

Masterarbeit

Hass im Netz: Die Auswirkungen von Hass im Netz auf das Kommunikationsverhalten von jungen Erwachsenen in den sozialen Medien

von:

Tobias Schennach, BA

mm211817

Studiengang:

Digital Media Management

Begutachter:

FH-Prof. Priv.-Doz. Dr. Michael Litschka

Zweitbegutachter/in:

Mag. Dr. Gabriele Falböck

St. Pölten, am 27.08.2023

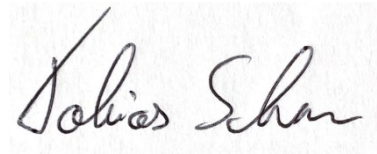
Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere, dass

- ich diese Masterarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.
- ich dieses Masterarbeitsthema bisher weder im Inland noch im Ausland einem Begutachter/ einer Begutachterin zur Beurteilung oder in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Diese Arbeit stimmt mit der vom Begutachter/von der Begutachterin beurteilten Arbeit überein.

Wien, 27.08.2023
Ort, Datum

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tobias Schan', is written over a light blue rectangular grid background.

Unterschrift

Danksagung

Ich bedanke mich für die ständige Unterstützung vor allem bei meiner Familie, die immer für mich da ist, wenn ich sie brauche und mir in jeder Situation weiterhilft. Außerdem möchte ich mich bei meinen Freunden bedanken, die mich motivieren und zum Lachen bringen. Ich danke auch meinem Betreuer für die Hilfe und Begleitung und der Fachhochschule St. Pölten für die Möglichkeit das Studium Digital Media Management zu machen.

Vielen herzlichen Dank!

Zusammenfassung

In der vorliegenden Masterarbeit geht es um die Auswirkungen von Hass im Netz auf das Kommunikationsverhalten von jungen Erwachsenen zwischen 20 und 30 Jahren, die Social Media nutzen. Dabei werden die Themen Internet als Öffentlichkeit, Hass im Netz und die Auswirkungen im Theorieteil näher beschrieben. Es geht hierbei um die Öffentlichkeit in der Gesellschaft, die sich verändernde Kommunikation im Internet und die verschiedenen Social Media Plattformen. Der Hass im Netz wird mit Hilfe von Theorien und Modellen erklärt, die verschiedene Aspekte des Phänomens beschreiben. Hierbei geht es um die Beeinflussung des Kommunikationsverhaltens durch die Anonymität, Unsichtbarkeit und Gruppendynamik. Die Aspekte gruppenbezogener Hass, Enthemmung und interpersonale Kommunikation sind hierbei relevant. Auswirkungen und Umgangsformen gibt es unterschiedliche, wie bereits durch die Theorie ersichtlich wird. Personen leiden nicht nur psychisch unter Hass im Netz, sondern entwickeln auch ein gestörtes Kommunikationsverhalten. Personen reagieren mit Schweigen oder werden aktiv und verwenden die Gegenrede. Im empirischen Teil werden mittels Fokusgruppendifkussion, Erfahrungen und Eindrücke von betroffenen Personen zum Kommunikationsverhalten analysiert. Zu beobachten ist generell, dass es eine Verrohung der Sprache im Internet gibt. Darüber hinaus wird ersichtlich, dass die Erfahrungen mit Hass im Netz das Kommunikationsverhalten verändern und die betroffenen Teilnehmer*innen von verschiedenen Umgangsformen und Reaktionen berichten. Die erste Erfahrung mit Hass im Netz wird dabei am schlimmsten empfunden und bleibt im Gedächtnis. Aus den theoretischen und empirischen Erkenntnissen wird erkennbar, dass Hass im Netz Auswirkungen auf das Kommunikationsverhalten hat.

Abstract

This Master's thesis is about the effects of hate on the net on the communication behaviour of young adults between the ages of 20 and 30 who use social media. The topics internet as a public sphere, hate on the internet and the effects are described in more detail in the theory section. It is about the public sphere in society, the changing communication on the internet and the social media platforms. Hate on the net is explained with the help of theories and models describe different aspects of the phenomenon. This involves the influence of anonymity, invisibility and group dynamics on communication behaviour. The aspects of group related hatred, disinhibition and interpersonal communication are relevant here. There are different effects and ways of dealing with it, as the theory shows. People not only suffer psychologically from hate on the internet but also develop a disturbed communication behaviour. People react with silence or become active and use counter-speech. In the empirical part, experiences and impressions of affected persons regarding communication behaviour are analysed by using the method of focus group discussions. It is generally observed that there is a brutalisation of language on the internet. Furthermore, it becomes apparent that experiences with hate on the internet change communication behaviour and that the affected participants report different manners and reactions. The first experience with online hate is the worst and remains in the memory. The theoretical and empirical findings show that hate on the net has an impact on communication behaviour.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	VII
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Ableitung der Forschungsfrage	2
1.3 Zielsetzung und Methode der Arbeit	2
1.4 Aufbau der Arbeit	2
2. Forschungsstand zu Hass im Netz.....	4
3. Medien als Öffentlichkeit.....	17
3.1 Öffentlichkeit.....	17
3.2 Internet als Öffentlichkeit.....	20
3.3 Soziale Netzwerke.....	22
3.3.1 Facebook.....	27
3.3.2 Instagram	27
3.3.3 Twitter (X).....	28
4. Hass im Netz	29
4.1 Definition Hass im Netz / Online Hate Speech.....	29
4.2 Verbreitung und Formen von Hass im Netz	33
4.3 Sexistische und rassistische Hate Speech	37
4.4 Theoretische Verortung.....	41
4.4.1 Theorien	42
4.4.2 Modelle	47
5. Auswirkungen auf das Verhalten im Netz und Umgang mit Hass im Netz	53
5.1 Auswirkungen von Hass im Netz	53
5.2 Umgang mit Hass im Netz.....	57
6. Methodik und Forschungsdesign.....	64
6.1 Forschungsfrage	64
6.2 Methode der Fokusgruppendifkussion	64
6.3 Begründung der Methodenwahl.....	65
6.4 Grundgesamtheit.....	66
6.5 Theoretisches Sampling.....	67
6.6 Forschungsdesign	68
6.7 Gütekriterien	69
6.8 Umsetzung der Fokusgruppendifkussion zu Hass im Netz.....	71
6.8.1 Aufbau des Leitfadens	72
6.8.2 Ablauf der Fokusgruppendifkussion	73
6.8.3 Aufzeichnung der Fokusgruppendifkussion	74

6.8.4 Auswertungsmethode und Categoriesystem	76
7. Empirische Untersuchungsergebnisse	83
7.1 <i>Auswertung der Fokusgruppendifkussion</i>	83
7.1.1 Kat1: Generelle Einstellung und Haltung zu Online Hate Speech	83
7.1.2 Kat2: Persönliche Betroffenheit und Wahrnehmung der Arten von Hass im Netz mit Bezug auf rassistische und sexistische Inhalte im Netz	89
7.1.3 Kat3: Verhalten und Umgang mit Hass im Netz	94
7.2 <i>Zusammenfassung der Ergebnisse</i>	98
7.3 <i>Ableitung der Hypothesen</i>	100
7.4 <i>Darstellung der Ergebnisse und Beantwortung der Forschungsfrage</i>	101
8. Fazit	103
8.1 <i>Fazit, Ergebnisse und Erhebungsmethode</i>	103
8.2 <i>Limitationen und Forschungsausblick</i>	104
9. Literaturverzeichnis	106
10. Anhang	122

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Ebenen von Internet-Öffentlichkeiten.....</i>	<i>19</i>
<i>Abbildung 2: Typologie der Online (Nicht-) Partizipation</i>	<i>54</i>
<i>Abbildung 3: Ablaufmodell strukturierender Inhaltsanalyse</i>	<i>79</i>

1. Einleitung

In dieser Arbeit geht es um Hass im Netz und wie sich dieser auf das Kommunikationsverhalten von jungen Erwachsenen auswirkt. Dabei geht es um den Hass an sich, das Internet als Öffentlichkeit und um die Verhaltensänderungen diesbezüglich. Relevant sind hierzu die Erfahrungen von Privatpersonen in Bezug auf Hass im Netz. Dazu wird auch näher auf sexistische und rassistische Inhalte eingegangen. Dahingehend wird das Kommunikationsverhalten untersucht und analysiert. Im Folgenden wird der zu untersuchende Gegenstand erklärt. Nach einem kurzen Problemaufriss wird die Forschungsfrage dargelegt und das Ziel der Forschung erklärt. Die Gliederung gibt Aufschluss über die Struktur der Forschungsarbeit.

1.1 Problemstellung

Immer öfter werden gegen Flüchtlinge, Homosexuelle, Frauen, Muslim*innen oder Ausländer*innen in den sozialen Netzwerken von privaten und auch öffentlichen Personen ungehemmt beleidigende Statements verbreitet. In der Öffentlichkeit werden solche Statements befeuert und damit entsteht eine feindliche Stimmungsmache. Diese Hasspostings stehen zunehmend im Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit. Es kann durch Hate Speech zu gesellschaftlichen Folgen wie Desintegration kommen oder auch in der Politik die Deliberationsprozesse beeinflusst werden (vgl. Sponholz, 2018, S. 31-34).

Vor allem rassistische, rechtsextreme, sexistische Hate Speech über Eliten, die Wissenschaft, den Islam, das Judentum und viele andere werden millionenfach auf den sozialen Netzwerken geliket. Diese Hasskampagnen auf Social Media werden in die Öffentlichkeit getragen, weil Hate Speech verbindet. Hate Speech kann Macht und Kontrolle sein, ist gut für den Selbstwert und verbindet Menschen, die daraus Hassgemeinschaften bilden (vgl. Wachs et al., 2021, S. 3ff).

Demzufolge soll diese Forschungsarbeit Hass im Netz näher untersuchen im Hinblick auf das Kommunikationsverhalten im Online-Bereich. Mittels Theorie

werden die hierfür relevanten Aspekte erläutert und die Erfahrungen von betroffenen Personen sollen einen Einblick in Bezug auf das Verhalten geben.

1.2 Ableitung der Forschungsfrage

Die Forschungsfrage leitet sich von dem Arbeitstitel der Arbeit ab. Demnach lautet die Forschungsfrage der Arbeit:

F: Welche Auswirkungen hat Hass im Netz auf das Kommunikationsverhalten von jungen Erwachsenen im Alter von 20-30 Jahren in den sozialen Netzwerken?

1.3 Zielsetzung und Methode der Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist es, herauszufinden, was Hass im Netz ist, wie Online-Hass zustande kommt und welche Auswirkungen Hass im Internet auf das Kommunikationsverhalten junger Erwachsener in den sozialen Netzwerken hat. Im Hinblick auf Hass im Netz wird näher auf die Erfahrungen von Privatpersonen, die Social Media nutzen, Bezug genommen und auf rassistische und sexistische Inhalte eingegangen, um das Thema einzugrenzen. Dazu werden auch die sozialen Netzwerke näher beleuchtet, die hier als Medien und Öffentlichkeit betrachtet werden. Um einen möglichst guten Einblick zu bekommen, werden mit Hilfe einer Fokusgruppendifkussion, Erfahrungen und Kommunikationsverhalten von Personen, die Erfahrungen mit Hass im Netz haben miteinbezogen und analysiert. Die dargelegte Theorie und Empirie geben über den zu untersuchenden Forschungsgegenstand Aufschluss.

1.4 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit legt nach der Einleitung, die das Problem, Ziel und die Forschungsfrage erläutert, den Forschungsstand dar. Dies gibt einen Überblick über schon vorhandene Forschung zum Thema. Anschließend wird im Theorieteil das Thema näher erläutert. Die zum untersuchenden Gegenstand passenden und relevanten Themen und Aspekte werden in diesem Teil erklärt. So beinhaltet dieser Abschnitt

die Kapitel Öffentlichkeit, Hass im Netz und die Auswirkungen und den Umgang mit Hass im Internet. In diesen drei Kapiteln wird das Thema aufgearbeitet, relevante Aspekte beleuchtet und die theoretischen Hintergründe dargelegt. Im Anschluss darauf folgt der empirische Teil mit der Erklärung der Methodik und die Auswertung der Fokusgruppendifkussion. Hier werden die Methodenwahl begründet und die Vorgehensweise genau erklärt. Darauffolgend werden die Ergebnisse ausgewertet und analysiert. Die Ergebnisse werden zusammengefasst und im Zusammenhang mit der Theorie interpretiert. Daraus lassen sich Hypothesen ableiten und die Forschungsfrage wird beantwortet. Im abschließenden Fazit werden nochmals die Ergebnisse zusammengefasst, Zusammenhänge erklärt und Limitationen angegeben.

2. Forschungsstand zu Hass im Netz

Der Forschungsstand gibt einen Überblick über die wichtigsten Forschungsergebnisse zum Thema Hass im Netz. Hier wird das Forschungsfeld beschrieben. Die angeführten Studien dienen als Einblick in die Thematik, die in den nachfolgenden Kapiteln literaturbasiert näher erläutert wird.

Die Soziologin Madlen Preuß und der Professor für Sozialisation und Konfliktforschung Andreas Zick, aus Bielefeld in Deutschland, untersuchten mit einer empirischen Analyse Hate Speech gegen Medienschaffende. Im Zuge von Migrationsbewegungen in Europe sind Medienschaffende von rechtsextremen Personen, Parteien und Gruppen zum Zielobjekt geworden. Medien sind zu Feinden geworden und haben Hass und gezielte Aggression von Demonstrationen und Protestbewegungen erfahren. Dadurch, dass Hassreden im Internet gegen Journalist*innen stark zugenommen haben, dokumentiert die Studie Hass im Arbeitsalltag Medienschaffender (HArM), Ursachen, entzündliche Themen und Wirkungen von Hate Speech. Als Hate Speech erfasst sind Hass, Verleumdungen, Anfeindungen, Angriffe, die verbalisiert wurden und kommunizierte Gewaltdrohungen. Mit Hilfe eines anonymisierten und standardisierten Fragebogens wurden 1.372 Journalist*innen untersucht (vgl. Zick, Preuß, 2021, S.253-259).

Das schon erhöhte Belastungsrisiko in der Branche, das durch den beruflichen Kontext einhergeht, weil sich der Journalismus als Kontrollinstanz und vierte Gewalt sieht, wird durch digitale Hassreden und online Hasskampagnen weiter erhöht. Jede*r zweite Befragte gibt in der Studie an, dass Hassreaktionen zugenommen haben und jede vierte befragte Person meint, dass hasserfüllte Reaktionen zum Alltag gehören. In Bezug auf Hassreden zeigt die Studie weiters, dass die Mediensparte, das Geschlecht und die Altersgruppe eine Rolle spielen. Denn wie Zick und Preuß schreiben, haben Journalist*innen aus dem Politik Bereich, Frauen und Jüngere eine höhere Aufmerksamkeit und Sensibilität gegenüber Angriffen aus dem Netz (vgl. Zick, Preuß, 2021, S.261-265).

Die Studie von Amalia Alvarez-Benjumea und Fabian Winter untersucht mit Hilfe eines Experiments den Zusammenhang zwischen Terroranschlägen und Hate

Speech. Dabei spielt auch die soziale Norm eine Rolle, weil es um die Akzeptanz von hasserfüllten Inhalten geht. Unter der Annahme, dass es nach Terroranschlägen vermehrt zu Hass im Netz und fremdenfeindlichen Äußerungen kommt, wurden zwei Anschläge im Jahr 2016 in Würzburg und Ansbach, zu denen sich der Islamische Staat (IS) bekannt hat, als Ausgangslage verwendet. Zudem flüchteten viele Menschen vor den Kriegen in Syrien und im Irak, was die Lage in Europa und Deutschland in Bezug auf die Migrationspolitik anheizte (vgl. Alvarez-Benjumea, Winter, 2020, S.22800).

Für das Experiment wurde ein Online-Forum eingerichtet, um einen Raum für Diskussionen zu schaffen. Hier konnten die Teilnehmer*innen zu den Themen Gender Rights und Flüchtlinge kommentieren und diskutieren. Die 2.133 ausgewerteten Kommentare aus dem Online-Forum zeigten nach terroristischen Anschlägen einen Anstieg an hasserfüllten und fremdenfeindlichen Inhalten. Die Studie zeigt, dass Hate Speech gegen Flüchtlinge zunimmt und hasserfüllte Kommentare radikaler werden nach einem Terroranschlag. Wie viel Hate Speech, Vorurteile gegenüber Flüchtlingen und fremdenfeindliche Äußerungen sozial akzeptiert werden, hängt vom lokalen Kontext und den jeweiligen sozialen Normen ab. Das heißt, dass beispielsweise vorurteilsbehaftete Haltungen wahrscheinlicher sind, wenn die soziale Akzeptanz der Äußerung von Vorurteilen steigt. Demzufolge wirken sich dramatische Ereignisse auf Hate Speech im Internet aus (vgl. Alvarez-Benjumea, Winter, 2020, S.22800-22804).

Zur hasserfüllten Sprache in online Netzwerken forschte ebenso ein indisches Team in dessen Studie Hate begets Hate: A temporal Study of Hate Speech. Durch die anhaltende Diskussion Meinungsfreiheit und Hassrede ist es erforderlich, das Zusammentreffen von beidem zu verstehen, wie die Autoren Mathew, Illendula, Saha, Sarkar, Goyal und Mukherjee schreiben. Die Frage, wo die Grenze ist zwischen Meinungsfreiheit und Hate Speech, ist ständig Thema in der Gesellschaft und hat viel Aufmerksamkeit erzeugt (vgl. Mathew et al., 2020, S.1). Denn im Zusammenhang mit Hassreden steigen auch die Straftaten (vgl. The United States Department of Justice, 2022, o.S.). Die Verbreitung von Online Hate Speech können soziale Netzwerke und große Technologiegiganten nicht kontrollieren (vgl. MIT Technology Review, 2018, o.S.). Um die Effekte und Auswirkungen von online Hate

Speech zu verstehen, untersuchten die Autoren auf dem sozialen Netzwerk Gab die Kommentare von User*innen. Die Plattform Gab wurde deshalb ausgewählt, weil das soziale Netzwerk lockere Moderationsrichtlinien hat im Vergleich zu anderen Plattformen wie Twitter oder Facebook (vgl. Mathew et al., 2020, S.2).

Circa 21 Millionen Posts wurden kategorisiert nach dem Hasslexikon von Mathew und untersucht mit Hilfe des DeGroot Models. Über zwei Jahre hinweg wurden jeden Monat die Hasskommentare von den 314.000 User*innen auf Gab eingeteilt. Die Ergebnisse zeigen, dass auf der Plattform die Zahl der hasserfüllten Inhalte zunimmt und der Anteil an Nutzer*innen, die Hasskommentare verfassen, im Laufe der Zeit steigt. Hinzu kommt, dass gerade neue Nutzer*innen, die sich auf der Plattform registrieren auch schneller Hass im Netz verbreiten. Wie die Studie weiters zeigt, reagieren User*innen schneller auf hateful users als auf Nutzer*innen mit weniger hateful speech. Damit werden hasserfüllte Inhalte schneller prominent auf der Plattform. Mit der Zeit wird also der Ton rauer und die Sprache hasserfüllter in der Community (vgl. Mathew et al., 2020, S.8-21).

Studien zeigen die Auswirkungen von Nutzer*innenkommentaren bei kontroversen Themen auf die Einstellung und die öffentliche Meinung. Beispielsweise die Studie von Schäfer, Süßlow und Reiners beschäftigt sich mit dem Thema wie Hassreden, die gesellschaftlichen Gruppen aufgrund von Religion oder sexueller Orientierung angreifen, einen Einfluss haben, wie Menschen über diese Gruppen denken und sie von der Gesellschaft wahrgenommen werden. Im Zuge dessen wurden auch die Auswirkungen von Hate Speech auf vorurteilsbehaftete Einstellungen untersucht. Der Fokus dieser Studie liegt auf der Polarisierung der Gesellschaft durch Hassreden. Mit einem Experiment untersuchten die Autoren mit Hilfe von eigens konzipierten Statements zu Muslimen und homosexuellen Personen, die Einstellung und Wahrnehmung der Proband*innen (vgl. Schäfer et al., 2022, S.1-9).

Die Ergebnisse zeigen keine Auswirkungen von Hate Speech auf die wahrgenommene öffentliche Meinung bei beiden Gruppen. Jedoch wirken sich Hassreden negativ auf den wahrgenommenen sozialen Zusammenhalt aus, wenn Homosexuelle angegriffen werden. Proband*innen, die eine negative oder neutrale Sicht auf homosexuelle Personen oder Muslime haben, werden eher beeinflusst in Bezug auf deren Gefühle, Meinung und Sichtweise, wenn sie Hasskommentaren

ausgesetzt sind (vgl. Schäfer et al., 2022, S.5-9). Vorurteilsbehaftete Nutzer*innenkommentare, die Stereotype einer gewissen Gruppe enthalten, verstärken negative Gefühle gegenüber dieser Gruppe (vgl. Hsueh et al., 2015, S.557). Zu diesem Ergebnis kommen Hsueh, Yoogeswaran und Malinen in ihrer Studie von 2015, in der sie untersuchen inwiefern Online-Kommentare die Einstellungen und das Verhalten der Menschen beeinflussen. Der einfache Kontakt mit sozialen Informationen beeinflusst Einstellungen und Verhalten. Das Verhalten wirkt sich wiederum auf die Umgebung aus und kann ein möglicher Grund für sozialen Wandel im Online-Umfeld sein (vgl. Hsueh et al., S.565).

Dass nicht nur negative Gefühle verstärkt werden, sondern auch Stereotypen generell verstärkt und gefestigt werden, zeigt ein polnischer Report von Winiewsky und seinem Team, die zu verbaler Gewalt gegen Minderheiten forschten. Hassrede kommt mehr von Verachtung als von Hass, wie ihre Ergebnisse zeigen. Menschen, die Hass erfahren, wie beispielsweise einwanderungsfeindliche, sexistische oder transphobe Sprache, vermeiden in weiterer Folge eher diese angegriffenen Gruppen. Sie stimmen sogar Maßnahmen zu, die die Rechte eben dieser Gruppen einschränken (vgl. Winiewsky et al., 2016, o.S.). Bereits vorhandene Einstellungen beeinflussen Hassreden und zusätzlich haben hasserfüllte Inhalte einen Einfluss auf das Handeln und die Meinungsbildung der Menschen. Es zeigt sich, dass Hate Speech Einstellungen und Verhalten beeinflusst und in der Gesellschaft die Polarisierung verstärken kann (vgl. Schäfer et al., 2022, S.1).

Speziell im digitalen Raum, der freie Kommunikation und Meinungsäußerung zur Verfügung stellt, werden soziale Netzwerke missbraucht. Vor allem um hasserfüllte Nachrichten, Kommentare und Inhalte zu verbreiten (vgl. Zhang, Luo, 2018, S. 1). Sozialen Plattformen und das Internet sind digitale Orte, mit der Möglichkeit Hate Speech zu verbreiten. Die Meta Analyse von Pulgarín et al. (2021) zeigt, dass die digitale Welt auch ein Ort von Hassrede ist. Über das Internet lassen sich terroristische Beiträge, cyberhate und viele andere hasserfüllte Ausdrücke leicht verbreiten. Die Verwendung von gewalttätiger, beleidigender und aggressiver Sprache gegen Gruppen, die ein gemeinsames Merkmal haben, wie zum Beispiel die politische Zugehörigkeit, Rasse, Religion oder auch das Geschlecht, kann im Internet und den sozialen Netzwerken unkontrolliert ausgeübt werden. Die Gruppen

werden anhand ihrer Stereotype Hassreden zum Opfer. Oft sind beleidigende Nachrichten ideologisch motiviert (vgl. Pulgarín et al., 2021, S.1).

Innerhalb der Studie konnten verschiedene Typen von Online-Hass festgestellt werden. Dazu zählen die religiöse Hassrede, Online-Rassismus, politischer Online-Hass und geschlechterspezifischer Hass (vgl. Pulgarín et al., S.2-4). Der Islam ist die am häufigsten angegriffene Religion weltweit. Durch kulturelle Prozesse der Globalisierung und die Verbreitung digitaler Medien wird eine islamfeindliche Stimmung erzeugt und zur Hassrede motiviert (vgl. Horsti, 2017, S. 1452–1453).

Diese Art von Hassrede ist keineswegs harmlos, wie Evolvi erklärt, weil Muslime als unfähig zur Anpassung an westliche Werte dargestellt werden und als gewalttätig abgestempelt werden. Es kommt so zu einer Unterscheidung zwischen einem „uns“ und „ihnen“, wobei Muslime benachteiligt werden. Im Hinblick auf ihre Ergebnisse werden Meinungen auf Twitter verstärkt und daraus kann schlussgefolgert werden, dass bestimmte Gruppen marginalisiert werden. Nicht nur weil diese Gruppen andere religiöse Vorstellungen haben, sondern auch wegen eines nicht inklusiven Verständnisses nationaler Identitäten (vgl. Evolvi, 2019, S.396-397).

Verstärkt werden diese Positionen auch aufgrund der Nutzer*innen auf Twitter. User*innen neigen dazu die Positionen der Nutzer*innen zu vertreten, die sie retweeten oder zitieren. Das Fehlen des direkten Dialogs, durch die indirekte Ansprache mit Hilfe von Retweets oder Zitaten, begünstigt daher die Verstärkung von Positionen. Evolvi (2019) spricht hier von Homophilie, die mit antagonistischen Identitäten verbunden ist. Antagonistisch sind etwa sarkastische Äußerungen oder Kommentare mit Wut und Angst. Minderheiten werden eher herabgesetzt und durch die Anonymität im Netz werden hasserfüllte Gefühle uneingeschränkt verbreitet, was eine Spaltung weiter vorantreibt. Diese Faktoren haben einen Einfluss auf die Verbreitung und Verstärkung von Hass im Netz (vgl. Evolvi, 2019, S.396-397). Dazu kommt Online-Rassismus auf sozialen Netzwerken nicht selten vor, weil Online-Plattformen einen Raum für rassistische Äußerungen bieten. Durch die Anonymität im Netz und den Zugang zum Internet ist es leicht, rassistische Inhalte zu verbreiten (vgl. Chaudhry, Gruzd, 2020, S.88-108).

Rassistische Sprache in rassistischen Gruppen spiegelt meist eine wahrgenommene Ungerechtigkeit wider. Zudem hat rassistische Sprache oft eine moralische Grundlage, die den Fokus auf die verschiedenen Religionen richtet. So verbreiten sich rassistische Beiträge im Netz, wie Faulkner und Bliuc in ihrer Studie zu rassistischen Gruppen und deren Sprache schreiben. Rassistische Gruppen sprechen oft über den Respekt vor Autoritäten und Religionen. Sprachlich verwenden die Gruppen eher eine weniger komplexe Sprache und Stilmittel (vgl. Faulkner, Bliuc, 2018, S.307).

Hassreden im Internet beziehen sich oft auf die ethnische Zugehörigkeit und die Nationalität. Hass auf geschlechterspezifischer Ebene nimmt jedoch auch zu. Vor allem geht es hierbei um Hass aufgrund sexueller Orientierung und des Geschlechts (vgl. Dragiewicz et al., 2018, S.609).

Die untersuchten Tweets aus der Studie Italian Hate Map, zeigen hasserfüllte Tweets vor allem gegen Frauen, Schwule und Lesben. Frauen werden hierbei am häufigsten mit hasserfüllten Inhalten konfrontiert (vgl. KhosravNik, Esposito, 2018, S.45-68). Digitale Medien verschärfen bestehende Muster der geschlechterspezifischen Gewalt und es kommt zu neuen Formen des Missbrauchs (vgl. Dragiewicz et al., 2018, S.617-618). Der Hass verlagert sich ins Netz und geht dort weiter, wie Sobieraj schreibt. Frauen bekommen es nicht nur mit beleidigenden Kommentaren zu tun. Sie sind extremer Feindseligkeit in Form von digitalem Sexismus in Diskussionsräumen, Kommentarbereichen, Gaming-Communities und auf Social Media Plattformen ausgesetzt. Zu den negativen Erfahrungen, die Frauen im Internet erfahren, zählen beispielsweise Stalking, Einschüchterungen, Diskreditierung, Vergewaltigungsdrohungen und unangenehme Offline-Begegnungen (vgl. Sobieraj, 2018, S.1700).

Glomb (1997) erklärt hier weiter, dass sich die indirekte Darstellung sexueller Belästigung ähnlich auswirkt wie eine direkte Belästigung. Ihre Ergebnisse zeigen, dass die indirekte Darstellung sexueller Belästigung Auswirkungen auf die Gesundheit, Arbeit und Psyche von Frauen hat (vgl. Glomb et al., 1997, S.309).

Es reicht die Atmosphäre, um negative Auswirkungen hervorzurufen und es hängt nicht davon ab, ob eine Person direkt von sexueller Belästigung oder Sexismus

betroffen ist. Die untersuchten Teilnehmer*innen der Studie sind gestresster und denken eher daran den Job zu lassen. Diese Ergebnisse zeigen, dass die Auswirkungen sexueller Belästigung und Sexismus viel verbreiteter sind als angenommen (vgl. Glomb et al., 1997, S.309-323).

Die Atmosphäre im Netz ändert sich wenig, denn beleidigende Kommentare und Hass gibt es ebenso Online (vgl. Sobieraj, 2018, S.1700). Dazu beschreibt die Untersuchung von Buchanan und Mahoney (2022) zu online sexual harassment (OSH) die Viktimisierung bei Erwachsenen. Dabei werden auch geschlechterspezifische Unterschiede und die emotionalen Auswirkungen durch sexuelle Belästigung im Internet analysiert. Online sexual harassment oder zu Deutsch sexueller Belästigung im Internet bezeichnet unerwünschte sexuelle Annäherungsversuche, sexuelle Aufmerksamkeit oder sexuelle Drohungen, die über elektronische Medien, beispielsweise das Handy oder über das Internet, übermittelt werden. Darunter fällt zum Beispiel das unerwünschte Empfangen oder Senden geschlechtsbezogener Beleidigungen, unerwünschte sexuelle Kommentare beziehungsweise Aufforderungen zu sexuellen Handlungen (vgl. Buchanan, Mahoney, 2022, S.63-69).

Um die Typen sexueller Belästigung einzuordnen orientierten sich Buchanan und Mahoney (2022) an den Kategorien von Barak (2005) (vgl. Buchanan, Mahoney, 2022, S.68). Formen von sexueller Belästigung im Internet sind oft schwer zu klassifizieren wie Barak (2005) und Reed et al. (2019) schreiben. Denn viele Studien beschreiben zwar die Formen sexueller Belästigung, versäumen es aber die Verhaltensweisen zu kategorisieren und einzuordnen (vgl. Barak, 2005, S.77-92; Reed et al., 2019, S.53-62). Der Erhalt eines Nacktfotos wird zum Beispiel als geschlechterspezifische Belästigung eingestuft (vgl. Barak, 2005, S.79-81). Die Bitte, also die Frage nach einem Nacktfoto wird als Form von sexueller Nötigung klassifiziert (Van Royen et al., 2015, S.479). Und das Weitergeben eines privaten Nacktfotos ohne Einvernahme könnte als eine Art sexuellen Missbrauchs gewertet werden (Reed et al., 2019, S.60).

So meint Barak (2005) mit geschlechterspezifischer Belästigung, unerwünschte verbale und visuelle geschlechterherabsetzende Bemerkungen, die privat oder öffentlich geäußert beziehungsweise an ein oder mehrere Opfer gerichtet werden.

Als unerwünschte sexuelle Aufmerksamkeit werden Verhaltensweisen, wie sexuelle Wünsche oder Absichten, die unaufgefordert stattfinden, verstanden und sexuelle Nötigung ist eine Drohung, um ein Opfer zur sexuellen Kooperation zu bewegen (vgl. Barak, 2005, S.78).

Mit Hilfe des disinhibition effects wurde in der Studie erklärt, wie es zu sexueller Belästigung kommt und warum sich Menschen im Internet ungehemmter äußern (vgl. Buchanan, Mahoney, 2022, S.64). Denn dass sich sexuelle Belästigung offline und online ähneln, steht außer Frage. Jedoch gibt es große Unterschiede zwischen den beiden Formen hinsichtlich der Umgebung. Dadurch, dass sexuelle Belästigung im Internet eben im Internet stattfindet, gibt es viel mehr Anonymität und Unsichtbarkeit. Diese Aspekte der Online-Umgebung gehen mit dem disinhibition effect oder Online-Enthemmungseffekt einher. Dabei fühlen sich Menschen freier und äußern sich ungehemmter. Sie artikulieren feindselige Ansichten oder begehen abweichende Handlungen, die sie offline nicht tun würden (vgl. Suler, 2004, S.322-324).

Die Resultate der Studie zeigen, dass es geschlechterspezifische Beleidigung und unerwünschte sexuelle Aufmerksamkeit gibt, die sich unterschiedlich auf Männer und Frauen im emotionalen Bereich auswirken. Viktimisierung und sexuelle Belästigung im Internet wurde bei Männern und Frauen entdeckt, jedoch erfahren Frauen signifikant mehr unerwünschte sexuelle Kommentare als Männer. Damit einher gehen emotionale Gesamtauswirkungen, die Frauen mehr belasten als Männer (vgl. Buchanan, Mahoney, 2022, S.63-75).

Das Umfeld in Online-Communities wird als feindseliger gegenüber Frauen als gegenüber Männern wahrgenommen. Frauen haben es mehr mit Online-Belästigung zu tun und sind dadurch emotional gestresster. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass Frauen andere Erfahrungen im Netz machen als Männer (vgl. Duggan, 2014, o.S.). Der digitale Raum, der Platz für freie Meinungsäußerung und Kommunikation darstellen sollte, ist geprägt durch verschiedene Online-Räume die Vorurteile und Feindseligkeiten der Offline-Welt beibehalten (vgl. Zhang, Luo, 2018, S. 1; Herring, 1996, o.S.).

In der Studie von Buchanan und Mahoney (2022) wird klar, dass es einige Formen von Online-Belästigung gibt, die als sexuelle Belästigung im Internet eingeteilt werden können und in weitere Folge weiter unterteilt werden können. Es bedarf daher einer klaren Definition und Benennung für eine einheitliche Messung und um das Konstrukt der sexuellen Belästigung im Internet fassen zu können (vgl. Buchanan, Mahoney, 2022, S.64).

Zudem wird auch mit Humor Hass im Netz verbreitet. Denn laut Ford und Ferguson (2004) kann mit Humor auch diskriminiert werden und dabei sinkt die Toleranz gegenüber den Diskriminierungen. Humor kann dazu führen, dass Diskriminierungen eher toleriert werden (vgl. Ford, Ferguson, 2004, S.79).

Beispielsweise kann Sexistischer Humor einen ähnlichen Schaden hervorrufen wie andere Formen von sexistischen Inhalten. Ganz unabhängig von den jeweiligen Absichten (vgl. Swim et al., 2001, S.31-51). Sexistische Witze sind demnach in vielen Kontexten gleichzusetzen mit sexueller Belästigung (vgl. Boxer, Ford, 2010, S.175-206). Nicht nur geschriebene Witze, sondern auch Humor verpackt als Internet-Memes kann Online-Sexismus enthalten. Die Feministische Forschung hat herausgefunden, dass sexuelle Belästigung und Online-Sexismus oft akzeptiert wird und umgedeutet wird als eine Art Humor (vgl. Drakett et al., 2018, S.109). Internet-Memes, hier als Bild mit Text als Beschreibung, kann sehr einfach erstellt und verbreitet werden. Sie sind Ausdruck von Humor, Unterhaltung und sind Online weit verbreitet. Mit Hilfe von Websites und Applikationen können Memes schnell automatisch generiert werden. Das leichte Teilen und klassifizieren in den sozialen Netzwerken erleichtert die Verbreitung im Internet. Die Memes funktionieren somit ähnlich wie traditionelle Formen des Humors und können als Mittel zur Verbreitung von beleidigenden Gefühlen eingesetzt werden. (vgl. Drakett, 2018, S.113-123).

Sexistische Inhalte zu erkennen ist oft schwer, denn diese nehmen viele Formen an. Besonders Online, wo viele Menschen auf sozialen Plattformen unterwegs sind, steigt der Ausdruck von sexistischem Content. Beispielsweise verpackt als freundliches Statement, Humor oder Witz trotzdem auch offensiv und hasserfüllt, ganz offensichtlich ausgedrückt nimmt Sexismus eine subtile, aber auch offene Gestalt an (vgl. Rodriguez-Sanchez et al., 2020, S.219563–219564).

Die Ergebnisse von Rodriguez-Sanchez, Carrillo-de-Albornoz und Plaza zeigen, dass sexistische Inhalte häufig in vielen Formen auf sozialen Plattformen vorkommen. Des Weiteren umfasst Sexismus ein breites Spektrum an Verhaltensweisen, die klassifiziert werden können. Dadurch können die verschiedenen Arten von sexistischen Inhalten aufgezeigt werden und in Teilbereiche eingeteilt werden. Aus der Studie wird ersichtlich, dass subtiler Sexismus häufig vorkommt und ein breites Spektrum an Verhaltensweisen umfasst. Frauenfeindliche Inhalte und Hass gegenüber Frauen ist allerdings leichter zu erkennen als subtiler Sexismus, weil diese Formen weniger vom Kontext abhängen (vgl. Rodriguez-Sanchez et al., 2020, S.219563-219564).

Daraus resultierend erkennen die Autoren, wie sexistische Inhalte zum Ausdruck kommen. Von explizitem Hass bis hin zu subtilen Äußerungen in Online-Konversationen können sexistische Inhalte viele Formen annehmen. Diese sexistischen Äußerungen, entstanden aus stereotypischen Haltungen, verbreiten sich zunehmend im Internet und sind schädlich für Frauen und die Gesellschaft. Sie haben oft schwerwiegende Folgen auf das Leben von Frauen und schränken die Redefreiheit ein (vgl. Rodriguez-Sanchez et al., 2020, S.219563).

Wie bei Buchanan und Mahoney (2022) bringen hier die Autoren hasserfüllte Äußerungen mit dem disinhibition effect in Verbindung. Obwohl die globale Kommunikation positive Auswirkungen hat und viele Vorteile mit sich bringt, gibt es auch Nachteile. Die leichte Zugänglichkeit, Anonymität und Unsichtbarkeit im Internet haben dazu geführt, dass sich sexistische, fremdenfeindliche und rassistische Äußerungen leicht verbreiten lassen. Mit dem online disinhibition effect werden die Verhaltensweisen von Nutzer*innen erklärt. Denn User*innen äußern sich online ungehemmter als im persönlichen Gespräch beziehungsweise offline. Dazu kommt die rasche Verbreitung von Online-Information, vor allem auf sozialen Plattformen, die Belästigungen gefährlicher machen. Diesbezüglich wird nach Lösungen gesucht, um Hass im Netz entgegenzuwirken (vgl. Rodriguez-Sanchez et al., 2020, S.219563).

Online-Hass auf sozialen Netzwerken nimmt viele Gestalten an. Im Fall von Rassismus kann beobachtet werden, dass auf negative rassistische Stereotype und rassistischen Humor zurückgegriffen wird. So entstehen rassistische Online-Medien

und rassistische Online-Hassgruppen (vgl. Sundén, Paasonen, 2018, S.643-656). Diese Online-Diskriminierung kann Folgen nach sich ziehen, wie die Studie von Del Toro und Wang aus 2020 zeigt. Sie untersuchten Online-Rassismus in Bezug auf die mentale Gesundheit von schwarzamerikanischen Jugendlichen. Die Häufigkeit von Online-Rassismus beziehungsweise Diskriminierung und deren Auswirkungen auf die mentale Gesundheit wurde analysiert. Mit Hilfe einer Langzeitstudie von März bis November 2020 wurden die Ergebnisse gesammelt und die Auswirkungen von Online-Rassismus aufgezeigt. Da in dieser Periode auch die Covid-19 Pandemie war, ist diese Studie eine der ersten, die sich auf die vorher erwähnten Untersuchungsgegenstände während einer Pandemie beschäftigt (vgl. Del Toro, Wang, 2022, S.1).

Gemessen wurde die tägliche Online-Rassen Diskriminierung mittels Online Victimization Scale (OVS) (vgl. Tynes et al., 2010, S.7). Mit dieser Skala wurden die Erfahrungen der Jugendlichen festgehalten in generelle, sexuelle und rassistische Viktimisierung. Damit einhergehend wurde die tägliche mentale Gesundheit von den Teilnehmer*innen gemessen, um die Stimmung einzufangen und zu analysieren, ob sich Gemütszustände verändern. Vor allem zu Faktoren wie Stress, Angst, Müdigkeit oder depressive Stimmungsbilder wurden die Personen befragt (vgl. Del Toro, Wang, 2022, S.2-3).

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass knapp 50% aller schwarzamerikanischen Jugendlichen über den gesamten Untersuchungsraum zumindest einmal rassistische Diskriminierung im Netz erfahren haben. Des Weiteren stiegen über den Untersuchungszeitraum die rassistischen Äußerungen gegen schwarzamerikanische Jugendliche. Generell berichten Jugendliche, wenn sie im Internet rassistische Diskriminierung erfahren haben, über eine schlechtere mentale Gesundheit am gleichen und am darauffolgenden Tag. Mehr depressive Stimmungen, höhere Ängstlichkeit und ein erhöhter Stresslevel sind die Auswirkungen auf schwarzamerikanische Teilnehmer*innen, wenn sie online diskriminiert wurden (vgl. Del Toro, Wang, 2022, S.5-9).

Dass der Wert der Online-Diskriminierung von schwarzen Personen so hoch ist, kann auch durch den Zeitraum beeinflusst worden sein. Denn während der Covid-19 Pandemie, wurde durch die vielen Maßnahmen, wie Schulschließungen und

social-distancing, mehr Zeit Online verbracht. Bei weißen Jugendlichen wurden keine erkennbaren Auswirkungen im Hinblick auf die Online-Rassendiskriminierung festgestellt. Für die Autoren wenig überraschend, da weiße Jugendliche einer rassistischen Gruppe angehören, die mehr Privilegien genießt, Wohlstand und Macht hat. Daraus schließen sie, dass weiße Jugendliche, eben durch ihre Identität, weniger anfällig für Bedrohungen im Netz sind als schwarze Jugendliche (vgl. Del Toro, Wang, 2022, S.9).

Im Internet auf der Website Stormfront untersuchten Forscher*innen den Zusammenhang zwischen „Othering“ und Hass. Die Website Stormfront wurde deswegen ausgewählt, weil sie als Hass-Website gilt. Auf der Website werden virtuell Versammlungen gestartet und Hass generiert und verbreitet (vgl. Meddaugh, 2009, S.251). Wie schon vorher erwähnt bei der Studie von Evolvi (2019), ist im Bereich Rassismus das Konstrukt der „Anderen“ verbreitet (vgl. Evolvi, 2019, S.396-397). Nach Meddaugh (2009) gibt es verschiedene Formen des „Othering“, also dem Erschaffen des anderen. Dementsprechend werden beispielsweise Religionen oder Identitäten mit verschiedenen Ausprägungen des „Othering“ in Verbindung gebracht. In der Studie von Meddaugh (2009) geht es Rassist*innen, die auf Stormfront Hass verbreiten (vgl. Meddaugh, 2009, S.251-263).

Die Analyse der Artikel auf Stormfront zeigt, dass am meisten und häufigsten gegen die jüdische Bevölkerung geschrieben wird. Am zweithäufigsten geht es in den Diskursen um nicht weiße Personen. Inhalte gegen die afroamerikanische Kultur kommen anschließend am dritthäufigsten auf der Website vor (vgl. Meddaugh, 2009, S.256).

In der Studie von Chaudry und Guzd werden Kommentare auf Facebook im Hinblick auf die Theorie der Schweigespirale analysiert. Dazu untersuchten sie Nachrichten über Rasse, ethnische Zugehörigkeit oder Rasse auf der Facebook Seite der Canadian Broadcasting Corporation News. Es galt herauszufinden, ob User*innen mit rassistischen Ansichten (als Minderheit) aus Angst vor sozialer Isolation ihre Ansichten weniger äußern, weil sie der Mehrheitsmeinung widersprechen. So wurde die Theorie der Schweigespirale untersucht, die besagt, dass die Minderheit aus Angst vor Isolation schweigt (vgl. Chaudhry, Guzd, 2020, S.88).

Die Ergebnisse der Autoren zeigen, dass sich die User*innen, die rassistische Ansichten vertreten, entgegen der Theorie der Schweigespirale sehr wohl äußern. Unpopuläre Äußerungen kommen oft vor und die meisten Kommentare beziehen sich auf die Themen Rasse und ethnische Zugehörigkeit, wie aus ihrer Analyse hervorgeht. Des Weiteren weisen viele Kommentare Formen des Othering auf und darüber hinaus sind auch Strukturen der Counter Speech zu beobachten, die den rassistischen Inhalten entgegenwirken. Facebook stellt daher einen Raum für rassistische Äußerungen für User*innen dar. Die Nutzer*innen schauen allerdings nicht nur zu, sondern reagieren und wehren sich auch gegen hasserfüllte Kommentare (vgl. Chaudhry, Guzd, 2020, S.88).

Aus dem Forschungsstand wird klar ersichtlich, dass es einige Studien zu Hass im Netz gibt. Viele der Studien befassen sich allerdings eher mit den psychischen Auswirkungen. Es gibt also noch wenig Forschung zum Kommunikationsverhalten von betroffenen Personen im Netz und zur Verhaltensänderung diesbezüglich. Daher beleuchtet diese Forschungsarbeit die Auswirkungen auf das Kommunikationsverhalten von jungen Erwachsenen auf Social Media.

3. Medien als Öffentlichkeit

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit dem Medium Internet als Öffentlichkeit, da Online Hate Speech Schwerpunkt der Arbeit ist. Zuerst wird erklärt, was unter Öffentlichkeit verstanden wird. Anschließend wird die Öffentlichkeit im Internet erklärt und dabei näher auf die sozialen Netzwerke eingegangen und Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter (X) näher erläutert.

3.1 Öffentlichkeit

Öffentlichkeit dient als diskursives Forum, bei der auch Konflikte hervorgerufen werden können. Diese Diskussionsforen bestehen wiederum aus starken und schwachen Öffentlichkeiten (vgl. Klaus, Drüeke, 2010, S.241; Fraser, 2001, S.107ff). Die Öffentlichkeit ist also relevant im Hinblick auf das Verständnis von Gesellschaft und dabei gibt es verschiedene Betrachtungsweisen wie zum Beispiel öffentlich und privat oder auch politische Öffentlichkeiten. Dadurch, dass Öffentlichkeit als eine allgemein zugängliche Ressource gilt, wird durch Öffentlichkeit ein Recht geschaffen sich an staatlichen und wirtschaftlichen Themen zu beteiligen. Dabei wird die Öffentlichkeit nicht als physischer Raum bezeichnet, sondern viel mehr als ein Ort verstanden, wo es zu politischen Auseinandersetzungen kommt. Außerdem kann dieser Ort viele unterschiedliche Formen annehmen, wobei auch andere Öffentlichkeiten miteinbezogen werden können (vgl. Klaus, Drüeke, 2010, S.241).

Die sich daraus bildenden Öffentlichkeitstheorien beschäftigen sich deshalb auch mit demokratietheoretisch relevanten Perspektiven und nicht nur mit dem Begriff Öffentlichkeit. Die Entwicklung und Ausarbeitung zentraler Begrifflichkeiten wie politisch, privat und öffentlich und vor allem deren Beziehung zueinander stehen dabei im Fokus. So entstehen verschiedene Vorstellungen und normative Ansprüche an Öffentlichkeit und Demokratie (vgl. Drüeke, 2013, S.93).

Klaus und Drüeke (2010) schreiben daher, dass Öffentlichkeit kein statischer Raum ist, weil die Prozesse immer dynamisch sind. Öffentlichkeit wird dementsprechend als ein Raum dynamischer Prozesse betrachtet. Der „Selbstverständigungsprozess

der Gesellschaft“ wird durch Öffentlichkeit definiert (Klaus, Drüeke, 2010, S.241). Hier werden Identitäten entwickelt, Regeln für das Zusammenleben in der Gesellschaft aufgestellt und Werte beziehungsweise Normen diskutiert und definiert. Demnach wird im Alltag und im privaten Bereich, der häuslichen Sphäre, Öffentliches verhandelt. Nach diesem Öffentlichkeitsbegriff sollte zwischen Öffentlichkeit und Privatheit kein Gegensatz gemacht werden. Klaus teilt Öffentlichkeit in drei Ebenen auf, die verschiedene Kommunikationsformen und -foren aufweisen (vgl. Klaus, Drüeke, 2010, S.241).

Die drei Ebenen von Öffentlichkeit werden in die einfache, mittlere und komplexe Öffentlichkeit eingeteilt. Die Ebene der einfachen Öffentlichkeit beschreibt die Alltagskommunikation, direkte Kommunikationsformen und stellt sich durch spontane Begegnungen her (vgl. Klaus, Drüeke, 2010, S.241). Der Kommunikationsprozess ist meist und überwiegend interpersonal, direkt und narrativ (vgl. Klaus, 2001, S.22).

Öffentlichkeit der mittleren Ebene stellen beispielsweise Bürgerinitiativen oder Vereine dar. Es kommt hier zu einer ersten Rollendifferenzierung zwischen Mitglieder*innen und Sprecher*innen (vgl. Klaus, Drüeke, 2010, S.241). Diese Ebene verfügt somit über eine Organisationsstruktur und Regeln, die für den Zweck des Austausches festgelegt werden (vgl. Klaus, 2001, S.22-23).

Die komplexe Ebene der Öffentlichkeit beschreibt eine professionalisierte Kommunikation und bezieht sich auf die Massenmedien. Rollen zwischen Medien und Teilöffentlichkeiten oder auch Publikum und Kommunikator*innen sind nicht umkehrbar festgelegt (vgl. Klaus, Drüeke, 2010, S.241). Kommunikator*innen sind meist ausgebildet und die Kommunikation auf dieser Ebene ist von einer komplexen und stabilen Struktur gekennzeichnet (vgl. Klaus, 2001, S.23).

Klaus und Drüeke (2010) halten weiter fest, dass für die drei Ebenen der Öffentlichkeit zwei Aspekte gelten. Zum einen gibt es weniger kommunikative Foren, wenn die Kommunikationsstrukturen komplexer sind. Zum anderen erhöht sich der gesellschaftliche Einfluss umso komplexer die Öffentlichkeit ist. Nach diesen zwei Prämissen lassen sich die drei Ebenen visuell als eine Pyramide darstellen (vgl. Klaus, Drüeke, 2010, S.241).

In Bezug auf das Internet gilt hier, anschließend zu den drei Ebenen von Öffentlichkeit, dass Öffentlichkeit nicht als eine Einheit gesehen werden kann. Vielmehr besteht die öffentliche Sphäre im Internet aus mehreren Öffentlichkeiten mit gesellschaftlicher Relevanz (vgl. Klaus, 2001, S.15-35). Hierbei sind die Diskurssphären geprägt von gegenseitiger Durchdringung und unterscheiden sich durch den Grad der Komplexität. Es gelingt jedoch auch mit Kommentaren auf der Ebene der einfachen Öffentlichkeit auf eine mittlere oder komplexe Ebene zu kommen. Dabei kommt es nicht zu einem Rollenwechsel zwischen Publikum und Kommunikator*innen, sondern die Themen oder Standpunkte werden auf Internetseiten sichtbarer. Diese Kommentare können dann wiederum thematisiert werden (vgl. Drüeke, Klaus, 2014, S.61). In Abbildung 1 wird die Beschreibung des Öffentlichkeitsprozesses visuell dargestellt.

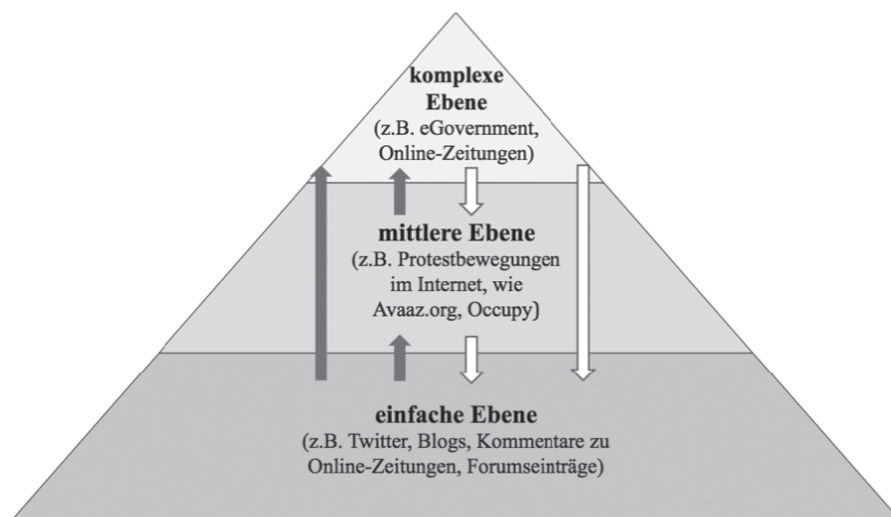


Abbildung 1: Ebenen von Internet-Öffentlichkeiten (Drüeke, Klaus, 2014, S.61)

Die Abbildung 1 zeigt eine Darstellung der Ebenen von Internet-Öffentlichkeiten, die auf dem Drei-Ebenen-Modell von Klaus (2010) beruht. Es wird ersichtlich, wie die Internetforen den verschiedenen Ebenen zugeschrieben werden können und deren Beziehung zueinander wird erläutert (vgl. Drüeke, Klaus, 2014, S.61-62).

Diese Abbildung dient dem besseren Verständnis von Öffentlichkeit und soll zeigen wie Öffentlichkeit im Zusammenhang mit Internet dargestellt werden kann. Im nachfolgenden Kapitel wird näher auf das Internet als Öffentlichkeit eingegangen.

3.2 Internet als Öffentlichkeit

Öffentliche Räume und damit auch das Internet spielen bei der Einordnung von Online Hate Speech eine wichtige Rolle. Denn vor allem das Internet als Öffentlichkeit und die sozialen Medien ermöglichen es Nutzer*innen, Informationen zu verbreiten und viele Menschen damit zu erreichen. Hier geht es darum, inwieweit die Beiträge beziehungsweise die Konversationen auf den sozialen Netzwerken öffentlich oder privat stattfinden und es sich hierbei um öffentliche Räume handelt (vgl. Fischer et al., 2021a, S.24ff). Mit dem Internet wird eine Öffentlichkeit geschaffen, bei der unterschiedliche Diskurse vorkommen und auch abweichende Meinungen entstehen können (vgl. Drüeke, Klaus, 2014, S.60).

Kommunikationswissenschaftlich und Medienwissenschaftlich sind Theorien hinsichtlich der Medien, die für die Herstellung der Öffentlichkeit stehen, relevant. Gerade die massenmediale Kommunikation führte zu einer Veränderung und strukturierte die Öffentlichkeit neu. Diese öffentliche Kommunikation wurde zentral für die Meinungsbildung und entstand durch das Durchdringen von gesellschaftlichen Sphären und Grenzen durch die Massenmedien (vgl. Vowe, 2010, S.35; Imhof, 2014, S.341). Für das World Wide Web und Social Media sind neue Bezeichnungen und Theorieansätze erforderlich (vgl. Goldgruber, Radkohl, 2021, S.68).

Denn die Digitalisierung bringt fundamentale Änderungen mit sich und kommt mit einer Geschwindigkeit und Intensität wie zuletzt die industrielle Revolution. Es geht daher, um den richtigen Umgang und das Miteinander. Durch diese digitale Veränderung wird es ein Umdenken in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft geben. Die Chancen sollen wahrgenommen und die Risiken berücksichtigt werden, denn nur so ist ein verantwortungsvoller Umgang zum Wohlergehen aller möglich (vgl. Dankwardt, 2020, S.197-198).

Öffentlichkeit und Privatheit werden im Zuge des Internets neu ausgelegt. Es gibt Interpretationsspielräume hinsichtlich des Wandels von Öffentlichkeit und Privatheit, denn durch die technischen Möglichkeiten der Sammlung und Verbreitung von Daten entstehen Diskussionen über den Privatsphärenschutz. Vor allem die zunehmende Medialisierung von Privatem und der individuelle Datenschutz stehen hier im Fokus. Das Internet eröffnet neue Möglichkeiten im Hinblick auf das Teilen von privaten Inhalten und ist ein Ort an dem mobilisiert und politisiert werden kann (vgl. Drüeke, 2013, S.97; Harders, 2005, S.220).

Private Erlebnisse werden mit anderen User*innen auf diversen Social Media Kanälen geteilt und Themen mit privater Konnotation öffentlich diskutiert. Dadurch entsteht eine erhöhte Sichtbarkeit im Internet und es kann zu Spaltungen von verschiedenen Themen kommen. Beispielsweise wird Privates und Öffentliches, Politisches und Nicht-Politisches oder auch Information und Unterhaltung in Frage gestellt durch öffentlich ausgetragene Kommunikationsprozesse im Internet (vgl. Drüeke, 2013, S.98). Durch die neuen Mitgestaltungsmöglichkeiten verändern sich vermutlich auch die Vernetzung, die Öffentlichkeiten und demnach die Rolle der Massenmedien (vgl. Crastensen, 2013, S.112ff; O'Reilly, 2005, o.S.). Mit den technologischen Möglichkeiten gehen neue Handlungsaufforderungen einher wie zum Beispiel das Kommentieren, die Kontaktpflege, das Bewerten und die Präsentation des Selbst im Internet. Das eigene Leben so authentisch wie möglich darzustellen und Feedback zu geben, bietet für User*innen zugleich Möglichkeiten aber auch Anforderungen (vgl. Carstensen, 2013, S.113).

So bietet das Internet einen Zugang zu einer Öffentlichkeit, in der kommuniziert werden kann, erzeugt aber gleichzeitig Raum für Provokation, verletzende und beleidigende Inhalte. Durch Kommentare mit transphoben, homophoben, sexistischen und rassistischen Inhalten wird bewusst provoziert. Carstensen (2012) meint deswegen, dass sich stets neue Handlungsspielräume auftun aber auch schließen, Auseinandersetzungen potenziell verschärfen können und das Netz demnach einschließt aber auch ausgrenzt. Diese Handlungsspielräume werden mit den technologischen Möglichkeiten, die sich stets erneuern, immer wieder neu verhandelt (vgl. Carstensen, 2012, S.27-31).

3.3 Soziale Netzwerke

Durch die Entstehung sozialer Netzwerke wurden neue Kommunikations- und Kooperationsformen möglich. User*innen sind nicht mehr nur Empfänger*innen, sondern können auch mitgestalten und zwar indem sie Inhalte produzieren, publizieren oder auch kommentieren. Diese Art von Kommunikation und Interaktion findet in den digitalen Medien öffentlich oder halb öffentlich (z.B. in Gruppen) statt. Die dabei durch Social Media gebildeten Öffentlichkeiten sind das Ergebnis der Kombination aus kulturellen, sozialen und technologischen Entwicklungen (vgl. Mizuko, 2012, S.1-14).

Boyd (2010) spricht hier vom Konzept der vernetzten Öffentlichkeiten. Dieses beschreibt den Ort und das Zusammenkommen der Menschen, das durch die sozialen Netzwerke ermöglicht wird. Neue Möglichkeiten, sich untereinander zu vernetzen, ergeben sich und Meinungsbildungsprozesse von Individuen entstehen in einem neuen Kontext. Technologien unterstützen und strukturieren diese Prozesse, sind aber plattformabhängig. Somit orientieren sich solche Öffentlichkeiten auch immer an den Logiken der jeweiligen Plattform (vgl. Boyd, 2010, S.39-58).

So werden Öffentlichkeiten mittels technischer Funktionalitäten strukturiert. Beispielsweise wird bei Twitter erkennbar, wie Öffentlichkeiten gebildet werden. So werden die Makro-, Meso- und Mikro-Ebenen der öffentlichen Kommunikation mit Hilfe von @-Replies (Mikroebene), Follower-Netzwerken (Mesoebene) und Hashtags (Makroebene) dargestellt. Dementsprechend wird ersichtlich, dass mit sozio-technischen Kommunikationsstrukturen Inhalte geprägt werden und die Aus- und Verbreitung von Konversationen strukturiert werden. Damit haben Plattformen eine essenzielle Rolle, weil sich mit diesen Funktionalitäten durch die Kommunikationszusammensetzung rund um Thema und zwischen Menschen, Öffentlichkeiten bilden (vgl. Maireder, Schlögl, 2015, S.115-139; Bruns, Moe, 2014, S.15-29).

Diese Ebenen von Öffentlichkeiten werden von Gerhards, Neidhardt und Klaus weiter thematisiert (vgl. Gerhards, Neidhardt, 1990, S.19; Klaus, 2001, S.15). Denn auch zwischen Kommunikationsformen bei Gesprächen kann unterschieden

werden. So unterscheiden sich beispielsweise massenmedial gesamtgesellschaftliche Debatten von Diskussionen in der Familie. Dabei sind die vernetzten Öffentlichkeiten in den sozialen Netzwerken von Relevanz, weil sich kleine Gespräche und Diskussionen zu großen Debatten entwickeln können. Diskussionen von individuellem Charakter können zu gesellschaftlich relevanten Debatten führen und umgekehrt. Gespräche können sich hochskalieren und an Relevanz gewinnen, weil diese Diskussionen öffentlich zugänglich und medial vermittelt sind (vgl. Katzenbach, 2016, S.1-20).

Bruns und Highfield (2016), schreiben hierzu, dass die Idee des Strukturwandels über die öffentliche Sphäre als singuläre Sphäre hinaus erweitert werden kann. Sie beschäftigen sich mit dem Konzept von Habermas, dem Strukturwandel der Öffentlichkeit aus 1962, näher im Hinblick auf die sozialen Netzwerke und Öffentlichkeit. Mit Blick auf das Habermas'sche Konzept für eine Medienökologie und die many-to-many Plattformen kann dieses System erweitert werden. Die beiden Autor*innen sprechen von einem komplexeren System, vielfältiger und unterschiedlicher, aber auch verbundener und überschneidender Öffentlichkeiten, die identifiziert werden und unterschiedliche Themen und Herangehensweisen an medialer Kommunikation repräsentieren. Dies reicht von politischen Themen über tangential bis hin zu anderen Themen (vgl. Bruns, Highfield, 2016, S.69-70).

Der neue Typ von Öffentlichkeit, der durch soziale Medien entsteht, wird von Schmidt (2014) als „persönliche Öffentlichkeiten“ bezeichnet (Schmidt, 2014, S.3). Persönliche Öffentlichkeiten deshalb, weil die Themen nicht wie von Journalist*innen nach objektiver Relevanz ausgewählt werden, sondern nach persönlicher Relevanz. User*innen möchten weniger mit der breiten Masse kommunizieren, sondern mehr in ihrem eigenen Netzwerk bleiben, Konversationen mit Bekannten führen und Kontakte pflegen, so Schmidt (2018). Demnach gibt es hier einen Unterschied bei diesen Öffentlichkeiten und der massenmedialen Öffentlichkeit. Dabei wird die Grenzziehung zwischen privaten und öffentlichen Inhalten schwieriger. Weil durch die Entstehung der persönlichen Öffentlichkeiten auch Konversationen und Interaktionen, die eher privaten Charakter haben, eine große Reichweite und Relevanz bekommen können (vgl. Schmidt, 2018, S.25-38).

Daraus wird ersichtlich, dass es nicht die eine Öffentlichkeit gibt und Social Media als Erweiterung des Öffentlichkeitsbegriffs gesehen werden kann. Neue Öffentlichkeiten entstehen aus der Öffentlichkeit durch die Entwicklung sozialer Netzwerke. Gekennzeichnet sind diese vor allem durch die vernetzenden und persönlich relevanten Themen (vgl. Goldgruber, Radkohl, 2021, S.70).

Soziale Medien erleichtern es Informationen aller Art im Internet zu bearbeiten und zugänglich zu machen. Es braucht keine großen technischen Vorkenntnisse, um Videos, Bilder, Texte oder Audioaufnahmen zu veröffentlichen und einem potenziell großen Publikum zur Verfügung zu stellen. Außerdem kommt es in sozialen Netzwerken zu Kommunikation und Interaktion von Nutzer*innen. So entstehen auch soziale Beziehungen, weil Nutzer*innen zu Freunden oder Kontakten werden und durch soziale Plattformen so kategorisiert werden. Ein unmittelbarer Austausch findet statt durch diese Verknüpfungen und User*innen erhalten Neuigkeiten aus ihrem Bekanntenkreis. Mit diesen zwei Merkmalen beschreibt Schmidt (2018) soziale Medien. Einerseits die Möglichkeit zur Veröffentlichung und Bearbeitung von Inhalten im Internet und andererseits der Austausch mit anderen User*innen (vgl. Schmidt, 2018, S.11).

Die Kommunikation auf Social Media geht dabei in verschiedene Richtungen und Inhalte verbreiten sich sehr rasch. Dies kann zu einem schnellen Aufbau von einem Netzwerk führen, denn die verschiedenen User*innen stehen in Beziehung zueinander. User*innen stehen nicht nur mit verschiedenen Medienanbieter*innen in Kontakt, sondern auch mit unterschiedlichen User*innen. Dabei nehmen die Nutzer*innen oft gleichzeitig die Rollen der Empfänger*innen und Sender*innen ein. Ein/e Nutzer*in ist nicht mehr nur Rezipient*in, sondern kann auch Inhalte generieren (vgl. Decker, 2019, S.114-116; Hettler, 2010, S.16-20). Decker (2019), spricht hier von User-Generated-Content, bei dem es um die Inhalte geht, die User*innen generieren und sich darüber austauschen können (vgl. Decker, 2019, S.114-116).

Durch die geringen formalen Vorschriften, um Inhalte zu veröffentlichen, ist die Hemmschwelle für Neueinsteiger*innen auf sozialen Netzwerken eher niedrig. Dies begünstigt ein reaktiv, öffentlich ersichtliches Verhalten bei Bewertungs- und Kommentarfunktionen, wie Hettler (2010) schreibt (vgl. Hettler, 2010, S.16-20).

Dementsprechend wird über die Plattformen der Kontakt zwischen Personen gefördert. Sowohl bei Einzelpersonen als auch zwischen Gruppen werden persönliche Beziehungen verstärkt. Mittels eigens generierter Inhalte, User-Generated-Content, wie beispielsweise Bilder, Videos oder auch Nachrichten tauschen sich User*innen auf Social Media aus und dadurch entsteht Konnektivität (vgl. van Dijck, 2013, S.8-14).

Somit weist die Kommunikation im Internet einen interpersonalen Charakter auf bei dem es für Nutzer*innen um soziale Beziehungen, Gemeinschaftserlebnisse und Identitätsdarstellung geht. Damit einher gehen psychosoziale Risiken und Chancen im Hinblick auf die Kommunikation im Online-Bereich (vgl. Döring, 2019, S.167). Da Enthemmung entstehen kann, weil viele Aspekte und Informationen oft fehlen, wie zum Beispiel das Alter, Geschlecht oder andere Hinweise. Das hat positive und negative Auswirkungen im Hinblick auf die Kommunikation. Sie kann einerseits vorurteilsfreier verlaufen, andererseits auch unkontrollierter werden. Aggressionen können ungebremst zum Vorschein kommen und ungefiltert ausgedrückt werden (vgl. Döring, 2019, S.170-171). Neben diesen negativen Auswirkungen entstehen auch zusätzlich andere negative Effekte, wie die Angst etwas verpassen zu können, besser bekannt unter dem Begriff FOMO (Fear of Missing Out), oder die ständige Erreichbarkeit, die zu einem Zwang führen kann. Mobbing, Belästigungen und Hass treten dabei verstärkt bei Online-Kommunikation als antisoziale Effekte auf und entspringen der sozialen Enthemmung (vgl. Döring, 2019, S.183).

Wiedel (2019) schreibt dazu, dass eine jahrelange exzessive Internetnutzung eine emotionale Verrohung, Defizite bei Konzentration und Aufmerksamkeit und narzisstische Tendenzen hervorrufen kann. Weiters können Emotionen schwieriger reguliert werden und Personen haben im realen sozialen Umgang fehlende Kompetenzen (vgl. Wiedel, 2019, S.49).

Daher unterscheidet sich massenmediale Öffentlichkeit, von Journalisten hergestellt, von der Öffentlichkeit auf Social Media, die von User*innen beeinflusst wird (vgl. Schmidt, 2018, S.28-29). Soziale Medien erschließen einen neuen Raum zwischen massenmedialer und interpersonaler Kommunikation. Dabei wird ersichtlich, dass mit dem Begriff soziale Medien unterschiedliche Gattungen gemeint sind (vgl. Schmidt, 2018, S.11-12). Die wichtigsten werden für diese Arbeit

kurz beschrieben und anschließend wird näher auf die beliebtesten und am öftesten genutzten Plattformen in Österreich eingegangen.

Zu den sozialen Netzwerken gehören die sogenannten Netzwerkplattformen, die auch Online-Communities genannt werden. Als User*in registriert man sich auf dieser Plattform und gibt Angaben zur eigenen Person an, wie zum Beispiel Vorlieben und Interessen. Mit diesem erstellten Profil, bestehend aus einem Bild und Kontaktinformationen, werden Beziehungen zu anderen User*innen hergestellt. Diese Kontakte werden als Freunde oder eben Kontakte bestätigt und anschließend unterhält man sich mit den eigenen Kontakten über Direkt-Nachrichten oder in Gruppen. Das eigene Netzwerk wird so erweitert. Facebook wird beispielsweise als solch eine Plattform bezeichnet (vgl. Schmidt, 2018, S.12).

Neben den Netzwerkplattformen, bei denen die Verknüpfung individueller Nutzer*innenprofile im Mittelpunkt steht, beziehen sich die Multimediaplattformen mehr auf einzelne Inhalte. Inhalte werden auf die Plattform hochgeladen und anschließend stehen weitere Funktionen zur Verfügung wie zum Beispiel eine Kommentarfunktion oder Einbettungsmöglichkeiten auf anderen Websites. Es findet ein Austausch über Fotos und Videoclips statt. Die bekanntesten Plattformen sind hier YouTube, Snapchat und Instagram (vgl. Schmidt, 2018, S.13).

Weiters gibt es die Social Media Gattung Weblogs, mit denen Erlebnisse von Blogger*innen erzählt werden. Über das Web werden Blogeinträge von einer/einem Autor*in geteilt. Inhaltlich gibt es hier keine Grenzen, wobei das Bloggen vergleichbar mit einem Online-Tagebuch ist. Diese Blogbeiträge können kommentiert werden und Konversationen über den einzelnen Beitrag entstehen. Eine spezielle Form der Weblogs sind Microblogs, bei der die Länge des Beitrags auf 140 Zeichen beschränkt ist (vgl. Schmidt, 2018, S.13-14). Wobei bei Twitter mittlerweile eine Nachricht eine Länge von 280 Zeichen haben darf (vgl. Twitter, 2023, o.S.). Dementsprechend gilt Twitter als eine Microblogging Plattform, auf der kurze Mitteilungen geteilt, kommentiert und diskutiert werden (vgl. Schmidt, 2018, S.13-14).

Im Folgenden werden anhand der vorher geklärten Begriffe drei Social Media Plattformen dargestellt. Facebook, Instagram und Twitter werden deshalb

herausgenommen, weil sie zu den in Österreich beliebtesten und meistgenutzten Plattformen gehören (vgl. Statista Consumer Insights, 2023, o.S.; MOMENTUM Wien, 2022, o. S.).

3.3.1 Facebook

Facebook hat Stand viertes Quartal 2022 rund 2,96 Milliarden monatliche aktive Nutzer*innen und ist Teil vom Unternehmen Meta (vgl. Meta Platforms, 2023, o. S.).

Damit gehört die Plattform zu den bekanntesten und meistgenutzten Plattformen weltweit. Wie obenstehend bereits erwähnt, richten sich Facebook Nutzer*innen ein Profil ein und registrieren sich mit einem von ihnen gewählten Namen. Auf der Plattform können sich Nutzer*innen miteinander vernetzen und somit an deren virtuell abgebildeten Leben teilnehmen. Auf Facebook können Videos, Texte und Fotos veröffentlicht werden, die dann von anderen Nutzer*innen gelikt, kommentiert und auch geteilt werden können. Damit kann eine Vielzahl an Empfänger*innen erreicht werden (vgl. Grabs et al., 2014, S.273ff).

3.3.2 Instagram

Das soziale Netzwerk Instagram gehört genauso wie Facebook zum Unternehmen Meta (vgl. Meta Platforms, 2023, o. S.). In Österreich liegt die Nutzer*innenanzahl bei 3,92 Millionen, Stand 2021. Damit ist die Plattform an zweiter Stelle hinter Facebook mit 5,35 Millionen User*innen (vgl. MOMENTUM Wien, 2022, o. S.). Instagram ist eine sogenannte Multimediaplattform, wie Schmidt (2018) erläutert und wurde 2010 als Foto- und Videosharing Community gegründet. Hier steht das Posten von Bildern und Fotos im Vordergrund (vgl. Schmidt, 2018, S.13; Faßmann, Moss, 2016, S.13).

Anfangs war die Plattform eine reine Mobil-App, 2012 wurde aber eine Webfunktion eingeführt, um auch mittels Computer Instagram nutzen zu können. Die mit dem Smartphone gemachten Fotos oder Videos können auf Instagram hochgeladen und mit Filtern bearbeitet werden. User*innen sehen dabei auch die Bilder der anderen

User*innen und können diese liken, kommentieren und deren Profilen folgen. So können Nutzer*innen neben dem Hochladen der eigenen Bilder auch anderen Nutzer*innen in der Community via Abonnement folgen, um deren Inhalte zu sehen (vgl. Faßmann, Moss, 2016, S.14).

3.3.3 Twitter (X)

Als Microblogging Dienst definiert von Schmidt (2018), ist Twitter die viertstärkste genutzte Social Media Plattform in Österreich (Stand 2021). Twitter hat eine Nutzer*innenanzahl von 2,91 Millionen österreichweit (vgl. Schmidt, 2018, S.14; MOMENTUM Wien, 2022, o. S.). Des Weiteren wird Twitter mehr in den USA, Großbritannien oder im arabischen als im deutschsprachigen Raum genutzt (vgl. Grabs et al., 2014, S.230).

Das Hauptmerkmal, des 2006 gegründeten Social Media Dienstes Twitter, sind kurze Statusmeldungen, die User*innen öffentlich posten können. Twitter bietet die Möglichkeit mittels Meldungen, von bis zu 280 Zeichen, Nachrichten in Echtzeit zu verbreiten und hat dadurch eine eigene Aktualität und Dynamik, wie Grabs, Bannour und Vogl (2014) beschreiben (vgl. Twitter, 2023, o.S.; Grabs et al., 2014, S.229).

Ähnlich wie andere soziale Netzwerke (Facebook), gibt es bei Twitter auch die Möglichkeit sich mit anderen Nutzer*innen zu verbinden. User*innen können zu Follower*innen werden und haben damit Einsicht auf die in Echtzeit generierten Tweets (vgl. Schmidt, 2018, S.14).

4. Hass im Netz

In diesem Kapitel wird zuerst Hass im Netz beziehungsweise Online Hate Speech definiert. Anschließend geht es um die Verbreitung und spezifische Themen von Hass im Internet. Mit der theoretischen Verortung erschließen sich dann die Theorien und Modelle, die näher erklärt werden.

4.1 Definition Hass im Netz / Online Hate Speech

Dieses Kapitel dient zur Erklärung verschiedener Begriffe im Zusammenhang mit Hass im Netz. Außerdem werden Begriffe wie Hass im Netz, Hate Speech und Hassrede oft synonym verwendet, wie schon aus dem Forschungsstand ersichtlich wird. Um Missverständnisse zu vermeiden, sollen diese Begriffe geklärt werden.

Gewalt im Internet ist immer öfter Thema in der Öffentlichkeit. Zum einen wegen der zunehmenden Digitalisierung und zum anderen, weil dahingehend immer mehr digitale Angriffe stattfinden. Dabei wird Hate Speech als digitale Gewalt bezeichnet und umgekehrt. Von digitaler Gewalt sprechen Bauer, Hartmann und Prasad (2021), wenn Personen Macht demonstrieren, einschüchtern und kontrollieren oder einen Beziehungsabbruch vermeiden wollen. Dabei richtet sich digitale Gewalt gegen Personen, mit denen es intime Beziehungen in der Vergangenheit gab oder auf Personen, die eine wenig positive Reaktion auf ein Beziehungsbegehren zeigten (vgl. Bauer et al., 2021, S.9-10).

Unter Verwendung aggressiver, gewalttätiger oder beleidigender Sprache richtet sich Hate Speech gegen eine bestimmte Gruppe von Menschen, die eine gemeinsame Eigenschaft haben, wie von Watanbe, Bouazizi und Ohtsuki (2018) beschrieben wird. Dabei spielt es keine Rolle, um welches gemeinsame Merkmal es sich handelt. Es kann um das Geschlecht, die Rasse, Religion, ethnische Gruppe und auch die Religion gehen (vgl. Watanbe et al., 2018, S.13825). Dabei gilt, wie von Davidson et al. (2017) definiert wird, Hate Speech als eine Sprache, mit der Hass gegen eine bestimmte Gruppe ausgedrückt wird oder die darauf abzielt, Mitglieder einer Gruppe herabzuwürdigen, zu beleidigen oder zu demütigen (vgl. Davidson et al., 2017, S.1-4).

Hate Speech kommt allerdings aus dem Englischen und heißt auf Deutsch übersetzt Hassrede. Man spricht hier von menschenverachtenden Aussagen, die sich auf Einzelpersonen oder Gruppen beziehen. Dabei wird vor allem auf Merkmale von Menschen eingegangen wie Behinderung, Alter, Geschlecht, Religion, Herkunft, Hautfarbe oder Sexualität. Auch Personen, die zu einer gewissen Berufsgruppe oder Schicht angehören, können betroffen sein, weil der Grundgedanke hinter Abwertungen ist, dass bestimmte Gruppen von Menschen anscheinend nicht so viel wert sind als andere (vgl. Amadeu Antonio Stiftung, 2018, S.2).

Dazu thematisiert Sponholz (2018), dass der Begriff „Hate Speech“ und die deutsche Übersetzung „Hassrede“ irreführend ist. Denn Hate Speech ist weniger unbedingt von Hass abhängig und beschränkt sich nicht nur auf sprachliche Aussagen. Hassrede ist demnach kein passender Begriff. Vielmehr ist das Wort Hetze in der deutschen Alltagssprache als passend zu betrachten (vgl. Sponholz, 2018, S.50). Denn Hetze meint feindselige Stimmung gegen jemanden erzeugen (vgl. Duden, 2023, o.S.). Laut Sponholz (2018) kommt Hetze dem Phänomen Hate Speech näher und ist passender als die deutsche Übersetzung Hassrede (vgl. Sponholz, 2018, S.50).

Hass im Netz wird auch als Hate Speech verstanden und auch die Verwendung von Hasspostings, wie saferinternet (2023) definiert. Hate Speech oder Hasspostings beziehen sich auf absichtliche Bilder, Videos oder Worte, die im Internet verwendet werden, um andere Personen im Netz herabzusetzen oder anzugreifen. Dabei schließt es den Aufruf zu Hass gegen eine bestimmte Person oder Personengruppe mit ein. Hierbei handelt es sich meist um rassistische, sexistische oder antisemitische Kommentare (vgl. Saferinternet, 2023, o.S.).

Beispiele hierfür sind:

- Diskriminierungen aufgrund von Hautfarbe, Religion oder Geschlecht
- Falsche Aussagen, erfundene Tatsachen oder böswillige Geschichten
- Äußerungen, bei denen Menschen in eine Schublade gesteckt werden
- Verbreitung von Verschwörungstheorien (vgl. Saferinternet, 2023, o.S.)

Wie Sponholz weiter schreibt und sich dabei auf viele wissenschaftliche Quellen und Autoren von 1993 bis 2018 bezieht, gibt es trotz definitorischer Unterschiede

aus den unterschiedlichen Ansätzen drei Merkmale, die bei Hate Speech zutreffen. Es geht hier um die Kommunikation, Öffentlichkeit und Diskriminierung (vgl. Sponholz, 2021, S.17).

Nach Fleischhack (2017) liegt Hass in der digitalen Welt in vielen verschiedenen Formen vor. Ob als Bedrohung, Belästigung, Diskriminierung oder spontane Aussage, die technologisch vermittelten Formen von Hass richten sich zum einen gegen bestimmte Gruppen oder zum anderen gegen einzelne Menschen (vgl. Fleischhack, 2017, S.27).

In Bezug auf die sozialen Netzwerke geht es um Inhalte von User*innen, um sich selbst repräsentieren zu können. So werden auf den Netzwerkplattformen im Internet soziale Kontakte gepflegt und dadurch entstehen Interaktionen miteinander. Von eben diesen Interaktionen lebt Social Media. Um diese Interaktion aufrecht zu erhalten, ist es nötig, dass User*innen auf Nachrichten reagieren, kommentieren, etwas teilen, liken oder posten. Es geht hierbei also nicht per se um Inhalte, wie zum Beispiel bei Massenmedien, sondern um die Interaktionen, die aus dem Inhalt hervorkommen. So dient der Inhalt nur als Zünder beziehungsweise Anlass, dass Interaktionen entstehen. Dass dies auch zu Hate Speech führen oder zur Diskriminierung angestiftet werden kann ergibt sich von selbst. So werden, egal aus welcher Motivation heraus, Nutzer*innen mit Inhalten rund um Interaktionen miteinander verknüpft (vgl. Sponholz, 2021, S.24-25).

Damit kann an die Theorie des kommunikativen Handelns angeknüpft werden, die im Kapitel 4.4 Theoretische Verortung näher ausgeführt wird. Denn mit der Theorie des kommunikativen Handelns nach Habermas (1981) wird Interaktion erklärt. Der Begriff des kommunikativen Handelns bezieht sich dabei auf die Interaktion von Subjekten, die sich verständigen und Handlungen zusammen koordinieren können (vgl. Habermas, 1981, S.128).

Zusammenfassend wird erkennbar, dass durch den digitalen Medienwandel sich der Begriff Hate Speech und auch die damit verbundenen Formen ändern. Das führt dazu, dass es für den Begriff mehr Aufmerksamkeit gibt, gleichzeitig verschwimmen die Grenzen. Wie Sponholz (2021) weiter erklärt, wird der Begriff Hate Speech für sämtliche Arten und Formen von Online-Belästigung meist als Oberbegriff

verwendet. Dies führt dazu, dass beispielsweise Hate Speech verharmlost wird. Außerdem ändert sich Online die Gestalt von Hate Speech. Online Hate Speech kann nicht mehr nur durch Inhalt erfasst werden, denn auf Social Media kann sich Hate Speech auf andere Art und Weise abspielen. Darunter versteht Sponholz (2021) sozialmediale Formate wie zum Beispiel emojis, stickers, memes und GIFs (vgl. Sponholz, 2021, S.32).

„Hate Speech – als eine bewusste, intentionale Kommunikationsform von Diskriminierung – kann in den social media auf verschiedene Weise vollzogen werden und darf nicht auf bloße Wörter reduziert werden.“ (Sponholz, 2021, S.32)

Wie ersichtlich wird, handelt es sich bei Online Hate Speech (OHS) um ein komplexes Phänomen (vgl. Fischer et al., 2021b, S.265).

Die Definitionen variieren teilweise, haben jedoch im Kern dieselben Merkmale, durch die es zur einheitlichen Verständigung kommt. Hate Speech wird als gruppenbezogener Hass bezeichnet und richtet sich gegen Einzelne. Es geht hierbei um die zwischenmenschlichen Sprechakte und Interaktionen (mehr dazu in Kapitel 4.4 Theoretische Verortung) beziehungsweise um die Erfahrungen von Einzelnen mit Hass im Netz. In dieser Arbeit werden vorzugsweise die Termini Online Hate Speech, Hass im Netz oder Internet verwendet.

Der Begriff Hassrede wird weniger verwendet werden, weil die deutsche Übersetzung unstimmtig ist und irreführend sein kann (vgl. Sponholz, 2018, S.50). Deswegen wird dieser Begriff nur verwendet, wenn paraphrasiert wird, ansonsten soll die oben beschriebene Definition von saferinternet als Fundament zum besseren Verständnis dienen. Dadurch, dass im empirischen Teil bei der Fokusgruppendifkussion einzelne Personen von ihren Erfahrungen reden, die zwar Gruppen angehören können, den Hass jeweils aber als Individuum erfahren haben, werden sowohl der gruppenbezogene Hass im Netz erklärt als auch andere verwandte Begrifflichkeiten erläutert, mit denen die Erfahrungen einzelner Personen beschrieben werden können.

4.2 Verbreitung und Formen von Hass im Netz

In diesem Kapitel geht es um die Verbreitung und um die Arten von Hass im Internet. Dabei soll geklärt werden, wie sich Hass im Netz verbreitet und anschließend werden die gängigsten Formen näher erläutert.

Wie aus dem vorigen Kapitel 4.1 ersichtlich wird, variieren die Definitionen von Hass im Netz und speziell auf Online Hate Speech bezogen werden Begriffe oft synonym verwendet. Für diese Arbeit sind jedoch Formen von Hass im Netz relevant, die sich auf Personen und auf Gruppen beziehen. Da es einerseits um Erfahrungen von Einzelnen über Online Hate Speech und andererseits um Online Hate Speech als gruppenbezogene Angriffe geht, die sich auch auf einzelne Personen beziehen können.

Dadurch, dass Menschen eher Menschen folgen, die eine ähnliche Meinung haben, kommt es im Internet oft zum Echokammer-Effekt. Verstärkt wird dieser Effekt im Netz von den sozialen Netzwerken, die eher Inhalte vorschlagen, die User*innen interessieren und den Meinungen des/der User*in entsprechen. Das hat zur Folge, dass diskriminierende Aussagen immer weniger anstößig wahrgenommen werden und es keine Gegenreaktionen gibt (vgl. Fritzsche, 2019, o.S.).

Im Internet können Echokammern entstehen, bei denen Nutzer*innen eher Inhalte sehen, die sie in ihrer Meinung bestärken. In diesen digitalen Räumen hallt ihre Meinung also wie ein Echo zurück (vgl. Brodnig, 2017, S.21). Oelkers (2018), schreibt dazu, dass jede Person nur mehr ein Echo der eigenen Stimme hört (vgl. Oelkers, 2018, S.732). Echokammern sind Bereiche in denen Personen immer dieselben Informationen bekommen. Diejenigen, die in diesen Bereichen verkehren, haben folglich auch dieselbe Meinung und gleichen sich aneinander an (vgl. Bakshy et al., 2015, S.1130-1132). Informationen und Meinungen variieren wenig in Echokammern. Gruppen mit dieser Charakteristik, die sehr homogen sind und wenig Diversität aufzeigen, findet man unter anderem auf Facebook (vgl. Stegbauer, 2018, S.67).

Lovink und Kallfelz (2017) meinen, dass in Echokammern nur noch Menschen mit derselben Gesinnung und denselben Interessen aufeinandertreffen. Das hat zur Folge, dass alle perspektivisch begrenzt sind und jede*r Einzelne weniger seinen

Horizont erweitert (vgl. Lovink, 2017, S.11). Neben der rückhallenden Bestätigung der eigenen Meinungen und Ansichten in Echokammern isolieren sich diese Personen von anderen Ansichten. In den sozialen Netzwerken sehen User*innen die Beiträge und Nachrichten von Freunden, die sehr ähnliche Meinungen und Ansichten haben. Das schirmt von anderen unliebsamen Inhalten ab und isoliert (vgl. Avnur, 2020, S.578). In diesen Bereichen ist es besonders leicht Online Hate Speech zu verbreiten, weil die vorhandene Struktur die Veröffentlichung erleichtert. Durch die Gegebenheiten und Struktur wird Online Hate Speech zur Normalität (vgl. Pörksen, 2018, S.62)

Der Begriff Filterblase wurde von Eli Pariser geprägt, wie Möller (2021) und Brodnig (2017) schreiben. Zwar wird eine Filterblase ähnlich wie eine Echokammer definiert als ein geschlossener Raum, bezieht sich jedoch mehr darauf, wie es zu diesem geschlossenen Raum kommt (vgl. Möller, 2021, S.92). Denn bei Filterblasen kommt es zu einer Personalisierung, die entweder self-selected oder pre-selected stattfindet. Self-selected bedeutet, dass User*innen sich dafür entscheiden, Meinungen gleichgesinnter zu sehen. Diese selbstgewählte Personalisierung meint, dass User*innen selbst die Entscheidung treffen. Bei der pre-selected Personalisierung, also der vorselektierten Personalisierung, entscheiden Websites was User*innen gezeigt wird ohne deren bewusste Zustimmung. Beispielsweise selektiert Facebook Inhalte vor und personalisiert so den Newsfeed von Nutzer*innen. Die Inhalte, die User*innen auf ihrem Newsfeed sehen, sind daher von Facebook pre-selected (vgl. Zuiderveen Borgesius et al., 2016, S.2-3).

Dabei werden mit Filteralgorithmen Grenzen gebildet, die solch ein geschlossener Raum aufweist. Beide Konzepte beschreiben eher Zustand als Prozess, wobei Einzelne von Informationen ausgeschlossen werden (vgl. Möller, 2021, S.92). So bestimmen Algorithmen im Internet, welche Informationen eingeblendet werden und welche nicht. Es sollen Neuigkeiten geliefert und Informationen gezeigt werden, die Nutzer*innen interessieren. Computerprogramme sortieren dabei Informationen aus und bestimmen welche Nachrichten eingeblendet werden. Das kann dazu führen, dass eine Abkapselung stattfindet, weil eben viele Nachrichten aufgrund der Sortierung ausbleiben (vgl. Brodnig, 2017, S.172).

Mit Hilfe der neuen Medien entstehen Bereiche, in denen die eigene Position bestätigt wird. In sogenannten Echokammern und Filterblasen suchen User*innen nach Zustimmung und finden diese auch durch Bestätigung der eigenen Meinung. Alle anderen Positionen oder Meinungen werden als feindlich wahrgenommen und diesen stehen Nutzer*innen kämpfend gegenüber (vgl. Koch-Priewe, 2021, S.198). Diese Strukturen verstärken daher die Verbreitung von Online Hate Speech (vgl. Pörksen, 2018, S.62).

Hass im Netz beschreibt laut saferinternet (2023) jegliche Formen von Hass im Internet und wird oft auch Hate Speech genannt. Der Hass kann sich dabei auf eine Person oder eine Personengruppe beziehen (vgl. Saferinternet, 2023, o.S.). Hate Speech bezieht sich nicht nur auf Individuen, sondern auch auf Gruppen. Laut Schwertberger und Rieger (2021), richtet sich Hate Speech mehr auf Gruppen, kann als inzivile Form beschrieben werden und unterscheidet sich durch den Gruppenbezug von anderen Arten Beleidigungen wie beispielsweise Mobbing (vgl. Schwertberger, Rieger, 2021, S.56). Dabei definiert Hate Aid (2023) Beleidigungen wie folgt:

„Beleidigungen sind missachtende oder nichtachtenden Äußerungen über eine Person in Wort, Bild, Schrift und Geste.“ (Hate Aid, 2023, o.S.)

Die persönliche Ehre einer Person wird angegriffen und dahingehend minderwertig oder herabwürdigend dargestellt. Formalbeleidigungen und Schmähkritik gelten als Beleidigung. Das beinhaltet beispielsweise klassische Schimpfwörter, die eingesetzt werden, um Personen herabzuwürdigen. Zwar darf jede Person seine Meinung frei äußern, ganz nach Meinungsfreiheit, jedoch endet diese Freiheit dort, wo schützenswerte Persönlichkeitsrechte anderer Personen angegriffen werden. Dies gilt im Offline-Bereich genauso wie im Online-Bereich. Beleidigungen im Netz unterscheiden sich jedoch dadurch, dass sie offen für alle erkennbar sind, schneller weiterverbreitet werden und länger sichtbar sind (vgl. Hate Aid, 2023, o.S.).

Nicht jede Beschimpfung oder Beleidigung hat dabei einen Gruppenbezug. Somit gibt es zum Beispiel einen Unterschied zu Mobbing. Denn beim Mobbing wird über einen längeren Zeitraum ein Mensch schikaniert, verspottet oder bloßgestellt. Täter und Opfer kennen sich meistens (vgl. Amadeu Antonio Stiftung, 2018, S.8). Laut

Costello, Hawdon und Ratliff (2017) bezieht sich die herabwürdigende Einstellung oder das Hassmaterial bei Cyber-Mobbing auf das Individuum und weniger gegen ein Kollektiv. Diese beleidigenden Ausdrücke beziehen sich beispielsweise auf die sexuelle Orientierung, Rasse, ethnische Zugehörigkeit oder das Geschlecht (vgl. Costello et al., 2017, S.588).

Der Begriff Mobbing kommt aus dem Englischen und leitet sich vom Verb „to mob“ ab und bedeutet auf Deutsch übersetzt jemanden schikanieren. „Cyber-Mobbing“ oder „cyberbullying“ meint ins Deutsche übersetzt die Internet-Schikane (vgl. Leo, 2023a, o.S.; Leo, 2023b, o.S.). Mobbing über das Internet wird als Cyber-Mobbing bezeichnet und diese Schikane hat weitreichende Folgen auf die Psyche (vgl. Amadeu Antonio Stiftung, 2018, S.8).

Wie Schwertberger und Rieger (2021) erwähnen, ist Hate Speech eine inzivile Form. Bei inziviler Kommunikation geht es darum, dass Individuen oder soziale Gruppen stereotypisiert werden, der Diskurs von Falschinformation geprägt ist, wenig Gleichheit herrscht und Teilnehmende oft als illegitime Beitragende dargestellt werden. Hate Speech wird somit immer als Inzivilität gesehen (vgl. Schwertberger, Rieger, 2021, S.56-57).

Eine andere Form von Inzivilität ist der sogenannte Shitstorm. Ein Shitstorm wird verstanden als eine unvorhersehbare negative Kritik an Individuen oder Organisationen, die plötzlich entsteht. Meistens beschränken sich Shitstorms auf ein bestimmtes Ereignis und sind nicht von langer Dauer. Dabei wird das Verhalten der betroffenen Person bewertet. Es ist mehr ein sich in kurzer Zeit entwickelndes aggressives Verhalten, ausgelöst durch ein Ereignis (vgl. Kümpel, Rieger, 2019, S.9-10; Schwertberger, Rieger, 2021, S.57).

Shitstorms werden auch als Wutausbrüche bezeichnet, die in der digitalen Welt entstehen und durch die Beteiligung vieler Menschen entfacht werden können. Es kommt hierbei nicht nur zu einer Masse an Reaktionen, sondern auch zu hemmungsloser Beschimpfung und Beleidigung. Es entstehen kleine Kulturen, die sich in abgeschirmtem Zustand zusammentun, weil der Kontakt zur Realität fehlt und es keinen Widerspruch gibt. Dabei lädt sich die Wut der Teilnehmer*innen auf,

weil es ihrer Meinung nach nur eine richtige Sicht gibt. Alle, die eine andere Sicht haben, werden mit Worten beleidigt (vgl. Stegbauer, 2018, S.1).

Weitere inzivilisierte Kommunikationsformen, die sich nicht nur auf das Verhalten einer Gruppe, sondern auch auf Individuen beziehen, sind Trolling und Flaming. Anders als Cyber-Mobbing, das sich gegen Individuen richtet, sind Trolling und Flaming eher ungerichtete Beleidigungen und weisen ein destruktives Verhaltensmuster auf, das vermehrt in Diskussionsforen und Gruppen vorkommt. Es geht darum die Kommunikation zu stören (vgl. Kümpel, Rieger, 2019, S.9-10; Schmitt, 2017, S.51).

Verortet ist der Begriff Trolling in der Anglersprache und kommt aus dem Englischen. Dabei geht es um einen Köder, der ausgeworfen wird, um Raubfische anzulocken. Im Internet funktioniert dies ähnlich, weil beim Trolling versucht wird mit naiven Fragen andere User*innen aus der Fassung zu bringen. Durch Provokationen in Diskussionsforen werden versucht Streitigkeiten hervorzurufen und so wird die Kommunikation gestört. Die User*innen, die Trolling betreiben empfinden Schadenfreude und erfreuen sich an den negativen Emotionen anderer (vgl. Brodnig, 2016, S.177).

Beim Trolling geht es also darum den Diskurs zu stören und das durch die Verwendung von Hassbeiträgen. Auch Beiträge, die gegen die Normen verstoßen, werden gezielt eingesetzt, um zu stören. Willkürliche Provokationen sollen möglichst emotionale Reaktionen hervorrufen und den Diskurs dahingehend behindern. Beim Flaming werden Beleidigungen eingesetzt und die Formulierungen sind stichhaltiger. Mit aggressiver Sprache und durch Abwertung wird in Diskussionsgruppen versucht, die Kommunikation zu stören (vgl. Kümpel, Rieger, 2019, S.10; Schmitt, 2017, S.51).

4.3 Sexistische und rassistische Hate Speech

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit Themen von Online Hate Speech und im speziellen mit sexistischer und rassistischer Hate Speech im Netz. Diese Arten werden erklärt, weil diese Themen zu Hass im Netz gehören und sich auch auf Einzelpersonen beziehen können. Da die Personen in der Fokusgruppe

möglicherweise solch einer Gruppe angehören und dahingehend Hass erfahren haben, werden diese Themen behandelt.

Laut Wachs et al. (2021) ist es kein neues Phänomen, dass verschiedene Bevölkerungsgruppen wegen ihrer sexuellen Orientierung, Herkunft oder ihres Geschlechts ausgegrenzt werden. In der Wissenschaft spielen hier allerdings unterschiedliche Forschungsbereiche zusammen und versuchen das Hassphänomen zu erklären (vgl. Wachs et al., 2021, S.6).

Dabei stehen die Herabwürdigung und Degradierung im Fokus, die rational oder auch irrational vorkommen können. Der Hass bei Hate Speech entwickelt sich aus diskriminierenden Denkmustern. So entsteht artikulierter Hass aus Vorbehalten, die durch ein rassistisches Umfeld oder ein vorurteilsbehaftetes Sozialsystem geprägt werden und wenig eigene Erfahrungen zu lassen (vgl. Schafer, Navarro, 2003, S.1; Schmitt, 2017, S.116).

Personen, die zu Minderheiten gehören, wie zum Beispiel Menschen, die einer religiösen Gruppe angehören und muslimischen und jüdischen Glauben verfolgen oder auch Migrant*innen sind besonders betroffen. Hierzu zählen auch Frauen und homosexuelle Menschen, die in diese Kategorie fallen und Ziel von Hate Speech sind (vgl. Sponholz, 2018, S.48).

Durch die Veränderung des Mediensystems und den Wandel der Struktur steigt das Problem Online Hate Speech. Denn durch die Interaktionsmöglichkeiten des Internets werden Konflikte immer mehr und auch qualitativ gröber (vgl. Neuberger, 2014, S.567). Es geht hierbei weniger um die Beschimpfungen an sich. Vielmehr wird von der Mobilisierung gesprochen und davon, dass sich Gleichgesinnte online treffen und vernetzen können, um zu diskriminieren. Die Verbreitung von Hass gegen Menschen aufgrund von Hautfarbe, Religion, Herkunft oder Geschlecht verändert sich. Es wird mobilisiert und zu Diskriminierung angestiftet (vgl. Sponholz, 2021, S.16).

Bei sexistischer Hassrede werden Personen aufgrund ihres Geschlechts diskriminiert (vgl. Jane, 2015, S.65-87). Hier unterscheidet man allerdings im Diskriminierungsbegriff zwischen ambivalentem Sexismus und Diskriminierung. Denn eine Diskriminierung beinhaltet immer auch eine Abwertung, wobei beim

Sexismus keine direkte Abwertung vorhanden sein muss (vgl. Wachs et al., 2020a, S.225). Dieser Sexismus geht aus einer indirekten Abwertung hervor, der mit einer grundsätzlichen Minderwertigkeit des Geschlechts einhergeht und verfestigt sich, indem geschlechterkonformes Verhalten belohnt wird. Daher lässt sich schlussfolgern, dass sexistische Online Hate Speech einen sexistischen Charakter hat und zusätzlich mit einer direkten Abwertung, die als Diskriminierung verstanden wird, einhergeht. Dem zugrunde liegt die Theorie der gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit, die Teil des Phänomens ist (vgl. Mohseni Rohangis, 2021, S.40).

Laut dem Council of Europe (2016) wird sexistische Hate Speech als eine Ausdrucksform von Sexismus bezeichnet, die darauf abzielt, eine Person aufgrund ihres Geschlechts zu verachten, als minderwertig zu betrachten oder diese Person auf ihre sexuelle Dimension zu reduzieren. Dazu zählen jegliche Aussagen mit denen Hass wegen des Geschlechts verbreitet, gefördert, weiterverbreitet oder gerechtfertigt wird (vgl. Council of Europe, 2016, S.2).

Konflikte nehmen im Internet zu und so auch in Spielen beziehungsweise im Gaming Bereich findet Hate Speech statt. Hier gibt es auch gleichermaßen Ausgrenzungen und Diskriminierungen (vgl. Neuberger, 2014, S.567; Tillmann, Groen, 2020, S.319). Über die vielen hasserfüllten sexistischen Kommentare in der Computerspielbranche wurde von Frauen auf Twitter bei der sogenannten Gamergate Debatte aufmerksam gemacht. Diese Frauen hatten Belästigungen und Sexismus erfahren und darüber gesprochen. Daraufhin wurden viele User*innen bedroht und Twitter reagierte mit angepassten Nutzungsrichtlinien. Ein vereinfachtes Meldeverfahren und ein Verbot von Hate Speech wurden eingerichtet (vgl. Jeong, 2016, o.S.; Klonick, 2018, S.1628-1629).

Oft werden homophobe, rassistische und sexistische Aussagen als Ausrutscher wahrgenommen und viele Gamer*innen relativieren ihr Verhalten. Tatsächlich leiden viele Menschen darunter. Frauen werden durch diese sexistische Sprache abgeschreckt und weniger bestärkt, teilzunehmen. Die häufigsten Arten von Hate Speech in Online-Spielen sind sexistische und rassistische Beiträge. Minderheiten werden von Personen, die ihre Macht demonstrieren wollen, sexistisch belästigt und rassistisch beleidigt (vgl. Groen, 2017, S.115; Breuer, 2017, S.112).

So kommt es im Internet zu menschenverachtenden Äußerungen und auch zum Aufruf zu Gewalt, indem Personen oder Gruppen als fremd beziehungsweise anders kategorisiert werden (vgl. Gerstmann et al., 2017, S.142). Wie aus einem Bericht von Zivilcourage & Anti- Rassismus Arbeit (ZARA) hervorgeht, bezieht sich der meiste Hass im Netz, der gemeldet wird, auf Rassismus (58,3%). Sexismus macht 9,1% aus und nicht-ideologisch motivierter Hass 23,3%. Die restlichen 18,4% beziehen sich auf Ableism, Ageism und andere Formen. Hass hat demnach meist einen ideologischen Hintergrund (vgl. ZARA, 2022, S.5). Die Menschen werden aufgrund ihrer bloßen Existenz beleidigt. Der höchstpersönliche Lebensbereich betroffener Personen wird angegriffen (vgl. ZARA, 2022, S.5).

Diskriminierungen gibt es in vielen Formen wie zum Beispiel homophobe Tweets, rassistische Facebook-Gruppen, Beschimpfungen in Kommentarfeldern oder persönliche Beleidigungen (vgl. Fleischhack, 2017, S.24). Die meisten Kommentare und Beiträge sind oft emotional aufgeladen und wenig rational. So auch bei rassistischer Online Hate Speech (vgl. Gerstmann et al., 2017, S.142).

Dabei spielen menschenfeindliche Vorurteile eine große Rolle für die Gesellschaft und Hate Speech. Denn Menschen, die Vorurteile haben, sind eher dazu geneigt, Hate Speech gegen andere auszusprechen oder zu senden. Hate Speech beruht daher auf stereotypischen Vorstellungen und Vorurteilen gegenüber Gruppen. Das Phänomen fußt auf antisemitischen, rassistischen und feindseligen generalisierten Vorurteilen (vgl. Zick, 2022, S.83).

Schon Matsuda (1989) beschäftigte sich mit dem Begriff Racist Speech. Dieser Begriff bezieht sich auf Diskriminierungen aufgrund einer Rassenzugehörigkeit und wird mit drei Merkmalen definiert. Eine Botschaft hat hasserfüllten und herabsetzenden Charakter, richtet sich gegen eine unterdrückte Gruppe (aus historischer Sicht) und bezieht sich auf die ethnische Unterlegenheit (vgl. Matsuda, 1989, S.2357).

Dazu fortführend werden in einem UNO-Ausschuss gegen rassistische Diskriminierung Sachverhalte dargelegt, die als rassistische Hate Speech gelten. Dazu gehören Botschaften über die rassische Überlegenheit, die verbreitet werden oder auch wenn zur rassischen Diskriminierung angestiftet wird. Außerdem zählen

Drohungen und Anstiftungen zur Gewalt zu rassistischer Hate Speech, wenn diese auf Gruppen beziehungsweise Personen abzielen wegen ihrer ethnischen, nationalen Herkunft, Abstammung, Hautfarbe oder ihres Phänotyps. Dies gilt in weiterer Folge auch für Verspottungen, Beschimpfungen, Beleidigungen und Verleumdungen. Des Weiteren ist das Leugnen und Rechtfertigen von Verbrechen gegen die Menschlichkeit wie Genoziden als rassistische Hate Speech zu deklarieren. Laut der General Recommendation No. 35, von 2013, verfasst vom Committee on the Elimination of Racial Discrimination (CERD), werden diese Angelegenheiten als rassistische Hate Speech klassifiziert (vgl. Committee on the Elimination of Racial Discrimination (CERD), 2013, o.S.).

Zu Hate Speech kommt es vor allem oft in Krisenzeiten. Wachs et al. (2021) nehmen hierbei die Coronakrise als Beispiel, denn Beiträge die rassistisch, sexistisch und rechtsextrem sind, wurden während der Pandemie häufiger gelikt (vgl. Wachs et al., 2021, S. 4-5). Diese Entwicklung kann auch durch den Bericht der ZARA (2022) bestätigt werden. Demzufolge erhielt die Beratungsstelle #GegenHassimNetz während der Coronakrise tendenziell mehr Meldungen (vgl. ZARA, 2022, S.6).

Dazu meint Friese (2020), dass die weltweite Vernetzung und die vielen Möglichkeiten in Kontakt zu bleiben, soziale Beziehungen zu pflegen und Zugehörigkeit zu finden nicht nur positive Effekte haben. Im digitalen Raum verbreitet sich auch Hate Speech weiter und menschenfeindliche und rassistische Beiträge werden so zur Normalität (vgl. Friese, 2020, S.14). Durch die Allgegenwärtigkeit von Hate Speech ist es schwer, das Problem in den Griff zu bekommen (vgl. Wachs et al., 2021, S. 4-5).

4.4 Theoretische Verortung

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der theoretischen Verortung. Es geht dabei um Theorien, die sich mit Kommunikation, Interaktion, Gruppen und Verhalten beschäftigen, um Hass im Netz dahingehend verstehen zu können. Anschließend werden die wichtigsten Modelle im Hinblick auf Hass im Netz vorgestellt. Dabei geht es um Modelle, die verschiedene Veranschaulichung und Ausführung des Themas darlegen.

4.4.1 Theorien

Wie im Kapitel 4.1 bereits erwähnt, geht es um die Interaktionen zwischen Nutzer*innen. Dabei geht es aber nicht nur um Interaktionen mit Wörtern, sondern auch mit zum Beispiel Bildern oder memes (vgl. Sponholz, 2021, S.24-32). Kommunikationswissenschaftlich meint dies also nicht nur wie aus der Linguistik sprachliche Ausdrücke, sondern auch andere Formen, die in einem Handlungszusammenhang entstehen und sich auf Publikum, Medium, Botschaft, Hörer*in und Sprecher*in beziehen (vgl. Sponholz, 2018, S.17; Switalla, 1973, S. 265-280; Ouardi et al., 2014, S.107-126).

Bei der Theorie des kommunikativen Handelns koordinieren Subjekte ihre Handlungen miteinander und verständigen sich dementsprechend. So entsteht Interaktion, wie Habermas (1981) erklärt. Kommunikatives Handeln bezieht sich auf eine Handlungssituation von mindestens zwei handlungs- und sprachfähigen Subjekten, die eine Verständigung suchen, um Handlungen und Pläne koordinieren zu können. Der Ausgang des kommunikativen Handelns ist auch davon abhängig, ob die Beteiligten der Interaktion die gleichen Weltbezüge kennen. Erst dadurch entsteht eine Interaktion, bei der es zu einem Konsens kommen kann (vgl. Habermas, 1981, S.128-157).

Für Habermas steht der Verständigungsprozess bei der Kommunikation beziehungsweise den Sprechakten im Mittelpunkt. Mit der Theorie des kommunikativen Handelns wird versucht, die Verständigungsbedingungen aus den verschiedenen Perspektiven der Beteiligten der Verständigungsprozesse zu erklären. Denn jede*r Mensch ist im Besitz eines vortheoretischen und intuitiven Wissens, wie Verständigung Sinn macht und hergestellt werden kann (vgl. Burkart, Lang, 2015, S.42-43).

Dafür müssen allerdings universale Ansprüche erfüllt werden, damit in einen Verständigungsprozess eingetreten werden kann. Dazu zählen die Verständlichkeit, Wahrheit und Wahrhaftigkeit. Unter Verständlichkeit werden die grammatikalischen Regeln verstanden, die alle Beteiligten gleichermaßen beherrschen müssen, um sich einander zu verstehen. Wahrheit meint den geteilten Inhalt, über den gesprochen wird, der auch als existent von den Teilnehmer*innen wahrgenommen

werden muss. Die Wahrhaftigkeit bezieht sich auf die tatsächlichen Absichten der Beteiligten, die zum Ausdruck gebracht werden und nicht das Gegenüber täuschen sollen. Zusammengefasst sollen die Inhalte verständlich sein im Sinne der Grammatik, wahr sein im Sinne der Richtigkeit und es sollen die tatsächlichen Absichten vermittelt und nicht getäuscht werden. So kann Konsens erzielt werden (vgl. Burkart, Lang, 2015, S.42-43).

Die Theorie des kommunikativen Handelns beschreibt den Verständigungsprozess nicht als Selbstzweck, sondern vielmehr als Mittel zum Zweck und zur Realisierung von Interessen. Diese Interessen beziehen sich aber nicht primär auf die eigenen Interessen, eher steht die Durchsetzung von Interessen aller im Mittelpunkt. Daher versteht man darunter ein in Einklang bringen oder es wird versucht, zu einem Konsens zu gelangen. Diese Verständigung steht aber zunehmend unter Druck, weil sie durch die Moderne bedroht wird. Durch vermehrte zweckrationale Kommunikation und Orientierung am eigenen Erfolg steht der Konsens nicht mehr im Fokus. Das wird auch deutlich im Hinblick auf den Umgang mit den Subjekten untereinander und innerhalb der Verständigungsprozesse (vgl. Burkart, Lang, 2015, S.42-43).

Daran anknüpfend wird im symbolischen Interaktionismus näher auf Interaktionen und das menschliche Verhalten eingegangen. Denn Interaktionen zwischen Gruppen von Menschen machen ein Zusammenleben aus, wie der symbolische Interaktionismus erklärt. Eine Gesellschaft besteht aus miteinander interagierenden Individuen, die aufeinander reagieren und Bezug zueinander nehmen. Dabei steht die soziale Interaktion im Mittelpunkt und ist unabkömmlich für eine Verständigung (vgl. Blumer, 2015, S.29-30).

Beim symbolischen Interaktionismus wird soziale Interaktion als ein Prozess verstanden, der nicht nur Mittel für Äußerungen darstellt, sondern das menschliche Verhalten nachhaltig formt. Dabei müssen Menschen, die miteinander interagieren, darauf achten, wie sie miteinander umgehen. Im Zuge von verschiedenen Handlungen anderer Personen wird das eigene Handeln beeinflusst. So können Handlungen anderer eine Absicht verstärken, abändern oder fallenlassen. Eigene Pläne und Handlungen werden so beeinflusst und müssen adaptiert werden. In gewisser Weise kann das zu einem Konsens führen, wenn Handlungsabsichten

abgestimmt werden müssen hinsichtlich der Handlungen anderer (vgl. Blumer, 2015, S.29-30).

Dabei liegen dem symbolischen Interaktionismus drei Prämissen zugrunde. Die erste Prämisse besagt, dass Menschen aufgrund der Bedeutungen handeln, die sie „Dingen“ zuschreiben. Als „Dinge“ wird alles bezeichnet, was der Mensch wahrnehmen kann, wie zum Beispiel andere Menschen, Kategorien von Menschen, physische Gegenstände oder Institutionen. Dazu zählen aber auch Leitideale, Handlungen, Wünsche oder Befehle. Nach der zweiten Prämisse entstehen diese Bedeutungen, die den „Dingen“ zugeschrieben werden aus den sozialen Interaktionen mit Mitmenschen und werden daraus abgeleitet. Die dritte Prämisse besagt, dass in Auseinandersetzungen und interpretativen Prozessen, bei denen diese Bedeutungen entstehen, diese auch wieder abgeändert werden können. Je nachdem welche Bedeutung den benutzten Dingen für eine Person in einer Auseinandersetzung zugesprochen wird, kann sich diese durch den interpretativen Spielraum verändern. Aufgrund symbolischer Interaktionen formt sich das individuelle Verhalten und wird als formender Prozess beschrieben (vgl. Blumer, 2015, S.25-32).

Wie vorher erklärt wurde, formt sich das Verhalten aus Interaktionen und wird als Prozess beschrieben (vgl. Blumer, 2015, S.25-32). Dazu entwickeln Menschen auch eine soziale Identität, die aus der Gruppenzugehörigkeit abgeleitet wird und aus den Bewertungen dieser entsteht. Aus dem Vergleich mit anderen Gruppen (Outgroups) wird die eigene Gruppe (Ingroup) bewertet. Damit die soziale Identität nicht gefährdet wird, werden Fremdgruppen eher abgewertet und die eigene Gruppe besser bewertet (vgl. Wettstein, 2021, S.237). Aus der emotionalen Bedeutung und dem Wert, der sich aus der Mitgliedschaft einer Gruppe ableitet, bildet sich die soziale Identität. Damit beschreibt die soziale Theorie das Entstehen einer sozialen Identität (vgl. Tajfel, 1982, S.20-25).

Gruppenbezogene Angriffe, die sich gegen Personen aufgrund ihrer sozialen Identität richten, wie etwa die sexuelle Orientierung, Religion oder Hautfarbe fallen unter Hate Speech (vgl. Sliva et al., 2016, S.3; Gagliardone et al., 2016, S.6).

Neben dem symbolischen Interaktionismus und der Theorie des kommunikativen Handelns, die sich auf die Interaktionen beziehen, spielen demnach auch Gruppen von Menschen, die miteinander agieren eine wichtige Rolle bei Online Hate Speech.

Bei den Gruppen gibt es jedoch Unterschiede in ihrer Stabilität. Frischlich (2022) spricht hier von Gruppen und wie sich diese kategorisieren lassen. Manche Gruppen können leichter gewechselt werden wie beispielsweise die Arbeitsgruppe oder Sportmannschaft. Bei anderen Gruppen ist dies jedoch schwieriger, vor allem bei visuell markierten oder benachteiligten Gruppen wie der Ethnizität oder dem Geschlecht. Personen aus diesen sozialen Gruppen werden oft ohne ihr Zutun dieser Gruppe beigelegt (vgl. Frischlich, 2022, S.102).

Vor allem solche Gruppen und Identitäten werden von Hate Speech angegriffen (vgl. Bilewicz, Soral, 2020, S.2). Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit besteht dann, wenn Personen aufgrund ihrer Gruppenzugehörigkeit ausgegrenzt und abgewertet werden (vgl. Heitmeyer, 2002, S.18).

So wird ein gemeinsames „Wir“ entwickelt das „Die“ ausschließt und bestimmt, wer dazugehört und wer ausgeschlossen wird (vgl. Wachs et al., 2021, S.11). Dadurch wird eine Gruppe oder eine Person auf Grundlage eines gemeinsamen Merkmals degradiert und somit spricht Sponholz (2018) von Diskriminierung (vgl. Sponholz, 2018, S.59-61).

Wie Sponholz (2018) weiter erläutert entsteht der Gruppenbezug durch Kategorisierung, indem Menschen ein Attribut zugeschrieben bekommen, durch das sie anschließend klassifiziert werden. Im Zuge der Diskriminierung wird durch solch eine Kategorisierung aufgrund eines Merkmals eines sozialen Gebildes eine Gruppe gebildet. Die Diskriminierung ist dabei neben Öffentlichkeit und Kommunikation ein Wesensmerkmal von Hate Speech (vgl. Sponholz, 2018, S.59-61; Sponholz, 2021, S.17).

Die Motivation für Hate Speech kann unterschiedlich sein und wird in der Aggressionsforschung eingeteilt in die reaktiv-emotionsgeleitete und proaktiv-instrumentelle Aggression. Menschen, die sich in ihrer Umwelt bedroht fühlen handeln reaktiv-aggressiv und reagieren dabei aggressiv. Impulse können schwer kontrolliert werden, handlungsalternativen sind wenig entwickelt und soziale

Situationen werden nicht adäquat eingeschätzt (vgl. Wettstein, 2021, S.233; Dodge, Coie, 1987, S.1146-1158). Diese impulsiven Reaktionen können bei speziellen Situationen oder auch Hinweisreizen ausgelöst werden. Die Gefahr dabei ist, dass häufig ausgeübte impulsive Handlungen habitualisiert werden und in weiterer Folge automatisch ablaufen können (vgl. Wettstein, 2021, S.234).

Bei Menschen, die proaktiv-aggressiv handeln, ist die Aggression Mittel zum Zweck. Anders als die reaktiv-aggressiv handelnde Menschen, können sie soziale Situationen adäquat einschätzen und verfolgen darüber hinaus ein gewisses Ziel. Diese Ziele sind mehr instrumentell und weniger beziehungsfördernd, wie Crick und Dodge (1996) erklären. Aggression wird verwendet, um ein gewisses Ziel zu erreichen und diese Personen bewerten demnach aggressive Handlungen eher positiv als reaktiv-aggressive Menschen. Dabei zeigen proaktiv-aggressiv handelnde Personen Defizite in der Reaktionsbewertung und Zielerklärung (vgl. Crick, Dodge, 1996, S.993–1002).

In der Aggressionsforschung wird daher zwischen zwei Aggressionsmotiven bei Hate Speech unterschieden. Zum einen gibt es die unreflektierte und emotionale Reaktion auf subjektiv wahrgenommene Bedrohungen in der Umwelt von Personen, die reaktiv handeln. Zum anderen gibt es die strategisch, instrumentell und reflektierten Aussagen von Menschen, die proaktiv handeln (vgl. Wettstein, 2021, S.233).

Die Erläuterung der Theorien dient zum besseren Verständnis von Hass im Netz und zeigt, in welchen Bereichen das Thema verortet ist. Relevant sind hierbei zwischenmenschliche Interaktionen, Kommunikation über gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit und aggressionstheoretische Ansätze. Dem Phänomen Hass im Netz beziehungsweise Hate Speech liegen viele Theorien zugrunde und dementsprechend wird ersichtlich, dass einige Bereiche beeinflusst werden und so auch die Kommunikation und das Verhalten.

4.4.2 Modelle

Hier geht es darum, die wichtigsten Modelle zum Thema Hass im Netz zu erläutern, um das Phänomen besser veranschaulichen zu können.

Laut Sponholz (2018), gibt es in der Kommunikation von Hate Speech drei Modelle zu beachten. Das lokutionäre, perlokutionäre und illokutionäre Modell. Denn es geht nicht nur um die Sprache selbst, sondern um den Kontext und um die Kommunikationsart. Eine Äußerung bezieht sich demnach nicht nur auf das Gesagte oder Geschriebene. Es sind auch Folgen und Absichten einer Äußerung von Relevanz. Hate Speech lässt sich daher nicht nur auf die Äußerung an sich begrenzen (vgl. Sponholz, 2018, S.62-80).

Beim lokutionären Modell wird Hate Speech als das Gesagte oder Geschriebene wahrgenommen. Wenn Hate Speech als diese Kommunikationsform klassifiziert wird, ist Hate Speech in der Aussage selbst verortet. Damit ist der Wortschatz gemeint, der zur Erfassung von Hate Speech bestimmt wird. Diese Form wird als Hateful Speech beschrieben und passiert eher aus dem Affekt heraus. Weder gibt es eine Intention noch spielen Folgen hier eine Rolle. Es geht um wortwörtliche Aussagen die als Hate Speech definiert werden (vgl. Sponholz, 2018, S.66-67). Diese Art von Hate Speech erfolgt Online in den sozialen Netzwerken (vgl. Gichuhi Kimotho, Nyaga, 2016, S.193; Gagliardone, 2015, S.1-39). Dadurch, dass diese Form allein durch die Sprache und Wörter ersichtlich wird, lässt sie sich einfach identifizieren und in weiterer Folge gut empirisch operationalisieren. Auf sprachlicher Ebene ist es leicht, diese Art von Hate Speech zu identifizieren, jedoch bleiben die nicht sprachlichen Faktoren unentdeckt (vgl. Sponholz, 2018, S.67).

Anders als das lokutionäre Modell funktioniert das illokutionäre Modell. Hier steht die Intention der Sprecher*innen bei Hate Speech im Fokus. Bei dieser Kommunikationsform wird Hate Speech nicht auf die verwendeten Wörter begrenzt, sondern auch die Intention der Aussage betrachtet. Dies beschreibt zum Beispiel Assoziationen, mit denen diskriminiert wird. Durch Botschaften oder Äußerungen können Abwertungen einer Gruppe zustande kommen. Hierzu kann beispielsweise mit einem Bild eine Assoziation von Armut und Not hervorgerufen werden, indem zum Beispiel mit der Hautfarbe eine bestimmte Gruppe an Menschen kategorisiert

wird. Dieser Gruppe werden bestimmte Werte zugeschrieben und können daher diskriminiert werden. Hate Speech wäre es in dem Fall, wenn wie von Sponholz (2018) beschrieben, schwarze Menschen auf einem Bild gezeigt werden, die Hilfsbedürftigkeit und Armut vermitteln sollen und dabei ein Slogan die Überlastung von Sozialämtern beschreibt (vgl. Sponholz, 2018, S.70-71).

Searle (1980) meint dazu, dass die Intention eher als Ursache einer Handlung beschrieben werden kann und weniger als Folge (vgl. Searle, 1980, S.67). Folgen von Hate Speech werden mit dem perlokutionären Modell beschrieben. Hier geht es um die von Hate Speech hervorgerufenen Effekte und Folgen. Es handelt sich hierbei weniger um affektive Handlungen, sondern vielmehr um geplante Handlungen (vgl. Sponholz, 2018, S.76-77).

Laut Benesch (2012) geht im Zusammenhang mit dem perlokutionären Modell oft Gewalt als Folge von Hate Speech einher. Diese Kommunikationsform wird Dangerous Speech genannt, weil Gewalt entfacht wird. Verschiedene Aspekte können Dangerous Speech verstärken (vgl. Benesch, 2013, S.1-6).

Zum Beispiel haben Sprecher*innen mit viel Popularität die Möglichkeit, Inhalte schneller zu verbreiten. Außerdem ist ein eher ängstliches Publikum empfänglicher für die Anstiftung zur Gewalt. Zudem wird diese Art von Hate Speech als Aufruf zur Gewalt verstanden. Dangerous Speech knüpft an immerwährende Kämpfe zwischen Gruppen an, beispielsweise im sozialen und politischen Bereich. Die mediale Vermittlung spielt dabei eine wesentliche Rolle, um eine Verbreitung solcher Inhalte zu verstärken (vgl. Benesch, 2013, S.1-6). Diese Botschaften verbreiteten sich früher über SMS, Websites und E-Mail. Mit Entwicklung der sozialen Netzwerke werden nun auf Facebook und Twitter solche Inhalte verbreitet (vgl. Sponholz, 2018, S.80).

Zusammengefasst werden in Bezug auf die Kommunikationsform, also wie Hate Speech kommuniziert werden kann, drei verschiedene Modelle erkennbar. Das semantische (lokutionäre), intentionale (interlokutionäre) und wirkungsbezogene (perlokutionäre) Modell (vgl. Sponholz, 2018, S.62-80).

Nicht nur die Kommunikationsform spielt eine wesentliche Rolle beim Phänomen Hate Speech. Auch die Enthemmung im Online-Bereich und das Gefühl der

Unsichtbarkeit, sind für die Verbreitung von Hate Speech relevant, wie Suler (2004) erkannte. Sein dafür entwickeltes Konzept nennt sich Online Disinhibition Effect und meint die Online-Enthemmung (vgl. Suler, 2004, S.321-326).

Dieser Enthemmungseffekt kann positiv sein, wenn sich zum Beispiel Menschen trauen, sich Online zu äußern und über ihre Gefühle zu sprechen. Jedoch kommt diese Form der Enthemmung weniger oft vor als die toxische Enthemmung, wie Brodnig (2017) erklärt. Meistens bringt diese Enthemmung ein negatives Klima zum Vorschein, wo sich User*innen anfeinden und in ihrer Sprache austoben (vgl. Brodnig, 2017, S.14-15).

Dieses hohe Aufkommen an Hassbeiträgen im Internet kann auch auf den Online Disinhibition Effect zurückgeführt werden. Dieser Effekt besagt, dass Online Hate Speech durch verschiedene Faktoren befördert wird (vgl. Wachs, Wright, 2018, S.1-9; Wachs, Wright, 2019, S.300-306). Beispielsweise wirken Unsichtbarkeit und Anonymität im digitalen Raum enthemmend bei Nutzer*innen von sozialen Netzwerken. Menschen neigen dann dazu, Hass und Beleidigungen im Netz vermehrt zu verbreiten, obwohl sie das in der realen Welt eher nicht machen würden (vgl. Suler, 2004, S.321-322).

Im Netz können Menschen viele verschiedene Accounts erstellen und erfundene Namen verwenden, um unerkant zu bleiben. So können User*innen ihre eigentliche Identität verschweigen, was enthemmend wirkt und die Verbreitung von inzivilen Inhalten begünstigt. Der Effekt der Anonymität wird außerdem noch verstärkt durch die Tatsache, dass Social Media User*innen sich nicht Face-to-Face sehen, während sie miteinander kommunizieren (vgl. Suler, 2004, S.321-322).

Eine erhöhte Anonymität kann Deindividuation zur Folge haben. Das bedeutet, dass Personen sich selbst weniger wahrnehmen und mehr durch soziale Normen und Gruppenidentitäten beeinflusst werden (vgl. Christopherson, 2007, S.3053; Van Der Heide, 2009, S.44; Spears, Postmes, 2015, S.40). Dem zu Grunde liegt das SIDE-Modell Social Identity Deindividuation Effects von Postmes et al. (1998) (vgl. Postmes et al., 1998, S. Laut Christopherson (2007) nehmen sich Personen demnach selbst anonym wahr und es fehlen oft identitätsstiftende Hinweise die zum Beispiel durch die Verwendung von Usernamen wegfallen. Das wirkt sich auf das

Verhalten in der Gruppe aus, weil durch die Annahme anonym zu sein und den Wegfall der identitätsstiftenden Hinweise, Normen, Regeln und Standards der Gruppe verstärkt hervortreten und salienter wirken (vgl. Christopherson, 2007, S.3052).

Allein vor dem Computer sitzend, sind Personen weniger sichtbar und daher steigt die wahrgenommene Anonymität, wie Van Der Heide (2009), Spears und Postmes (2015) dazu ergänzen. In solch einem Kontext verstärken sich Gruppenidentitäten und feindselige Äußerungen gehören innerhalb dieser Gruppen zur Norm (vgl. Van Der Heide, 2009, S.44; Spears, Postmes, 2015, S.40).

Anonymität ist einer der Hauptfaktoren für Online-Enthemmung (Online disinhibition effect). Menschen fühlen sich weniger verletztlich, wenn sie die Möglichkeit haben ihre Handlungen im Internet von ihrer Identität zu trennen. Aber nicht nur Anonymität ist ein Faktor, der den Effekt der Enthemmung hervorruft. Suler (2004) hat insgesamt sechs Faktoren entdeckt, die bei online disinhibition relevant sind (vgl. Suler, 2004, S.322).

Hierbei geht es, wie schon erwähnt, um die dissoziative Anonymität, bei der sich User*innen weniger verwundbar fühlen, weil sie namentlich nicht erkennbar sind. Der Faktor der Unsichtbarkeit im Netz beschreibt anders als die Anonymität, den Wegfall nonverbaler Signale. Kommunikation im Internet verläuft wenig Angesicht zu Angesicht und somit wirkt die Vermeidung des Augenkontakts zusätzlich enthemmender (vgl. Suler, 2004, S.322-323).

Denn wie auch Lapidot-Lefler und Barak (2012) herausfanden, spielt der Augenkontakt eine wichtige Rolle bei der Kommunikation. Augenkontakt wirkt sich nämlich besonders positiv auf das Gesprächsklima aus. In Diskussionen mit Augenkontakt kommt es viel weniger zu Beleidigungen und Drohungen als bei Gesprächen ohne Augenkontakt (vgl. Lapidot-Lefler, Barak, 2012, S.440).

Durch den Aspekt der Asynchronität bekommen Nutzer*innen kein unmittelbares Feedback. Die Interaktionen müssen nicht in Echtzeit stattfinden und so können hasserfüllte Kommentare zeitverzögerte Auswirkungen haben. Der Faktor der solipsistischen Introjektion beschreibt die Vorstellung von einem Gegenüber mit dem sich Nutzer*innen unterhalten. Beim online chatten entwickeln Menschen eine

bestimmte Vorstellung vom anderen, die aber sehr von der eigenen Persönlichkeit beeinflusst wird. Es kann sich sogar zu einem Gespräch mit sich selbst entwickeln, das Enthemmung fördert und viele psychologische Themen freilegt (vgl. Suler, 2004, S.322-324).

Durch den Faktor der dissoziativen Fantasie, glauben Menschen, dass Online getrennt von Offline abläuft und so auch andere Regeln gelten. Sobald der Computer ausgeschaltet ist und das tägliche Leben weitergeht, glauben Menschen das Spiel zurückgelassen zu haben. Verantwortung wird abgegeben für das, was Online in der fiktiven Spielewelt passiert ist, weil Nutzer*innen glauben, es hat nichts mit der Realität zu tun und nehmen es demnach nicht so ernst (vgl. Suler, 2004, S.323-324).

Beim Faktor der fehlenden Autorität geht es um die fehlende Moderation im Online-Bereich. Im Internet sind alle gleich, jedoch zögern Menschen dadurch weniger das zu sagen, was sie sich denken, wenn eine Autoritätsperson fehlt. Online trauen sich Menschen mehr und benehmen sich mehr daneben, weil keine Bestrafung droht und das Internet den Anschein erweckt, man unterhält sich mit Gleichaltrigen bei minimierter Autorität (vgl. Suler, 2004, S.324).

Dazu meinen Lapidot-Lefler und Barak (2012), dass die Online-Nicht-Identifizierbarkeit besonders durch die Faktoren fehlender Augenkontakt, Anonymität und Unsichtbarkeit beeinflusst werden. Die Kombination und unterschiedliche Ausprägung aus den drei Faktoren ergibt verschiedene Niveaus der Online-Unkenntlichkeit oder eben Online-Nicht-Identifizierbarkeit (vgl. Lapidot-Lefler, Barak, 2012, S.440).

Dahingehend wird mit dem Kanalreduktionsmodell erklärt, dass die Online-Kommunikation anders abläuft als eine Face-to-Face Kommunikation. Bei der Online-Kommunikation fehlen viele Sinneskanäle, die bei einer zwischenmenschlichen Face-to-Face Kommunikation gegeben sind. Gespräche werden daher meist unpersönlicher wahrgenommen und können entfremdet oder entmenschlicht wirken. Diese Defizite und das Fehlen von Sinneskanälen können für viele Eskalationen und Streits in Diskussionen verantwortlich sein, so Döring (2019) (vgl. Döring, 2019, S.170-171).

Eine bestimmte Theorie oder ein bestimmtes Modell, um interpersonale Online-Kommunikation zu erklären gibt es nicht, denn dafür ist die Kommunikation im Netz zu stark ausdifferenziert (vgl. Döring, 2019, S.170). Außerdem gilt beim Enthemmungseffekt auch, dass individuelle Merkmale und die Persönlichkeit ausschlaggebend dafür sind, inwieweit Menschen beeinflusst werden (vgl. Suler, 2004, S.324).

Ein weiterer Effekt, der einen Einfluss darauf hat, wie sich Menschen Online verhalten, ist der selective exposure effect. Hierbei neigen Individuen bei der Entscheidungsfindung eher dazu, Informationen zu bevorzugen, die mit ihren Entscheidungen übereinstimmen. Andere Informationen, die sich nicht mit ihren Entscheidungen decken, werden weniger präferiert. Dies wirkt sich nachteilig auf die Qualität der Entscheidungsergebnisse aus (vgl. Fischer, Greitemeyer, 2010, S.384). Personen, die sich ähnlicher sind, gelangen eher in Kontakt als Personen, die weniger gemeinsam haben, wie durch social homophily erklärt wird (vgl. McPherson et al., 2001, S.416).

Menschen unterschätzen daher oft, wie ihre Worte wirken im Online-Bereich und wissen gar nicht, was eine hasserfüllte E-Mail oder unfreundliche Aussagen anrichten. Das hängt mit dem Gefühl der Unsichtbarkeit im Netz zusammen und mit den fehlenden nonverbalen Signalen, durch die ein unmittelbares Feedback des Gegenübers ausbleibt. So unterscheiden sich die Diskussionen und interpersonalen Gespräche im Internet wesentlich von den zwischenmenschlichen Gesprächen im Offline-Bereich (vgl. Brodnig, 2017, S.19).

5. Auswirkungen auf das Verhalten im Netz und Umgang mit Hass im Netz

In diesem Kapitel soll ein Überblick geschaffen werden, welche Folgen Hass im Netz hat und wie sich diese auf das Verhalten auswirken. Das Kapitel 5.1 beschäftigt sich dabei mit den Auswirkungen und das Kapitel 5.2 befasst sich mit den Umgangsformen. Diese Unterscheidung wird deshalb gemacht, weil Auswirkungen eher die negativen Folgen beleuchten und der Umgang die Handhabung mit Hass im Netz beschreibt. Dazu werden zum einen Arten und Folgen erläutert und zum anderen Strategien dargelegt.

5.1 Auswirkungen von Hass im Netz

Hate Speech schüchtert ein und geht mit verschiedenen Schäden einher. Psychologische wie physische Leiden sind oft Folgen. Diese individuellen beziehungsweise sozialen Schäden schränken Personen in ihrem Handlungsspielraum ein. Während sich Depressionen mehr auf die Person selbst und ihre Psyche beziehen, zeigen sich soziale Folgen, indem Personen nicht mehr am gesellschaftlichen Leben teilnehmen wollen (vgl. Matsuda, 1989, S. 2320-2381).

Nach Geschke et al. (2019) leiden viele von Hate Speech betroffene Personen unter negativen emotionalen Folgen. Personen sind weniger zufrieden mit ihrem Leben und berichten über ein höheres Stressniveau. Diese Erfahrungen ziehen oft traumatische Verarbeitungsprozesse nach sich (vgl. Geschke et al., 2019, S.27; Feddes, Jonas, 2020, S.171; Leets, 2002, S.341). Betroffene von Online Hate Speech sind aggressiv, reagieren emotional und starke Depressionen können sogar zu Suizid führen (vgl. Obermaier et al., 2018, S.505; Citron, 2009, S.375). Außerdem kann Online Hate Speech dazu führen, dass die Gewalt Offline zunimmt (vgl. Müller, Schwarz, 2017, S.3).

Durch Hate Speech werden Nutzer*innen hinsichtlich ihrer Bereitschaft im Netz etwas zu äußern beeinflusst (vgl. Frischlich, 2022, S.111). Eine nicht unübliche Reaktion ist der Rückzug aus den sozialen Medien. Personen die Hate Speech erfahren haben, blockieren häufig die Verfasser*innen von beleidigenden

Kommentaren. Sie melden sich weniger zu Wort und löschen Beiträge, die Online Hate Speech beinhalten, wie Sackl-Sharif et al. (2021) schreiben. Das hat zur Folge, dass weniger freie Meinungsäußerung im Netz vorhanden ist und die Vielseitigkeit der Wortmeldungen zurückgeht (vgl. Sackl-Sharif et al., 2021, S.200).

Durch den Einsatz von Online Hate Speech wird Angst und Hilflosigkeit verbreitet und Betroffene zum Schweigen gebracht (vgl. Bocian et al., 2021, S.197). Häufig reagieren Betroffene nicht mit einer Gegenbotschaft, sondern schweigen eher (vgl. Josupeit, 2020, S.135). Um dieses Phänomen erklären zu können, wird mit der Typologie der Partizipationsmöglichkeiten von Lutz und Hoffmann (2017) gearbeitet. Die Perspektiven geben darüber Aufschluss, warum Menschen schweigen (vgl. Lutz, Hoffmann, 2017, S.9).

In der nachstehenden Tabelle wird ersichtlich, dass Counter Speech und Hate Speech Partizipationsformen sind. Diese werden eingeteilt in positiv-aktive Partizipation und negativ-aktive Partizipation, wobei zweiteres Hate Speech beschreibt. Passiv und aktiv wird hier nicht näher erläutert aufgrund der schweren Zuordenbarkeit. Die Nicht-Partizipation beschreibt das Schweigen, sowohl passiv als auch aktiv (vgl. Lutz, Hoffmann, 2017, S.9-13).

Partizipation			Nicht-Partizipation	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Positiv	Counter Speech (konstruktive Beteiligung)	Unfreiwillige Auferlegung (motivierte Beteiligung durch andere)	Enthaltung / Schweigen (konstruktive Art der Nichtbeteiligung)	Schweigen (wenig engagiert)
Negativ	Hate Speech (schädlich, unerwünschte Beteiligung)	Zufälliger Beitrag (unfreiwillige Formen der Beteiligung)	Selbstzensur / Schweigen (Nichtbeteiligung aus Angst)	Schweigen (Mangel an Ressourcen)

Abbildung 2: Typologie der Online (Nicht-) Partizipation (eigene Darstellung in Anlehnung an Lutz, Hoffmann, 2017, S.9)

Die Abbildung 2 zeigt, welche Formen des Schweigens es gibt. Daher dient diese Einteilung als möglicher Erklärungsansatz für den Untersuchungsgegenstand des Schweigens von Nutzer*innen aufgrund von Hate Speech. Mit der positiv-aktiven Nicht-Partizipation ist die Enthaltung gemeint. Personen schweigen aktiv als eine Art Protest und enthalten sich ihrer Meinung. Die negativ-aktive Nicht-Partizipation wird als Selbstzensur gesehen. Personen verstummen aufgrund der Angst vor negativen Folgen. Aus unterschiedlichen Gründen trauen sich User*innen sich nicht zu äußern. Bei der positiv-passiven Nicht-Partizipation sind Nutzer*innen generell wenig engagiert und sehen keinen Grund, sich aktiv einzubringen in das Geschehen. Die negativ-passive Nicht-Partizipation geht davon aus, dass Personen nicht die Ressourcen haben, um teilzunehmen. Dies kann beispielsweise ein Mangel an Lesekompetenz sein oder Nutzer*innen fehlen bestimmte materielle Ressourcen (vgl. Lutz, Hoffmann, 2017, S.9-13).

Schweigen ist eine Reaktion auf Online Hate Speech und kann in aktiv beziehungsweise passiv eingeteilt werden. Bei der aktiven Form hat das Schweigen eine Funktion, für die sich Nutzer*innen bewusst entscheiden. Josupeit (2020) spricht hier von Kosten-Nutzen-Faktoren, die darüber entscheiden, ob sich User*innen für das Schweigen entscheiden oder nicht. Bei der passiven Form des Schweigens fehlen meist die Gründe für eine bewusste Teilnahme oder die Ressourcen (vgl. Josupeit, 2020, S.137). Nutzer*innen sehen den Sinn an der Teilnahme nicht und können Online Hate Speech nicht als solche wahrnehmen und erkennen den Kontext nicht. Sie schweigen deshalb eher als Reaktion, wie mit der positiv-passiven Nicht-Partizipation ersichtlich wird. Bei der negativ-passiven Nicht-Partizipation fehlen die Ressourcen (vgl. Lutz, Hoffmann, 2017, S.10-11).

Wird Schweigen als positiv-aktive Nicht-Partizipation und als Folge von Online Hate Speech gesehen, sehen Lutz und Hoffmann (2017) das Schweigen als Boykott. Nutzer*innen schützen so ihre digitale Privatsphäre und Schweigen aufgrund dessen in Folge von Online Hate Speech. Nutzer*innen wägen ab, ob sich eine Äußerung lohnt und machen somit eine Kosten-Nutzen-Rechnung. Dies kann so weit führen, dass sich Nutzer*innen gar nicht mehr trauen, sich zu äußern. Dabei wird aus Angst und Hemmung geschwiegen und Lutz und Hoffmann (2017) beschreiben dies als die negativ-aktive Nicht-Partizipation. Hier sind User*innen

gehemmt, sich zu äußern aufgrund von negativen Folgen (vgl. Lutz, Hoffmann, 2017, S.11-13).

Diese negativen Folgen spielen eine große Rolle in der von Noelle-Neumann entwickelten Theorie der Schweigespirale. Die Angst vor Isolation ist der Ausgangspunkt der Theorie. Sie dient als Antrieb für die Entscheidung zu Reden oder eben zu Schweigen, wie Noelle-Neumann (1974) beschreibt. Die Autorin geht davon aus, dass die Isolation die größte Angst des Menschen ist. Wenn Personen denken, ihre Meinung sei die Minderheitsmeinung, kommt die Isolationsangst zum Vorschein. Aus dem Glauben heraus, nicht die Mehrheitsmeinung zu haben, weil durch die subjektive Wahrnehmung die Mehrheit der Nutzer*innen eine andere Meinung vertreten als die Person selbst, schweigen diese als Folge von Hate Speech. Die Person schweigt eher als sich in einer gegenteiligen Meinung zu äußern. Mit der Schweigespirale kommt es zu einem Prozess, der das Schweigen verstärkt. Menschen sind daher aus Angst vor Isolation eher weniger bereit, ihre Meinung zu äußern, wenn sie ihre Meinung als Minderheitsmeinung wahrnehmen und mehr bereit etwas zu kommunizieren, wenn sie ihre Meinung als Mehrheitsmeinung erkennen (vgl. Noelle-Neumann, 1974, S.43-51).

Repräsentativ sind diese Mehrheitsmeinungen von Kommentator*innen allerdings nicht (vgl. Ziegele et al., 2013, S.71; Springer et al., 2015, S.789-815). Vor allem bei Online Hate Speech sind es einige wenige Nutzer*innen, die für den Großteil der hasserfüllten Nachrichten verantwortlich sind. 5% der Accounts die Hate Speech verbreiten sind für 50% der Likes bei beleidigenden Inhalten verantwortlich. Das suggeriert Mehrheitsmeinungen im Online-Bereich und täuscht einen gesellschaftlichen Grundkonsens vor (vgl. Kreißel et al., 2018, S.25).

So werden Menschen eingeschüchtert und aus dem Netz verdrängt. Mit dem Begriff des Silencing wird beschrieben, dass Menschen Online zum Schweigen gebracht werden. Damit verfälscht sich nicht nur die Wahrnehmung der Gespräche und Diskussionen im Netz, sondern auch die Teilnahme an Diskussionen sinkt. Durch den Hass nutzen Menschen immer weniger soziale Netzwerke oder verwenden Social Media gar nicht mehr (vgl. Eckes et al., 2018, S.7-8).

Ein gestörtes Kommunikationsverhalten ist die Folge von Silencing. Meinungen, die nicht mit den eigenen Vorstellungen übereinstimmen, werden beispielsweise aktiv mit Shitstorms und dem Einsatz von Online Hate Speech bearbeitet. Das hat für andere User*innen zur Folge, dass sie abgeschreckt werden und weniger an Online-Diskussionen teilnehmen (vgl. Lumsden, Morgan, 2017, S.1-16). Mit besonders hartem Ton wird gegen Nutzer*innen vorgegangen, die eine andere Meinung vertreten. So wird versucht, durch Silencing Diskussionsräume einzunehmen (vgl. Brodnig, 2017, S.87). Brodnig (2017) spricht von „Zermürbungstaktik“ als Silencing. Nutzer*innen versuchen andere Nutzer*innen mit anderen Ansichten durch aggressive Tonalität davon abzuhalten, sich zu äußern. User*innen ziehen sich dann zurück und kommentieren weniger (vgl. Brodnig, 2017, S.176).

Online Hate Speech hat demnach einen starken Einfluss auf das Kommunikations- und Interaktionsverhalten auf digitalen Plattformen. Gespräche und Diskussionen werden dahingehend geprägt und können unterbunden werden (vgl. Sackl-Sharif et al., 2021, S.188).

Weil es in dieser Arbeit um die Auswirkungen auf das Kommunikationsverhalten von Personen geht, die mit Hate Speech Erfahrungen machten, ist es wichtig zu verstehen, warum es zum Schweigen kommen kann. Dahingehend wurde im vorliegenden Kapitel näher erläutert, wie und aus welchen Gründen Personen schweigen. Der empirische Teil soll dann darüber Aufschluss geben, ob und wie das Schweigen der Personen eingeteilt werden kann oder ob dahingehend andere Verhaltensmuster erkennbar werden.

5.2 Umgang mit Hass im Netz

Jede Person geht anders mit Hass im Netz um und kann einen Beitrag dazu leisten in Bezug darauf zu handeln (vgl. Fischer et al., 2021b, S.267). Laut der Partizipationstypologie von Lutz und Hoffmann (2017) kann man sich aktiv konstruktiv im Netz beteiligen. Diese Form von Beteiligung wird Counter-Speech genannt und als positiv-aktive Partizipation gesehen (vgl. Lutz, Hoffmann, 2017, S.9-13). Counter-Speech wird auch als „rational begründete Gegenrede“

bezeichnet mit der versucht wird, sich gegen Hate Speech zu wehren (Sponholz, 2018, S.288).

Counter-Speech oder Gegenrede ist eine Schutzmaßnahme, die oft als Reaktion auf Hate Speech gesehen wird. Allgemein ist Counter-Speech jede Maßnahme, die gegen Hate Speech geht und kann nicht nur mit Schrift und Sprache kommuniziert werden. Auch Aktionen und Aktivitäten gegen Hate Speech fallen unter Counter-Speech. Ziel ist es, etwas gegen die Hasskommentare im Netz zu tun (vgl. Schwertberger, Rieger, 2021, S.71-72). Es geht darum, Haltung zu zeigen und sich in Diskussionen einzumischen. Dadurch sollen Betroffene unterstützt werden. Mit Likes andere Kommentare unterstützen oder mit Bildern und Memes hasserfüllte Kommentare dämpfen, ist oft eine hilfreiche Methode. Aufrufe oder Aktionen gegen hasserfüllte Botschaften auf sozialen Netzwerken zu etablieren, dienen auch der Unterstützung gegen Hate Speech (vgl. Amadeu Antonio Stiftung, 2018, S.16).

Allerdings ist es dabei wichtig, dem Hass nicht mit Hass zu begegnen. Der öffentliche Widerspruch mittels Counter-Speech sollte möglichst sachlich vollzogen werden. Mit faktenbasierten Informationen und kritischen Fragestellungen können hasserfüllte Diskussionsräume aufgeweicht werden. Der Diskurs soll in eine positive Richtung gelenkt werden. Der Einsatz von humoristischen Beiträgen kann oft helfen, die Stimmung in solchen Gesprächen aufzulockern, sollte aber vorsichtig eingesetzt werden. Denn Humor kann falsch verstanden werden und die Thematik womöglich ins Lächerliche gezogen werden. Das hat einen eher negativen Effekt auf die Situation in schon hasserfüllten Diskussionen. Des Weiteren sollte das Ziel sein, dem Umfeld andere Meinungen und differenzierte Vorstellungen zu präsentieren, um den Kommentarverlauf vielfältiger zu gestalten. Gegen die Person vorzugehen, die Hate Speech verbreitet und diese vom Gegenteil zu überzeugen, ist oft schwer möglich und kann sehr schnell zu persönlichen Diskussionen führen. Diese Art von Solidarisierung wird als strategischer Ansatz verstanden, der als Reaktion auf Online Hate Speech erfolgen kann (vgl. Fischer et al., 2021b, S.267).

Neben dem Schweigen, das als Vermeidung von negativen Folgen wahrgenommen wird, ist Counter-Speech eine Art der Zivilcourage. Dabei muss allerdings festgehalten werden, dass diese Einteilung oft schwierig ist, da Schweigen als komplexe Funktion gesehen wird und es viele persönliche Gründe gibt, warum

Personen weniger an Online-Diskursen teilnehmen. Außerdem ist der Einsatz von Counter-Speech immer situationsabhängig und nicht frei von Risiken (vgl. Josupeit, 2020, S.154). Wie Sponholz (2018) dazu schreibt, darf der Einsatz von Counter-Speech nicht nur positiv gesehen werden. Da es zum einen nur Counter-Speech gibt aufgrund von Hate Speech und zum anderen der Konflikt nicht unbedingt gelöst wird. Vielmehr ist es möglich, dass es zu einer Rethematisierung des Problems oder Konflikts kommt, weil eben kontroverse Meinungen dargelegt werden (vgl. Sponholz, 2018, S.353). Im Zuge der Verwendung von Counter-Speech muss auch unterschieden werden, wer Gegenrede betreibt, da die Person, die Counter-Speech einsetzt, von Bedeutung ist. So haben öffentliche Personen mehr „Kapital“, wie Sponholz (2018) erklärt, was die Wirkung einer Aussage verstärken kann (vgl. Sponholz, 2018, S.438-439).

Aus der Forschung geht auch hervor, dass Online Hate Speech generell sehr kurzlebig und leicht zu verbreiten ist. Durch die Einbettung in soziale Netzwerke und fehlende Gegenrede besteht Online Hate Speech jedoch länger. Sobald allerdings die Bezugsgruppen auf den sozialen Netzwerken fehlen und Hasskommentare mit Gegenrede konfrontiert sind, hemmt dies den Effekt der Online Hate Speech. Die Aufrechterhaltung von Online Hate Speech hängt daher stark von der Community ab, die unterstützend wirkt. Bleibt diese Gemeinschaft aus, verstummen die Hassbotschaften (vgl. Zick, 2022, S.81).

Der Aspekt der Gemeinschaften ist auf Social Media von besonderer Bedeutung. Auch im Hinblick auf Aktionsgruppen, die gemeinsam gegen Online Hate Speech ein Zeichen setzen. Beispielsweise die Gruppe #ichbinhier gegründet 2017 nach dem Vorbild von Hannes Ley #jagärhär aus Schweden geht gegen Online Hate Speech vor. Gruppenmitglieder*innen setzen sich gemeinsam zusammen und gehen gegen Hasskommentare unter Facebook-Beiträgen vor (vgl. Kreißel et al., 2018, S.2). Wie Garland et al. (2022) festhalten, haben Gruppen, die sich gemeinsam gegen Online Hate Speech stellen, einen positiven Effekt auf die Gesprächskultur im Internet. Wenn sich Personen gegen Hassrede engagieren, hat dies einen motivierenden Effekt auf die Nutzer*innen und wirkt sich positiv aus. Mehr Nutzer*innen verteidigen und solidarisieren sich bei hasserfüllten Kommentaren (vgl. Garland et al., 2022, S.19).

Gruppen, die sich zusammenschließen und mobilisieren, können eine Form von Protest ausdrücken, wie es beim Aktivismus der Fall ist. Über soziale Medien beeinflusst Online-Aktivismus auch Offline-Protestaktionen. Gruppen wie Fridays for Future oder die Kampagnen Black-Lives-Matter, No Hate Speech Movement Campaign und MeToo Bewegungen formieren sich im Internet und schaffen Diskussionsräume für ihre jeweiligen Themen (vgl. Fielitz, Staemmler, 2020, S.425-426; Council of Europe, 2023, o.S.).

Mit Hilfe von digitalen Technologien entstehen Aktivismus Gruppen. Diese können verschiedene Formen annehmen und in Bezug auf Online Hate Speech verschiedene Ziele verfolgen. Dabei wollen Personen, die Aktivismus betreiben, Nutzer*innen motivieren, etwas gegen Hate Speech zu tun, sich stark zu machen, Haltung zu zeigen und sich zu sensibilisieren in Bezug auf Diskriminierungen (vgl. Klant, 2021, S.254-255).

Es gibt hierzu unterschiedliche Arten des Online-Aktivismus, wie Fielitz und Staemmler (2020) anmerken. Klick-Aktivismus, Hashtag-Aktivismus, Kampagnen-Aktivismus, Hacktivismus und Tech-Aktivismus sind Varianten davon. Mit Klick-Aktivismus werden beispielsweise Spenden bei Online-Petitionen gesammelt. Diese Form kann von Gruppen oder auch von einzelnen Individuen erstellt und eingesetzt werden. Beim Hashtag-Aktivismus kooperieren Nutzer*innen mit anderen und solidarisieren sich mit Wortmeldungen unter einem Beitrag. Somit engagieren sich bei dieser Form mehrere Personen, was zu Kooperationen führen kann. Eine strukturiertere Variante des Aktivismus ist der Kampagnen-Aktivismus, bei dem sich Menschen zu einer Gruppe zusammenschließen und als Organisation auftreten. Diese Organisationen berichten und mobilisieren gemeinsam für oder gegen ein Thema. Hacktivist*innen sind Personen, die mit Hacking in andere Systeme eindringen (vgl. Fielitz, Staemmler, 2020, S.429-437). Diese Gruppierungen greifen beispielsweise oft in geschlossene Systeme und Infrastrukturen ein und legen diese lahm. Ein bekanntes Kollektiv ist zum Beispiel die Hackergruppe Anonymous (vgl. Der Spiegel, 2022, o.S.). Von Tech-Aktivismus sprechen Fielitz und Staemmler (2020), wenn zum Beispiel eine alternative Plattform betrieben wird. Diese Plattform dient als Pendant zu herkömmlichen Kanälen und kann besseren Schutz bieten.

Hierunter fällt zum Beispiel die App Signal (vgl. Fielitz, Staemmler, 2020, S.429-437).

Als Einzelperson können hasserfüllte Kommentare auch gemeldet werden. Eine Möglichkeit die vor allem betroffenen Personen empfohlen wird, wie Fischer et al. (2021b) schreiben. Über Beratungsstellen oder direkt bei der Polizei können Hassnachrichten angezeigt werden. Beratungsstellen wie zum Beispiel in Wien der Verein ZARA (Zivilcourage und Anti-Rassismus-Arbeit) oder in der Steiermark die Antidiskriminierungsstelle helfen beim jeweiligen Thema und der Fallbearbeitung. Sie unterstützen mit Beratung im psychologischen und persönlichen Bereich Personen, die mit Hass im Netz Erfahrungen machten. Außerdem zeigen sie auf, wie mit Online Hate Speech umgegangen werden kann. Das Melden von hasserfüllten Nachrichten kann unter Umständen strafrechtlich verfolgt und Täter*innen ausgeforscht werden. Bei Nicht-Identifikation der Täter*innen werden Verfahren allerdings oft eingestellt (vgl. Fischer et al., 2021b, S.268-269).

Bewältigungsstrategien ermöglichen es, mit Online Hate Speech umgehen zu können (vgl. Wachs et al., 2019, S.11). Coping-Strategien sollen den Umgang mit Online Hate Speech erleichtern und als Bewältigung dienen. Dabei gibt es das emotionsfokussierte und problemfokussierte Coping. Bei der ersten Bewältigungsform geht es um die Regulierung der Emotionen. Beim Zweiten um Hate Speech also den Auslöser an sich, mit dem umgegangen wird (vgl. Schwertberger, Rieger, 2021, S.69). In Bezug auf den Umgang mit Online Hate Speech und den dabei entstandenen Stress kann das transaktionale Stressmodell als Erklärungsansatz dienen (vgl. Krause et al., 2021, S.171).

Bei dem entwickelten Stressmodell von Lazarus und Folkman (1987), geht es um die kognitive Bewältigung und Bewältigungsstrategien, die zusammen die Struktur der Bewältigung ergeben. Analysiert wird die Stresskomponente, beispielsweise Online Hate Speech, in drei Schritten. Als erstes wird die Situation analysiert und interpretiert. Hier entscheiden Personen, ob die Stresssituation negative Folgen haben kann oder es sich eher um irrelevante Informationen handelt. Bei der Einteilung in negative Folgen wird weiter unterschieden in gefährliche oder herausfordernde Situation. Anschließend, im zweiten Schritt, wird die Situation im Hinblick auf die Handlungsoptionen bewertet. Personen schätzen ihre Optionen ein

und wägen ab, ob es Ressourcen zulassen zu handeln und der Einsatz von Strategien notwendig ist. Werden nach Einschätzung der Situation Bewältigungsstrategien aktiviert, gibt es zwei mögliche Strategien (vgl. Lazarus, Folkman, 1987, S.145-148).

Wie zuvor erwähnt gibt es die emotionsfokussierte und problemfokussierte Bewältigungsstrategie (vgl. Schwertberger, Rieger, 2021, S.69). Wenn die Situation als kontrollierbar eingeschätzt wird, wenden Personen die problemfokussierte Strategie an, um den Stress zu reduzieren und die Situation in eine andere Richtung zu lenken. Das emotionsfokussierte Coping wird eingesetzt, wenn sich Personen aufgrund der Unkontrollierbarkeit des Stressors anpassen und eher zurückziehen (vgl. Compas et al., 2001, S.107-120). Dabei wird die Emotion reguliert (vgl. Schwertberger, Rieger, 2021, S.69). Beim dritten und letzten Schritt wird die Situation neu bewertet. Aus den erlebten Erfahrungen und Rückmeldungen beginnen Personen die Situation neu zu bewerten und ziehen ihre Schlüsse daraus (vgl. Lazarus, Folkman, 1987, S.145-148).

Laut Wachs et al. (2019) haben Bewältigungsstrategien durchaus Erfolg. Vor allem bei problemorientierten Bewältigungsstrategien kann beobachtet werden, dass technische Kenntnisse und Durchsetzungsfähigkeit wichtige Faktoren beim Umgang mit Online Hate Speech sind. Ein hohes Durchsetzungsvermögen und gute technische Kenntnisse gehen einher mit weniger Erfahrung mit Hass im Netz, wie die Ergebnisse der Studie von Wachs et al. (2019) zeigen (vgl. Wachs et al., 2019, S.1-13).

Untersuchungen belegen zwar, dass Bewältigungsstrategien wie zum Beispiel das Melden oder Blockieren von hasserfüllten Inhalten helfen und solche Strategien angewendet werden. Aber andere Reaktionen zeigen sich bei Opfern von Hass im Netz. Sie haben oft weniger Durchsetzungsvermögen und reagieren nicht mit den zuvor erwähnten Coping-Strategien auf Online Hate Speech. Vielmehr zeigt sich der Aspekt der Rache bei Betroffenen. Dies ist zu erkennen, wie Wachs et al. (2020a) bei der Analyse von Jugendlichen schreiben (vgl. Wachs et al., 2020b, S.141-147).

Ein starkes Selbstbewusstsein und gute Medienkompetenz sind demnach relevante Aspekte, die eine hohe Wirksamkeit aufweisen. Diese Eigenschaften sollen in Präventionsprogrammen jungen Menschen nähergebracht werden, um Online Hate Speech einzudämmen. Solche Interventionsprogramme beschäftigen sich mit Bewältigungsstrategien und können den Hass im Netz mindern (vgl. Wachs et al., 2019, S.1-13).

Allerdings ist es wichtig, ein Verständnis dafür zu entwickeln, was Online Hate Speech ist. Dabei geht es vor allem darum zu verstehen, was Diskriminierungen sind, welche stereotypischen Vorurteile es gibt und wo die Grenze liegt zwischen freier Meinungsäußerung und Hate Speech. Präventiv kann so geholfen werden, wenn Menschen erkennen, was beleidigende Nachrichten sind. Das kann helfen, hasserfüllte Kommentare einzuordnen und aufzudecken. Ausgangspunkt für präventive Hilfeleistungen ist das Verständnis und die Reflexion von Online Hate Speech (vgl. Wachs et al., 2020c, S.8).

6. Methodik und Forschungsdesign

In diesem Kapitel geht es um die Methodik und das Forschungsdesign. Die Methode wird erklärt und begründet. Das Forschungsdesign wird erläutert und die genaue Vorgehensweise der Fokusgruppendifkussion erklärt. Die Darstellung und Erläuterung dienen dem besseren Verständnis und der Nachvollziehbarkeit der Vorgehensweise.

6.1 Forschungsfrage

Die Forschungsfrage leitet sich dabei vom Arbeitstitel ab und lautet wie folgt:

Welche Auswirkungen hat Hass im Netz auf das Kommunikationsverhalten von jungen Erwachsenen im Alter von 20-30 Jahren in den sozialen Netzwerken?

6.2 Methode der Fokusgruppendifkussion

Für den zu untersuchenden Gegenstand wurde die Methode der Fokusgruppendifkussion ausgewählt. Darunter versteht man ein Gespräch zu einem bestimmten Thema mit mehreren Teilnehmer*innen bei dem Informationen gesammelt werden. Die Gruppendiskussion ist eine spezifische Form von Gruppeninterviews und verwandt mit der Methode der Befragung (vgl. Lamnek, 2010, S.408). Um die Diskussion auswerten zu können, wird das Material per Video oder Audiogerät aufgezeichnet (vgl. Lamnek, 2010, S.440). Vor allem für Meinungs- und Marktforschungen werden Gruppendiskussionen oft verwendet. Im deutschsprachigen Raum ist die Bezeichnung Gruppendiskussion vorherrschend und im englischsprachigen Raum werden Gruppendiskussionen als Focus-Groups bezeichnet (vgl. Flick, 2019b, S.259).

Der Ablauf einer Fokusgruppendifkussion kann grob in fünf Schritten dargestellt werden. Schritt eins ist die Auswahl der Teilnehmer*innen. Im zweiten Schritt wird das Thema vorgegeben und möglicherweise ein Stimulus beziehungsweise Grundreiz gesetzt. Beim dritten Schritt diskutieren die Teilnehmer*innen. Schritt vier

beschreibt die Aufzeichnung der Gruppendiskussion und im fünften Schritt wird das aufgezeichnete Material ausgewertet (vgl. Lamnek, 2010, S.416).

6.3 Begründung der Methodenwahl

Gruppendiskussionen eignen sich gut, um Einstellungen und Meinungen von Personen zu erforschen. Vor allem bei tabuisierten Themen eignen sich Gruppendiskussionen besser als herkömmliche Interviews, weil mit Hilfe der Gruppendynamik, Themen besser aufgearbeitet werden können (vgl. Flick, 2019b, S.257-258). Diese Methode wurde ausgewählt, weil eben empfindliche Themen, wie Hass im Netz und Erfahrungen damit, besser in Gruppendiskussionen diskutiert werden können.

Die Situation gleicht mehr einer Alltagssituation und daher lässt es sich besser diskutieren als bei künstlich erzeugten Interviewsituationen. Es geht mehr um die Prozesse innerhalb der Gruppe und weniger um das monologische Erzählen wie bei einem Interview (vgl. Flick, 2019b, S.257-258).

Bei Fokusgruppendiskussionen hat man den Vorteil, dass es spontane Äußerungen geben kann, mit denen neue Ideen hervortreten und sich andere Gesprächsthemen entwickeln können, als das der Fall bei Einzelinterviews ist. Des Weiteren sind Gruppen meist leistungsfähiger als eine Einzelperson aufgrund des kollektiven Wissens und der Ergänzungsmöglichkeiten durch die Teilnehmer*innen. Bei den Diskussionen werden die Teilnehmer*innen abwechselnd aktiv beziehungsweise passiv und müssen nicht immer Antworten liefern, wie bei einer Einzelinterviewsituation. Moderatoreneffekte werden zudem minimiert wegen der Gruppengröße bei Fokusgruppendiskussionen (vgl. Benighaus, Benighaus, 2012, S.130).

Schwierigkeiten bei Gruppendiskussionen liegen allerdings bei der Rekrutierung der Teilnehmer*innen und in der Kommunikation. Geeignete Personen für das Forschungsthema zu finden ist oft aufwendig. Es kann lange dauern, bis die für die Forschung relevanten Personen gefunden werden können. Deswegen sollte für die Rekrutierung genügend Zeit eingeplant werden (vgl. Schulz, 2012, S.30).

Außerdem gibt es den Faktor der Unvorhersehbarkeit, bei der man nicht genau sagen kann, wie die Personen kommunizieren und sich verhalten bei der Fokusgruppendifkussion. Wenn das Thema zum Beispiel zu schwer ist oder die Teilnehmer*innen nicht diskussionswillig sind aufgrund von Unberührtheit. Diese Dynamiken innerhalb der Diskussion sind oft kaum steuerbar (vgl. Schulz, 2012, S.25). Damit alle Teilnehmer*innen ungefähr gleich viel sprechen, darf die Gruppe auch nicht zu groß oder zu klein sein. Sonst können sich Schweiger in der Gruppe bilden und Personen mit zu viel Sprechanteil die Diskussion womöglich übernehmen (vgl. Lamnek, 2010, S.435). Geleitet wird die Diskussion von einem Moderator, der die Verantwortung trägt, dass Gespräche nicht ausufern und die teilnehmenden Personen nicht vom Thema abkommen (vgl. Lamnek, 2010, S.450).

Neben diesen Effekten gilt es aber hervorzuheben, dass vor allem die Gruppendynamik einer der größten Vorteile von Gruppendiskussionen ist. Der gruppendynamische Effekt beeinflusst das Engagement der Teilnehmer*innen positiv und steigert die Auskunftsbereitschaft. Ziel soll es sein, dass möglichst viele verschiedene Meinungen und Erfahrungen in der Diskussion zum Vorschein kommen und diskutiert werden, anstatt zu einer übereinstimmenden Aussage zu kommen (vgl. Littig, Wallace, 1997, S.2-3).

Außerdem werden im Vergleich zu quantitativen Erhebungen mit Fokusgruppendifkussionen Meinungen, Einstellungen und Erfahrungen breiter und genauer erhoben. Diese Daten können umfassender erhoben und analysiert werden, weil sie durch die Gesprächssituation in den Kontext gesetzt werden können. So können in der Gruppe die Bedürfnisse der Teilnehmer*innen besser artikuliert und begründet werden als in der qualitativen Forschung (vgl. Breitenfelder, Zeglovits, 2009, S.1107).

6.4 Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit bezieht sich in dieser Arbeit auf in Österreich lebende junge Erwachsene. Diese sind zwischen 20 und 30 Jahre alt und sind in sozialen Netzwerken aktiv.

Die Personen, die am häufigsten Social Media nutzen sind eher in einer jüngeren Altersgruppe verortet. Männliche sowohl weibliche Personen nutzen soziale Netzwerke dabei für private Zwecke. Am höchsten ist die Nutzung sozialer Netzwerke in den Altersgruppen von den 16 bis 24- und 25 bis 34-Jährigen (vgl. Statistik Austria, 2022a, o.S.; Statistik Austria, 2022b, o.S.). Dahingehend wurde die Zielgruppe, für die relevante Forschungsfrage der Arbeit so ausgewählt, dass die beiden stärksten Nutzungsgruppen abgebildet werden. Diese bezieht sich auf Personen im Alter von 20 bis 30 Jahren.

6.5 Theoretisches Sampling

Die Zusammensetzung der Gruppe spielt eine wichtige Rolle bei Gruppendiskussionen. Die Teilnehmer*innen können eine homogene oder heterogene beziehungsweise eine natürliche oder künstliche Gruppe darstellen. Bei homogenen Gruppen haben die Teilnehmer*innen einer oder mehrere Merkmale gemeinsam, wobei sich bei heterogenen Gruppen die teilnehmenden Personen dahingehend unterscheiden. Natürliche Gruppen sind Gruppen, die auch außerhalb der Laborsituation als Gruppe agieren, wie zum Beispiel eine Familie. Als künstliche Gruppen werden Gruppen bezeichnet die künstlich zusammengestellt wurden für die jeweilige Situation. Bei der Auswahl der Teilnehmer*innen kommt es auf das Erkenntnisinteresse an. Demnach werden die Teilnehmer*innen so ausgewählt, dass relevante Merkmale zutreffen und diese analysiert werden können. Es handelt sich dabei um ein Theoretical Sampling, bei dem sich die Auswahlkriterien aus der Theorie ableiten lassen und die Personen gezielt ausgewählt werden (vgl. Lamnek, 2010, S.437-438).

Dabei geht es nicht um die Anzahl der teilnehmenden Personen, sondern viel mehr darum, möglichst viele Erfahrungen und Einstellungen durch die Teilnehmer*innen zu repräsentieren (vgl. Merrens, 2005, S.291). Es geht dabei um die Vielfältigkeit der Information und Meinungen (vgl. Flick, 2006, S.111).

Die Auswahl der Privatpersonen für die Beantwortung der Forschungsfrage wurde nach diesem Sampling gebildet. Mit Hilfe der oben beschriebenen Auswahlkriterien wurden die Teilnehmer*innen rekrutiert. Im Hinblick auf die Forschungsfrage wurde

den Faktoren Geschlecht, Religion, sexuelle Ausrichtung, soziale und ethnische Herkunft keine spezielle Relevanz zugeschrieben. Jedoch wurde versucht anhand der Vielfaltsdimensionen (Geschlecht, ethnische Herkunft, sexuelle Orientierung, Behinderung, Religion, politische Anschauung) Personen zu finden, die dahingehend Hass Im Netz erfahren haben. Bei der Gruppe handelt es sich um eine homogene & künstliche Gruppe, weil die Teilnehmer*innen vergleichbare Merkmale aufweisen, die Gruppe aber künstlich zusammengestellt wurde. Die teilnehmenden Personen sind Privatpersonen, sind zwischen 20 und 30 Jahre alt, nutzen Social Media und haben Erfahrung mit Hass im Netz. Dies wurde bei der Rekrutierung der Teilnehmer*innen durch Nachfragen bestätigt.

6.6 Forschungsdesign

Mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2005) wird die Fokusgruppendifkussion ausgewertet. Das Forschungsdesign der qualitativen Inhaltsanalyse wird verwendet, um Kommunikationsmaterial dokumentieren und analysieren zu können. Dies muss sich nicht auf Texte begrenzen, sondern kann beispielsweise auch bildliches oder musikalisches Material umfassen (vgl. Mayring, 2005, S.468-469). In dieser Arbeit wird der aus der Gruppendiskussion transkribierte Text analysiert.

Nach Mayring (2000) sind folgende Kriterien besonders relevant, um eine qualitative Inhaltsanalyse zu entwickeln. Die Zuordnung zu einem Kommunikationsmodell, die Regelgeleitetheit, Kategorien und Gütekriterien (vgl. Mayring, 2000, S.2-3).

Das Material aus einer qualitativen Inhaltsanalyse darf nicht allein und isoliert betrachtet werden. Es muss immer als Teil einer Kommunikationskette verstanden werden und in ein Kommunikationsmodell eingeordnet werden. So wird das Ziel der Analyse festgelegt und soziokulturelle Hintergründe und die Entstehungssituation geben Aufschluss darüber, wie das Material entsteht. Bei der Regelgeleitetheit geht es um die Bearbeitung des Materials. Mit Hilfe von Analyseeinheiten wird das Material eingeteilt und strukturiert. Beschrieben wird dies als inhaltsanalytisches Ablaufmodell (vgl. Mayring, 2000, S.2-3; Mayring, 2015, S.29).

Mit den Kategorien werden die Analyseaspekte erläutert, eingeteilt und begründet. Im Laufe des Prozesses bei der Auswertung können die Kategorien überarbeitet und angepasst werden. Für die Nachvollziehbarkeit des Verfahrens braucht es Gütekriterien, mit denen die Ergebnisse verglichen werden können. Dies beschreibt den Triangulationsansatz, bei dem Ergebnisse nachvollziehbar sein müssen und mit anderen Studien vergleichbar sein sollen (vgl. Mayring, 2000, S.2-3; Mayring, 2015, S.29).

Bei der qualitativen Inhaltsanalyse als intersubjektive Methode geht es weniger um die Quantifizierung, sondern darum ein System für die Analyseschritte zu erstellen. Das Ziel bei der qualitativen Forschung ist es, mit Hilfe eines Systems von Theorien und Regeln Rückschlüsse zu bilden zu bestimmten Erfahrungen und Ereignissen (vgl. Mayring, 2005, S.468-469).

6.7 Gütekriterien

In der qualitativen Forschung sind allgemeine Kriterien und Standards nicht ganz klar definiert. Aufgrund der Diversifizierung in der qualitativen Forschung ist es jedoch auch weniger wünschenswert Standards zu haben, weil sie von der Vielfältigkeit und dem Verzicht von allgemeinen Standards und Kriterien geprägt ist. Die Replikation dient daher weniger als Gütekriterium in der qualitativen Forschung (vgl. Flick, 2019a, S.485).

Speziell bei Gruppendiskussionen, ist es schwer durch die vorherrschende Gruppendynamik bei verschiedenen Gruppen zu vergleichbaren Ergebnissen zu gelangen. Dieser Faktor kann außerdem auch die Validität beeinflussen. Des Weiteren gilt bei standardisierten Verfahren die Beeinflussung anderer als Störung. Für die Methode der Gruppendiskussion ist das allerdings ein wichtiger Bestandteil und gehört zum Verfahren dazu. Die teilnehmenden Personen ebenso wie die Moderator*innen beeinflussen die Gesprächssituation und machen das Verfahren so realistischer als andere Methoden (vgl. Vogl, 2019, S.696).

Generell sollte beim qualitativen Arbeiten die Wahl der Methode begründet sein, die Vorgehensweise expliziert, Ziele und Ansprüche an das Projekt dargelegt werden

und eine transparente Darstellung der Ausarbeitung vorliegen, um das Vorhaben Dritten verständlich erklären zu können (vgl. Flick, 2019, S.485). Dahingehend werden für die qualitative Forschung eigene Gütekriterien diskutiert (vgl. Flick, 1987, S.253-259; Mayring, 2002, S.144-148). Diese Kriterien beziehen sich auf die Verfahrensdokumentation, kommunikative Validierung, Triangulation, argumentative Interpretationsabsicherung, Nähe zum Gegenstand und Regelgeleitetheit (vgl. Mayring, 2010, S.118).

In der qualitativen Forschung muss das Verfahren genau dokumentiert werden. Methoden müssen beschrieben werden und auch die Auswertungsmethode, damit die Ergebnisse wissenschaftlich nachvollziehbar sind. Bei der argumentativen Interpretationsabsicherung geht es darum, dass die Interpretation schlüssig sein soll. Da die Interpretation ein sehr wichtiges Instrument ist, muss das Vorgehen erklärt werden. Deutungen sind dann verständlich, wenn Interpretationen schlüssig sind und in diesem Sinn auch theoriegeleitet begründet werden können. Gründe für Ausnahmen und Alternativen bei der Interpretation gehören dabei erklärt (vgl. Mayring, 2002, S.144-146).

Die qualitative Forschung soll offen gestaltet und breit sein. Trotzdem dient eine gewisse Regelgeleitetheit dazu, das Material systematisch einteilen und auswerten zu können. Mit Kategorien kann das Material eingeteilt und in verschiedenen Analyseschritten bearbeitet werden. Durch die aufgestellten Verfahrensregeln kann der Untersuchungsgegenstand besser analysiert werden. Ein weiteres Gütekriterium ist die Nähe zum Gegenstand. In der qualitativen Forschung wird versucht, möglichst nahe an den zu erforschenden Gegenstand zu kommen. Um das zu erreichen, wird weniger eine Laborsituation geschaffen, sondern vielmehr eine Alltagssituation, die so natürlich wie möglich sein soll. Es geht darum die Lebenswelt zu erforschen und dabei nicht von der realen Welt abzuweichen, um diese analysieren zu können. Die Nähe zum Gegenstand wird eben damit erreicht, wenn ein möglichst offenes und reales Verhältnis geschaffen wird (vgl. Mayring, 2002, S.144-146).

Die kommunikative Validierung meint, dass die Interpretationen und Ergebnisse durch die Beforschten nochmals überprüft werden sollen. Durch die Diskussion können die Ergebnisse abgesichert werden. Dieses Kriterium weist allerdings einen

sehr subjektiven Charakter auf und darf daher nicht alleinstehen. Bei der Triangulation geht es nicht um eine komplette Übereinstimmung, sondern um den Vergleich der Ergebnisse (vgl. Mayring, 2002, S.146-148). Denzin versteht darunter, dass ein Gegenstand mit verschiedenen Methoden untersucht wird. Durch das Gegenüberstellen und die Kombination verschiedener Theorien, unterschiedlicher Daten und verschiedener Interpreten, können die Ergebnisse besser verglichen werden und das erhöht die Validität (vgl. Denzin, 1978, S.291; Mayring, 2002, S.148). Somit kann der Untersuchungsgegenstand besser abgebildet werden und das Gegenüberstellen als Absicherung dienen (vgl. Flick, 1987, S.258).

6.8 Umsetzung der Fokusgruppendifkussion zu Hass im Netz

Hier wird beschrieben, wie die Fokusgruppendifkussion umgesetzt wurde. Es geht um die Erstellung des Leitfadens, der als Struktur dient. Der Ablauf der Diskussion wird näher erläutert und dahingehend auf die Aufzeichnung eingegangen. Anschließend wird erklärt, mit welchen Kategorien das entstandene Material eingeteilt und ausgewertet wird.

Die Rekrutierung der Teilnehmer*innen hat sich trotz langer Vorlaufzeit nicht einfach gestaltet. Es waren vor allem der persönliche Kontakt und die Aufklärung des zu untersuchenden Gegenstands notwendig, um Privatpersonen für die Teilnahme zur Gruppendiskussion zu gewinnen. Über verschiedene Kontakte, Organisationen und soziale Netzwerke haben sich acht Teilnehmer*innen dazu bereit erklärt, bei der Fokusgruppendifkussion mitzumachen. Aufgrund von unvorhersehbaren Ereignissen, Krankheit und familiären Notfällen waren bei der Fokusgruppendifkussion fünf Personen anwesend. Um die Anonymität der Teilnehmer*innen zu gewährleisten, wurde der Termin für die Fokusgruppendifkussion mit allen einzeln besprochen und die Personen wurden auf die Teilnahmebedingungen aufmerksam gemacht. Am 27. Juni 2023 wurde die Fokusgruppendifkussion an der FH St. Pölten in einem Seminarraum schließlich mit fünf Personen durchgeführt.

6.8.1 Aufbau des Leitfadens

Strukturiert wird die Diskussion mit einem Leitfaden. Ähnlich wie bei qualitativen Einzelinterviews dient er zur Orientierung für den Moderator der Fokusgruppendifkussion. Damit überprüft der Moderator, dass alle Aspekte, die für den zu untersuchenden Forschungsgegenstand relevant sind, angesprochen werden (vgl. Schulz, 2012, S.9). Im Gegensatz zu Interviews ist der Leitfaden eher flexibel, anpassungsfähig und weniger strikt gehalten (vgl. Zwick, Schröter, 2012, S.27). Der Leitfaden soll weniger strukturiert sein und grobe Rahmenthemen enthalten, die in der Diskussion dann besprochen werden. Überthemen können zu detailreicheren Aspekten führen und diskutiert werden. Nach und nach sollte sich die Diskussion spezifizieren und unter Berücksichtigung der Gruppendynamik die Themen ausgestaltet werden (vgl. Vogl, 2019, S.697).

Für die Fokusgruppendifkussion wurde ein Leitfaden erstellt, der als Orientierungshilfe dient. Außerdem sollen die aus der Theorie gewonnenen Erkenntnisse mit den Erkenntnissen aus der Fokusgruppendifkussion analysiert werden. Um die jeweiligen Themenfelder genauer zu untersuchen, wurden dazu Fragen entwickelt. Durch mehrere Runden an Ergänzungen wurde der Leitfaden ständig angepasst, komplementiert und schließlich vervollständigt. Aus der Literaturrecherche für diese Arbeit und der dargestellten Theorie lassen sich folgende drei Teile ableiten, welche die Struktur des entwickelten Leitfadens aufzeigen:

- Kommunikationsverhalten im Internet
- Wahrnehmung von Hass im Netz
- Auswirkungen und Umgang mit Hass im Netz

Dazu wurden zu den verschiedenen Themenfeldern Stimuli gesucht wie zum Beispiel Hasspostings, die für die Teilnehmer*innen als Reiz dienen. Insgesamt wurden drei Stimuli dahingehend ausgewählt und für die Fokusgruppendifkussion in ausgedruckter Form vorgelegt.

Der erste Hinweisreiz war ein auf Facebook geposteter Kommentar vom No Hate Speech Movement. Der Kommentar beschreibt, wie eine Moderation auf sozialen Netzwerken aussieht. Dieser Stimulus bezieht sich damit auf das Themenfeld

Kommunikationsverhalten im Internet und wurde gewählt, um zu erfragen, ob die teilnehmenden Personen solche Maßnahmen kennen und wie sie diese Moderationsmaßnahmen empfinden.

Für das Themenfeld Wahrnehmung von Hass im Netz wurden zwei Stimuli gezeigt. Beim zweiten Hinweisreiz wurde ein Instagram Beitrag gewählt, der eine weibliche Person auf einem Bild zeigt, bei dem daneben Hasskommentare zu sehen sind. Dazu wurde ein Facebook Kommentar ausgewählt, der rassistische Äußerungen beinhaltet. Es geht dabei darum, herauszufinden, wie die Teilnehmer*innen diese Art von Hass sehen, wahrnehmen und darauf reagieren.

Der Leitfaden wurde chronologisch je nach Themenschwerpunkt aufgebaut und mit den dazu passenden Stimuli versehen. Es ist allerdings anzumerken, dass der Leitfaden so entwickelt wurde, dass Fragen beziehungsweise Themen beweglich sind, um auf Situationen in der Diskussion reagieren zu können. Um eine gewisse Flexibilität zu gewährleisten und die durch die Gruppendynamik entstandene Diskussion nicht zu stören, wurde der Leitfaden anpassungsfähig gestaltet.

6.8.2 Ablauf der Fokusgruppendifkussion

Der Ablauf einer Fokusgruppendifkussion kann wie zuvor beschrieben grob in fünf Schritten dargestellt werden (vgl. Lamnek, 2010, S.416):

- Auswahl der Teilnehmer*innen
- Vorgeben des Themas mit Stimulus, wenn vorhanden
- Diskussion
- Aufzeichnung des Gesprächs
- Auswertung des aufgezeichneten Materials (vgl. Lamnek, 2010, S.416)

So wurde auch bei dieser Fokusgruppendifkussion vorgegangen. Die Teilnehmer*innen wurden ausgewählt und zur Diskussion eingeladen. Für die Diskussion wurde genügend Zeit veranschlagt und weil viele der teilnehmenden Personen berufstätig sind, um 19:00 angesetzt. Nach Ankunft wurde den Teilnehmer*innen eine Einverständniserklärung ausgeteilt, die sie unterschrieben haben und damit den Teilnahmebedingungen zustimmten. Alle Teilnehmer*innen

stimmten damit zu, dass ihre Daten anonymisiert und vertraulich behandelt werden. Sie werden nicht an Dritte weitergegeben und nur für den zu untersuchenden Gegenstand verwendet. Zusätzlich wurden sie auch mündlich noch einmal über die freiwillige Teilnahme und Bedingungen informiert und es wurde sichergestellt, dass sie die Bedingungen verstanden haben.

Danach wurden alle recht herzlich begrüßt und der Moderator bedankte sich bei der Teilnahme aller anwesenden Personen und wies nochmals daraufhin, dass die Teilnahme freiwillig ist. Es folgte eine kurze Vorstellungsrunde und ein Aufnahmetest für die Aufnahmegeräte. Die Diskussion wurde gestartet mit einer Eingangsfrage und der Moderator führte anschließend durch die Diskussion. Die Stimuli wurden als ausgedruckte A4 Zettel bei den bestimmten Themenfeldern hergezeigt und durch die Runde gegeben. Für die Beantwortung der Themen wurde vom Moderator nachgefragt und alle teilnehmenden Personen einbezogen. Als die Meldungen abnahmen und keine neuen Aussagen mehr zustande kamen, wurde der nächste Themenblock eingeleitet. Bei Ausschweifungen oder wenn das Gespräch ins Stocken geriet, wurde die Frage vom Moderator neu oder umformuliert. Es wurde stets auf eine angenehme Dynamik und einen respektvollen Umgang geachtet. Die Fokusgruppendifkussion wurde durch keine externen unvorhersehbaren Ereignisse gestört und lief reibungslos ab. Die Gruppendiskussion dauerte circa eine Stunde und fünfzehn Minuten. Am Schluss bedankte sich der Moderator bei den teilnehmenden Personen und beendete die Aufnahme. Nach Abschluss der Diskussion saßen die Teilnehmer*innen noch kurz zusammen, pausierten und verabschiedeten sich anschließend.

6.8.3 Aufzeichnung der Fokusgruppendifkussion

Die Aufzeichnung der Fokusgruppendifkussion wurde mittels Aufnahmegerät und einem iPhone aufgenommen. Die Diskussion wurde mit zwei voneinander unabhängigen Geräten aufgenommen, um mehr Sicherheit zu haben. Vor der Aufnahme wurde jeweils ein Test mit den Geräten gemacht, um die Qualität zu testen und für eine reibungslose Aufnahme zu sorgen.

Die Aussagen und Meinungen der teilnehmenden Personen an der Fokusgruppendifkussion stehen im Mittelpunkt. Dabei wurden die wesentlichen Aspekte beim Vorgehen genau dokumentiert. Das bezieht sich auf die Fokusgruppe, Diskussion mit Audioaufzeichnung und Transkription (vgl. Hilpert et al., 2012, S.175). Die Transkription ist die Verschriftlichung von Kommunikation in verbaler oder nonverbaler Form. Abhängig vom Untersuchungsgegenstand verläuft die Transkription verschieden detailreich (vgl. Kuckartz, 2010, S.38).

Bei dieser Fokusgruppendifkussion sind die Aussagen der Teilnehmer*innen von Relevanz und deshalb liegt der Fokus bei der Transkription auf der verbalen Kommunikation und weniger auf der nonverbalen Ebene.

Da es keine festgelegten Transkriptionsstandards, sondern mehrere Transkriptionsregeln gibt, wurden die Regeln von Kuckartz (2010) und Dresing, Pehl (2018) beachtet und dahingehend transkribiert (vgl. Kuckartz, 2010, S.41). Bei einfachen Transkriptionsregeln geht es darum, die Sprache zu glätten und das Hauptaugenmerk liegt auf dem Gesagten und dem Inhalt (vgl. Kuckartz et al., 2008, S.27).

Dabei wird das gesprochene Wort verschriftlicht und wortwörtlich transkribiert. Dialekte und Wortverschleifungen werden ins Hochdeutsche übersetzt und an das Schriftdeutsch angepasst. Die Struktur des Satzes wird beibehalten, auch wenn sie syntaktische Fehler aufweist. Die Umgangssprache wird transkribiert und das Stottern ausgelassen. Falls etwas unverständlich ist, wird diese Passage mit „(unv.)“, unverständlich, markiert. Da es mehrere befragte Personen gibt, werden diese mit einem Kürzel und einer Nummer im Transkript markiert. In Anlehnung an die Transkriptionsregeln von Dresing und Pehl (2018) werden die befragten Personen mit „T“ für Teilnehmer*in und der Moderator mit „I“, für interviewende Person, gekennzeichnet (vgl. Dresing, Pehl, 2018, S.21-22).

In dieser Fokusgruppe gibt es daher einen Moderator (interviewende Person), I und befragte Personen (Teilnehmer*innen), T1-5. Zum Transkribieren wurde die Transkriptionssoftware „Scribe“ verwendet und anschließend in mehreren Schleifen Korrektur gelesen. Dabei wurden die beschriebenen Transkriptionsregeln befolgt und danach das Material korrigiert.

6.8.4 Auswertungsmethode und Categoriesystem

Wie im Kapitel 6.6 beschrieben, wird das Kommunikationsmaterial dokumentiert und analysiert mittels qualitativer Inhaltsanalyse. Um ein systematisches und regelgeleitetes Vorgehen zu gewährleisten, wird mit einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015) ausgewertet und mit dem festgelegten Ablaufmodell gearbeitet (vgl. Mayring, 2015, S.50). Dies wird hier vorgestellt und das Categoriesystem dargestellt.

Zuerst geht es um die Festlegung des Materials. Es wird bestimmt und definiert, welches Material von Relevanz ist und analysiert werden soll. Dies kann sich im Laufe der Forschung verändern und fortgehend adaptiert werden (vgl. Mayring, 2015, S.54). Analysiert wird in dieser Arbeit das entstandene Transkript aus der Gruppendiskussion.

Im zweiten Schritt folgt die Analyse der Entstehungssituation. Dabei wird beschrieben, unter welchen Bedingungen das Material entstanden ist. Es geht darum, wer mit wem wo und unter welchen Umständen Material erstellt hat. Die Hintergründe, Zielgruppe und das Handlungsinteresse werden hier erklärt (vgl. Mayring, 2015, S.54). In dieser Arbeit geben die vorigen Kapitel beispielsweise über die Grundgesamtheit und das theoretische Sampling darüber genau Aufschluss.

Im nächsten Schritt geht es um die formalen Charakteristika des Materials. Die Form, in welcher das Material vorliegt, ist hierbei relevant und es wird erklärt, wie diese Form entstanden ist (vgl. Mayring, 2015, S.55). Bei dieser Arbeit handelt es sich um eine Gruppendiskussion, die mit einem Audiogerät aufgenommen, anschließend transkribiert wurde und als Textmaterial vorliegt.

Im vierten Schritt wird die Richtung der Analyse vorgegeben. Nach Mayring (2015) gibt es eine Einordnung in ein inhaltsanalytisches Kommunikationsmodell. Aussagen können demnach verschiedene Aspekte beleuchten und etwas über Kommunikator, Gegenstand oder die Zielgruppe sagen (vgl. Mayring, 2015, S.58-59). In dieser Arbeit geht es vor allem um Erwartungen, Einstellungen und das Wissen der Zielgruppe.

Die theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung beschreibt die Interpretation des Materials. Vorab wird eine Fragestellung aufgestellt, die theoretisch und inhaltlich begründet wird. Diese muss an die Theorie angebunden sein und bisherige Forschung über den Gegenstand muss dargelegt werden. Anschließend wird an diesen Gegenstand angeknüpft (vgl. Mayring, 2015, S.59-60). Forschungsstand und Forschungsfrage in dieser Forschungsarbeit beschreiben den Gegenstand und die zu erforschende Lücke.

Im nächsten Schritt geht es um die Bestimmung der Analysetechnik und die Festlegung des Ablaufmodells und Categoriesystems. Dabei gibt es die Technik der Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung. Bei der Zusammenfassung wird das Material reduziert auf die wesentlichen Inhalte und dient als Abbild. Die Explikation erläutert und erklärt Textstellen und dient als Zusatz für das Material. Beim Strukturieren werden nach vorher festgelegten Kriterien Aspekte herausgefiltert und eingeordnet. Diese Analyseformen können gemischt werden oder eine Analyseform gewählt werden (vgl. Mayring, 2015, S.61-67). Für die vorliegende Arbeit wurde die Technik der Strukturierung herangezogen. Mittels vorher festgelegter Kategorien werden Aussagen herausgefiltert und eingeteilt.

Bei der Definition der Analyseeinheiten geht es um die Kodier-, Kontext- und Auswertungseinheiten. Die Kодиereinheit ist der kleinste Bestandteil des Materials der verwendet wird, um in eine Kategorie eingeteilt zu werden. Mit Kontexteinheit wird der größte Textbestandteil beschrieben, der eingeteilt werden kann. Die Auswertungseinheit gibt über die Abfolge des gesamten Materials Bescheid (vgl. Mayring, 2015, S.61). Als kleinster Bestandteil des Materials wird in dieser Arbeit ein Satz bezeichnet. Eine Kontexteinheit bezieht sich auf einen ganzen Absatz oder eine durchgehende Aussage und die Auswertungseinheit stellt die Gesamtheit aller Wortmeldungen in der Gruppendiskussion dar. Für die Arbeit nicht relevante, ausschweifende oder vom Thema abkommende Wortmeldungen werden in der Auswertung und Paraphrasierung ausgelassen.

Das Ablaufmodell mit Kategoriensystem stellt die Analyseschritte in Anlehnung an das allgemeine inhaltsanalytische Ablaufmodell dar. In Anbetracht des zu untersuchenden Gegenstands dieser Arbeit wurde wie vorher erläutert, das strukturierende Modell gewählt mit deduktiver Kategoriebildung. Das bedeutet

Kategorien werden mit Hilfe von Theorien gebildet (vgl. Mayring, 2015, S.70-87). Dieser Ablauf wird im Anschluss durch die Abbildung 3 zum besseren Verständnis visuell dargestellt. Vorher wird der letzte Schritt des inhaltsanalytischen Ablaufmodells erklärt.

Im letzten Schritt des inhaltsanalytischen Ablaufmodells geht es um die Ergebnisse. Diese werden zusammengetragen und interpretiert. Dabei steht die Interpretation der Ergebnisse und die Beantwortung der Forschungsfrage im Mittelpunkt (vgl. Mayring, 2015, S.61).

Nun folgt die visuelle Darstellung des strukturierenden Modells, um die Arbeit mit dem Material besser erklären zu können und die Beschreibung der Kategorien.

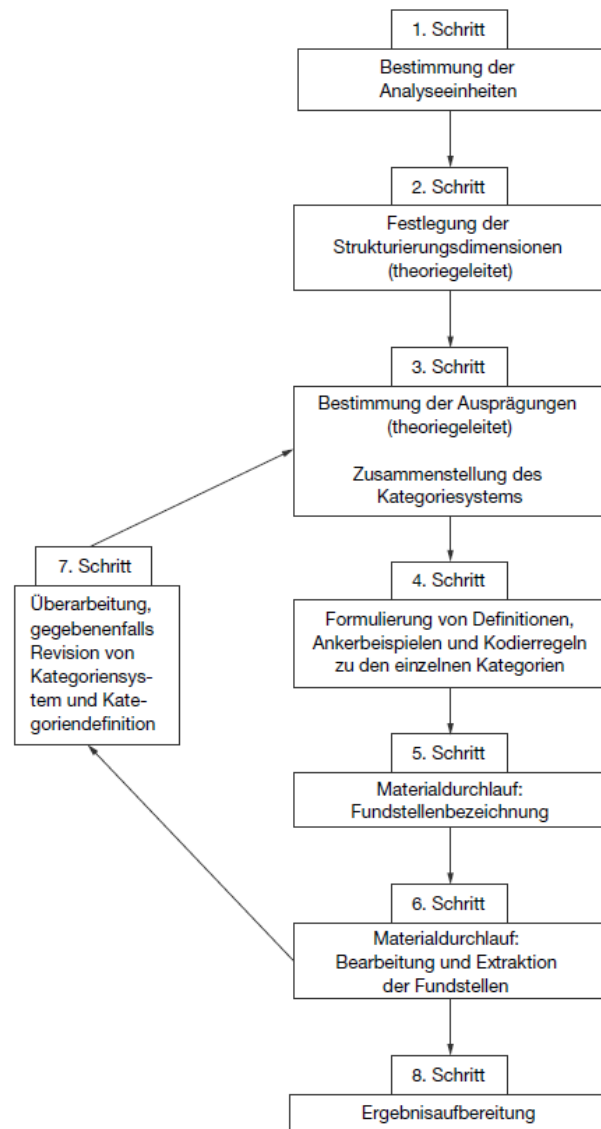


Abbildung 3: Ablaufmodell strukturierender Inhaltsanalyse (Mayring, 2015, S.98)

Das Categoriesystem wird im Anschluss auf die Festlegung der Analyseeinheiten erstellt. Wie zuvor erwähnt lassen sich diese Kategorien von der Theorie ableiten und werden dementsprechend gebildet. Das für die Forschungsarbeit entwickelte Categoriesystem besteht aus drei Kategorien und lauten wie folgt:

- **Kat1:** Generelle Einstellung und Haltung zu Online Hate Speech
- **Kat2:** Persönliche Betroffenheit und Wahrnehmung der Arten von Hass im Netz mit Bezug auf rassistische und sexistische Inhalte im Netz
- **Kat3:** Verhalten und Umgang mit Hass im Netz

Die Kategorien werden mit „Kat“ abgekürzt und mit Nummern von 1-3 für, die für das jeweilige Themenfeld stehen, gekennzeichnet. Kat1 bezieht sich auf das Kapitel Medien als Öffentlichkeit. Es geht vor allem um das allgemeine Verhalten, die Nutzung von Plattformen und das Internet als Öffentlichkeit. Die Arten, persönliche Erfahrungen und Hintergründe sind in Kat2 verortet. Das Kapitel Hass im Netz spielt in diese Kategorie mit hinein. In Kat3 sind die Verhaltensweisen und Auswirkungen im Fokus. Aus den Kapiteln Auswirkungen und Umgangsformen ergibt sich diese Kategorie. Es geht um das sich ändernde Kommunikationsverhalten und um mögliche Maßnahmen gegen Hass im Netz.

Für die jeweiligen Kategorien werden Definitionen, Ankerbeispiele und Kodierregeln in einem Kodierleitfaden tabellarisch nach Mayring (2015) angeführt. Definitionen geben eine klare Linie vor welche Textbestandteile unter welche Kategorie fallen. Ankerbeispiele dienen zur Veranschaulichung dieser konkreten Textstellen und Kodierregeln werden formuliert, um mögliche Abgrenzungsprobleme zu vermeiden. Diese Regeln sollen eine genaue und nachvollziehbare Zuordnung ermöglichen (vgl. Mayring, 2015, S.97).

In der nachstehenden Tabelle werden diese Definitionen, Ankerbeispiele und Kodierregeln im Kategorieleitfaden dargestellt.

Kategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregeln
Kat1: Generelle Einstellung und Haltung zu Hass im Netz	Hierunter fallen alle Textstellen, die das Umfeld im Internet und die Einschätzungen und Ansichten zu Hass im Internet beschreiben. Aussagen über das generelle Nutzungsverhalten, Regulierungen und die verschiedenen sozialen Netzwerke gehören in diese Kategorie.	„Also da ist die Hemmschwelle stark runtergegangen und auch die die Frequenz stark aufgegangen aus meiner Perspektive.“ (Z.50-53)	Vor allem Textteile aus dem ersten und zweiten Teil der Fokusgruppendifkussion sind hier von Relevanz, weil es um das allgemeine Verhalten und die Öffentlichkeit im Netz geht.
Kat2: Persönliche Betroffenheit und Wahrnehmung der Arten von Hass im Netz mit Bezug auf rassistische und sexistische Inhalte im Netz	In diese Kategorie fallen Arten, Erfahrungen mit Hass im Netz, Reaktionen, die darauffolgen und wie es zu Hass kommt. Dazu zählen auch persönliche Eindrücke, Beschreibungen und die beobachtete Reaktion auf die Stimuli.	„Und das ist schon arg, wie sowas hängenbleibt. Einfach über die Jahre.“ (Z.321)	Aussagen aus dem zweiten beziehungsweise dritten Teil der Fokusgruppendifkussion werden hier angeführt. Da diese mehr auf die einzelnen und speziellen Aspekte eingehen.
Kat3: Verhalten	Alle Äußerungen zu Verhaltensänderungen	„Na ja, ein bisschen	Die Textteile aus dem ersten, zweiten und

und Umgang mit Hass im Netz	n, Umgangsformen und ob es Hilfestellungen gibt, zählen zu dieser Kategorie.	<i>abgehärtet wird man auch, ob man es will oder nicht.“ (Z.744)</i>	dritten Teil des Gesprächs sind hier relevant, weil Verhalten und Umgang immer mitklingen bei dieser Fokusgruppendifkussion.
-----------------------------	--	--	--

In einem ersten Durchgang des Materials wird überprüft, ob die Kategorien Sinn ergeben. Die Kategorien können hier, wenn notwendig, überarbeitet werden. Danach werden Stellen markiert und anschließend bearbeitet beziehungsweise strukturiert. Die Ergebnisse werden nach den Kategorien eingeteilt, interpretiert und analysiert (vgl. Mayring, 2015, S.97-99).

7. Empirische Untersuchungsergebnisse

In diesem Kapitel erfolgt die Auswertung, Interpretation, Ableitung der Hypothesen und Beantwortung der Forschungsfrage. Bei der Auswertung der Fokusgruppendifkussion, wird das transkribierte Material kategorisiert, interpretiert und analysiert. Anschließend werden die daraus gewonnenen Erkenntnisse im nachfolgenden Kapitel Ergebnisse zusammengefasst. Aus der vorgestellten Theorie und dem empirischen Teil werden dann Hypothesen abgeleitet. Im Anschluss daran wird mit Hilfe der Ergebnisse die Forschungsfrage beantwortet.

7.1 Auswertung der Fokusgruppendifkussion

Es wird nun mit Hilfe des Kategoriesystems ausgewertet und Passagen aus dem Transkript kategorisiert. Die jeweiligen Aussagen werden wie im Kodierleitfaden mit „Z.“ gekennzeichnet, welches für die Zeilennummer steht und die entsprechende Zahl angefügt.

7.1.1 Kat1: Generelle Einstellung und Haltung zu Online Hate Speech

Allgemeines und Passagen, die nach Kodierleitfaden in Kat1 fallen, werden nun paraphrasiert und dargestellt. Über das generelle Nutzungsverhalten lässt sich aus der Fokusgruppendifkussion folgendes sagen:

„Also ich hole mir eigentlich auch sehr viel Inspiration vom Netz oder Instagram, TikTok.“ (Z.20-21)

„...also ich fotografiere hobbymäßig und fotografiere dann, also poste dann meine Fotografien dann eben auch auf Instagram. Und das, ich sage mal, jede Woche. Und genau, also aktiv und beides passiv.“ (Z.22-24)

Wie aus den zwei Äußerungen klar wird, sind die Teilnehmer*innen aktive und passive Nutzer*innen von Social Media Plattformen. Es geht um die Informationsgewinnung durch Social Media. Dabei werden hauptsächlich Inhalte von Freunden ausgewählt und dahingehend angeschaut.

„Ich bin eher passiv, muss ich sagen. Also ich verwende es eigentlich, also Instagram und Twitter verwende ich eher so als Newsfeed. Also ich folge entweder, gut ich folge meistens, klar, Freunden folge ich, aber sonst folge ich hauptsächlich Leuten, wo ich mir Informationen herholen kann.“ (Z.26-28)

Den Äußerungen zu Folge werden soziale Netzwerke genutzt, um private Inhalte zu präsentieren, wie ein/e Teilnehmer*in erklärt.

„Aber ich poste selber nicht aktiv Dinge, die an die Öffentlichkeit sollen, sondern ich verwende es eher, mit Bekannten in Kontakt zu bleiben oder wie gesagt, Informationen zu generieren.“ (Z.31-32)

Das Nutzungsverhalten variiert jedoch je nach Plattform, wie aus einer Aussage ersichtlich wird.

„Ja, auf Instagram habe ich noch nie was gepostet, glaube ich. Da bin ich rein passiv. Auf Twitter, da bin ich wie gesagt auch aktiv.“ (Z.36-37)

Dies liegt womöglich an den unterschiedlichen Funktionen der jeweiligen Plattformen und auch am Verwendungszweck. Wie aus der Theorie bekannt ist, unterscheiden sich die verschiedenen Plattformen stark in ihrer Funktionalität. Auf die Frage, ob es im Internet eine veränderte Kommunikation gibt beziehungsweise härtere Sprache, antwortet ein/e Teilnehmer*in wie folgt:

„Und mittlerweile ist es eigentlich so, dass du kein einziges Spiel spielen kannst, wo du nicht zumindest einen hast, der wirklich eine wüste Beleidigung raushaut an die Allgemeinheit oder an spezielle Leute, spezielle Volksgruppen, Religionen, sonst was. Also da ist die Hemmschwelle stark runtergegangen und auch die die Frequenz stark raufgegangen aus meiner Perspektive.“ (Z.50-53)

„...was vor 10, 15 Jahren, sag ich einmal, auch nicht in der Härte und in der Form passiert wäre.“ (Z. 57-58)

„...jetzt schreibt es so gefühlt jeder...“ (Z.395-396)

Eine Person meint, dass sich die Nutzer*innen im Internet mehr trauen und völlig losgelöst sind.

„...und die Leute einfach komplett unhinged sind.“ (Z.72)

Eine Verrohung der Sprache kann also beobachtet werden über die Jahre und das zieht sich durch die verschiedenen Plattformen, wie zwei Teilnehmer*innen berichten.

„Und Facebook ist der Horror. Also auf Facebook eskaliert es jedes Mal...“ (Z. 110-111)

„Es ist insbesondere Twitter erschreckend.“ (Z.123)

Dadurch wird klar, dass negativ behaftete Kommentare vermehrt vorkommen und es beleidigenden Nachrichten auf den sozialen Netzwerken gibt. Weiters werden solche Botschaften und Nachrichten oft nicht ernst genommen und verharmlost, wie zwei von fünf Teilnehmer*innen erklären.

„Und das wird dann auch wieder so verharmlost. Ja, mit dem muss man rechnen und irgendwie das war nicht so schlimm und dann brauchst du nicht irgendwie dich gleich beschweren, weil Hasskommentare gibt es halt.“ (Z.76-78)

„...ja mei ist halt das Internet...“ (Z.362)

Die Verharmlosung und Gruppendynamik bei Hass im Internet ist sichtlich ein relevanter Aspekt. Dahingehend, dass Personen im Internet immer mehr Hass verbreiten, erklärt eine Teilnehmer*in wie die allgemeine Situation im Netz ist und wodurch die Hemmschwelle sinkt, Hass zu verbreiten. Hier ist die Rede von Anonymität oder Nicht-Anonymität.

„Sie glauben halt, dass sie anonym sind und das sind sie eigentlich nicht. Und man tut sich dann, also ich glaub aus dieser Hinsicht, dass man halt so diese Distanz hat, tut man sich auch leichter eben Hasskommentare zu schreiben, weil du nicht gegenüber von der Person sitzt und nicht die Reaktion siehst oder keine Ahnung die andere Person. Weil wenn du persönlich gegenüberstest würdest, würdest du das wahrscheinlich eh nicht tun, weil du Angst davor hast, was sie sagt...“ (Z.80-84)

Durch die fehlende Face-to-Face Kommunikation trauen sich Personen im Internet mehr zu, wie erzählt wird. Es wird jedoch nicht nur anonym kommentiert, sondern auch mit vollem Namen ohne Usernamen, wie in den folgenden Aussagen zweier Personen klar wird.

„Klarnamen sehr oft.“ (Z.99)

„...dort sind die meisten mit vollem Namen.“ (Z.112)

Offensichtlich geht die Hemmschwelle im Internet hinunter und Personen schreiben beleidigende Nachrichten sowohl anonym als auch nicht anonym. Generell nimmt der Hass im Netz zu und kommt in großen Mengen auch zu bestimmten Themen, weil Personen enthemmter sind. Zwei befragte Personen aus der Fokusgruppendifkussion erzählen dazu:

„Also ich kenne es halt nur von der jetzt gerade ist halt Pride Month. Insbesondere nimmt da der Hass halt irrsinnig stark zu.“ (Z.101-102)

„...gerade unter so Pride Month Posts oder wenn es die Klimakrise geht...“ (Z.111-112)

„...gerade bei politischen Themen oder aktuell politisch behandelten Themen...“ (Z.126-127)

„Man muss aber sagen, es kommt in der großen Menge...“ (Z.140)

Es lässt sich schlussfolgern, dass Enthemmung, Verrohung und Anonymität soziale Netzwerke prägen. Tatsächlich sind die befragten Personen auch auf die in der Theorie beschriebenen Filter Bubbles eingegangen, die Personen in ihrer eigenen Meinung bestärken. Dies erklärt zum Teil die Gruppenbildungen im Online-Raum. Die Diskussionen im Internet verändern sich stark, weil sich dabei Meinungen verhärten und sachliche Diskussionen schließlich weniger werden. Darüber spricht ein/e Teilnehmer*in im Zuge der Fokusgruppendifkussion.

„Und ich finde, es extremisiert sich auch mit der Zeit von selbst, weil es, was mir jetzt in letzter Zeit auffällt, es gibt nur noch schwarz weiß und es gibt keine Diskussionsgrundlagen mehr. Wenn einer was schreibt, du hast nur noch Hasskommentare darunter...“ (Z.190-192)

„Weil du, wenn du auch wenn du sachlich informativ argumentierst, kommentierst du kriegst nur Hass zurück und dadurch werden auf Dauer die moderaten Leute, die noch diskussionswürdig werden, eher die Plattform verlassen, als eben genau

die Leute, die solche Sachen schreiben. Und deswegen extremisiert sich aus meiner Sicht über den Zeitverlauf selber.“ (Z.195-199)

Die Tonalität wird härter und es entwickelt sich eine aufgeheizte Stimmung mit Aufruf zur Hetze, wie die Teilnehmer*innen berichten. In Filterblasen werden viele Nutzer*innen im Internet radikalisiert und extremisiert. Das zeigen die nachfolgenden Passagen von drei Teilnehmer*innen.

„Die Bubbles sind sehr stark.“ (Z.215)

„Die haben sich im Internet radikalisiert.“ (Z.212)

Die Hetze nimmt zu, wie die ein/e befragte Person erzählt und der Hass kommt überall zum Vorschein.

„...jetzt hetzen wir alle gegen die...“ (Z.234-236)

„Also es entlädt sich einfach überall, wo es eine Möglichkeit dazu gibt.“ (Z.188)

Durch die zunehmende Radikalisierung im Netz, nehmen weniger Nutzer*innen an Gesprächen teil, wie aus den Aussagen klar wird. Somit werden soziale Netzwerke womöglich uninteressant für Personen, die sich an sachlichen Diskussionen beteiligen wollen und mehr am Diskurs interessiert sind als am Hass. Regulierungen und Moderationen im Netz sind dabei schwach ausgeprägt und helfen wenig. Die befragten Personen teilen zwar mit, dass es Moderationen gibt, die aber zu wenig greifen. An dieser Stelle wurde der Stimulus hergezeigt und nach Schutz im Netz gefragt.

„Twitter fährt ja jetzt generell das Gegenprogramm und sagt, das ist freie Meinung und moderiert noch weniger als vorher...“ (Z.179-180)

„...absolut null Moderation betreibt.“ (Z.132-133)

„...weil die Plattformen es absolut nicht zustande bringen, diese Algorithmen so programmieren zu können, dass die Hatespeech erkennen.“ (Z.137-138)

Dabei gibt es auch Filter im Internet, die bestimmte Wörter erkennen können und dahingehend kategorisieren. Die Funktionalität dieser Filter wird allerdings bemängelt, wie ein/e Fokusgruppenteilnehmer*in meint.

„...es gibt schon so Stichwörter Filter.“ (Z.156)

„Und diese Filter sind auch extrem low standard programmiert.“ (Z.163)

Oft werden solche Regulierungen umgangen durch die Verwendung verschiedener Synonyme, Zahlen oder Buchstaben. Systeme erkennen dadurch die Hasskommentare nicht mehr und können sie nicht herausfiltern. Auch Dialekt ist ein Problem, weil die Filter und Systeme diesen nicht erkennen, denn:

„...die zensieren nur das Wort selbst, sobald du einen Buchstaben weglässt, einen Abstand dazwischen machst oder statt O eine Null schreibst, erkennt das das nicht mehr und du kannst wieder dasselbe schreiben. Also oder wie schon gesagt, Dialekt oder so kann das ja auch nicht.“ (Z.164-166)

„Und das Problem ist, wie wir es gerade gehört haben, dass die Leute ja nicht immer so direkt beleidigen oder halt irgendwie dann schreiben sie es halt im Dialekt oder dann umschreiben sie es...“ (Z.158-160)

„...und der Algorithmus erkennt das natürlich nicht.“ (Z.236)

Somit können Hasskommentare meist ungehindert weiterverbreitet werden. Zusammenfassend ergibt sich ein Bild, das den digitalen Raum sehr hasserfüllt zeichnet. Bei speziellen Themen, wie der Pride Month oder politischen Thematiken ist eine Zunahme an Hass zu erkennen. Generell verbreitet sich Hass immer mehr und bleibt durch nicht gut entwickelte Maßnahmen unerkannt. Des Weiteren kann beobachtet werden, dass das Internet einen Raum bietet, der viel verharmlost und enthemmte Meinungen innerhalb von Gruppen oder Filterblasen verstärkt. Das Internet als Öffentlichkeit scheint durch die (Nicht-) Anonymität viele Kommentare zuzulassen und das wirkt sich negativ auf die konstruktive Diskussionskultur aus.

7.1.2 Kat2: Persönliche Betroffenheit und Wahrnehmung der Arten von Hass im Netz mit Bezug auf rassistische und sexistische Inhalte im Netz

Nun werden Aussagen aus der Fokusgruppe paraphrasiert, die in die Kat2 fallen und dementsprechend analysiert und interpretiert. Vor allem Textteile aus dem zweiten und dritten Teil der Fokusgruppendifkussion sind hierfür relevant.

Dass sich der Online-Raum zunehmend verändert hat und Hasskommentare vermehrt vorkommen, ergibt sich aus den Äußerungen der Teilnehmer*innen, die unter die Kat1 fallen. Die befragten Personen erzählen über private Erfahrungen und Eindrücke. Die persönliche Betroffenheit und eigenen Erfahrungen werden nun erläutert.

Aus den eigenen Erfahrungen erzählen zwei Personen, dass zum einen die Nutzer*innen immer kreativer in ihrer Wortwahl werden und zum anderen die Hetze ohne Grund angetrieben wird.

„Die Leute werden immer kreativer mit Wörtern.“ (Z.154)

„Und dann wurde da einfach auf mich los gehetzt, obwohl ich gar nichts dafür konnte...“ (Z.292-293)

Welche Arten und Formen der Hass im Netz annehmen kann, erklären die Befragten im Folgenden:

„Demütigen, Auslachen, bloßstellen.“ (Z.1056)

„Lügen verbreiten.“ (Z.1058)

„...andere Menschen einfach kleiner machen...“ (Z.1061)

„...anderen Menschen ihre Bedürfnisse und Gefühle oder ihr Sein abzusprechen...“ (Z.1064)

Hass im Internet nimmt viele Gestalten an. Die Teilnehmer*innen erzählen, was ihrer Meinung nach als Hass im Netz gilt und zählen einige Arten und Formen auf. Ungewollte Hasskommentare, in dem Fall rassistisch bezogener Hass, geht auf die Herkunft zurück und wirkt sich verletzend aus. Die betroffene Person erzählt von einer Beleidigung aufgrund von ihrer Abstammung. Die Erinnerung sitzt dabei tief und bleibt lange im Gedächtnis.

„Also auf jeden Fall auf die Herkunft bezogen...“ (Z.308)

„Und das ist schon arg, wie sowas hängenbleibt. Einfach über die Jahre.“ (Z.321)

Hasserfüllte Kommentare haben Auswirkungen auf die Personen. Diese können verschiedene Auswirkungen haben und können sich auch verändern über die Zeit. Eine Person erzählt sogar davon, sich nicht outen zu können, wegen des Hasses im Internet.

„Einer von vielen Gründen, warum ich offiziell nicht geoutet bin, ist der Hass im Netz.“ (Z.342)

Der Erstkontakt mit Hass ist dabei am schlimmsten, wie in der Runde besprochen wird. Der Hass bleibt als negative Erinnerung abgespeichert.

„...beim ersten Mal. Das bleibt in Erinnerung.“ (Z.392-393)

„Der Erstkontakt ist der krassere und auch was mir vorgekommen ist, die Leute suchen auch immer noch diesen einen Step drüber.“ (Z.397-398)

„Das ist halt einfach schirch.“ (Z.417)

„Bei den ersten Kontakten war Fassungslosigkeit, Schock. Das hat sich dann gewandelt. Dann gab es eine Zeit lang da hat es mich ziemlich wütend gemacht...“ (Z.1109)

Daraus lässt sich schließen, dass das erste Ereignis schlimmer empfunden wird als nachfolgende und weiterer Hass. Bei der ersten Erfahrung ist es schwer, diesen Hass zu verstehen und einzuordnen, wie die Personen erzählen.

„Und das war das erste Mal, wo ich mir gedacht habe okay, wow, du machst überhaupt nichts und die Person fährt dich dann halt einfach an, weil du aus dem und dem Land kommst.“ (Z.293-295)

„...da kann man das nicht so einordnen.“ (Z.316)

„...ich habe mich einfach nur gewundert, dass sowas kommt.“ (Z.319)

„...es macht was mit dir.“ (Z.326)

Der Hass im Netz löst bei den befragten Personen Negatives aus. Unverständnis und Ratlosigkeit sind oft Folgen, weil die Beleidigungen nicht eingeordnet werden

können. Personen können auch manchmal nicht eindeutig beschreiben, was sie empfinden, weil das Verständnis dafür fehlt. Durch die Verrohung im Netz, nimmt der Hass im Internet zu und Personen stumpfen ab. Das wird nicht nur in der Theorie beschrieben, sondern auch durch die Aussagen der Teilnehmer*innen erklärt. Daraus ergibt sich, dass durch Zunahme von Hass eine Verrohung stattfindet und durch diese Verrohung der Hass im Netz ständig zunimmt. Diese beiden Faktoren beziehen sich demnach aufeinander.

„...aber in deiner Wahrnehmung hast du es ein bisschen normalisiert, weil du es schon öfter zu hören bekommen hast.“ (Z.402-403)

„Man stumpft ein bisschen ab.“ (Z.405)

Reaktionen sind dabei gleich schwer zu fassen, wie das, was Hass im Netz auslöst. Einige Personen tun sich schwer, ihre Reaktionen klar zu benennen und zu beschreiben. Von Abstumpfung über Lachen bis hin zu Wut sind dementsprechend viele Emotionen dabei, über die drei von fünf betroffene Personen berichten.

„Ich lache drüber, aber es kommt trotzdem an. Also wie ich vorher schon gesagt habe, es macht trotzdem was.“ (Z.414-415)

„...diese Hilflosigkeit ist auch ein Faktor...“ (Z.421)

„Ja, und diese Hilflosigkeit irgendwie. Mittlerweile wandelt sie sich einfach in Wut um.“ (Z.426)

In Bezug auf rassistischen beziehungsweise sexistischen Hass wurde mit Hilfe der Stimuli näher zu den rassistischen und sexistischen Hassbotschaften nachgefragt. Die Aussagen dazu werden nun analysiert. Vor allem Männer kommentieren viel bei Beiträgen von Frauen und viele Nutzer*innen sind auf sexuelle Inhalte im Internet aus, wie eine Person berichtet.

„...ich merke das vor allem bei sehr viel Männern im Internet, dieses ich habe eine Meinung zu was und ich muss diese Meinung auch äußern. Gerade bei Frauen Beiträgen dann.“ (Z.487-489)

„Ich glaube, es gibt einfach Leute, die im Internet sind, weil sie dort sexuelle Inhalte sehen wollen, irgendwie. Und alles, was sie nicht scharf finden, ist deppert und muss kommentiert werden...“ (Z.514-515)

Den Aussagen von zwei Personen aus der Fokusgruppe zu Folge, werden bei Beiträgen von Frauen Kommentare meist zum Aussehen gemacht.

„Zu dünn. Zu dünn, zu dick, zu dick.“ (Z.478-479)

„Also egal ob es jetzt kleine, große, mittelgroße Brüste sind, whatever, irgendein Kommentar findet man da.“ (Z.536-537)

„...irgendwelche Kommentare, die irgendwie darauf abzielen, irgendwas Körperliches von dieser Person schlecht zu reden.“ (Z.535-536)

Sie zielen darauf ab, die abgebildete Person, aus welchem Grund auch immer, zu beleidigen. Es braucht oft keine bestimmte Thematik oder ein Problem. Hasskommentare werden verteilt und damit Personen diskriminiert. Dies kommt oft vor und ist kein Einzelfall, wie berichtet wird.

„...das passiert sehr oft.“ (Z.554)

Spezielle Themen, die rassistischen oder sexistischen Hass verstärken, werden nicht genannt. Das bloße Sein ist dabei schon genug, um Opfer von Hass zu werden. Personen, die den Hass verbreiten, brauchen keinen Grund ihren Hass zu verbreiten, wie zwei der befragten Personen meinen.

„Die Existenz einer Frau.“ (Z.546)

„Also als Frau, sobald du als Frau im Internet bist, bist du damit konfrontiert.“ (Z.567)

Dieser Aspekt der bloßen Existenz eines Menschen, der als Grund reicht, um diskriminiert zu werden, verfestigt sich durch die Aussagen der Teilnehmer*innen. Zumal auch aus der Theorie, dem ZARA-Bericht, hervorgeht, dass dieser Aspekt eine Rolle spielt bei Hass im Netz. Wie eine Person erklärt, reichen oft die kleinsten Elemente aus, um Hassbotschaften zu erhalten.

„Also es reicht wirklich jede Kleinigkeit...“ (Z.620)

„Aber alleine, dass der sich durch die Tatsache, dass da der Ortsname auf Kroatisch steht, schon getriggert fühlt...“ (Z.623-624)

Bei rassistisch motiviertem Hass bezieht sich das auf die Herkunft, wie eine andere Person erzählt.

„...die Person fährt dich dann halt einfach an, weil du aus dem und dem Land kommst. Das ist schon sehr arg.“ (Z.294-295)

Plattformbezogen wird hier vor allem Facebook genannt als soziales Netzwerk, auf dem viel Diskriminierung stattfindet. Die Plattform wurde zuvor in Kat1 schon erwähnt, bei der Sprache und Diskussionskultur als sehr entbrannt empfunden wird. Eine Person greift hier noch einmal den Rassismus bei Facebook heraus.

„...gefühlsmäßig einfach ist mir so vorgekommen, dass Facebook da so das richtige Medium für Rassismus ist.“ (Z.601-603)

Die Teilnehmer*innen empfinden den Hass unterschiedlich. Außerdem macht es einen Unterschied, wie und wo die Aussagen stattfinden. Ein/e befragte Person erzählt hierzu aus ihren Erfahrungen.

„Aber im Internet weißt du halt nicht, warum genau die Person jetzt, also du hast überhaupt keine Möglichkeit herein zu interpretieren, warum dich das jetzt, warum die Person dich jetzt beleidigt. Im echten Leben kannst du es doch noch irgendwie vielleicht abschätzen, so anhand von der Reaktion oder anhand von der Tonalität oder ist es sarkastisch gemeint oder was auch immer. Aber du hast halt ein bisschen mehr Kontext zu der Aussage.“ (Z.659-663)

„Und es ist ja die Beleidigungen im Internet sind ja schlimmer als jemals irgendwer das im Reallife zu dir sagen würde.“ (Z.713-714)

Personen können oft nicht einschätzen, woher die Beleidigungen kommen, weil viele Faktoren der Face-to-Face Kommunikation fehlen, die eine Einschätzung der Situation erleichtern würden. Mit Wegfall von Gestik, Mimik und anderen Faktoren ist es schwieriger damit umzugehen. Die Enthemmung wird damit gefördert, wie aus der Theorie, dem Online Disinhibition Effect hervorgeht. Faktoren wie die Anonymität, Unsichtbarkeit und der Entfall nonverbaler Signale begünstigen ein solches Verhalten. Diese Faktoren machen es im Umkehrschluss den betroffenen

Personen schwer die Situation nachzuvollziehen und das Geschehen einschätzen zu können.

7.1.3 Kat3: Verhalten und Umgang mit Hass im Netz

In diesem Teil werden Aussagen zum Verhalten festgehalten und beschrieben. Außerdem werden Aussagen der betroffenen Personen über den Umgang mit Hass im Netz erläutert.

Wie die Teilnehmer*innen mit Hass im Netz umgehen und sich verhalten, wird im Folgenden dargestellt. Dabei kann festgehalten werden, dass alle befragten Teilnehmer*innen Abwehrreaktionen entwickelt haben, in welcher Form auch immer.

„...du musst quasi eine Abwehrreaktion entwickeln und dich quasi irgendwie davon distanzieren, ein bisschen weniger stark darauf reagieren.“ (Z.751-752)

Zwei Teilnehmer*innen erklären, dass sie mit Provokationen reagieren.

„...zurücksticheln...“ (Z.757)

„Lächerlich machen.“ (Z.759)

„Ein bisschen kitzeln quasi. Ich habe es auch eine Zeit lang immer provoziert...“ (Z.761-762)

Teilweise wird mit Nettigkeiten dagegengeredet und mit Humor gearbeitet, wie zwei Personen erzählen.

„...und dann habe ich einfach nur Bussies geschrieben und fertig.“ (Z.809-810)

„Kill them with kindness!“ (Z.812)

„...ich gebe denen keine Bühne... Ich schreibe einfach einen positiven Kommentar dazu unter den Original-Post.“ (Z.814-816)

„...man nimmt es mit Humor.“ (890)

Personen berichten aber auch darüber, nicht aktiv etwas dazu zu schreiben, sondern Hasskommentare zu ignorieren. So berichtet ein/e Teilnehmer*innen folgendes:

„Ich habe es einfach ignoriert.“ (Z.314)

Die Umgangsweisen variieren. Von der Ignoranz über Humor bis hin zur Provokation, werden viele Abwehrreaktionen ersichtlich. Es wird mit Provokationen zurückgeschrieben aber auch mit Nettigkeiten entgegengewirkt. Personen kommen sogar selbst in die Situation, in der sie in weniger höflichem Ton zurückschreiben. Eine Teilnehmer*in erzählt hierzu:

„...ich habe dann angefangen, dass ich Leute selber verarsche irgendwie...“ (Z.258-259)

„...mir ein bisschen so einen Spaß daraus gemacht habe und sehr, sehr sarkastisch war. Und ich muss sagen, das hilft ein bisschen.“ (Z.259-261)

„Also ich werde auch so richtig feindselig.“ (Z.800)

Das Verhalten kann sich jedoch über die Zeit verändern, wie die befragten Personen erzählen. Aus den Erfahrungen heraus mit Hass im Netz verändern sich Umgangsweisen und Strategien.

„Also irgendwann gibst du's dann auf, die zu belehren.“ (Z.771-772)

„Ich war auch so oft kurz davor, dass ich irgendwas zurückkommentiere, weil irgendwas in mir halt einfach nicht damit klar kommt, dass das einfach so unkommentiert da steht. Aber ich merke, wie das so psychisch einfach mit einem, das frisst einen einfach auf, weil du denkst Nein, ich kann jetzt nicht meine Energie in sowas reinstecken.“ (Z.222-225)

„...ich kann es nicht ändern und ich kann es nur so hinnehmen. Und das ist eine frustrierende Resignation...“ (Z.1106-1107)

Bei immer wiederkehrendem Hass entwickelt sich Resignation, wie drei Personen erläutern. Es macht sich ein Gefühl der Machtlosigkeit breit und die Personen geben an, dass sie weniger aktiv auf Hass reagieren. Mögliche Strategien hierbei sind also die Konfrontation, das Melden und Blockieren. Auch zu versuchen, die Täter*innen

zur Rede zu stellen, ist eine Möglichkeit, wie eine Person aus ihrer Erfahrung erzählt.

„Und dann habe ich die Leute reingezogen, sind die reingekommen und die haben sich nicht getraut, ein einziges Wort mit uns zu reden. Also sobald diese Distanz weg war, war Still bei denen, haben die gar nichts mehr gesagt.“ (Z.779-781)

Andere Teilnehmer*innen berichten darüber, dass sie Hassnachrichten melden und Nutzer*innen blockieren oder sogar anzeigen.

„Nein, ich melde das jetzt...“ (Z.202-203)

„...melden und blockieren.“ (Z.418)

„Ich habe auch mittlerweile schon auf verschiedenen Plattformen Leute nach dem Verbotsgesetz gemeldet...“ (Z.127-128)

„Anzeigen...“ (Z.883)

Beim Melden ist es allerdings fraglich, ob es genug ist und den erwünschten Erfolg mit sich bringt, wie eine Teilnehmer*innen erzählt.

„Ich lösche eigentlich nur mehr. Also ab und zu melde ich schon, aber im Endeffekt ist es so eine Augenauswischerei.“ (Z.254-255)

Dazu kann beobachtet werden, dass sich nicht nur das Kommunikationsverhalten ändert, sondern auch der allgemeine Gemütszustand und das Verhalten der Personen, wie zwei von ihnen erzählen.

„Aber ich habe das Gefühl, man verliert ein bisschen die Empathie. Man verliert ein bisschen so, man kriegt diesen Menschenhass teilweise...und man will dann aber auch gar nicht mehr selber gut sein...“ (Z.785-787)

„...gleichzeitig passiert bei mir auch so eine Verrohung.“ (Z.796)

Das geht so weit, dass die Lust und Laune vergeht, soziale Netzwerke zu nutzen, wie eine Person erzählt.

„Also es ist wirklich so, dass einfach die Freude, die man früher an diesen Netzwerken hatte, mittlerweile echt beeinträchtigt ist.“ (Z.204-205)

Damit einher gehen Konsequenzen im Online-Bereich, wie zum Beispiel das Löschen von sozialen Netzwerken. Drei von fünf der befragten Personen berichten über die Löschung eines oder mehrerer Social Media Plattformen oder sind nicht mehr aktiv.

„...Twitter habe ich einfach gelöscht...“ (Z.827)

„Ich habe eben auch Instagram etc. gelöscht. Facebook auch.“ (Z.851)

„...ich bin mittlerweile von Facebook weg. Ich bin auch von Twitter weg.“ (Z.122)

Weil sich im Internet der Ton verschärft hat, wird mittlerweile die reale Welt als Zufluchtsort gesehen, wie eine Teilnehmer*in berichtet.

„...mittlerweile ist es eigentlich das Leben mehr die Ausflucht aus dem Internet geworden...“ (Z.1117-1118)

Nicht nur Resignation verbreitet sich bei den Betroffenen. Auch Hilflosigkeit ist spürbar, wie schon in Kat2 beschrieben wird. Lösungen oder Hilfestellungen werden daher benötigt. Das fordern auch die befragten Personen in der Fokusgruppendifkussion.

„...wo es nur mehr hilft, dass gesetzlich da extrem durchgegriffen wird.“ (Z.352-353)

„Es wäre einfach richtig cool, wenn es einfach eine NGO gibt, die man unterstützen kann.“ (Z.892)

Der Ruf nach gesetzlich festgelegten Regeln ist groß, wie aus den Passagen ersichtlich wird.

„Also da ist gesetzlich noch ziemlich viel Luft nach oben.“ (Z.382)

„Du musst es durchsetzbar machen.“ (Z.357)

Dabei werden Hilfestellungen geboten für den Umgang mit Hass im Netz. Einige Organisationen werden hier in der Diskussion angesprochen allerdings nur von zwei Teilnehmer*innen.

„Ich meine, es gibt Faires Netz...“ (Z.899)

„Es gibt Zara und Zara, die machen hauptsächlich eben so psychologische Betreuung und eben faires Netz.“ (Z.911-912)

„Es gibt schon die Meldestelle zum Beispiel.“ (Z.914)

Es gibt also Stellen, an die sich betroffene Personen wenden können. Es ist allerdings noch ausbaufähig, was die Hilfe angeht, wie die Teilnehmer*innen berichten. Zusammenfassend wird ersichtlich, dass es durch die verschiedenen Reaktionen, die der Hass im Netz auslöst, dementsprechend viele Umgangsformen, Strategien und Konsequenzen gibt. Durch anhaltenden und immer wiederkehrenden Hass resignieren Personen. Beobachtbar ist dabei, dass sich Personen mit dem Hass nicht mehr auseinandersetzen wollen. Weniger ist dabei zu erkennen, dass Personen schweigen, weil sie Angst davor haben, von Hass betroffen zu sein. Eher ignorieren sie die Beiträge oder sind eben weniger aktiv, weil sie sich weniger damit beschäftigen wollen. Hassnachrichten werden auch gemeldet, jedoch ist das oft zu wenig, weil Personen dadurch keinen direkten Erfolg sehen. Es werden klare Regeln gefordert die gesetzlich verankert sind. Hilfestellungen und Organisationen, die Unterstützung anbieten sind noch zu wenig bekannt und das Phänomen sollte mehr ernstgenommen werden.

7.2 Zusammenfassung der Ergebnisse

Bei Kat1 lässt sich herausgreifen, dass der Raum Internet sehr viel Hass zulässt und als Nährboden dient. Politik oder spezielle Themen wie der Pride Month werden Gegenstand des Hasses. Der Ton wird zunehmend aggressiver und Diskussionen werden immer schärfer. Die Gruppendynamik spielt hier eine große Rolle. Denn in Gruppen oder Filterblasen bekommen die Nutzer*innen ihre eigene Meinung bestätigt und werden zunehmend radikalisiert. Über die Jahre hat sich die Öffentlichkeit im Internet stark verändert. Der Faktor Anonymität spielt hierbei weniger eine Rolle als dass Personen Online enthemmter agieren. Die Hemmschwelle sinkt und es findet eine Verrohung statt im Netz. Für die betroffenen Personen verlieren soziale Netzwerke zunehmend an Attraktivität, weil unbeschwerte Kommunikation keine Selbstverständlichkeit mehr ist. Die Regulierungen und Maßnahmen für eine gemäßigte Kommunikationskultur sind meist wenig erfolgreich, da es in puncto Sprache viele Grauzonen gibt. Durch

Synonyme oder Zahlen, werden Hassbotschaften getarnt und von Filtern nicht erkannt.

Zu Kat2 kann gesagt werden, dass Hass viele Formen annehmen kann. Hass kann sich beispielsweise als Beleidigung, rassistischer Beitrag oder Herabwürdigung zeigen. Es gibt hier keine speziellen Themen, die zu vermehrten sexistischen oder rassistischen Inhalten führen. Eher die Herkunft und das Geschlecht sind Faktoren, die zu Beleidigungen führen können. Das Existieren eines Menschen beziehungsweise das Sein ist hier Grund genug, um Hassbotschaften zu erhalten. Persönliche Erfahrungen bleiben stark im Gedächtnis hängen und die Betroffenen zeigen sich oft fassungslos. Die Betroffenheit variiert stark zwischen den Personen und lässt sich nur schwer einschätzen. Einen Grundkonsens gibt es dennoch: Der Erstkontakt mit Hass ist am schlimmsten, wirkt sich auf das Verhalten aus und jeder weitere Kontakt führt vermehrt zur Abstumpfung. Spezielle Themen, die rassistischen oder sexistischen Hass verstärken, gibt es weniger. Politische Themen, die Herkunft oder das Aussehen und körperliche Merkmale bei Frauen werden vermehrt kommentiert. Zudem werden durch Wegfall nonverbaler Signale im Internet Nutzer*innen enthemmt. Die betroffenen Personen können durch die nicht existente Face-to-Face Kommunikation hasserfüllte Inhalte schlechter einschätzen.

In Kat3 wird ersichtlich, dass Hass eindeutig Reaktionen hervorruft. Diese Reaktionen variieren jedoch und dahingehend auch die Umgangsformen und Strategien, die betroffene Personen verwenden. Zum einen werden Betroffene selbst aggressiver und zum anderen ignorieren sie den Hass. Allerdings gibt es einen Hang zur Resignation, wenn Personen immer wieder mit Hass im Netz zu tun haben. Der Erstkontakt wird dabei als schlimmer empfunden als die nachfolgenden Hassnachrichten, wie aus Kat2 ersichtlich wird. Wie Teilnehmer*innen berichten, wollen sie sich mit dem Hass im Internet nicht mehr beschäftigen. Andererseits gibt es auch Strategien, wie darauf aktiv reagiert werden kann. Durch Melden, Blockieren oder ganz konsequent, die Plattform löschen beziehungsweise nicht mehr aktiv zu sein. Es verändert sich dadurch nicht nur das Kommunikationsverhalten, sondern auch die generelle Einstellung und die Gemütslage. Beobachtbar ist, dass betroffene Personen weniger Lust haben im

Internet zu sein. Sie fühlen sich hilflos. So nutzte eine Person das Internet als Zufluchtsort. Mittlerweile ist jedoch das echte Leben mehr Zuflucht als das Internet. Hier wird klar, dass es klare Regeln braucht, um einen respektvollen Umgang zu gewährleisten. Es gibt zwar Organisationen und Hilfe, jedoch noch zu wenig.

7.3 Ableitung der Hypothesen

Im nachstehenden werden Hypothesen abgeleitet aus dem untersuchten Gegenstand. Diese dienen in weiterer Folge dazu, das Thema weiter zu untersuchen.

Aus den vorliegenden Ergebnissen wird ersichtlich, dass es mehr Maßnahmen und gesetzlich verankerte Regeln geben sollte. Betroffene Personen sprechen über Systeme und Algorithmen, die wenig greifen. Dahingehend könnte näher erforscht werden, wie solche Regulierungen sich auf die Kommunikation auswirken. Eine Verbesserung der Diskussionskultur wäre beispielsweise messbar durch weniger Meldungen bei Social Media Plattformen. Es lässt sich folgende Hypothese ableiten:

H1: *Wenn striktere Regulierungen und politische Rahmenbedingungen etabliert werden, dann wird sich über die Zeit hinweg eine verbesserte Kommunikation und Diskussionskultur ergeben.*

Die zweite Hypothese beschäftigt sich mit dem veränderten Kommunikationsverhalten von Personen durch persönliche Erfahrungen mit Hass im Netz. In der Fokusgruppendifkussion wurde erkennbar, dass nach dem Erstkontakt zunächst vielfältige Umgangsformen gewählt wurden. Diese Vielfalt verringert sich nach mehrmaligen Erfahrungen auf die Umgangsform des weniger aktiven Verhaltens auf Social Media Plattformen. Es geht darum herauszufinden, inwieweit der Hass im Netz die Kommunikation einschränkt und die aktive Teilnahme im Online-Bereich beeinflusst. Die Aktivität bezieht sich dabei auf das Erstellen von Beiträgen, Kommentaren und der Teilnahme an Diskussionen. Daraus lässt sich die folgende Hypothese ableiten:

H2: *Durch die zunehmende Erfahrung im Umgang mit Hass im Netz, nehmen die anfänglich vielfältigen Reaktionsmuster des Kommunikationsverhaltens in Bezug auf diesen Hass ab.*

7.4 Darstellung der Ergebnisse und Beantwortung der Forschungsfrage

Nun werden die Ergebnisse ausführlich dargestellt und dabei die Forschungsfrage beantwortet. Durch die angeführten Ergebnisse lässt sich die Forschungsfrage wie folgt beantworten. Aus den Ergebnissen wird ersichtlich, dass Hass im Netz Auswirkungen auf das Kommunikationsverhalten hat. Aus Theorie und Empirie wird deutlich, dass der Hass im Netz zunimmt und sich die Tonalität im Internet verschärft. Dies führt zu einer Verrohung der Sprachkultur. Es scheint, als wäre der Hass im Internet zu einer Normalität geworden. Vor allem die befragten betroffenen Personen aus der Fokusgruppendifkussion wünschen sich dahingehend mehr Unterstützung. Da die Teilnehmer*innen über Hilflosigkeit und Ratlosigkeit berichten. Hier kann durch die abgeleitete Hypothese 1 eine zukünftige Forschung angestellt werden.

Nicht nur das Kommunikationsverhalten verändert sich hierbei, sondern auch die Einstellung, Wahrnehmung und der Gemütszustand. Wie berichtet wird, kann man den Hass oft nicht einordnen und das Verständnis dafür fehlt. Durch die fehlenden nonverbalen Signale verstärkt sich der Aspekt, den Hass nicht einschätzen zu können.

Im Hinblick auf rassistische und sexistische Inhalte wird von den befragten Personen berichtet, dass Frauen aufgrund ihres Aussehens und körperlicher Merkmale oft beleidigende Nachrichten erhalten. Bei rassistischen Kommentaren liegt es an der Herkunft, wie aus einer Erzählung erkennbar wird. Dabei ist allerdings interessant, dass vor allem bei sexistischen und rassistischen Inhalten weniger spezielle Themen relevant sind, sondern die reine Existenz eines Menschen ausreicht, um Hassbotschaften zu erhalten.

Es ist auch zu beobachten, dass die befragten Personen angeben, sich anfangs mit dem Hass noch auseinanderzusetzen und darauf zu reagieren. Hier variieren die

Reaktionen. Von Melden, Provozieren, mit Humor Nehmen bis hin zum Ignorieren oder selbst feindselig zu werden sind hier viele Umgangsformen dabei. Vereinzelt sind starke Reaktionen auf den Hass im Netz erkennbar, wie das zur Rede stellen von Täter*innen oder sogar das Anzeigen. Nach und nach ebbt dieser aktive Umgang allerdings ab und die Personen sind weniger aktiv. Eine Konsequenz, die dabei ersichtlich wird, ist das Löschen oder nicht mehr Benutzen der Plattformen. Hier kann durch die abgeleitete Hypothese 2 eine zukünftige Forschung angestellt werden. Der scharfe Ton im Internet führt zu einer Abnahme an Kommunikation bei betroffenen Personen. Über verschiedene Aspekte wurde aus Theorie und Empirie klar, dass Hass im Netz einen negativen Effekt hat. Demzufolge kann die Forschungsfrage beantwortet werden.

8. Fazit

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit dem Fazit, den Ergebnissen und der Erhebungsmethode. Anschließend geben Limitationen Aufschluss über Grenzen der Arbeit und Methode und es wird ein Ausblick für zukünftige Forschung dargelegt.

8.1 Fazit, Ergebnisse und Erhebungsmethode

Aus dem untersuchten Forschungsgegenstand wird ersichtlich, dass Hass im Netz Auswirkungen auf das Verhalten und insbesondere auf das Kommunikationsverhalten hat. Die Ergebnisse zeigen, dass es verstärkt Hass gibt und Personen dadurch Verhaltensänderungen aufweisen. Hinsichtlich der Kommunikation werden Reaktionen nach Erfahrungen mit Hass im Netz beobachtet. Diese variieren und kommen verschieden stark zum Ausdruck. Ersichtlich wird hierbei, dass der Erstkontakt mit Hass bei den befragten Personen am stärksten wahrgenommen wird. Weil die Personen nach und nach resignieren, werden weitere Erfahrungen weniger stark wahrgenommen und daher reagieren sie weniger darauf. Durch die wahrgenommene Verrohung verlieren Personen die Lust, auf sozialen Netzwerken zu kommunizieren und diese zu nutzen.

Die Ergebnisse aus der Empirie ergänzen viele der in der Theorie angesprochenen Aspekte. Beispielsweise, dass der Hass im Internet zunimmt, Personen im Online-Bereich enthemmter sind und Auswirkungen im Hinblick auf das Kommunikationsverhalten erkennbar werden. Die Verrohung im Netz und die Abnahme der Nutzung im Online-Bereich werden sichtbar.

Außerdem gibt es Reaktionen auf den wahrgenommenen Hass, der bei den befragten Personen variiert. Es werden verschiedene Umgangsformen und Strategien angewendet, um damit umzugehen. Dabei wird erkennbar, dass Hilfestellungen zu wenig etabliert sind und es noch mehr Maßnahmen gegen Hass im Netz braucht.

Die Erhebungsmethode der Fokusgruppendifkussion, war gut gewählt, da so mehr Erfahrungen von Personen geschildert werden konnten. Weil es vor allem um persönliche Eindrücke und Erfahrungen geht, war die Wahl der Methode sehr zufriedenstellend. Dadurch, dass alle Personen Erfahrungen mit Hass im Netz aufweisen, war der Raum angenehm gestaltet und die Teilnehmer*innen konnten frei erzählen.

Die Rekrutierung der Teilnehmer*innen darf allerdings nicht unterschätzt werden. Da es angesichts der Sensibilität des Themas eher schwierig war, Personen zu finden, die darüber sprechen wollen und auch noch in die Zielgruppe fallen. Hier gilt es noch zu erwähnen, dass es im Nachhinein von Vorteil war, dass nicht zu viele Personen am Gespräch beteiligt waren. Zum einen, weil somit jede Person die Möglichkeit hatte, sich zu Wort zu melden und zum anderen, weil die Zeit durch die Redeanteile schnell vergeht. Bei einer zu großen Gruppe wären möglicherweise Teilnehmer*innen nicht zu so ausführlichen Erzählungen gekommen und die Zeit hätte nicht gereicht alle Stimmungen einzufangen.

8.2 Limitationen und Forschungsausblick

Für die Arbeit war es wichtig, das Thema einzugrenzen, weil Hass im Netz ein bekanntes Thema ist, jedoch nicht in Bezug auf Betroffene und deren Kommunikationsverhalten. Deswegen war die Eingrenzung der Zielgruppe für den zu untersuchenden Forschungsgegenstand relevant und wichtig. Dabei wurde ein Forschungsfeld untersucht, das noch zu wenig analysiert wurde. Gleichzeitig limitiert das die Forschung auf diese Zielgruppe. Die Rekrutierung der Personen gestaltete sich teilweise schwierig, weil es sich um ein eher sensibles Thema handelt und viele Personen nicht darüber sprechen wollen oder können.

Für zukünftige Forschung wäre es allerdings interessant, die Gruppen spezieller zu untersuchen, entweder im Vergleich der Geschlechter oder den erfahrenen Hass. Hier würden dann womöglich Unterschiede erkennbar werden.

Die Forschung hätte dann einen Fokus auf das veränderte Kommunikationsverhalten und würde verschiedene Gruppen miteinander vergleichen. Allerdings ist eine solche Forschung herausfordernd wegen der Rekrutierung der Teilnehmer*innen. Zudem ist es möglicherweise herausfordernd, diese Teilnehmer*innen dann nach ihren Erfahrungen mit Hass im Netz einzuteilen. Eine geschlechterspezifische Einteilung ist hier womöglich einfacher. Bei zukünftigen Forschungen könnten demnach die Unterschiede des veränderten Kommunikationsverhaltens näher beleuchtet werden.

9. Literaturverzeichnis

- Alvarez-Benjumea, A., & Winter, F. (2020). The breakdown of antiracist norms. *Proceedings of the National Academy of Sciences - PNAS*, 117(37). S. 22800–22804. <https://doi.org/10.1073/pnas.2007977117>.
- Amadeu Antonio Stiftung. (2018): Hate Speech und Fake News. S. 1-31. https://amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/hate_speech_fake_news.pdf.
- Avnur, Y. (2020). What's Wrong with the Online Echo Chamber: A Motivated Reasoning Account. *Journal of Applied Philosophy*, 37(4). S. 578–593. <https://doi.org/10.1111/japp.12426>.
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science (American Association for the Advancement of Science)*, 348(6239). S. 1130–1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>.
- Barak, A. (2005). Sexual Harassment on the Internet. *Social Science Computer Review*, 23(1). S. 77–92. <https://doi.org/10.1177/0894439304271540>.
- Bauer, J-K., Hartmann, A., Prasad, N. (2021): Unterscheidung Hate Speech und digitale Gewalt im sozialen Nahraum. In: Prasad, N., und Bundesverband Frauenberatungsstellen und Frauennotrufe (bff.) (Hrsg.). *Geschlechtsspezifische Gewalt in Zeiten der Digitalisierung: Formen und Interventionsstrategien*. 1st ed. transcript Verlag. Bielefeld. S. 9-17.
- Benesch, S. (2013). *Dangerous Speech. A Proposal to Prevent Group Violence*. <https://dangerousspeech.org/wp-content/uploads/2018/01/Dangerous-Speech-Guidelines-2013.pdf>. Zugriffen: 14.07.2023.
- Benighaus, C., Benighaus, L. (2012). Moderation, Gesprächsaufbau und Dynamik in Fokusgruppen. In: Schulz M., Mack B. *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft*. S. 111-132.
- Bilewicz, M. & Soral, W. (2020). Hate Speech Epidemic. The Dynamic Effects of Derogatory Language on Intergroup Relations and Political Radicalization. *Political Psychology*, 41(1). S. 3–33. <https://doi.org/10.1111/pops.12670>.
- Blumer, H. (2015). Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus. In: Burkart, R., Hömberg, W. (Hrsg.). *Kommunikationstheorien: Ein Textbuch zur Einführung*. Österreich: Nap, new academic Press Vienna. S. 24-42.
- Bocian, A., Lütgens, J., Wagner, A. (2021). Erfahrungen mit der Beratung von betroffenen Mädchen und Frauen im Kontext digitaler Gewalt. In: Prasad, N. und Bundesverband Frauenberatungsstellen und Frauennotrufe (bff.) (Hrsg.). *Geschlechtsspezifische Gewalt in Zeiten der Digitalisierung: Formen und Interventionsstrategien*. 1st ed. transcript Verlag. Bielefeld. S. 189-204.
- Boxer, C. F., & Ford, T. E. (2010). Sexist humor in the workplace: A case of subtle harassment. In: J. Greenberg (Ed.), *Insidious workplace behavior*. Boca Raton, FL: Routledge. S. 175-206.

- Boyd, D. (2010). "Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications." In: Papacharissi Zizi (Hrsg.). *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. S. 39-58.
- Breitenfelder, U., Zeglovits, E. (2009). Der Einsatz qualitativer Methoden im Forschungsdesign für wahlberechtigte Organisationen. In: Buber, & Holzmüller, H. H. (Hrsg.). *Qualitative Marktforschung: Konzepte – Methoden – Analysen* (2., überarbeitete Auflage.). Gabler Verlag / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden. S. 1101-1120.
- Breuer, J. (2017). Hate Speech in Online Games. In: Kaspar, K., Gräßer, L. & Riffi, A. (Hrsg.). *Online Hate Speech: Perspektiven auf eine neue Form des Hasses*. Düsseldorf, München: Grimme-Institut. S. 108-112.
- Brodnig, I. (2016). *Hass im Netz. Was wir gegen Hetzt, Mobbing und Lügen tun können*. Brandstätter Verlag. Wien.
- Bruns, A., Highfield, T. (2016). Is Habermas on Twitter? Social media and the public sphere. In: Bruns, A., Enli, G., Skogerbø, E., Larsson, A. O., Christensen, C. (Hrsg.). *The Routledge Companion to Social Media and Politics*, New York, S. 56-73. <https://doi.org/10.4324/9781315716299-5>.
- Bruns, A., Moe, H. (2014). Structural layers of communication on Twitter. In: Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., Puschmann, C. (Hrsg.). *Twitter and Society*, New York, S. 15-29.
- Buchanan, N. & Mahoney, A. (2022). Development of a scale measuring online sexual harassment: Examining gender differences and the emotional impact of sexual harassment victimization online. *Legal and Criminological Psychology*, 27(1). S. 63–81. <https://doi.org/10.1111/lcrp.12197>.
- Burkart, R., Lang, A. (2015). Die Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas Eine kommentierte Textcollage. In: Burkart, R., Hömberg, W. (Hrsg.). *Kommunikationstheorien: Ein Textbuch zur Einführung*. (2015). Österreich: Nap, new academic Press Vienna. S. 42-72.
- Carstensen, T. (2012). Gendered Web 2.0. Geschlechterverhältnisse und Feminismus in Zeiten von Wikis, Weblogs und sozialen Netzwerken. In: *Medien Journal* 2/201: Neue Kommunikationstechnologien und Gender. S. 22-34.
- Carstensen, T. (2013). Verhandlungen von Geschlecht und Feminismus im Web 2.0. In: Riegraf, B., Hacker, H., Kahlert, H., Liebig, B., Peitz, M., Reitsamer, R. (Hrsg.). *Geschlechterverhältnisse und neue Öffentlichkeiten*. Münster: Westfälisches Dampfboot. S. 112-127.
- Chaudhry, I. & Gruzd, A. (2020). Expressing and Challenging Racist Discourse on Facebook: How Social Media Weaken the "Spiral of Silence" Theory. *Policy and Internet*, 12(1). S. 88–108. <https://doi.org/10.1002/poi3.197>.

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(6). S. 3038–3056.

Citron, D. K. (2009). Law's Expressive Value in Combating Cyber Gender Harassment. *Michigan Law Review*, 108. S. 373–415.

Committee on the Elimination of Racial Discrimination (CERD). (2013). General Recommendation No. 35. Combating racist hate speech. <http://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6QkG1d%2fPPRiCAqhKb7yhssyNNtgl51ma08CMA6o7Bglz8iG4SuOjovEP%2bcqr8joDoVEbW%2bQ1MoWdOTNEV99v6FZp9aSSA1nZya6gtpTo2JUBMI0%2boOmjAwk%2b2xJW%2bC8e>. Zugegriffen: 16.07.2023.

Compas, B.E., Connor-Smith, J.K., Saltzman, H., Thomsen, A. H., & Wadsworth, M.E. (2001). Coping with stress during childhood and adolescence: Problems, progress, and potential in theory and research. *Psychological Bulletin*, 127(1). S. 87–127. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.1.87>.

Council of Europe. (2016). Combating Sexist Hate Speech. <https://edoc.coe.int/en/gender-equality/6995-combating-sexist-hate-speech.html>. Zugegriffen: 15.07.2023.

Council of Europe. (2023). No Hate Speech Movement. <https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign/no-hate-speech-movement>. Zugegriffen: 26.07.2023.

Crick, N. R. & Dodge, K. A. (1996). Social Information-Processing Mechanisms in Reactive and Proactive Aggression. *Child Development*, 67(3). S. 993–1002. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.1996.tb01778.x>.

Dankwardt, B. (2020). Unternehmerische Verantwortung in der digitalisierten Welt. In: Bertelsmann Stiftung, Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik (Hrsg.). *Unternehmensverantwortung im digitalen Wandel: Ein Debattenbeitrag zu Corporate Digital Responsibility*. Gütersloh. S.197-198.

Davidson, T., Warmsley, D., Macy, M., and Weber, I. (2017). Automated hate speech detection and the problem of offensive language. ICWSM. Qatar Computing Research Institute, Doha, Qatar. S. 1-4.

Decker, A. (2019). Social Media – Grundlegende Aspekte zum Begriff und zum systematischen Management. In: Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. (Hrsg.). *Dialogmarketing Perspektiven 2018/2019*. Springer Vieweg. in Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. S. 109-150. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25583-1_6.

Del Toro, J. & Wang, M.-T. (2022). Online Racism and Mental Health Among Black American Adolescents in 2020. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*. S. 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jaac.2022.07.004>.

Denzin, N. (1978). *The Research Act*. New York: McGraw-Hill.

- Der Spiegel. (2022). Proteste gegen Sittenpolizei. Hacktivist*innen legen Website der iranischen Zentralbank lahm. https://www.spiegel.de/netzwelt/web/iran-hacktivist*innen-legen-website-der-iranischen-zentralbank-lahm-a-ac942d04-961a-41a1-977a-edf8da00d354. Zugegriffen: 26.07.2023.
- Dodge, K. A. & Coie, J. D. (1987). Social-Information-Processing Factors in Reactive and Proactive Aggression in Children's Peer Groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(6). S. 1146–1158. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.6.1146>.
- Döring, N. (2019) Sozialkontakte online – Identitäten, Beziehungen, Gemeinschaften. In Schweiger, W. & Beck, K. (Hrsg.). *Handbuch Online-Kommunikation* (2. Aufl. 2019). Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. S. 167-194. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18016-4>.
- Dragiewicz, M., Burgess, J., Matamoros-Fernández, A., Salter, M., Suzor, N. P., Woodlock, D., & Harris, B. (2018). Technology facilitated coercive control: domestic violence and the competing roles of digital media platforms. *Feminist Media Studies*, 18(4). S. 609–625. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447341>.
- Drakett, J., Rickett, B., Day, K., & Milnes, K. (2018). Old jokes, new media – Online sexism and constructions of gender in Internet memes. *Feminism & Psychology*, 28(1). S. 109–127. <https://doi.org/10.1177/0959353517727560>.
- Dresing, T., Pehl, T. (2018): *Praxisbuch Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende*, 8. Auflage, Marburg.
- Drüeke, R. & Klaus, E. (2014). Öffentlichkeiten im Internet: Zwischen Feminismus und Antifeminismus. *Femina Politica*, 23(2), S. 59–71. <https://doi.org/10.3224/feminapolitica.v23i2.17614>.
- Drüeke, R. (2013). Öffentlichkeiten im Umbruch – theoretische Überlegungen zu Online-Öffentlichkeiten und Geschlechterverhältnissen. In: Riegraf, B., Hacker, H., Kahlert, H., Liebig, B., Peitz, M., Reitsamer, R. (Hrsg.). *Geschlechterverhältnisse und neue Öffentlichkeiten*. Münster: Westfälisches Dampfboot. S. 92-111.
- Duden. (2023). Hetze. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Hetze>. Zugegriffen: 26.05.2023.
- Duggan, M. (2014). Pew Research Center: Online Harassment. <https://www.pewresearch.org/internet/2014/10/22/online-harassment/>. Zugegriffen: 22.02.2023.
- Eckes, C., Fernholz, T., Geschke, D., Kläßen, A. & Quent, M. (2018). *#Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie*. Jena: Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft.
- Evolvi, G. (2019). Islamexit: inter-group antagonism on Twitter. *Information, Communication & Society*, 22(3). S. 386–401. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1388427>.
- Faßmann, M., Moss, C. (2016). *Instagram als Marketing-Kanal: Die Positionierung ausgewählter Social-Media-Plattformen*. Springer Fachmedien Wiesbaden. S. 13-26.

- Faulkner, N. & Bliuc, A. (2018). Breaking Down the Language of Online Racism: A Comparison of the Psychological Dimensions of Communication in Racist, Anti-Racist, and Non-Activist Groups. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 18(1). S. 307–322. <https://doi.org/10.1111/asap.12159>.
- Feddes, Allad-R. & Jonas, K. J. (2020). Associations Between Dutch LGBT Hate Crime Experience, Well-Being, Trust in the Police and Future Hate Crime Reporting. *Social Psychology (Göttingen, Germany)*, 51(3). S. 171–182. <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000409>.
- Fielitz, M., & Staemmler, D. (2020). Hashtags, Tweets, Protest? Varianten des digitalen Aktivismus. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 33(2). S. 425–441. <https://doi.org/10.1515/fjsb-2020-0037>.
- Fischer, G., Goldgruber, E., Millner, C., Radkohl, S., Sackl-Sharif, S. (2021a). Einleitung und fallzentrierter Tehemenaufriß. In: Fischer, G., Millner, C., Radkohl, S. (Hrsg.). *Online Hate Speech: Perspektiven aus Praxis, Rechts- und Medienwissenschaften*. NWV Verlag GmbH. Wien. S. 13–44.
- Fischer, G., Millner, C., Radkohl, S., Sackl-Sharif, S. (2021b). Online Hate Speech-Empfehlungen aus der Praxis und den Rechts- und Medienwissenschaften. In: Fischer, G., Millner, C., Radkohl, S. (Hrsg.). *Online Hate Speech: Perspektiven aus Praxis, Rechts- und Medienwissenschaften*. NWV Verlag GmbH. Wien. S. 266–284.
- Fischer, P. & Greitemeyer, T. (2010). A New Look at Selective-Exposure Effects: An Integrative Model. *Current Directions in Psychological Science*, 19(6). S. 384–389. <https://doi.org/10.1177/0963721410391246>.
- Fleischhack, J. (2017). Der „Hass“ der vielen Formen. In: Kaspar, K., Gräßer, L. & Riffi, A. (Hrsg.). *Online Hate Speech: Perspektiven auf eine neue Form des Hasses*. Düsseldorf, München: Grimme-Institut. S. 23–29.
- Flick, U. (1987). Methodenangemessene Gütekriterien in der qualitativ-interpretativen Forschung. In: Bergold, J. & Flick, U. (Hrsg.). *Ein-Sichten: Zugänge zur Sicht des Subjekts mittels qualitativer Forschung*. Tübingen. dgvt- Verlag. S. 247–262.
- Flick, U. (2006). *Qualitative Sozialforschung*. Rowohlt Reinbek.
- Flick, U. (2019a). Gütekriterien qualitativer Sozialforschung. In: Baur, N., Blasius, J. (eds.). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Springer VS, Wiesbaden. S. 473–488. https://doi-org.uaccess.univie.ac.at/10.1007/978-3-658-21308-4_33.
- Flick, U. (2019b). *Qualitative Sozialforschung: eine Einführung* (9. Auflage, Originalausgabe). Rowohlt's Taschenbuch Verlag. S. 248–267.
- Ford, T. E. & Ferguson, M. A. (2004). Social Consequences of Disparagement Humor: A Prejudiced Norm Theory. *Personality and Social Psychology Review*, 8(1). S. 79–94. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0801_4.
- Fraser, N. (2001). *Die halbierte Gerechtigkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Friese, H. (2020). Einleitung. In: Friese, H., Nolden, M., Rebane, G., & Schreiter, M. (Hrsg.). (2020). Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten (1st ed. 2020.). Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. S.3-20.
- Frischlich, L. (2022). H@te Online: Die Bedeutung digitaler Kommunikation für Hass und Hetze. In: Weitzel, G., Mündges, S., & Hamburg, U. (Hrsg.). Hate Speech: Definitionen, Ausprägungen, Lösungen. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. S. 99-132.
- Fritzsche, J. (2019). Woher kommt der Hass im Netz? Planet-Wissen. <https://www.planet-wissen.de/gesellschaft/psychologie/gewalt/gewaltforschung-hass-netz-100.html>. Zugriffen: 30.06.2023.
- Gagliardone, I. et al. (2015). Mechachal. A preliminary assessment of online debates in Ethiopia (Report One). S. 1-39.
- Gagliardone, I., Pohjonen, M., Zerai, A., Beyene, Z., Aynekulu, G., Bright, J., Awoke Bekalu, M., et al. (2016). Mechachal. Online debates and elections in Ethiopia – From hate speech to engagement in social media. S. 4-12.
- Garland, G.-Z., K., Young, J.-G., Hébert-Dufresne, L., & Galesic, M. (2022). Impact and dynamics of hate and counter speech online. EPJ Data Science, 11(1). S. 1–24. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-021-00314-6>.
- Gerhards, J., Neidhardt, F. (1990). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze, Discussion Papers, Research Unit: The Public and the Social Movement FS III. S. 15-29.
- Gerstmann, M., Güse, L., & Hempel, L. (2017). Wir müssen die rechte Gehirnhälfte erreichen. In: Kaspar, K., Gräßer, L. & Riffi, A. (Hrsg.). Online Hate Speech: Perspektiven auf eine neue Form des Hasses. Düsseldorf, München: Grimme-Institut. S. 142-147.
- Geschke, D., Kllaßen, A., Quent, M. & Richter, C. (2019). Hass im Netz – der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Jena, Germany: Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft. S. 1-43.
- Gichuhi Kimotho, S., & Nyaga, R. N. (2016). Digitized Ethnic Hate Speech. Understanding Effects of Digital Media Hate Speech on Citizen Journalism in Kenya. Advances in Language and Literary Studies, 7(3). S. 189–200.
- Glomb, T. M., Richman, W. L., Hulin, C. L., Drasgow, F., Schneider, K. T., & Fitzgerald, L. F. (1997). Ambient Sexual Harassment: An Integrated Model of Antecedents and Consequences. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 71(3). S. 309–328. <https://doi.org/10.1006/obhd.1997.2728>.
- Goldgruber, E., Radkohl, S. (2021). Medienwissenschaftliche Perspektiven: Soziale Medien und Öffentlichkeit(en). In: Fischer, G., Millner, C., Radkohl, S. (Hrsg.). Online Hate Speech: Perspektiven aus Praxis, Rechts- und Medienwissenschaften. NWV Verlag GmbH. Wien. S.67-74.

- Grabs, A. Bannour, K.-P., & Vogl, E. (2014). Follow me! erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co. Bonn: Rheinwerk Computing.
- Groen, M. (2017). "gogo let's rape them" – Sexistischer Sprachgebrauch in Online Gaming Communities. In: Kaspar, K., Gräßer, L. & Riffi, A. (Hrsg.). Online Hate Speech: Perspektiven auf eine neue Form des Hasses. Düsseldorf, München: Grimme-Institut. S. 114-119.
- Habermas, J. (1981). Theorie des kommunikativen Handelns. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Harders, C. (2005). Das Netz als Medium der Politik: Virtuelle Geschlechterverhältnisse zwischen neuen Öffentlichkeiten und alten Spaltungen. In: Kahlert, H. und Kajatin, C. (Hrsg.). Arbeit und Vernetzung im Informationszeitalter. Wie neue Technologien die Geschlechterverhältnisse verändern. Frankfurt a. M., New York: Campus. S. 219-236.
- Hate Aid. (2023). Beleidigung im Internet. So gehst du dagegen vor. Definition und Strafbarkeit. Was ist eine Beleidigung? <https://hateaid.org/beleidigung-im-internet/>. Zugegriffen: 29.06.2023.
- Heitmeyer, W. (2002). Deutsche Zustände (1. Aufl.). Suhrkamp. S. 9-37.
- Herring, S. C. (1996). Gender differences in CMC: Bringing familiar baggage to the new frontier. <http://cpsr.org/issues/womenintech/herring2/>. Zugegriffen: 22.02.2023.
- Hettler, U. (2010). Social Media Marketing: Marketing mit Blogs, Sozialen Netzwerken und weiteren Anwendungen des Web 2.0. Oldenbourg Verlag. S. 11-40.
- Hilpert, J., Benighaus, L., Scheel, O. (2012). Auswertung von Fokusgruppen mit MAXQDA am Beispiel des Projekts „Wahrnehmung der Fusionsenergie bei ausgewählten Bevölkerungsteilen“. In: Schulz, M., Mack, B., & Renn, O. (Hrsg.). Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft: Von der Konzeption bis zur Auswertung / (1st ed. 2012..). VS Verlag für Sozialwissenschaften: Imprint: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S.170-194.
- Horsti, K. (2017). Digital Islamophobia: The Swedish woman as a figure of pure and dangerous whiteness. *New Media & Society*, 19(9). S. 1440–1457. <https://doi.org/10.1177/1461444816642169>.
- 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(4). S. 557–576. <https://doi.org/10.1111/hcre.12059>.
- Imhof K. (2014). Medien und Öffentlichkeit: Krisenanalytik. In: Karmasin M., Rath M., Thomaß B., (Hrsg.). Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin Wiesbaden.
- Jane, E. A. (2015). Flaming? What flaming? The Pitfalls and Potentials of Researching Online Hostility. *Ethics and Information Technology*, 17(1). S. 65–87. <https://doi.org/10.1007/s10676-015-9362-0>.

- Jeong, S. (2016). The history of twitter's rules. https://www.vice.com/en_us/article/z43xw3/the-history-of-twitthers-rules. Zugriffen: 15.07.2023.
- Josuweit, C. (2020). Perspektiven zur Erklärung des Schweigens von Nutzer*innen digitaler sozialer Netzwerkplattformen als Reaktion auf Online hate Speech. In: Deiters, W., Geisler, S., Hörner, F., & Knaup, A. K (Hrsg.). Die Kommunikation und ihre Technologien: interdisziplinäre Perspektiven auf Digitalisierung. transcript Verlag. Bielefeld. S. 119-164.
- Katzenbach, C. (2016). Von kleinen Gesprächen zu großen Öffentlichkeiten? Zur Dynamik und Theorie von Öffentlichkeiten in sozialen Medien. In: Klaus, E. & Drüeke, R. (Hrsg.). Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse: theoretische Perspektiven und empirische Befunde. transcript Verlag. Bielefeld: S. 1-20. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-454834>.
- KhosraviNik, M. & Esposito, E. (2018). Online hate, digital discourse and critique: Exploring digitally-mediated discursive practices of gender-based hostility. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14(1). S. 45–68. <https://doi.org/10.1515/lpp-2018-0003>.
- Klant, H. (2021). Strategien im Umgang mit Online-Hate Speech. In: Prasad, N. und Bundesverband Frauenberatungsstellen und Frauennotrufe (bff.) (Hrsg.). Geschlechtsspezifische Gewalt in Zeiten der Digitalisierung: Formen und Interventionsstrategien. 1st ed. transcript Verlag. Bielefeld. S. 253-272.
- Klaus, E. & Drüeke, R. (2010). Öffentlichkeit und Privatheit: Frauenöffentlichkeiten und feministische Öffentlichkeiten. In: Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 237-244. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91972-0_27S.237-244.
- Klaus, E. (2001). Das Öffentliche im Privaten — Das Private im Öffentlichen. In: Herrmann Friederike/Lünenborg Margreth (Hrsg.). Tabubruch als Programm: Privates und Intimes in den Medien. Opladen. S. 15-37.
- Klonick, K. (2018). The new governors: The people, rules, and processes Governing Online Speech. *Harvard Law Review*, 131(6). S. 1598–1670.
- Koch-Priewe, B. (2021). Hate Speech thematisieren: (K) eine Aufgabe für eine liberale öffentliche Allgemeinbildung?! Reflexionen zu zwölf Unterrichtsbeispielen aus Japan und Deutschland. In: Wachs, S., Koch-Priewe, B., & Zick, A. (Hrsg.). Hate Speech - Multidisziplinäre Analysen und Handlungsoptionen: Theoretische und empirische Annäherungen an ein interdisziplinäres Phänomen (1st ed. 2021.). Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. S. 191-226.
- Krause, N., Ballaschk, C., Schulze-Reichelt, F. et al. (2021). „Ich lass mich da nicht klein machen!“ Eine qualitative Studie zur Bewältigung von Hatespeech durch Schüler/innen. *Zeitschrift für Bildungsforschung* 11. S. 169–185. <https://doi.org/10.1007/s35834-021-00291-w>.

- Kreißel, P., Ebner, J., Urban, A., & Guhl, J. (2018). Hass auf Knopfdruck – Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierter Hasskampagnen im Netz. *Institute for Strategic Dialogue*. S. 1-28.
- Kuckartz, U. (2010). Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten (3., aktualisierte Auflage). VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden. S.29-56.
- Kuckartz, U., Dresing, T., Rädiker, S., & Stefer, C. (2008). Qualitative Evaluation: Der Einstieg in die Praxis (2., aktualisierte Auflage). VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden. S.15-58.
- Kümpel, A. S., & Rieger, D. (2019). Wandel der Sprach- und Debattenkultur in sozialen Online-Medien. Ein Literaturüberblick zu Ursachen und Wirkungen von inziviler Kommunikation. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung. S. 1-14.
- Lamnek, S. (2010). Qualitative Sozialforschung. Beltz Verlagsgruppe. S. 408-477.
- Lapidot Lefler, N., Barak, A. (2012). Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 28(2). S. 434–443. <https://doi.org/info:doi/>.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1987). Transactional theory and research on emotions and coping. *European Journal of Personality*, 1(3, Spec Issue). S. 141–169. <https://doi.org/10.1002/per.2410010304>.
- Leets, L. (2002). Experiencing hate speech: Perceptions and responses to anti-semitism and antigay speech. *Journal of Social Issues*, 58(2). S. 341–361. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00264>.
- Leo. (2023a). Mobbing. <https://dict.leo.org/englisch-deutsch/mobbing>. Zugegriffen: 15.06.2023.
- Leo. (2023b). Mobbing. <https://dict.leo.org/englisch-deutsch/cybermobbing>. Zugegriffen: 15.06.2023.
- Littig, B. & Wallace, C. (1997). Möglichkeiten und Grenzen von Fokus-Gruppendiskussionen für die sozialwissenschaftliche Forschung. *Inst. für Höhere Studien (IHS)*. S. 1-14.
- Lovink, G. & Kallfelz, A. (2017). Im Bann der Plattformen: die nächste Runde der Netzkritik. Transcript Verlag. Bielefeld. S.11-28.
- Lumsden, K., Morgan, H. (2017). Media Framing of Trolling and Online Abuse. Silencing Strategies, Symbolic Violence, and Victim Blaming, *Feminist Media Studies* 17. S. 1-16.
- Lutz, C., Hoffmann, C. (2017). The dark side of online participation: exploring non-, passive and negative participation. *Information, Communication & Society* 20. S. 1-22.

- Maireder, A., & Schlögl, S. (2015). Twitter-Öffentlichkeiten: Identifikation und Interpretation der Strukturen von Follower-Netzwerken. In: A. Maiereder, J. Ausserhofer, C. Schumann, & M. Taddicken (Hrsg.): *Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. Berlin. S. 115-139. <https://doi.org/10.17174/dcr.v2.6>.
- Mathew, B., Illendula, A., Saha, P., Sarkar, S., Goyal, P., & Mukherjee, A. (2020). Hate begets Hate: A Temporal Study of Hate Speech. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(2). S. 1–24. <https://doi.org/10.1145/3415163>.
- Matsuda, M. J. (1989). Public Response to Racist Speech: Considering the Victim's Story. *Michigan Law Review*, 87(8). S. 2320–2381. <https://doi.org/10.2307/1289306>.
- Mayring, P. (2000). Qualitative Inhaltsanalyse. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, Volume 1, No. 2 – Juni. S. 1-10.
- Mayring, P. (2002). Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken (5., überarb. und neu ausgestattete Aufl.). Beltz. S. 140-148.
- Mayring, P. (2005). Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, U., Kardorff, E. v., Steinke, I. (Hrsg.). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Rowolth, Reinbek bei Hamburg. S. 468-475.
- Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken (11., aktualisierte und überarb. Aufl.). Beltz. S. 48-109.
- Mayring, P. (2015). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken (12., überarbeitete Auflage). Beltz. S. 50-114.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology*, 27(1), 415–444. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>.
- Meddaugh, P. M. (2009). Hate Speech or "Reasonable Racism?" The Other in Stormfront. *Journal of Mass Media Ethics*, 24(4). S. 251–268. <https://doi.org/info:doi/10.1080/08900520903320936>.
- Merkens, H. (2005). Auswahlverfahren, Sampling, Fallkonstruktion. In: Flick, U., Kardoff, E. v. und Steinke, I. (Hrsg.). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Rowohlt Reinbek. S. 286-299.
- Meta Platforms. (2023). Anzahl der monatlich aktiven Facebook Nutzer weltweit vom 1. Quartal 2009 bis zum 4. Quartal 2022 (in Millionen). In: Statista. <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/37545/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-facebook/>. Zugegriffen: 18.05.2023.
- MIT Technology Review. (2018). Facebooks leaked moderation rules show why Big Tech can't police hate speech. <https://www.technologyreview.com/2018/12/28/1527/facebook-leaked-moderation-rules-show-why-big-tech-cant-police-hate-speech/>. Zugegriffen: 31.01.2023.

- Mizuko, I. (2012). Introduction. In: Varnelis, Ito, M., Friedberg, A., Russell, A., Richmond, T., Tuters, M., Lim, M., Kann, M. E., Bar, F., & Baer, W. *Networked Publics*. MIT Press. S. 1–14. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262220859.001.0001>.
- Mohseni Rohangis, M. (2021). Sexistische Online-Hassrede auf Videoplattformen. In: Wachs, S., Koch-Priewe, B., & Zick, A. (Hrsg.). *Hate Speech - Multidisziplinäre Analysen und Handlungsoptionen: Theoretische und empirische Annäherungen an ein interdisziplinäres Phänomen*. Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. S.39-53.
- Möller, J. (2021). Filter bubbles and digital echo chambers. In: Tumber, H., Waisbord, S. (Hrsg.). *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*. S. 92-100.
- MOMENTUM Wien. (2022). Soziale Medien nach Nutzerzahl in Österreich im Jahr 2021 (in Millionen). In: Statista. <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/statistik/daten/studie/528244/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-sozialen-netzwerken-in-oesterreich/>. Zugriffen: 15.05.2023
- Müller, K., & Schwarz, C. (2017). Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime. *SSRN Electronic Journal*. S. 1–44. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3082972>.
- Neuberger, C. (2014). Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62(4). S. 567–587.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion. *Journal of Communication* 24. S. 43-51.
- O'Reilly, T. (2005). What ist Web 2.0. Design patterns and busines models fort he next generation. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. Zugriffen: 10.05.2023.
- Obermaier, M., Hofbauer, M., & Reinemann, C. (2018). Journalists as Targets of Hate Speech: How German Journalists Perceive the Consequences for Themselves and how they Cope with it. *Studies in Communication and Media*, 7(4). S. 499–524. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-4-499>.
- Oelkers, J. (2018). Autoritarismus und liberale öffentliche Bildung. *Zeitschrift für Pädagogik, Leibniz*, 64(6). S. 728-748.
- Ouiridi, M., El Ouiridi, A., Segers, J., & Henderickx, E. (2014). Social Media Conceptualization and Taxonomy. *Journal of Creative Communications*, 9(2). S. 107–126. <https://doi.org/10.1177/0973258614528608>.
- Pörksen, B. (2018). *Die große Gereiztheit: Wege aus der kollektiven Erregung* (4. Auflage). Carl Hanser Verlag. S. 62-91.
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1998). Breaching or building social boundaries? SIDEeffects of computer-mediated communication. *Communication Research*, 25(6). S. 689– 715. <https://doi.org/10.1177/0973258614528608>.

- Reed, E., Salazar, M., Behar, A. I., Agah, N., Silverman, J. G., Minnis, A. M., Rusch, M. L. A., & Raj, A. (2019). Cyber Sexual Harassment: Prevalence and association with substance use, poor mental health, and STI history among sexually active adolescent girls. *Journal of Adolescence* (London, England.), 75(1). S. 53–62. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.07.005>.
- Rodriguez-Sanchez, F. Carrillo-de-Albornoz, J., & Plaza, L. (2020). Automatic Classification of Sexism in Social Networks: An Empirical Study on Twitter Data. *IEEE Access*, 8. S. 219563–219576. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3042604>.
- Sackl-Sharif, S., Goldgruber, E., Fischer, G. (2021). Online Hate Speech als virulentes Gesellschaftsproblem. Zu den Sichtweisen und Erfahrungen der Öffentlichkeit. In: Fischer, G., Millner, C., Radkohl, S. (Hrsg.). *Online Hate Speech: Perspektiven aus Praxis, Rechts- und Medienwissenschaften*. NWV Verlag GmbH. Wien. S.187-204.
- Saferinternet. (2023). Hass im Netz. Saferinternet.at. Das Internet sicher nutzen! https://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Flyer_Hass_im_Netz.pdf. Zugriffen: 26.05.2023.
- Schafer, J. R., & Navarro, J. (2003). The seven-stage hate model. *FBI Law Inforcement Bulletin*, 72(3). S. 1–9.
- Schäfer, S., Sülflow, M., & Reiners, L. (2022). Hate Speech as an Indicator for the State of the Society: Effects of Hateful User Comments on Perceived Social Dynamics. *Journal of Media Psychology*, 34(1). S. 3–15. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000294>.
- Schmidt, J.-H. (2014). Twitter and the Rise of Personal Publics. In: Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., Puschmann, C. (Hrsg.). *Twitter and Society*. New York. S. 3-14.
- Schmidt, J.-H. (2018). *Social Media*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19455-0>.
- Schmitt, J. B. (2017). Online-Hate Speech: Definition und Verbreitungsmotivationen aus psychologischer Perspektive. In: Kaspar, K., Gräßer, L. & Riffi, A. (Hrsg.). *Online Hate Speech: Perspektiven auf eine neue Form des Hasses*. Düsseldorf, München: Grimme-Institut. S. 51-57.
- Schulz, M. (2012). Quick and easy!? Fokusgruppen in der angewandten Sozialwissenschaft. In: Schulz, M., Mack, B., & Renn, O. (Hrsg.). *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft: Von der Konzeption bis zur Auswertung / (1st ed. 2012..)*. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Imprint: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 9-23.
- Schwertberger, U., Rieger, D. (2021). Hass und seine vielen Gesichter: Eine sozial- und kommunikationswissenschaftliche Einordnung von Hate Speech. In: Wachs, S., Koch-Priewe, B., & Zick, A. (Hrsg.). *Hate Speech - Multidisziplinäre Analysen und Handlungsoptionen: Theoretische und empirische Annäherungen an ein interdisziplinäres Phänomen (1st ed. 2021.)*. Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. S. 53-77.

- Searle, J. R. (1980). The Intentionality of Intention and Action. *Cognitive Science*, 4(1). S. 47–70.
- Sobieraj, S. (2018). Bitch, slut, skank, cunt: patterned resistance to women's visibility in digital publics. *Information, Communication & Society*, 21(11). S. 1700–1714. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1348535>.
- Spears, R., & Postmes, T. (2015). Group identity, social influence, and collective action online. Extensions and applications of the SIDE model. In: Sundar, S. S. *The Handbook of the Psychology of Communication Technology*. John Wiley & Sons, Incorporated. S. 23–46.
- Sponholz, L. (2018). *Hate Speech in den Massenmedien: Theoretische Grundlagen und empirische Umsetzung*. Springer Fachmedien Wiesbaden: Imprint: Springer VS.
- Sponholz, L. (2021). Hass mit Likes: Hate Speech als Kommunikationsform in den Social Media. In: Wachs, S., Koch-Priewe, B., & Zick, A. (Hrsg.). *Hate Speech - Multidisziplinäre Analysen und Handlungsoptionen: Theoretische und empirische Annäherungen an ein interdisziplinäres Phänomen* (1st ed. 2021.). Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. S. 15-39.
- Springer, N., Engelmann, I., & Pfaffinger, C. (2015). User comments: Motives and inhibitors to write and read. *Information Communication and Society*, 18(7). S. 798–815. <https://doi.org/10/gf3g7v>.
- Statista Consumer Insights. (2023). Beliebte Arten von Social Media in Österreich im Jahr 2022. In: Statista. <https://de-statista-com.ezproxy.fhstp.ac.at:2443/prognosen/1000345/oesterreich-beliebte-arten-von-social-media>. Zugegriffen: 15.05.2023.
- Stegbauer, C. (2018). *Shitstorms*. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19955-5>.
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology and Behavior*., 7(3). S. 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>.
- Sundén, J. & Paasonen, S. (2018). Shameless hags and tolerance whores: feminist resistance and the affective circuits of online hate. *Feminist Media Studies*, 18(4). S. 643–656. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447427>.
- Swim, J. K., Hyers, L. L., Cohen, L. L., & Ferguson, M. J. (2001). Everyday sexism: Evidence for its incidence, nature, and psychological impact from three daily diary studies. *Journal of Social Issues*, 57. S. 31–53. <http://dx.doi.org/10.1111/0022-4537.00200>.
- Switalla, B. (1973). Aspekte theoretischen Verstehens kommunikativer Handlungen. *Linguistik und Didaktik*, 16(4). S. 265–280.
- Tajfel, H. (1982). Social Psychology of Intergroup Relations. *Annual Review of Psychology*, 33(1). S. 1–39. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245>.
- The United States Department of Justice. (2022). 2021 Hate Crime Statistics. <https://www.justice.gov/hatecrimes/hate-crime-statistics>. Zugegriffen: 31.01.2023.

- Tillmann, A., Groen, M. (2020). Gendertheoretische perspektiven auf digitale Alltags- und Spielpraktiken. In: Nolden, F., M., Rebane, G., & Schreiter, M. (Hrsg.). Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten (1st ed. 2020.). Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. S. 313-323.
- Twitter. (2023). Hilfe-Center. Glossar. <https://help.twitter.com/de/resources/glossary>. Zugriffen: 19.05.2023.
- Tynes, B. M., Rose C., Williams D. (2010). The development and validation of the Online Victimization Scale for adolescents. *Cyberpsychology*, 4(2). S. 1-18.
- Van Der Heide, B. L. (2009). Computer-Mediated Impression Formation: A Test of the Sticky Cues Model Using Facebook. Ph.D., Ann Arbor, United States. S.1-82.
- Van Dijck, J. (2013). The culture of connectivity: a critical history of social media. Oxford Univ. Press.
- Van Royen, K., Vandebosch, H., & Poels, K. (2015). Severe Sexual Harassment on Social Networking Sites: Belgian Adolescents' Views. *Journal of Children and Media*, 9(4). S. 472–491. <https://doi.org/10.1080/17482798.2015.1089301>.
- Vogl, S. (2019). Gruppendiskussion. In: Baur, N., Blasius, J. (eds.). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Springer Fachmedien Wiesbaden. S. 695-700. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_46.
- Vowe, G. (2010). Von der Massengesellschaft zur Mediengesellschaft: Antworten der Kommunikationswissenschaft auf die Frage: „Wie ist Gesellschaft möglich?“ In: Reinemann C., Stöber R., (Hrsg.). Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft. Köln. S.35-61.
- Wachs, S., & Wright, M. F. (2018). Associations between bystanders and perpetrators of online hate: The moderating role of toxic online disinhibition. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(9), 2030. S. 1-9.
- Wachs, S., & Wright, M. F. (2019). The moderation of online disinhibition and sex on the relationship between online hate victimization and perpetration. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(5). S. 300–306.
- Wachs, S., Wright, M. F., Sittichai, R., Singh, R., Biswal, R., Kim, E.-M., Yang, S., Gámez-Guadix, M., Almendros, C., Flora, K., Daskalou, V., & Maziridou, E. (2019). Associations between witnessing and perpetrating online hate in eight Countries: The buffering effects of problem-focused coping. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(20), 3992. S. 1-13. <https://doi.org/10.3390/ijerph16203992>.

- Wachs, S., Schubarth, W., & Bilz, L. (2020a). Hate Speech als Schulproblem? Erziehungswissenschaftliche Perspektiven auf ein aktuelles Phänomen. In: van Ackeren, I., Bremer, H., Kessl, F., Koller, H. C., Pfaff, N., Rotter, C., Klein, D. & Salaschek, U. (Hrsg.). *Bewegungen – Beiträge aus dem 26. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft* Opladen, Berlin, Toronto: Verlag Barbara Budrich. S. 223–236.
- Wachs, S., Ballaschk, C., Krause, N., & Schubarth, W. (2020b). Bewältigung von Hate Speech im Jugendalter. Welche Rolle spielt die elterliche Medienerziehung? *Zeitschrift für Jugendkriminalrecht und Jugendhilfe*, 2. S. 140–147.
- Wachs, S., Krause, N. & Schubarth, W. (2020c). Online Hate Speech. Eine aktuelle Herausforderung für das Aufwachsen im 21. Jahrhundert. *Forum Kriminalprävention Zeitschrift der Stiftung Deutsches Forum für Kriminalprävention* 02/2020. S. 5-9.
- Wachs, S., Koch-Priewe, B., & Zick, A. (2021). Hate Speech - Multidisziplinäre Analysen und Handlungsoptionen: Theoretische und empirische Annäherungen an ein interdisziplinäres Phänomen. Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. S.3-15.
- Watanabe, H., Bouazizi, M., & Ohtsuki, T. (2018). Hate Speech on Twitter: A Pragmatic Approach to Collect Hateful and Offensive Expressions and Perform Hate Speech Detection. *IEEE Access*, 6. S. 13825–13835. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2806394>.
- Wettstein, A. (2021). Hate Speech. Aggressionstheoretische und sozialpsychologische Erklärungsansätze. In: Wachs, Koch-Priewe, B., & Zick, A. (Hrsg.). *Hate Speech - Multidisziplinäre Analysen und Handlungsoptionen: Theoretische und empirische Annäherungen an ein interdisziplinäres Phänomen*. Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. S.227-251.
- Wiedel, F. (2019). Die Grenzen der Aufmerksamkeit: Mentale Überlastungen in einer mediatisierten Gesellschaft. In: Litschka, M. & Krainer, L. (Hrsg.). *Der Mensch Im Digitalen Zeitalter. Zum Zusammenhang von Ökonomisierung, Digitalisierung und Mediatisierung*. Springer Vieweg. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. S. 49-85. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26460-4_5.
- Winiewsky, M., Hanse, K., Bilewicz, M., Soral, W., Swiderska, A., & Bulska, D. (2016). Contempt speech, hate speech – Report from research on verbal violence against minority groups. http://www.ngofund.org.pl/wp-content/uploads/2017/02/Contempt_Speech_Hate_Speech_Full_Report.pdf. Zugriffen: 13.02.2023.
- ZARA. (2022). 5. #GegenHassimNetz-Bericht. September 2021-August 2022.
- Zick, A. (2022). „Hatespeech ist Reden und Schreiben mit menschenfeindlicher Zunge und Hand“. In: Weitzel, G., Mündges, S., & Hamburg, U. (Hrsg.). *Hate Speech: Definitionen, Ausprägungen, Lösungen*. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. S. 79-96.

Zick, A., Preuß, M. (2021). Hate Speech gegen Medienschaffende – Eine empirische Analyse der Hintergründe und Wirkungen von Angriffen gegen Journalist*innen. In: Wachs, Koch-Priewe, B., & Zick, A. (Hrsg.). Hate Speech - Multidisziplinäre Analysen und Handlungsoptionen: Theoretische und empirische Annäherungen an ein interdisziplinäres Phänomen. Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS. S. 253-279.

Ziegele, M., Johnen, M., Bickler, A., Jakob, I., Setzer, T., & Schnauber, A. (2013). Männlich, rüstig, kommentiert? Einflussfaktoren auf die Aktivität kommentierender Nutzer von Online-Nachrichtenseiten. *Studies in Communication | Media*, 1. S. 67–114. [https://doi.org/ 10/gf3g7z](https://doi.org/10/gf3g7z).

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). S. 1-16. <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>.

Zwick, M. M., Schröter, R. (2012). Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen am Beispiel des BMBF-Projekts „Übergewicht und Adipositas bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen als systematisches Risiko“. In: Schulz, M., Mack, B., & Renn, O. (Hrsg.). *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft: Von der Konzeption bis zur Auswertung* / (1st ed. 2012..). VS Verlag für Sozialwissenschaften: Imprint: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 24-48.

10. Anhang

Leitfaden

Themenblock 1: Generelle Einstellung und Haltung zu Online Hate Speech

- 1. Wie beschreiben Sie Ihr eigenes Verhalten im Internet / auf Social Media?**
- 2. Die Aspekte Anonymität, Verrohung, Enthemmung bei Online Hate Speech sind allgegenwärtig, wie verändern diese die Kommunikation in den sozialen Netzwerken? Wie verändert Online Hate Speech die Kommunikation in den sozialen Netzwerken? (Anonymität, Verrohung, Enthemmung)**
 - a. Mögliche Hilfestellung für Gespräch: Erkennen Sie auf sozialen Netzwerken häufiger Hass im Netz als noch vor zehn Jahren? Findet eine Verrohung statt und wird eine normale Kommunikation bedroht?
- 3. Wo auf welchen Plattformen kommt Ihnen vor gibt es mehr oder weniger Hass im Netz und bringen Regulierungen etwas?**
 - a. Mögliche Hilfestellung für Gespräch: Gibt es Maßnahmen beziehungsweise Regulierungen und welche kennen Sie?

Themenblock 2: Persönliche Betroffenheit und Wahrnehmung der Arten von Hass im Netz mit Bezug auf rassistische und sexistische Inhalte im Netz

- 1. Mit welchen Formen oder Arten von Hass im Netz haben Sie persönlich Erfahrung gemacht?**
 - a. Mögliche Hilfestellung für Gespräch: Können Sie hierbei unterscheiden und differenzieren zwischen den jeweiligen Arten?
- 2. Was war damals Ihre erste Reaktion auf den von Ihnen erfahrenen Hass im Internet?**
 - a. Mögliche Hilfestellung für Gespräch: Haben Sie Erfahrungen mit solch einer Art von Hass im Netz? Beschreiben Sie wie sie es damals und heute wahrnehmen.
- 3. Ich zeige Ihnen nun einen Kommentar/Posting. Wie nehmen Sie persönlich dieses Posting wahr?**
 - a. Mögliche Hilfestellung für Gespräch: Was löst es bei Ihnen aus?

4. Im Hinblick auf rassistische und sexistische Hate Speech. Wie nehmen Sie die diese Form von Hass im Netz wahr?

- a. Mögliche Hilfestellung für Gespräch: Erkennen Sie Unterschiede zu anderen Formen von Hass im Netz? Wenn ja, inwiefern unterscheiden sich diese?

5. Gibt es spezielle Reizthemen, bei denen es häufiger zu rassistischer oder sexistischer Hate Speech kommt?

Themenblock 3: Verhalten und Umgang mit Hass im Netz

1. Wie gehen Sie mit Hass im Internet um und wie hat sich ihr Kommunikationsverhalten verändert?

- a. Mögliche Hilfestellung für Gespräch: Haben Sie Strategien, Methoden? Welche Strategien kennen Sie, um mit Hass im Netz umzugehen? Mit welcher Strategie haben Sie versucht mit Hass im Netz umzugehen?

2. Kennen Sie Instanzen / Organisationen, die sich mit dem Thema beschäftigen und Hilfe anbieten?

- a. Mögliche Hilfestellung für Gespräch: Wie schätzen Sie die Hilfeleistung ein? Wie sinnvoll sind solche Organisationen Ihrer Meinung nach?


3. Wie würden Sie nach diesem Gespräch Hass im Netz definieren?

Stimuli

wow, wenn jemand Zensur und Meinungsdictatur als Zivilcourage und Verteidigung der Menschenwürde bezeichnet, dann muss man ziemlich krass indoktriniert sein. Vielleicht doch mal 1984 lesen? Würde Sinn machen


Gefällt mir · Antworten · Nachricht senden · 29 W

No Hate Speech Movement Deutschland ✓ Bitte beachtet alle unsere Netiquette und bleibt beim Thema des Postings. Letzte Verwarnung, <https://no-hate-speech.de/de/kontakt/netiquette/>



NO-HATE-SPEECH.DE
Netiquette | NO HATE SPEECH

Gefällt mir · Antworten · Vorschau entfernen · 29 W



stefaniegiesinger · Folgen

Steth, du bist wunderschön!!! 🌊

1 Wo. · Antworten

alihan.srt43 No tits

1 Wo. · Antworten

helge.braun Stefanie Angel Giesinger 🍷🍷

1 Wo. · Antworten

lolaaddict Wow. Just wow.

1 Tag · Antworten

theres_heinz93 Wenn du Brüste hättest wärest du scharf

2Wo. · Antworten

Gefällt 171.458 Mal

24. JUNI

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.

hoffentlich geht es den einsatzkräften im Gebäude gut? stürmt das ding und alles was nich deutsch spricht übern haufen schießen! wiederliches viehzeug!

Vor 2 Minuten · Gefällt mir · 1 · Antworten