoch in seiner Definition alles andere als ausgereift. Für eine begriffliche Schärfung, die zu einer Entgegnung notwendig ist, muss die Entstehung einer „Teilöffentlichkeit“ in den Sozialen Medien beleuchtet werden. Die politische Bildung kann diesem Phänomen nur mittelfristig entgegen treten: durch das Aufzeigen von Grundlinien der politischen Debatte und der Grenzen im gegenseitig respektvollen Dialog.

1 Von Flammenwerfern und politischer Bildung

Ein Asylquartier in Feldkirchen an der Donau in Österreich, am 19. Juli 2015. Es herrschen Temperaturen von bis zu 36 Grad. Die Freiwillige Feuerwehr des Ortes fährt vor und sorgt mit den Wasserrohren für Abkühlung. Die Kinder spielen, es wird fotografiert, die Feuerwehr postet später ein Foto der sechsjährigen Syrerin Dunja auf Facebook, die lachend und nass auf einer Wiese im Wassernebel steht. Ein paar Stunden später, ein Radiosender hat das Bild geteilt, erscheint unter dem Bild von Dunja ein Kommentar: „Flammenwerfer wäre (sic!) da die bessere Lösung“.

Dies ist nur eines der Beispiele dessen, was spätestens seit Beginn der Debatte um Flucht und Asyl unter dem Begriff „Hate Speech“ zusammengefasst wird. Und was auch spätestens seit diesem Moment intensiv diskutiert wird – in Talkshows genauso wie im Parlament. Es scheint so, als ob der Hass, die Verrohung und die Diffamierung in jedem Winkel der Sozialen Medien um sich greifen, von der Kommentarfunktion einer Internet-Sportseite bis hin zum Facebook-Thread einer Seifenoperdarstellerin.

Und auch die Frage nach den Ansätzen der politischen Bildung kam schnell auf. Es müsse interveniert werden, Gegenrede, also das argumentative und moralische Einschreiten im digitalen Raum, solle gestärkt werden, man müsse jetzt etwas tun. Das sind hohe Anforderungen an die politische Bildung. Und oft auch wenig greifbare. Was genau kann und muss denn die politische Bildung tun? Wen und wie muss sie ansprechen, um der Hate Speech Herr zu werden? Und was genau ist Hate Speech überhaupt?

Die Frage nach dem „was“ sollte wohl am Anfang stehen. Denn es scheint, als ob der Begriff in unterschiedlichen Kontexten und Bedeutungen verwendet wird – und die politische Bildung genau wissen muss, womit sie sich befassen kann und womit nicht.

2 Die NWO und die Teilöffentlichkeit

Wenn das Thema Hate Speech diskutiert wird, muss man sich die Entstehung dessen anschauen, was wohl als „Teilöffentlichkeit“ bezeichnet werden muss.

Schon 2008 warnte Jürgen Habermas davor, dass das Internet in seiner Struktur zu einer Ausdifferenzierung von „Teilöffentlichkeiten“ führe, die sich zunehmend von der gesamtgesellschaftlichen, demokratischen Öffentlichkeit abspalteten. Dies führe in Demokratien zu einer Abwendung von gesamtgesellschaftlich zu führenden Diskussionsprozessen – lediglich in Opposition zu Diktaturen würde das Netz demokratisierend wirken (Habermas, 2008).

Die wohl prägnanteste digitale „Teilöffentlichkeit“ der letzten Jahre entwickelte sich in Deutschland mit der Ukraine-Krise im Jahr 2013. Hier entstand ein Zusammenschluss aus Nutzer*innen in den Sozialen Medien, die die Berichterstattung der von ihnen als „Mainstreammedien“ bezeichneten medialen Öffentlichkeit ablehnten und alternative Netzmedien zum Maßstab ihrer Informationsbeschaffung auserkoren. Wichtige Player auf diesem Feld wurden der Journalist Ken Jebsen mit seinem hunderttausendfach geklickten Youtube-Blog „KenFM“, der sich abseits der Ukraine-Krise auch zu anderen außenpolitischen Themen wie dem Nahostkonflikt äußerte und zum Gralshüter der „von der Öffentlichkeit unterdrückten Wahrheit“ stilisierte, sowie das von Jürgen Elsässer herausgegebene „COMPACT-Magazin“ (mit einer heutigen Facebook-Abonnentenzahl von 90.000). „Den Medien“ sprach Jebsen die Unbefangenheit in der Berichterstattung gänzlich ab, sie seien maßgeblich von Washington aus gelenkt, die „Neue Weltordnung“ (NWO) habe die medialen Fäden in der Hand, so Jebsen auf einer Veranstaltung des COMPACT-Magazins.

Aus dieser Netzgemeinde heraus entwickelte sich eine „digitale Opposition“, die sich, zunehmend losgelöst vom Ukraine-Konflikt, gegen die gesamte „öffentliche Meinung“ und die durch „offizielle Medien“ beeinflusste Meinungsbildung richtete – sei es im Hinblick auf die Gleichstellung der Partnerschaften homosexueller Paare, auf Energiepolitik oder auf die Hintergründe von terroristischen Vereinigungen wie Al-Qaida, dem „Islamischen Staat“ oder dem NSU. All dies wurde durch die „Totalablehner“ (Linden, 2015) als Wirklichkeit abgelehnt und dem Wirken von intellektuellen, die Breite der Bevölkerung unterdrückenden Eliten zugeschrieben. Laut dem

Politikwissenschaftler Markus Linden tendiert diese Bewegung, wie alle im Netz entstandenen Bewegungen, dazu, in ihrer Ablehnung und in ihrer Oppositionshaltung zu verweilen – Einflussnahme auf gesamtgesellschaftliche Gestaltungsprozesse werde zunehmend als Kollaboration abgelehnt, somit sei eine Reintegration dieser Teilöffentlichkeit zunehmend erschwert.

Spätestens seit der gesamtgesellschaftlich geführten Debatte über Flüchtlinge nahm insbesondere diese „Teilöffentlichkeit“ in ihrer Ausdrucksform an Radikalität zu. Die Kommission für Jugendmedienschutz verzeichnete spätestens ab Oktober 2015 eine drastische Zunahme an rassistischen und hetzerischen Äußerungen auf allen Kanälen des Internets (KJM, PM 03/2016). Die Ziele der oben beschriebenen Teilöffentlichkeit waren vielfältig: Politiker*innen, Journalist*innen, Prominente und Ehrenamtliche – die Palette dessen, was Hate Speech genannt wird, reicht von derber Kritik an den Äußerungen bis hin zu offenem Aufruf zu Gewalt. Und hier ging das Spektrum von Körperverletzung über Vergewaltigung bis hin zum Attentat.

3 Der schmale Grat

Auch durch ein Vorantreiben von juristischen Konsequenzen gegen diesen Hate Speech, gerade durch das Justizministerium und den Justizminister Heiko Maas (selbst eines der beliebtesten Ziele von Hate Speech), wurde die Problematik des ausufernden Hasses und der sich in Form und Ton radikalierenden Debatte in den Sozialen Medien in der Öffentlichkeit thematisiert. Talkshows drehten sich um das Thema, Prominente veröffentlichten erhaltene Drohmails, diverse Tagungen wurden organisiert.

Eines der Grundprobleme bei diesem Thema für die politische Bildung trat dann auch relativ schnell offen zutage: Es besteht ein schmaler Grat zwischen justiziabler Beleidigung bzw. Bedrohung, die in jedem Fall zu verfolgen ist (dann aber in erster Linie auf juristischer Ebene und nicht auf der Ebene der politischen Bildung), und politischer Aussage, die in ihrer Form radikal, nicht aber justiziabel ist. Bei all den Debatten wurden diese doch recht unterschiedlichen Aussagen oft genug in einen Topf geworfen. „Wie dumm muss man sein ...“ ist etwas grundsätzlich anderes als „Dir sollte man den Kopf abschneiden“. Welche Grenzen muss die politische Bildung hier ziehen, um missliebige Meinungen immer noch im Rahmen der pluralistischen Gesellschaft zu akzeptieren, gegen welche muss interveniert werden? Diese Frage muss vor allem die staatliche politische Bildung umtreiben, um sich nicht dem Vorwurf der „Zensurbehörde“ ausgesetzt zu sehen und somit jede Möglichkeit der Reflektion beim Gegenüber im Vorhinein zunichte zu machen.

4 Von altem Denken, neuen Lautsprechern und dem Einerseits/Andererseits

Zuallererst sei gesagt: die Vorstellung, dass es die in den „Hasskommentaren“ dargestellten Einstellungsmuster erst seit Entstehung dieser „Teilöffentlichkeit“ gebe, ist ein Trugschluss. Ablehnung gegenüber Minderheiten existiert wesentlich länger, wie uns die Mitte-Studien zeigen (Decker et al., 2002-2016). Und es wäre auch zu überlegen, ob diese Debatte nicht so einen Stellenwert in der Gesellschaft erlangt hat, seitdem diese Ablehnung nicht mehr nur die Minderheiten trifft, sondern die Eliten, wie schon Meli Kiyak anlässlich ihrer Festrede im Rahmen der Verleihung des Otto-Brenner-Preises fragte (Kiyak, 2016). Aber auch die Verdrossenheit gegenüber „denen da oben“ und demokratischen Entscheidungsprozessen existiert wesentlich länger. Jedoch ist das Internet und sind insbesondere die Soziale Medien mit der Möglichkeit der Verbreitung von Meinungen abseits großer Printveröffentlichungen zu einem wichtigen Werkzeug der Sichtbarmachung dieser Einstellungsmuster geworden. Durch die Grundstruktur des Netzes mit seiner potentiellen Anonymität, den Verbreitungsmöglichkeiten einzelner Meinungen und seiner Schnellebigkeit konnten sich erst „Alternativmedien“ entwickeln, die einen (scheinbar gleichwertigen) Gegenpol zu der offiziellen Berichterstattung bilden und die Interessent*innen dieser Gegenöffentlichkeit an sich binden konnten. Es entstand ein neuer, übergroßer und oft verzerrter Lautsprecher, der dann endgültig durch die Debatte um die Aufnahme von Flüchtlingen in Deutschland aufgedreht wurde. Die allgegenwärtige Sichtbarkeit von radikalen Meinungen und Äußerungen und insbesondere eine positive Reaktion darauf in Form von Likes, von Share- und Klickzahlen bewirkte eine weitere Beschleunigung der Radikalisierung von Aussagen. Die Beleidigung und Bedrohung schien salonfähig – einfach auch deswegen, weil im vorherigen Post oder Kommentar ja schon etwas Ähnliches gesagt worden war.

Was kann nun die politische Bildung tun? Die erste Antwort darauf ist wohl ernüchternd. Politische Bildung funktioniert nicht als Feuerlöscher, akute Brände werden mit ihr nicht zu bekämpfen sein. Innerhalb von ein paar Monaten kann kein Konzept, und sei es noch so durchdacht, den sich aufgebauschten Hass und die sprachliche Verrohung in eine sachliche Debatte zurückdrehen.

Und dennoch kann und muss die politische Bildung tätig werden. Sie muss die Grundlinien des politischen Dialogs innerhalb einer Demokratie verdeutlichen. Zu dieser Demokratie gehört die Debatte, dazu gehört das Für und Wider, das „Einerseits“ und das „Andererseits“. Sie muss klar machen, dass dieser Dialog nicht nur in den Landtagen und im Bundestag geführt werden kann und werden muss, sondern

auch in Kommentarspalten. Und dass dieser Dialog manchmal weh tut, für beide Seiten. Das muss man aber aushalten.

Dennoch muss die politische Bildung Grenzen aufzeigen. Denn schon vor der strafbaren Drohung gibt es einen Bereich, der in letzter Zeit allzu oft betreten wurde: den der Ausgrenzung, der Diskriminierung und des mal verdeckten, mal des offenen Rassismus. Das ist der Bereich, den niemand aushalten muss und darf. Hier muss die politische Bildung die Grenze ziehen. Dass dies nicht nur die Aufgabe der politischen Bildung sein kann, muss genauso klar sein. Jede und jeder ist aufgefordert, auf diese Grenze hinzuweisen. Und zwar deutlich. Die politische Bildung muss hier wohl manchmal auch lauter werden, als sie es in der Vergangenheit war.

Literaturangaben

Decker, O., Kiess, J. & Brähler, E. (2016). *Die enthemmte Mitte. Autoritäre und rechtsextreme Einstellung in Deutschland*. Gießen: Psychosozial-Verlag.

Habermas, J. (2008). *Ach Europa. Kleine politische Schriften XI*. Frankfurt: Suhrkamp.

Kiyak, M. (2016). Der Hass ist nicht neu. Für uns nicht. Abrufbar unter: <http://uebermedien.de/10293/der-hass-ist-nicht-neu-fuer-uns-nicht/> (zuletzt 24.12.2016)

KJM-Pressemitteilung (2016). Hass und Hetze im Netz: KJM-Vorsitzender ruft Nutzer dazu auf, Verdachtsfälle zu melden. Abrufbar unter: <http://www.kjm-online.de/service/pressemitteilungen/detailansicht/article/kjm-pressemitteilung-032016-hass-und-hetze-im-netz-kjm-vorsitzender-ruft-nutzer-dazu-auf-verdach.html> (zuletzt 24.12.2016)

Linden, M. (2015). Im Netz der Wutbürger und Verschwörungstheoretiker. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Abrufbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/medialer-populismus-im-netz-der-wutbuenger-und-verschwoerungstheoretiker-13404738.html> (zuletzt 24.12.2016)



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Tobias Brings-Wiesen

Das Phänomen der „Online Hate Speech“ aus juristischer Perspektive

„Hate Speech“ ist keineswegs ein Phänomen, das dem Recht unbekannt ist. Jedoch führt der Versuch, das Recht gegen „Hate Speech“ im Onlinebereich in Stellung zu bringen, noch weitgehend zum Rekurs auf Normen, die einer Zeit entstammen, die digitale Kommunikationsplattformen vielleicht als Fiktion, nicht hingegen als Faktum kannte. Im Folgenden soll gezeigt werden, welche Reaktionsmöglichkeiten auf „Online Hate Speech“ bereits nach aktueller deutscher Rechtslage bestehen und wie leistungsfähig diese sind. Dabei soll angesichts der bedeutsamen Probleme der Rechtsdurchsetzung im anonymen, globalen Kommunikationsraum Internet ein besonderer Fokus auf den Fragen der Anwendbarkeit deutschen Rechts und der Verantwortlichkeit von „Diensteanbietern“ liegen, sofern sie Äußerungen nicht selbst tätigen, ihnen jedoch eine Plattform der Vermittlung an Dritte bieten. Dies erfolgt am praktisch besonders relevanten Beispiel des Social Media-Portals „Facebook“.

1 Vorbemerkungen

(1) Der Beitrag soll einen möglichst umfassenden, leicht zugänglichen Überblick über die aktuelle Rechtslage und ihre Herausforderungen geben; er erhebt jedoch angesichts der Masse und Komplexität der aufgeworfenen Rechtsfragen und der Einzelfallabhängigkeit von Entscheidungen keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Konkrete Reformbestrebungen sollen nicht analysiert werden.

(2) Sofern eine solche (bereits) bestimmbar ist, konzentriert sich die Darstellung aus Gründen der Übersichtlichkeit auf die in Praxis und/oder Wissenschaft herrschende Auslegung der relevanten Normen, die aber keineswegs immer unbestritten ist.

(3) Diese Normen kennen keinen verallgemeinernden Begriff der „Hate Speech“, sondern erfassen richtigerweise ihre verschiedenen Nuancierungen. Für die Zwecke des Beitrags wird der Anschaulichkeit wegen von folgendem vereinfachtem allgemeinen Verständnis ausgegangen: „Hate Speech“ ist die verbale Herabwürdigung eines Individuums oder einer bestimmten Personengruppe – ggf. in Verbindung mit dem gezielten Aufruf zu Hass und Gewalt gegen sie.

2 (Inter-)Nationale Grundrechte als Regulierungsrahmen

Als dem einfachen Recht normenhierarchisch übergeordnete Vorschriften sind für eine Regulierung von „Online Hate Speech“ (inter-)nationale Grundrechte von vorrangiger Bedeutung. Diese Grundrechte binden unmittelbar nur die öffentlichen Hoheitsträger (Art. 1 Abs. 3 Grundgesetz [GG]; Art. 1 Europäische Menschenrechtskonvention [EMRK]) – allem voran die staatlichen Glieder der Legislative, Exekutive und Judikative. Insofern verpflichten sie die Hoheitsträger auch, die (subjektiven wie objektiven) grundrechtlichen Schutzgüter (vorliegend beispielsweise die Funktionsfähigkeit des öffentlichen Diskurses und die individuelle Teilhabe daran) vor Beeinträchtigungen durch private Dritte zu schützen (sog. „Schutzpflichtendimension“). Daraus folgt: Die Legislative hat die Grundrechte beim Erlass von Rechtsvorschriften genauso zu berücksichtigen wie Exekutive und Judikative sie bei deren Auslegung und Anwendung – und dies auch hinsichtlich Rechtsbeziehungen, die nur zwischen Privatpersonen bestehen. Kurzum: Die Wertungen der Grundrechte besitzen eine Ausstrahlungswirkung auf die gesamte Rechtsordnung und dienen daher als Ausgangspunkt und kontinuierlicher Referenzrahmen einer Regulierung von „Online Hate Speech“.

Schon auf dieser Hierarchieebene muss ein sich innerhalb eines Lebenssachverhalts offenbarender Konflikt (grund-)rechtlich geschützter Rechtsgüter angemessen gewürdigt werden. In Bezug auf „Hate Speech“ widerstreiten vor allem

- das Interesse an der Freiheit der Äußerung und Verbreitung einer Meinung (Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG; Art. 10 Abs. 1 EMRK) als Grundvoraussetzung eines öffentlichen Diskurses in einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft, und
- das Interesse des Schutzes der persönlichen Ehre (als wesentlicher Bestandteil des allgemeinen Persönlichkeitsrechts und des Würdeanspruchs des Individuums gemäß Art. 2 Abs. 1 in Verbindung mit Art. 1 Abs. 1 GG; Art. 8 Abs. 1 EMRK).¹

Von diesen konfligierenden Interessen genießt keines absoluten Vorrang. Vielmehr müssen sie in einem Abwägungsprozess in jedem Einzelfall soweit wie möglich zur Wirksamkeit gelangen.

2.1 Die Vorgaben des GG und der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG)

Die Begrifflichkeit „Hate Speech“ sucht man in der Rechtsprechung des BVerfG vergeblich. Ihr ist gleichwohl eine klare Methodik im Umgang mit dem Phänomen zu entnehmen. Die Nutzung des Internets als Äußerungs- bzw. Verbreitungsmedium

hat das Gericht bisher jedoch nicht zu signifikanten Modifikationen dieser Methodik veranlasst.

Das BVerfG verfolgt einen zunächst sehr liberalen dogmatischen Ansatz, indem es den Schutzbereich der Meinungsfreiheit – hinsichtlich Meinungen und wahrer Tatsachenbehauptungen – denkbar weit versteht (vgl. beispielsweise Entscheidungen des BVerfG [BVerfGE] 124, 300 [320 f.]². Zu Lösungen kommt das Gericht für jeden Einzelfall ganz überwiegend erst im Rahmen der Abwägung der widerstreitenden Interessen.

So hat das BVerfG festgestellt, dass die Meinungsfreiheit stets zurücktreten müsse, wenn die Äußerung die Menschenwürde eines anderen antaste (BVerfGE 93, 266 [293]). Auch im Falle von „Schmähkritik“ bzw. „Formalbeleidigungen“ geht das Gericht regelmäßig von einer Abwägung zulasten der Meinungsfreiheit aus. Es versteht darunter herabsetzende Äußerungen, bei denen nicht mehr die Auseinandersetzung in der Sache, sondern die Diffamierung der Person im Vordergrund steht (BVerfGE 82, 272 [283 f.]). Da jedoch mit der Einordnung als Menschenwürdeverstoß oder „Schmähkritik“ bzw. „Formalbeleidigung“ eine Tendenz der Abwägung zulasten der Meinungsfreiheit einhergeht, verlangt das BVerfG einen streng restriktiven Umgang mit einer solchen Kategorisierung – sie erfordert eine sorgfältige Begründung einschließlich genauer Analyse der Äußerungen unter Berücksichtigung des (sprachlichen) Kontexts. Denn grundsätzlich gilt: Auch eine überzogene, scharfe, gar ausfällige Auseinandersetzung in der Sache kann einen relevanten Beitrag zum öffentlichen Diskurs leisten.

Außerhalb dieser Kategorien kommt es zu einer prinzipiell offenen Abwägung der widerstreitenden Interessen, die von den Umständen des Einzelfalls geprägt wird. Es kommt unter anderem auf die Schwere der Beeinträchtigung der wechselseitig betroffenen Interessen im Falle staatlichen Eingreifens bzw. Unterlassens, die Stellung der Person in der Öffentlichkeit, den „Ton“ sowie den Kontext einer vorhergehenden Debatte an. Handelt es sich jedoch um einen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung, so spricht laut BVerfG eine Vermutung zugunsten der Freiheit der Rede, von der nur unter einer erhöhten Begründungsanforderung abgewichen werden soll (BVerfGE 93, 266 [295]).

Im Wesentlichen sind diese Maßstäbe auch für „Diensteanbieter“ zu berücksichtigen, wenn sie als „Host-Provider“ Meinungen und Informationen speichern und für Dritte online zugänglich machen und sich insofern auf Art. 5 Abs. 1 GG berufen können (Bundesgerichtshof [BGH], Urteil vom 1.3.2016 – VI ZR 34/15 – juris, Rn. 31 ff.).

2.2 Die Vorgaben der EMRK und der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte (EGMR)

Der EGMR verfolgt am Maßstab der EMRK – die inklusive der Rechtsprechung des Gerichts auch als „Auslegungshilfe“ für das BVerfG gilt (BVerfGE 74, 358 [370]) – einen prinzipiell vergleichbaren methodischen Ansatz (Hong, 2010; für einen Überblick siehe EGMR, Entscheidung vom 15.10.2015, Nr. 27510/08, Rn. 124 ff.). Auch er steht letztlich vor einer „balancing exercise“ zwischen den widerstreitenden Interessen. Dem besonderen Charakter der EMRK als staatenübergreifender grundrechtlicher (Mindest-)Schutzstandard geschuldet belässt der EGMR, sofern hinsichtlich bestimmter Abwägungsentscheidungen ein europäischer Konsens zwischen den Vertragsparteien nicht erkennbar ist, den Mitgliedstaaten dabei einen im Einzelfall variierenden Beurteilungsspielraum („margin of appreciation“). Gemein ist BVerfG und EGMR letztlich, dass sie „Hate Speech“ ganz überwiegend nur eine verminderte Schutzwürdigkeit gegenüber konfligierenden Interessen zugestehen.

Trotz weitgehender Übereinstimmung sind jedoch Nuancierungen der jüngeren Rechtsprechung des EGMR von gesteigertem Interesse für die Frage der grundrechtlichen Bewertung von „Hate Speech“ im Onlinebereich (vgl. auch Press Unit des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte, 2016). In der Rechtssache „*Delfi AS v. Estonia*“ (Entscheidung vom 16.6.2015, Nr. 64569/09, Rn. 110) wies der EGMR nicht nur auf die besonderen Vorteile des Internets als Plattform für die Ausübung der Meinungsfreiheit, sondern ausdrücklich auch auf die in einer Abwägung zu berücksichtigenden Risiken einer dauerhaften, globalen Verfügbarkeit verletzender Äußerungen für den Ehrschutz hin.

In besagter Rechtssache machte der EGMR jedoch nicht nur deutlich, dass der Kommunikationsraum Internet als solcher Unterschiede zu traditionellen Formen der Massenkommunikation aufweist. Er identifizierte auch Unterschiede zwischen den Akteur*innen und ihrer Funktion im Rahmen des Online-Kommunikationsprozesses – im Besonderen hinsichtlich ihrer Pflichten als Vermittler*innen von Inhalten (EGMR, Entscheidung vom 16.6.2015, Nr. 64569/09, Rn. 113). So wurde der Betreiber eines kommerziellen Nachrichtenportals wegen seines ineffektiven Umgangs mit *eindeutig* rechtswidrigen Kommentaren zu einem seiner Artikel durch ein estnisches Gericht zur Zahlung von Schadensersatz verurteilt. Der EGMR wertete dieses Urteil jedoch nicht als Verletzung von dessen Recht auf Weitergabe von Informationen (als Bestandteil des Rechts auf Meinungsfreiheit) gemäß Art. 10 Abs. 1 S. 2 EMRK. Für Fälle *klar* identifizierbarer „Hate Speech“ ging der Gerichtshof sogar so weit, eine Überwachungspflicht des Betreibers ohne vorhergehende Meldung des Opfers oder Dritter noch als grundrechtskonform zu erachten (EGMR, Entscheidung vom 16.6.2015, Nr. 64569/09, Rn. 159).

Interessant ist dieser Ansatz, weil er prinzipiell schärfere Verpflichtungen von „Diensteanbietern“ für grundrechtlich zulässig erklärt, als das aktuell in Deutschland geltende Recht sie begründet (siehe unten), und somit Raum für Änderungen eröffnet, die auch nach den EU-rechtlichen Grundlagen nicht ausgeschlossen scheinen (vgl. Woods, 2017). Es bleibt indes abzuwarten, wie der EGMR seine Vorgaben zum effektiven Umgang mit „Online Hate Speech“ weiter konkretisiert (vgl. in der Folge EGMR, Entscheidung vom 2.2.2016, Nr. 22947/13, Rn. 91), und inwiefern diese auch auf kommerziell ausgerichtete Social Media-Portale und deren User-Content anwendbar sind (unklar geblieben in EGMR, Entscheidung vom 16.6.2015, Nr. 64569/09, Rn. 116).

3 Der strafrechtliche Rahmen

Die Sanktionierung bestimmter Verhaltensweisen soll im Sinne der general-präventiven Strafzwecktheorie handlungsleitend auf die Normadressat*innen wirken. Der Gesetzgeber hat daher – auch in Erfüllung seiner grundrechtlichen Schutzpflichten – zahlreiche Strafnormen geschaffen, die Anknüpfungspunkt für die Strafverfolgung verschiedener Formen von „Hate Speech“ sein können.³ Exemplarisch kann hier nur auf die zentralen Fragestellungen betreffend § 185 Strafgesetzbuch (StGB) eingegangen werden.

3.1 Strafbarkeit der Beleidigung (§ 185 StGB)

Die persönliche Ehre als Individualrechtsgut wird durch diverse Normen des deutschen Strafrechts geschützt. § 185 StGB bildet deren Kerntatbestand. Die strafbare Handlung ist die „Beleidigung“, d.h. der rechtswidrige Angriff auf die Ehre eines anderen durch die vorsätzliche Äußerung von Nicht- oder Missachtung (Entscheidungen des BGH in Strafsachen [BGHSt] 1, 288 [289]). Die herrschende Meinung geht dabei von einem sog. normativ-faktischen, dualistischen Ehrbegriff aus, der einen inneren, jedem Menschen zuteilwerdenden Achtungsanspruch („innere Ehre“) sowie sein Ansehen in den Augen der Gesellschaft („äußere Ehre“) umfasst (Lencker & Eisele, 2014: Vorbemerkungen zu den §§ 185 ff. StGB, Rn. 1). Angegriffen wird die Ehre, wenn der/die Täter*in dem/der Betroffenen Mängel nachsagt, bei deren Vorliegen der persönliche Geltungswert gemindert würde (BGHSt 36, 145 [148]), und die von ihm/ihr oder einem/einer Dritten als ehrverletzend zur Kenntnis genommen werden (BGHSt 9, 17 [19]).

Die Wertungsoffenheit des Tatbestands bietet angesichts der die Meinungsfreiheit beschränkenden Wirkung der Sanktionierung Auslegungsspielräume für die Be-

rücksichtigung grundrechtlicher Erwägungen im Einzelfall (sog. „Wechselwirkung“ [BVerfGE 7, 198 (208 f.)]). § 193 StGB eröffnet darüber hinaus die Chance der Rechtfertigung einer Beleidigung im Fall des Überwiegens des Interesses der Meinungsfreiheit im Rahmen einer Gesamtabwägung.

3.2 Hate Speech „online“ und die Anwendbarkeit deutschen Strafrechts

Zweifelsohne kann auch „Online Hate Speech“ den Tatbestand der Beleidigung erfüllen – so beispielsweise im Falle des einfachen Postens eines Beitrages oder Kommentars. Differenzierter können jedoch spezifische onlinetypische Interaktionen wie das „Liken“ oder „Sharen“ auf Facebook zu bewerten sein (dazu ausführlich Krischker, 2013).

Angesichts der Grenzenlosigkeit des Internets wird sich jedoch häufig die interessante Vorfrage stellen, ob deutsches Strafrecht überhaupt Anwendung findet (Busching, 2015). Bei rein nationalen Konflikten ist dies der Fall (vgl. das „Territorialitätsprinzip“, § 3 StGB). Interessant wird es hingegen, wenn die Beleidigung grenzübergreifend erfolgt. Beleidigt jemand in Deutschland online eine Person im Ausland gilt dies wegen des *Handlungsorts* als Inlandstat im Sinne des StGB. Erfolgt die Beleidigung einer in Deutschland ansässigen Person hingegen aus dem Ausland, könnte es sich auch in einer solchen Konstellationen um eine Inlandstat handeln. Dies ist der Legaldefinition in § 9 Abs. 1 StGB geschuldet, nach der eine Tat auch an dem Ort begangen wurde, an dem der zum Tatbestand gehörende *Erfolg* eingetreten ist (sog. „Ubiquitätsprinzip“). Dabei versteht der BGH bei § 185 StGB als „Erfolgsort“ in einem weiten Sinne jeden Ort der Kenntnisaufnahme der „Beleidigung“ durch eine Person (BGHSt 46, 112 [225]). Einschränkend wird jedoch weiterhin ein besonderer Bezug zum Inland – wie die Äußerung in deutscher Sprache oder im Kontext eines deutschen Sachverhalts – gefordert. Sollte eine Inlandstat nach diesen Maßgaben nicht vorliegen, könnte deutsches Strafrecht gemäß § 7 Abs. 1 StGB auch für eine Auslandstat gegen einen Deutschen gelten, wenn die Tat am ausländischen Tatort mit Strafe bedroht ist.

3.3 Die strafrechtliche Verantwortlichkeit der Mitarbeiter*innen von „Diensteanbietern“

Verfasser*innen von Online-Beleidigungen werden folglich weitgehend von deutschem Strafrecht erfasst. Sie sind jedoch meist unerreichbar oder gar unbekannt, sodass sich die wirklichen Probleme angesichts von Globalität und Anonymität

des Internets erst im Rahmen der Strafverfolgung offenbaren. So ist wenig überraschend, dass aktuell die strafrechtliche Verantwortlichkeit von (leitenden) Facebook-Mitarbeiter*innen diskutiert wird (Galetzka & Krätschmer, 2016). Insofern stellt sich jedoch die Frage, ob überhaupt ein strafrechtlich relevantes Verhalten vorliegt. Diesbezüglich bewegt sich die rechtswissenschaftliche Diskussion noch auf weitgehend unerforschtem Terrain.

Entsprechend anerkannter strafrechtlicher Dogmatik bedarf es eines strafrechtlich relevanten Tuns oder Unterlassens als Täter*in oder Teilnehmer*in. Ein für die Annahme einer Täterschaft erforderlicher Täterwille der Facebook-Mitarbeiter*innen wäre bezüglich § 185 StGB indes nur gegeben, wenn sie durch ihr Verhalten jeweils die eigene Missachtung eines Opfers demonstrierten (Lencker & Eisele, 2014: § 185 StGB, Rn. 17). Dies wird praktisch nie der Fall sein, sodass nur eine Teilnahme in Form der „Beihilfe“ (§ 27 StGB) durch ein Tun oder Unterlassen in Frage käme. Von einem strafrechtlich relevanten Tun wird man jedoch nicht ausgehen können: Die Äußerungen erfolgen durch die Nutzer*innen von Facebook. Die bloße Verfügbarmachung der Plattform für diese Äußerungen ist rechtmäßig und sozialadäquat und kann nicht als Anknüpfungspunkt dienen. Vorwerfbar ist ihnen jedoch im Einzelfall gegebenenfalls das Unterlassen der Entfernung konkreter Äußerungen. § 13 StGB verlangt als Voraussetzung für die Strafbarkeit eines solchen Unterlassens jedoch unter anderem die Verletzung einer rechtlichen Handlungspflicht (sog. „Garantenpflicht“). Entsprechende Pflichten können sich beispielsweise aus einer vertraglichen Vereinbarung wie dem Facebook-Nutzungsvertrag ergeben – dies aber nur, wenn aus dem Wortlaut oder der besonderen Natur des Vertrages konkrete Schutzpflichten für Facebook im Umgang mit „Hate Speech“ resultierten, was hier zweifelhaft ist. Eine rechtliche Handlungspflicht kann aber auch aus der Verantwortlichkeit für bestimmte Gefahrenquellen folgen. Dies umfasst sogar die Pflicht, Gefahren zu verhindern, die erst durch das Handeln Dritter entstehen. Im Falle von Anbietern, die Dritten eine Plattform bereitstellen, über die gespeicherte Inhalte für andere Nutzer*innen bloß zugänglich gemacht werden (sog. „Host-Provider“ wie auch Facebook, vgl. EuGH, Rs. C-360/10, Rn. 27), werden eine solche Herrschaft über eine Gefahrenquelle und damit einhergehende Garantenpflichten überwiegend angenommen (Freund, 2017: § 13 StGB, Rn. 162 f.). Diese Pflichten treffen Facebook als Anbieter und in der Konsequenz einzelne (leitende) Mitarbeiter*innen des Unternehmens (bzw. des mit der Löschung beauftragten Dienstleisters Arvato), sofern die von ihnen entsprechend der unternehmensinternen Zuweisung betreuten Verantwortungsbereiche konkret betroffen sind (BGHSt 37, 106 [123]). Deren Verletzung kann jedoch letztlich nur in den engen Grenzen der Vorgaben des Telemediengesetzes (TMG) relevant sein: Aus der Gesamtschau von §§ 7 Abs. 2 S. 1, 10 S. 1 TMG ergibt sich, dass eine – auch strafrechtliche – Verantwortlichkeit für die Nichtentfernung fremder Inhalte grundsätzlich nur im

Falle von Kenntnis der (Umstände der) Rechtsverletzung überhaupt in Frage kommt – beispielsweise ab dem Zeitpunkt der Meldung einer vermeintlichen Rechtsverletzung (siehe dazu noch unten).

Bis hierhin scheint eine Beihilfe durch Unterlassen nicht ausgeschlossen. Dieses Unterlassen müsste jedoch zuletzt einen „quasi-kausalen“ Beitrag zur Haupttat der Beleidigenden darstellen. Dies wäre der Fall, wenn ein pflichtgemäßes Einschreiten deren vollständige Verwirklichung zumindest hätte erschweren können (BGHSt 5, 28). Da Facebooks Garantenpflicht jedoch erst mit Kenntnis einer (potentiellen) Rechtsverletzung strafrechtliche Relevanz entwickelt, alle tatbestandlichen Voraussetzungen der Beleidigung aber mit der ersten Kenntnisnahme bereits vorliegen und die Tat somit vollendet ist, wäre dies de facto nie möglich. Ein entsprechender Beitrag zur Haupttat ist laut BGH jedoch über eine solche *Vollendung* der Tat hinaus bis zu ihrer *Beendigung* möglich (sog. „sukzessive Beihilfe“; BGHSt 6, 248 [251]). Die Beendigung tritt erst ein, wenn das gesamte als Unrecht erachtete Tatgeschehen und der mit ihm verbundene Angriff auf ein Rechtsgut – hier die persönliche Ehre – abgeschlossen sind. So werden auch Beihilfehandlungen strafrechtlich erfassbar, die einen andauernden Rechtsgutsangriff durch Aufrechterhaltung oder Intensivierung unterstützen (Heine & Weißer: § 27 StGB, Rn. 20). Angesichts der permanenten, universellen Verfügbarkeit einer Äußerung für einen immer größeren Rezipient*innenkreis scheint es nicht von vornherein ausgeschlossen, auch bei § 185 StGB ein Auseinanderfallen von Vollendung und Beendigung anzunehmen und somit die aus einer pflichtwidrigen Unterlassung folgende Perpetuierung, gar Intensivierung eines Beleidigungsszenarios als „Beihilfe“ zu werten (vgl. Krischker, 2013).

Das aktuelle Strafrecht belässt folglich generell Raum für die Bestrafung von im Einzelfall weiter zu konkretisierender Verhaltensweisen (leitender) Mitarbeiter*innen einzelner „Diensteanbieter“ wie Facebook. Klar muss indessen sein, dass man sich mit einer solchen, insgesamt extensiven Auslegung durchaus an den verfassungsrechtlichen Grenzen von Bestimmtheitsgebot und Gesetzlichkeitsprinzip (Art. 103 Abs. 2 GG) bewegt (Sieber, 2011: Rn. 63).

Davon ausgehend könnte man konsequenterweise auch die Frage der Strafbarkeit der Betreiber von Unterseiten eines Portals, wie Profil- oder Unternehmenspages, wegen der Unterlassung der Entfernung rechtswidriger Äußerungen Dritter von ihren Seiten aufwerfen. Diese mögen zwar fremden Speicherplatz oder gar ein fremdes Design nutzen, sie haben jedoch die volle Kontrolle über einen abgeschlossenen Teilbereich. Ihre Pflichtenstellung ist jedoch eng verbunden mit der noch nicht abschließend geklärten Frage, ob und wann sie über ihre Rolle als Nutzer*innen hinaus selbst „Diensteanbieter“ und „Host-Provider“ sind (siehe dazu noch unten).

4 Der zivilrechtliche Rahmen

Obgleich „Online Hate Speech“ von Normen des Strafrechts verschiedentlich erfasst wird, wäre ein darauf beschränktes Arsenal rechtlicher Reaktionsmöglichkeiten unvollständig: Die eine Anklage bestätigenden Urteile der Strafgerichte erschöpfen sich überwiegend in der Feststellung der Strafbarkeit individuellen Handelns und der Verurteilung zu einer Strafe, bieten den Betroffenen jedoch – außer im „Adhäsionsverfahren“ (§§ 403 ff. Strafprozessordnung) – keine Chance, ihre Individualinteressen durchzusetzen. Hier schafft das deutsche Zivilrecht Abhilfe.

4.1 Vorgaben des deutschen Zivilrechts...

Es bietet ihnen einen gestuften Individualrechtsschutz vor Eingriffen Dritter: Aus den allgemeinen außervertraglichen Anspruchsgrundlagen der §§ 823 ff., 1004 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) (analog) können ihnen Ansprüche auf Beseitigung und Unterlassung, Berichtigung, Widerruf und Gegendarstellung sowie auf Schadensersatz erwachsen. Diese Ansprüche können sich parallel gegen die Verfasser*innen von „Hate Speech“ und gegen die pflichtwidrig eine Löschung unterlassenden „Diensteanbieter“ als Verletzer*innen bzw. (mittelbare) Störer*innen richten.

Gemein ist diesen Ansprüchen das zu schützende absolute Rechtsgut: das allgemeine Persönlichkeitsrecht (Entscheidungen des BGH in Zivilsachen [BGHZ] 24, 72 [76 f.]), zu dem auch die persönliche Ehre gehört. Der BGH hat es als sog. „Rahmenrecht“ anerkannt, dessen Verletzung bzw. Störung in jedem Einzelfall durch die Abwägung mit dem konfligierenden Interesse der Meinungsfreiheit festgestellt werden muss (BGH, Urteil vom 10.3.1987 – VI ZR 244/85 – juris, Rn. 14). Hier kommt es folglich zu einer originär grundrechtlichen Prüfung unter Berücksichtigung der oben dargestellten Maßstäbe.

4.2 ...und des Medienrechts im Besonderen

Naheliegend ist indes die Frage, ob fernab dieser allgemeinen Vorschriften nicht eine *speziell* medienrechtliche Regulierung von „Online Hate Speech“ existiert.

Zwar werden „Telemedien“ – laut einheitlicher Definition alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, die sich nicht in der reinen Signalübertragung erschöpfen oder Rundfunk sind – besonders reguliert. Diese Regulierung ist in Bezug auf Inhalte jedoch nur wenig ausgeprägt und nicht *nutzer-*, sondern vorwiegend *anbieterzentriert*. So formulieren der Rundfunkstaatsvertrag (RStV),

der Jugendmedienschutzstaatsvertrag und das Jugendschutzgesetz inhaltliche Vorgaben für Telemedien und deren Anbieter; diese erschöpfen sich jedoch in Rekursen auf die – partiell bereits dargestellten – allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre (vgl. vor allem § 54 Abs. 1 S. 2, 3 RStV). Das bereits mehrfach erwähnte TMG enthält gar überhaupt keine inhaltebezogenen Vorschriften.

Gleichwohl ist es insofern von besonderem Interesse, als es – wie bereits angedeutet – in den §§ 7 ff. TMG spezielle Vorgaben zur rechtlichen Verantwortlichkeit von „Diensteanbietern“ macht und somit die Verantwortlichkeitsmaßstäbe anderer Vorschriften modifiziert. „Diensteanbieter“ sind gemäß § 2 S. 1 Nr. 1 TMG alle natürlichen oder juristischen Personen, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereithalten oder den Zugang zur Nutzung vermitteln. Unzweifelhaft unterfällt Facebook selbst dieser Definition. Interessant und plausibel, aber noch nicht abschließend geklärt ist die Annahme, dass auch dessen „Nutzer“ (§ 2 S. 1 Nr. 3 TMG) im Rahmen ihrer Profil- oder Unternehmenspages zugleich als „Diensteanbieter“ eines eigenen Telemediums erachtet werden (bejahend Spindler, 2015), da sie die Kontrolle über eigenständige Unterseiten haben. Stellen diese „Diensteanbieter“ im Rahmen ihrer Telemedien als „Content-Provider“ selbst Inhalte online, sind sie nach § 7 Abs. 1 TMG unverändert verantwortlich. Nur soweit sie darin fremde Inhalte lediglich speichern und zugänglich machen, sind sie unter den Bedingungen der §§ 7 Abs. 2 S. 1, 10 TMG partiell von einer Haftung ausgenommen – so beispielsweise Facebook für die Inhalte seiner Nutzer*innen oder eben die Nutzer*innen in ihrer Rolle als „Diensteanbieter“ für Äußerungen Dritter auf ihren Unterseiten. Laut BGH (Urteil vom 27.3.2007 – VI ZR 101/06 – juris, Rn. 7) gelten die §§ 7 ff. TMG allerdings nur für die Verantwortlichkeit in Fragen des Strafrechts und der Schadensersatzhaftung. Geht es um Beseitigungs- und Unterlassungsansprüche, wendet das Gericht hingegen seine vergleichbaren Maßstäbe der sog. „Störerhaftung“ auf Persönlichkeitsrechtsverletzungen im Internet an (BGHZ 191, 219, Rn. 20 ff.). Wegen der Kontrolle der Anbieter über ihre Dienste verfolgt der BGH ein Konzept abgestufter Verantwortlichkeit: Es bedarf grundsätzlich keiner generellen präventiven Überwachung der Inhalte der Nutzer*innen, sehr wohl jedoch einer Prüfung und der Ergreifung angemessener Maßnahmen ab dem Zeitpunkt der Kenntnisnahme von einer Rechtsverletzung. Klar rechtswidrige Inhalte erfordern eine unmittelbare Löschung; bei Zweifeln ist in einen den widerstreitenden Interessen angemessenen Prüfprozess unter Anhörung aller Beteiligten einzutreten, an dessen Ende eine substantiierte Entscheidung zu treffen ist (kritisch dazu Nolte & Wimmers, 2014). Einzelheiten dieses Konzepts sowie der §§ 7 ff. TMG und ihrer EU-rechtlichen Grundlagen in den Art. 12 ff. der eCommerce-Richtlinie (2000/31/EG) harren bezüglich konkreter Dienstformen wie Facebook (Woods, 2017) indes noch einer richterlichen Klärung.

4.3 Anwendbarkeit deutschen Zivilrechts

Wiederum stellt sich jedoch die wichtige Vorfrage der Anwendbarkeit deutschen Zivilrechts zur Entscheidung von Rechtsstreitigkeiten mit Auslandsbezug.

Bei außervertraglichen Rechtsverhältnissen im Falle sog. „unerlaubter Handlungen“ bestimmt sich die Anwendbarkeit deutschen Zivilrechts nach Art. 40 Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch, nach dessen Abs. 1 es auf den Handlungsort (S. 1) oder auf Verlangen des/der Verletzten hin auf den Erfolgsort der Persönlichkeitsrechtsbeeinträchtigung ankommt (S. 2). Der BGH (BGHZ 191, 219, Rn. 13 ff.) verlangt im Falle von Persönlichkeitsrechtsverletzungen im Internet dafür auch in diesem Zusammenhang einen hinreichend deutlichen Inlandsbezug der streitgegenständlichen Interessenkollision.

Dies gilt auch im Hinblick auf die dargestellten außervertraglichen Ansprüche gegen „Diensteanbieter“ wie Facebook. Haben sie jedoch die Niederlassung für ihre geschäftsmäßige Tätigkeit in einem anderen EU-Mitgliedstaat, ist zusätzlich zu bedenken, dass zwar das TMG gilt, dessen Anwendung jedoch wegen des sog. „Herkunftslandprinzips“ nach § 3 TMG am Maßstab des für den Anbieter primär einschlägigen Rechts des Staates der Niederlassung dahingehend zu überprüfen ist, dass es keine strengeren Anforderungen stellt (Weller, 2016: § 3 TMG, Rn. 8 ff.). Im Falle der *Facebook Ireland Ltd.* als „Diensteanbieter“ müsste insofern irisches Recht berücksichtigt werden.

5 Staatliche Aufsicht über Telemedien

Neben der Strafverfolgung und der Geltendmachung individueller Ansprüche vor den Zivilgerichten besteht die grundsätzliche Möglichkeit der Durchsetzung der einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen durch die für Telemedien zuständigen Aufsichtsbehörden. Gemäß § 59 Abs. 2 RStV in Verbindung mit dem jeweiligen Landesrecht sind dies ganz überwiegend die Landesmedienanstalten (LMA; vgl. Fiedler, 2016: § 59 RStV, Rn. 6).⁴ Ihre Befugnisse erstrecken sich sogar auf ausländische Telemedien (vgl. § 59 Abs. 6 S. 2 RStV), wobei sie im Falle von geschäftsmäßigen Anbietern unter der Aufsicht eines anderen EU-Mitgliedstaates subsidiär sind (§ 3 Abs. 1, 5 TMG in Verbindung mit Art. 3 Abs. 4 lit. b) eCommerce-Richtlinie). Begrenzt werden sie jedoch durch § 59 Abs. 5 RStV, wonach im Falle der Verletzung *individueller* Rechte grundsätzlich die Geltendmachung zivilrechtlicher Ansprüche Vorrang hat.

Die Details ihrer Aufsichtstätigkeit verlangen jedoch noch eine präzise Klärung in Wissenschaft und Praxis. Um nur einige strittige Fragestellungen aufzuzeigen: Klar ist, dass die Behörden im Falle von Verstößen gegen die in § 59 Abs. 3 S. 1 RStV aufgeführten Normen die zu deren Beseitigung erforderlichen Maßnahmen gegen die verantwortlichen Anbieter eigener und nachrangig fremder Telemedieninhalte – wie die Anordnung von deren Löschung – ergreifen können (§ 59 Abs. 3, 4 RStV). Umstritten ist aber bereits, ob diese Eingriffsbefugnis auch bei Verstößen gegen die allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre greift (dies zuletzt ablehnend VG Düsseldorf, Urteil vom 24.06.2014 – 27 K 7499/13 – juris, Rn. 32 ff.). Verneint man dies, bleibt die diskussionsbedürftige Frage nach der fortbestehenden Anwendbarkeit allgemeiner ordnungsrechtlicher Eingriffsnormen (wie beispielsweise § 14 Ordnungsbehördengesetz NRW; bejahend Volkman, 2015: § 59 RStV, Rn. 38), die überdies auch dann virulent wird, wenn ein Vorgehen gegen Nutzer*innen erwogen wird, die selbst nicht als „Diensteanbieter“ eingestuft werden. Der Entscheidung, ob und unter welchen Voraussetzungen die zuständige Aufsichtsbehörde von Facebook oder seinen Nutzer*innen beispielsweise die Löschung eines ehrverletzenden Posts verlangen kann, gehen in der Praxis also bisweilen noch komplexe, nicht abschließend geklärte Vorüberlegungen voraus. Die Normen bieten Spielraum für die Annahme eines weiten Kompetenzverständnisses, ihre Anwendung ist hingegen noch mit beachtlicher Rechtsunsicherheit verbunden.

6 Fazit

Wie gezeigt wurde, ist die geltende Rechtsordnung für das Phänomen „Online Hate Speech“ nicht blind. Zwar gibt es praktisch keine Vorschriften, die sich speziell dieser Problematik widmen. Die beispielhaft dargestellten allgemeinen Normen sind aber weitgehend entwicklungs offen und einer dynamischen Auslegung und Anwendung im Hinblick auf verschiedene Erscheinungsformen von „Online Hate Speech“ zugänglich. Die damit verbundenen Rechtsunsicherheiten sind einer Regulierung immanent und verlangen nach einer kritischen Begleitung der sich entwickelnden Rechtspraxis. Obgleich normative Anpassungen vereinzelt sinnvoll sein mögen, scheinen zumindest für den hier begutachteten Ausschnitt des geltenden Rechts *grundlegende* gesetzliche Änderungen aktuell nicht zwingend notwendig.

Literaturangaben

- Busching, M. (2015). Der Begehungsort von Äußerungsdelikten im Internet – Grenzüberschreitende Sachverhalte und Zuständigkeitsprobleme. *MultiMedia und Recht: MMR*, 18, 295-299.
- Fiedler, C. (2016). Kommentierung zu § 59 RStV. In: H. Gersdorf & B. Paal (Hrsg.), *Online-Kommentar Informations- und Medienrecht* (14. Edition). München: Beck. Abrufbar unter: <https://beck-online.beck.de> (zuletzt 27.01.2017).
- Freund, G. (2017). Kommentierung zu § 13 StGB. In: W. Joecks & K. Miebach (Hrsg.), *Münchener Kommentar zum Strafgesetzbuch* (3. Auflage, Band 1, S. 566-653). München: Beck.
- Galetzka, C. & Krätschmer, M. (2016). Rassismus und Terrorismus im Netz – Strafrechtliche Verantwortlichkeit der Betreiber von sozialen Netzwerken. *MultiMedia und Recht: MMR*, 19, 518-523.
- Heine, G. & Weißer, B. (2014). Kommentierung zu § 27 StGB. In: A. Schönke & H. Schröder (Hrsg.), *Strafgesetzbuch Kommentar* (29. Auflage, S. 545-553). München: Beck.
- Hong, M. (2010). Hassrede und extremistische Meinungsäußerungen in der Rechtsprechung des EGMR und nach dem Wunsiedel-Beschluss des BVerfG. *Zeitschrift für ausländisches öffentliches Recht und Völkerrecht: ZaöRV*, 70, 73-126.
- Krischker, S. (2013). „Gefällt mir“, „Geteilt“, „Beleidigt“? – Die Internetbeleidigung in sozialen Netzwerken. *Juristische Arbeitsblätter: JA*, 45, 488-493.
- Lencker, T. & Eisele, J. (2014). Vorbemerkungen zu den §§ 185 ff. und Kommentierung zu § 185 StGB. In: A. Schönke & H. Schröder (Hrsg.), *Strafgesetzbuch Kommentar* (29. Auflage, S. 1864-1883). München: Beck.
- Nolte, G. & Wimmers, J. (2014). Wer stört? Gedanken zur Haftung von Intermediären im Internet – von praktischer Konkordanz, richtigen Anreizen und offenen Fragen. *Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht: GRUR*, 116, 16-27.
- Press Unit des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte (2016). *Factsheet zum Thema „Hate Speech“*. Abrufbar unter: http://www.echr.coe.int/Documents/FS_Hate_speech_ENG.pdf (zuletzt 27.01.2017).
- Sieber, U. (2011). Teil 19.1 Allgemeine Probleme des Internetstrafrechts. In: T. Hoeren, U. Sieber & B. Holznapel (Hrsg.), *Handbuch Multimedia-Recht – Rechtsfragen des elektronischen Geschäftsverkehrs* (43. Ergänzungslieferung, 2016, S. 1-41). München: Beck.
- Spindler, G. (2015). Kap. 5 – Haftungsrechtliche Probleme der Social Media. In: G. Hornung & R. Müller-Terpitz (Hrsg.), *Rechtshandbuch Social Media* (S. 131-161). Heidelberg: Springer.

- Volkman, C. (2015). Kommentierung zu § 59 RStV. In: G. Spindler & F. Schuster (Hrsg.), *Recht der elektronischen Medien – Kommentar* (3. Aufl., S. 1298-1318). München: Beck.
- Weller, M. (2016). Kommentierung zu § 3 TMG. In: H. Gersdorf & B. Paal (Hrsg.), *Online-Kommentar Informations- und Medienrecht* (14. Edition). München: Beck. Abrufbar unter: <https://beck-online.beck.de> (zuletzt 27.01.2017).
- Woods, L. (2017). When is Facebook liable for illegal content under the E-commerce Directive? CG v. Facebook in the Northern Ireland courts. EU Law Analysis-Blog. Abrufbar unter: <http://eulawanalysis.blogspot.de/2017/01/when-is-facebook-liable-for-illegal.html> (zuletzt 27.01.2017).

Anmerkungen

- ¹ Nicht im Detail eingegangen werden kann an dieser Stelle auf die einschlägigen Normen der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (Art. 7, 11 GRCh), die für das Recht der Europäischen Union und seine Durchführung jedoch der EMRK weitgehend vergleichbare Maßstäbe etablieren (vgl. auch Art. 52 Abs. 3 GRCh).
- ² Hinsichtlich der Entscheidungen von BVerfG und BGH wird – soweit darin veröffentlicht – auf die offiziellen Entscheidungssammlungen verwiesen. Andere Entscheidungen sind in Online-Datenbanken verfügbar: Für den EGMR primär über <http://hudoc.echr.coe.int/>, für den EuGH über <http://curia.europa.eu/>, allgemein über <https://www.juris.de/> (zuletzt jeweils 27.01.2017).
- ³ So mag mitunter eine Strafbarkeit wegen Volksverhetzung (§ 130 StGB) in Frage kommen. Werden „Fake News“ verbreitet, die einzelne Personen negativ betreffen, können die Straftatbestände der üblen Nachrede (§ 186 StGB) und der Verleumdung (§ 187 StGB) verwirklicht sein. Ob und unter welchen Umständen sich die am Kommunikationsprozess Beteiligten jedoch nach diesen Normen tatsächlich strafbar machen, bedarf einer eigenen rechtlichen Würdigung.
- ⁴ Besonderheiten ergeben sich im Jugendmedienschutzrecht, für dessen Einhaltung die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) der Landesmedienanstalten als zentrale Aufsichtsstelle für den Jugendschutz im privaten bundesweiten Fernsehen sowie im Internet zuständig ist.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Die Akteur*innen

Josephine B. Schmitt

Online Hate Speech: Definition und Verbreitungsmotivationen aus psychologischer Perspektive

Online Hate Speech (dt.: Hassrede im Internet) ist die Herabwürdigung und Verunglimpfung bestimmter gesellschaftlicher Gruppen im Internet. Einstellungen, Werte und Vorurteile, welche bereits in der frühen Kindheit erworben bzw. ausgebildet werden, bilden die Grundlage des (irrationalen) Hasses. Grob lassen sich vier Motivlagen für die Verbreitung von Hassreden über das Internet unterscheiden, welche in dem vorliegenden Beitrag näher beleuchtet werden: (1) Ausgrenzung und Abwertung einer Fremdgruppe mit dem Ziel der Stärkung einer eigenen positiven Gruppenidentität, (2) Einschüchterung der Fremdgruppe, (3) Machtdemonstration bzw. Erlangen der Deutungshoheit im gesellschaftlichen Diskurs, (4) Freude am Beleidigen und Erniedrigen anderer.

1 Was ist Online Hate Speech?

Hate Speech (dt.: Hassrede) wird als „[...] der sprachliche Ausdruck von Hass gegen Personen oder Gruppen verstanden, insbesondere durch die Verwendung von Ausdrücken, die der Herabsetzung und Verunglimpfung von Bevölkerungsgruppen dienen [...]“ (Maibauer, 2013, S. 1)¹; im Internet zählt dazu außerdem der taktische Einsatz von abwertenden, diskriminierenden und volksverhetzenden Bildern, Symbolen, Links und Ähnlichem. Hate Speech ist als gruppenbezogene Ausgrenzung und Herabwürdigung (z. B. im Hinblick auf Herkunft, Geschlecht, Religionszugehörigkeit oder Behinderung von Menschen) ein Problem auf gesellschaftlicher Ebene.

*Hassreden sind im Internet abzugrenzen von anderen Formen beleidigenden, belästigenden und abwertenden Verhaltens: Während etwa *Cybermobbing* bzw. *Cyberbullying* die zielgerichtete Belästigung bzw. Beleidigung von Einzelpersonen über das Internet beschreibt, gelten *Flaming* und *Trolling* als eher ungerichtete beleidigende bzw. destruktive Verhaltensweisen in Online-Foren, Diskussionsgruppen etc., welche unter anderem dazu dienen, die Kommunikation anderer zu stören.*

2 Warum verbreiten Menschen Hate Speech im Internet?

Hass lässt sich unterscheiden in rationalen und irrationalen Hass (Schafer & Navarro, 2003). Tatsächliche ungerecht(fertig)te Behandlung kann zu *rationalem* Hass gegenüber der jeweils handelnden Person anregen. Hass gegenüber Personen etwa aufgrund ihrer Herkunft, Religion, sexuellen Orientierung oder Behinderung hingegen gilt als *irrational*, da dieser in der Regel nicht auf realen persönlichen Erlebnissen und Erfahrungen basiert. Rassistische Einstellungen, religiöse Intoleranz und Vorurteile – erworben in früher Kindheit bzw. Jugend, zum Beispiel von den Eltern oder in Vereinen – bilden die Grundlage für irrationalen Hass gegenüber unterschiedlichen Personengruppen (Erjavec & Poler Kovačič, 2012; Woolf & Hulsizer, 2004). Dieser Hass kann sich dann in entsprechenden Hasskommentaren bzw. Hassreden im Internet entladen. Anonymität, eine geringe soziale Kontrolle aufgrund fehlender Interaktionen mit Angehörigen der jeweiligen Fremdgruppe von Angesicht zu Angesicht sowie die geringe Wahrscheinlichkeit, für die eigenen Äußerungen und Handlungen – auch strafrechtlich – zur Rechenschaft gezogen zu werden, tragen zur Enthemmung bei (LfM & AJS, 2016). Sie lassen herabwürdigende und verunglimpfende Aussagen noch drastischer werden. Grob lassen sich vier Motivlagen für die Verbreitung von Hassreden über das Internet unterscheiden, welche im Folgenden näher beleuchtet werden.

2.1 Ausgrenzung

Auf der Suche nach einer eigenen (sozialen) Identität haben Menschen das Bedürfnis, sich sozialen Gruppen anzuschließen. Dies können beispielsweise Vereine sein, aber auch Gruppen in sozialen Netzwerken oder lose Zusammenschlüsse von (politisch) Gleichgesinnten. Der Anschluss an eine bestimmte Gruppe schließt die Identifikation mit den in der jeweiligen Gruppe herrschenden Gruppennormen und -zielen ein, welche wiederum die Meinung, die Wahrnehmung sowie das Verhalten einer Person beeinflussen. Gleichzeitig geht mit dieser Identifikation und dem Ziel, ein positives Selbstkonzept² zu erreichen bzw. zu bewahren, die Abgrenzung gegenüber Fremdgruppen einher (Hogg & Reid, 2006); diese Abgrenzung kann sich schließlich in einer bewussten Abwertung der Fremdgruppen bzw. ihrer Angehörigen aufgrund spezifischer Eigenschaften (z. B. Religion, Geschlecht) äußern. Die verbale Herabwürdigung und Verunglimpfung einer oder mehrerer Personengruppen im Rahmen von Hassreden dient einerseits der gezielten Ausgrenzung dieser Gruppen. Der psychische Abstand zwischen der eigenen und der fremden Gruppe wird dadurch vergrößert. Gleichzeitig wird die Dehumanisierung³ der Anderen vorangetrieben; dadurch kann letztlich sogar die Hemmschwelle für physische Gewalt sinken. Durch die verbale Ausgrenzung

Anderer überprüfen und bestätigen Hassredner*innen andererseits die in der jeweiligen Eigengruppe geteilten Werte und Einstellungen (z. B. Vorurteile gegenüber Ausländer*innen; Schafer & Navarro, 2003). Das stärkt die jeweilige Gruppenidentität sowie das positive Selbstbild dieser Personen (Leets, 2002; McNamee et al., 2010).

2.2 Einschüchterung

Viele Menschen, die sich in Hassreden engagieren, sind wütend. Ihre Wut geht zurück auf das – in der Regel irrationale – Gefühl, bedroht zu werden. Ziel dieser Personen ist es, durch die Formulierung ihrer Wut bzw. ihres Hasses die Fremdgruppe einzuschüchtern, die als Ursache der (vermeintlichen) Bedrohung identifiziert worden ist. Erst wenn die Fremdgruppe ihre Handlungen einstellt, ist das Ziel erreicht. Angst soll jedoch auch bei Mitgliedern der Eigengruppe erzeugt werden. Diese soll sie zu Aktionen gegenüber der Fremdgruppe aufstacheln, Zweifel und Konflikte sollen geschürt werden (Borgeson & Valeri, 2004; Erjavec & Poler Kovačič, 2012). Die agierenden Personen sind in der Regel besonders autoritätshörig, ihre Motivation besteht darin, die Interessen der Eigengruppe zu vertreten, gegenüber Bedrohungen zu verteidigen und den „Feind“ zu zerstören (Erjavec & Poler Kovačič, 2012). Dabei appellieren sie nicht selten auch an das Pflichtbewusstsein der Angehörigen der eigenen Gruppe, diese Interessen ebenfalls zu verfolgen (McNamee et al., 2010).

2.3 Dominanz und Deutungshoheit

Neben Ausgrenzung und Einschüchterung dient die Formulierung und Verbreitung von Hassreden der Demonstration von Dominanz und Macht in gesellschaftlichen Diskursen. Hassredner*innen wollen durch ihre Äußerungen Debatten prägen. Dies tun sie nicht nur durch die Art ihrer Aussagen, sondern auch dadurch, dass sie bestimmte Begriffe (z. B. „Flüchtlingswelle“) in den gesellschaftlichen Mainstream einbringen (Leets, 2002; LfM & AJS, 2016). Neben der Formulierung der empfundenen Überlegenheit der eigenen Gruppe durch die Abwertung anderer, wollen Hassredner*innen weitere Personen belehren mit dem Ziel, dass diese die eigenen Einstellungen übernehmen und ihrerseits Hassreden verbreiten (Glaser et al., 2002; McNamee et al., 2010).

2.4 Spaß und Nervenkitzel

Zwar gilt dies nicht als eine Hauptmotivation für Hate Speech, jedoch ist es auch denkbar, dass Hassredner*innen Spaß bzw. Nervenkitzel beim Beleidigen und Erniedrigen anderer empfinden. Dies gilt insbesondere für Personen mit weniger stark ausgeprägten Überzeugungen und politischen Werten (Erjavec & Poler Kovačič, 2012; Schafer & Navarro, 2003). Die Anonymität des Internets mag hierfür als Katalysator wirken.

3 Fazit

Online Hate Speech ist eine Ausdrucksform gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit (Heitmeyer, 2005), welche über das Internet (z. B. in sozialen Netzwerken) verbreitet wird. Werte und Einstellungen, welche Hassreden zugrunde liegen, werden häufig bereits in der Kindheit herausgebildet und sind damit relativ tief in den Personen verankert; sie sind damit kurzfristig und auf individueller Ebene nur schwer veränderbar.

Gegen Hate Speech – nicht nur im Internet – vorzugehen sowie dieser vorzubeugen, ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Aufmerksamkeit und Zivilcourage im Internet wie auch im (offline) Alltag können dazu beitragen, Hassredner*innen Grenzen aufzuzeigen und sie daran zu hindern, ihre Ziele zu verfolgen und letztlich zu erreichen. Darüber hinaus liegt es in der Verantwortung von Eltern, Pädagog*innen sowie anderen (Bezugs-)Personen, die sich im direkten Kontakt mit Kindern und Jugendlichen befinden, sich ihrer Vorbildfunktion bewusst zu sein und ihre Schützlinge zu sensiblen, weltoffenen, toleranten Personen zu erziehen. Dazu zählt in der pädagogischen Arbeit nicht nur eine inhaltliche Auseinandersetzung mit „alltäglichen Diskriminierungsstrukturen [...], die den Nährboden für Hate Speech liefern“, sondern auch eine „geschlechtersensible Pädagogik“, die „Thematisierung von Glaubensfragen“ sowie die Förderung einer „sachliche[n], offene[n] und wertschätzende[n] Debattenkultur“ (LfM & AJS, 2016, S. 19), Medien- und Kommunikationskompetenz.

Für eine langfristige und nachhaltige Prävention von Hate Speech ist es zudem erforderlich, dass medial sichtbare gesellschaftliche und politische Akteur*innen sich ebenfalls über ihre Bedeutung als Vorbilder und Meinungsführer*innen im Klaren sind. Ob bewusst oder unbewusst, prägen sie durch ihre Haltungen, Einstellungen und Kommunikationsmuster den gesamtgesellschaftlichen Diskurs. Sie sind damit in der Lage, ein Klima zu schaffen, welches die Entstehung und Verbreitung von (Online) Hate Speech erst ermöglichen oder aber auch verhindern und eindämmen kann.

Literaturangaben

- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) & Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Landesstelle NRW e. V. (AJS). (2016). Hate Speech – Hass im Netz. Abrufbar unter: http://www.ajs.nrw.de/wp-content/uploads/2016/06/160617_HateSpeech_WEB2.pdf (zuletzt 28. 11. 2016)
- Borgeson, K. & Valeri, R. (2004). Faces of hate. *Journal of Applied Social Science*, 2, 99-111.
- Erjavec, K. & Kovačič, M. P. (2012). "You don't understand, this is a new war!" Analysis of hate speech in news web sites' comments. *Mass Communication and Society*, 15, 899-920.
- Glaser, J., Dixit, J. & Green, D. P. (2002). Studying hate crime with the Internet: What makes racists advocate racial violence? *Journal of Social Issues*, 58, 177-193.
- Heitmeyer, W. (2005). Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit. In: Heitmeyer, W. (Hrsg.), *Deutsche Zustände. Folge 3* (S. 13-34). Frankfurt/M: Suhrkamp Verlag.
- Hogg, M. A. & Reid, S. A. (2006). Social identity, self-categorization, and the communication of group norms. *Communication Theory*, 16, 7-30.
- Leets, L. (2002). Experiencing hate speech: Perceptions and responses to Antisemitism and antigay speech. *Journal of Social Issues*, 58, 341-361.
- Leidner, B. (2016). Dehumanisierung. In: M. A. Wirtz (Hrsg.), *Dorsch – Lexikon der Psychologie*. Abrufbar unter: <https://portal.hogrefe.com/dorsch/dehumanisierung/> (zuletzt 7.11.2016).
- McNamee, L. G., Peterson, B. L. & Peña, J. (2010). A call to educate, participate, invoke and indict: Understanding the communication of online hate groups. *Communication Monographs*, 77, 257-280.
- Meibauer, J. (2013). Hassrede – von der Sprache zur Politik. In: J. Meibauer (Hrsg.), *Hassrede/ Hate Speech. Interdisziplinäre Beiträge zu einer aktuellen Diskussion* (S. 1-16). Gießen: Gießener Elektronische Bibliothek. Abrufbar unter: http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2013/9251/pdf/HassredeMeibauer_2013.pdf (zuletzt 12.01.2017)
- Schafer, J. R. & Navarro, J. (2003). The seven-stage hate model: The psychopathology of hate groups. *FBI Law Enforcement Bulletin*, 72, 1-8.
- Woolf, L. M. & Hulsizer, M. R. (2004). Hate groups for dummies: How to build a successful hate-group. *Humanity & Society*, 28, 40-62.

Anmerkungen

- ¹ Die Broschüre „Hate Speech – Hass im Netz“, herausgegeben von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) sowie der Arbeitsgemeinschaft Kinder und Jugendschutz NRW in Zusammenarbeit mit Klicksafe, gibt einen Überblick über konkrete Formen und sowie Beispiele für konkrete sprachliche Muster von Online Hate Speech.
- ² Selbstkonzept beschreibt die Gesamtheit der Wahrnehmungen von und das Wissen über Eigenschaften, Fähigkeiten, Vorlieben, Gefühle, Verhalten der eigenen Person.
- ³ Dehumanisierung (dt.: Entmenschlichung) beschreibt die „ex- oder implizite Wahrnehmung oder Bezeichnung von Personen oder Gruppen als nicht-/untermenschlich, oft durch Verweis auf vermeintlich untermenschliche oder neg. übermenschliche Eigenschaften (z. B. Monster). [...] Sie führt oft dazu, dass moralische Grundsätze für die Betroffenen nicht mehr gelten.“ (Leidner, 2016)



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Ein Interview mit Hildegard Stienen

Opferperspektiven, Strategien für die Verarbeitung von Hass im Netz und die Medien

Im Interview mit Lars Gräber (Grimme-Institut) erklärt Hildegard Stienen, Fachärztin für Psychiatrie und Psychotherapie, wie Hass im Netz wirken kann, was die dauernde Konfrontation mit Negativinhalten bedeutet, was Gegenstrategien sein können und warum es immer häufiger „die Medien“ trifft.

Kommunikation ist das Handeln mit Sprache, kann man Hassreden als Gewaltausübung durch Sprache verstehen?

Hildegard Stienen: Üblicherweise wird vorausgesetzt, dass sowohl die Mittel als auch der Effekt der Gewalt körperlicher Natur sind. Sprachhandlungen in Form von Hassreden, die der Herabsetzung, der Beleidigung und Demütigung dienen, können eine starke Verletzungsmacht entfalten, die auf die kognitive und emotionale Verletzbarkeit von Menschen abzielt. Worte können also wie Waffen verletzen. Die Philosophin Petra Gehring spricht in dem Zusammenhang von der „Körperkraft der Sprache“.

Was geht in den Opfern von verbalen Gewaltausübungen vor; was denken und fühlen sie?

Hildegard Stienen: Hierzu eine kurze Vorbemerkung: Unser Verständnis von Hassrede impliziert, dass ein wahrnehmbarer Teil der Sprachgemeinschaft diese als herabwürdigend und verunglimpfend erleben würde. Auch die Bedingungen, unter denen verletzende Rede praktiziert wird, sind entscheidend dafür, wie sich diese auf Betroffene auswirkt: Wer sagt wann, was, wie in welchem Kontext?

Sprechakte, die bewusst auf Abwehr- und Feindseligkeitsgefühlen basieren, können im Gewand von impulsiven Gefühlsartikulationen daherkommen, ohne Sinn und Verstand. Und es gibt schwer erkennbare implizite Herabwürdigungen, die auf eine hinreichende Verbreitung von Vorurteilen aufbauen. Um Aussagen darüber zu treffen, was mögliche Opfer von Hate Speech denken und fühlen, können wir auf Erfahrungen zu Auswirkungen von Diskriminierung und Mobbing zurückgreifen: Gefühle von Ausgrenzung, Akzentuierung von Unterschieden statt Verbindendem, Erleben von Abwertung,

Etikettierung, Entindividualisierung und das Erfahren eines Angriffs auf die Identität sind die Folgen der sprachlichen Mittel der Diskriminierung. Konkret kann dies Gedanken auslösen wie: Ich bin anders. Ich bin wenig oder gar nichts wert. Ich verhalte mich falsch. Ich bin nichts. Bin ich nicht richtig? Wieso bin ich so anders? Ich bin alleine. Gefühle von Ohnmacht, Hilflosigkeit, Ausgeliefertsein, Angst, Selbstzweifel, Schuldgefühle, Hoffnungslosigkeit, Trauer bis hin zu Zweifeln an einer gerechten Welt und Sinnhaftigkeit des eigenen Tuns können die Folge sein. Und auf der Verhaltensebene kann Rückzug aus der sozialen Gemeinschaft beobachtet werden.

Trifft Hate Speech eigentlich immer die Gleichen? Minderheiten, die Schwächeren, Frauen, religiöse Gruppen?

Hildegard Stienen: Die Fähigkeit von Menschen, die Umwelt nach bestimmten Merkmalen einzuteilen, begünstigt gleichzeitig die Entstehung von Vorurteilen. Auch wenn außer der Gruppenzugehörigkeit die Unterschiede zu „den Anderen“ marginal sind oder gar nicht existieren. Hinzu kommen normative, gesellschaftliche Vorstellungen über die Akzeptanz von Minderheiten und die mediale Verbreitung dieser Vorstellungen über Zusammenleben und Ausgrenzung. Damit ist die Grundlage gegeben, bestimmte Gruppen mit Vorurteilen zu belegen. Die Ideologie der Ungleichwertigkeit lässt sich mit spezifischen Gruppen möglicherweise besser konstruieren. Minderheiten wurden zu allen Zeiten von den zahlenmäßig Stärkeren offen gewaltvoll oder subtil verfolgt (Christen, Juden, Andersfarbige, Homosexuelle, psychisch Kranke, geistig Behinderte). Das „immer schon“ soll keinesfalls das Recht auf eine kategoriale Herabwürdigung von Minoritäten begründen. Die Sozialpsychologie verzeichnet derzeit eine Polarisierung in unserer Gesellschaft in Bezug auf soziale Minderheiten am Beispiel der Migranten. Einerseits nehmen durch vermehrte interkulturelle Kontakte bei einem Drittel der Bevölkerung Vorurteile gegenüber diesen ab, aber neben einem indifferenten anderen Drittel nimmt der Rest der Bevölkerung eine zunehmend feindliche Haltung gegenüber Migranten ein. Begründet wird dies durch Ressentiments, die aus der Angst resultieren, durch die Zuwanderung zu verlieren, obwohl es objektiv gesehen wenig zu verlieren gibt. Hier greift aber die gefühlte Beeinträchtigung. Auch unabhängig von Vorurteilen kann die Angst vor einer diffusen Bedrohung dazu führen, dass Menschen eine gesamte Personengruppe feindselig betrachten. Menschen mit vielen Vorurteilen identifizieren sich meist mit einer sogenannten Mehrheit, einer „imaginieren Gemeinschaft“, wie es Benedict Anderson ausdrückt.

Was empfehlen Sie als Strategie für den individuellen Umgang?

Hildegard Stienen: Wenn Hassrede zur gefährlichen Rede wird, die nicht mehr durch das Recht auf Meinungsfreiheit gestützt wird, sind die Regeln eindeutig. Da

wir wissen, dass sprachlichen Drohgebärden reale Angriffe folgen können, gilt das Prinzip, für Sicherheit zu sorgen und sich in den schützenden Raum des Rechts und der Solidargemeinschaft zu bewegen. Wenn die verletzende Rede als unliebsame Äußerung zu dulden ist, müssen andere Strategien genutzt werden, die sich daran orientieren werden, wie Hassrede beim Einzelnen „durchschlägt“.

Konkret?

Hildegard Stienen: Aus psychologischer Sicht sollte das Ziel sein, dass Betroffene die innere Stimmigkeit und Selbstwirksamkeit zurückgewinnen und sich nicht isolieren. Die Konsistenztheorie nach Grawe besagt, dass der Mensch nach Vereinbarkeit zwischen Erlebtem und Erwünschtem strebt. Hohe Konsistenz bedeutet psychische Gesundheit und wird durch Befriedigung der basalen menschlichen Grundbedürfnisse nach Autonomie und Kontrolle, nach Selbstwertstärkung und Unlustvermeidung ermöglicht. Es ist naheliegend, dass Hassreden die Erfüllung dieser Grundbedürfnisse bei den Adressat*innen zutiefst gefährden. Das Benennen und der Ausdruck von Gefühlen wie Angst, Scham, Ärger, Wut und Schuldgefühlen können dem entgegenwirken. Ansätze aus dem sogenannten Mindfulness-Training ermöglichen eine Distanzierung von belastenden Gedanken und Gefühlen und führen zu mehr Flexibilität auch im Handeln. Die Vermittlung von Wissen darüber, dass alle Menschen durch Sprache verletzbar sind, schafft Entlastung vom Gefühl der Selbstverschuldung und die Sicherheit, nicht alleine zu sein. Beistand und Trost werden dabei als hilfreich erlebt. Durch kognitive Prozesse wird das Phänomen Hate Speech als etwas, was in der Welt ist, verstehbar, keinesfalls entschuldbar. Unter der Prämisse, dass die Herausforderung im Zusammenhang mit Hate Speech als kohärent erlebt wird, wird auch die Selbstwirksamkeit aktiviert. Eine Geschichte über das eigene Erleben im Zusammenhang mit verletzender Rede zu erzählen oder aufzuschreiben, ein Narrativ zu kreieren, kann die Selbstachtung stärken. Oder: Gegenrede, Humor und Neugier statt Sprachlosigkeit, depressivem Rückzug und Misstrauen.

Sie arbeiten mit eher untypischen Opfern, beraten Menschen, die beruflich mit Hassreden – vor allem im Netz – konfrontiert sind. Was ist hier anders?

Hildegard Stienen: Moderator*innen von Hasskommentaren sind nicht unmittelbare Adressat*innen der gewaltsamen Rede. Sie müssen sich qua Auftrag mit Aussagen auseinandersetzen, die sie freiwillig wahrscheinlich nicht konsumieren würden. Es ist maßgeblich, wie stark sich der und die Einzelne mit den Adressat*innen der Kommentare identifiziert. Das können Personen, Institutionen oder Medien sein: die Zeitung mit einer bestimmten politischen Couleur, das Fernsehformat, die Redakteurin, der Satiriker. Belastende Gedanken sind dann: Ich muss diesen Blödsinn lesen. Wieso

verstehen die (Hater) denn nicht, dass wir nur Satire machen? Ich soll darauf auch noch mit Anstand antworten. Die Gefühlslagen bewegen sich dann eher im Spektrum von Ärger, Langeweile, Verachtung, Hilflosigkeit und Gefühlen der Überforderung. Die hohe Frequenz der zu sichtenden Kommentare, die ständigen Wiederholungen, der Sprachstil, Zeitdruck und die Notwendigkeit, sich an vorgegebene Regeln der Auftraggeber zu halten, weisen auf strukturell bedingte Probleme hin.

Was passiert mit Menschen, die permanent Hassreden ausgesetzt sind, im Unterschied zu Menschen, die nur sporadisch bzw. einmalig mit Hass im Netz konfrontiert werden?

Hildegard Stienen: Da es keine spezifischen Modelle aus der Klinischen Psychologie zu den psychischen Folgen von Hassrede gibt, lassen sich Erfahrungen zu den Auswirkungen von Cyber-Mobbing und den unterschiedlichen Formen der Traumatisierung mit Einschränkung heranziehen. Der Akt der Bedrohung und Schmähung wird allerdings manchmal mit einer Traumatisierung gleichgesetzt. Durch die lang dauernde, ständige und systematische psychische Verletzung, die für Mobbing oder auch für kumulative Traumatisierungen typisch ist, kommt es posttraumatisch fast regelmäßig zu starken psychischen Beeinträchtigungen, die in ähnlicher Form, wie oben erwähnt, auch Opfer von Hassreden erleben können. Erwähnenswert ist, dass durch Menschen intentional herbeigeführte Traumatisierungen häufiger zu der Entwicklung von ausgeprägten, psychischen Symptomen führen als beispielsweise von der Natur oder unabsichtlichem menschlichem Fehlverhalten verursachte Katastrophen. Die Auswirkung eines einmaligen Ereignisses von Hass im Netz – es sei denn, es wird als extrem bedrohlich oder beschämend bewertet – ist geringer. Belastungen werden im Allgemeinen häufig bereits mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen und Selbstheilungskräften bewältigt und führen nicht zu weitreichenden psychischen Folgeschäden.

Diskriminierung ist nicht neu, Hassreden auch nicht. Verstehen Sie den Hype um das Thema? Ist der Grund, dass zunehmend auch Medienunternehmen davon betroffen sind, die natürlich ein besonderes Skandalisierungspotenzial besitzen?

Hildegard Stienen: In der Tat sind Menschen immer schon zu Diskriminierung und Ausdruck von Hass befähigt gewesen. Es gibt viele prominente Beispiele in der Geschichte. Medienunternehmen sind deshalb besonders betroffen, weil sie einen großen Verbreitungsgrad haben und so ein Millionenpublikum erreichen. Es werden zumindest teilweise sozialkritische Themen aufgegriffen und damit Andersdenkende provoziert. Medien vermitteln schlechte Nachrichten und der Vermittler wird mit dem Verursacher von Problemen gleichgesetzt. Formen der Skandalisierung werden von den Medien gezielt zur Generierung von Aufmerksamkeit eingesetzt. Wer einer-

seits den Finger in die Wunden legt, aber auch die moralische Panik medial begleitet, macht sich angreifbar. Um es aber klar zu sagen, Hate Speech ist nie zu rechtfertigen.

Haben Hassreden mit den sozialen Online-Netzwerken eine andere Qualität bekommen oder einfach nur einen neuen Kanal?

Hildegard Stienen: Sozialpsychologisch lässt sich das Phänomen der Gruppenpolarisierung beschreiben. Die allgemeine Position in einer Debatte wird übernommen; und um von den anderen besonders wertgeschätzt zu werden, radikalisiert sich die anfängliche eigene Haltung. Hinzu kommen die bereitwillige Aufnahme von Argumenten, die die eigene Ansicht bestätigen, und die Ignoranz gegensätzlicher Positionen. Forschungsergebnisse bestätigen darüber hinaus, dass Nachrichten, die negative Emotionen wie Ärger und Zorn aktivierten, häufiger in den sozialen Medien bestätigt und geteilt werden. Diese Reaktionen ließen sich bestimmt in einer öffentlichen Versammlung genauso beobachten. Die erlebte Anonymität im Netz verschärft die Problematik und führt zu einer immer stärker werdenden Identifikation mit Gruppennormen. Online verbreiten sich Nachrichten, auch Falschmeldungen und Gerüchte, rasend schnell. Zygmunt Baumann konstatiert: Ich gehöre der Offline-Welt, während die Online-Welt mir gehört. In deren Schutzraum treffen sich Gleichgesinnte. Die Verunsicherungen der realen Welt, ihre angstmachende Komplexität wird reduziert, Vernunft und Moral vorübergehend in den Tiefschlaf versetzt. Aktuelle Statistiken vermelden eine enorme Zunahme von Volksverhetzung bzw. Gewaltdarstellungen mittels Internet.

Was empfehlen Sie als Strategie für den institutionellen Umgang. Wie kann ein Schutz der Mitarbeiter*innen aussehen?

Hildegard Stienen: Eine Institution, die es riskiert, dass Mitarbeiter*innen Hassreden ausgesetzt sind oder sich mit der Moderation von verletzender Rede beschäftigen sollen, hat eine Fürsorgepflicht. Das entlastet Einzelne in gewissem Maße von der individuellen Pflicht, für sich sorgen zu müssen oder etwa dem Druck, er oder sie müsse die dauernde Konfrontation mit Negativinhalten aushalten, weil alle anderen das ja auch gut können. Die Netiquette sollte transparent sein, die Handlungsalgorithmen nachvollziehbar. Das schafft zuerst einmal einen sicheren Rahmen. Als Präventivstrategie kann die Vorbereitung der Mitarbeiter*innen auf den Tätigkeitsbereich diese vor einer zu hohen Identifikation mit dem Unternehmen, den Redakteur*innen, den Inhalten, die jeweils transportiert werden, schützen. Die Verletzlichkeitsschwelle wird so möglicherweise heraufgesetzt. Die Erlaubnis, sich kognitiv und emotional zu schützen, heißt ja nicht, die Begeisterung für das eigene Tun zu verlieren. Ganz pragmatisch gesehen ist es gut, einen „Sozialraum“ zu schaffen, der die Möglichkeit des Austausches bereitstellt. Das kann entlasten

Die Akteur*innen

und ablenken. Es gibt eine Offline-Welt, der ich zwar gehöre, in der ich aber auch beim Kaffeetrinken mit anderen über Fußball reden und lachen kann. Begleitend zu der herausfordernden Tätigkeit, die manchmal an die Belastungsgrenze heranhört, wäre ein regelmäßiges Coaching unter Moderation denkbar. Das ist dann der Sozialraum, in dem inhaltlich Belastendes besprochen werden kann. Aber hier können auch kreative Strategien für den Umgang mit Hate Speech erarbeitet werden, Ressourcen erfasst und aktiviert werden. Stressmanagement und Meditationsmethoden, die nachweislich positive Wirkungen auf das psychische Befinden haben, sind eine gute Ergänzung.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Kai Kaspar

Hassreden im Internet – Ein besonderes Phänomen computervermittelter Kommunikation?

Hassreden gibt es nicht erst seit Einführung des Internets. Dennoch verleiht das Internet Hate Speech eine neue Qualität, die sich über die technologischen Eigenheiten der digitalen Kommunikationsmedien erklären lässt. Im vorliegenden Beitrag werden die psychologischen Mechanismen illustriert, die aufgrund der digitalen Kommunikationsformen das Auftreten von Hate Speech fördern können. Eine besondere Bedeutung haben dabei Gruppenprozesse. Abschließend werden ein Erklärungsmodell und sich daraus ableitende Ansatzpunkte für die Prävention und Bekämpfung von Hate Speech skizziert.

1 Fehlende soziale Hinweisreize im Internet können Anonymität fördern

Es besteht die Annahme, dass die Computervermittelte Kommunikation (CvK), im Vergleich zur face-to-face Kommunikation, bestimmte soziale Hinweisreize – insbesondere nonverbales Verhalten wie Gestik und Mimik – aufgrund technologischer Einschränkungen der Kommunikationsmedien herausfiltert (z. B. Rutter, 1984; Kiesler et al., 1984). Tatsächlich können Sender*innen einer Textnachricht via Twitter oder Facebook keine differenzierten, nonverbalen Mitteilungen kommunizieren; anders ist es bei Formen der Videotelefonie (z. B. Skype). Zwar ist es durchaus möglich und auch üblich, dass Internetnutzer*innen in der Lage sind, solche technologiebedingten Einschränkungen der zwischenmenschlichen Kommunikation (zumindest teilweise) kreativ zu kompensieren, indem beispielsweise Emoticons zur Vermittlung von Gefühlszuständen genutzt werden (vgl. Walther & D'Addario, 2001). Dennoch kann das Fehlen natürlicher sozialer Hinweisreize die Anonymität in einer computervermittelten Kommunikationssituation erhöhen.

2 Technische und soziale Anonymität im Internet

Obwohl der Begriff „Anonymität“ Teil des alltäglichen Sprachgebrauchs ist, erscheint eine genauere Definition sinnvoll. Hayne und Rice (1997) schlagen vor, zwei Formen von Anonymität im Internet zu unterscheiden: „Technische Anonymität“ tritt auf, wenn

jegliche Information, die die faktische Identifizierung einer Person bzw. die Offenlegung ihrer Identität erlaubt, aus dem über das Internet ausgetauschten Material entfernt wird, so beispielsweise Namen und Fotos der Nutzer*innen von Internetforen. Dieses Verständnis von Anonymität entspricht wohl dem gängigen Alltagsverständnis, doch ist technische Anonymität eher zweitrangig mit Blick auf (anti)soziales Verhalten im Internet. Technische Anonymität ist zwar notwendig, aber nicht hinreichend für die „Soziale Anonymität“. Diese tritt auf, wenn Internetnutzer*innen andere Internetnutzer*innen – und möglicherweise sogar sich selbst – tatsächlich ohne individuelle Identität wahrnehmen, da sie sich (gegenseitig) keine identitätsstiftenden Merkmale zuschreiben können. So kann also die technische Anonymität durchaus stark ausgeprägt sein im Kontext eines Internetforums, während sich deren Nutzer*innen dennoch aufgrund ihres beobachtbaren Kommunikationsverhaltens und -inhalts bestimmte Identitäten zuschreiben und damit als Individuen wahrnehmen können. Dabei kann es natürlich zu deutlichen Fehleinschätzungen darüber kommen, mit wem man da eigentlich kommuniziert. Soziale Anonymität reduziert sich umgekehrt auch nicht automatisch, wenn – wie aktuell beobachtbar – Internetnutzer*innen immer häufiger ihren tatsächlichen Namen in Foren angeben statt eines Nicknamens und damit die technische Anonymität reduzieren.

3 Soziale Anonymität kann unsoziales Verhalten fördern

Soziale Anonymität ist nicht unproblematisch, denn sie kann unsoziales, enthemmtes Kommunikationsverhalten sowie Normverletzungen begünstigen und somit Hate Speech fördern; dabei sind jedoch unterschiedliche Wirkmechanismen denkbar, die in der Literatur bisweilen kontrovers diskutiert werden (vgl. Christopherson, 2007). So kann soziale Anonymität einen psychischen Zustand verminderter Selbstaufmerksamkeit auslösen, der sich in verminderter Beobachtung und Kontrolle des eigenen Verhaltens äußert. Damit einher geht unter Umständen eine reduzierte soziale Urteilsfähigkeit, die mit einer erhöhten Bereitschaft zu unsozialem, enthemmten Verhalten assoziiert sein kann – ein Prozess, der in der Literatur als Deindividuation bezeichnet wird (Diener, 1980). Es erscheint offensichtlich, dass die üblichen textbasierten Kommunikationsformen des Internets einen entsprechenden Grad an sozialer Anonymität erzeugen und damit Deindividuation fördern können. Dieser Prozess mag schließlich auch die Schwelle senken, Hassmitteilungen zu verfassen und zu verbreiten.

Ein alternativer Wirkmechanismus könnte wie folgt aussehen (vgl., Reicher et al., 1995; Postmes et al., 2001): Soziale Anonymität in einer CvK führt nicht zwangsläufig zu verminderter Selbstaufmerksamkeit und in Folge zu antinormativem Verhalten wie Hate Speech; vielmehr kann sich die private Selbstaufmerksamkeit der Internetnutzer*innen

zuerst einmal in einer anonymen Situation erhöhen, da kaum soziale Informationen über die anderen Kommunikationsteilnehmer*innen verfügbar sind und damit nicht beachtet werden müssen. In einer solchen Phase erhöhter Selbstaufmerksamkeit gewinnen identitätsstiftende Informationen größeren Einfluss auf das eigene Verhalten; und da das Selbstkonzept („Wer bin ich?“) eines jeden Menschen partiell auch durch die soziale Interaktion mit anderen Menschen geprägt ist – also unter anderem durch die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe –, könnte sich das eigene Verhalten verstärkt an den spezifischen Normen der „eigenen“ Gruppe orientieren. Die Orientierung an Gruppennormen kann zudem zusätzlich verstärkt werden durch das Gefühl einer stärkeren „Gleichheit“ aller Gruppenmitglieder, da durch die CvK die eigentlich real existierenden Unterschiede zwischen Gruppenmitgliedern (z. B. bezüglich des sozialen Status oder Einkommens) verblassen können. Hate Speech ist nun allerdings keine zwangsläufige Konsequenz der verstärkten Orientierung an Gruppennormen. Durchaus sind viele positive Effekte möglich, wenn Gruppennormen soziales, höfliches, wertschätzendes etc. Verhalten als Standard definieren. Problematisch wird es jedoch, wenn die von einer Gruppe geteilten Normen konträr zu sozialverträglichem Verhalten oder gar geltendem Recht stehen und Hassreden toleriert oder sogar begrüßt werden. Dann kann eine durch die Gruppe getragene Dynamik entstehen, in der weitere psychologische Mechanismen zum Tragen kommen: Beispielsweise könnten einzelne Gruppenmitglieder besonders motiviert sein, im Sinne der (moralisch oder juristisch verwerflichen) Gruppennormen an der eigenen Selbstdarstellung zu arbeiten, um (noch) mehr Anerkennung durch die Gruppe zu erhalten. Dieses „Impression Management“ mag dabei auch unbewusst ablaufen. Daneben könnte es auch zu verstärktem Hate Speech kommen, weil sich einzelne Gruppenmitglieder dadurch eine besondere Position innerhalb der Gruppe versprechen. Der soziale Vergleich mit der (anonymen) Masse der Gruppe durch Beobachtung der allgemeinen Gruppenaktivitäten könnte dafür die Referenz darstellen. Schließlich ist auch denkbar, dass Hate Speech durch die Gruppe positiv verstärkt wird, wenn Sender*innen von Hasskommentaren Lob und Anerkennung durch andere Gruppenmitglieder erfahren. Zusammenfassend lassen sich also mehrere Mechanismen benennen, die aufgrund der (anonymisierenden) CvK das Auftreten von Hate Speech fördern können. Die Verwendung des Konjunktivs ist an dieser Stelle (wie dargestellt) wichtig, denn es handelt sich nicht etwa um unumgängliche Regeln oder unveränderbare Mechanismen.

4 Pluralistische Ignoranz und Verantwortungsdiffusion hemmen Hilfeverhalten

Die Tatsache, dass Kommunikation in Internetforen meist den Charakter einer Gruppendiskussion mit vielen Diskutant*innen hat, begünstigt zudem eine Art Apathie,

wenn es darum geht, den Opfern von Hate Speech zu helfen. Dies wird oft mit dem Phänomen der pluralistischen Ignoranz erklärt: Demnach gibt es Momente, in denen nahezu jedes Mitglied einer (Diskussions-)Gruppe eine bestimmte Meinung oder ein konkretes Verhalten (z. B. Hate Speech) persönlich ablehnt, jedoch glaubt, dass alle anderen Gruppenmitglieder diese Meinung oder das Verhalten jeweils akzeptieren (Prentice & Miller, 1996). So kann jedes einzelne Gruppenmitglied zu der Einschätzung kommen „Die anderen scheinen dieses unsoziale Kommunikationsverhalten von Person X zu tolerieren“ und „Demnach ist es offenbar kein Problem und ich muss auch nichts dagegen unternehmen“. Im Zustand der pluralistischen Ignoranz interpretieren die Gruppenmitglieder ihr gegenseitiges Verhalten also falsch und nehmen an, diese Interpretation sei korrekt. In der Folge kann es – insbesondere wenn der Zustand pluralistischer Ignoranz länger andauert – zu einem falschen Normverständnis innerhalb der Gruppe kommen, sodass möglicherweise Verhaltensweisen akzeptiert werden, die ursprünglich abgelehnt wurden (Miller & Prentice, 1994).

Allein die pluralistische Ignoranz erklärt aber möglicherweise nicht, warum Mitglieder in Diskussionsforen bisweilen apathisch zuschauen, wenn jemand Opfer von Hate Speech wird. Dazu kann es jedoch kommen, wenn zusätzlich eine Form von Verantwortungsdiffusion entsteht: Im Wissen, dass man nicht nur selbst, sondern auch viele weitere Diskussionsteilnehmer*innen die Hassreden wahrnehmen, verteilt sich die gefühlte Verantwortung, dem Opfer zu Hilfe kommen zu müssen, auf viele Schultern. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass niemand Verantwortung übernimmt und dem Opfer zur Seite steht (Latané & Darley, 1970).

Damit einem Opfer von Hate Speech aus der Gruppe heraus geholfen wird, muss also Hate Speech zuerst einmal bemerkt werden (was in Onlineforen prinzipiell möglich ist – anders im Falle von privaten Mails, die nur das Opfer von Hate Speech erreichen); dann müssen Fehleinschätzungen der Situation im Sinne der pluralistischen Ignoranz vermieden oder korrigiert und es muss persönliche Verantwortung übernommen werden. Schließlich müssen die Gruppenmitglieder die Überzeugung haben, ausreichende Fähigkeiten und Möglichkeiten zu besitzen, um helfen zu können. Dafür notwendig sind entsprechende Maßnahmenkataloge und niedrigschwellige Handlungsoptionen (z. B. das Melden von Hate Speech an den oder die Betreiber*in eines Internetforums). Gleichzeitig sollte zudem die Gewissheit bestehen, dass das eigene Einschreiten die Situation nicht sogar verschlimmert oder man selbst dann Ziel von Hate Speech wird. Insgesamt zeigen sich also mehrere potentielle Hürden, die in gruppenbasierten Onlineforen und -diskussionen einer helfenden Unterstützung von Hate Speech-Opfern entgegenwirken. Es ist demnach zwar prinzipiell gut, dass Opfer von Hassreden viele potentielle Unterstützer*innen um sich versammelt haben – doch die Größe der Gruppe kann dazu führen, dass die Opfer am Ende doch eher alleine sind.

5 Die wahrgenommene Distanz zu Opfern von Hate Speech

Durchaus mag es prinzipiell leichter sein, beleidigende Äußerungen an Adressat*innen via Textnachricht zu übermitteln als von Angesicht zu Angesicht. Unterstützung für diese Annahme lässt sich leicht finden: In einem klassischen und kontrovers diskutierten Experiment untersuchte der Psychologe Stanley Milgram (1963) die Neigung von Menschen zu Gehorsam in Anwesenheit einer autoritären Person. Die ausschließlich männlichen Teilnehmer seines Experiments schlüpfen in die Rolle eines Lehrers und sollten entsprechend der Anweisungen eines autoritären Studienleiters einem vermeintlichen Schüler (dieser war in Wahrheit Komplize des Studienleiters) Elektroschocks verabreichen, wann immer dieser auf Fragen eines speziellen Wissenstests falsch antwortete. Dabei wurde die Intensität des Schocks (nicht tatsächlich aber für die Studienteilnehmer glaubhaft) mit jeder weiteren falschen Antwort erhöht – bis maximal 450 Volt. Erschreckenderweise gingen 65% der Studienteilnehmer bis zu diesem eigentlich tödlichen Wert. Bis heute wurden viele Variationen dieser Studie durchgeführt. Dabei zeigte sich, dass die Wahrscheinlichkeit, den Schüler mit bis zu 450 Volt für Falschantworten zu bestrafen, reduziert wird durch zunehmende physische Nähe zwischen Schüler*innen und Lehrer*innen, z. B. indem beide statt in separaten Räumen im gleichen Raum sitzen oder gar körperlichen Kontakt haben (Haslam et al., 2014). Offenbar hemmt reduzierte Anonymität durch das Erleben des Gegenübers als realen, fassbaren Menschen unsoziales oder gar verletzendes Verhalten. Als ein weiteres Beispiel sei auf Studien verwiesen, die zeigen, dass zwei Personen mit konkurrierenden Eigeninteressen mit höherer Wahrscheinlichkeit kooperieren, wenn sie während einer Verhandlungssituation das Gesicht des Gegenübers und damit nonverbale Reaktionen sehen können (z. B. Drolet & Morris, 2000). Kurzum, allgemein kann eine erhöhte soziale Anonymität die Hemmschwelle für unsoziales Verhalten senken, sodass eine rein textbasierte CvK im Internet das Aufkommen von Hate Speech begünstigen kann. Es ist somit auch denkbar, dass ein mögliches „Internet der Zukunft“ durch eine verstärkte Nutzung von Videotelefonie oder Virtual Reality-Begegnungen, in denen sich die Kommunikationspartner*innen gegenseitig sehen können, diesen kritischen Faktor wieder abschwächt.

6 Warum Hate Speech im Netz so resistent sein kann

Um abschließend zu verstehen, warum Hassreden im Internet so besonders resistent im Vergleich zu Hassreden außerhalb des Netzes sein können, bietet sich eine Analogie zu Theorien aus dem Bereich der Gesundheitspsychologie an (vgl. Schutz-motivationstheorie; Kaspar, 2015; Rogers, 1983): Eine zentrale Frage lautet, was Menschen generell dazu motiviert, Hassreden zu verbreiten und wie man diese Motivation senken kann. Es ist anzunehmen, dass Hassredner*innen bestimmte kog-

Die Akteur*innen

nitive Abwägungen treffen, wenngleich nicht zwangsläufig bewusst. Die Motivation, Hassreden zu verbreiten, mag sich aus zwei Prozessen speisen:

- Das Risiko, im Falle der Verbreitung von Hate Speech selbst negative Konsequenzen erfahren zu müssen, wird als gering eingeschätzt. Diese Einschätzung resultiert – und motiviert somit weitere Hassreden –, wenn Hassredner*innen zum einen die Belohnung, die sie sich durch das Verbreiten von Hate Speech erhoffen (z. B. Anerkennung durch die Gruppe), als relativ hoch einschätzen (Belohnungseinschätzung). Gerade im Internet mögen einige Personen zu dieser Einschätzung kommen, da viele potentielle Mitlesende von Hasskommentaren existieren. Zum anderen wird eine geringes Bedrohungsrisiko der eigenen Person wahrgenommen, wenn Hassredner*innen zu der Einschätzung kommen, dass es eher unwahrscheinlich ist, für das Verbreiten von Hassreden persönlich bestraft zu werden (Vulnerabilitätseinschätzung) und dass – selbst wenn sie bestraft werden würden – die zu erwartende Strafe eher mild ausfällt (Schwereeinschätzung). Dieses Einschätzungsmuster scheint durchaus verbreitet, da Anonymität (siehe oben) und die prinzipielle Freiheit des Internets den falschen Eindruck eines rechtsfreien Raumes schaffen könnten, in denen Hassredner*innen kaum „zu packen“ seien.
- Die Einschätzung, Hassreden weiterhin „gut“ verbreiten zu können. Zu dieser Einschätzung kommt es, wenn (potentielle) Hassredner*innen davon überzeugt sind, Hassreden effektiv verbreiten zu können (Selbsteffektivität) und diese dann auch den gewünschten Effekt haben (Handlungseffektivität), während dabei nur sehr geringe Kosten (Handlungskosten) anfallen. Gerade im Internet wird diese Einschätzung möglicherweise besonders begünstigt, da Hassreden sehr niedrigschwellig, meist effektiv und ohne große Mühen und Kosten verbreitet werden können – denn ein einfacher Post in einem Forum oder eine Mitteilung via Twitter sind schnell geschrieben und erreichen ihre Adressat*innen mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit.

Aus diesem Modell ergeben sich – um es positiv zu formulieren – aber auch direkt konkrete Ansatzpunkte für die Prävention und Bekämpfung von Hassreden, indem Maßnahmen getroffen werden, mit denen die oben skizzierten Einschätzungen verändert werden können. Es steht außer Frage, dass die durchaus intensiven Anstrengungen im Kampf gegen Hate Speech notwendig sind, um geeignete Präventions- und Interventionsstrategien aufzustellen. Denn sonst könnten zwei weitere Aspekte in Zukunft die Problemlage noch verschärfen: Zum einen vergisst das Internet nicht oder nur schlecht, wenn Inhalte wie Hassreden nicht gründlich gelöscht werden; d.h., Spuren von einstigem Hate Speech sind meist Jahre später noch sichtbar und

damit eine möglicherweise andauernde Belastung für die Opfer. Zum anderen könnten online eingeübte Verhaltensmuster im Rahmen von Hate Speech irgendwann auch in die Realität zurückwirken, wenn die einstige Onlinekommunikation (die durch die oben beschriebenen Eigenheiten des Internets besonderen Nährboden für Hate Speech bietet) in den „Offline-Alltag“ übertragen wird. Umso wichtiger ist es, Online Hate Speech zu attackieren und deutlich zu machen, dass dort die gleichen gesellschaftlichen (inklusive der rechtlichen) Spielregeln gelten wie offline.

Literaturangaben

- Christopherson, K. M. (2007). The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: "On the Internet, Nobody Knows You're a Dog". *Computers in Human Behavior*, 23, 3038-3056.
- Diener, E. (1980). Deindividuation: the absence of self-awareness and selfregulation in group members. In: P. B. Paulus (Hrsg.), *Psychology of group influence* (S. 209-242). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Drolet, A. L. & Morris, M. W. (2000). Rapport in conflict resolution: Accounting for how face-to-face contact fosters mutual cooperation in mixed-motive conflicts. *Journal of Experimental Social Psychology*, 36, 26-50.
- Haslam, N., Loughnan, S. & Perry, G. (2014). Meta-Milgram: an empirical synthesis of the obedience experiments. *PLoS ONE*, 9, e93927.
- Hayne, S. C. & Rice, R. E. (1997). Attribution accuracy when using anonymity in group support systems. *International Journal of Human-Computer Studies*, 47, 429-452.
- Kaspar, K. (2015). An embodiment perspective on protection motivation theory: Incidental weight sensations affect threat-appraisal, coping-appraisal, and protection motivation. *Studia Psychologica*, 57, 301-314.
- Kiesler, S., Siegel, J. & McGuire, T. W. (1984). Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist*, 39, 1123-1134.
- Latané, B. & Darley, J. M. (1970). *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 371-378.
- Miller, D. T. & Prentice, D. A. (1994). Collective errors and errors about the collective. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 541-541.

Die Akteur*innen

- Postmes, T., Spears, R., Sakhel, K. & De Groot, D. (2001). Social influence in computer-mediated communication: The effects of anonymity on group behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 1243-1254.
- Prentice, D. A. & Miller, D. T. (1996). Pluralistic ignorance and the perpetuation of social norms by unwitting actors. *Advances in Experimental Social Psychology*, 28, 161-209
- Reicher, S. D., Spears, R. & Postmes, T. (1995). A social identity model of deindividuation phenomena. *European Review of Social Psychology*, 6, 161-198.
- Rogers, R. W. (1983). Cognitive and physiological processes in fear-based attitude change: A revised theory of protection motivation. In: J. Cacioppo & R. Petty (Hrsg.), *Social psychophysiology: A sourcebook* (S. 153-176). New York, NY: Guilford.
- Rutter, D. R. (1984). *Looking and seeing: The role of visual communication in social interaction*. Chichester: Wiley.
- Walther, J. B. & D'Addario, K. P. (2001). The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication. *Social Science Computer Review*, 19, 324-347.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Lena Frischlich, Svenja Boberg und Thorsten Quandt*

Unmenschlicher Hass: Die Rolle von Empfehlungsalgorithmen und Social Bots für die Verbreitung von Cyberhate

Zunehmend treffen wir im Netz nicht mehr nur auf andere Menschen sondern auch auf nicht-menschliche Akteure. Empfehlungsalgorithmen können beeinflussen, auf welche Inhalte wir im Netz stoßen und sogenannte Social Bots können menschliches (Kommunikations-) Verhalten im Netz simulieren. Damit können Empfehlungsalgorithmen und Social Bots auch zur Verbreitung von Hate Speech und Cyberhate beitragen. Es sind aber letztlich immer noch Menschen, die entscheiden, wie sie mit den technischen Möglichkeiten und Inhalten im Netz umgehen.

1 Nicht-menschliche Akteure im Netz

Längst treffen wir im Netz nicht mehr nur auf andere Menschen, sondern interagieren auch mit nicht-menschlichen Akteuren. Das sind Programme, die, einmal gestartet, mehr oder weniger ohne menschliches Zutun beeinflussen, welche Inhalte uns zum Beispiel in sozialen Netzwerken¹ empfohlen werden oder die sogar direkt auf unsere Kommentare im Netz antworten. Neben positiven Inhalten können nicht-menschliche Akteure auch Hass gegen Individuen oder Gruppen, sogenannten *Cyberhate*, im Netz verbreiten. *Cyberhate* ist eine besondere Form von *Hate Speech*, bei welcher die digitalen Angriffe in der Regel strategisch geplant sind und langfristigen politischen, religiösen, oder rassistischen Zielen dienen sollen (Quandt & Festl, 2017). Es geht also weniger um spontane Aggression im Netz, sondern um den Versuch der gezielten Einflussnahme. Wie bei allen Formen von *Hate Speech* werden die Opfer auf Basis ihrer kollektiven Identität, zum Beispiel ihrer Ethnizität, ihres Geschlechts oder ihrer sexuellen Orientierung angegriffen, nicht aufgrund ihrer individuellen Merkmale (Silva, et al., 2016). Für diese Angriffe können auch nicht-menschliche Akteure eingesetzt werden.

Zwei technische Entwicklungen sind für das Verständnis nicht-menschlicher Akteure besonders wichtig: (1) die steigende Personalisierung dessen, was wir online zu sehen bekommen, (2) die zunehmende Verbreitung von Programmen, die menschliches (Kommunikation-)Verhalten simulieren können, sogenannte *Social Bots*.

Technisch gesehen basieren sowohl Personalisierung als auch Social Bots auf Algorithmen (Woolley & Howard, 2016). Algorithmen sind – etwas vereinfachend dargestellt – festgelegte Ereignisketten. Hierbei sind in der grundlegendsten Form Bedingungen für eine Ereigniskette festgelegt: „wenn a dann b“, „wenn nicht-a dann c“. Alle Prozesse, die in Computern oder Smartphones ablaufen, basieren letztlich auf Algorithmen (für eine populärwissenschaftliche Erklärung siehe Honerkamp, 2012).

2 Die Personalisierung des Internets: Filterblasen und Echo-Kammern

Einem der bekanntesten Algorithmen liegt Google zugrunde: PageRank entscheidet darüber, welche Suchergebnisse an welcher Stelle der Ergebnisliste angezeigt werden. Da die meisten Internetnutzer*innen nur den prominentesten Ergebnissen Aufmerksamkeit schenken (Guan, 2007; Holone, 2016), kann PageRank beeinflussen, wer welche Informationen sieht. Obwohl der genaue Aufbau des Google-Algorithmus Teil des Geschäftsgeheimnisses ist, weiß man, dass seit 2012 Suchergebnisse personalisiert werden, zum Beispiel je nach dem, von welchem Standort aus eine Suchanfrage gestartet wird (Hannak et al., 2013). Dabei spielt auch das individuelle Suchverhalten eine Rolle. Emmer und Strippel (2015) zeigen, dass nahezu 40 unterschiedlich „geranke“ Ergebnisseiten zustande kommen, wenn 40 Studierende mit ihren privaten Rechnern zum selben Zeitpunkt denselben Begriff googeln. Hannack et al. (2013) schätzen, dass wir bei Google in etwa 12% der Suchen personalisierte Suchergebnisse angezeigt bekommen.

Die Befürchtungen sind groß, dass solche Personalisierungen zu einer Fragmentierung des gesellschaftlichen Wissens beitragen könnte, da Menschen Informationen bevorzugen, die ihre Einstellungen unterstützen (Flaxman & Rao, 2016) und Gegenargumente als unangenehm erleben (Festinger, 1957; Fischer & Greitemeyer, 2010). Personalisierungen könnten diese Tendenz verstärken und uns helfen, das Netz zu unserer eigenen „Echo-Kammer“ zu machen (Sunstein, 2007) und die Welt durch eine Filter-Blase wahrzunehmen, in der alle Widersprüche herausgefiltert werden (Pariser, 2011). Studien zeigen jedoch, dass diese Filter-Blasen zu einem stärkeren Anteil selbstgewählt sind, als dass sie von Algorithmen bestimmt werden (Zuiderveen Borgeisus et al., 2016) – unangenehme Informationen werden aktiv vermieden.

Forscher*innen von Facebook selber geben an, dass die individuelle Facebook-Startseite mit den neuesten Ereignissen vor allem davon bestimmt wird, mit wem man bei Facebook befreundet ist. Menschen klicken zudem eher die Inhalte an, die zu ihren Einstellungen passen, als solche, die das nicht tun (Bakshy et al., 2015). Auch ob

ein Facebook-Post Fotos oder Videos enthält und ob es sich um einen neuen Freund handelt, erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass der Post auf der Startseite landet (Machill et al., 2014). Algorithmen haben also einen Einfluss auf das, was wir sehen, aber dieser Einfluss ist nicht so groß, wie es die Filter-Blasen-Metapher andeutet.

3 Die Antropomorphisierung des Internets: Social Bots

Algorithmen strukturieren nicht nur Inhalte im Netz, sondern sind auch in der Lage, in Form von Social Bots direkt mit anderen Internetnutzer*innen zu interagieren. Der Begriff ‚Bots‘ leitet sich von der Bezeichnung ‚Robot‘(er) ab, allerdings haben ‚Bots‘ keine physische Gestalt, sondern existieren nur digital. Bots übernehmen viele Aufgaben im Netz, vor allem Abläufe, bei denen derselbe Arbeitsschritt wieder und wieder ausgeführt werden muss. Ein Beispiel sind Bots, die ständig das Internet absuchen, Webseiten nach bestimmten Kriterien kennzeichnen und Suchmaschinen mit den Ergebnissen füttern, sogenannte *Webcrawler* (Lackens & Siepermann, 2016).

Als ‚Social‘ Bots werden Bots bezeichnet, die menschliches (Kommunikations-) Verhalten imitieren können. Social Bots können zum Beispiel bei Facebook Freundschaftsanfragen versenden (Boshmaf et al., 2011), bei Twitter anderen Accounts folgen, eigene Texte verbreiten (Abokhodair et al., 2015) oder Inhalte direkt aufs Smartphone liefern (für einen Pressebericht siehe Frank, 2016). Im Netz sind immer einfachere Anleitungen zum Betrieb eigener Bots zu finden (Kollanyi, 2016), wobei die Programmierer*innen sich die Schnittstellen zur Anwendungsprogrammierung (kurz APIs) von existierenden Plattformen wie etwa Facebook, Twitter, oder Instagram zu Nutze machen können (Woolley & Howard, 2016).

Social Bots können sehr praktisch sein, etwa, wenn sie uns bei Facebook Rezepte empfehlen (für einen Pressebericht siehe Sickert, 2016) oder uns die aktuellste Nachrichtenlage schicken (Larsson & Hallvard, 2015). Manche Bots sind bei Twitter auch recht einfach daran zu erkennen, dass sie in sehr regelmäßigen Abständen in Aktion treten, auch nachts twittern oder hunderte von Tweets pro Tag verbreiten (Howard & Kollanyi, 2016). Verdächtige Twitteraccounts kann man auf der (englischsprachigen) Seite BotOrNot testen lassen (Davis et al., 2016).

Nicht alle Bots sind einfach zu erkennen. Daher ist auch unklar, wie viele Bots es derzeit gibt. Wahrscheinlich wächst die Zahl aber. Drei Monate nach Veröffentlichung einer entsprechenden Plattform für Facebooks‘ Instant Messenger wurden mehr als 11.000 Bots programmiert (für einen Pressebericht siehe Newton, 2016). Zhang und Paxson (2011) schätzen, dass 2011 etwa 16% der Twitter-Kommunika-

tion von automatisierten Programmen betrieben wurde. Auch die Software, mit der man eine ganze Gruppe von Bots, eine sogenannte *Bot-Armee*, steuern kann, wird immer günstiger (Hegelich, 2016). Aber was hat das mit Cyberhate zu tun?

4 Algorithmen, Bots und Cyberhate

Sowohl Empfehlungsalgorithmen als auch Social Bots können neben positiven Inhalten auch Cyberhate verbreiten. Zum Beispiel zeigten O'Callaghan et al. (2015), dass der YouTube²-Empfehlungsalgorithmus Konsumenten islamfeindlicher Kanäle nahelegt, dass Ihnen auch Kanäle zur Überlegenheit der „weißen Rasse“ gefallen könnten. Auch Bots können statt Rezepten Hass verbreiten (Hegelich, 2016). Die Bots des selbsterklärten „Islamischen Staates“ verschickten beispielsweise 2014 mitunter tausende Tweets pro Tag (Berger & Morgan, 2015). Bei Wahlen twittern Bots bereits fleißig mit. Eine noch unveröffentlichte Studie von Howard et al. (für einen Pressebericht siehe Silva, 2016) geht davon aus, dass etwa 33% der Twitter-Accounts, die sich im US-Wahlkampf 2016 für Trump aussprachen, und 22% derjenigen, die Clinton unterstützten, Bots waren (siehe auch Ferrara im Interview mit KCBS, 2016). Howard (im Interview mit Dewey, 2016) zufolge verbreiteten die Pro-Trump-Bots dabei besonders häufig Verschwörungstheorien und Hass.

5 Welche Folgen kann das haben?

Bisher ist noch wenig über die tatsächliche Wirkung von Algorithmen und Social Bots auf die politische Meinungsbildung bekannt. Kommunikationspsychologische Studien sprechen aber dafür, dass Internetnutzer*innen auf verschiedenen Ebenen beeinflusst werden könnten. Toleranz kann dabei natürlich genauso verbreitet werden wie Hass.

Auf der gesamtgesellschaftlichen Makroebene könnten Empfehlungsalgorithmen und Social Bots das wahrgenommene Meinungsklima verzerren. Wenn Mediennutzer*innen hauptsächlich Inhalte konsumieren, die ihre Einstellungen unterstützen, schätzen sie diese Meinung eher als Mehrheitsmeinung ein (Tsfati et al., 2014), auch wenn es sich um radikale Inhalte handelt (Wojcieszak, 2008). Durch diese verzerrte Wahrnehmung steigt im Sinne einer Schweigespirale (Noelle-Neumann & Petersen, 2004) die Wahrscheinlichkeit, dass diejenigen, die sich als Mehrheit wahrnehmen, ihre Meinung auch kundtun, während die anderen lieber schweigen (Kwon et al., 2015; Neubaum & Krämer, 2016a, 2016b).

Auf der Mesebene gesellschaftlicher (Teil-)Gruppen könnte Hass im Netz gesellschaftliche Polarisierungen begünstigen. Leser*innen, die „unzivilisierte“ On-

line-Kommentare lasen, schätzten hinterher die Meinung der Bevölkerung zu diesem Thema als stärker polarisiert ein (Hwang et al., 2014). Menschen, die sich als Gruppe stärker diskriminiert fühlen, stehen der Gesellschaft ablehnender gegenüber (Lyons-Padilla et al., 2015).

Auf der Mikroebene der einzelnen Internetnutzer*innen könnten Social Bots Vorurteile fördern. Studien zeigen, dass Personen, die einstimmig negative Kommentare über ethnische Gruppen unter Zeitungsartikeln lasen (Hsueh et al., 2015) oder ausländerfeindlichen Wahlplakaten ausgesetzt waren, mehr Vorurteile berichteten. Personen, die hingegen nur wenige ausländerfeindliche Plakate sahen, reagierten vor allem mit innerer Ablehnung auf die Hassbotschaften (Arendt, 2015).

6 Fazit: Nicht menschliche Akteure können Hass verbreiten, aber Menschen entscheiden, wie sie mit den technischen Entwicklungen umgehen

Zusammengefasst spielen Algorithmen und Social Bots eine zunehmend wichtige Rolle im Netz. Welche Inhalte Algorithmen bevorzugen oder Bots verbreiten, hängt von ihren Programmierer*innen, aber auch vom Verhalten der Internetnutzer*innen ab. Vielen sind die Personalisierung der Internetinhalte und die Auswirkungen ihres eigenen Verhaltens bisher nicht bewusst (Tufekci, 2014). Hier sind medienpädagogische Ansätze und letztlich Erfahrungen mit den neuen Technologien gefragt.

Jede*r Einzelne kann aber gezielt die Durchlässigkeit der eigenen Filterblase fördern, indem man bewusst versucht, auch Inhalte außerhalb der eigenen Blase und gegensätzliche Meinungen wahrzunehmen. Bei Hass im Netz hilft es, sich vor Augen führen, dass nur ein sehr kleiner Teil der Internetnutzer*innen für einen Großteil der feindseligen Inhalte verantwortlich sein kann (Hegelich & Janetzko, 2016; Howard & Kollanyi, 2016) – und mancher Hass ist eben unmenschlich.

Literaturangaben

Abokhodair, N., Yoo, D. & McDonald, D. W. (2015). Dissecting a Social Botnet Growth, Content and Influence in Twitter. *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing – CSCW '15*, 839-851.

Arendt, F. (2015). Effects of right-wing populist political advertising. *Journal of Media Psychology*, 27, 178-189.

Die Akteur*innen

- Bakshy, E., Messing, S. & Adamic, L. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348, 1130-1132.
- Berger, J. M., & Morgan, J. (2015). *The ISIS twitter census*. Center for Middle East Policy at Brookings. Washington, DC, USA.
- Boshmaf, Y., Muslukhov, I., Beznosov, K. & Ripeanu, M. (2011). The socialbot network: when bots socialize for fame and money. *Proceedings of the 27th Annual Computer Security Applications Conference 2011*, 273-274.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Davis, C. A., Varol, O., Ferrara, E., Flammini, A. & Menczer, F. (2016). BotORNot: A System to evaluate social bots. *WWW'16 Companion*, 273-274.
- Dewey, C. (2016, October 19). One in four debate tweets comes from a bot. Here's how to spot them. *The Washington Post* (S. 1-5.). Washington, DC, USA.
- Emmer, M. & Strippel, C. (2015). Stichprobenziehung für Online-Inhaltsanalysen: Suchmaschinen und Filter Bubbles. In: A. Maireder, J. Ausserhofer, C. Schumann & M. Taddicken (Hrsg.), *Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 275–300). Berlin: Gesis.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, USA: Stanford University Press.
- Fischer, P. & Greitemeyer, T. (2010). A new look at selective-exposure effects: An integrative model. *Current Directions in Psychological Science*, 19, 384-389.
- Flaxman, S. R. & Rao, J. M. (2016). Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80, 298-320.
- Frank, B. (2016). So basteln Sie einen faustischen Chatbot. *Spiegel online*. Abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/sequel-so-basteln-sie-einen-faustischen-chatbot-a-1102684.html> (zuletzt 26.12.2016).
- Guan, Z. (2007). An eye tracking study of the effect of target rank on web search. *Proceedings of the Sigchi Conference on Human Factors in Computing Systems 2007*, 417-420.
- Hannak, A., Sapiezynski, P., Kahkhki, A. M., Krishnamurthy, B., Lazer, D., Mislove, A. & Wilson, C. (2013). Measuring personalization of web search. *WWW '13 Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web*, 527-537.
- Hegelich, S. (2016). Invasion der Meinungs-Roboter. *Analysen & Argumente. Konrad-Adenauer-Stiftung*, 221, 2-9.
- Hegelich, S. & Janetzko, D. (2016). Are social bots on twitter political actors= Empirical evidence from a Ukrainian social botnet. *Proceedings of the tenth International AAAI Conference on Web and Social Media*, 579-582.

- Holone, H. (2016). The filter bubble and its effect on online personal health information. *Croatian Medical Journal*, 57, 298-301.
- Honerkamp, C. (2012). Was ist ein Algorithmus. In: Die Natur der Naturwissenschaften: Ansichten eines Physikers. [Blog post]. *Spektrum.de | Scilogs*. Abrufbar unter <http://scilogs.spektrum.de/die-natur-der-naturwissenschaft/was-ist-ein-algorithmus> (zuletzt 15.01.2017).
- Howard, P. N. & Kollanyi, B. (2016). *Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational propaganda during the UK-EU referendum*. Oxford, UK. Abrufbar unter: <https://arxiv.org/abs/1606.06356> (zuletzt 15.01.2017).
- Hsueh, M., Yogeewaran, K. & Malinen, S. (2015). "Leave your comment below": Can biased online comments influence our own prejudicial attitudes and behaviors? *Human Communication Research*, 41, 557-576.
- Hwang, H., Kim, Y. & Huh, C. U. (2014). Seeing is believing: Effects of uncivil online debate on political polarization and expectations of deliberation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58, 621-633.
- KCBS. (2016, November 7). Social Media "Bots" working to influence U.S. election. [Radio Interview] KCBS. San Francisco, California. Abrufbar unter: <http://sanfrancisco.cbslocal.com/2016/11/07/social-media-bots-working-to-influence-u-s-election/> (zuletzt 15.01.2017)
- Kollanyi, B. (2016). Where do bots come from ? An analysis of bot codes shared on GitHub. *International Journal of Communication*, 10, 4932-4951.
- Kwon, K. H., Moon, S.-I. & Stefanone, M. a. (2015). Unspeaking on Facebook? Testing network effects on self-censorship of political expressions in social network sites. *Quality & Quantity*, 49, 1417-1435.
- Lackens, R. & Siepermann, M. (2016). Roboter, online im Internet. Gabler Wirtschaftslexikon online. Abrufbar unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/75658/roboter-v10.html> (zuletzt 15.01.2017).
- Larsson, A. O. & Hallvard, M. (2015). Bots or journalists? News sharing on Twitter. *Communications*, 40, 361-370.
- Lyons-Padilla, S., Gelfand, M. J., Mirahmadi, H., Farooq, M. & van Egmond, M. (2015). Belonging nowhere: Marginalization & radicalization risk among Muslim Immigrants. *Behavioral Science and Policy*, 1, 1-12.
- Machill, M., Beiler, M. & Krüger, U. (2014). *Das neue Gesicht der Öffentlichkeit: Wie Facebook und andere soziale Netzwerke die Meinungsbildung verändern*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien.

Die Akteur*innen

- Neubaum, G. & Krämer, N. C. (2016a). Monitoring the Opinion of the Crowd: Psychological Mechanisms Underlying Public Opinion Perceptions on Social Media. *Media Psychology*, 1-30.
- Neubaum, G., & Krämer, N. C. (2016b). What do we fear? Expected sanctions for expressing minority opinions in offline and online communication. *Communication Research*, 1-26.
- Newton, C. (2016, July 1). There are now more than 11,000 bots on Facebook Messenger. The Verge.com. Abrufbar unter: <http://www.theverge.com/2016/7/1/12072456/facebook-messenger-bot-growth> (zuletzt 15.01.2017).
- Noelle-Neumann, E. & Petersen, T. (2004). The spiral of silence and the social nature of man. In: L. L. Kaid (Hrsg.), *Handbook of Political Communication Research*. Mahwah, New Jersey: USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- O'Callaghan, D., Greene, D., Conway, M., Carthy, J. & Cunningham, P. (2015). Down the (White) rabbit hole: The extreme right and online recommender systems. *Social Science Computer Review*, 33, 459-478.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. New York, USA: The Penguin Press.
- Quandt, T., & Festl, R. (2017) Cyberhate. In: Rössler, P., Hoffner, C. A., & van Zoonen, L. (Hrsg.), *International Encyclopedia of Media Effects* (S. 8). New Jersey, USA: Wiley.
- Sickert, T. (2016). Chatbots: Diese Roboter organisieren ihre Freizeit. *Spiegel online*. Abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-bots-geben-tipps-fuer-ihre-freizeit-a-1099402.html> (zuletzt: 26.12.2016)
- Silva, L., Mondal, M., Correa, D., Benevenuto, F., & Weber, I. (2016). Analyzing the targets of hate in online social media. Cornell University Library, (June). Abrufbar unter: <http://arxiv.org/abs/1603.07709> (zuletzt 19.01.2017)
- Silva, S. (2016). Trump's Twitter debate lead was "swelled by bots". Abrufbar unter: <http://www.bbc.com/news/technology-37684418> (zuletzt 26.12.2016)
- Sunstein, C. R. (2007). *Republic.com 2.0: Revenge of the blogs*. Princeton, USA: Princeton University Press.
- Tsfati, Y., Stroud, N. J. & Chotiner, A. (2014). Exposure to ideological news and perceived opinion climate: Testing the media effects component of spiral-of-silence in a fragmented media landscape. *The International Journal of Press/Politics*, 19, 3-23.
- Tufekci, Z. (2014). Engineering the public: Big data, surveillance and computational politics. *First Monday*, 19, 1-9.
- Walther, J. B. & Jang, J.-W. (2012). Communication processes in participatory websites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18, 2-15.

- We Are Social. (2014). Global digital statistics. Abrufbar unter: <http://wearesocial.com/uk/special-reports/social-digital-mobile-worldwide-2014> (zuletzt 15.01.2017)
- Wojcieszak, M. (2008). False consensus goes online impact of ideologically homogeneous groups on false consensus. *Public Opinion Quarterly*, 72, 781-791.
- Woolley, S. C. & Howard, P. N. (2016). Political communication, computational propaganda, and autonomous agents. *International Journal of Communication*, 10, 4882-4890.
- Zhang, C. M., & Paxson, V. (2011). Detecting and analyzing automated activity on Twitter. *PAM 2011, LNCS 6579* (S. 102–111). Berlin, Germany: Springer.
- Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., de Vreese, C. H. & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5, 1-16.

Anmerkungen

- * Die Arbeit der Autor*innen wird durch Forschungsgelder des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen des Forschungsprojektes „PropStop: Erkennen, Nachweisen und Bekämpfen verdeckter Propaganda-Angriffe über Online Medien“ (www.Propstop.de) gefördert.
- ¹ Soziale Netzwerke sind internet-basierte Angebote in denen Nutzer*innen ein (mehr oder weniger) öffentliches Profil anlegen, Verbindungen mit anderen Profilen angeben und diese Verbindungen sehen und nutzen können um das Netz zu durchqueren (Boyd & Ellison, 2007). Die Inhalte der Profilinhaber*innen werden zusammen mit den Inhalten anderer Nutzer*innen angezeigt, es sind *partizipative* Angebote (Walther & Jang, 2012). Das derzeit mitgliederstärkste Soziale Netzwerk ist Facebook (We Are Social, 2014).
- ² YouTube ist ein Video-Blogging Angebot. Nutzer*innen können eigene Kanäle betreiben auf denen sie Videos hochladen, gezielt andere Kanäle abonnieren oder Videos suchen. Jedes Profil entspricht einem Kanal. Die einzelnen Videos werden zusammen mit den bisherigen Nutzungsstatistiken (Anzahl der Zuschauer*innen und Likes) und Empfehlungen weiterer Videos angezeigt.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Anna-Mareike Krause

Die wütenden Bürger*innen

*Private Verfasser*innen von Hasskommentaren haben eine Gemeinsamkeit: Sie nutzen digitale Diskussionsräume, um gegen die liberale Gesellschaft anzuschreiben.*

1 Wer sind die Hasskommentator*innen und was wollen sie?

Wenn man über die Verfasser*innen von Hasskommentaren spricht, ist es wichtig zu verstehen, dass diese keine homogene Gruppe sind. So, wie es bei den organisierten Netzhetzer*innen grob zwei verschiedene Gruppen gibt – zum einen die, die aus materiellen Gründen eine bestimmte Art von Kommentar verfassen, zum anderen die, die mit einem politischen Motiv in einer Gruppe organisiert sind, wie beispielsweise inzwischen Pegida-Anhänger*innen – so gilt dies auch für diejenigen, die individuell kommentieren.

Die nicht organisierten Verfasser*innen von Hasskommentaren können in zwei Typen unterschieden werden: Da ist zum einen der klassische Troll, dem es insbesondere darum geht, Aufmerksamkeit zu generieren, und der dies als intellektuelle Herausforderung sieht. Dafür verwenden Trolle unterschiedliche Techniken; die typischste ist, einen provokativen Kommentar zu schreiben und auf Reaktionen zu hoffen. Diese Techniken können für andere Nutzer*innen verletzend sein. Ein kleiner Teil dieser Trolle zeigt sogar klassische sadistische Merkmale (Buckels et al., 2014).

Die primäre Motivation der Vertreter*innen dieses Typus ist aber keine politische, wengleich die Provokationen auch zu politischen Themen stattfinden und etliche Trolle sich systematisch Frauen als Ziel wählen.

Über Jahre war dies die bestimmende Gruppe in Forendiskussion. Strategien im Umgang mit Onlinediskursen orientierten sich an diesem Typus und resultierten in dem Ratschlag “Don’t feed the troll“, also die Empfehlung, den Troll nicht in die Schranken zu weisen, um auf seine Provokation nicht zu reagieren. So entwickelten viele Foren und Communities die Strategie, möglichst wenig in Diskussionen einzugreifen. Einzelne Foren auch größerer Medienmarken waren teils über Stunden unbeobachtet, weil zum Beispiel nachts keine Forumsmoderation stattfand, die Kommentarfunktion aber auch nicht deaktiviert wurde, wie beispielsweise bei welt.de.

Die Akteur*innen

Diese Bedingungen waren günstig, damit sich der andere Typ des individuellen Hasskommentators entwickeln konnte. Dieser hat politische Motive; die österreichische Journalistin und Netzexpertin Ingrid Brodnig bezeichnet ihn als „Glaubenskrieger“ (Brodnig, 2016). Solche Nutzer*innen sind in einer eigenen politischen Mission unterwegs und vertreten diese in sozialen Netzwerken.

„[Diese Gruppe] sieht sich in einem Informationskrieg und in ihrem Weltbild so sehr im Recht, dass sie bereit ist, ethische Grenzen zu überschreiten. Das erleben wir beispielsweise in der Flüchtlingsdebatte. Hier sind sehr viele User so extrem von ihrer eigenen Wahrheit eingenommen, dass man sie mit Argumenten kaum noch erreicht.“ (Brodnig, im Interview mit Schmidt & Gallery, 2016)

Der öffentliche Fokus bei der Wahrnehmung störender Kommentare hat sich in den vergangenen drei Jahren auf diese Gruppe verschoben. Während zuvor die klassischen Trolle als hauptsächlich Forenstörer*innen gesehen wurden, sind es inzwischen die sogenannten Glaubenskrieger*innen, die heute als problematisch wahrgenommen werden.

Die „Glaubenskrieger*innen“ mit einer politischen Mission haben eine Schlagkraft entwickelt, die weit über den digitalen Raum hinausreicht. Der Hamburger Politikberater Martin Fuchs, der die Auftritte und Strategien von Politiker*innen in sozialen Netzwerken beobachtet, meint, „Ohne Facebook gäbe es Pegida nicht.“ (Brodnig, 2015). Tatsächlich liegt der Ursprung von Pegida in einer von Lutz Bachmann gegründeten Facebook-Gruppe, aus der heraus sich die Demonstrationen der Gruppierung organisierten (Wolf et al., 2014).

Eine große Mehrheit dieser Nutzer*innengruppe vertritt autoritäre Positionen. Es vereint sie, dass sie Einwanderung aus bestimmten Kulturkreisen ablehnen, dass sie grundsätzlich eher pro-Putin und antiamerikanisch eingestellt sind. Diese Nutzer*innengruppe will Homosexuellen nur begrenzt rechtliche Angleichung zugestehen, ebenso spielt Antifeminismus als gemeinsame Klammer eine relevante Rolle bei der Radikalisierung der neuen Rechten (Zick et al., 2016). Das zeigt sich ebenfalls in der Radikalisierung der Forumsdiskussionen. Außerdem vereint diesen Nutzertypus ein hohes Misstrauen gegenüber den seriösen Medien.

Neu sind diese Positionen bei einem Teil der Gesellschaft nicht. Wie Decker und Kollegen (2016) zeigten, schwankt seit 2002 der Teil der Bevölkerung, der fremdenfeindlichen Positionen zustimmt, zwischen Werten um 20 Prozent. Im Jahr 2016 war dieser Wert der zweitniedrigste seit 2002. Allerdings sind bestimmte Gruppen stärker von Vorurteilen betroffen: Muslime, Asylsuchende, Sinti und Roma. Und: Ein

Teil der Bevölkerung hat sich in den vergangenen zehn Jahren radikalisiert, insbesondere das sogenannte rebellisch-autoritäre Milieu ist, anders als im Jahr 2006, bereit, Gewalt selbst anzuwenden. Diese gestiegene Gewaltbereitschaft spiegelt sich in den sozialen Netzwerken wider.

2 Der Kommentarkrieg war da, bevor er in die Foren der Nachrichtenhäuser fand

Das, was in den vergangenen Jahren Journalist*innen, ob in den Community-Redaktionen oder in den Chefredaktionen, regelrecht schockiert, ist nicht die gestiegene Anzahl der Kommentare, sondern meist deren radikalisierte Inhalt. Dabei ist der Hass an sich nicht neu. Am 23. Februar 2010 schrieb die feministische Bloggerin Anna Berg unter der Überschrift „Ihr durchtriebenen miesen Fotzen“:

„Wo ein Fotzen-Kommentar ist, da lauern auch noch andere und gerade zu nächstlicher Stunde fallen die Hemmungen besonders schnell. Als ich begann, im Internet feministische Texte zu veröffentlichen, war mir nicht klar, welcher Hass Frauen und Feministinnen im Netz an manchen Stellen entgegen schlägt.“ (Berg, 2010)

Feministische Blogs waren, anders als die Foren und Communities großer Medienseiten, in den Jahren seit 2008 bereits von Hasskommentaren von „Glaubenskriegern“ betroffen. Den Kommentatoren ging es nicht um Aufmerksamkeit, wie den klassischen Trollen. Sondern in ihren Kommentaren zeigte sich eine politische Mission.

Als Reaktion auf die wachsende Zahl menschenverachtender oder demütigender Kommentare gründete die Soziologin und Politikwissenschaftlerin Kathrin Ganz zusammen mit anderen feministischen Bloggerinnen die Plattform *hatr.org*, um all diejenigen Hasskommentare, die sie zunehmend erhielten, zwar auf den eigenen Blogs nicht freizuschalten, aber öffentlich zu dokumentieren. Beispiele solcher Hasskommentare waren:

„Du bist nichts weiter als ne dumme Schlampe die mit ihrer Armee aus Kommentarnutzen ihre Gehirnkotze in die Blogs pisst. Geh lieber mal arbeiten du Scheißvieh!“ (User „Gipsnacken“, 7.4.2011)

„Scheiss Transkinder! Ich würde die vor alle Leute stellen, und den schwulen Jung den Rock heben, das man ihr Teil sieht, dann würde ich für sie Auschwitz

wieder aufmachen und sie alle vergasen!!!!!!!!!!!!!!“ (User „Transficker“, 5.5.2011)

„Stelle Dir einmal vor...Du wirst richtig nett fixiert....und dann bekommst Du ein Rohr in Dein stinkendes Arschloch geschoben, 5 cm breit und richtig schön tief rein in das Gekröse.... Das Rohr endet in einem Käfig und darin befindet sich eine dicke, fette RATTE... Und nun wird unter dem Käfig Feuer gemacht und die Ratte kriegt einen heissen Arsch und kriecht in Deine Pupsmulde.... Tja...und irgendwann will sie halt wieder ans Tageslicht, die Ratte....und frisst sich durch Deinen fauligen Bauch...“ (User “anonymous“, 8.4.2011)

Besonders in den Kommentarbereichen von Blogs, die sich mit gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit, Frauen- oder Homosexuellenrechten beschäftigten, waren Hasskommentare von „Glaubenskriegern“ schon längst Alltag.

3 Fazit

Im Jahr 2011 dominierten aus Russland bezahlte Trolle¹ noch nicht die deutschsprachigen digitalen Diskursräume und vor der Gründung von Pegida oder AfD waren deren Anhänger noch nicht in sozialen Netzwerken vernetzt. Zwar tauschten einzelne antifeministische Kommentatoren sich über Twitter aus. Doch die bereits damals aktiven Verfasser von Hasskommentaren waren überwiegend männliche Einzelkämpfer.

Verändert hat sich aber in den vergangenen Jahren, dass diese Art der Kommentare sich nicht mehr nur gegen feministische oder antirassistische Bloggerinnen richten, sondern gegen Medienhäuser, gegen Politikerinnen und Politiker aus dem Spektrum der Mitte. Aber immer noch sind manche Bevölkerungsgruppen stärker von digitalem Hass betroffen als andere. Die britische Zeitung “The Guardian“ veröffentlicht im April 2016 das Ergebnis einer Auswertung aller 70 Millionen Kommentare, die seit 2006 auf der Seite geschrieben wurden. Von den zehn am meisten beleidigten Guardian-Autor*innen und Redakteur*innen waren acht Frauen, die beiden Männer waren schwarz (Gardiner et al., 2016).

Die digitalen Glaubenskrieger (und zunehmend, aber noch seltener, auch Glaubenskriegerinnen) richten sich meist nicht gegen eine bestimmte Politik oder Berichterstattung, sondern gegen eine liberale Gesellschaft, in der Frauen, nicht-weiße und homo- oder transsexuelle selbstverständlich die öffentliche Meinung mit prägen. Ziel der Glaubenskrieger ist nicht ihr Gegenüber von einer Position zu überzeugen, sondern sein Opfer daran zu hindern, am öffentlichen Diskurs teilzunehmen.

Literaturangaben

- Berg, A. (2010). Ihr durchtriebenen miesen Fotzen. Abrufbar unter: <http://maedchenmannschaft.net/ihr-durchtriebenen-miesen-fotzen/> (zuletzt 19.01.2017)
- Brodnig, I. (2015). Wirr ist das Volk: Die digitale Parallelwelt der Pegida-Anhänger. Abrufbar unter: <http://www.profil.at/oesterreich/wirr-volk-parallelwelt-pegida-anhaenger-549170> (zuletzt 10.01.2017)
- Brodnig, I. (2016). *Hass im Netz. Was wir gegen Mobbing, Lügen und Hetze tun können*. Wien/München: Brandstätter Verlag.
- Buckels, E. E., Trapnell, P. D. & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*, 67, 97-102.
- Decker, O., Kiess, J. & Brähler, E. (2016). *Die enthemmte Mitte – Autoritäre und rechtsextreme Einstellung in Deutschland*. Leipzig: Prosozial Verlag.
- Gardiner, B., Mansfield, M., Anderson, I., Holder, J., Louter, D. & Ulmanu, M. (2016). The dark side of Guardian comments. Abrufbar unter: <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/12/the-dark-side-of-guardian-comments> (zuletzt 19.01.2017)
- Schmidt, D. & Gallery, H. (2016). Dass man online ausrastet, ist vielleicht das Natürlichste der Welt. Abrufbar unter: <http://www.zeit.de/gesellschaft/2016-04/brodnig-hass-im-netz> (zuletzt 19.01.2017)
- Wolf, U., Schneider, A. & Wolf, T. (2014). Pegida – wie alles begann. Abrufbar unter: <http://www.sz-online.de/nachrichten/pegida-wie-alles-begann-3224543.html> (zuletzt 19.01.2017)
- Zick, A., Küpper, B. & Krause, D. (2016). *Gespaltene Mitte, Feindselige Zustände – rechts-extreme Einstellungen in Deutschland 2016*. Bonn: Dietz.

Anmerkung

- ¹ vgl. unter anderem: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/russische-trollfabrik-eine-insiderin-berichtet-a-1036139.html> (zuletzt 19.10.2017)



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Online Hate Speech in unterschiedlichen Bereichen

Marta Orosz

Organisierter Hass im Internet? Fallbeispiel MH17 Recherche

*Während sich die Existenz politischer Propagandareaktionen im Ausland nicht ohne Weiteres nachweisen lassen, machen investigativ arbeitende Journalist*innen auch hierzulande spezielle Erfahrungen bei bestimmten Themen – nicht nur mit Trollen, sondern mit den Repräsentant*innen einschlägiger Medienformate, die sich vor allem online verbreiten. Ein persönlicher Erfahrungsbericht am Fallbeispiel der mehrfach preisgekrönten MH17 Recherche vom Recherchezentrum correctiv.org.*

1 Hassobjekt

Eine groß angelegte CORRECTIV-Recherche¹ ergibt Anfang 2015: Russland steht wahrscheinlich hinter dem Abschuss des Passagierflugzeuges MH17. Es war offenbar eine BUK-Rakete, die die Maschine über der Ostukraine vom Himmel holte – in Stellung gebracht von Soldat*innen der 53. russischen Luftverteidigungsbrigade aus Kursk, die sich ohne Hoheitszeichen auf ukrainischem Gebiet befanden, um russische Panzerverbände zu schützen. Ein mutmaßliches Kriegsverbrechen, bei dem 289 unbeteiligte Menschen starben.

Recherchen anderer Medien folgen und bestätigen das Ergebnis.² Am 13. Oktober 2015 wird der offizielle Untersuchungsbericht des niederländischen Sicherheitsrates veröffentlicht.³ Auch er bestätigt, was unsere Kollegen Marcus Bensmann und David Crawford herausgefunden haben: der Flug MH17 wurde von einer BUK abgeschossen.

Den deutschen Putin-Sympathisant*innen passt das ganz und gar nicht. Seit Veröffentlichung der Story „MH17 – Auf der Suche nach der Wahrheit“ wird die Correctiv-Redaktion überschüttet mit Hasskommentaren, Beleidigungen und unflätigen Emails. Hier einige der harmloseren:

Uwe Schaertl: „Verlogenes fettes Schwein. Volksverhetzer. Solche typen gehören in den Knast wegen Volksverhetzung und Kriegstreiberei.“

Gizzer553: „wenn der 3. WK ausbricht google ich Benzmanns Adresse um in mal freundlichst zu besuchen und diesem Fettsack einen Kuchen zu spendieren! Den frisst er dann aber in einem Stück!“

MrPischti: „Marcus Bensmann, wir finden dich, du verlodene Null!“

Thomas Gutmann: „Was für ein Lügennest ‚CORRECTIV‘ gehört abgeschafft.“

Otto Stierlitz: „Auf seine Zunge sind 200.000 Euro ausgelobt. (vk.com) Eine Praktik aus den Neunzigern in Rußland. Ich würde an eure Sicherheit denken, statt plumpe Lügen zu verbreiten.. sonst heisst es doch bald: Je suis Correctiv.“

ApTyp: „Diese Nazi-Schreiberlinge müssen bestraft werden!“

2 Trolle unter uns

Aber es kommt noch besser: Am Nachmittag des 2. August 2016 machen sich zwei Männer auf, uns einen Besuch abzustatten, in unserer Redaktion in Berlin-Mitte.

Der CORRECTIV-Newsroom befindet sich in einem ehemaligen Fabrikgebäude, über einem Hostel. Bis zu jenem Tag haben wir unsere Besucher*innen eigentlich nie genauer in Augenschein genommen. An manchen Tagen kommen Gäste fast im Stundentakt. Sicherheitskontrollen? Gesichtskontrollen? Erhöhte Vorsichtsmaßnahmen? Bis dahin unbekannt.

An jenem Sommertag stehen zwei Männer vor der Tür und klingeln. Unsere Sekretärin öffnet. Die beiden geben vor, sie wollten zu Marcus Bensmann. Was die Sekretärin übersieht: Die beiden Männer haben, an einem Selfie-Stick befestigt, eine Kamera dabei, die die ganze Zeit läuft.

Sie bittet die beiden herein, sagt ihnen, sie mögen bitte vor dem Empfangstresen warten, und geht nach hinten, um Marcus Bensmann zu holen – nicht wissend, dass er zu dem Zeitpunkt nicht in der Redaktion ist.

Als sie zurückkommt, um den Männern zu sagen, Marcus sei nicht da, weigern sich die beiden zu gehen. Einer, ein aggressiver Glatzkopf, beginnt auf Englisch zu zetern: Warum lügt ihr? Warum verbreitet ihr Lügen über MH17? Und weiter, auf Deutsch: Correctiv ist Lügenpresse.

Es fallen die bekannten Parolen und Ausdrücke, mit denen die Redaktion seit der Veröffentlichung der MH17-Recherche immer wieder konfrontiert ist. Neu ist, dass

die Trolle, wie man die Verfasser destruktiver Forenbeiträge im Internet ja nennt, sich nun in die reale Welt begeben.

Die beiden Männer sind aber nicht irgendwelche Leser mit einer abweichenden Meinung, wie wir wenig später herausfinden. Es sind pro-russische Aktivisten, deren Mission es ist, gezielt Propaganda zu verbreiten. Seit langem bezichtigen sie uns der Lüge, wollen Zweifel an unseren Recherchen sähen und so deren Ergebnisse vernebeln, bis alles relativ ist. Und damit ihrer eigenen, konstruierten Version der Geschichte den Boden bereiten.

Aber die Rechercheergebnisse von Marcus Bensmann und David Crawford über den Abschuss von MH17 über der Ostukraine am 17. Juli 2014 stehen nicht in Frage. Vielmehr erhielt diese Recherche große internationale Anerkennung: Sie wurde für den Deutschen Reporterpreis und den Henri Nannen Preis nominiert und ausgezeichnet mit dem Grimme Online Award sowie dem Deutsch-Französischen Journalistenpreis. Die Geschichte erschien in veränderter Fassung im „Spiegel“, etliche internationale Medien haben sie übernommen. Marcus Bensmann war einer der ersten Reporter, der in jenes Dorf reiste, von dem aus die BUK-Rakete abgefeuert wurde – ein Dorf im Gebiet der prorussischen Separatisten. Er fand dort Augenzeugen, die ihm – auf Tondokumenten belegt – schilderten, wie die Rakete von einem nahegelegenen Feld abgefeuert wurde und wie das Passagierflugzeug kurz darauf einige Kilometer entfernt zu Boden stürzte.

Verständlich, dass Putin & Co. diese Rechercheergebnisse nicht passten, da sie dadurch in den Kreis der Schuldigen für die Katastrophe rückten. Die russische Regierung hat von Beginn an versucht, der Ukraine die Schuld an dem Abschuss in die Schuhe zu schieben. Doch das prorussische Narrativ erwies sich schnell als Manipulation, gestützt auf zum Teil gefälschten Beweisen.⁴

Also konzentriert sich die vom Kreml gesteuerte Kommunikationsstrategie fortan auf die Relativierung, Diskreditierung und Diffamierung unserer Recherche – und ihrer Autor*innen. Beim deutschen Ableger von Russia Today etwa. Auf Internet-Seiten, durch Blogger*innen und Kommentator*innen, die im Netz durch ihre unkritische Sympathie gegenüber der russischen Regierung auffallen.

3 Selbst ernannte „Reporter“

Wer sind die beiden ungebetenen Besucher, die seinerzeit von den Männern in der CORRECTIV-Redaktion aus dem Büro gedrängt werden müssen – und die dann, als die Polizei anrückt, die Beine in die Hand nehmen und davonrennen?

Sie nennen sich Graham William Phillips und Billy Six. Ersterer ist Brite. Er hat Russland-freundliche Berichte aus der Ost-Ukraine geliefert, seit dort der Krieg ausgebrochen ist⁵. Zu seinen Abnehmer*innen gehört der russische Auslandssender Russia Today. Phillips betont in seinen Videos gebetsmühlenartig die Schuld der Ukraine am dortigen Bürgerkrieg und beklagt, wie tendenziös westliche Medien über Russlands Rolle in der Ukraine berichten.

Begleitet wurde Graham von einem schwächlichen, schüchtern wirkenden Deutschen, der sich Billy Six nennt. Wer ihn googelt, stößt auf eine Website, auf der er seine Dienste als Finanzberater⁶ anpreist; außerdem behauptet er, Reporter zu sein. Er wolle „aufklärerisch“ gegen die „Mainstream-Medien“ arbeiten.⁷ Unter anderem berichtet Six über den syrischen Bürgerkrieg, unter anderem in der rechtsextremen Zeitung „Junge Freiheit“⁸. Er ist als Redner bei einer AfD-Veranstaltung zu Gast und lässt sich gern mit Pegida-Chef Lutz Bachmann fotografieren.

4 Webseiten, die den Hass nähren

Schon bald, nachdem CORRECTIV die Recherche zu MH17 veröffentlicht hatte, nahm Billy Six dieses Thema ins Visier – mit dem erklärten Ziel, unsere Erkenntnisse zu widerlegen: Six reist im Januar 2015 in die Ost-Ukraine, heftet sich an die Spuren von Marcus Bensmann und stellt später Filme ins Netz, die vermeintlich im gleichen Dorf aufgenommen wurden, in dem auch Bensmann recherchierte, von dem aus die fatale Rakete abgefeuert wurde. Doch in dem Video von Billy Six behaupten Zeug*innen, im Schnee stehend, nein, was für ein Unsinn, hier sei nie eine Rakete abgefeuert worden.

Es gibt eine Online-Plattform, auf der die Interviews von Billy Six unter dem Titel „MH17 – Beweise gegen die Lügenpresse“ in einem langen Video-Beitrag⁹ zu sehen sind. Man kann den Beitrag auch als DVD bestellen – bei NuovisoTV, einem Leipziger Unternehmen, das sich auf Online-Video-Inhalte spezialisiert hat. Die Themen, die Aufbereitung der Nuoviso-Website¹⁰ zeigen es auf den ersten Blick: Hier sind Russland-Propagandist*innen am Werk. Zu den zentralen Erzählungen gehört eine „Friedensfahrt“ nach Moskau, eine Parade der Kreml-nahen Rocker, der sich auch in Deutschland einige Putin-Fans angeschlossen haben. Dazu Berichte über die Lage in der ost-ukrainischen Stadt Donezk, über die Lage bei den pro-russischen Separatist*innen. Und natürlich immer wieder Attacken gegen die vermeintlichen Falschberichte der deutschen „Mainstream-Medien“.

NuovisoTV hat die handgemachten, reichlich amateurhaften Videos von Billy Six zusammengeschnitten – und dem „Reporter“ so einen halbwegs professionellen Auftritt verliehen. Wobei: Zwar ist die Seite der Online-Videoplattform NuovisoTV im Vergleich zu den üblichen Online-Communities professionell gestaltet. Aber die Inhalte entsprechen in keiner Weise den professionellen Ansprüchen des Journalismus (beispielsweise gründliche, belegbare Recherchen, Quellenvielfalt oder die Trennung von Meinungs- und Nachrichtenstücken). Und in den Foren der Seite tummeln sich dann jede Menge extremistische und/oder pro-russische Hetzer*innen.

Auch Russlands Auslandssender RT Deutsch gibt nicht auf. Seit dem Abschuss von MH17 verbreitet man dort eins zu eins die Erklärungen¹¹ der russischen Regierung zu den Ursachen des Absturzes von Flug MH17: Dass es die Ukrainer waren.¹² Dass es antirussische Propaganda sei, wenn jemand das Gegenteil behaupte. Investigative Recherchen, wie der des britischen Recherchenetzwerks Bellingcat, oder der Bericht der internationalen Ermittlungsausschusses werden diskreditiert. Journalist*innen und Blogger*innen, wie Eliot Higgins von Bellingcat oder Marcus Bensmann von CORRECTIV werden in den RT-Sendungen namentlich diffamiert.

NuovisoTV und RT Deutsch, all die Youtube-Kanäle, all die Facebook-Seiten, all die Graham Phillips und Billy Six – sie hetzen, aber sie machen sich möglicherweise nicht strafbar, solange sie keine strafrechtlich relevanten Drohungen verbreiten. Das erledigen die Kommentarschreiber*innen unter den jeweiligen Beiträgen. Auf diesen Websites dürfen sie Wut und Hass freien Lauf lassen. Es sind diese Foren, in denen die Hasskommentare ihren Nährboden finden. Zwar sind die Betreiber einer Seite für den Inhalt beleidigender Kommentare verantwortlich. Doch weder RT Deutsch noch NuovisoTV entfernen all das Geschreibsel, das unter die Gürtellinie zielt.

Graham W. Phillips, dessen Social Media Beiträge regelmäßig beleidigende Reaktionen auslösen, ermutigt auf seiner Website ausdrücklich zu destruktiven Kommentaren. „Trollen“ sei Teil der Pressefreiheit, schreibt er, also „be my guest“.

5 Viel Information heißt nicht gut informiert

Wohl jeder Beitrag zu politisch brisanten Themen löst heute heftige Reaktionen aus. Und MH17 ist ein hoch brisantes Thema. Wer hat Schuld am Tod von 289 Menschen, die in einem Passagierflugzeug über einem Bürgerkriegsgebiet abgeschossen wurden? Eine Frage, die die Öffentlichkeit beschäftigt, bei der jede öffentliche Aussage zu einem Politikum werden kann. Bis jetzt nichts Ungewöhnliches.

Problematisch wird die Diskussion in der Netz-Öffentlichkeit, wenn es nicht um eine – noch so scharfe – inhaltliche Debatte geht, sondern wenn die Abrechnung und Diffamierung einzelner Autor*innen das Ziel ist. Anstatt Argumente für und gegen eine These zu liefern, überbieten sich viele Nutzer*innen dabei, Verdächtigungen, Beleidigungen oder sogar Bedrohungen gegen die Journalist*innen auszusprechen. Auf etablierten Medienorganen ist man sich der eigenen Verantwortung im Umgang mit Hasskommentaren bewusst, dort werden die Foren moderiert. Also toben sich die Hasser*innen aus in den Kommentaren der sozialen Netzwerke – und auf dubiosen, in diesem Fall russlandfreundlichen Websites.

Was dort für Dynamiken am Werk sind, hat Wolfgang Schweiger von der Universität Hohenheim untersucht.¹³ Das Vertrauen der Menschen in die klassischen Medien habe abgenommen, schreibt er, Medienkonsument*innen würden sich heute immer weniger mit herkömmlichen journalistischen Produkten identifizieren. Zudem: Zahlreiche Menschen erkennen den Unterschied zwischen professionellem, quellenkritischem Journalismus und den zum Teil frei erfundenen Beiträgen nicht. Welche Informationen sind das Ergebnis seriöser, professioneller Berichterstattung? Welche Nachrichten stammen aus klar interessegeleiteten Kanälen mit dubiosen Wahrheitsgehalt? Das können – oder wollen – viele Mediennutzer*innen nicht trennen.

„Die Verfügbarkeit unzähliger Informationsquellen vermittelt vielen Bürgern bei gleichzeitiger Überforderung ihrer Medienkompetenz das irriige Gefühl, gut informiert zu sein“, sagt Schweiger. „Dabei heißt informiert zu oft einfach nur desinformiert.“ (Schweiger im Interview mit Marta Orosz/Correctiv).

Die sogenannten „filter bubbles“ tun ein Übriges. Solche Informationsblasen entstehen, wenn man sich vorwiegend über soziale Netzwerke wie Facebook informiert – und dort durch die Wahl seiner Freund*innen und durch die diversen Algorithmen, die das Angezeigte filtern, ausschließlich Informationen erhält, die dem eigenen Weltbild entsprechen. In einer solchen Informationsblase kommt man kaum noch in Berührung mit gegensätzlichen Meinungen. Auch die Ergebnisse von Suchmaschinen wie Google sind gemäß der individuellen Vorlieben optimiert.

Der Wissenschaftler Schweiger beobachtet, dass Shitstorms in einem solchen Umfeld viel leichter entstehen können. Man erkennt dabei oft nicht, dass die Stimmung in der eigenen Filterblase nicht der allgemeinen öffentlichen Wahrnehmung entspricht. „Man achtet heute viel mehr auf die Stimmung in der eigenen Filterblase“.

6 Unter die Gürtellinie

Wir haben es immer wieder erlebt, wie sich die Hetzer*innen gegenseitig anfeuern. Kaum haben wir einen Hasskommentar auf unserer Facebook-Seite gelöscht, folgt schon bald auf der Seite von NuovisoTV ein Aufruf von dem oder der betroffenen Nutzer*in, dass möglichst viele seinem/ihrem Beispiel folgen und unsere Seite mit Hasskommentaren überziehen sollen. In das gleiche Horn stößt Frank Höfer, Betreiber der Website von NuovisoTV und ehemaliger Mitarbeiter des rechten Magazins Compact. Er fordert, das Grimme Institut solle CORRECTIV den Preis für die MH17-Recherche aberkennen. Längst hat die Idee in der Online-Community Gehör erhalten – und seither bekommt das Grimme-Institut regelmäßig Emails, in denen man es angeht für die Auszeichnung von CORRECTIV.

Aber es geht noch weiter. Und zwar gegen Marcus Bensmann direkt. Er erhält seit Veröffentlichung des Artikels nicht nur regelmäßig beleidigende Emails, sondern auch Anrufe. „Es ist schon störend, dass die Reaktionen sich gleich auf meine Person bezogen haben“, sagt er nonchalant.

Anmerkungen

- ¹ MH17 – Die Suche nach der Wahrheit, von Marcus Bensmann und David Crawford, CORRECTIV, 9. Januar 2015. Abrufbar unter: <https://mh17.correctiv.org> (zuletzt 25.01.2017)
- ² Artikelreihe der Recherchegruppe Bellingcat zu MH17. Abrufbar unter: <https://www.bellingcat.com/tag/mh17/page/7/> (zuletzt 25.01.2017)
- ³ Untersuchungsbericht des niederländischen Sicherheitsrates vom 13. Oktober 2015. Abrufbar unter: <https://www.onderzoeksraad.nl/uploads/phase-docs/701/b3923acad0ceprem-rapport-mh-17-en-interactief.pdf> (zuletzt 25.01.2017)
- ⁴ Studie der Recherchegruppe Bellingcat (abrufbar unter: https://www.bellingcat.com/wp-content/uploads/2015/05/Forensic_analysis_of_satellite_images_EN.pdf) und eine Auswertung der Beweise präsentiert vom russischen Verteidigungsministerium im Vergleich zu den Beweisen des niederländischen Sicherheitsrates (abrufbar unter: <http://www.stopfake.org/en/how-the-dutch-safety-board-proved-russia-faked-mh17-evidence/>) (zuletzt 25.01.2017)

Online Hate Speech in unterschiedlichen Bereichen

- ⁵ The Truthspeaker, Blog von Graham William Phillips. Abrufbar unter: <https://thetruthspeaker.co/category/donbass/> (zuletzt 25.01.2017)
- ⁶ Billy Six als Finanzberater. Abrufbar unter: <http://www.billy-six.de> (zuletzt 25.01.2017)
- ⁷ Der Youtube-Kanal von Billy Six. Abrufbar unter: https://www.youtube.com/channel/UCBwzo_QHMYp5F2LHVez0dgg (zuletzt 25.01.2017)
- ⁸ Autorenprofil von Billy Six bei der Zeitung „Junge Freiheit“. Abrufbar unter: <https://jungefreiheit.de/sonderthema/2013/billy-six/> (zuletzt 25.01.2017)
- ⁹ MH17 – Die Billy Six Story bei NuoVisoTV. Abrufbar unter: https://www.youtube.com/watch?v=s_BGVy_DZo (zuletzt 25.01.2017)
- ¹⁰ Abrufbar unter: <http://nuoviso.tv> (zuletzt 20.01.2017)
- ¹¹ Pressekonferenz des russischen Verteidigungsministeriums vom 26. September 2016. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=Xnat2tWvsxg> (zuletzt 25.01.2017)
- ¹² „Zeuge bestätigt Abschuss von MH17 durch ukrainischen Kampffjet“, von RT Deutsch, 24. Dezember 2014. Abrufbar unter: <https://deutsch.rt.com/8644/international/zeuge-bestaetigt-abschuss-von-mh17-durch-ukrainischen-kampfjet/> (zuletzt 25.01.2017)
- ¹³ Schweiger, W. (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern*. Wiesbaden: Springer.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Jörg Hoewner

Online Hate Speech aus Sicht der „Wirtschaft“

Negative Stimmungsmache oder ein Shitstorm schaden Unternehmen ebenso wie Personen. Aber: Wirkt sich das ökonomisch aus? Tatsächlich liegen die größten wirtschaftlichen Nachteile darin, dass Negativkommunikation im Unternehmen Kräfte bindet – sei es, um sie zu vermeiden, sei es, um mit ihr angemessen umzugehen. Entgangene Umsätze sind dagegen in den meisten Fällen nicht nachzuweisen. Spektakuläre Ausnahmen bestätigen die Regel.

1 Hate Speech und Shitstorm

Kommentare, die eine Person oder Gruppe herabwürdigen, sie beleidigen und bedrohen, gehören klar zum Phänomen „Hate Speech“. Einträge, die lediglich Kritik äußern, sind zwar zunächst davon abzugrenzen, im sogenannten „Shitstorm“ können sich die negativen Kommentare beider Arten aber vermischen und gegenseitig befeuern. Der Shitstorm besteht aus „Hate Speech“-Einträgen und/oder massenhaften kritischen Kommentaren – und ist in dieser Gestalt auch für Unternehmen gefährlich.¹

Während betroffene Personen vor allem mit einem Verlust an Sicherheit und Lebensqualität bezahlen, befürchten Unternehmen beim Shitstorm zwei Dinge: Imageschaden und Umsatzrückgang. Massive Kritik, so die Annahme, beschädigt die Reputation und wirkt sich dann auf die Geschäftsbilanz aus. Das stimmt in dieser verkürzten Sichtweise zwar nicht, trägt aber zu der Angst bei, die Unternehmen vor einem solchen Shitstorm haben.

Um in der Wirtschaftswelt als Shitstorm zu gelten, reicht es übrigens bereits, dass Nutzer*innen massenhaft und kritisch Aktionen, Produkte oder Services des Unternehmens kommentieren. Ob der einzelne Kommentar hasserfüllt oder herabwürdigend erscheint, ist zweitrangig: Ein Unternehmen hat keine Gefühle (aber eine Rechtsabteilung, die tätig werden kann).

2 Was löst einen Shitstorm aus?

In Zeiten, in denen jede Äußerung eines Unternehmens möglicherweise gespeichert und verbreitet wird, kann vieles einen Shitstorm auslösen: der Service-Fauxpas im Call-Center, der neue Werbespot oder Medienberichte über interne Vorgänge. Lorenz Steinke (2014) nennt in seiner „Bedienungsanleitung für den Shitstorm“ aber vor allem drei Gründe:

- **Viele Kund*innen sind von den Produkten oder Services des Unternehmens enttäuscht.**

So beschwerte sich 2005 ein gut vernetzter Blogger über den Service des Computerherstellers Dell. Der Artikel fand viel Beachtung; zahlreiche weitere Kund*innen schilderten ihre negativen Erfahrungen mit dem Dell-Kundenservice. Was zunächst „nur“ ein Imageschaden war, ließ sich bald in Zahlen ausdrücken: Die Aktie Dell drehte ins Minus – was zumindest zeitlich mit der negativen Kundenresonanz zusammenfiel. In der Folge investierte das Unternehmen in den Service.

- **Das Unternehmen verhält sich unethisch oder manipuliert Daten.**

Der ADAC musste 2014 zugeben, Umfrageergebnisse gefälscht zu haben. Der Verein entschied sich für die Salamtaktik: Erst wurde der Presse-Chef entlassen, schließlich musste der Präsident selbst gehen. Weil eine Neuausrichtung fehlte, war der Imageverlust entsprechend nachhaltig. 2015 brachen die Gewinne ein; für 2016 rechnet der ADAC mit einem Verlust im zweistelligen Millionenbereich.

- **Externe Kommunikationsmittel sind missverständlich.**

Die ING-DiBa veröffentlichte 2012 einen Werbefilm, in dem Basketball-Star Dirk Nowitzki in der Metzgerei ein Stück Wurst erhielt. Zahlreiche Vegetarier*innen und Veganer*innen kritisierten zunächst das Unternehmen. Bald diskutierten sie allerdings hauptsächlich untereinander über die richtige Ernährung. Das Unternehmen hielt sich mit Kommentaren zurück, ermahnte zur Fairness und eroberte sich seinen Kanal schließlich mit der Ankündigung zurück, die Diskussion zu schließen. Negative Auswirkungen waren nach Aussagen der ING-DiBa nicht zu verzeichnen. Im Gegenteil: Viele Kund*innen hatten die Bank unterstützt.

Der „erfolgreiche“ Shitstorm basiert also selten auf Vorwürfen, die völlig aus der Luft gegriffen sind. Vielmehr reagieren die Kommentare auf ein reales Problem, das den Unternehmen häufig auch bereits bewusst ist – oder durch den Shitstorm zu Bewusstsein kommt.

An diesem Realitätsbezug entscheidet sich auch, wie groß der Schaden ist, den ein Shitstorm anrichten kann. Hat das Unternehmen nur am Rande etwas mit dem Thema zu tun (etwa eine Direktbank mit veganer Ernährung)? Dann gerät das Unternehmen in der Regel schnell aus dem Fokus. Betrifft das Thema die Kernzielgruppe und Kernthemen des Unternehmens (etwa das Vertrauen der Mitglieder in den ADAC)? Dann bleibt die Öffentlichkeit wachsam, bis das Problem gelöst ist oder zumindest Lösungswege aufgezeigt werden.

Unternehmen können die Folgen verschlimmern, wenn sie gar nicht oder falsch auf einen Shitstorm reagieren. Richtig kritisch wird es, wenn dieser etablierte Medien (Online/Print) erreicht – und das ist häufig der Fall, wie Himmelreich und Einwiller (2015) in ihrer Analyse „Wenn der ‚Shitstorm‘ überschwappt“ nachweisen konnten. Dann nimmt er noch einmal Fahrt auf und ist nicht – wie sonst üblich – nach ungefähr einer Woche vorbei.

3 Die Arenen

Der Shitstorm und Online Hate Speech in kleinerer Form sind da möglich, wo sich viele Menschen online vernetzen.

- Die Schwelle, online einen Kommentar abzugeben, ist niedrig – auf jeden Fall niedriger, als einen Brief zu schreiben oder sich in einer Versammlung zu Wort zu melden.
- Die Online-Kommunikation ist relativ anonym. Das macht es leichter, wütend oder aggressiv aufzutreten.
- Und das Wichtigste: Äußerungen in der persönlichen „Filterblase“ treffen mit hoher Wahrscheinlichkeit auf Zustimmung. Viele Websites und Social Media-Plattformen verwenden Algorithmen, um Informationen für Nutzer*innen auszuwählen. Die angezeigten Texte, Bilder und Videos ähneln dann denen, auf die ein/e Nutzer*in bislang reagiert hat – durch Klicks, Likes, Shares oder Kommentare.² So können sich Einzelmeinungen zu einem Shitstorm verstärken.

Die Orte für solche Phänomene sind folglich vor allem Social Media-Plattformen:

- Profile von Unternehmen auf Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Profile von Dritten auf diesen Plattformen
- Blogs, die von Unternehmen betrieben werden bzw. von Dritten
- Kund*innen-Communities, die von Unternehmen selbst betrieben werden

Online Hate Speech in unterschiedlichen Bereichen

- Diskussionsforen zu Produktthemen, Finanzen/Aktien, Gesundheit, gesellschaftlichen Themen usw.
- Kommentarfunktionen bei redaktionellen Onlinemedien
- Bewertungsportale für Produkte, für Unternehmen als Arbeitgeber oder Aktien

Diese Auflistung zeigt, dass es nicht sinnvoll ist, als Unternehmen Social Media-Aktivitäten zu vermeiden oder im Blog die Kommentarfunktionen abzuschalten. Die Interessensgruppen äußern sich dann eben auf anderen Plattformen als den unternehmenseigenen, beispielsweise auf Bewertungsportalen. Und das macht es deutlich komplizierter, Entwicklungen zu beobachten oder angemessen zu antworten.

4 Tun Shitstorms weh bzw. tut Online Hate Speech weh?

Man kann vermuten, dass Nutzer*innen mit negativen oder aggressiven Kommentaren nicht nur ihren Emotionen Luft machen, sondern sie den Unternehmen „weh tun“ wollen. Sie möchten sozusagen aus dem Gefühl der Ohnmacht ausbrechen. „Weh“ tut im ökonomischen Sinne etwas dann, wenn es etwas kostet, also finanziell messbar ist. Hier können wir mehrere Perspektiven unterscheiden:

- Kosten durch Verringerung des Umsatzes
- Kosten durch eine Verschlechterung des Images oder der Reputation
- Kosten für das Management von Online-Diskussionen (also auch Online-Shitstorms)

Kosten durch Verringerung des Umsatzes

Um es gleich vorwegzunehmen: Die allermeisten Unternehmen, die von einem Shitstorm betroffen waren, können langfristig kaum *direkte* Einbußen feststellen. Eine Studie der Hochschule Macromedia MHMK (2014) behauptet sogar, dass bislang kaum wirtschaftliche Schäden durch Shitstorms nachweisbar seien. Was aber, wie die Studie ebenso herausstellt, daran läge, dass entsprechend reagiert und an den Ursachen gearbeitet wurde.

Tatsächlich kann die öffentliche Kritik das Unternehmen beschädigen – je nach Auslöser des Shitstorms auch massiv. Voraussetzung dürfte aber sein, dass die Vorwürfe berechtigt sind und das Unternehmen ungeschickt agiert. Die Verluste gehen dann nicht auf das Konto des Shitstorms, sondern sind Unternehmensfehlern geschuldet. Hinter der Empörungswelle in den Sozialen Medien steht möglicherweise eine handfeste Unternehmenskrise.

Kosten durch eine Verschlechterung des Images oder der Reputation

Aber wie sieht es mit den indirekten Folgen für den Umsatz oder sonstigen finanziellen Einbußen aus, die aufgrund einer Imageverschlechterung entstehen? Hier ist ein Nachweis für die Kausalität oder den Beitrag von Shitstorms zwar schwierig, aber zumindest für den Einfluss auf „Online-Images“ belegt.

So gibt es bekannte Fälle, etwa den ADAC, in denen Unternehmen durch den Imageverlust handfeste, finanzielle Nachteile entstehen. Darüber hinaus ist es unstrittig, dass negative Verbraucherurteile potentielle Kund*innen vom Kauf abhalten.

Eine Untersuchung kritischer Äußerungen von Kund*innen amerikanischer Fluglinien (Luo, 2009) zeigte beispielsweise, dass diese sowohl Cashflow als auch die Aktienkursentwicklung negativ beeinflussten. Die Effekte gerieten umso größer, je mehr negative Mundpropaganda existierte und je stärker der Markt der jeweiligen Fluglinie umkämpft war.

Von negativen Urteilen betroffen sind sicherlich auch Kosten, die bei der Personalakquise entstehen: Unternehmen mit schlechterem Ruf müssen größeren Aufwand betreiben, um geeignete Bewerber*innen zu finden.

Kosten für das Management von Online-Diskussionen

Dieser Bereich ist direkt messbar. Denn bevor sich Unternehmen auf den Weg in die Sozialen Medien machen, beschäftigen sie sich in der Regel (auch) mit Shitstorms oder Online Hate Speech. Im schlimmsten Fall können kritische Diskussionen oder andauernde Attacken nämlich den Erfolg der teuren Social Media-Aktivitäten zunichtemachen.

Darüber hinaus müssen sich Unternehmen auch aus rechtlichen Gründen mit dem Thema auseinandersetzen und verhindern, dass es auf ihren Plattformen zu Ordnungswidrigkeiten oder gar Straftaten kommt – wie z. B. Beleidigung, Volksverhetzung, üble Nachrede, Verleumdung, Bedrohung oder der öffentliche Aufruf zu Straftaten. Sind die Verursachenden selbst nicht zu greifen (etwa, weil sie anonym auftreten), machen Betroffene unter Umständen die Plattform verantwortlich. Einige Gerichte, darunter der deutsche Bundesgerichtshof³, gehen davon aus, dass Betreiber tätig werden müssen (bis hin zur Löschung der Äußerung), sobald sie Kenntnis von einer möglichen Straftat oder Ordnungswidrigkeit haben.

Daraus ergeben sich eine ganze Reihe von Folgekosten: für die Vermeidung von Shitstorms (sogenannte Krisenvorbereitung), für die Beobachtung von Communities

(„Monitoring“) und für die Bearbeitung von Diskussionen, also das Beantworten von Fragen der Nutzer*innen und das damit verbundene Einholen von Informationen. Hier entsteht Aufwand in Form von Personal-, Software- und anderen Betriebskosten, die zum Teil signifikant sind.

5 Was sollen Unternehmen tun?

Die beste Strategie gegen Shitstorms? Den Imageschaden klein halten und frühzeitig auf das zugrundeliegende Problem reagieren.

Vorbeugen:

- Glaubwürdig sein: Hierzu gehört es, mit den Stakeholdern auf Augenhöhe zu kommunizieren, sozial und umweltverträglich zu handeln sowie innovative Produkte und Services zu bieten. Das betrifft die gesamte Unternehmensidentität.
- Kontakt zu Unterstützer*innen halten: Hierunter fällt die Kommunikation mit (potenziellen) Kund*innen oder Interessierten in Social Media und über den Unternehmens-Blog.
- Offener Umgang mit Kritik: Dazu gehört, mit externen Gruppen, die Kritik äußern, zu kommunizieren. Außerdem sollten Unternehmen intern kritische Punkte identifizieren und Maßnahmen vorbereiten.
- Diskussionen beobachten: Ein regelmäßiges Social Media Monitoring zeigt, wie das Unternehmen wahrgenommen wird.
- Interne Zuständigkeiten in Social Media und Krisenkommunikation klären: Nur so lässt sich schnell reagieren.

Richtig reagieren:

- Social Media treu bleiben: Unternehmen antworten am besten immer da, wo die Kritik geäußert wurde, also in der Regel auf einer bestimmten Social Media-Plattform. Offizielle Verlautbarungen oder Pressemitteilungen erreichen die Kritiker*innen meist nicht.
- Die Gegner*innen ansprechen: Nach einer aktuellen Allensbach-Studie (2016) äußern weniger als 20 Prozent der Nutzer*innen online gern ihre Meinung. Auch bei Shitstorms sind meist nur wenige für den Großteil der Beiträge verantwortlich. Wenn das Unternehmen mit wortführenden Personen oder Gruppen in Verbindung tritt, zeigt es sich verhandlungsbereit.

- Fehler beseitigen: Weist der Shitstorm auf ein tatsächliches Problem hin? Dann sollten Unternehmen zu erkennen geben, wie sie es zu lösen gedenken.
- Sich entschuldigen und/oder aufklären: Wenn eine Entschuldigung angebracht ist, bitten die Unternehmen am besten öffentlich um Entschuldigung. Wenn nicht, ist den Nutzer*innen ggf. mit Aufklärung geholfen. Warum handelt das Unternehmen so, wie es handelt?
- Hate Speech, also Einträgen, die über Kritik weit hinausgehen, keinen Raum geben: Sind Kommentare beleidigend, bedrohlich oder diskriminierend, darf und soll das Unternehmen auf eigenen Plattformen Einhalt gebieten. Das hat auch rechtliche Aspekte. In der Anklage gegen Facebook aus dem November 2016 geht es aus deutscher Sicht um Beihilfe zur Volksverhetzung.⁴

6 Fazit

Der Aufwand, den Vorbeugemaßnahmen mit sich bringen, ist wirtschaftlich nicht zu unterschätzen. Da es für Unternehmen meist keine Option darstellt, Social Media einfach zu ignorieren, entstehen Kosten für das Social Media Monitoring und die interne Vorbereitung auf Kritik von außen. Anteilig gehen auch Kosten für die Social Media-Auftritte des Unternehmens oder die Entwicklung von Kommunikationsstrategien auf das Konto der Shitstorm-Vorbeugemaßnahmen.

Ist der Shitstorm einmal da, zahlt sich die Vorbereitung allerdings aus. Wenn das Unternehmen richtig reagiert, ebbt die Empörungswelle meist schnell ab und erreicht etablierte Medien nicht oder nur schwach. Der Imageschaden ist in diesen Fällen eher gering, ebenso wie die finanziellen Folgekosten.

Fortgesetzt schlechte Kundenbewertungen, negative Mundpropaganda oder ein großer Imageschaden (wie beim ADAC) dürfte hingegen einiges kosten: Solchen Unternehmen entgehen mutmaßlich Umsätze, die Aktienkurse drehen ins Minus und die Kosten für Personalakquise steigen. Gleichzeitig müssen sie sich mit der Neuausrichtung beschäftigen. Verluste und zusätzlicher finanzieller Aufwand sind allerdings keine direkte Folge des Shitstorms, sondern von Unternehmensfehlern – und zwar sowohl grundsätzlicher Art, als auch im Umgang mit der massiven öffentlichen Kritik.

Fazit: Die Angst, einem Shitstorm nur mit ramponiertem Ruf und finanziellen Verlusten zu entrinnen, ist selten begründet. Zumindest dann, wenn das Unternehmen seine Hausaufgaben gemacht hat.

7 Ausblick

Heute erscheint es noch recht unwahrscheinlich, dass einzelne Personen mit unbegründeten Vorwürfen einen Shitstorm gegen ein Unternehmen auslösen können. In Zukunft mag das anders sein: In den großen politischen Debatten unserer Zeit (Brexit, amerikanische Präsidentenwahl, Ukraine-Russland-Konflikt) sind nämlich längst automatische Bots am Werk. Sie überschwemmen soziale Netzwerke mit Äußerungen einer bestimmten Ausrichtung und verstärken damit Meinungen und Empfindungen realer Personen.⁵

Bots beeinflussen damit, wie relevant ein Thema erscheint, ebnen ihm den Weg in die etablierten Medien und stoßen weitere Äußerungen an. Dieser Mechanismus kann auch Unternehmen in Zukunft vor große Probleme stellen.

Literaturangaben

- Allensbach-Studie (2016). *Relevanz und Glaubwürdigkeit der Medien*; Studie im Auftrag des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ).
- Himmelreich, S. & Einwiller, S. (2015). Wenn der „Shitstorm“ überschwappt – Eine Analyse digitaler Spillover in der deutschen Print- und Onlineberichterstattung. In: O. Hoffjan & T. Pleil, (Hrsg.), *Strategische Onlinekommunikation. Theoretische Konzepte und empirische Befunde* (S. 187-188). Wiesbaden: Springer.
- Hochschule Macromedia MHMK-Studie (2014). Der Shitstorm. *PR Magazin*, 5, 57-61.
- Steinke, L. (2014). *Bedienungsanleitung für den Shitstorm. Wie gute Kommunikation die Wut der Masse bricht*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Luo, X. (2009). Quantifying the Long-Term Impact of Negative Word of Mouth on Cash Flows and Stock Prices. *Marketing Science*, 28, 148-165.

Anmerkungen

- ¹ Der Begriff „Shitstorm“ wurde ursprünglich vom Netzaktivisten und Publizisten Sascha Lobo geprägt. Im angelsächsischen Raum ist die Bedeutung des Begriffs anders gelagert. Für den Begriff in der hiesigen Verwendung wird eher der Begriff „Online Firestorm“ verwendet.
- ² Vgl. dazu auch: „Wer kontrolliert die digitale Öffentlichkeit im Zeitalter von Algorithmen?“, <https://netzpolitik.org/2016/manipulation-facebook-news-trends/> (zuletzt 13.01.2017)

- ³ Urteil des VI. Zivilsenats (BGH) vom 25.10.2011 – VI ZR 93/10. Abrufbar unter: <http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&Datum=Aktuell&nr=57957&linked=pm> (zuletzt 13.01.2017)
- ⁴ Die Staatsanwaltschaft München I beschließt am 4.11.2016 die Einleitung eines Ermittlungsverfahrens gegen Mark Zuckerberg und neun weitere Facebook-Manager wegen Volksverhetzung: <http://www.zeit.de/digital/2016-11/facebook-mark-zuckerberg-manager-volksverhetzung-ermittlungen> (zuletzt 13.01.2017)
- ⁵ Vgl. dazu auch: "Twitter taught Microsoft's AI chatbot to be a racist asshole in less than a day": <http://www.theverge.com/2016/3/24/11297050/tay-microsoft-chatbot-racist> (zuletzt 13.01.2017) sowie "How online bots conned Brexit voters": https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/27/how-online-bots-conned-brexit-voters/?tid=a_inl (zuletzt 13.01.2017)



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Johannes Breuer

Hate Speech in Online Games

*Hate Speech kommt nicht nur in sozialen Netzwerken oder den Kommentarfeldern von Nachrichtenseiten vor. Auch in Computerspielen, die über das Internet gespielt werden (Online Games), ist Hate Speech weit verbreitet. Ziele von Hate Speech in Online Games sind häufig Frauen oder Minderheiten. Während die Erscheinungsformen und Motive prinzipiell die gleichen sind wie bei Hate Speech im Internet allgemein, gibt es bei Online Games einige spezielle Faktoren, wie den Wettbewerbscharakter und die starke Identifikation einiger Spieler*innen mit ihrem Hobby bzw. bestimmten Gruppen, welche das Vorkommen von Hate Speech begünstigen können.*

1 Online Games

Aktuellen Daten aus der Computerspielbranche zufolge werden von 28,9 Mio. Deutschen (Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware, 2015) und in 63% der US-Haushalte (Entertainment Software Association, 2016) regelmäßig Computer- oder Videospiele gespielt. Ein Großteil der Spieler*innen spielt auch online mit und gegen andere. So gaben in einer Befragung unter Computerspieler*innen ab 14 Jahren in Deutschland 43,2% an, online mit bzw. gegen andere zu spielen (Quandt et al., 2013), und aktuellen Daten vom Branchenverband der deutschen Computerspielindustrie zufolge spielen 27% der deutschen Internetnutzer*innen Mehrspieler-Spiele.¹ Die Inhalte der Kommunikation zwischen Spieler*innen in Online Games können sehr unterschiedlich sein. Text- und Audiochat werden nicht nur für die Koordination von Teams und Aufgaben in den Spielen verwendet; häufig nutzen Spieler*innen diese auch für Konversationen, die über den konkreten Spielinhalt und -verlauf hinausgehen. Wenngleich es zwischen Mitspieler*innen und Gegner*innen in Onlinespielen auch Formen positiver und bestätigender Kommunikation gibt (etwa Lob für erfolgreiche Mitspieler*innen oder Anerkennung für Gegner*innen), kommen negative Kommentare, Beschimpfungen und Beleidigungen unter den Spieler*innen häufig vor. Die Häufigkeit (Quantität) und Intensität (Qualität) derartiger Kommunikation variiert stark zwischen den einzelnen Spielen und den dort aktiven Gruppen. Die Bandbreite reicht dabei von ironischen Kommentaren über die Leistung anderer bis zu sehr drastischen persönlichen Beleidigungen, die sich häufig auch auf das Geschlecht, die sexuelle Orientierung oder die Ethnizität der

betroffenen Spieler*innen beziehen. Im Folgenden soll erläutert werden, weshalb es zu Hate Speech in Online Games kommt, was ein solches Verhalten begünstigen kann, welche Folgen sich daraus für die Spieler*innen ergeben können und wo mögliche Gegenmaßnahmen ansetzen können.

2 Hintergründe und Folgen von Hate Speech in Online Games

Wie bereits erwähnt, ist die Bandbreite negativer bzw. (potenziell) unangenehmer (verbaler) Interaktionen unter Onlinespieler*innen groß und der Übergang zwischen einfachen und vergleichsweise harmlosen Beleidigungen zu Hate Speech oftmals fließend. Die Kommunikationswissenschaftler Jesse Fox und Wai Yen Tang (2013) haben Onlinespieler*innen zu ihren Erfahrungen mit Belästigungen (harassment) durch andere Spieler*innen befragt und auf Grundlage dieser Daten 22 verschiedene Formen unterschieden. Ein großer Teil der identifizierten Kategorien fällt in den Bereich sexistischer Beleidigung bzw. sexueller Belästigung (sexual harassment). Es gibt jedoch auch andere Formen von Hate Speech in Online Games, beispielsweise gegenüber bestimmten ethnischen Gruppen (Gray, 2012) oder Minderheiten.

2.1 Gründe und Motive für Hate Speech in Online Games

Was die Erklärung von Hate Speech in Online Games anbelangt, gibt es eine Reihe von Persönlichkeits- und Situationsmerkmalen, die diese begünstigen können. Der wohl wichtigste Faktor auf Personenseite sind die persönlichen Einstellungen (z. B. Sexismus, Rassismus oder Homophobie). Auf der Ebene der Nutzungssituation spielt die (wahrgenommene) Anonymität eine wesentliche Rolle. Die Anwesenheit eines Publikums – in diesem Fall anderer Spieler*innen, die nicht Urheber oder Ziel der Hate Speech sind – ist tendenziell auch ein begünstigender Faktor, insbesondere, wenn das Publikum die Hate Speech nicht sanktioniert oder sogar gutheißt. Die allgemeinen sozialpsychologischen Grundlagen von Hate Speech, wie die Bedeutung der Anonymität und des Publikums, gelten auch für Online Games. Dies scheint auch den Spieler*innen selbst bewusst zu sein. Ein unter Onlinespieler*innen vor einigen Jahren populäres Meme – eine Aussage oder Inhalt, die/der über das Internet (häufig in verschiedenen Kontexten) genutzt und verbreitet wird – ist die sogenannte „Greater Internet Fuckwad Theory“ (GIFT). Diese basiert auf einem Cartoon von der Website Penny Arcade² aus dem Jahr 2004, welcher sich auf Vorfälle im Online-Shooter-Spiel Unreal Tournament bezieht. Jener Cartoon stellt überspitzt dar, wie Anonymität und das Vorhandensein eines Publikums antisoziales Verhalten (online) begünstigen. In einem Blog-Post auf der Webseite Get Back in the Kitchen wurde der GIFT noch der

Aspekt des Ausbleibens von (negativen) Konsequenzen hinzugefügt.³ Wenngleich die Annahmen der GIFT natürlich sehr simplifiziert sind, lassen sich diese laienpsychologischen Erklärungsansätze sehr gut auf zentrale medien- bzw. sozialpsychologische Theorien, wie z. B. das Social Identity Model of Deindividuation Effects (SIDE), beziehen (Tang, 2015). Vereinfacht gesagt nimmt das SIDE-Modell an, dass Gruppenidentitäten und -normen wichtiger und einflussreicher werden, wenn persönliche Informationen über die einzelnen Mitglieder einer Gruppe fehlen. Sofern die Gruppennormen antisoziales Verhalten wie Hate Speech begünstigen, wird es wahrscheinlicher, dass sich auch einzelne Gruppenmitglieder (z. B. in einem Onlinespiel) eher antisozial verhalten. Dementsprechend sind die expliziten oder impliziten (d.h. von den Mitgliedern angenommenen) Gruppennormen ein entscheidender Faktor für das Vorkommen bzw. die Verhinderung von Hate Speech in Online Games.

Im Wesentlichen lassen sich die allgemeinen Motive für Hate Speech im Internet auch auf Online Games übertragen. In aller Regel geht es um die Demonstration von Macht und die (Wieder-)Herstellung eines Gefühls von Überlegenheit. So zeigte sich beispielweise in einem Feldexperiment, dass feindselige Äußerungen gegenüber (weiblichen) Spielerinnen eines Online-Shooters häufiger von (männlichen) Spielern gemacht wurden, die eine schlechte Leistung zeigten im Vergleich zu solchen, die erfolgreicher im Spiel waren (Kasumovic & Kuznekoff, 2015).

Gemäß der Frustrations-Aggressionshypothese können Niederlagen in Onlinespielen zu negativen Emotionen führen, die wiederum die Wahrscheinlichkeit aggressiven Verhaltens erhöhen (Breuer, Scharkow et al., 2015). Spieler*innen, die sich stark mit dem Hobby Online Games bzw. bestimmten Genres oder Spielen identifizieren, können die Anwesenheit von Personen, die anders sind als sie selbst (etwa im Hinblick auf Geschlecht, Ethnizität oder sexuelle Orientierung), auch als Bedrohung ihrer sozialen Identität wahrnehmen, wenn sie der Meinung sind, dass bestimmte Personengruppen keine „wahren/echten/richtigen“ Gamer*innen sind. In diesem Fall dient Hate Speech in Online Games der Ab- und vor allem der Ausgrenzung.

2.2 Folgen von Hate Speech in Online Games

Da Hate Speech in Online Games mitunter sehr drastisch und massiv sein kann und oftmals auch über die eigentliche Interaktion im Spiel hinausgeht (z. B. durch Kommentare auf Webseiten oder persönliche Nachrichten per E-Mail bis hin zum Stalking), können Erfahrungen damit für die betroffenen Spieler*innen ernstzunehmende Folgen haben. Entsprechend weist der Kommunikationswissenschaftler James Ivory (2014) darauf hin, dass die realen Interaktionen zwischen Spieler*innen in der Forschung mehr Beachtung

finden sollten, da davon auszugehen ist, dass deren Auswirkungen deutlich stärker sind als die potentiellen Auswirkungen von fiktionalen Spieleinhalten. Die Folgen von Hate Speech sind unter anderem, dass die Betroffenen ihre Identität verbergen, bestimmte Spiele meiden oder in manchen Fällen sogar ganz mit dem Spielen von Online Games aufhören. Darüber hinaus können sich derartige Erfahrungen auch negativ auf das psychologische Wohlbefinden, Selbstbewusstsein und Selbstwertgefühl der Betroffenen auswirken. Wenn Spieler*innen aufgrund von Erfahrungen mit Hate Speech bestimmte Spiele meiden bzw. aufhören, diese zu spielen, hat dies auch wirtschaftliche Folgen für die Anbieter der Spiele; zumindest wenn dies eine genügend große Anzahl von Spieler*innen betrifft.

2.3 Was kann man gegen Hate Speech in Online Games unternehmen?

Wenn es um die Bekämpfung von Hate Speech in Online Games geht, gibt es verschiedene Ansatzpunkte: Die wichtigste Rolle – zumindest, was die unmittelbaren Maßnahmen betrifft – kommt hierbei sicherlich den Anbietern der Spiele zu. Die meisten sind sich der Problematik auch bewusst und bieten dementsprechend den Spieler*innen Möglichkeiten, Hate Speech und andere schwerwiegende Formen von Beleidigung und Belästigung zu melden. Inwieweit diese Möglichkeiten vorhanden sind, genutzt werden und welche Sanktionen sich daraus für die Täter*innen ergeben, unterscheidet sich jedoch stark zwischen den jeweiligen Spielen und Anbietern. Die Hersteller der Spiele können allerdings auch auf anderer Ebene aktiv werden: Zahlreiche Studien, die sich mit den Inhalten von Computer- und Videospiele befassen, kommen zu dem Schluss, dass sowohl Frauen als auch bestimmte ethnische Gruppen in vielen Spielen gar nicht oder nur stark stereotypisiert dargestellt werden (siehe z. B. Lynch et al., 2016; Williams et al., 2009). Auch wenn es für die langfristige Beeinflussung von Einstellungen der Spieler*innen durch derartige Darstellungen keine stichhaltigen Belege gibt (Breuer, Kowert et al., 2015), kann zumindest davon ausgegangen werden, dass Spiele, in denen bestimmte Personengruppen gar nicht oder nur stereotypisiert dargestellt werden, für diese weitaus weniger attraktiv sind. Durch mehr Vielfalt bei den Charakteren in Computer- und Videospiele könnte demnach auch die Diversität der Spieler*innenschaft erhöht werden. Und wenn die betroffenen Personengruppen nicht mehr oder zumindest weniger in der Minderheit sind, könnte dadurch auch das Risiko für Hate Speech reduziert werden. Natürlich liegt es auch an den Spieler*innen selbst, aktiv dazu beizutragen, dass Hate Speech in Online Games nicht toleriert oder schweigend hingenommen wird. Darüber hinaus ist die Reduktion von Zugangsbarrieren und die Vermittlung von entsprechenden Normen auch eine Herausforderung für die schulische und außerschulische Medienerziehung.

3 Fazit

Hate Speech gibt es auch in Online Games bzw. unter ihren Spieler*innen. Die häufigste Art von Hate Speech in Online Games ist Sexismus, es gibt jedoch auch Rassismus oder Formen, die sich auf andere Minderheiten beziehen. Den Personen, die andere in Online Games rassistisch oder sexistisch beleidigen oder diese belästigen, geht es zumeist um eine Demonstration von Macht und die Festigung ihres Status (z. B. als „wahre Gamer*innen“). Um Hate Speech in Online Games bekämpfen zu können, ist das Handeln der Spieleanbieter ebenso erforderlich wie das Aktivwerden der Spieler*innen selbst und entsprechende Maßnahmen und Zielsetzungen in der Medienerziehung.

Literaturangaben

- Breuer, J., Kowert, R., Festl, R. & Quandt, T. (2015). Sexist Games=Sexist Gamers? A Longitudinal Study on the Relationship Between Video Game Use and Sexist Attitudes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18, 197-202.
- Breuer, J., Scharnow, M. & Quandt, T. (2015). Sore Losers? A Reexamination of the Frustration-Aggression Hypothesis for Colocated Video Game Play. *Psychology of Popular Media Culture*, 4, 126-137.
- Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (2015). Deutscher Markt für digitale Spiele 2015. Abrufbar unter: <https://www.biu-online.de/marktdaten/deutscher-markt-fuer-digitale-spiele-2015/> (zuletzt 25.01.2017)
- Entertainment Software Association (2016). Sales, Demographic and Usage Data. Essential Facts About the Computer and Video Game Industry. Abrufbar unter: <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2016/04/Essential-Facts-2016.pdf> (zuletzt 25.01.2017)
- Fox, J. & Tang, W. Y. (2013). *Harassment in Online Video Games and Predictors of Video Game Sexism*. Konferenzbeitrag zur National Communication Association Convention, Washington D.C.
- Gray, K. L. (2012). Deviant bodies, stigmatized identities, and racist acts: examining the experiences of African-American gamers in xbox live. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 18, 261-276.
- Ivory, J. D. (2014). *GamerGate Debacle Offers Reminder for Researchers: Interactions Need Attention, Not Just Effects*. Abrufbar unter: <https://icahdq.wordpress.com/2014/12/01/gamergate-debacle-offers-reminder-for-researchers-interactions-need-attention-not-just-effects/> (zuletzt 25.01.2017)

- Kasumovic, M. M. & Kuznekoff, J. H. (2015). Insights into sexism: Male status and performance moderates female-directed hostile and amicable behaviour. *PLoS ONE*, *10*, 1-14.
- Lynch, T., Tompkins, J. E., van Driel, I. I. & Fritz, N. (2016). Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years. *Journal of Communication*, *66*, 564-584.
- Quandt, T., Breuer, J., Festl, R. & Scharnow, M. (2013). Digitale Spiele: Stabile Nutzung in einem dynamischen Markt. Langzeitstudie GameStat: Repräsentativbefragungen zu digitalen Spielen in Deutschland 2010 bis 2013. *Media Perspektiven*, *10*, 483-492.
- Tang, W. Y. (2015). *The Greater Internet Fuckwad Theory: A social identity approach*. Abzurufen unter: <https://vgresearcher.wordpress.com/2015/05/29/the-greater-internet-fuckwad-theory-a-social-identity-approach/> (zuletzt 25.01.2017)
- Williams, D., Martins, N., Consalvo, M. & Ivory, J. D. (2009). The virtual census: representations of gender, race and age in video games. *New Media & Society*, *11*, 815-834.

Anmerkungen

- ¹ <https://www.biu-online.de/blog/2017/01/12/jeder-vierte-deutsche-internetnutzer-spielt-mehrspieler-spiele/> (zuletzt 27.01.2017)
- ² <https://www.penny-arcade.com/comic/2004/03/19/> (zuletzt 27.01.2017)
- ³ <http://gbitk.net/2012/11/06/anonymity-vs.-consequences/> (zuletzt 27.01.2017)



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Maike Groen

“gogo let’s rape them” – Sexistischer Sprachgebrauch in Online Gaming Communities

Fast alle Online-Gemeinschaften digitaler Spiele haben ein problematisches Phänomen gemeinsam: Hate Speech. Von der Diskriminierung sind vor allem Frauen betroffen. Dieser Artikel zeigt einzelne Beispiele und Ursachen ebenso auf wie Widerstände und Gegenbewegungen.

1 Einleitung

Digitale Spiele bieten als virtuelle Umgebungen den Spielenden Handlungsfreiheiten. Insbesondere für junge Menschen scheint dies immer mehr Reiz auszuüben, wie die steigende Spielendenzahl zeigt (MPFS, 2015). Dies ist nicht zuletzt der Tatsache geschuldet, dass Massively Multiplayer Online Games weit mehr bieten als einsame Ablenkung – sie sind soziale Orte der Begegnung und Interaktion (Lenhardt, 2015).

Wie in allen sozialen Räumen treffen hier unterschiedliche Erwartungen, Einstellungen und Motive aufeinander, weshalb problematisches Verhalten zwischen Spielenden entsprechend oft auftritt. Dabei häufen sich in den meisten digitalen Communities ähnliche Verhaltensweisen: rassistische, sexistische und/oder homophobe Aussagen. Dieser Beitrag fokussiert misogynen Aspekte von Hate Speech und diskutiert einige Ursachen davon.

2 Hate Speech als Phänomen in Online-Spielen

Hate Speech ist mehr als nur Toxic Behavior, das als Sammelbegriff für das Spielerleben schädigendes Verhalten grassiert. In Hate Speech manifestieren sich gesellschaftliche Ungleichheitsbeziehungen: „Als Teilaspekt von Toxic Behavior handelt es sich hierbei nicht um individuelle Grenzüberschreitungen zwischen Spielenden, sondern die Beleidigungen nehmen Bezug auf in der Gesellschaft vorherrschende Machtverhältnisse und reproduzieren entsprechende Diskriminierungs- und Gewalterfahrungen. Hierbei geht es nicht nur um verbale Sprechakte, sondern auch um soziale Praktiken.“ (Groen &

Schröder, 2014, S. 146). Der bei Hate Speech erfolgende notorische Rückgriff auf rassistische, homophobe oder sexistische Äußerungen kann nicht als normale Aggression abgetan oder gar als lustig relativiert werden und ist deswegen unabhängig vom in der Gaming-Szene gängigen trash talk zu analysieren (Cross, 2014a).

Digitale Spiele sind aber nicht Ursache von Hate Speech, sondern stellen nur die Plattform oder den sozialen Rahmen dar, in dem sich diskriminierendes Verhalten äußert. Nichtsdestotrotz sind Äußerungsformen und Reaktionsmöglichkeiten in hohem Maße von medialen Bedingungen bestimmt, Aspekte wie (vermeintliche) Anonymität, mangelnde Identifikationsmöglichkeiten mit Betroffenen und Szene-Identität fördern oder behindern diskriminierendes Verhalten. Auch ist es für viele Betroffene etwas anderes, ob die Aussage in einem öffentlichen Chat stattfindet oder persönlich geäußert wird. Dabei sollte die Wirkung öffentlich einsehbarer Chats, wie beispielsweise auf twitch.tv, nicht unterschätzt werden, da sie Strahlkraft über die Szene hinaus haben und durch diese Außenwirkung auch Mitlesende von Hate Speech betroffen werden.

3 ‚Geschlecht‘ in der digitalen Welt

Studien belegen die Erfahrungen von Frauen, indem sie das Ausmaß sexueller Belästigung aufzeigen (Duggan, 2014). Viele Spielende reflektieren ihr Verhalten nicht und/oder relativieren sexistische, rassistische oder homophobe Aussagen als individuelle Ausrutscher und nicht als zugehörig zu einem hegemonialen Dominanzsystem, unter dem viele Menschen leiden. Deutlich wird das Problematische an dieser Sichtweise beispielsweise im Bereich sexualisierter Gewalt, von der in Europa fast jede vierte Frau betroffen ist und wo mehr als ein Viertel aller Männer Vergewaltigung von Frauen in bestimmten Situationen als gerechtfertigt empfinden (Europäische Kommission 2016: online). Vergewaltigungsdrohungen („*rape threats*“) sind daher in ihrem gesellschaftlichen Kontext zu betrachten und entfalten deshalb insbesondere gegenüber Frauen eine gewaltvollere Wirkung, weil sie für viele ihre Lebensrealität widerspiegeln.

3.1 Sex sells: Gender in digitalen Spielen

Theoretisch sind digitale Spiele ein kreatives Tool unzähliger Möglichkeiten und haben das Potential, alternative Geschlechterrollen auszuprobieren, Empathie zu fördern, Zweigeschlechtlichkeit zu hinterfragen oder progressive Entwicklungen zu begünstigen. Leider bieten insbesondere kommerziell erfolgreiche Titel sehr begrenzte Wahlmöglichkeiten, was Geschlechterrollen betrifft, und verstärken eher

eindimensionale Narrative des abenteuerlustigen Mannes und der devoten und/oder hypersexualisierten Frau. Dies kann unter anderem daran liegen, dass die Produktion digitaler Spiele männlich dominiert ist und der Frauenteil in der Entwicklung bei etwa acht Prozent liegt (Ganguin & Hoblitz, 2014; Prescott & Bogg, 2013), was zu einer verstärkten Orientierung an männlichen Idealen, Vorstellungen und Normen im Spieldesign führen kann. In jedem Fall perpetuieren viele digitalen Spiele das dichotome Geschlechterverhältnis durch stereotype Darstellungen von Männern/ Frauen (Williams et al., 2009; Jansz & Martis, 2003; Downs & Smith, 2010). Das betrifft nicht nur das Aussehen der Spielfiguren (Avatare), sondern das gesamte Spieldesign zeichnet sich oftmals durch begrenzte Handlungsmöglichkeiten weiblich konnotierter Avatare aus (Cox et al., 2012). Zwar werden auch männliche Avatare leicht bekleidet oder mit überdimensionierter Muskulatur dargestellt (Sylvia et al., 2014), die Sexualisierung ist jedoch keinesfalls gleichwertig: Sexualisierung weiblich konnotierter Körper zeigt sich im Regelfall anhand von Objektivierung und wird durch instabile Posen, merkwürdige Körperdrehungen, überproportionierte sekundäre Geschlechtsmerkmale (Brüste), dysfunktionale Kleidung usw. erreicht. Männliche Avatare erhalten ihre (heterosexuelle) Sexualisierung vor allem anhand von Stärke und Macht: Muskeln und Sex. (Selbstverständlich finden sich vor allem im sogenannten Indie-Bereich digitaler Spiele, also solche, die im Regelfall ohne finanzielle Abhängigkeit und/oder Förderung größerer Firmen arbeiten, neben stereotypen Bildern auch emanzipiertere Formen von Geschlechterrollen und -handeln.)

3.2 Männliche Sichtweisen dominieren den Alltag im Gaming

Der Fokus auf weiße, heterosexuelle Männer zeigt sich nicht nur im Design der Spiele, sondern auch in der Werbung und auf Events der Szene. Frauen, Schwule und andere unterprivilegierte Personengruppen werden marginalisiert oder als stereotyp inszeniert. Sogenannte ‚Booth Babes‘ auf Messen, also Frauen, die leicht bekleidet für irgendetwas Werbung machen, sind ein klassisches Symptom davon.

Denn obwohl digitale Spiele ebenso divers sind wie ihre jeweiligen Communities, so sind Frauen weiterhin vor allem Randfiguren im Service einer maskulinisierten Technik-Kultur (Taylor et al., 2009). Die Betonung von Männlichkeitsidealen zeigt sich in der Gaming-Community auch durch eine Ablehnung von dem, was als „weiblich“ identifiziert wird. Daher ergibt sich auch das penetrante Überleben klassisch diskriminierender Schimpfwortkonstruktionen entlang der Demarkierungslinien von „schwul/gay/fag/faggot“ und „Mädchen/girl/bitch/whore“ als Standards in der Szene (Funk & Werhun, 2011). Dabei ist eine Unterstützung von Betroffenen nicht einfach: In ihrer Analyse über den „Dickwolves incident“, wo es um Vergewalti-

gungswitze in der Gaming-Szene ging, stellen Salter und Blodgett vor allem fest, wie diejenigen zu Feinden stilisiert werden, die sich mit Unterprivilegierten und Marginalisierten solidarisieren: "The highlighting of flaws regarding gender equality wasn't a call to awareness but instead was the line in the sand which some members of the gaming community felt compelled to defend until total defeat and exile of their 'enemies' was accomplished" (Salter & Blodgett, 2012, S. 409). Ausgrenzung, Diskriminierung, ansteigende Belästigung bis hin zu Todes- und Vergewaltigungsdrohung verbunden mit dem Veröffentlichenden privater Kontaktdaten ("doxing"), sind Erlebnisse, die in der Community immer wieder vorkommen. Im Jahre 2014 gab es sogar eine groß angelegte Kampagne gegen Frauen unter dem Hashtag #Gamergate (Cross, 2014b).

3.3 Nicht alle können gleich anonym sein

In der eSports-Szene sind diese Belästigungen sogar für Außenstehende zu beobachten, weil in Video-Streams, unabhängig davon, ob es sich um Übungsspiele oder Turniere handelt, die Spielenden mit zunehmendem Erfolg sichtbar werden müssen und damit eine Markierung zum Beispiel als „weiblich“ nicht vermeiden können (Zolides, 2015). Dabei erfahren selbst professionelle e-Sportler*innen ebenso wie Kommentator*innen regelmäßig eine Reduzierung auf ihr Äußeres. In Live-Chats wird nicht über ihre Erfolge, Spielstil oder Turnierteilnahme gesprochen, sondern das Aussehen debattiert (Groen & Witting, 2016). Und so führen bekannte Vorurteile ebenso wie sexistische und homophobe Sprache weiter dazu, dass Frauen nicht ermutigt, sondern eher abgeschreckt werden, an der Szene zu partizipieren.

Dabei variieren Ausmaß und Art von Belästigung je nach spielspezifischer Szenekultur. So legitimierte ein Team-Manager aus dem Bereich der Fighting Games in einem Gespräch sexuelle Belästigungen gegen Frauen als zentralen Aspekt der Szene: "sexual harassment is part of our culture, and if you remove that from the fighting game community, it's not the fighting game community" (Aris Baktarias zitiert nach Hamilton, 2012).

Derartig sexistische Kommunikationskulturen und Grundhaltungen führen selbstverständlich dazu, dass die Gaming Community wesentlich freundlicher gegenüber Männern ist und das auch insbesondere von Frauen wahrgenommen wird (Duggan, 2014). Hier finden sich Parallelen zur YouTube-Szene, für die Nicola Döring resümiert: „Der „Preis für eine aktive YouTube-Beteiligung ist für Mädchen und Frauen somit deutlich höher. Nicht jede kann und will sich diesen geschlechtsspezifischen Angriffen aussetzen“ (Döring, 2015, S. 19).

4 Solidarität und Widerstand

Weil so viele Frauen Belästigungen erfahren, versuchen etliche, nicht als weiblich identifiziert zu werden (Cote, 2015). Dies geht oft mit Einschränkungen einher, weil für die meisten Multiplayer-Spiele ein Chat zur Koordination und Kommunikation im Team notwendig ist. Und darum stellen sexuell geprägte Beleidigungen und Bedrohungen weiterhin eines der größten Probleme für weibliche Spielende dar: So gaben Spielerinnen in einer Studie an, dass sie sich relativ gut von nicht explizit geschlechtsbezogenen Beschimpfungen und auch von der Negierung ihrer spielerischen Kompetenz distanzieren können. Sexistische Kommentare und Vergewaltigungsandrohungen belasten sie jedoch über die Dauer des Spiels hinaus und erhöhen die Wahrscheinlichkeit, sich aus der Gaming Szene zurückzuziehen (Fox & Tang, 2016). Was insbesondere in einer Szene, wo „rape“ zum grundlegenden Jargon gehört, mindestens ebenso bemerkenswert wie bedenklich ist.

Etliche Frauen, die weder ihr Hobby aufgeben, noch ihr (ansozialisiertes) Geschlecht verleugnen wollen, haben sich deshalb auf vielfältige Weise zusammen getan und beispielsweise eigene Turniere oder Blogs gegründet. Auf einigen veröffentlichen die Betroffenen Belästigungen, um sowohl die Bandbreite des Problems zu verdeutlichen (und die Tatsache, dass es ein strukturelles Problem in der Szene ist), als auch um Solidarität zu erleben und die Täter in die Öffentlichkeit zu zerren. Zu den bekanntesten Beispielen für derartige Blogs zählen notinthekitchenanymore.com sowie fatuglyorslutty.com. Andere Homepages bieten ‚sicherere‘ Umgebungen für Frauen oder auch Transgender in der Community und promoten mehr Geschlechtergerechtigkeit, so z. B. misscliiks.com. Organisatoren oder Foren setzen Nutzungsbedingungen ein und versuchen so, durch Verbote ein freundlicheres Kommunikationsklima zu erreichen – die Einhaltung derselben wird jedoch nicht immer überwacht.

5 Ausblick

Die Gaming-Community ist im Wandel: Frauen, Mädchen und auch alle anderen haben schon immer gespielt, ihr Spielverhalten wird im Zuge einer fortschreitenden digitalen Öffnung (YouTube, Twitch.tv) jedoch sichtbarer. Dieser Realität müssen sich nicht nur Firmen stellen, sondern vor allem auch die Community, die schon lange kein identitär-elitärer Rückzugsort für vereinsamte Computerfreaks mehr ist. Im Gegenteil, sie entwickelt sich zu einer globalen, inklusiven Gemeinschaft.

Literaturangaben

- Cote, A. C. (2015). "I Can Defend Myself": Women's Strategies for Coping With Harassment While Gaming Online. *Games and Culture*, 1-20. doi:10.1177/1555412015587603
- Cox, A., Eno, C. A. & Guadagno, R. E. (2012). Beauty in the background: A content analysis of females in interactive digital games. *International Journal of Interactive Communication Systems and Technologies*, 2, 49-62.
- Cross, K. (2014a). Ethics for Cyborgs: On Real Harassment in an "Unreal" Place. *Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association*, 8, 4-21.
- Cross, K. (2014b). Empire of Dirt: How Gamergate's Misygynistic Policing of „Gamer Identity“ degrades the whole Gaming Community. Abrufbar unter: <http://feministing.com/2014/10/23/empire-of-dirt-how-gamergates-misogynistic-policing-of-gamer-identity-degrades-the-whole-gaming-community/> (zuletzt 13.01.2017)
- Döring, N. (2015). Die YouTube-Kultur im Gender-Check. *Medien + Erziehung*, 59, 17-24.
- Downs, E. & Smith, S. L. (2010). Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis. *Sex Roles*, 62, 721-733.
- Duggan, M. (2014). Online Harassment. Abrufbar unter: <http://www.pewinternet.org/2014/10/22/online-harassment/> (zuletzt 26.12.2016)
- Europäische Kommission (2016). „Gender-based violence“ – Report. Abrufbar unter: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/75837> (zuletzt 13.01.2017)
- Fox, J. & Tang, W. Y. (2016). Womens experiences with general and sexual harassment in online video games: Rumination, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies. *New Media & Society*, 1-18. doi:10.1177/1461444816635778
- Funk, L. C. & Werhun, C. D. (2011). "You're Such a Girl!" The Psychological Drain of the Gender-Role Harassment of Men. *Sex Roles*, 65, 13-22.
- Ganguin, S. & Hoblitz, A. (2014). *High Score & High Heels*. Wiesbaden: Springer VS.
- Groen, M. & Schröder, A. (2014). Crowd Control für die Gaming-Community. Formen der Begegnung mit unerwünschten Verhalten in MMOGs. In: W. Kaminski & M. Lorber (Hrsg.), *Spielwelt – Weltspiel: Narration, Interaktion und Kooperation im Computerspiel; Clash of Realities 2014* (S. 145-152). München: kopaed.
- Groen, M. & Witting, T. (2016). There are no girls on the internet – Gender und Kommunikation in Online-Gaming-Szenen. In: D. Meister, M. Brüggemann & T. Knaus (Hrsg.), *Kommunikationskulturen in digitalen Welten* (S. 179-192). München: kopaed.

- Hamilton, K. (2012). Competitive Gamer's Inflammatory Comments Spark Sexual Harassment Debate. Abrufbar unter: <http://kotaku.com/5889066/competitive-gamers-inflammatory-comments-spark-sexual-harassment-debate> (zuletzt 13.01.2017)
- Jansz, J. & Martis, R. G. (2003). *The representation of gender and ethnicity in digital interactive games*. Paper presented at the DiGRA Conference.
- Lenhardt, A. (2015). Teens, Technology and Friendships. Video games, social media and mobile phones play an integral role in how teens meet and interact with friends. Abrufbar unter: <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/> (zuletzt: 26.12.2016)
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (2015). *JIM-Studie 2015. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Abrufbar unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2015/JIM_Studie_2015.pdf (zuletzt: 15.09.2015)
- Prescott, J. & Bogg, J. (2013). The gendered identity of women working in the computer games industry. *Eludamos, Journal for Computer Game Culture*, 7, 55-67.
- Salter, A. & Blodgett, B. (2012). *Hypermasculinity & Dickwolves: The Contentious Role of Women in the New Gaming Public*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56, 401-416.
- Sylvia, Z., King, T. K. & Morse, B. J. (2014). Virtual ideals: The effect of video game play on male body image. *Computers in Human Behavior*, 37, 183-188.
- Taylor, N., Jenson, J. & de Castell, S. (2009). Cheerleaders/booth babes/ Halo hoes: pro-gaming, gender and jobs for the boys. *Digital Creativity*, 4, 239-252.
- Williams, D., Martins, N., Consalvo, M. & Ivory, J. D. (2009). The virtual census: representations of gender, race and age in video games. *New Media & Society*, 11, 815-834.
- Zolides, A. (2015). Lipstick bullets: Labour and gender in professional gamer self-branding. *Persona Studies*, 1, 42-53.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Ein Interview mit Franziska von Kempis

Contenance!

Im Interview mit Lars Gräßer (Grimme-Institut) erklärt Franziska von Kempis – selbst Webvideo-Creator auf YouTube und Facebook als „Besorgte Bürgerin“ (BB) und Chefredakteurin der Medieninitiative MESH Collective im UFA Lab –, was es mit ihrem Netz-Namen auf sich hat, welche Rolle so ein Name in Webvideo-Netzwerken spielen kann und wie für sie Umgangsstrategien mit dem Hass im Netz aussehen können.

„Besorgte Bürgerin“ klingt nach rechtspopulistischem Lager, warum die Namenswahl?

Franzi von Kempis: Ich denke, eine „Besorgte Bürgerin“ oder ein „Besorgter Bürger“ kann jede und jeder sein. Diesen Namen einem bestimmten Lager zuzuordnen oder gar zu überlassen, halte ich für falsch. Wir alle sollten oder können besorgte Bürger*innen sein – im Sinne von kritischen Bürger*innen. Interessant ist dabei natürlich, in welche Filterblasen man mit so einem Kanalnamen kommt – unser Kanal wird von Menschen jedweder politischer Couleur kommentiert.

Es sind also auch potenzielle AfD-Wähler darunter?

Franzi von Kempis: Das kann ich höchstens vermuten, bleibt aber Spekulation. Wenn jemand schreibt, dass er/sie die AfD wählt, ist das für mich aber natürlich auch kein Anlass, nicht mit der Person zu reden. Warum auch? Viel schwieriger sind für mich diejenigen, die für kein Argument mehr zugänglich sind.

Sind Hasskommentare die Folge, wenn Sie hier die politischen Erwartungen unterlaufen?

Franzi von Kempis: Hass in den Kommentaren hängt eher mit unseren Themen zusammen; ob wir uns mit den Reichsbürgern auseinandersetzen – sehr anstrengend –, mit feministischen Themen wie in dem #PassAuf Video oder Falschmeldungen im Netz. Und das Netz vergisst halt auch nichts: Immer wieder werden entlang der aktuellen Debatten auch ältere Videos erneut „hochgespült“ und kommentiert, sei das zum Beispiel ein Meinungsvideo zur AfD oder ein Erklärvideo über die BRD GmbH.

Haben sich die Kommentare über die Zeit verändert bzw. spielt die Geschlechterfrage hier stärker mit rein? Frauen werden ja auf YouTube besonders heftig angegangen.

Franzi von Kempis: So lange bin ich noch nicht dabei, aber gefühlt sind sie heftiger geworden, je nachdem, welches Thema gerade im Mittelpunkt steht. Und ja: Für mich spielt Geschlecht eine Rolle. „Fotze“, „Du gehörst totgefickt“ oder „lass dich erstmal von ‚nem Typ befriedigen“, solche Kommentare sind schon sehr spezifisch an mich als Frau gerichtet.

Unterscheiden sich die Hasskommentare nach dem Netzwerk, über das Sie abge-sondert werden? Ist der Hass auf YouTube anders als der Hass auf Twitter? Sie sind ja in mehreren Netzwerken aktiv.

Franzi von Kempis: Das ist richtig, ich bin in mehreren Netzwerken aktiv, das allerdings auf unterschiedliche Art und Weise: Auf Twitter etwa benutze ich meinen Klarnamen, da sind Hassbotschaften selten, vielleicht weil es viele nicht mit der „Besorgten Bürgerin“ verbinden. Auf Facebook haben wir die größte Reichweite, daher gibt es hier auch die zahlenmäßig größte Hasskommentar-Dichte. Auf YouTube sind besonders weibliche Themen negativ im Fokus, bei „Anti-Fake-News-Tools“ ist es entspannter.

Wie gehen Sie persönlich mit den Hasskommentaren um?

Franzi von Kempis: Bestimmte Kommentare gehen nicht spurlos an mir vorbei. Aber ich lerne konstant, für mich damit umzugehen. So verordne ich mir bewusst Pausen, lasse einen zeitlichen Abstand zwischen den Produktionen neuer Webvideos. Das kann schon mal ein Monat sein oder mehr. Und ich habe mein Kommentarverhalten geändert, kommentiere weniger spontan. Stattdessen setze ich mich gezielt hin, nehme mir eine Stunde dafür vor und bereite mich auf das Kommentieren vor, wenn da etwas aufläuft. Vor dem Antworten einmal ein- und wieder ausatmen hilft auch. Mein Kommentarverhalten ist dadurch ruhiger geworden, mit mehr Contenance. Meistens.

Und was empfehlen Sie anderen als „Umgangsform“? Sie betreuen ja auch andere YouTuber redaktionell, haben mit dem Kanal „BrainFed“ – zusammen mit dem YouTuber DarkViktor – bereits den Publikumspreis beim Grimme Online Award gewonnen.

Franzi von Kempis: Ich empfehle Gelassenheit und Contenance, aber vor allem: sich seine Haltung bewahren. Bei der „Besorgten Bürgerin“ sind wir ja zu zweit – ich bin die Besorgte Bürgerin vor der Kamera und die Redaktion. Tense – vom Kanal „TenseMakesSense“ – steht hinter der Kamera. Es hilft, wenn man ein Gegenüber hat, mit dem ich auch mal ein aktuelles Kommentartheme durchsprechen kann – Tense ist ja genauso in den Themen drin.

Grundsätzlich sage ich immer: Lieber mal nicht antworten, bevor man reflexhaft selbst etwas Böses schreibt. Konsequente Kommentarbetreuung muss aber sein. Die gehen nicht weg, nur weil man sie ignoriert.

Wie stark sind die Selbstreinigungskräfte auf YouTube? Können Sie auf Ihre Community zurückgreifen, die Kommentare in Grenzen zu halten?

Franzi von Kempis: Eine generelle Antwort fällt hier schwer, das unterscheidet sich stark zwischen den Themenbereichen, in denen man unterwegs ist – so zumindest mein Eindruck. Generell glaube ich sehr an die Community, bei der „Besorgten Bürgerin“ haben wir gerade auf Facebook ein paar tolle, starke Kommentator*innen, die gewisse Diskussionen super regulieren und im Blick haben. Aber selbst nicht mitkommentieren geht für mich einfach nicht – weil ich auch merke, dass sich Diskussionen verändern, wenn Kanal- oder Seitenbetreiber sich einschalten.

Hilft Satire gegen Hass? Sie haben ja vielfach einen satirischen Unterton, andere auch. Oder schürt er ihn eher?

Franzi von Kempis: Ich denke, er macht es nicht unbedingt besser oder schlechter. Ein satirischer Unterton funktioniert eigentlich nur bei denjenigen, die eh hinter einem stehen – er bedient vor allem die, die genauso satirisch auf ein Thema gucken würden und schafft dadurch eine gemeinsame Ebene.

Der satirische Unterton kommt bei mir also vor, aber dann muss ich eben auch mit „Das ist arrogant“-Kommentaren leben – was ich auch wieder schade finde.

Sie haben ein Video zu Falschmeldungen im Netz gemacht, das Thema ist gerade Trend, FakeNews in aller Munde. Welche Rolle spielen Sie in diesem Zusammenhang?

Franzi von Kempis: Das Video ist ein Jahr alt – Fake News also eigentlich Old News für die „Besorgte Bürgerin“. Zu „Fake News“ soll jetzt auf einmal alles gehören, was ich persönlich schwierig finde. Da blickt ja keiner mehr durch, was jetzt gemeint ist – ich auch nicht. Generell vermisse ich aber Aktivitäten gegen falsche Informationsverbreitung im Netz! Wo sind die vielfältigen Formate dazu? Wo sind die flächendeckenden, schulbegleitenden Programme oder Webserien, die eine heranwachsende Zivilgesellschaft von Anfang an mit Tools und Wissen ausstatten? Da gibt es im englischsprachigen Bereich schon deutlich mehr.

Viele YouTuber befeuern die Auseinandersetzung untereinander, beschimpfen sich wüst und teilweise ausfallend. Wann ist das Teil der Inszenierung, wann nicht? Oder gehört das einfach dazu in der der Youtube-Szene?

Franzi von Kempis: Für einige scheint das Beschimpfen dazu zu gehören, aber ich finde es scheiße. Mehr kann ich dazu nicht sagen. Vielleicht bin ich mit Anfang dreißig aber auch einfach zu alt, um das noch witzig zu finden. Tatsächlich verantwortungslos finde ich bestimmte Kanäle, die Niedermachen und Schimpfen zum Klick-Generieren nutzen.

Diese Eigenart der Youtube-Szene korrespondiert ganz gut mit der aktuellen Tendenz zu immer provokativeren Inhalten – explizite auf der einen Seite, prekäre Mutproben auf der andere! Wie beurteilen Sie diese Entwicklung?

Franzi von Kempis: Ich finde: Den teilweise klickgeilen Mainstream (und auch den YouTube Algorithmus) kann ich im Alltag für mich erst einmal nicht verändern. Ich kann nur für mich selbst da konsequent nicht mitmachen und stattdessen auf die guten Formate gucken, die Creator, die sich wirklich mit ihren Videos viel Mühe geben, die Wissen oder tolle Comedy machen statt billo-pranks – und die supporten.

Aber konfrontativ (statt einfach nur provokativ) darf man auch mal sein, finde ich. Beispielsweise wurde das Investigativ-Format „Jäger & Sammler“, welches durch das UFA Lab & MESH Collective mit Funk produziert wird, 2016 für den Grimme-Preis nominiert.

Könnte Sie der Hass davon abbringen, weitere Webvideos zu produzieren?

Franzi von Kempis: Nein, das wäre ja noch schöner! Aber ich habe eben auch gute Grundbedingungen, spannende Communities auf unterschiedlichen Kanälen, gute Freund*innen, die mir beim Hate-Wegdiskutieren helfen und einen tollen „Besorgten Bürger“ hinter der Kamera – das geht nicht jedem so.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Mögliche Umgangsformen und Gegenstrategien

Marie-Joelle Hofer von Lobenstein und Annette Schneider

**Das Projekt BRICKS:
Auswertung von Hate Speech-Fallbeispielen**

*In der ersten Phase des EU-geförderten Projekts „BRICKS – Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech“ erstellten die beteiligten Projektpartner*innen in ihren Ländern einen Überblick über die Situation im Hinblick auf Hate Speech und untersuchten anhand von ausgewählten Fallbeispielen, welche Form diese annehmen kann.*

**1 Hate Speech: Die Situation in Deutschland
(Frühjahr / Sommer 2015)**

Das Projekt BRICKS (2015 – 2016), an dem neben Einrichtungen aus Belgien, Italien und der Tschechischen Republik auch das Grimme-Institut als deutscher Partner beteiligt war, hatte sich zum Ziel gesetzt, Online-Hassreden mit Information und Aufklärung, aber auch mit der Entwicklung von praktischen Maßnahmen und Handlungsempfehlungen entgegenzutreten.

Hate Speech war zu Projektbeginn im Frühjahr 2015 bereits ein Thema, über das öffentlich berichtet wurde, aber längst noch keins, was die Mainstream-Medien beherrschte. „Hate Speech“ als Begriff sollte erst noch in den allgemeinen Sprachgebrauch aufgenommen werden; im Journalismus wurde er als Bezeichnung für dieses Phänomen bereits verwendet, um Feindseligkeit, Hass und Hetze zu beschreiben, die sich gegen unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen richten – in der Regel gegen Minderheiten, aber auch gegen Individuen und Personen des öffentlichen Lebens.¹

2 Die Situation im Jahr 2015

Im Verlauf des Jahres 2015, im Zusammenhang mit der steigenden Zahl an Geflüchteten in Europa und den politischen und gesellschaftlichen Reaktionen auf diese Entwicklung, stieg die Zahl der Hassreden in den sozialen Medien und in den Kommentarbereichen von Onlinezeitungen sprunghaft an – und auch die mediale und politische

Diskussion des Phänomens Hate Speech rückte ins öffentliche Bewusstsein. Die Menge entsprechender Kommentare, vor allem aber auch der Grad an Hass, der in den Beiträgen zum Ausdruck gebracht wurde, nahm in alarmierender Weise zu; Hasskommentare richteten sich nicht nur gegen Flüchtlinge, sondern auch gegen Personen, die sich für diese engagierten: zivilgesellschaftliche Unterstützer*innen, Freiwillige, Politiker*innen, Aktivist*innen. Die Entwicklung wurde in den Medien thematisiert und im BRICKS-Projekt auch in Gesprächen mit Redakteur*innen, Vertreter*innen spezifischer Einrichtungen und Social-Media-Manager*innen bestätigt. Ein Punkt war erreicht, an dem Politiker*innen (fast) aller politischen Fraktionen sowie Personen des öffentlichen Lebens Lösungen und Instrumente verlangten, um diese Form der destruktiven öffentlichen Diskussion zu minimieren oder zu kontrollieren. Heiko Maas, der deutsche Justizminister, appellierte an Vertreter*innen von Facebook Europe und Deutschland, mögliche Mittel zur Vereinfachung des Löschens von auf Facebook veröffentlichten Hassreden zu prüfen, da die Plattform sich in dieser Zeit als Sammelbecken für rechtsextreme, rassistische Kommentare erwiesen hatte. Die deutsche Staatsanwaltschaft ermittelte bereits im Herbst 2015 gegen mehrere Facebook-Manager in Deutschland, um herauszufinden, ob das Unternehmen dafür verantwortlich gemacht werden könne, nicht ordnungsgemäß mit Hassreden umgegangen zu sein.

Sheryl Sandberg, COO von Facebook, kündigte im Januar 2016 in Berlin die „Online Civil Courage Initiative“ (OCCI) an. Diese setzt sich aus Partner*innen wie dem „International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence“ (ICSR), dem „Institute for Strategic Dialogue“ (ISD) und der Amadeu Antonio Stiftung zusammen. OCCI versucht insbesondere über das Instrument des *Counter Speech*, der Gegenrede, Menschen zu mobilisieren, die sich mit den gleichen Mitteln, derer sich die Verfasser*innen von Hate Speech bedienen, öffentlich gegen Hass und Hetze positionieren – mit Kommentaren in sozialen Netzwerken. Die Auseinandersetzung der deutschen Justiz mit Facebook hat damit aber kein Ende genommen: Im November 2016 leitete die Münchener Staatsanwaltschaft wegen Beihilfe zur Volksverhetzung ein Verfahren gegen Mark Zuckerberg und weitere leitende Manager*innen des Unternehmens ein. Der Vorwurf lautete, die „verantwortlichen Mitarbeiter verstießen gegen deutsches Recht, indem sie die illegalen Inhalte auf Facebook nach Kenntnisnahme nicht vom Netz nahmen und weiter öffentlich zugänglich machten“².

3 Die Rechtslage im Hinblick auf Hate Speech

Dieser Vorwurf verweist auf die deutsche Rechtslage, in der es auf der einen Seite das Recht auf freie Meinungsäußerung zu schützen gilt, andererseits Tatbestände wie Volksverhetzung oder die Verletzung von Persönlichkeitsrechten zu ahnden sind.

Strafverfolgung auslösen können deshalb etwa unwahre Tatsachenbehauptungen, Verleumdungen und Schmähungen, also Äußerungen, die sich nicht länger auf die Sache berufen, die eigentlich diskutiert wird, sondern lediglich dem Angriff Dritter dienen. Aber im Interesse des Schutzes des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung muss eine entsprechende Strafverfolgung immer den Kontext, in dem sich Menschen äußern, berücksichtigen, sodass jeder einzelne Vorfall sorgfältig zu untersuchen ist.

Problematisch in der Verfolgung von Online-Hassreden ist der Umstand, dass die tatsächlichen Verfasser*innen selten zur Verantwortung gezogen werden können, da die Identität der Benutzer*innen auf Websites, in Blogs und Foren nur schwer ermittelt und bestimmt werden kann. Hier stellt sich die Frage, ob diejenigen, die die betreffende Plattform betreiben, für das Entfernen womöglich rechtsverletzender Inhalte verantwortlich gemacht werden können. Das Bundesverfassungsgericht hat entschieden, dass Forenbetreiber erst dann haftbar sind, wenn sie ihre Pflichten zur Überprüfung der veröffentlichten Inhalte vernachlässigt haben. Sollten die Betreiber über rechtsverletzende Inhalte informiert worden sein, sind sie verantwortlich für deren mögliche Löschung. In diesem Fall müssen die Betreiber die Verfasser*innen der Äußerungen kontaktieren und eine angemessene Stellungnahme fordern. Wenn die Äußerung nicht mit deutschem Recht konform ist, müssen die Betreiber sie entfernen.³ Auf diesen Umstand – der Betreiber der Seite ist informiert und löscht die entsprechenden Passagen nicht – beziehen sich die Ermittlungen der Münchener Staatsanwaltschaft gegen Facebook im aktuellen Fall.

4 Fallbeispiel 1: Sila Şahin

BRICKs betrieb im Projektverlauf beispielhafte Fallstudien zu Online Hate Speech.⁴ Eins der deutschen Fallbeispiele waren die Reaktionen auf ein gepostetes Foto der deutsch-türkischen Schauspielerin Sila Şahin:

Nachdem sie ein Foto, auf dem sie (für eine Rolle) ein Kopftuch trug, in ihrem privaten Instagram-Account gepostet hatte, sah sich Sila Şahin mit Beschimpfungen und verbalen Bedrohungen in den sozialen Medien konfrontiert. Neben einigen positiven Antworten ihrer Fans („steht dir gut“, „perfekt“, „schön“) und einigen vermittelnden, ausgleichenden Anmerkungen („Sie hat das Foto nur für ihre neue Rolle hoch gestellt“), konnte erhebliches negatives Feedback beobachtet werden: herabwürdigende Vorurteile gegen sogenanntes „islamisches Leben“ („Wirst du auch zwangsverheiratet?“) oder aggressive Antworten, die sich auf die ihren Auftritt in den Medien (besonders im Hinblick auf Nacktfotos im Playboy-Magazin) und dem vermeintlich traditionellen Leben einer Muslima bezogen („Du bitch schäm dich mal erst Playboy

und dann Kopftuch Trägerin“). Ein User etwa schrieb: „... ein Kopftuch sehe ich mittlerweile als Kriegserklärung...“. Und eine Userin antwortete: „Kriegserklärung ist das richtige Wort für Frau Sahin´s Verhalten. Auch wenn sich viele noch so anstrengen, diese Leute weden es nicht schaffen, den Islam schön zu reden“⁵.

Kurz nach der Veröffentlichung erschien eine Fülle an Kommentaren auch auf der Facebook-Seite von Sila Şahin. Später wurde Şahin in einem Interview auf FOCUS Online zitiert: „Ich hatte ein Foto von mir mit Kopftuch gepostet und danach war die Hölle los.“⁶. Sie sagte, dass sie beschimpft und viele Kommentare in „übelster Fäkalsprache“ geschrieben worden seien. Darüber hinaus kritisierte die Schauspielerin auch das Internet, „weil man sich darin ‚anonym und auch teilweise aggressiv oder beleidigend auslassen‘ könne“. Ein Grund für das Ausmaß an ungefiltert harschen Kommentare etwa auf Instagram dürfte sein, dass viele Prominente ihre (privaten) Accounts nicht überwachen und die Kommentare Dritter nicht löschen. Aus diesem Grund können Diskussionen schnell aus dem Ruder laufen, und während die Kommentator*innen die eigentliche Diskussion aus dem Blick verlieren und sich über Dinge streiten, die keinen Bezug zum eigentlichen Thema haben, heizt sich die Diskussion weiter auf.

In der Untersuchung des Falls war es interessant zu beobachten, dass Kommentator*innen Hasskommentare schrieben, obwohl viele der fraglichen Instagram-Accounts öffentlich sind und jeder die Identität der Benutzer*innen nachschlagen kann. Personen des öffentlichen Lebens – so eine Überlegung in diesem Kontext – würden womöglich davon profitieren, wenn sie Personal zur Pflege ihrer Accounts beschäftigen und wenn sie sich selbst in die Debatte einbringen würden, womit sie die Menschen daran erinnern könnten, dass es sich bei ihnen nicht nur um eine abgebildete Figur, sondern um eine tatsächliche Person handelt, die dementsprechend behandelt werden möchte.⁷

Über den Fall von Sila Şahin berichtete auch das Nachrichtenmagazin FOCUS in seiner Online-Ausgabe.⁸ Im FOCUS-Redaktionsteam steht eine recht große Zahl an Personen zur Moderation von Artikeln zur Verfügung und der Unterschied zu den genannten Instagram-Komentaren war schnell zu sehen: Kommentator*innen müssen sich anmelden, offene Hassreden werden gelöscht und die Anwesenheit der Moderator*innen ist durchweg spürbar, da sie Nutzer*innen an die Regeln der Netiquette erinnern und sich auch selbst in die Debatte einbringen. Als der FOCUS allerdings den fraglichen Artikel auf Facebook postete, erschienen die gleichen Hasskommentare wie auf Instagram, was vermuten lässt, dass es sich für ein Moderationsteam als annähernd unmöglich erweist, einen vollständigen Überblick über das, was passiert, zu bewahren.

Wie die chronologische Verbreitung der Onlinekommunikation erkennen lässt, kann als Ausgangspunkt des sich entwickelnden Hate Speech die Veröffentlichung eines einzigen Fotos auf einer Social-Media-Plattform identifiziert werden. Von da aus sprangen die Kommentare auf andere Plattformen über, besonders auf Facebook. Das Interview mit Sila Şahin brachte herkömmliche und etablierte Nachrichten-Medien dazu, über die Vorfälle zu berichten, was wiederum weitere Aufmerksamkeit und Kommentare in den Social-Media-Kanälen der entsprechenden Medien erzeugte. Form und Inhalt der Kommentare auf der moderierten und editierten Nachrichtenseite von FOCUS Online und die begleitenden Social-Media-Seiten (FOCUS Online Facebook Fanpage) unterschieden sich substantiell. Nutzer*innen neigten dazu, sich gegenseitig in weniger oder gar nicht moderierten sozialen Netzwerken intensiver zu belästigen und zu beleidigen. Trotz des spezifischen und relevanten Kontexts – eine Schauspielerin mit türkischen Wurzeln trägt ein Kopftuch – entwickelte die Diskussion eine ganz eigene Dynamik und die Kommentare entfernten sich vom eigentlichen Ausgangspunkt, um letztlich zu diskriminieren und generalisierte Vorurteile zu verbreiten.

5 Fallbeispiel 2: Nasser

In einem weiteren Fall ging es um Nasser, einen schwulen jungen Libanesen aus Berlin, der Klage gegen seine Familie eingereicht hatte. Die Familie hatte versucht, ihn für eine Zwangsheirat zu entführen. Auch diese Geschichte führte zu massiven Drohungen und Beschimpfungen auf Nachrichtenseiten sowie auf Nassers Facebook-Seite. Die „Berliner Zeitung“ (BZ) war die erste, die online über den Fall berichtete.⁹ Die Kommentarfunktion für den Artikel wurde abgeschaltet, aber der verlinkte Facebook-Eintrag zeigte, was passieren kann, wenn zu wenig Moderation stattfindet. Die meisten der Hasskommentare wurden mittlerweile gelöscht; andere Kommentator*innen bezogen sich allerdings auf diese Einträge, so dass auch das Gelöschte rekonstruierbar wurde. Leser*innen konnten verschiedene Anmerkungen der BZ auf Facebook finden, mit denen die Nutzer*innen ermahnt wurden, sich an die Netiquette zu halten. Die BZ formulierte auch wiederholt ihr Erschrecken über ein dermaßen massives Aufkommen an Hass. Viele Nutzer*innen stimmten dem zu, andere wiederum drängten die Zeitung, die Hasskommentare bei Facebook zu belassen, damit Menschen klar werde, womit Schwule und Lesben tagtäglich konfrontiert würden, sodass die Medien das Problem nicht länger herunterspielen könnten. Wiederum andere hielten Einmischungen seitens des Redaktionsteams für eine Behinderung der Meinungsfreiheit.

Die WELT schrieb ebenfalls über diese Geschichte. Sie hatte fast keine Hassreden auf ihrer Diskussionsplattform und nur sehr wenige auf ihrem Facebook-Kanal, da

Mögliche Umgangsformen und Gegenstrategien

die Redaktion einen etwas anderen Ansatz der Moderation pflegt: Ein Team von mehr als 20 Personen hat die Aufgabe, Kommentare zu sichten und zu löschen, seinerseits zu kommentieren und zu beantworten. Ihre Anwesenheit ist deutlich spürbar und die Moderator*innen sind dafür bekannt, dass sie die Kommentare beobachten, bis sich der Hass legt.

Zudem pflegt das Team einen Kommunikationsstil der etwas anderen Art, der an folgendem Beispiel illustriert werden kann:

Kommentator: „so wirklich habe ich in den medien noch nicht wirklich was gesehen, was die da eigentlich fordern. und ich glaube die leute von DIE WELT weiß es auch nicht, bzw darf es nicht schreiben.“

Moderationsteam: „Doch, wir darf es schreiben. Wir will es aber nicht.“¹⁰

Aufgrund seiner flapsigen und deshalb recht deutlichen Repliken hat das Social Media-Team inzwischen eine eigene Fan-Seite bei Facebook.¹¹

Beispiele für die WELT-Moderation im Fall „Nasser“ sowie die ausführliche Analyse aller Beispiele (auch aus den anderen teilnehmenden Ländern) sind in den „National Studies“ des BRICKS-Projekts jeweils in englischer und in Landessprache nachzulesen.¹²

In der zweiten Phase des Projekts wurden elf Personen, insbesondere aus dem Bereich der schulischen und außerschulischen Bildung, für die Umsetzung von Maßnahmen gegen Hate Speech vorbereitet. Schwerpunkt war hierbei die Vermittlung der Inhalte mithilfe von Medien. In der Folge führten die Trainer insgesamt 21 Workshops in Schulen und Jugendeinrichtungen durch und arbeiteten mit fast 340 Schüler*innen und jungen Menschen. Zur Vorbereitung der Workshops entstand ein „Multi-Media Toolkit“, das nach Abschluss der Workshop-Phase ein weiteres Mal überarbeitet und anschließend im Internet zur freien Nutzung veröffentlicht wurde.¹³

Anmerkungen

- ¹ Zudem wurde und wird „Hate Speech“ von vielen Menschen auch für (überwiegend im Kontext Schule angesiedeltes) Cyberbullying verwendet.
- ² <http://www.zeit.de/digital/2016-11/facebook-mark-zuckerberg-manager-volksverhetzung-ermittlungen> (zuletzt 19.01.2017)

- ³ Quelle der Erläuterungen dieses juristischen Kontexts: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/hatespeech/hate-speech-im-internet-eine-rechtliche-einordnung/> (zuletzt 19.01.2017)
- ⁴ Alle Fallbeispiele sowie eine ausführliche Schilderung der Situation im Beobachtungszeitraum in Deutschland sind in der deutschen nationalen Studie zu finden, die im Rahmen des BRICKS-Projekts entstand: http://www.bricks-project.eu/wp/wp-content/uploads/2016/03/National_Study_Germany_German.pdf (zuletzt 19.01.2017)
- ⁵ Weitere Zitate sowie Quellen siehe unter: http://www.bricks-project.eu/wp/wp-content/uploads/2016/03/National_Study_Germany_German.pdf (zuletzt 19.01.2017)
- ⁶ http://www.focus.de/kultur/vermischtes/sila-sahin-das-sagt-sie-zum-kopftuch-shitstorm_id_4510733.html (zuletzt 19.01.2017)
- ⁷ Mittlerweile verfügt Instagram neben der Funktion „Unangebrachten Inhalt melden“ auch über ein Tool, mit dessen Hilfe unerwünschte Begriffe gefiltert werden können. Posts mit diesen Begriffen werden nicht mehr angezeigt: „Wie kann ich Kommentare filtern, die ich nicht in meinen Beiträgen anzeigen möchte?“ in „Verwaltung deines Kontos“ (<https://help.instagram.com/>).
- ⁸ http://www.focus.de/kultur/vermischtes/sila-sahin-das-sagt-sie-zum-kopftuch-shitstorm_id_4510733.html (zuletzt 19.01.2017)
- ⁹ <http://www.berliner-zeitung.de/berlin/klage-vor-gericht-in-berlin-ein-schwuler-sohn-wehrt-sich-gegen-zwangsheirat-2531098> (zuletzt 19.01.2017)
- ¹⁰ <http://meedia.de/2015/01/06/mit-ironie-gegen-trolle-facebook-kommentare-der-welt-haben-mittlerweile-eigene-fan-seite/> (zuletzt 19.01.2017)
- ¹¹ <https://www.facebook.com/fansdesjournalistenzirkels> (zuletzt 19.01.2017)
- ¹² <http://www.bricks-project.eu/wp/national-studies/> (zuletzt 19.01.2017)
- ¹³ Das Multi-Media Toolkit und auch die Konzepte und Materialien der anderen Projektpartner sind herunterzuladen unter: http://www.bricks-project.eu/wp/bricks_toolbox/workshop-concepts/ (zuletzt 19.01.2017)



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Johannes Wentzel

Gemeinsam gegen Hate Speech – Workshops mit Jugendlichen

*Im europäischen Projekt BRICKS (Building Respect On The Internet By Combating Hate Speech) wurden 2016 über 200 Stunden Workshops an Schulen durchgeführt. Das Grimme-Institut als Projektleiter hat 2015 in einem „Train the Trainer“-Programm Medienpädagog*innen gezielt zum Thema Hate Speech weitergebildet. Ziel der daraus entwickelten Workshops war es, Jugendliche für das Thema Hate Speech zu sensibilisieren, ihnen erste Handlungsstrategien aufzuzeigen und durch eine kreative mediale Aufbereitung eine persönliche Auseinandersetzung zu ermöglichen.*

1 Ziele und Grenzen der BRICKS-Workshops

Jugendliche kennen verletzendes Online-Verhalten aus ihrem (medialen) Alltag: Beleidigungen und ausgrenzende Bemerkungen begegnen ihnen z. B. in WhatsApp-Gruppen, Kommentaren bei YouTube-Kanälen, Postings zu Foto- oder Textbeiträgen in Online-Communities oder sie stehen in Zusammenhang mit Cybermobbing. Das Thema Hate Speech ist aber vor allem jüngeren Jugendlichen häufig noch nicht in seiner ganzen Tragweite bekannt. Ältere Jugendliche kennen den Begriff Hate Speech oft aus der medialen Berichterstattung und sind Hasskommentaren auch schon begegnet, eine persönliche, tiefergehende Auseinandersetzung mit dem Thema ist damit allerdings meistens noch nicht erfolgt.

Die Workshops, die im Rahmen des „BRICKS“-Projekts im schulischen Kontext umgesetzt wurden, zielten darauf ab, Jugendliche (auch präventiv) mit dem Thema vertraut zu machen. Dabei konnte und sollte es nicht darum gehen, Hate Speech wissenschaftlich zu analysieren oder ein Patentrezept gegen Hate Speech zu entwickeln. Ziel war es vielmehr, Jugendliche über das Thema zu informieren, sie zu sensibilisieren und ihnen Wege für den Umgang mit Hate Speech vorzustellen. Dazu gehörte auch, Wirkungen von Hate Speech aufzuzeigen sowie Konsequenzen des eigenen Handelns zu verdeutlichen und ihnen „Rüstzeug“ an die Hand zu geben, damit sie eigenständig und selbstbewusst mit dem Thema umgehen können.

Online Hate Speech findet auf digitalen Plattformen statt, die von Jugendlichen in ihrem Alltag genutzt werden. Eine Auseinandersetzung mit dem Thema unterstützt sie daher auch dabei, Onlineinhalte kritisch zu hinterfragen, sich der eigenen Verantwortung im digitalen Raum bewusst zu werden und Regeln für ein „digitales Miteinander“ zu entwickeln.

2 Arbeiten mit Modulen

Um diese Inhalte ausreichend gemeinsam erarbeiten zu können und gleichzeitig die Dauer des Workshops für die Jugendlichen überschaubar zu halten, wurden im Rahmen des „BRICKS“-Projekts acht Zeitstunden pro Workshop gewählt. Dieser Zeitraum hat sich in der Praxis bewährt und ermöglichte eine Integration als ein- oder zweitägige Veranstaltung in den Schulalltag, z. B. zum Anfang oder Ende eines Schul(halb)jahres.¹ Ein Workshop gliederte sich dazu in fünf Module:

- Einstieg
- Eigene Mediennutzung und Medienerfahrung
- Thema Hate Speech kennenlernen
- Kreative/mediale Umsetzung
- Screening und Feedback

Der Schwerpunkt der Workshops lag dabei auf Modul 4: „Kreative/mediale Umsetzung“. Hier wurden die Ergebnisse zusammengetragen, zusammengefasst und medial aufbereitet. Dieser kreative Prozess hat die Jugendlichen zum einen besonders interessiert und machte ihnen Spaß, zum anderen erforderte er auch noch einmal eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema und ermöglichte es, eine persönliche Haltung zu formulieren und darzustellen.

2.1 Gemeinsamer Einstieg

Wichtig bei der ersten Moduleinheit war es, die Ziele des Workshops so zu benennen, dass die Jugendlichen Lust darauf bekamen, sich auf den Workshop einzulassen. Dementsprechend wurde deutlich betont, dass es nicht darum geht, das Verhalten der Jugendlichen zu korrigieren, ihren Medienumgang zu kritisieren oder Defizite „aufzufüllen“, sondern bereits vorhandene Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien auszubauen und Möglichkeiten kennenzulernen, den eigenen

„medialen Handlungsspielraum“ zu erweitern, um verantwortungsbewusst und souverän im Internet unterwegs zu sein.

Als gemeinsamer Einstieg wurden Methoden gewählt, die bereits einen Bezug zum Thema herstellten und die sich an den Voraussetzungen der jeweiligen Schüler*innen orientierten: Beispielsweise wurde mit dem „50-Wörter-Spiel“ spontan eine eigene Geschichte geschrieben, die exakt 50 Wörtern umfasst und die Erfahrungen zum Thema „Verletzendes Onlineverhalten“ beinhaltet. Andere Schüler*innen haben eine „Love-Hate-Liste“ angelegt: „Was mag ich und was mag ich nicht – online und offline?“. Niedrigschwelliger war die Methode „Gemeinsamkeiten finden“. Hier ging es darum, anhand eines Arbeitsblattes heraus zu finden, welche Medien, Apps und Angebote die Schüler*innen nutzen und welche Medienerfahrungen sie damit verbinden. Auch der Medien-Tagesplan kam hier zum Einsatz und bildete eine Überleitung zum nächsten Modul: Die Jugendlichen erstellten in Gruppen einen chronologischen Tagesablauf, in den sie Apps eintrugen, die sie zu bestimmten Tageszeiten nutzen, z. B. Handywecker, WhatsApp nach dem Aufstehen checken, Musik-App auf dem Weg in die Schule usw.

2.2 Eigene Mediennutzung und Medienerfahrung reflektieren

Da sich Online Hate Speech in digitalen Netzwerken abspielt und das (mobile) Internet mit seinen zahlreichen Apps bzw. Kommunikationsmöglichkeiten für Jugendliche eine wichtige Bedeutung in ihrem Alltag besitzt, sollten die Schüler*innen in einem zweiten Schritt ihr eigenes Mediennutzungsverhalten reflektieren und dabei Social Media als einen Erfahrungsraum mit eigenen Kommunikationsregeln begreifen. Schüler*innen aller Schulformen zeigten hier ein starkes Interesse, über ihre Erfahrungen zu berichten, besonders auch über ihre negativen Erlebnisse.

Neben Online-Recherchen zu Datensicherheit, zur „Nachhaltigkeit“ des Internets („Das Internet vergisst nicht / Think before you post!“) und zu eigenen Online-Veröffentlichungen ging es auch um die Bedeutung des mobilen Internets bzw. des Smartphones im Alltag: Wie intensiv nutze ich digitale Medien? Welche nicht-medialen Erfahrungsräume sind mir wichtig, wann „nervt“ die Handynutzung? Auch wenn sie es nicht immer artikulieren (können): Jugendliche, haben durchaus den Wunsch nach Regeln, die sowohl online wie auch offline ein gutes Miteinander ermöglichen. Smartphones und Apps helfen zwar bei der Organisation des Alltags und bei der Kommunikation mit Freundinnen und Freunden, ihre permanente Nutzung wird aber auch als störend wahrgenommen. Welche Spielregeln sollten also im persönlichen und im digitalen Miteinander gelten? Gruppenarbeiten und Plenumsdiskussionen

führten zu dem Ergebnis, dass die Umgangsformen, die bei einer „face-to-face“-Kommunikation Bedeutung haben und die sich bei Jugendlichen noch einmal anders als bei Erwachsenen darstellen, auch im Internet hilfreich und wichtig sind.

Die Frage nach Kommunikationsregeln bzw. Umgangsformen im Netz bildete die Basis für den Einstieg in das Thema „Hate Speech“.

2.3 Hate Speech kennenlernen

Begriffe wie Hate Speech, Hasspropaganda, Cybermobbing, Shitstorm und Trolling beschreiben alle ein verletzendes, herabsetzendes oder diskriminierendes Onlineverhalten, unterscheiden sich aber auch hinsichtlich ihrer Motivation und Ausrichtung. Eine begriffliche Trennung ist daher wichtig, um Hate Speech identifizieren und begegnen zu können.

Je nach technischer Ausstattung der Schulen und Zusammensetzung der Schüler*innen konnten hierzu Onlineartikel, Filminputs, Zeitungsartikel, Broschüren aber auch persönliche Erfahrungen in Gruppenarbeit gesammelt und den anderen Schüler*innen im Plenum präsentiert werden, um den Begriff Hate Speech inhaltlich zu klären.

Darf ich alles sagen, was ich denke? Wo liegen die (juristischen) Grenzen der Meinungsfreiheit und wen schützen sie? In den Gruppen- und Plenumsdiskussionen zeigte sich, dass die Schüler*innen, ein Gespür dafür hatten, dass Kommunikation gewisser Regeln bedarf und diese sowohl in ihren (Gruppen-)Chats Geltung besitzen, darüber hinaus aber auch bei öffentlich geführten Diskussionen und generell im Internet gelten müssen.

Wie sich Hate Speech aber tatsächlich artikuliert und „aussieht“ und wie die Wirkung auf die Betroffenen sein kann – das lässt sich nur mit konkreten Beispielen nachvollziehen. Eine Auswahl an Hasskommentaren und Filminputs, die einerseits zwar die Charakteristika von Hate Speech und die Wirkung auf die Betroffenen veranschaulichten, andererseits die Schüler*innen aber doch nicht überforderten, führten in den Workshops stets zu Fassungslosigkeit, Betroffenheit und zur eindeutigen Ablehnung dieser Inhalte.

Wie geht man also mit Hasskommentaren im Internet um? Beispiele von Prominenten wie Anja Reschke, Sascha Lobo, Jan Böhmermann oder Joko und Klaas boten hierzu Einblicke. Die Möglichkeiten von Prominenten (zum Beispiel Mitarbeiter*innen für die Beantwortung von Kommentaren zu beauftragen) stehen Schüler*innen zwar so nicht zur Verfügung. Dennoch konnten konkrete, niedrigschwellige und umsetzbare Strategien gesammelt und benannt werden, wie z. B. Inhalte nicht weiterleiten oder „liken“, sondern sie löschen oder blockieren, zur Anzeige bringen

(auch anonym und online), Freunde bzw. die Community aktivieren oder sich an Kampagnen beteiligen, beispielsweise bei #schauhin oder #nohate.

Aufmerksam zu sein und Hate Speech nicht hinzunehmen, sondern einfach und altersgerecht darauf zu reagieren – das ist für Schüler*innen machbar und hat Einfluss auf eine digitale Kommunikationskultur. Diesen Ansatz galt es in einem nächsten Schritt weiter zu verfolgen.

2.4 Kreative/mediale Umsetzung

Die kreative bzw. mediale Umsetzung war der Schwerpunkt der Workshops. Hier haben die Schüler*innen die Informationen, die erarbeiteten Inhalte und Tipps zum Umgang mit Hate Speech in Gruppen noch einmal inhaltlich zusammengefasst und medial dargestellt. Dadurch konnten sie die Inhalte nicht nur noch einmal wiederholen und vertiefen, sondern auch ihr persönliches Statement artikulieren und ihre Ideen in einem kreativen Prozess umsetzen. Wichtig dabei war, der Aufbereitung der Inhalte und der Ideenfindung zur Präsentation genügend Raum zu geben und sie selbstständig erarbeiten zu lassen. Eine besondere Motivation war es, wenn die Ergebnisse an der Schule für alle anderen Schüler*innen wahrnehmbar wurden, z. B. an einer Plakatwand, im Pausenradio, auf der Website oder einer digitalen Präsentationswand.

Nicht immer musste Technik eingesetzt werden, um die Ergebnisse darzustellen. Oft ließen sich die Ideen mit einfachen Mitteln und klassischen Materialien umsetzen. Je nach den technischen Möglichkeiten der Schulen, der Zusammensetzung der Schülerschaft sowie den Interessen und Ideen der Schüler*innen entstanden so unterschiedliche Kampagnen gegen Hate Speech, z. B. Plakate oder Audio- und Videospots. Musikclips gegen Hate Speech und eine „Entscheidungsgeschichte“ (Wie würdest Du handeln?) waren ebenso Ergebnisse wie Fotoaktionen, Interviews, Umfragen und eine Online-Präsentation mit selbsterstellten Avataren.

2.5. Screening und Feedback

Eine abschließende Feedback-Runde und insbesondere die Möglichkeit zur Präsentation der kreativen Umsetzungen standen selbstverständlich am Ende jedes Workshops. Hier wurde überlegt, ob und wie die Ergebnisse den anderen Schüler*innen vorgestellt werden sollten. Eine Teilnahmebescheinigung über den Workshop sollte darüber hinaus noch einmal eine „offizielle“ Wertschätzung darstellen. In den Feedbackrunden der Workshops wurde immer wieder genannt, dass das Thema für die Schüler*innen „wichtig“, „interessant“ und „hochaktuell“ sei. Bei der inhaltlichen

Gestaltung hat ihnen vor allem die Nutzung von aktuellen Beispielen, die Nutzung des Internets zur Recherche, die Gruppenarbeiten und die Verwendung von Videomaterial gut gefallen. Als besonderes Highlight wurde stets die abschließende mediale „Kampagnen-Arbeit“ genannt. Hier konnten die Schüler*innen noch einmal erfahren und zeigen, dass sie Medien nicht nur konsumieren, sondern mit ihnen auch eigene Ideen gestalten und umsetzen können.

3 Fazit

Die Workshop-Phase im Projekt BRICKS lief im Juli 2016 aus. Über eine Anschlussfinanzierung durch das Land NRW konnten weitere Workshops durchgeführt werden, auch, um dem großen Interesse der Schulen nachkommen zu können. Dennoch war eine Auswahl der Schulen nötig. Dabei wurde darauf geachtet, dass alle Schulformen berücksichtigt wurden. Die Leiter*innen der Workshops haben sich speziell auch für Workshops in Förderschulen vorbereitet und hier sehr gute Erfahrungen gemacht. Aktuell stehen Überlegungen an, das Angebot auch in 2017 weiterführen zu können. Frei zugänglich sind schon jetzt die Materialien, die im Rahmen des Projekts entstanden sind. Ein Methodenkoffer ist online kostenfrei verfügbar unter www.grimme-akademie.de/methodenkoffer.

Anmerkung

- ¹ Natürlich können Workshops zum Thema Hate Speech generell überall dort stattfinden, wo sich Jugendliche treffen, z. B. in Vereinen, in Jugendzentren oder der Gemeinde. Hier lassen sich auch andere zeitliche Modelle denken, die sich an den jeweiligen Rahmenbedingungen orientieren.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Markus Gerstmann, Lea Güse und Lisa Hempel

Wir müssen die rechte Gehirnhälfte erreichen

Online Hate Speech wird erfahrbar in diversen Kommunikationsräumen des Internets, so beispielsweise in Sozialen Netzwerken, auf Videoplattformen wie YouTube oder auch in Chats von onlinebasierten Videospielen. Dabei meint Online Hate Speech rassistische, antisemitische und sexistische Äußerungen, (menschenverachtende) Verschwörungstheorien und den Aufruf zu Gewalt gegenüber einzelnen Personen oder Gruppen, die als „anders“ oder „fremd“ markiert werden. Diese Hassreden und -kommentare sind in der Regel ausgeprägt emotional und die dort vertretenen Weltanschauungen entbehren meist jeglicher Rationalität. Um einen kritischen Umgang mit diesen Inhalten im Netz zu finden, reicht ein Anknüpfen an die kognitiven Fähigkeiten der Jugendlichen nicht aus. Das Workshop-Konzept #denk_net setzt daher ebenfalls auf emotionaler Ebene an und versucht, auch die rechte Gehirnhälfte mittels spielerischer Methoden und Übungen anzuregen.

1 Im Fokus des Workshops

Im Workshop werden neben diskriminierenden und menschenfeindlichen Äußerungen vornehmlich intendiert eingesetzte Verschwörungstheorien und sogenannte Fake-News in den Blick genommen. Diese erscheinen auf den ersten Blick nicht unbedingt als so verletzend und verstörend, wie beispielsweise rechtsextreme Äußerungen. Jedoch ist gerade in diesen Fällen, hinsichtlich eines unbedarften Fürwahrhaltens und einer möglichen Weiterverbreitung, besondere Vorsicht geboten. Denn bei genauerem Hinsehen geht es nicht nur darum, sich die Welt auf einfachem Wege (gut und böse) zu erklären, sondern auch einen Sündenbock zu liefern, der für alles Unrecht zu verantworten ist. So erfordern Verschwörungstheorien in besonderem Maße die Fähigkeit der (Selbst-)Reflexion und Selbstvertrauen, um die Intention der Verbreitung von Unwahrheiten zu erkennen und zu prüfen. Das Ziel ist die Sensibilität und Kritikfähigkeit junger Menschen zu fördern und ihnen Werkzeuge an die Hand zu geben, den Wahrheitsgehalt der Netz-Inhalte realistisch einzuschätzen. Die Workshops vermitteln jungen Menschen eine kritische Informationskompetenz im Bereich „Hate Speech“ und Verschwörungstheorien und stärken sie in ihrem Medienhandeln.

2 Postfaktische Antworten?

Bislang gibt es einige pädagogische Konzepte zur schulischen und außerschulischen Bildungsarbeit, die sich mit dem Thema (Online) Hate Speech befassen. Diese setzen meistens auf die kognitiven Fähigkeiten der Jugendlichen, indem sie einen kritischen Umgang mit Hate Speech auf einer rein formalen Ebene vermitteln. Hassreden bzw. -posts im Internet sind jedoch in der Regel höchst emotional aufgeladen und die Weltbilder, die dort imaginiert und vertreten werden, sind kognitiv nicht immer erklärbar. Der Annahme folgend, dass ein Anknüpfen an die kognitiven Fähigkeiten der Jugendlichen nicht ausreicht, um die Inhalte, die im Internet verbreitet werden, kritisch zu hinterfragen, galt es, ein Konzept zu entwickeln, das auf einer emotionalen Ebene ansetzt. Dieses knüpft direkt an den Alltag der Jugendlichen an und vermittelt ihnen durch den Einsatz methodischer Elemente eine Sensibilität für den Wahrheitsgehalt der Inhalte, die im Internet Verbreitung finden. Somit ist die Idee, mittels erlebbarer und zielgruppengerechter Methoden junge Menschen zu erreichen, die sich von den meist einfachen Aussagen in Hate Speech und Verschwörungstheorien angesprochen fühlen könnten. Junge Menschen sollen dadurch zu einem kritischen Umgang mit entsprechenden Inhalten befähigt werden.

An den bestehenden Konzepten lässt sich oftmals kritisieren, dass sie nicht die Gruppe erreichen, die anfällig für Verallgemeinerungen und einfache Schuldzuweisungen sind. Meistens sind diese Gruppen nicht an Fakten, sondern an einem (ihrem) Bauchgefühl interessiert. Worte wie „Bauchpedia“ (Jan Böhmermann) oder postfaktisch (Kanzlerin Merkel) stehen für den Wechsel von Fakten zu gefühlten Ansichten. Somit heizt die Diskussion emotional auf – synchron zu einer Zeit, in der die globalen Strukturen komplex und schwer durchschaubar erscheinen. Aus diesem Grund sollen die entwickelten Module die Teilnehmer*innen sowohl intellektuell als auch gefühlsmäßig ansprechen. Wobei der Spagat darin besteht, auch Jugendliche zu begeistern, die an Fakten und nachhaltigen Diskussionen interessiert sind. Dementsprechend stellt Johannes Baldauf fest: „[D]ie größte Herausforderung besteht daher in der Entwicklung von Gegen-Narrativen, die positiv emotional funktionieren und damit auch eine stärkere Wirkmacht entwickeln als Statistiken und Studien“ (Baldauf, 2016, S.45).

Eine ähnliche Arbeitsweise ist auch auf den Internetseiten von „nohatespeech.de“ und dem „Bundestrollamt gegen digitalen Hass“ (<https://no-hate-speech.de/de/videos/>) zu finden. Das Projekt #denk_net geht jedoch einen Schritt weiter und bindet die Lebenswelt der Jugendlichen – einschließlich Schule, außerschulische Kontexte, digitale Handlungsräume und Schulhof- bzw. Cliquendiskussionen – in die Module ein und nimmt wechselseitig Bezug auf diese.

3 Kompetent gegen Hate Speech

Hinsichtlich der Medienkompetenzentwicklung von Jugendlichen ist ein verantwortungsbewusster Umgang mit Hate Speech ein wichtiges Element und erfährt seit geraumer Zeit eine immer stärker werdende Brisanz in ihrem Alltag. Medienkompetenz (vgl. Baacke, 1999) besteht aus den vier Bereichen Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung.

Medienkritik bedeutet u. a. problematische gesellschaftliche Prozesse, beispielsweise Verschwörungstheorien, die medial präsent sind, analytisch zu erfassen. Dabei sollen die Jugendlichen reflexiv in die Lage gebracht werden, dieses analytische Wissen auf sich und ihr Handeln anzuwenden. Auf einer ethischen Grundlage werden sie dazu befähigt, Analyse und Reflexion miteinander zu verbinden und hinsichtlich eines gesellschaftlich verantwortungsbewussten Umgangs zu begreifen. Konkret erlangen Jugendliche durch die Bewusstwerdung einer Präsenz von Verschwörungstheorien und Unwahrheiten (die in der Regel vermeintlich seriös präsentiert werden) eine Sensibilität für den Wahrheitsgehalt von Aussagen und Inhalten in (digitalen) Medien. Ausgangspunkt für die kritische Analyse von Webinhalten ist zum einen die beispielhafte Vermittlung von Verschwörungstheorien, woran sie zu erkennen sind und welche Funktion sie in der Gesellschaft haben, und zum anderen das eigene Erleben, sich in einer Verschwörungstheorie zu verstricken und gegenüber den anderen Jugendlichen zu verteidigen.

Bezüglich der Medienkunde fördert das Projekt #denk_net auf einer informativen Ebene das Wissen um Vorgehensweisen von Rechtsextremist*innen und Verschwörungstheoretiker*innen und mögliche rationale Gegenargumente. Zudem werden die Jugendlichen auf einer instrumentellen Ebene qualifiziert, die Struktur und den Aufbau der digitalen Medien zu begreifen. Dazu erhalten sie Informationen darüber, welche Informationen wo in digitalen Medien zu finden sind, wie eine Quelle zu prüfen ist und welche Möglichkeiten das Internet und die unterschiedlichen Anbieter zur Verfügung stellen, um diskriminierende Inhalte zu melden.

Durch den Einsatz z. B. des Web-Tools „Hackasaurus“ erlangen sie außerdem Kenntnisse über Manipulationsmöglichkeiten von Internetseiten. Somit erfahren die Jugendlichen hinsichtlich der Mediennutzung und der Mediengestaltung das Internet nicht nur rezeptiv als reine Konsument*innen, sondern vielmehr über die interaktive Partizipation. Vorschläge und Wünsche für weitere Tools seitens der Teilnehmer*innen werden ausdrücklich begrüßt.

4 #denk_net

Das Projekt #denk_net orientiert sich nicht ausschließlich an einer normativen Definition von Rechtsextremismus, die rassistische und diskriminierende Einstellungen an den Rand der Gesellschaft imaginieren, sondern geht davon aus, dass diese Einstellungsmuster bis weit in die „Mitte“ der Gesellschaft reichen und dort reproduziert werden. Dies belegen repräsentative Studien zu u. a. rassistischen, antisemitischen und sexistischen Einstellungen in Deutschland (vgl. Zick et al., 2016; Zick & Klein, 2014; Decker et al., 2010, 2012). Die untersuchten Einstellungsdimensionen lassen sich in ihrer Gesamtheit auf Ungleichwertigkeitsvorstellungen und Menschenverachtung zurückführen. Die wissenschaftlichen Ergebnisse rund um die „Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit“ (Heitmeyer et al., 2012) fließen in das Projekt ein und finden in Kombination mit der außerschulischen Jugendbildung und Medienpädagogik – insbesondere der Theorie zur Medienkompetenz – Antworten.

Der Konzeptname „#denk_net“ kombiniert die Idee „nett zu denken“ und Anspielungen an das Internet via Hashtag und der Endung net. #denk_net basiert auf Empathie, „Zuhören“ und der Akzeptanz der Vielfältigkeit von Individuen. Junge Menschen sollen mittels der Projektarbeit, spielerischen Methoden und praktischen Hilfestellungen in ihrem Medienhandeln gestärkt und faire Umgangsweisen in ihrem Lebensalltag verankert werden. So werden nicht nur die kognitiven Fähigkeiten gefördert, sondern auch die Reflexionsfähigkeit und das Selbstvertrauen in ihr Denken und Fühlen. Die einzelnen Module sind eine lebendige Mischung aus Informationen, Erleben, Diskutieren, Reflektieren und Gefühlen. Das Konzept richtet sich vornehmlich an Schulklassen der Jahrgänge 8 bis 10 oder Jugendgruppen in der entsprechenden Altersstufe. Geplant ist außerdem die Arbeit mit Lehrkräften, Schulsozialarbeiter*innen und interessierten Eltern. Je nach Klassengröße können ca. 25 Personen teilnehmen. Dazu bietet das Konzept „#denk_net“ verschiedene Module an, die als Gesamtpaket oder auch einzeln buchbar sind.

In dem Modul „**Hey, ich schwöre, das stand so im Netz**“ soll die Zielgruppe befähigt werden, Verschwörungstheorien als solche zu erkennen und zu dechiffrieren. Dazu wird es als Einleitung einen Input geben, in dem gängige Verschwörungstheorien vorgestellt, erklärt und besprochen werden. Jugendliche werden dann selbst dazu angehalten, in kleinen Gruppen eigene Verschwörungstheorien zu entwickeln und sich emotional darauf einzulassen. Dadurch sollen Jugendliche ein tieferes Verständnis davon bekommen, wie Verschwörungstheorien funktionieren bzw. welche Funktion sie in einer Umwelt haben, die nicht immer erklärbar zu sein scheint und wie schwer es ist, diese zu widerlegen. Diese eigens kreierten Verschwörungstheorien sollen sie dann den anderen Teilnehmer*innen im Plenum vorstellen und ihnen gegenüber verteidigen. In einem anschließenden Reflexionsgespräch werden sie gemeinsam mit

den Bildungsreferent*innen herausarbeiten, welche Muster den Verschwörungstheorien zugrunde liegen und welche Gegenstrategien wirksam sein könnten.

Das Modul **„Wahr oder Fake?“** beschäftigt sich mit der Frage, welchen Inhalten die Jugendlichen im Internet Glauben schenken dürfen und wie sie erkennen, welche Inhalte der Wahrheit entsprechen und demzufolge seriös sind. Dazu werden Web-Tools wie beispielsweise „Hackasaurus“, „Meme-Generator“ oder „Gifmaker“ zum Einsatz kommen, mit Hilfe derer die Jugendlichen die Möglichkeit bekommen, vermeintlich seriöse Inhalte zu generieren. Bei dieser Herangehensweise soll zum einen der Spaßfaktor im Vordergrund stehen, zum anderen wird die Medienkompetenz gestärkt, in dem die Jugendlichen ein Verständnis davon bekommen, wie das Internet aufgebaut ist, wie sie daran partizipieren können, aber auch, wie einfach es ist, im Netz Inhalte zu manipulieren. Ziel dieses Moduls ist es, die Jugendlichen anzuleiten, im Internet genauer hinzuschauen und den Blick für das Erkennen und Unterscheiden seriöser und tendenziöser Inhalte im Internet zu schärfen.

In dem Modul **„Gegenstrategien“** können die Jugendlichen mithilfe der Teamenden eigene Methoden entwickeln, um auf Hassreden in Sozialen Netzwerken zu reagieren. Im Sinne des „Counter Speech“ wird den Jugendlichen vermittelt, sich nicht auf die meist emotionsgeladene und provokative Ebene der Hassredner*innen zu begeben, sondern rational und mit stichhaltigen Argumenten dagegen zu argumentieren. Zusätzlich sollen sie ihre eigenen Emotionen in den Blick nehmen und für sich entscheiden, wann und wo ihre eigenen Grenzen erreicht sind und eine Diskussion unmöglich erscheint. Die entwickelten Methoden können mittels eigens verfasster Texte, der Aufnahme eines Films oder Podcasts festgehalten werden. Selbstverständlich werden die Grenzen von „Counter Speech“ eruiert.

In dem Modul **„Gerüchte-Küche“** werden Strategien entwickelt, um Gerüchten und Behauptungen, die im Internet eine virale Verbreitung finden, kompetent zu hinterfragen. Es wird den Fragen nachgegangen, welche Muster bzw. welche Textbausteine und Ausdrücke sich in den Gerüchten erkennen lassen, um somit die Gerüchte zu dekodieren.

„Phrasen-Trasher“ ist der Titel eines Moduls, in dem die Teilnehmer*innen bestimmte Behauptungen anhand von bestimmten Begriffen – welche auf einschlägigen rechtsextremen und rechtspopulistischen Seiten regelmäßig genutzt werden – dechiffrieren. Im Anschluss werden mit Hilfe dieser Begriffe und Phrasen selbst ausgedachte Behauptungen geschrieben und gegenseitig entschlüsselt.

Ähnlich wird in dem Modul **„Spürnasen“** gearbeitet: Symbole, Wörter und Codes aus dem Bereich „Hate Speech“ und Verschwörungstheorien werden recherchiert,

Mögliche Umgangsformen und Gegenstrategien

kategorisiert und dechiffriert. Anhand dieser Begriffe erkunden die Teilnehmer*innen einschlägige Internetseiten und überprüfen diese auf ihren Wahrheitsgehalt. Elementarer Bestandteil sind bei diesen und den vorherigen Modulen Kenntnisse über gute Suchstrategien mit unterschiedlichen Suchmaschinen.

Die Grenzen von sogenanntem „Schwarzen Humor“ und, auf welchen Stigmatisierungen eine solche Art von „Witzen“ aufbauen, wird in dem Modul „**Schwarzer Humor**“ erarbeitet. Hier wird auch überprüft, ob jeder Witz per Facebook oder WhatsApp weitergeleitet werden sollte und wo mögliche (u. a. moralische und rechtliche) Grenzen zu setzen sind.

Die Themen „**ist doch klar**“ und „**Lügenpresse**“ werden in weiteren Modulen bearbeitet. Hier geht es um gesetzliche Grundlagen wie §5 des Grundgesetzes, Meinungsfreiheit, Menschenrecht, Menschenwürde, Beleidigungen, Pressekodex, GEZ, Öffentlich-rechtliches Fernsehen und Privatfernsehen. Hierzu werden Journalist*innen eingeladen, die den Teilnehmenden aus ihrer Praxis berichten. Ferner werden eigene Regeln für Klasse, Freundeskreise und Familie entwickelt und geprüft, inwieweit diese mit den Menschenrechten konform sind bzw. Unterschiede bestehen.

Anhand der Recherchen zu den Modulen entsteht ein sogenanntes „**Kahoot-Quiz**“. Mit dem Tool kann ein Quiz entwickelt werden, in dem zu jeder Frage vier Antworten zur Auswahl stehen. Das Kahoot-Quiz erleichtert bei einem Workshopstart den niedrighschwelligem Zugang zu den Teilnehmer*innen.

Darüber hinaus wird die Modulreihe mit Inhalten aus den Kern-Arbeitsfeldern „Rechtsextremismus“, „Antirassismus“ und „Medienpädagogik“ der Einrichtungen LidiceHaus und ServiceBureau vertieft.

Neben den Schüler*innen-Workshops soll bei der Konzeptionierung ein Fachtag für Lehrer*innen, Schulsozialarbeiter*innen und Jugendarbeiter*innen entstehen. Die Ergebnisse der Konzeptarbeit werden auf einem Fachtag im März 2017 im Lidice-Haus vorgestellt und gemeinsam mit Fachkräften aus der Praxis eruiert. Eine weitere Übersetzung der Projektergebnisse wird es in einer Informationsveranstaltung für Elternsprecher*innen geben.

5 Ausblick

Sobald eine weitere Finanzierung gesichert ist, werden weitere Themen, wie Social Bots, Filterblasen, Echokammern, BigData usw. und ihr Einfluss auf mögliche Verschwörungstheorien, Fake-News und Hate Speech erarbeitet. Darüber hinaus werden wir auch aktuelle Trends ins Visier nehmen und weitere Checklisten entwickeln.

Einen weiteren Fokus wollen wir zukünftig auf jugendrelevante Personen legen, die Statements posten und diese als objektive Wahrheit verkaufen wollen.

Letztendlich bleibt das Ziel, dass die Teilnehmer*innen die gefühlten „Wahrheiten“ mit Fakten abgleichen und als Konsequenz zu einem leidenschaftlichen Einsatz für Demokratie, Gerechtigkeit und ein faires und soziales Miteinander motiviert werden.

Literaturangaben

Baacke, D. (1999). Im Datennetz. Medienkompetenz (nicht nur) für Kinder und Jugendliche als pädagogische Herausforderung. In: D. Baacke, J. Lauffer & M. Thomsen (Hrsg.), *Ins Netz gegangen. Internet und Multimedia in der außerschulischen Pädagogik*. Bielefeld: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik.

Baldauf, J. (2016). Von toxischen Narrativen und digitalen Hetzern. *MedienConcret*, 1/16, 42-44.

Decker, O., Kiess, J. & Brähler, E. (2012). *Die Mitte im Umbruch. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2012*. Bonn: Dietz.

Decker, O., Weißmann, M., Kiess, J. & Brähler, E. (2010). *Die Mitte in der Krise. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2010*. Bonn: Dietz.

Heitmeyer et. al. (2012). Das Projekt Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit in Deutschland. Eine 10-Jährige Langzeituntersuchung mit einer jährlichen Bevölkerungsumfrage zur Abwertung und Ausgrenzung von schwachen Gruppen. Abrufbar unter: https://www.uni-bielefeld.de/ikg/projekte/GMF/Gruppenbezogene_Menschenfeindlichkeit_Zusammenfassung.pdf (zuletzt 24.01.2017)

Zick, A. & Klein, A. (2014). *Fragile Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2014*. Bonn: Dietz.

Zick, A., Küpper, B. & Krause, D. (2016). *Gespaltene Mitte – Feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2016*. Bonn: Dietz.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Ein Interview mit Martin Drechsler

Mehr-Ebenen-Strategien, Lernkurven und (andere) Verantwortlichkeiten

Im Interview mit Lars Gräßer (Grimme-Institut) erklärt Martin Drechsler, Geschäftsführer der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. (FSM), wo er Gesetzeslücken im Umgang mit Hate Speech sieht und wo nicht, wo rechtliche Möglichkeiten liegen und wo User gefragt sind, wie er seine Vereinsmitglieder wahrnimmt und wie die FSM als Arbeitgeber mit dem Phänomen umgeht – mit einer Staff Welfare Policy, die auch den Vereinsmitgliedern empfohlen wird.

Die Bundeskriminalstatistik verzeichnet einen enormen Anstieg der Hasskriminalität. Können Sie sich das Phänomen erklären?

Martin Drechsler: Radikale Positionen und Einstellungen in der Gesellschaft gab es schon immer (vgl. hierzu u. a. die „Mitte Studien“). Mit der Nutzungsmöglichkeit digitaler Medien hat sich hierfür ein neuer und vor allem einfach zu bedienender Artikulationsraum entwickelt, der verschiedene Formen der Ansprache und Radikalität zulässt. Dabei ist vor allem auch eine Form der digitalen Entgrenzung der Kommunikation und Unbestimmtheit des kommunikativen Gegenübers eine mögliche Ursache für ein enthemmtes Vorgehen. Zusätzlich ist von Bedeutung, dass der digitale Raum auch Formen der Enthierarchisierung (positive und negative) mit sich bringt. Der Blogbeitrag mit Fehlinformationen steht neben seriösen digitalen Nachrichtenformaten, Falschmeldungen sind schwierig zu berichtigen, Quellen müssen noch genauer und intensiver geprüft werden. Dies hat Auswirkungen auf die Wahrnehmung von Gesellschaft, Politik und mögliche Herausforderungen und Probleme. Pegida, rechtspopulistische Parteien oder auch rechtsextreme Gruppen nutzen dabei geschickt die rechtlichen Rahmenbedingungen aus und bewegen sich oftmals am Rande der Grenzen der Meinungsfreiheit, ohne sie zu überschreiten und tragen damit auch zu einer Verrohung der gesellschaftlichen Debatte (digital und im realen Raum) bei.

Hasskommentare sind in vielen Fällen justiziabel. Ist der Gang zum Rechtsanwalt eine erfolversprechende Strategie – auch für Privatmenschen?

Martin Drechsler: Es kommt darauf an. Anders als die weitläufige Meinung sind viele Hasskommentare zwar moralisch falsch, aber nicht justiziabel, weil sie z. B.

von der Meinungsfreiheit geschützt sind. Eine sinnvolle Strategie gegen Hassrede im Netz muss daher auf mehreren Ebenen stattfinden. Dabei ist Strafverfolgung selbstverständlich eine wichtige Säule. Die Rolle der Justiz und auch Ermittlungserfolge sollten dabei stärker kommuniziert werden, so mein Eindruck. Zusätzlich müssen Soziale Netzwerke sinnvolle und geeignete Mittel und Wege der Entfernung, Meldung und Überprüfung anbieten. Oftmals werden in der Diskussion leider die Verursacher*innen von Hasskommentaren vergessen: die Nutzer*innen selbst. Diese haben eine Wirkung auf Dritte, welche wiederum für Hasskommentare und deren gesellschaftlichen Folgen sensibilisiert werden müssen, um geeignete Reaktionsmöglichkeiten zu wählen. Dabei ist die schlichte Ignoranz das Mittel der letzten Wahl. Vielmehr müssen Bürger und Bürgerinnen den digitalen Raum auch als demokratischen Raum verstehen, den sie selbst gestalten und weiterentwickeln müssen und sollen. Mittel wie Gegenrede, Counternarrative und Co. sind dabei unerlässlich.

Es kommt also auch auf die User an. Wo sieht der Jurist in Ihnen dann noch Lücken im Gesetz?

Martin Drechsler: Viele Handlungen, die wir allgemein unter das Phänomen Hate Speech fassen, sind bereits vom Gesetz mit Strafe bedroht. Der Tatbestand der Volksverhetzung (§ 130 StGB) ist dabei jedoch oft nicht erfüllt. Einzelne dafür erforderliche Merkmale (wie z. B. „abgrenzbarer Teil der Bevölkerung“, „Aufstacheln zum Hass“ oder „Angriff auf die Menschenwürde“) sind unbestimmte Rechtsbegriffe und in der Auslegung schwierig. Wichtig dabei zu berücksichtigen ist, dass dieser Straftatbestand der Aufrechterhaltung des öffentlichen Friedens und dem Schutz der Menschenwürde dient. Es geht also um den Schutz elementarer Werte vor schweren, nachhaltigen Beeinträchtigungen. Viel öfter sind Tatbestände wie Beleidigung, Verleumdung oder üble Nachrede erfüllt. Solche Straftaten konsequent zu verfolgen, erfordert einen hohen Aufwand bei Polizei und Justiz – aber auch ein Bewusstsein in der Bevölkerung, dass entsprechende Handlungen angezeigt werden sollten, damit die Strafverfolgung in Gang kommen kann. Hier hapert es aus meiner Sicht.

Das meinen Sie mit: „Die Rolle der Justiz und auch Ermittlungserfolge sollten stärker kommuniziert werden.“ Richtig?

Martin Drechsler: Korrekt! Das Bewusstsein steigt durch die öffentliche Dokumentation von Fällen, von Verurteilungen usw. Ob es darüber hinaus einen gänzlich neuen „Diskriminierungstatbestand“ braucht, der weiter gefasst ist und diskriminierende Äußerungen hinsichtlich Rasse oder ethnischer Herkunft, Geschlecht, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Identität (Kriterien aus § 1 AGG) aufgreift und nach Schweizer Vorbild unter bestimmten Voraussetzungen unter Strafe

stellt, sollte und muss meiner Ansicht nach in einer gründlichen politischen und vor allem auch gesellschaftlichen Debatte geklärt werden. Grundsätzlich ist aber noch die Frage, wie sinnvoll weitere nationale rechtliche Regelungen in einem grenzenlosen digitalen Raum sind. Internationale Harmonisierung, Kooperation und Selbstregulierung der Unternehmen sind hier vermutlich wirksamere Mittel.

...Sagt der Geschäftsführer einer Selbstregulierungseinrichtung. Kommen wir zu einem Ihrer prominentesten Mitglieder: Facebook steht immer wieder in der Kritik ob seines Agierens im Umgang mit Hate Speech. Wie erleben Sie Facebook?

Martin Drechsler: Die FSM ist in einem steten Austausch sowohl mit nationalen als auch mit internationalen Vertreter*innen von Facebook. Ziel der Zusammenarbeit ist es, Facebook beim Umgang mit Hasskommentaren zu beraten. Die FSM hat dazu eine Schulung von Mitarbeiter*innen des Facebook Community Management Teams durchgeführt und Informationen bereitgestellt, die den Facebook-Mitarbeiter*innen die Einordnung der Inhalte erleichtern sollen. Diese Maßnahmen sollten nicht unterschätzt werden, denn uns allen muss klar sein – und ich sage das nicht nur vor dem eigenen Erfahrungshintergrund: Die juristische Einschätzung von Hasskommentaren stellt sogar Expert*innen oftmals vor Herausforderungen, gerade wenn es um die schwierige Abwägung zwischen Meinungsfreiheit und dem Schutz anderer grundgesetzlich geschützter Rechte geht. Ich kann nur sagen: Facebook hat sich seit dem Beitritt bei der FSM sowohl bei der Bearbeitungszeit von Beschwerden als auch bei der Qualität der Einschätzung verbessert.

Warum kommt der Bundesjustizminister dann hier immer wieder zu gegenteiligen Einschätzungen?

Martin Drechsler: Es war ein Lernprozess für beide Seiten. Nationale gesetzliche Besonderheiten in einem internationalen Unternehmen umzusetzen bzw. zu systematisieren, kann ein langwieriger Prozess sein. Für einige Kritiker*innen hat Facebook dabei nicht schnell genug gehandelt. Die FSM ist froh, dass es gemeinsam zu den derzeitigen Fortschritten gekommen ist und ist zuversichtlich, dass sich in der Zukunft noch weitere Verbesserungen umsetzen lassen.

Dann hoffen wir mal auf eine steile Lernkurve! Augenblicklich ist oft von Fake-News die Rede: Falschnachrichten werden vielfach verantwortlich gemacht für eine rauere Kommunikationskultur im Netz, weil sie Ressentiments schüren und zur Desorientierung beitragen. Im politischen Raum wird über immer neue Maßnahmen debattiert, wie stehen Sie zu dem Phänomen?

Martin Drechsler: Fake-News sind vor allem in Zusammenhang mit der Flüchtlingsdebatte als auch mit der US-Präsidentschaftswahl in den Mittelpunkt der medialen Debatte gerückt. Soziale Netzwerke als Diensteanbieter sind hierfür der Artikulationsraum. Sie haben trotz der Urheberschaft Dritter eine besondere Verantwortung – vor allem auch, weil Jugendliche Soziale Netzwerke nutzen. Doch sind es vor allem auch Urheber von Falschmeldungen, die durch das Zusammenwirken von Gesetzgeber, Strafverfolgung und Anbietern ermittelt und – wenn justiziabel – zur Verantwortung gezogen werden müssen. Dabei gilt es jedoch auch, das Recht auf Meinungs- und Pressefreiheit zu bewahren.

Natürlich! Sie empfehlen also den Weg der Anzeige bzw. der Klage?

Martin Drechsler: Auch hier kommt es darauf an. Juristische Mittel allein sind kein Garant für eine erfolgreiche Arbeit gegen Manipulation und Falschmeldungen. Bots und weitere technische Mittel müssen aufgespürt, aufgedeckt und deren Wirkungen verständlich erklärt werden. Dem Journalismus kommt hier aus meiner Sicht eine bedeutende Rolle zu. Zumal dieser selbst vor der Herausforderung steht, seine Inhalte noch zielgruppengerechter zu vermitteln, Debatten anzustoßen und zu moderieren. Nicht zuletzt benötigen Kinder und Jugendliche, aber vor allem auch Erwachsene ein Verständnis von den Funktionsweisen und Herausforderungen digitaler Medien. Aspekte wie Quellenkunde, Echokammern etc. sind Themen der Medienbildung (die niemals abgeschlossen, sondern ein lebenslanger Prozess ist) und vor allem auch der politischen gesellschaftlichen Bildung. Eine digitale Erwachsenenbildung, die sowohl Medien- als auch politische Bildung umfasst, milieuspezifisch agiert und vor allem Debatten und Diskussionen anstößt, wäre ein geeignetes Mittel.

Ein anderes prominentes Mitglied der FSM ist Google, welches mit YouTube ein Webvideo-Netzwerk betreibt – zumindest in Deutschland das populärste. Es ist kein Geheimnis, dass eine starke Interaktion mit der Community den YouTube-Algorithmus füttert: Webvideos werden dann besser gerankt. Provoziert das nicht die Produktion provokanter Inhalte, weil Kontroversen die Interaktion befeuern?

Martin Drechsler: Fragen wie diese werden immer wieder gestellt, leider gehen sie an der Realität vorbei. YouTube's Interesse besteht darin, ein für die Zielgruppen interessantes Produkt anzubieten. Nicht zuletzt ist das auch relevant für das Werbefeld. Eine starke Interaktion mit der Community ist zuallererst mal ein Zeichen für Interesse bei der Zielgruppe. Dies funktioniert im Positiven wie im Negativen. Nach unseren Erfahrungen wenden sich Nutzer*innen bald von Diensten ab, die ihnen unangenehm sind, die sie nicht als gut, hilfreich, wertvoll empfinden. Ergo ist Hass und Hetze niemals im Interesse von Anbietern solcher Dienste!

Was machen Sie als Verein? Planen Sie bestimmte Kampagnen?

Martin Drechsler: Die FSM beteiligt sich intensiv an der gesellschaftlichen wie juristischen Debatte rund um das Thema Hate Speech, u. a. in der Taskforce des BMJV oder im nationalen Komitee des No Hatespeech Movement. Zudem veröffentlicht die FSM regelmäßig Materialien für verschiedene Zielgruppen zum Thema (u. a. das Unterrichtsmaterial „Hass in der Demokratie begegnen“ im Projekt www.medien-in-die-schule.de). Zusätzlich berät die FSM ihre Mitgliedsunternehmen, sucht gemeinsam mit ihnen nach geeigneten Reaktionsmöglichkeiten und bietet verschiedene Formen der Weiterbildung für Unternehmensmitarbeiter*innen an. Gemeinsam mit der Bundeszentrale für politische Bildung, den digitalen Helden und YouTube ist die FSM Teil der Initiative #NichtEgal und sensibilisiert auf einer Debattenebene wie auch in Schulworkshops für die Thematik. Dabei ist es vor allem Ziel, Jugendliche zu ermuntern, eigene Positionen zu beziehen und um demokratische Werte in einer digitalen Netzwerkgesellschaft zu streiten und für sie einzustehen.

Und wie geht die FSM „inhouse“ damit um? Jörg Hoewner schreibt in seinem Beitrag: „Ein Unternehmen hat keine Gefühle.“ Aber doch die Menschen, die sich beruflich mit Hassattacken und -postings auseinandersetzen müssen wie beispielweise Community-Manager*innen und Beratungsstellen, leiden darunter.

Martin Drechsler: Das Thema ist für die FSM sehr wichtig (geworden) – auch „inhouse“. Die Mitarbeiter*innen der FSM Beschwerdestelle müssen bei der Bearbeitung der Beschwerden regelmäßig illegale Inhalte sichten. Dadurch ist diese Tätigkeit grundsätzlich als mental sehr belastend einzustufen. Sehr intensive Erfahrungen mit Hasskommentaren hat die FSM darüber hinaus auch durch die Initiative #NichtEgal gemacht. Die Initiative gegen Hassrede im Netz richtet sich vor allem an Jugendliche, wurde jedoch sehr breit und intensiv diskutiert. Vor allem die auch damit verbundenen Hasskommentare erfordern von den Community-Manager*innen einen hohen Arbeitsaufwand und können – je nach Intensivität – durchaus belastend sein. Als Betreiber einer Beschwerdestelle für Onlineinhalte ist es für uns selbstverständlich, dass wir unsere Mitarbeiter*innen hier schützen.

Hat sich das Phänomen für Sie in irgendeiner Form verändert?

Martin Drechsler: Ja und nein. Hasskommentare gibt es, seit eine breite Masse das Internet für sich nutzt. Die Mitarbeiter*innen der Beschwerdestelle werden dabei in den seltensten Fällen persönlich angegriffen. Anders sieht es im Bereich der Social Media-Arbeit der FSM aus. Hier stellen wir eine Zunahme bzw. Intensivierung des Problems fest. Neben rechtspopulistischen oder rechtsextremen Grup-

pen finden sich „besorgte“ Bürger*innen, die Formen des kommunikativen Anstands verloren bzw. nie für den digitalen Raum erlernt haben. Zusätzlich finden sich Gruppen von Personen, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, Hassrede zu befördern und zu verbreiten. Dazu werden u. a. auch technische Mittel genutzt. Gerade die Ausdifferenziertheit und Unterschiedlichkeit der einzelnen Gruppen stellt die Community-Manager*innen vor große Herausforderungen bezüglich der Analyse und Reaktion auf die jeweiligen Hasskommentare.

Sie haben eine Staff Welfare Policy entwickelt, was steht drin?

Martin Drechsler: Staff Welfare bezieht sich in erster Linie auf den Schutz der Mitarbeiter*innen der Beschwerdestelle vor psychisch belastenden Situationen. Solche Situationen können insbesondere auftreten, wenn stark verstörende Inhalte, wie sexuelle Kindesmisshandlung oder extreme Gewaltdarstellungen zu bewerten sind. Die FSM ist Gründungsmitglied von INHOPE, einem internationalen Netzwerk von Beschwerdestellen, in dessen „Code of Practice“ die Vorgabe enthalten ist, dass alle Mitglieds-Hotlines für ihre Mitarbeiter*innen eine „Hotline Staff Welfare Policy“ entwickelt haben müssen. Unser Staff Welfare Programme beinhaltet u. a. folgende Punkte:

- Mitarbeiter*innen der Beschwerdestelle haben einen Anspruch darauf, auf Kosten der FSM psychologische Unterstützung wahrzunehmen.
- Die FSM unterzeichnet und finanziert auf Wunsch der Beschwerdestellenmitarbeiter*innen einen Fitnessstudiovertrag.
- Die FSM stellt Videospiele zur Verfügung, die geeignet sind, eine mentale Entlastung herbeizuführen (vgl. Holmes et al., 2010¹).
- Die Arbeit in der Beschwerdestelle wird ausschließlich in den Räumlichkeiten der Geschäftsstelle an dafür vorgesehenen Rechnern und nicht von mobilen Geräten durchgeführt.
- Ist ein*e Beschwerdestellenmitarbeiter*in durch die Arbeitssituation überdurchschnittlich belastet, so ist er oder sie berechtigt, die Arbeit in der Beschwerdestelle für diesen Tag einzustellen.
- Die FSM versucht bei der Wahl der Büroräume zu berücksichtigen, dass die Beschwerdestellenrechnerräume einerseits von dem Publikumsverkehr der FSM Geschäftsstelle separiert sind, jedoch andererseits eine direkte Anbindung an die weiteren Räumlichkeiten gegeben sind, so dass keine Gefahr der Isolierung der Mitarbeiter*innen der Beschwerdestelle gegeben ist.

Sind diese Maßnahmen ein Erfolg?

Martin Drechsler: Unsere Personalfluktuatation bleibt im normalen Rahmen – trotz enormer Belastungen. Für mich ist das ein Erfolg, so dass wir unsere Staff Welfare Policy auch unseren Vereinsmitgliedern auf Anfrage empfehlen.

Anmerkung

- ¹ Holmes, E. A., James, E. L., Kilford, E. J. & Deeproose, C. (2010). Key steps in developing a cognitive vaccine against traumatic flashbacks: Visuospatial Tetris versus verbal Pub Quiz. *PLoS ONE*, 5, e13706.



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Tobias Schmid und Mechthild Appelhoff

Die Initiative „Netzkodex“

Im Internet werden Hetze, Hass und Diskriminierung – besonders in sozialen Netzwerken, Foren und Kommentarspalten – zunehmend verbreitet. Vor diesem Hintergrund hat die Ministerpräsidentin des Landes NRW, Hannelore Kraft, im Juni des vergangenen Jahres Verantwortliche von Unternehmen, Staat und der Zivilgesellschaft in Nordrhein-Westfalen aufgefordert, miteinander ins Gespräch zu kommen, um einen Netzkodex zu erarbeiten. Diese Gespräche wurden im August 2016 aufgenommen. Zwischenzeitlich haben sich Vertreterinnen und Vertreter der im Folgenden genannten Institutionen an dem Diskurs zum Netzkodex beteiligt: Zeitungsverlegerverband NRW, European Web Video Academy, Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Grimme-Institut, Mediengruppe RTL Deutschland, Westdeutscher Rundfunk (WDR), Verband Lokaler Rundfunk in NRW, Deutsche Telekom, Unitymedia, Rheinische Post Mediengruppe, DuMont Rheinland Media 24, Zentral- und Anlaufstelle Cybercrime Nordrhein-Westfalen, Vodafone D2. Die Landesanstalt für Medien NRW moderiert diese Gespräche.

1 Ein Kodex zum Thema Hate Speech für das Netz

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Gerade mit Blick auf das Phänomen Hate Speech gibt es verschiedenste Arten von Vorschriften, Normen und Regeln. Zuerst sind hier selbstverständlich die gesetzlichen Regelungen zu nennen. So sind Tatbestände wie die Aufforderung zu Straftaten, die Holocaustleugnung, üble Nachrede oder Beleidigung völlig unabhängig davon, ob sie außerhalb oder innerhalb des Internets erfolgen, über das Strafgesetzbuch sanktioniert. Auch gibt es Bestimmungen wie die zum Schutz der persönlichen Ehre oder zur Volksverhetzung im Jugendmedienschutzstaatsvertrag und weiteren medienrechtlichen Regelungen. Social Media-Anbieter wie Facebook oder Twitter definieren darüber hinaus Verhaltensregeln oft im Kontext ihrer Allgemeinen Geschäfts- bzw. Nutzungsbedingungen oder in sogenannten Gemeinschaftsstandards. Verlegerinnen und Verleger sowie Rundfunkanbieterinnen und Rundfunkanbieter stellen Regeln zur sachlichen Diskussion in Foren auf oder geben eine Netiquette für Kommentare vor. Es gibt Bestimmungen, die gesellschaftlich anerkannte Standards für einen respektvollen Umgang miteinander im Netz festhalten (z. B. „Fairnetz-Tipps“) und solche, bei denen der Appellcharakter im Sinne von „Zeig Courage“ dominiert.

Mögliche Umgangsformen und Gegenstrategien

Vor dem Hintergrund dieser Vielzahl von Regeln und Regularien stellt sich die Frage: Was also ist das Problem? Bei näherem Hinsehen lassen sich drei kritische Aspekte herausarbeiten:

- Trotz der Vielzahl von Regelungen, die dem Phänomen Hate Speech entgegenwirken wollen, scheint die Verunsicherung der beteiligten Akteurinnen und Akteure, insbesondere den Nutzerinnen und Nutzern, sehr groß zu sein. Dafür gibt es eine Vielzahl ganz unterschiedlicher Ursachen. Eine dieser Ursache ist dem Umstand geschuldet, dass die vorhandenen Regeln nicht ausreichend bekannt sind. Vor diesem Hintergrund hat sich die Initiative zunächst das Ziel gesetzt – wie es ein klassischer Kodex vorsieht –, relevante Normen und Regeln für alle denkbaren Akteurinnen und Akteure zum Themenbereich Hate Speech in einem Netzkodex zusammenzufassen.
- Des Weiteren ist oft nicht offensichtlich, an wen man sich mit welchem Problem und in welcher Weise wenden kann. Angesichts der Vielzahl potentiell möglicher Wege und Adressatinnen und Adressaten ist dies auch nicht überraschend. Hier wird es die Aufgabe der Initiative Netzkodex sein, zu prüfen, wie die direkte Erreichbarkeit von Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern verbessert und ihre Zuständigkeiten transparenter gestaltet werden kann.
- Und schließlich mag es auch an Vertrauen in die Wirksamkeit von Regeln fehlen. Das Motto: „Eine Anzeige bringt ja eh nichts, weil...“ umschreibt die Problematik des sogenannten Vollzugsdefizits bei der Durchsetzung der oben genannten Rechtsgüter und Wertvorstellungen im Netz. Durch die Initiative Netzkodex wird geprüft werden, inwieweit die Zusammenarbeit unterschiedlicher Ordnungsbehörden optimiert werden, aber auch wie die Kommunikation zwischen den einzelnen Betroffenen und den Aufsichtsbehörden verbessert werden können.

Am Ende soll durch die Arbeit der Initiative Netzkodex leicht verständlich verdeutlicht werden, welche Akteurinnen und Akteure wofür welche Verantwortung zu übernehmen haben. Es soll klar ersichtlich sein, welche Verantwortung Social Media-Anbieter, Plattformbetreiber, Strafverfolgungsbehörden, die Landesmedienanstalten, Internetbeschwerdestellen und die Nutzerinnen und Nutzer selbst im Kontext von Hate Speech haben. Durch die Initiative Netzkodex sollen Konsequenzen von Rechtsverstößen verdeutlicht, Nutzerinnen und Nutzer sowie Unternehmen sensibilisiert und durch Transparenz Orientierung geschaffen werden. Dabei muss jedoch auch klar sein, wo sich die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner im Falle von Verstößen finden – und das gilt für die öffentlichen Aufsichtseinrichtungen wie für die Marktbeteiligten.

Ziel der Initiative muss es sein, die drei genannten Faktoren zunächst größerer Klarheit und weiterhin sich selbst gegenseitig zuzuführen, um damit der Verunsicherung der Bevölkerung und der Medienunternehmen im Bereich der digitalen Kommunikation entgegenzuwirken und somit einen wesentlichen Beitrag zur Stabilisierung einer demokratischen Mediengesellschaft leisten zu können.

2 Ergänzender Exkurs: Bisherige Aktivitäten der LfM im Kontext von Hate Speech

Die LfM bringt in diesem Diskurs ihre Erfahrungen ein, die sie im Rahmen ihrer unterschiedlichen Aktivitäten zum Thema Hate Speech gemacht hat. Zudem wird sie ihre Netzwerke zur Verfügung stellen, um Arbeitsergebnisse der Initiative Netzkodex in die praktische Arbeit zu integrieren.

Zu den Aktivitäten, die für die Initiative nutzbar gemacht werden können, gehört der Ende 2015 unter dem Hashtag #nohatespeech ins Leben gerufene Appell „Für Meinungsfreiheit – gegen Hetze im Internet“. Die LfM und die in ihre Medienkommission entsandten Mitglieder versammelten dabei viele Hundert Vertreterinnen und Vertreter gesellschaftlicher Gruppen und Institutionen, Politikerinnen und Politiker sowie Bürgerinnen und Bürger aus NRW als Unterzeichner. Auch aktuell findet der Appell zahlreiche Unterstützerinnen und Unterstützer. Ihre gemeinsame Forderung: „Diskriminierende, hetzerische, rassistische und hasserfüllte Kommentare dürfen nicht als Teil des legitimen Meinungsspektrums bagatellisiert werden.“ Der Appell richtet sich gezielt an alle Nutzerinnen und Nutzer aber auch Anbieter von Internet-Plattformen.

Medienpädagogisch aktiv wurde die LfM unter anderem als (Mit-)Herausgeberin der Broschüre „Hate Speech – Hass im Netz“¹. Diese Broschüre soll helfen, Hate Speech auch in ihren subtileren Spielarten zu erkennen. Sie gibt Fachkräften und Eltern Informationen und Empfehlungen, um Gegenstrategien zu entwickeln und handlungsfähig zu sein. Dazu enthält sie konkrete Tipps für die medienpädagogische Arbeit mit Jugendlichen und liefert Hinweise zu Materialien und Initiativen. Sie erläutert darüber hinaus, ob und in welchen Fällen Hate Speech strafbar ist.

Über Hate Speech und medienpädagogische Konzepte für eine respektvolle und faire Diskussionskultur im Internet diskutierten im Rahmen einer gemeinsamen Fachtagung der LfM, des LVR-Landesjugendamtes und der AJS im Sommer 2016 etwa 250 Vertreterinnen und Vertreter von Bildungs- und Jugendeinrichtungen. Im Rahmen des Projekts klicksafe wurden im vergangenen Jahr darüber hinaus Best Practice-Projekte zum Thema Hate Speech identifiziert. So wurde der klicksafe-Preis

Mögliche Umgangsformen und Gegenstrategien

für Sicherheit im Internet 2016 an die Kampagne „Tu was! Zeig Zivilcourage! Auch im Netz!“ verliehen.

Daneben führt die LfM Aufklärungs- und Präventionsmaßnahmen durch. Hierfür stehen Projekte wie Medienscouts NRW, klicksafe, Juuuport oder Digiscan. Diese Projekte setzen sich alle aus ihren jeweiligen Blickwinkeln mit dem Thema Hate Speech bzw. verwandten Themenfeldern auseinander. Der Fokus liegt dabei immer auf der möglichst zielgruppengerechten Aufbereitung, Ansprache und Verbreitung der Inhalte. Hierzu gehören Informationsportale im Internet, Ratgeber, Handreichungen und andere Printpublikationen sowie medienpädagogische Unterrichtsmaterialien.

In einem Workshop der Stiftung Vor Ort NRW für Anbieterinnen und Anbieter journalistischer Weiterbildung wurden deshalb redaktionelle Strategien und der persönliche Umgang mit Hassrede in den Mittelpunkt gestellt – insbesondere im lokalen Umfeld. Ziel war es, deutlich zu machen, warum Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten darin geschult sein müssen, Hate Speech zu erkennen und darauf zu reagieren. Neben der Kenntnis rechtlicher Möglichkeiten sind vor allem klare Community-Regeln, redaktionelle Workflows, die im Fall von Hetze greifen, und konkrete Moderationsstrategien entscheidend.

Anmerkung

- ¹ Hate Speech – Hass im Netz. Informationen für Fachkräfte und Eltern. Düsseldorf: AJS, LfM. Abrufbar unter: http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/index.php?view=product_detail&product_id=442 (zuletzt 15.02.2017)



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Abschließende Worte

Kai Kaspar, Lars Gräßer und Aycha Riffi

Aufmunterung oder ein Fazit

Es gäbe so viel zu tun: Wir sollten etwas gegen die globale Klimaerwärmung unternehmen, gegen Krieg und Hunger. Wir müssten versuchen, Epidemien zu verhindern, Fluchtursachen zu bekämpfen oder wenigstens die örtliche Obdachloseninitiative zu unterstützen. Unsere Energien könnten in Hausaufgabenhilfen, ehrenamtliches Engagement in lokalen Sportvereinen oder urbanen Gartenbau fließen. Stattdessen beschäftigen wir uns nun mit „Hasskommentaren im Netz“. Hasskommentare sind unglaublich unproduktiv und niveaulos.

1 Schock

„Glaubt eigentlich irgendjemand, dass das irgendwas bringt, dieser ganze Hass?“, fragte die Journalistin Dunja Hayali in ihrer Dankesrede zur Verleihung der Goldenen Kamera 2016. Eine berechnete Frage, aber Vorsicht! Online-Hasskommentare – so wie sie uns aktuell im Netz begegnen und in diesem Buch beispielhaft aufgeführt wurden – sind nicht einfach nur vereinzelte Grenzüberschreitungen, mit denen eine demokratische Gesellschaft umzugehen lernen muss. Die in diesem Buch präsentierten Beiträge machen ziemlich deutlich: Es gibt ein destruktives Potential, Hasskommentare können „eine perfide Alltagswaffe“ (Julia Fleischhack) sein, die leider effektiv sein kann und damit Gefahren birgt. Gefahren für Einzelne, da „sprachlichen Drohgebärden reale Angriffe folgen können“ (Hildegard Stienen) und Gefahren für die Gesellschaft, denn „Hassredner*innen wollen durch ihre Äußerungen Debatten prägen“ (Josephine B. Schmitt). Dabei ist es nicht die gestiegene Anzahl an Kommentaren, die schockiert, „sondern meist deren radikalisierte Inhalt“ (Anna-Mareike Krause). Und dieser beeinflusst unser Verhalten in bestimmten Lebensbereichen, wenn beispielsweise Gamer*innen im Netz „nicht ermutigt, sondern eher abgeschreckt werden, an der Szene zu partizipieren“ (Maike Groen). Zu einem gesamtgesellschaftlichen Problem entwickelt sich Online Hate Speech auch deshalb, weil eben nicht jede beleidigende, aggressive, destruktive oder einfach verletzende Äußerung rechtlich strafbar ist. Es braucht deshalb über den reinen Gesetzestext hinaus eine umfassende Klärung, wie unser Miteinander im Netz zukünftig ausgestaltet sein soll und welche Spielregeln wir uns setzen. Angesichts der in diesem Buch illustrierten Negativbeispiele von Online-Kommunikation drängt sich die Notwendigkeit auf, eine zufriedenstellende

Form der Demokratie im Netz mit größerem Engagement als bisher zu forcieren. Und ja, „die Freiheit der Rede kann manchmal eine Zumutung sein, im Kern geht es aber darum, andere Meinungen und ‚Moralitäten‘ gelten zu lassen“ (Frauke Gerlach). Dieser Balanceakt zwischen dem, was man prinzipiell sagen darf, und dem, was man im Sinne der Sozialverträglichkeit dennoch nicht sagen sollte, muss integraler Bestandteil des demokratischen Diskurses über (Online-)Kommunikation sein.

2 Aufgaben

Entsprechend sollten die Zeiten des Schocks (oder des naiven Verlustgefühls eines freien und friedlichen Internets oder der Verwunderung, dass einige Nutzer*innen offenbar Lust am destruktiven Schreiben haben) nun vorbei sein, denn die konkreten Aufgaben sind längst verteilt. Einige Akteur*innen und mögliche Aufgaben wollen wir hier benennen – ohne Anspruch auf Vollständigkeit und Abgeschlossenheit.

Für Webseiten- und Blogbetreiber*innen sowie Community Manager*innen:

Die oberste Aufgabe oder Regel heißt „anwesend sein und moderieren“. Ob für ein großes Online-Magazin, einen Blog oder die eigene Facebook-Seite – wer eine Kommentarfunktion anbietet, muss sich vorher die Frage stellen, welche Kanäle er oder sie anbieten will, ob und wie eine Betreuung der Kanäle zu leisten ist. Wer einfach so nebenbei eine Facebook-Seite anlegt, öffnet „seine Haustür“ auch potentiell unliebsamen Gästen. Professionelle Beispiele zeigen, dass es notwendig ist, unter anderem folgende Fragen vor dem Hintergrund der eigenen Ressourcen zu klären¹:

- Ist genug Personal für eine konsequente Moderation vorhanden?
- Wer darf wann (registriert oder unregistriert / anonym oder mit Klarnamen) Kommentare schreiben?
- Werden Kommentare vormodert, bevor sie freigeschaltet werden?
- Wie sieht die Netiquette aus?
- Wann wird geantwortet, geblockt, gelöscht oder angezeigt?
- Wie kommuniziere ich diese Regeln?
- Welche Strategien zur Herausbildung einer konstruktiven Kommentarkultur können angewendet werden?

Gerade die letzte Frage macht deutlich: Es geht nicht allein darum, die Hassredner*innen zu adressieren und klarzustellen, dass sie in den Diskussionsräumen des Internets für ihr Handeln nicht belohnt werden, sondern vielmehr Gefahr laufen, für das Verbreiten von Hassreden persönlich bestraft zu werden. Es geht auch darum, den vielen passiven wie aktiven Nutzer*innen des Internets einen „hassfreien“ Ort der zwischenmenschlichen Kommunikation zu bieten, indem Grenzüberschreitungen benannt werden und im Gegenzug engagiertes und konstruktives Verhalten gefördert wird. So könnten beispielsweise „gute“ Kommentare gelobt oder gar optisch hervorgehoben werden, um nur einen Schritt für ein förderliches Community Building zu nennen. Die Idee des Ignorierens („Don't feed the troll“) kann hingegen eher dazu führen, dass einige wenige Hassredner*innen die Foren besetzen und damit eine positive Diskussionskultur verhindern. Wer auf seinen eigenen Seiten moderierend tätig ist und darauf hinweist, dass diskriminierende oder beleidigende Kommentare umgehend gelöscht werden, schränkt damit weder die Meinungsfreiheit ein, noch zensiert er oder sie das Netz. Eine konsequent und transparent geführte Moderation zeigt die „Hausregeln“ des eigenen Angebotes auf und wendet diese an. Dadurch verlagert sich zuweilen der Hass zwar nur auf andere Webseiten, allerdings ist es wichtig, selbst keinen Raum für Hasskommentare zu bieten.

Schließlich münden alle Entscheidungen dieser Art in der Frage, welche Kommunikationskultur ich auf meiner eigenen Seite fördern und schützen möchte. Natürlich kann diese Frage sehr unterschiedlich beantwortet werden. Aber an der Qualität der Antwort müssen sich Anbieter letztlich messen lassen. Besonders die großen Anbieter (z. B. Nachrichtenportale, Sender und Zeitungsverlage) kommen nicht umhin, für diese Arbeit genügend Ressourcen bereitzustellen. Dabei sollte es nicht sein, dass Journalist*innen und Redaktionen bestimmte Themen von der Agenda nehmen, nur um keine Hasskommentare am Wochenende moderieren zu müssen. Doch was tun, wenn die Ressourcen einfach nicht ausreichen? Aus journalistischer Perspektive erscheint es dann sinnvoll, sich auf Kommentare und Debatten im Rahmen ausgewählter Themen zu beschränken, wie es bereits bei einigen Anbietern der Fall ist – hier ist dann weniger oft mehr. Für den Journalismus muss doch Leitgedanke bleiben: keine Themenschere im Kopf und im Medium.

Eine konsequente Moderation ist nicht einfach; im Gegenteil werden vielfache Begabungen und Fertigkeiten benötigt: gute Allgemeinbildung, Gefühl für Sprache, sichere Rechtschreibung, Netzaffinität, Erfahrung im Umgang mit Communities, Humor, Spaß am Umgang mit anderen Menschen und vor allem ein „dickes Fell“. Von den vielen (häufig sehr jungen) Moderator*innen wird selbstverständlich abverlangt, dass sie Hasskommentare nicht persönlich nehmen und „nicht an sich heranlassen dürfen“. Das ist einfacher gesagt, als getan. Daher ist es notwendig, im Rahmen der

Arbeitgeberfürsorge entsprechende Räume (Gesprächsangebote, ausgleichende Aktivitäten bis hin zur Vermittlung professioneller Unterstützung) anzubieten.

Für die Wissenschaft und Forschung:

Die wissenschaftlichen Beiträge in diesem Band zeigen, dass wir bereits etablierte Erklärungsmodelle über Ursachen und Wirkungen sozialen Handelns auf den Bereich der Online Hate Speech anwenden können. Auch die besonderen Randbedingungen, die das Internet setzt, finden in wissenschaftlichen Ansätzen bisweilen Berücksichtigung und helfen so, die besonderen Eigenheiten des Phänomens *Online Hate Speech* zu fassen und deren Einflüsse auf Kommunikationsprozesse abzuschätzen. Bestimmte Subformen von kommuniziertem Hass sind zudem bereits substantiell beforscht, wie beispielsweise Sexismus in Online Gaming Communities.

Dennoch mangelt es in der Breite noch an spezifischen Erklärungsmodellen und entsprechenden Studien zu diesem Phänomen. Daher ist es möglich, dass zumindest einige der bisher hinzugezogenen Erklärungsmodelle die Dynamiken und Mechanismen dieser neuen Form des Hasses und seiner diversen Ausprägungen unzureichend abbilden. Dieser Umstand erschwert bisweilen die Ableitung von Interventionsstrategien. Es bedarf also einer expliziteren und differenziert ausbuchstabierten Forschungsagenda für das Phänomen Online Hate Speech. Ein Arbeitsfeld liegt darin, Effektivität, Effizienz und Akzeptanz medienpädagogischer sowie schul- und bildungspolitischer (Interventions-)Projekte zum „Kampf gegen Online Hate Speech“ durch empirische Studien zu untersuchen. Damit aber theorien- und evidenzgeleitete Projekte konzipiert und durchgeführt werden können, muss Grundlagenforschung hier die notwendige Unterstützung bieten. In diesem Bereich gibt es trotz einiger erster, vielversprechender Ansätze noch eine Menge zu tun.

Für die Justiz:

Die Frage nach der Verantwortlichkeit von Schreiber*innen, Diensteanbietern und Plattformbetreibern muss geklärt und transparent kommuniziert werden. Allen Akteur*innen sollte mittlerweile klar sein, dass das Netz kein rechtsfreier Ort ist, und es scheint, die geltende Rechtsordnung ist „für das Phänomen Online Hate Speech nicht blind“ (Tobias Brings-Wiesen). Nur, wie lässt sich geltendes Recht im Einzelfall auch durchsetzen? So weisen die Ermittlungsbehörden darauf hin, dass einer Strafverfolgung eine Anzeige zugrunde liegen muss, damit rechtliche Schritte eingeleitet werden können. Um die Qualität der Anzeigen zu optimieren – ohne Denunziantentum Vorschub zu leisten –, braucht es auch eine gute Vermittlung, welche Kommentare und Posts justiziabel sind. Als Vorbild dienen hier Plattformen

(z. B. jugendschutz.net), auf denen Verstöße gemeldet werden können und die dann von Expert*innen ausgewertet werden.

Einige Strukturfragen an die Justiz knüpfen daran an: Macht vielleicht die Einrichtung von Schwerpunktstaatsanwaltschaften Sinn oder ist die Spezialisierung einzelner Behörden(teile) ausreichend? Und sind hier die Ermittlungsstrategien auf der Höhe der Zeit? Eine stetige Digitalisierung bedeutet nicht nur permanenten Qualifizierungsbedarf durch Medienbildung – auch die Strafverfolgung muss hier Schritt halten können. Ohne geschultes Personal geht das nicht – und ohne Personal ist es schlichtweg unmöglich.

Für die Medienpädagogik sowie Schul- und Bildungspolitik:

Online Hate Speech ist kein Jugendphänomen, es betrifft alle Altersklassen. Dennoch ist es sinnvoll, gerade junge Menschen für dieses Phänomen zu sensibilisieren und ihnen mögliche Strategien gegen Hasskommentare an die Hand zu geben.

Die konkrete Arbeit mit Jugendlichen zum Thema Online Hate Speech im Rahmen des Projekts *BRICKS* (und anderer) hat sehr gut gezeigt, dass die Teilnehmer*innen die Auseinandersetzung mit den unangenehmen Seiten des Internets als relevant, spannend und auch hilfreich erachten. Es gibt eine große Nachfrage seitens der Schulen und Bildungsanbieter – die sich verständlicherweise mit der Thematik überfordert fühlen – nach medienpädagogischen Aktivitäten (Workshops, Online-Angebote etc.), die sich explizit mit Online Hate Speech befassen und Aspekte der Medienkompetenz sowie die Frage nach den Grundrechten und zivilgesellschaftlichen Umgangsformen adressieren. Dieser Nachfrage nachzukommen ist auch eine zentrale Aufgabe für die Schul- und Bildungspolitik.

Für die Politik:

Bemerkenswert schnell ist das Thema Online Hate Speech in den Parlamenten und Arbeitskreisen auf der Agenda angekommen. Zahlreiche Ideen und Projekte sind mittlerweile auf den Weg gebracht worden. Das ist gut so, denn Politik schafft Rahmenbedingungen, stellt Ressourcen zur Verfügung und fördert Institutionen und Kampagnen. Für die Politik gilt aber auch, „dass medial sichtbare gesellschaftliche und politische Akteur*innen sich ebenfalls über ihre Bedeutung als Vorbilder und Meinungsführer*innen im Klaren“ sein müssen (Josephine B. Schmitt). Da der Einsatz von Facebook und Twitter im Rahmen von Wahlen einen mittlerweile etablierten Kommunikationskanal darstellt, müssen Politiker*innen umso mehr die Gefahr im Auge behalten, dass unbedachte oder unpräzise Äußerungen in diesen Medienformaten besonders schnell negative Auswirkungen auf das Kommunikationsklima haben können und möglicherweise Hate Speech-Tendenzen einiger Rezipient*in-

nen begünstigen. Im Superwahljahr 2017 wird sich zeigen, inwiefern es möglich ist, einen auch nur halbwegs „sauberen“ Wahlkampf zu führen.

Für uns alle:

Für die einzelnen Internetnutzer*innen gibt es eine ganze Reihe von Aufgaben: Justizables über entsprechende Meldemöglichkeiten anzeigen, sich die Gegenrede zu trauen (am besten mit anderen gemeinsam), wenigstens die (geringe) Macht als Verbraucher*innen nutzen und kontrollieren, ob die professionellen Akteur*innen ihre Aufgaben erfüllen. Und natürlich: Zivilcourage zeigen. Daran kommen wir nicht vorbei.

3 Aufmunterung

Das Thema Online Hate Speech ist in aller Munde und als gesellschaftliches Problem erkannt. Lernprozesse wurden angestoßen, Tipps sowie Richtlinien stehen zur Verfügung. Und viele Anbieter haben das, was sich eine „gute Community“ (aktive User und selbstreinigende Mechanismen) nennen lassen kann. Das Netz ist nicht voller Hass, sondern *auch* voller Hass. Genau die, die nicht pöbeln, sondern sich konstruktiv und wertschätzend auseinandersetzen wollen, dürfen bei den nun gesetzten Aufgaben nicht vergessen werden. Statt Foren zu schließen oder ausschließlich auf reine Selbstregulierung zu hoffen, sollten digitale und nicht digitale Räume anständig, also mit Anstand besetzt werden.

„Wir dürfen uns nicht wehrlos und sprachlos machen lassen. Wir können sprechen und handeln. Wir können die Verantwortung auf uns nehmen. Und das heißt: Wir können sprechend und handelnd eingreifen in diese sich zunehmend verrohende Welt“, sagte Carolin Emcke in ihrer Dankesrede anlässlich der Verleihung des Friedenspreis des Deutschen Buchhandels 2016, und dem möchten wir uns gerne anschließen.

4 Danke

Die Herausgeber*innen bedanken sich bei allen Autor*innen und Interview-Partner*innen, die durch ihre Beiträge in diesem Buch die vielen Perspektiven auf das Thema Online Hate Speech sichtbar gemacht und zusammengetragen haben. Wir bedanken uns ebenfalls bei Judith Kirberger für ihre Mitarbeit und redaktionelle Unterstützung.

Schließlich gebührt besonderer Dank dem Grimme-Forschungskolleg, durch dessen finanzielle Unterstützung dieses Buch erst möglich wurde.

Anmerkung

- ¹ Guidelines für Social Media Manager*innen wurden im Projekt BRICKS zusammengestellt und sind im Methodenkoffer zu finden. Dieser ist abrufbar unter: www.bricks-project.eu/methodenkoffer (zuletzt 19.02.2017)



Dieser Aufsatz ist lizenziert unter Creative Commons „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC-by-sa“, vgl. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Kampagnen und Aktivitäten gegen Online Hate Speech

Im Folgenden stellen wir kurz mehrere (Netz-)Kampagnen und Aktivitäten vor, die sich aktuell dem Kampf gegen Online Hate Speech widmen (Stand: Februar 2017). Der Reihenfolge ist dabei zufällig gewählt – alle Projekte sind gleichermaßen zu würdigen.

1 No Hate Speech Movement

Kampagnen-Link: <http://www.nohatespeechmovement.org>
Institution: Youth Department of the Council of Europe

Die „No Hate Speech Movement“-Kampagne ist Teil des europäischen Projekts „Young People Combating Hate Speech Online“, welches 2012 vom Europarat ins Leben gerufen wurde. Das Projekt steht für Gleichheit, Vielfalt und die Würde des Einzelnen sowie die Durchsetzung von Menschenrechten im Internet. Der Fokus auf Hate Speech ist dabei breit, adressiert neben Rassismus und Diskriminierung auch angrenzende Phänomene wie Cyberbullying. Das Projekt will insbesondere jungen Menschen und Jugendorganisationen Strategien zum Umgang mit Online Hate Speech sowie zu deren Vermeidung und Vorbeugung vermitteln. Ziel des Projektes ist die Bewahrung der freien Meinungsäußerung bei gleichzeitiger Eingrenzung von Online Hate Speech.

Kontakt:

Youth Department of the Council of Europe
European Youth Centre
30, rue Pierre Coubertin
67000 Strasbourg, France
Tel.: +33 88412300
E-Mail: youth.nohatespeech@coe.int
URL: <http://www.coe.int/t/dg4/youth/>

2 No Hate Speech Movement – Deutschland

Kampagnen-Link: <https://no-hate-speech.de/de/>
Institution: Neue deutsche Medienmacher

Online Hate Speech

Seit Februar 2016 koordinieren die Neuen deutschen Medienmacher die No Hate Speech Kampagne des Europarates in Deutschland. Bis Ende 2017 fördert das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend die Koordination im Rahmen des Bundesprogramms „Demokratie leben“. So möchte die Kampagne junge Angehörige von Minderheiten und Selbstorganisationen stärken. Medienmacher*innen sollen für Hate Speech sensibilisiert und im Umgang mit dieser trainiert werden.

Kontakt:

Neue deutsche Medienmacher
Potsdamer Str. 99
10785 Berlin
Tel.: 030 / 26947231
E-Mail: info@no-hate-speech.de
URL: <http://www.neuemedienmacher.de/>

3 Hass hilft

Kampagnen-Link: <http://hasshilft.de>
Institution: ZDK Gesellschaft Demokratische Kultur gGmbH

„Hass hilft“ beschreibt sich selbst als „die erste unfreiwillige Online-Spenden-Aktion.“ Für jeden Hasskommentar in sozialen Netzwerken spenden die Betreiber einen Euro an Flüchtlingsprojekte der „Aktion Deutschland Hilft“ und „EXIT-Deutschland“. „Hass hilft“ will hiermit ein Zeichen für ein tolerantes und menschenwürdiges Deutschland setzen. Gezielt suchen die Akteur*innen Hasskommentare in sozialen Medien heraus, kommentieren diese mit einem ironischen Banner und bedanken sich bei den Verfasser*innen der Hasskommentare für die unfreiwillige Spende.

Kontakt:

ZDK Gesellschaft Demokratische Kultur gGmbH
Ebertystr. 46
10249 Berlin
Tel.: 0177 / 2404806
E-Mail: fabian@rechtsgegenrechts.de
URL: <http://zentrum-demokratische-kultur.de/>

4 Online Civil Courage Initiative (OCCI)

Kampagnen-Link: <https://www.facebook.com/OnlineCivilCourageDE/>
Institution: Facebook

Die europäische Initiative für Zivilcourage Online (OCCI) will Extremismus und Hassrede im Netz bekämpfen. Dies tut sie unter anderem, indem sie europäische Nichtregierungsorganisationen und Aktivist*innen unterstützt, die online aktiv sind. Die Initiative entwickelt zudem Gegenstrategien, um auf Hassrede und Extremismus im Netz zu kontern. Daneben unterstützt sie Recherche und Forschungsarbeiten, die den Zusammenhang zwischen Kommentaren im Netz und Handlungen in der Offline-Welt untersuchen. Gegründet wurde die OCCI von Facebook in Partnerschaft mit dem Institute for Strategic Dialogue (ISD), dem International Centre of the Study of Radicalisation and Political Violence (ICSR) und der Amadeu Antonio Stiftung. Die OCCI vertritt die Meinung, dass Konfrontation und Engagement mehr bewirkt als Zensur in sozialen Medien.

Kontakt:

Facebook
10 Brock Street, London
URL: <https://www.facebook.com/>

5 Hate Speech International

Kampagnen-Link: <https://www.hate-speech.org>
Institution: Hate Speech International

Hate Speech International (HSI) ist ein unabhängiges Journalist*innen-Netzwerk, das sich über internationale Grenzen hinweg mit dem Phänomen der Hassrede im Netz beschäftigt. Gegründet wurde es 2013 von den norwegischen Journalisten Kjetil Stormark und Øyvind Strømmen. Finanziert wurde es zu Beginn von der "Freedom of Expression Foundation of Oslo" und dem Norwegischen Außenministerium. HSI vertritt dabei die Philosophie, dass die Öffentlichkeit erfahren sollte, wenn Menschen und Organisationen das Recht der freien Meinungsäußerung systematisch ausnutzen, um gezielt zu Konflikten und Gewalt anzustiften. HSI versucht dabei, extremistische Netzwerke und „Key Player“ zu identifizieren sowie die Faktoren, die Radikalisierung und die Bereitschaft zur Gewaltausübung auf dem politischen Spielfeld triggern.

Kontakt:

Hate Speech International
E-Mail: ks@hate-speech.org
URL: <https://www.hate-speech.org>

6 #nichtEgal

Kampagnen-Link: <https://nichtegal.withyoutube.com>
Institutionen: YouTube, Bundeszentrale für Politische Bildung (bpb), Digitale Helden und Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM)

Im Rahmen der Kampagne #NichtEgal kooperiert Youtube mit der Bundeszentrale für politische Bildung, der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter und den Digitalen Helden. Das Netzwerk erhält zudem Unterstützung durch viele weitere Institutionen wie beispielsweise dem Grimme-Institut, klicksafe.de und der Amadeu Antonio Stiftung. Schirmherrin ist die Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Manuela Schwesig. #NichtEgal steht für einen respektvollen Meinungsaustausch auf verschiedenen Plattformen im Internet wie auch im Alltag. Dabei vertritt die Kampagne die freie, aber reflektierte Meinungsäußerung im Netz. Um junge Menschen im Umgang mit Hass im Netz zu schulen, organisiert #NichtEgal rund 40 Aktionstage an deutschen Schulen in Zusammenarbeit mit unabhängigen medienpädagogischen Einrichtungen. Mehrere bekannte YouTuber*innen sind als Diskussionspartner*innen involviert und werben aktiv mit dem Hashtag #NichtEgal für die Kampagne.

Kontakte:

YouTube, LLC
901 Cherry Ave.
San Bruno, CA 94066
USA
E-Mail: support-de@google.com
URL: <https://www.youtube.com>

Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86
53113 Bonn
Tel.: 0228 / 995150

E-Mail: info@bpb.de
URL: <https://www.bpb.de/>

Digitale Helden gemeinnützige GmbH
Weberstr. 78 (Hinterhaus)
60318 Frankfurt am Main
Tel.: 069 / 74738742
URL: <https://www.digitale-helden.de/>

Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. (FSM)
Geschäftsstelle
Beuthstr. 6
10177 Berlin
Tel.: 030 / 24048430
E-Mail: office@fsm.de
URL: <http://www.fsm.de>

7 Internet-Beschwerdestelle

Kampagnen-Link: <http://www.internet-beschwerdestelle.de/>
Institutionen: Verband der deutschen Internetwirtschaft (eco) und Freiwillige Selbstkontrolle der Multimedia-Diensteanbieter (FSM)

Die „Internet-Beschwerdestelle“ nimmt Beschwerden über illegale und schädigende Internetinhalte entgegen und wird vom Verband der deutschen Internetwirtschaft (eco) und der Freiwillige Selbstkontrolle der Multimedia-Diensteanbieter (FSM) betrieben. Mit der gemeinsamen Webseite bieten die Organisationen Internetnutzer*innen die Möglichkeit, sich bei einer fachlich ausgewiesenen Prüfstelle über verschiedene Aspekte zur Förderung des sichereren Umgangs mit dem Internet zu informieren und Beschwerden entsprechend der Arbeitsteilung von eco und FSM einzureichen.

Kontakte:

Verband der deutschen Internetwirtschaft e. V. (eco)
Lichtstraße 43h
50825 Köln
Tel.: 0221 / 7000480
E-Mail: hotline@eco.de
URL: <http://www.eco.de>

Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. (FSM)
Geschäftsstelle
Beuthstr. 6
10177 Berlin
Tel.: 030 / 24048430
E-Mail: office@fsm.de
URL: <http://www.fsm.de>

8 Debate Dehate

Kampagnen-Link: <http://aas-dd.sturm.digital/das-projekt/>
Institution: Amadeu Antonio Stiftung

Debate Dehate (ehemals no-nazi.net) ist 2011 aus der Arbeit von netz-gegen-nazis.de entstanden. Da heutzutage die Meinungsbildung in substantiellem Ausmaß auch im Internet stattfindet, setzt Debate Dehate hier mit Radikalisierungsprävention an. Das Projekt adressiert dabei nicht nur Kinder und Jugendliche, auch Erwachsene gehören zur Zielgruppe. Ziele des Projektes sind die Aufklärung über Hate Speech, die Entwicklung effizienter Gegenmaßnahmen, die Deradikalisierung und das Empowerment junger Menschen. Dem Phänomen der Online Hate Speech wird auf zwei Ebenen begegnet: Einerseits soll zu einer Debatte über das Thema Hate Speech angestoßen werden (Debate), andererseits stehen praktische Ansätze für Gegenmaßnahmen in sozialen Netzwerken sowie Aufklärungskampagnen im Fokus (Dehate).

Kontakt:

Amadeu Antonio Stiftung
Novalisstraße 12
10115 Berlin
Tel.: 030 / 24088610
E-Mail: info@amadeu-antonio-stiftung.de
URL: <http://www.amadeu-antonio-stiftung.de/>

9 BRICKS – Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech

Kampagnen-Link: <http://www.bricks-project.eu>
Institutionen: COSPE (Italien), Centro Zaffiria (Italien), Grimme-Institut (Deutschland),

Média Animation (Belgien), MKC Multicultural Center (Tschechische Republik) und AFIES-Fundación Asistencial para la Formación, Investigación y Estudio (Spanien)

Das europäische Projekt BRICKS wurde konzipiert, um die Verbreitung von Online Hate Speech (insbesondere gegen Migrant*innen und Minderheiten) mit Hilfe von Medienkompetenz-Angeboten und aktiver Einbindung von Nutzer*innen und Produzent*innen von Netzinhalten zu bekämpfen. In der ersten Projektphase wurden fünf nationale Studien zur Analyse von Online Hate Speech erstellt. Eine gemeinsame europäische Studie beschreibt den Vergleich zwischen den teilnehmenden Ländern. In der zweiten Phase wurden Trainingsmodule für die Arbeit mit Jugendlichen entwickelt und erprobt. Die Projektlaufzeit endete im Dezember 2016, die Ergebnisse sind online weiterhin verfügbar.

Kontakt für Deutschland:

BRICKS – Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech
Tel.: 02365 / 9189-45
E-Mail: germany@bricksproject.eu
URL: <http://www.bricks-project.eu>

10 Hyperbole

Kampagnen-Link: <http://hyperbole.de/>
Institution: Hyperbole

Hyperbole möchte gesellschaftlich relevante Themen für junge Zielgruppen greifbarer machen, indem sie pointiert dargestellt werden. In Kooperation mit der Berliner Lifestyle- und Kommunikationsagentur Styleheads entwickelt Hyperbole Formate wie „Dislike“, eine Kommentier-Show, in der bekannte Persönlichkeiten aus der Politik und Unterhaltungsbranche gegen sie gerichtete Hasskommentare vorlesen und kommentieren.

Kontakt:

HYPERBOLE Medien GmbH
Pfuelstr. 5, Aufgang VI
10997 Berlin
Tel.: 030 / 695972292
E-Mail: redaktion@hyperbole.de
URL: <http://hyperbole.de/>

11 Hate Poetry

Kampagnen-Link: <https://hatepoetry.com/>

Institutionen: Hate Poetry

Gerade Journalist*innen mit Migrationshintergrund haben häufig mit Hasskommentaren zu kämpfen und erhalten Briefe mit rassistischen Inhalten. Hate Poetry will das nicht so stehen lassen – in einer antirassistischen Satireshow werden seit 2012 Leser*innenbriefe, die den alltäglichen Rassismus gegenüber Journalist*innen mit Migrationshintergrund zeigen, im Stile eines Poetry Slams vorgetragen.

Kontakt:

Ebru Taşdemir
c/o Neue Deutsche Medienmacher e. V.
Potsdamer Str. 99
10785 Berlin
Tel.: 030 / 26947230
E-Mail: tasdemir@neuemedienmacher.de

12 HoGeSatzbau

Kampagnen-Link: <http://hogesatzbau.de>

Institutionen: HoGeSatzbau

„Hooligans Gegen Satzbau“ beschreibt sich selbst als ein „ein Online-Nachhilfeinstitut für meinungsmanipulierende, aufrechtdeutsche, retronazische und patriotische Stimmungsmacher“. Die Betreiber der Seite entlarven mit Ironie und Satire rechtsradikale Kommentare im Netz – begegnen und bekämpfen so (Alltags-)Rassismus. Ziel ist es, zu informieren, Diskussionen anzuregen und Internetnutzer*innen dabei zu unterstützen und zu motivieren, ebenfalls gegen Hetze und Hass im Netz vorzugehen.

Kontakt:

#HoGeSatzbau – Initiative gegen Rechts-Schreibung
Der goldene Aluhut gUG (haftungsbeschränkt)
Spandauer Damm 111–113
14059 Berlin
E-Mail: info@hogesatzbau.de
URL: <http://dergoldenealuhut.de/>

13 #NoHateSpeech – TV-Clips gegen Hetze, Hass und Diskriminierung im Netz

Kampagnen-Link: <https://www.nrwision.de/programm/sendungen/no-hate-speech.html>
Institution: nrwision – der TV-Lernsender für Nordrhein-Westfalen

„Für Meinungsfreiheit – gegen Hetze im Internet“ – Dieser Aufruf der Landesanstalt für Medien NRW wird nicht nur von vielen Politiker*innen, Medienmacher*innen und Verbänden in NRW unterstützt, sondern auch von nrwision. Nrvision setzt sich für ein tolerantes Miteinander im Internet ein und gegen Hass im Netz. Insbesondere finden sich auf der Internetplattform viele kurze Videos, in denen sich unter anderem Prominente unter dem Hashtag #NoHateSpeech gegen Hasskommentare und für Meinungsfreiheit aussprechen.

Kontakt:

nrwision
c/o TU Dortmund
Otto-Hahn-Straße 20
44227 Dortmund
Tel.: 0231 / 7558380
E-Mail: info@nrwision.de
URL: <https://www.nrwision.de/index.php>

Kurzvorstellung der Autor*innen und Interviewpartner*innen

Mechthild Appelhoff

Studium der Germanistik, Publizistik und Politologie an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Leiterin der Abteilung Förderung der Landesanstalt für Medien, zu der die Arbeitsbereiche Medienkompetenz, Bürgermedien und Forschung gehören. Vorsitzende des Vorstands des Vereins Internet ABC e. V., Mitglied im Aufsichtsrat der Grimme-Institut GmbH, Mitglied in Expertengremien auf Bundes- und Landesebene.

Svenja Boberg, M.A.

Seit 2016 Mitarbeiterin im BMBF Projekt PropStop (<http://www.propstop.de>) und Doktorandin an der Westfälischen Wilhelms-Universität (WWU) Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft (IFK). Svenja Boberg ist Kommunikationswissenschaftlerin. Ihre Forschungsinteressen liegen im Bereich der automatisierten Untersuchung von Versuchen der Meinungsbeeinflussung in Online-Medien. In ihrer Masterarbeit befasste sie sich mit der Nachrichtennutzung auf Facebook und dem Einfluss von Nachrichten-Empfehlungen durch Freund*innen.

Dr. Johannes Breuer

Wissenschaftlicher Mitarbeiter (Post-Doc) an der Professur für Medien- und Kommunikationspsychologie an der Universität zu Köln sowie im Forschungsprojekt „Redefining Tie Strength - how social media (can) help us to get non-redundant useful information and emotional support“ am Leibniz-Institut für Wissensmedien in Tübingen. Zuvor war er an den Universitäten Hohenheim und Münster im Projekt „The social foundations of online gaming“ tätig. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören die Nutzung und Wirkung von Computer- und Videospiele, das Lernen mit neuen Medien sowie die Methoden der Medienwirkungsforschung.

Tobias Brings-Wiesen

Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medienrecht und Kommunikationsrecht der Universität zu Köln (Lehrstuhl für Öffentliches Recht und Medienrecht Professor Dr. Karl-E. Hain); Jahrgang 1987; 2006 Abitur am Erasmus Gymnasium Grevenbroich, 2007-2014 Studium der Rechtswissenschaften an der Universität zu Köln mit dem Schwerpunkt Völker- und Europarecht; Dissertationsprojekt in der Grundrechtsdogmatik des Rechts der Europäischen Union; Forschungsschwerpunkte im (inter-)nationalen öffentlichen Medienrecht, Recht der Europäischen Union und Migrationsrecht; E-Mail: tobias.brings@uni-koeln.de.

Martin Drechsler

Geschäftsführer, Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V. (FSM). Geboren 1979. Studium der Rechtswissenschaften an der Humboldt-Universität zu Berlin und der FernUniversität Hagen. Nach dem Referendariat als Rechtsanwalt in Berlin tätig. Seit 2008 bei der FSM für rechtliche und technische Fragen des Jugendmedienschutzes zuständig. Verantwortlich dabei unter anderem für das Altersklassifizierungssystem (www.altersklassifizierung.de) und die Beratung der FSM-Mitglieder bei der Kennzeichnung von Webinhalten. Koordiniert die internationale Vernetzung der FSM. Ab 2013 stellvertretender Geschäftsführer und seit September 2016 Geschäftsführer.

Dr. Julia Fleischhack

Forscht und lehrt am Institut für Kulturanthropologie/Europäische Ethnologie der Georg-August-Universität Göttingen zu den Themen Digitalität, Internet und Computer & ethnografische Methoden.

Dr. Lena Frischlich

Seit 2016 Post-Doc im BMBF-Projekt PropStop (<http://www.propstop.de>) an der WWU Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft (IFK). Davor hat sie an der Universität zu Köln studiert und im Arbeitsbereich Medien- und Kommunikationspsychologie promoviert (Titel: Join me in death: Managing mortality salience via mediated social encounters). Seit 2011 erforscht sie die Inszenierung und Wirkung von Internetpropaganda und möglicher Gegenangebote (sogenannter „Counter-Narratives“).

Markus Gerstmann

Bildungsreferent, Medienpädagoge im ServiceBureau Jugendinformation (Bremen); Schwerpunkte: Digitale Medien, Jugendschutz, WebVideo, Jugendinformation.

Lars Gräßer

Pressesprecher des Grimme-Instituts, studierte an der Universität Essen Kommunikationswissenschaft, Politologie und Philosophie. 2002 kam er zum Europäischen Zentrum für Medienkompetenz (ecmc), welches 2010 mit dem Grimme-Institut fusionierte. Hier war er zunächst in der Medienkompetenzförderung aktiv, 2014 sind der Grimme Online Award sowie die Grimme-Akademie als Betätigungsfeld hinzugekommen. Schwerpunktmäßig kümmert er sich seit April 2015 um die Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit. Vorträge, Fachbeiträge und Herausgeberschaften zu den Themen Medienkompetenz, Nachhaltigkeit, ePartizipation und Webvideo.

Maike Groen

Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Technischen Hochschule Köln, Fakultät für Angewandte Sozialwissenschaften; Forschungsschwerpunkt „Medienwelten“. War nach ihrem Studium zunächst in der politischen Jugendbildungsarbeit tätig, promoviert nun als forschende Gamerin im Bereich e-Sport.

Lea Güse

Pädagogin, freie Mitarbeiterin im LidiceHaus; Schwerpunkte: Geschlechtersensible Pädagogik, Antisemitismus- und Rassismuskritische Bildungsarbeit.

Lisa Hempel

Bildungsreferentin, Soziologin, Kriminologin im LidiceHaus; Schwerpunkte: neonazistische Kindererziehung, Frauen und Mädchen in der extremen Rechten, kritische Extremismustheorie, Hate-Crime-Konzept, Leiterin der bundesweiten Fachstelle „Rechtsextremismus und Familie“ (RuF).

Jörg Hoewner, M.A.

Geschäftsführender Partner, arbeitet als Berater für moderne Unternehmenskommunikation in Düsseldorf. Er war einer der ersten Berater in Deutschland, der sich mit Online Relations bzw. Online-PR befasste, baute die Digital Unit einer führenden Agenturgruppe mit auf und ist seit 2006 als Mitgründer bei K12. Zu seinen Kunden zählen große und mittelständische Unternehmen sowie Verbände und Behörden. Er beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit der Auswirkung von Kommunikationstechnologien auf die interne und externe Unternehmenskommunikation. Jörg Hoewner hat an der Ruhr-Universität Bochum Publizistik- und Kommunikationswissenschaften studiert.

Marie-Joelle Hofer von Lobenstein

Studiert BA Anglistik/Amerikanistik und Politikwissenschaften an der Heinrich-Heine-Universität in Düsseldorf. Abschluss ihres International Baccalaureate an der Internationalen Schule in Düsseldorf im Jahr 2012. Studentische Mitarbeiterin im Rahmen des Projekts BRICKS am Grimme-Institut von 2015 bis 2016.

Jun.-Prof. Dr. Dr. habil. Kai Kaspar

Leiter der Abteilung für Sozial- und Medienpsychologie an der Universität zu Köln. Studium der Psychologie; Promotionen in Cognitive Science und Psychologie; Habilitation in Psychologie zum Thema „Perception, cognition, and behavior in real-world contexts“. Aktuelle Schwerpunkte in Forschung, Lehre und Entwicklung: E-Learning/Teaching-Szenarien, Mensch-Maschine-Interaktionen, Medienrezeption und -wirkung, soziale und verkörperte Kognitionen, kulturvergleichende Studien, Persönlichkeits- und Kompetenzdiagnostik, Wahrnehmen und Handeln in (virtuellen) Realitäten.

Franziska von Kempis

Studierte Historikerin, hat TV-Journalismus gelernt und ist Webvideo-Journalistin geworden. Sie arbeitet als Chefredakteurin der Medieninitiative MESH Collective im UFA LAB in Berlin. Hier entwickelt und produziert sie neue Bildungs-Webvideoformate, weil sie nicht nur daran glaubt, dass Social Video, Journalismus und Bildung gemeinsam funktionieren, sondern weil sie es in ihren Formaten jeden Tag erlebt. Zum Beispiel beim YouTube-Newsformat „BrainFed“, das 2016 den Grimme Online Publikumspreis erhielt. In ihrer Freizeit ist sie im Netz als „Besorgte Bürgerin“ auf Facebook & YouTube und kämpft mit Fakten, Wissen, Meinung (und Augenbraue) in Videos gegen Populismus, Falschmeldungen und hassenden Blödsinn in der Timeline.

Anna-Mareike Krause

Social Media-Koordinatorin der Tagesschau, zuvor Redakteurin bei ARD-aktuell, Autorin für das WDR-Fernsehen, davor freie Tätigkeit für mehrere Printmedien, unter anderem „Berliner Zeitung“ und „taz“. Bei der Tagesschau ist sie zuständig für die Auftritte in den sozialen Medien sowie deren strategischer Weiterentwicklung. Sie beschäftigt sich seit Langem beruflich mit der Diskurskultur in digitalen Diskussionsräumen.

Marta Orosz

Reporterin beim investigativen Recherchezentrum correctiv.org; sie hat sich im Rahmen eines längerfristigen Projekts mit den Freihandelsabkommen TTIP und CETA beschäftigt. Außerdem hat sie zu den Finanzen der Pegida-Bewegung recherchiert. Vor Ihrer Arbeit für correctiv.org war sie als freie Deutschlandkorrespondentin für die tägliche Berichterstattung über Politik, Wirtschaft und gesellschaftliche Themen für den ungarischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk zuständig. Für die führende Wirtschaftszeitung Ungarns recherchierte sie unter anderem Geschichten über Missstände in der deutschen Fleischindustrie und über Migration aus Osteuropa.

Prof. Dr. Thorsten Quandt

Leitet den Bereich Online Forschung am Institut für Kommunikationswissenschaft (IFK) und ist geschäftsführender Direktor des IFK an der WWU Münster. Bis 2012 hatte er den Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaften (Schwerpunkt: Interaktive Medien und Online-Kommunikation) an der Universität Hohenheim inne. Zuvor war er Juniorprofessur für Journalismusforschung an der Freien Universität Berlin und Gastprofessor an der University of California, Santa Barbara sowie der Indiana University, Bloomington. In seiner Forschung beschäftigt er sich mit Online-Kommunikation, Medieninnovationsforschung, Digitalen Spielen und Journalismus.

Aycha Riffi

Leiterin der Grimme-Akademie im Grimme-Institut. Studium an der Ruhr-Universität Bochum der Film- und Fernsehwissenschaften, Theaterwissenschaften, Germanistik und Pädagogik. Thema der Magisterarbeit: „Zur Archivierung des Fernsehens“. Berufliche Stationen beim ZDF, WDR, SDR und DSF. Medienpädagogische Tätigkeiten mit dem Schwerpunkt Filmvermittlung. Ab 2002 freie Mitarbeiterin beim Grimme Online Award und 2005 Wechsel zur Akademie. Dort war sie unter anderem für die europäischen Projekte Media4us und BRICKS in der Projektleitung. Seit 2016 führt sie Workshops zum Umgang mit Hate Speech durch.

Dr. Tobias Schmid

Direktor der Landesanstalt für Medien (LfM) Nordrhein-Westfalen und Europabeauftragter der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM); Studium und Promotion in Heidelberg und Freiburg. Referendariat in Berlin. 1999-2004 Home Shopping Europe AG, General Counsel für die Bereiche Recht und Medienpolitik, Personal, interne Revision und Öffentlichkeitsarbeit. 2005-2013 Vizepräsident und Vorsitzender des Fachbereichs Fernsehen und Multimedia beim Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), 2012-2016 Vorstandsvorsitzender. 2005-2016 Bereichsleiter Medienpolitik bei der Mediengruppe RTL Deutschland, 2010-2015 Executive Vice President Governmental Affairs bei der RTL Group. Seit 01/2017 Direktor der Landesanstalt für Medien LfM Nordrhein-Westfalen.

Dr. Josephine B. Schmitt

Studium der Psychologie und Neuere Deutsche Literatur an der Universität Hamburg; promovierte bis 2015 am Fachgebiet Medienpsychologie der Universität Hohenheim. Seit März 2016 ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin (Post-Doc) in dem von der EU geförderten Drittmittelprojekt „CONTRA - Countering Propaganda by Narration Towards Anti-Radical Awareness“ an der Universität zu Köln. Zudem befasst sie sich mit der Rolle von Medien im Kontext politischer Informationsgewinnung, medialer und politischer Selbstwirksamkeit sowie der Bedeutung von Online-Medien für die Verbreitung und Wirkung von Gegenbotschaften und Propaganda.

Annette Schneider

Magister der Kommunikationswissenschaft. 1997–2010 ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, unter anderem Projektleiterin der Projekte NETD@YS NRW, Netd@ys Deutschland, NRW: NEUES LERNEN sowie Geschäftsführerin des Vereins „Lernen in der Informationsgesellschaft“. Seit 2010 Projektleiterin am Grimme-Institut, Projekte: Grimme Lab, Broschürenreihe IM BLICKPUNKT, Social Community Day, Medienfrauen NRW.

Hildegard Stienen

Psychiaterin und Psychotherapeutin. Niedergelassen in eigener Praxis. Master of Advanced Studies in Applied Ethics. Neben der Weiterbildung von Ärzt*innen und Psycholog*innen ist sie als Supervisorin und Beraterin tätig. Zweite Vorsitzende der Initiative Frauen in der Medizin. Lehrbefugte der Deutschen Gesellschaft für Sexualforschung. Publikationen im Bereich Psychiatrie und Psychotherapie. Vortragstätigkeit.

Cornelius Strobel

Referent im Fachbereich Extremismus der Bundeszentrale für politische Bildung / bpb. Er studierte Geschichte und Politikwissenschaft in Münster mit einem Schwerpunkt auf Extremismus, Terrorismus und Fundamentalismus. Nach einem Volontariat bei den „Informationen zur politischen Bildung“, herausgegeben von der bpb, wechselte er Anfang 2013 in den Fachbereich Extremismus. Er ist für Formatentwicklung, für Expertise zum Thema Rechtsextremismus und gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit sowie für digitale Ansätze der Prävention zuständig.

Johannes Wentzel

Selbstständiger Medienreferent in Münster, Westfalen. Er arbeitet seit 15 Jahren in der schulischen und außerschulischen Kinder- und Jugendarbeit und der Erwachsenenbildung. In Zusammenarbeit mit Schulen, Volkshochschulen, Universitäten und Einrichtungen der Weiterbildung bietet er Fortbildungen, Informationsveranstaltungen, Elternabende und Medientrainings für Multiplikator*innen, Lehrende, Pädagog*innen, Eltern und Schüler*innen zum Thema verantwortungsvoller und kreativer Umgang mit digitalen Medien an. Im Rahmen des Projektes BRICKS hat er Workshops an Schulen durchgeführt und den Methodenkoffer mitentwickelt.

Überblick über die Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW (seit 2013)

Die Schriftenreihe erscheint im kopaed Verlag (Düsseldorf/München)

Der vorliegende **Band 4** „Online Hate Speech – Perspektiven auf eine neue Form des Hasses“, herausgegeben von Kai Kaspar, Lars Gräßer und Aycha Riffi, ist auch im Open Access Format unter einer Creative Commons Lizenz erschienen (<http://www.grimme-institut.de/publikationen/schriftenreihe/>).

Band 3: Harald Gapski (Hrsg.): Big Data und Medienbildung – Zwischen Kontrollverlust, Selbstverteidigung und Souveränität in der digitalen Welt, 2015, 148 Seiten, ISBN 978-3-86736-403-4

Band 2: Lars Gräßer / Aycha Riffi (Hrsg.): Einfach fernsehen? Zur Zukunft des Bewegtbildes, 2013, 121 Seiten, ISBN 978-3-86736-402-7

Band 1: Cathrin Bengesser / Thomas Tekster (Hrsg.): Senioren im Web 2.0 – Beiträge zu Nutzung und Nutzen von Social Media im Alter, 2013, 128 Seiten, ISBN 978-3-86736-401-0

Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen (2005–2012)

Die Schriftenreihe ist erschienen im kopaed Verlag (Düsseldorf/München)

Band 14: Harald Gapski / Thomas Tekster (Hrsg.): Informationskompetenz im Kindes- und Jugendalter. Beiträge aus Forschung und Praxis, 2012, 152 Seiten, ISBN 978-3-86736-214-6

Band 13: Lars Gräßer / Friedrich Hagedorn (Hrsg.): Soziale und politische Teilhabe im Netz? E-Partizipation als Herausforderung, 2012, 136 Seiten, ISBN 978-3-86736-213-9

Band 12: Harald Gapski (Hrsg.): Informationskompetenz und inklusive Mediengesellschaft. Dokumentation einer Fachtagung mit Projektbeispielen, 2012, 152 Seiten, ISBN 978-3-86736-212-2

Band 11: Lars Gräßer / Friedrich Hagedorn (Hrsg.): Medien nachhaltig nutzen. Beiträge zur Medienökologie und Medienbildung, 2012, 128 Seiten, ISBN 978-3-86736-211-5

Band 10: Harald Gapski / Lars Gräßer (Hrsg.): Verbraucherschutz und Medienkompetenz. Junge Konsumenten im Web, 2010, 128 Seiten, ISBN 978-3-86736-210-8

Band 9: Harald Gapski (Hrsg.): Jenseits der digitalen Spaltung. Gründe und Motive zur Nichtnutzung von Computer und Internet, 2009, 125 Seiten, ISBN 978-3-86736-209-2

Band 8: Harald Gapski / Lars Gräßer (Hrsg.): Medienkompetent in Communitys. Sensibilisierungs-, Beratungs- und Lernangebote, 2009, 128 Seiten, ISBN 978-3-86736-208-5

Band 7: Lars Gräßer / Monika Pohlschmidt (Hrsg.): Praxis Web 2.0 – Potenziale für die Entwicklung von Medienkompetenz, 2007, 170 Seiten, ISBN 978-3-86736-207-8

Band 6: Gernot Gehrke (Hrsg.): Web 2.0 – Schlagwort oder Megatrend? Fakten, Analysen, Prognosen, 2007, 128 Seiten, ISBN 978-3-86736-206-1

Band 5: Gernot Gehrke (Hrsg.): Public-Private-Partnerships in der Medienkompetenzförderung – Potenziale und Grenzen, 2006, 118 Seiten, ISBN 978-3-938028-93-3

Band 4: Klaus Solbach / Wolfgang Spiegel (Hrsg.): Entwicklung von Medienkompetenz im Hochschulbereich. Perspektiven, Kompetenzen und Anwendungsbeispiele, 160 Seiten, ISBN 978-3-938028-94-0

Band 3: Harald Gapski (Hrsg.): Medienkompetenzen messen? Verfahren und Reflexionen zur Erfassung von Schlüsselkompetenzen, 2006, 136 Seiten, ISBN 978-3-938028-53-7

Band 2: Gernot Gehrke (Hrsg.): Datenschutz und -sicherheit im Internet. Handlungsvorschläge und Gestaltungsspielräume, 2005, 152 Seiten, ISBN 978-3-938028-52-0

Band 1: Harald Gapski (Hrsg.): Leitbilder für die Wissensgesellschaft – Fallbeispiele, Strategien und Reflexionen, 2005, 136 Seiten, ISBN 978-3-938028-51-3

Immer öfter treten Internetnutzer*innen in Erscheinung, die sich wenig einfühlsam und zum Teil geradezu destruktiv verhalten, indem sie Diskussionen im Netz mit Hass und Aggression vergiften. Betroffen sind davon nicht nur spezielle Zielgruppen, sondern auch die Allgemeinheit – also wir alle, die wir das Netz als selbstverständlichen Teil unseres Alltags betrachten.

Gemeint ist Online Hate Speech, die thematisch im Mittelpunkt des vierten Bandes der Schriftenreihe zur Digitalen Gesellschaft des Landes NRW steht. Betrachtet werden Hassreden im Netz aus unterschiedlichsten Perspektiven. Mögliche Gegenstrategien und unterschiedliche Felder werden ebenso präsentiert und diskutiert – in Fachaufsätzen, Projektberichten und Interviews. Der Ansatz ist interdisziplinär, vereint Theorie und Praxis zu einem umfassenden Werk.

Beiträge stammen von Mechthild Appelhoff (Landesanstalt für Medien NRW), Svenja Boberg (Westfälische Wilhelms-Universität Münster), Johannes Breuer (Universität zu Köln), Tobias Brings-Wiesen (Universität zu Köln), Martin Drechsler (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter), Julia Fleischhack (Georg-August-Universität Göttingen), Lena Frischlich (Westfälische Wilhelms-Universität Münster), Markus Gerstmann (ServiceBureau Jugendinformation), Lars Gräßer (Grimme-Institut), Maike Groen (Technische Hochschule Köln), Lea Güse (LidiceHaus), Lisa Hempel (LidiceHaus), Jörg Hoewner (Agentur K12), Marie-Joelle Hofer von Lobenstein (Grimme-Institut), Kai Kaspar (Universität zu Köln), Franziska von Kempis (UFA LAB/ Mesh Collective), Anne-Mareike Krause (Tagesschau.de), Marta Orosz (Recherchezentrum Correctiv.org), Aycha Riffi (Grimme-Institut), Thorsten Quandt (Westfälische Wilhelms-Universität Münster), Tobias Schmid (Landesanstalt für Medien NRW), Josephine B. Schmitt (Universität zu Köln), Annette Schneider (Grimme-Institut), Hildegard Stienen (Praxis für Psychiatrie und Psychotherapie), Cornelius Strobel (Bundeszentrale für politische Bildung), Johannes Wentzel (nethex. Medienkompetenz für die Bildungsarbeit).

ISBN 978-3-86736-404-1
18,80 €

Gefördert vom
Minister für Bundesangelegenheiten,
Europa und Medien
des Landes Nordrhein-Westfalen
und Chef der Staatskanzlei

