

- 2 aktuell
- 8 thema  
Hass und Hetze im Netz
- 8 **Editorial**  
Hass und Hetze im Internet geht alle an –  
No Hate Speech!  
Karin Knop
- 13 **Like – Share – Hate:**  
**Extremistische Umtriebe im Netz**  
Christiane Yavuz
- 20 **Hate Speech und Fake News im Netz**  
Von individueller und gesellschaftlicher  
Verantwortung  
Friedrich Krotz
- 27 **Propaganda und Alternativen**  
**im Internet**  
Medienpädagogische Implikationen  
Diana Rieger, Julian Ernst,  
Josephine B. Schmitt, Peter Vorderer,  
Gary Bente und Hans-Joachim Roth
- 36 **Jugendperspektive:**  
**Wahrnehmung von Extremismus**  
Ein Interview mit Carsten Reinemann und  
Claudia Riesmeyer, LMU München
- 40 **Hass und Hetze im Internet –**  
**Analyse und Intervention**  
Simone Rafael und Christina Dinar
- 48 **Das EmpÖrium schlägt zurück!**  
Ein Interview mit Fiete Aleksander,  
Datteltäter
- 52 **Hate Speech und Shitstorms**  
**als digitale (Un-)Kultur**  
Politische und persönliche Reaktionsformen  
auf Hass im Netz  
Caja Thimm
- 59 spektrum
- 59 **Thesen zu einem Rahmenplan**  
**für ein Studium der Medienpädagogik**  
Gerhard Tulodziecki
- 66 **Wenn Eltern Bilder ihrer Kinder**  
**online stellen**  
Aggi Frantz, Daniel Hajok und  
Achim Lauber
- 72 **Digitale Medienbildung**  
**in der frühen Kindheit**  
Mediennutzungsverhalten in Berliner  
Kindertagesstätten  
Heike Sälzer
- 78 medienreport
- 78 **Extreme Dialogue**  
Material gegen Schwarz-Weiß-Denken  
Antje Müller
- 80 **Genre-Crossover und spannende**  
**Kinogeschichten aus Fernost**  
Markus Achatz und Michael Bloech
- 84 **Von der Straße ins Herrenhaus –**  
**und wieder zurück?**  
Melanie Theissler
- 86 **No secrets!**  
Reiz und Gefahr digitaler Selbstkontrolle  
Antje Müller
- 88 publikationen
- 91 **kurz notiert**
- 94 service
- 95 impressum
- 96 kolumne
- 96 **Das ferngesteuerte Kind**  
Klaus Lutz

## Bildungspartnerschaften zwischen Schule und außerschulischen Akteuren

Medienbildung in der Schule steht aktuell im Fokus der bildungspolitischen Debatte. Die Studie *Bildungspartnerschaften zwischen Schule und außerschulischen Akteuren der Medienbildung* richtet den Fokus auf die Zusammenarbeit von Schulen und außerschulischen Bildungseinrichtungen wie Vereinen, öffentlichen Institutionen oder Unternehmen. Sie stellt damit ein Feld der Medienbildung in den Fokus, das sich zwar in vielen unterschiedlichen Formen in der Praxis etabliert hat, zugleich aber in der wissenschaftlichen Reflexion bislang wenig Beachtung fand. Ein besonderes Augenmerk wirft die Studie auf die Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit und analysiert die unterschiedlichen Partner, deren Ziele und Erwartungen. Die außerschulischen Akteurinnen und Akteure bringen wichtige Kompetenzen als Ergänzung zur Schule mit.

Dies sind Fachkenntnisse bezüglich neuer Medienentwicklungen, ein enger Bezug zur Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen, spezifische Produktionstechniken, bereitgestellte Technik oder oft auch finanzielle Mittel aus Förderungen. Dabei herrschen klare Vorstellungen von einer idealen Zusammenarbeit: So wird beispielsweise eine Verankerung des Themas Medienbildung in der Schule gewünscht, ein Verständnis der Partner für den Lernraum Schule und ein gegenseitiges Ergänzen der fachlichen und medienpädagogischen Kompetenzen. Wichtig ist den Befragten zudem, sich an den Bedürfnissen der Kinder und Jugendlichen zu orientieren. Probleme gibt es aus Sicht der Beteiligten dann, wenn ein fehlendes bzw. unterschiedliches Verständnis über Medienbildung bzw. Medienkompetenz vorliegt. Auch strukturelle Bedingungen beeinflussen, ob und wie ein Austausch über die Ziele der Zusammenarbeit stattfindet. Die Studie wurde im Auftrag der *Freiwilligen Selbstkontrolle*

*Multimedia-Diensteanbieter* vom *JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis* gemeinsam mit *JFF-BB* realisiert. Unterstützt wurde das Vorhaben von der *Auerbach Stiftung*, *Google Deutschland* und der EU-Initiative *klicksafe*. [www.medien-in-die-schule.de/bildungspartnerschaften](http://www.medien-in-die-schule.de/bildungspartnerschaften)

Niels Brüggem

## Generation What?

Junge Erwachsene nehmen verstärkt soziale Ungleichheiten wahr, schätzen die kulturelle Vielfalt, aber auch die vorhandenen Freiheiten und den Individualismus in Deutschland. Das ist ein Ergebnis der europäischen Umfrage *Generation What?* der ländereigenen Sendeanstalten, die jetzt abgeschlossen ist. Die jungen Erwachsenen haben zudem nur mäßiges Vertrauen in die Medien, wobei 41 Prozent kaum und 22 Prozent überhaupt kein Vertrauen schenken. Ohne Informationen wird die Generation allerdings auch nicht glücklich (56 %), überraschenderweise aber durchaus ohne Handy (62 %). Wird nach der Internetbindung gefragt. So zeigt sich, dass eine schwache Mehrheit sowohl unter den Schülerinnen, Schülern und Studierenden (52 %) als auch unter den Berufstätigen (51 %) nicht ohne Internet glücklich sein könnte. Dabei geben sogar 63 Prozent der

### **Onlinetool zur Zusammenarbeit von Schule und außerschulischen Bildungseinrichtungen zur Medienbildung**

Um Kooperationen zwischen Schulen und ihren außerschulischen Partnern künftig zu erleichtern und dabei typische Schwierigkeiten zu vermeiden, wurde auf Grundlage der Studienergebnisse ein Onlinetool entwickelt. Der Fragebogen weist auf wichtige Aspekte sowie Inhalte, Austausch- und Anknüpfungspunkte hin. Das Tool ist abrufbar unter [www.medien-in-die-schule.de/bildungspartnerschaften](http://www.medien-in-die-schule.de/bildungspartnerschaften).

## Herausgeberwechsel bei merz

Kathrin Demmler, Direktorin des *JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis*, ist seit Mai 2017 neue Mitherausgeberin von *merz*. Sie folgt auf Prof. Dr. Helga Theunert, die sich nach 22 Jahren aus der Herausgeberschaft zurückgezogen hat. Prof. Dr. Bernd Schorb bleibt weiterhin Mitherausgeber von *merz*. Kathrin Demmler ist seit 2010 Direk-



torin des *JFF*. Sie wird, gemeinsam mit Prof. Dr. Bernd Schorb, der bereits seit 1990 Mitherausgeber ist und über 20 Jahre lang Vorsitzender des *JFF – Jugend Film Fernsehen e. V.* war, die Zeitschrift inhaltlich fortführen und auf die zukünftigen Herausforderungen einstellen. „Es wird auch weiterhin das handlungsleitende Ziel von *merz* sein, aktuelle medienpädagogische Themen möglichst breit und interdisziplinär zu beleuchten. Durch die Aufbereitung aktueller medienpädagogischer Studien, theoretischer Ansätze sowie Projekt- und Erfahrungsberichten soll die Zeitschrift ihre hohe Qualität in Sachen Aktualität und fachlicher Relevanz beibehalten“, so Demmler.

Prof. Dr. Helga Theunert prägte *merz* nachhaltig. Sie war Direktorin des *JFF* und hat über 20 Jahre lang als Herausgeberin und davor bereits als Mitglied der Redaktion *merz* intensiv fachlich und konzeptuell weiterentwickelt.

Wir danken Prof. Dr. Helga Theunert für ihr jahrzehntelanges Engagement und freuen uns gleichzeitig sehr auf die Zusammenarbeit mit dem neuen Herausgeberteam!

*merz*-Redaktion, *merz*-Beirat und Verlag

Schülerinnen und Schüler sowie Studierenden an, dass sie nicht mit ihren Eltern auf *Facebook* befreundet sind. Die jungen Deutschen wünschen sich außerdem, dass am Ausmaß an Freiheiten und Individualismus nichts verändert wird (91 % und 80 %). Zum Glücklich-Sein werden aber noch andere Dinge benötigt: Die Mehrheit (71 %) kann sich nicht vorstellen, ohne Job glücklich zu sein – und auch nicht ohne andere Mitmenschen: 65 Prozent verneinen, dass sie sich nur auf sich selbst verlassen können. Was die befragten jungen Deutschen

wirklich stört, sind erschlichene Leistungen vom Staat (60 %) und dass die soziale Ungleichheit immer mehr zunimmt (85 %). Weitere 52 Prozent finden zudem, dass das System nur teilweise Leistung adäquat belohnt.

*Generation What?* ist ein multimediales Projekt, das vom *Bayrischen Rundfunk*, vom *Südwestrundfunk* und vom *ZDF* umgesetzt und international von der *Europäischen Rundfunkunion* koordiniert wurde. Von April 2016 bis April 2017 haben sich mehr als 940.000 Menschen aus 35 Ländern beteiligt. Damit ist

es die größte europaweite Studie zur Lebenswelt junger Menschen im Alter von 18 bis 34 Jahren. Auf der Website lassen sich die Ergebnisse auch in Echtzeit länderübergreifend vergleichen. [www.generation-what.de](http://www.generation-what.de)

Antje Müller

## Aktiv gegen Vorurteile

*Aktiv gegen Vorurteile* ist eine Kampagne gegen Vorurteile und für Toleranz, in der Jugendliche aus ganz Bayern Audio- und Video-

## stichwort Social Bots

Zwischen Trollen als menschliche Akteure und Spam-E-Mails: Social Bots sind Computerprogramme, die eine menschliche Identität vortäuschen und darauf ausgerichtet sind, in sozialen Netzwerken wie *Facebook* und *Twitter* maschinell erstellte Beiträge wie Kommentare, Antworten oder Meinungsäußerungen zu generieren, um Diskurse zu beeinflussen bzw. zu manipulieren. Technisch gesehen sind die automatisierten Meinungsmacher mit unterstützenden Bots wie Chat Bots oder digitalen Assistenten eng verwandt; sie unterscheiden sich nur in ihrer Zielsetzung. Nicht zu verwechseln sind Social Bots mit den klassischen Bots. Diese Computerschadprogramme laufen auf vernetzten Rechnern – meist ohne Einverständnis der Eigentümerinnen und Eigentümer –, nutzen deren Netzwerkanbindung und lokale Ressourcen sowie Daten; beispielsweise zum Versand von Spam-E-Mails oder DDoS-Attacken.

Social Bots hingegen bergen das Potenzial, das Vertrauen in die Demokratie zu unterlaufen, indem sie unter anderem zur Veränderung der politischen Debattenkultur im Internet beitragen. So lassen sich beispielsweise Fake-Accounts von Social Bots durch einfache Anpassungen leicht skalieren, sodass auf *Twitter* tausende Accounts geschaffen werden können, die wiederum zehntausende Tweets pro Tag erzeugen. So können Trends, Interessengruppen und Einzelpersonen manipuliert, Influencer Marketing betrieben und Informationen sowie öffentliche Debatten verzerrt werden, da echte Menschen, die mit dem Social Bot kommunizieren, die Meinungsroboter als echte Internetnutzende wahrnehmen.

Die technischen Möglichkeiten zur Enttarnung von Social Bots hinken noch hinterher. Dennoch wird längst an wesentlich intelligenteren Entwicklungen gearbeitet, die es Gesellschaft und Politik erschweren, Roboter und einen Follower aus Haut und Knochen voneinander zu entscheiden.

Swenja Wütscher

spots erstellen, die wöchentlich im Netz verbreitet werden.

Das Zusammenleben in einer Gesellschaft, die von unterschiedlichen Kulturen geprägt ist, stellt Jugendliche vor große Herausforderungen. Oft fehlt es an Wertschätzung, Toleranz und gegenseitiger Rücksichtnahme. Jugendliche verschiedener Herkunft, aber auch verschiedene Jugendzonen reiben sich an unterschiedlichen Normvorstellungen und damit verbundenen Verhaltensweisen. Im Zuge der Identitätsfindung sind Jugendliche oft unsicher und grenzen sich auf

Kosten anderer voneinander ab. In den einzelnen Projekten haben sie die Möglichkeit, Vorurteile aufzugreifen und gemeinsame Regeln des Zusammenlebens zu finden. Zudem können sie ihre eigene Sicht der Welt auf kreative Weise nach außen tragen.

Bei *Aktiv gegen Vorurteile* erarbeiten Jugendliche in Medienprojekten Video- und Audiospots gegen Vorurteile und für Toleranz. Die gelungensten Kampagnenprodukte werden über Social Media-Kanäle und Jugendladioformate verbreitet. Weitere Dateien stehen auf der

Projektwebsite zum Download zur Verfügung.

Die Clips können sowohl im Unterricht als auch in anderen Projekten verwendet werden, um für das Thema Vorurteile zu sensibilisieren. Zu dem Projekt entstehen zusätzlich Handreichungen, die Fachkräften aller Bildungsfelder Hilfestellung zur Umsetzung eigener Projekte geben sollen.

*Aktiv gegen Vorurteile* wird im Rahmen der *Initiative für Integration und Toleranz* vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis umgesetzt.

Finanziert wird das Projekt von *Stiftung Wertebündnis Bayern, Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration – Organisationseinheit Radikalisierungsprävention, Bayerisches Bündnis für Toleranz – Demokratie und Menschenwürde schützen* und *Bayerischer Verein für Toleranz, Demokratie und Menschenwürde e. V.*

[www.aktiv-gegen-vorurteile.de](http://www.aktiv-gegen-vorurteile.de)

Lisa Geiger

## Abenteuerwelt zum Einsatz im Unterricht

*jippie.life* ist eine Multimedia-Onlineplattform und interaktive Erlebniswelt für Kinder von sieben bis 13 Jahren, die mit Geschichten auf die Anforderungen und Herausforderungen im neuen Medienzeitalter vorbereiten möchte. Das Gesamtkonzept des Webportals basiert auf einem Krimi-Abenteuer rund um das Weltkultur- und Naturerbe, welches zusammen mit Minispielen zum aktiven Einstieg in die Erlebniswelt der Plattform anregt. Die Abenteuer sind dabei als ‚Clickable-Comics‘ aufbereitet, in der die spielbare Hauptfigur, der elfjährige Tarek, für Interpol um die Welt reist, um zusammen mit der zwölfjährigen Freia und seinem Hund Kito die Behörden über die Machenschaften des berüchtigten Alpenkönigs und dessen Schmugglerbande auf-



Screenshot jippie.life

zuklären. Dabei bewegen sich die Spielerinnen und Spieler – ob mit eigenem Account oder ohne Log-in – frei durch die Stationen und Spielwelten, mit dem Ziel, durch das Erfüllen von Aufgaben ihr *Reisegepäck* aufzufüllen und Belohnungen im *Abenteuerbuch* zu sammeln. Die Plattform verbindet damit spielerisch die Aneignung nützlichen Wissens über Kulturen, Völker oder Tiere mit kleinen unterhaltsamen Elementen. Zum medialen Austesten für Kinder und Jugendliche bietet die Erlebniswelt sowohl internationale Bezüge als auch Lernübungen, die in der Gestaltung der Spielwelt integriert sind.

*jippie.life* regt darüber hinaus zur Entwicklung eigener Inhalte an, die mit Freundinnen und Freunden, Familie oder in der Schulklasse über verschiedene Medien weiterentwickelt werden können. Hierfür wird das *JIPPIE-Schulforum* zur Verfügung gestellt, das die Plattform für die Nutzung im Unterricht der dritten bis sechsten Klassen per Log-in zugänglich macht. Hier können Arbeitsergebnisse ver-

öffentlicht oder ausgetauscht und Materialien wie digitale Arbeitshefte und fachspezifische Arbeitsblätter genutzt werden, um neue Medien stärker in den Unterricht einzubeziehen.

Das Webportal wird gefördert mit Mitteln der *nordmedia Film- und Mediengesellschaft Niedersachsen/Bremen* und der *Staatsministerin für Kultur und Medien* über das Programm *Ein Netz für Kinder*.

[www.jippie.life](http://www.jippie.life)

Antje Müller

### Die Themen der nächsten Hefte:

- Soziale Arbeit digital (merz 4/17)
- Quantified Self (merz 5/17)
- Im Spannungsfeld zwischen Digital Humanities und Subjektorientierung (merzWissenschaft 2017)

# nachgefragt Eike Rösch, Medienpädagogik Praxis-Blog

*Der Medienpädagogik Praxis-Blog bietet Medienpädagoginnen und Medienpädagogen Materialien, Methoden, Projektbeispiele, Tipps und Tricks und aktuelle Informationen für die medienpädagogische Praxis in Jugendarbeit und Schule. Im vergangenen Jahr konnten Multiplikatorinnen bzw. Multiplikatoren sowie alle Interessierte an einem Praxis-Camp mitwirken, sich austauschen und Kontakte knüpfen. Antje Müller hat mit Eike Rösch über die Besonderheit eines Barcamps gesprochen, und wie er Köpfe aus Forschung und Praxis an einen Tisch holt.*



Eike Rösch

**merz** Das erste Barcamp entstand aus den sogenannten Foo Camps, die nur mit Einladung besuchbar waren. Was ist ein Barcamp – die sogenannte Unkonferenz – heute und was unterscheidet es aus deiner Sicht von Tagungen, Symposien, Kongressen oder Workshops?

**Rösch** Für mich ist das Besondere an einem Barcamp, dass es vor allem teilnehmendenorientiert ist und das vorhandene Wissen wertschätzt. Ich finde das für die Medienpädagogik so wichtig, weil sie ein weites Arbeitsfeld ist, in dem ganz viel ausprobiert wird, speziell in der außerschulischen Medienpädagogik. Dort bringen die Fachkräfte ganz viele Erfahrungen mit. Und meiner Meinung nach ist das genau das, auf was bei einem Barcamp gesetzt wird. Wohingegen man sich bei einer Tagung im konventionellen Format immer überlegt, welche Workshops angeboten werden könnten. Das fokussiert dann auch sehr die Sicht der Organisierenden und ihren Wissensstand – und es gibt auch einfach einige Dinge, die sie nicht wissen, nicht wissen können. Was für mich bei einem Barcamp das Besondere ausmacht, ist die Wertschätzung für die Teilnehmenden, die große Flexibilität und, dass man das vorhandene Wissen von allen nutzen kann. Und es ist nach wie vor so, dass die

Leute, die bei einer konventionellen Tagung einen Workshop machen würden, auf einem Barcamp auch eine Session anbieten können.

**merz** Wer kommt nach deiner Erfahrung zu Barcamps?

**Rösch** Der *Medienpädagogik Praxis-Blog*. Ich glaube, das sind Leute, die lernen und sich austauschen wollen. Ein Barcamp ist, finde ich, auch besonders für Einsteigerinnen und Einsteiger in die Szene geeignet. Aus eigener Erfahrung weiß ich, dass man sehr viel mit Menschen in Kontakt kommt und sich auf Augenhöhe austauscht. Bei uns auf dem *Medienpädagogik Praxis-Camp* war das so, dass es eine sehr gute Mischung aus allen möglichen Leuten war, die aus der medienpädagogischen Praxis, aber auch der Forschung kamen, und die sich für aktuelle Entwicklungen in der Praxis interessierten. Dabei hatten wir bemerkenswerterweise von Anfang an eine sehr schöne Stimmung. Also, sehr harmonisch, auf Augenhöhe, sehr kommunikativ, sehr unterstützend, sehr hilfsbereit, sehr offen. Es gab auch Menschen, die über Fehler gesprochen haben, wie ihr Projekt schief ging, und wie man daraus lernen kann. Und bei den allermeisten Sessions war es eben auch so, dass die Leute weniger



nur ihre eigene Position vorgestellt haben, sondern, dass es eben kurze Inputs gab und anschließend gemeinsam darüber an dem Thema diskutiert wurde.

**merz** Innerhalb deiner Reflexion zu eurem Barcamp hast du darauf verwiesen, dass sehr viel von den Barcamp-Prinzipien Gebrauch gemacht wurde. Was meinst du damit?

**Rösch** Es waren Menschen da, die mit der Erwartung angereist sind, sich einzubringen und eigene Gedanken und Inhalte zu präsentieren. Das ist ein wichtiges Ding bei Barcamps, dass man auch was anbieten und sich generell einbringen soll. Das hat auch, finde ich, glücklicherweise gut funktioniert. Es sind Menschen gekommen, die sich selber einbringen, sehr aktiv teilnehmen und auch eigene Sessions anbieten wollten. Schon im Vorfeld wurden online auf der Website sehr viele Session-Vorschläge eingereicht und zu denen kamen noch spontane Vorschläge. Die haben wir gesammelt und dann geschaut, ob es da eine Resonanz gibt, wobei wir versucht haben, alle Session-Ideen möglich zu machen. Die Ideen reichten von: „Ich hab da einmal ein Projekt und möchte es vorstellen“ bis hin zu „Ich hab' da mal 'ne Frage. Wer kann sie mir beantworten bzw. wer arbeitet mit mir an der Antwort?“.

**merz** Wie war der Ablauf auf dem *Medienpädagogik Praxis-Camp*?

**Rösch** Das besondere an unserer Barcamp-Struktur war, dass wir nach der typischen, kurzen Vorstellungsrunde mit inspirierenden Statements aus Praxis und Forschung in eine Gruppendiskussion eingestiegen sind. Das hat sich aus meiner Sicht bewährt und zu der sehr guten Stimmung und der großen Inhaltlichkeit beigetragen. Ansonsten haben wir uns an die klassische Struktur gehalten – Sessionplanung und -koordination, und dann ab in die Sessions. Ganz am Ende stand wie gewohnt ein gemeinsamer inhaltlicher Austausch mit Blick auf die Zukunft. Bemerkenswerterweise waren auch da fast alle bis zum Schluss da.

**merz** Welches Minimum an Erfahrungen braucht man denn, um ein Barcamp zu organisieren?

**Rösch** Also, ich finde, wer im pädagogischen Bereich tätig ist und Projekte mit Menschen macht, also die, die an den Teilnehmenden orientiert sind, die oder der kann das machen. Und ich finde, Mut und Selbstreflexion sind das Allerwichtigste. Also, immer wieder zu überlegen, orientiere ich mich wirklich an den Teilnehmenden und was passt am besten zu der Zielgruppe. Das muss man sich immer wieder vor Augen führen, damit man nicht in alte Bahnen zurückschneidet. Und vorher ein Barcamp besuchen, das ist sicher auch nicht schlecht ...

**merz** Im letzten *Praxis-Camp* habt ihr bzw. die Teilnehmenden in den Sessions unter anderem die Themen Lightpainting und digitale Herrschaftsverhältnisse behandelt. Wie wird das in diesem Jahr am 22. und 23. September in Mainz aussehen?

**Rösch** Es wird, glaube ich, sehr ähnlich aussehen. Und wir versuchen wieder einen Rahmen herzustellen, der Menschen dazu animiert, ihre Themen mitzubringen. Ich kann jetzt nicht genau sagen, was die Themen sein werden. Wir versuchen, die Menschen zu inspirieren und zählen dann darauf, dass sie ganz viele Fragen oder Informationen mitbringen. Ich bin aber zuversichtlich, dass das funktioniert. Es ist total faszinierend, wer beim letzten Mal da war: Studierende, Leute, die in der medienpädagogischen Praxis sind, Forschende, Menschen, die ein bisschen mit der Medienpädagogik in Berührung gekommen sind und vielleicht noch intensiver einsteigen wollen und alte Häsinnen und Hasen. Wer dieses Jahr dabei sein möchte, kann sich auf unserer Website unter [www.barcamptools.eu](http://www.barcamptools.eu) registrieren und als Teilnehmerin bzw. Teilnehmer oder als Teilgeberin oder Teilgeber melden, und im Herbst seine eigenen Inhalte beisteuern.

*Eike Rösch ist Dozent für Medienbildung an der Pädagogischen Hochschule Zürich und Herausgeber des Medienpädagogik Praxis-Blog. Seine Schwerpunkte im Blog sind Video, Web, Gestaltung und Präsentation.*

# Hass und Hetze im Internet geht alle an – No Hate Speech!

## Editorial

In einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft sind Phänomene wie Hate Speech (Hassrede) und andere anti-demokratische, menschenverachtende Kommunikationsformen Ausdruck einer sich wandelnden Kommunikationskultur. Bei Hate Speech handelt es sich um eine Form (digitaler) gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit (vgl. Puneßen 2017). Diese trifft unter anderem Personen aufgrund ihrer Hautfarbe, ihrer Religion, ihres Geschlechts oder ihrer sexuellen Orientierung. Es sind Personen und Gruppen, die auch außerhalb des Netzes ausgegrenzt und angefeindet werden (vgl. Felling/Fritsche 2017). Online-Hassrede setzt daher letztlich analoge Macht- und Diskriminierungsstrukturen fort (vgl. Buchzik/Rauscher 2017). Es können aber auch Menschen zur Zielschreibe von massiver Verachtung und Abwertung in Form von Hate Speech werden, die zwar selbst nicht den angefeindeten Gruppen angehören, sich aber für die Rechte dieser Gruppen und gegen Menschenfeindlichkeit einsetzen (vgl. Felling/Fritsche 2017; Buchzik/Rauscher 2017). Hate Speech ist jedoch kein feststehender juris-

tischer Begriff. Innerhalb des Rechtssystems wird lediglich zwischen zulässigen und unzulässigen Meinungsäußerungen unterschieden. (vgl. Puneßen 2017). Unzulässige Meinungsäußerungen, unter die hasserfüllte Kommentare in digitalen Kommunikationsräumen wie Social Network Sites und Blogs fallen, können den Straftatbestand der Volksverhetzung, der Beleidigung, der üblen Nachrede, der Verleumdung, der Nötigung, der Bedrohung oder der Aufforderung zu Straftaten erfüllen und sind dann entsprechend strafrechtlich durch Strafanzeige und zivilrechtlich – z. B. durch Löschungsanspruch, Änderungsanspruch, Abmahnung oder Unterlassungserklärung, Geldentschädigung bzw. Schmerzensgeld – zu ahnden (vgl. Brings-Wiesen 2017). Aktuell wurde außerdem am 5. April 2017 hierzu ein Gesetzentwurf der Bundesregierung beschlossen, der eine Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken zum Inhalt hat (vgl. Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz 2017) und die schnellere Entfernung und Sanktionierung von Hassreden und Fake News gewähren soll.



## Zunahme extremer Inhalte im Netz

Wollen wir aber sowohl die Redefreiheit und gleichzeitig die Würde Andersdenkender sichern, so muss darüber hinaus ein gesellschaftlicher Konsens über die Inakzeptanz von Hate Speech hergestellt werden. Die Verantwortung hierfür kann keinesfalls ausschließlich im Rechtssystem liegen. Vielmehr ist eine Verständigung über akzeptable bzw. inakzeptable Netzkommunikation mit allen Gesellschaftsmitgliedern herzu-

stellen, die wiederum diese Prinzipien dann in der Netzwelt realisieren und für deren Umsetzung eintreten. Deshalb ist das Thema Hate Speech für alle Mitglieder der Zivilgesellschaft aller Altersgruppen relevant. Dabei ist einerseits der restriktiv-bewahrende Kinder- und Jugendschutz, aber insbesondere auch die generationenübergreifende präventiv-befähigende Medienpädagogik herausgefordert (vgl. Hajok 2017). Da es eine Utopie ist, dass das Netz frei von extremen und extremistischen Positionen sein kann, sollten alle Gesellschaftsmitglieder für einen kompetenten Umgang mit solchen Positionen befähigt werden. Denn auch wenn es keine verlässlichen Zahlen gibt, so scheint abgesichert, dass seit 2015 – mit der abrupt gestiegenen Zahl von geflüchteten Menschen – der Hass im Netz nochmals stark zugenommen hat (vgl. ebd.). Ob nun aufgrund erhöhter Sensibilität und erhöhter Beschwerdebereitschaft oder wegen eines tatsächlichen Anstiegs solcher Inhalte, bleibt zu klären. Sicher ist jedoch, dass sich die Zahl der Beschwerden wegen volksverhetzender Inhalte von 2014 auf 2015 nahezu verdreifacht hat. Beim Melden rechtsradikaler Webinhalte kam es innerhalb dieses Zeitraums sogar zu einer Verachtfachung (vgl. Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter 2015).



*Die zunehmend grenzüberschreitende Kommunikation gründet unter anderem auf einer irrationalen Bedrohungswahrnehmung*

CCO stevepb\_pixabay

## Gründe für (die Intensivierung von) Hate Speech

Wie kommt es aber überhaupt dazu, dass Menschen diese grenzüberschreitende, verächtliche Kommunikationsform wählen? Hierzu existiert ein Bündel von Gründen für die aktive Erstellung und Verbreitung extremistischer Botschaften und Hasskommentare. Nach Schmitt (2017) lassen sich auf der Individual- bzw. Mikroebene mindestens vier psychologische Motive ausmachen. Nämlich erstens die Ausgrenzung und Abwertung einer Fremdgruppe – die, oft irrational, als Bedrohung wahrgenommen wird – mit dem Ziel der Stärkung einer eigenen positiven Gruppenidentität, zweitens die Einschüchterung der Fremdgruppe, drittens die Machtdemonstration bzw. das Erlangen der Deutungshoheit im gesellschaftlichen Diskurs und schließlich viertens die Freude am Beleidigen und Erniedrigen anderer. Die signifikante Zunahme solcher Inhalte wird wiederum auf Makroebene unter anderem den Anonymisierungsmöglichkeiten im Netz, den (digitalen) Beachtungsexzessen und den damit einhergehenden Extremisierungstendenzen sowie Beschleunigungsprozessen (vgl. Hajok 2017) heutiger Kommunikationskultur zugeschrieben

oder auf Ängste und Unsicherheiten der Subjekte zurückgeführt, die aus Wachstums- und Globalisierungstendenzen resultieren (vgl. Krotz 2017 in dieser Ausgabe).

## Hate Speech im Netz geht alle an

Dass diese anwachsende Menge hasserfüllter Worte und Bilder auch tatsächlich von vielen wahrgenommen wird, verdeutlichen aktuelle Befunde eindrucksvoll. Gemäß einer länderübergreifenden Befragung des Europarats im Rahmen der *No Hate Speech*-Kampagne im April 2015 zeigte sich, dass 83 Prozent der 6.601 befragten Heranwachsenden im Internet auf Hassreden gestoßen sind (vgl. Council of Europe 2015). Und auch die 2016 im Auftrag der *Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen* durchgeführte Online-Befragung in Deutschland macht deutlich, dass 82 Prozent der 2.044 befragten 14- bis 24-Jährigen schon Erfahrungen mit Hate Speech im Netz gemacht haben. Mehr als die Hälfte (54 %) dieser Gruppe war schon häufig bzw. sehr häufig durch Kontakt betroffen (vgl. forsa 2016). Sowohl der quantitative Anstieg von extremen Inhalten als auch deren nachweisliche Diffusion innerhalb der Netzgemeinschaft sprechen für die immense Notwendigkeit der Auseinandersetzung mit dem Themen- respektive Problembereich.

## Interventionsmöglichkeiten

Felling und Fritsche (2017) benennen als konstruktive Formen der Auseinandersetzung unter anderem die Förderung von Medien- und Sozialkompetenz und den Aufbau von Hilfestrukturen sowie die Herstellung einer gesamtgesellschaftlichen Perspektive zur wertschätzenden Debattenkultur als Möglichkeiten des pädagogischen Umgangs mit Hate Speech. Vielfältige Initiativen setzen sich bereits seit geraumer

Zeit mit Hate Speech und anderen diskriminierenden Formen auseinander und stellen genau solche Angebote bereit. Exemplarisch sollen hier ausgewählte Initiativen kurz vorgestellt werden (vgl. z. B. Kaspar/Gräßer/Riffi 2017; Felling/Fritsche 2017): Aufklärend und Sensibilisierend arbeitet seit 1998 die *Amadeu Antonio Stiftung* im Bereich Rechtsextremismus, Rassismus und Antisemitismus. Das *JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis* setzt sich ebenfalls seit mehreren Jahrzehnten mit Wertevermittlung *durch* und *in* Medien auseinander, und bietet dabei beispielsweise seit 2015 Werkstätten zur Förderung von Werte- und Medienkompetenz im Rahmen von *ICH WIR IHR im Netz* an. *Jugendschutz.net* – seit 1997 mit unzulässigen Netzinhalten befasst – hält mit *hass-im-netz.info* ebenfalls ein aktuelles Angebot bereit. Im Juni 2016 startete in Deutschland die europaweite Kampagne *no-hate-speech.de*, innerhalb derer relevantes Wissen zum Themenbereich und humoristische Memes zur Gegenrede auf der Website bereitgestellt werden. Beinahe zeitgleich wurde die Initiative *Netzkodex* (vgl. Schmid/Appelhoff 2017) von der Ministerpräsidentin des Landes Nordrhein-Westfalen ins Leben gerufen. Verantwortliche von Unternehmen, Staat und Zivilgesellschaft erarbeiten klare Informationen zur jeweiligen Verantwortung der Social Media-Anbieter, Plattformbetreiber, Strafverfolgungsbehörden, Landesmedienanstalten, Internetbeschwerdestellen und auch der Nutzerinnen und Nutzer.

Ziel dieses Themenschwerpunkts ist die Vermittlung von grundlegendem Wissen zu verschiedenen Dimensionen des Phänomens. Es geht hierbei sowohl darum, empirisch fundierte Befunde zu Erscheinungsweisen von extremistischen Inhalten zu vermitteln, sozialwissenschaftlich-empirische Ergebnisse zu Rezeption und Wirkung bereitzustellen und gleichzeitig eine gesellschaftskritische Reflexion anzuregen sowie konkrete medienpädagogische Handreichungen anzubieten.