



WP2

National qualitative and quantitative report

GERMANY

Part I: Analysis of online hate speech in social
networks and digital media

Part II: Qualitative research on counter-narratives

November 2018



With financial support from the Rights, Equality and Citizenship Programme (2014-2020) of the
European Union



With financial support from the Rights, Equality and Citizenship Programme (2014-2020) of the European Union

Marina Dirks

AWO Arbeit & Qualifizierung gGmbH Solingen

The content of this publication represents the views of the authors only and is their sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.

Part I: Analysis of online hate speech in social networks and digital media

CHAPTER 1. INTRODUCTION: ANALYSIS OF ONLINE HATE SPEECH. SOCIAL NETWORKS AND ONLINE MEDIA.

1. QUANTITATIVE ANALYSIS

1.1.- General conclusions by country. Impact indicators.

Following the methodology mentioned in Chapter 1 of this report, the data gathered for this analysis have been based on the following sources in Germany:

ANALYSIS OF DIGITAL MEDIA (FEBRUARY 26 - APRIL 1): A shortlist of digital sources found by AWO AQUA gGmbH (Solingen, Germany) have been monitored in order to identify articles increasing racist and other types of hate context within the digital media. The analysis examines the existence and encouragement of racism related incidents in each European country in a specific timeframe e.g. one week of informative follow-up in subsequent weeks. Two unlike digital media bulletins were selected to examine who is in favour and who is not in favour for the matter to intensify; the selected sources *are welt.de* and *taz.de*.

ANALYSIS OF TWITTER PROFILES (FEBRUARY 26 – APRIL 1): A shortlist of twitter profiles provided by AWO AQUA gGmbH Solingen have been monitored in order to identify racist and other types of hate speeches, as well as evidence of counter-narratives, within their own published content and their audience's reactions. The Twitter profiles selected in this part are of Steffen Seibert, spokesman of the Federal Government; Kübra Gümüüşay, journalist, blogger and activist on topics of feminism, Islam, politics and society; and finally of Lamya Kaddor, author, Islamic scientist and activist.

ANALYSIS OF HASHTAGS – INTERNATIONAL DAY AGAINST RACISM (MARCH 22): A shortlist of Twitter hashtags analysed by SOS Racismo Gipuzkoa (Spain) a human rights organisation, aim to find and analyse again the impact of negative hashtags aiming to promote racism and hate related matter and also hashtags aiming to defuse.

According to Kantar Media, who made a first attempt in analysing the data emanated from SPIDER, Germany presents very **few hate contents**, showing up only two occurrences in total, which is why a quantitative analysis cannot be convincing. The chosen sample to be monitored may not have been the best, but some influences distorting the result occurred as well. An explanation of the circumstances and a further analysis of data, which derived from a

manual investigation of the selected sources, carried out by the author, will be given within a qualitative analysis in chapter 3.

Of the two impacts indicated in the spider-based research for REACT in Germany, one hit occurred on twitter, the other on the online news page *welt.de*. The informative genre of the information gathered were one news piece in the online newspaper and an audio interview with Lamya Kaddor, tweeted by a public service radio station, retweeted on her profile.

Both impacts were typologized as collateral criticisms or other forms of excluding speech, referring to 'Islam' and whether it belongs to Germany or not. The retweeted article on twitter could be typologized as alternative speech, as the person monitored refers to an act of excluding speech in the interview.

By author, both impacts came from politicians working at the German parliament. The subjects of their statements were refugee/inner security and 'Islamophobia'.

Difficulty in the collection of content by the SPIDER

The algorithms used to select the texts from descriptors and profiles indicated in each country and each platform did not always determine a significant number of results. Researchers had the impression that a relevant quantity of data and information went lost.

Researchers thus deemed necessary to complete the data collected through the SPIDER with a desk research made by themselves.

Moreover, we want to underline that Tweeter is not a representative window of society. It tends to be used by younger groups, more socio-economically privileged and more urban. The poorest, most marginalised and most vulnerable groups in society are less represented on Tweeter. A particularly important issue when studying the prevalence of xenophobia, Islamophobia and reporting incidents of hate.

Typology	No. of impact	Source	Author	Subject/Topic	Other bias	Informative genre	URL
Hate Speech	-						
Stereotypes/Prejudices	-						
Rumour	1	Welt.de	Politician	Inner Safety & Islamophobia	-	News piece	https://www.welt.de/politik/deutschland/article174623908/Grenzkontrollen-CDU-Abgeordnete-enthalten-sich-bei-AfD-Antrag.html
Trap argument	-						
Speech against collaboration/help	2	Twitter (Lamy Kaddor), Online news page	Politician (2)	Refugee/Inner safety and Islamophobia; Islamophobia	-	News piece, radio interview	https://www.welt.de/politik/deutschland/article174623908/Grenzkontrollen-CDU-Abgeordnete-enthalten-sich-bei-AfD-Antrag.html https://twitter.com/WDR2/status/974650743306309638
Collateral criticism	-						
Alternative speech	1	Twitter (Lamy Kaddor)	Islamic scientist	Islamophobia		Radio interview	https://twitter.com/WDR2/status/974650743306309638

Table 2. Classification of the gathered information

1.2.- Nature of the comments (Typology)

The data found comprised different types of speeches:

The two findings extracted by the spider tool contained rumour, hate speech, collateral criticism and alternative speech. Some statements fit into several categories, which makes it harder to draw a line, when it comes to typology.

In section 2.1.1 the author encloses a figure of the online article stated on welt.de promoting racism and hate speeches.

In the article, a speech of a member of the right-wing party Alternative for Germany, was quoted, which shows this effect quite good. Kantar media, who made a first attempt in analysing the findings, defined the hit as ‘speech against collaboration or help’. Taking a more precise look reveals some other types of triggering speeches, too.

WELT Abonnement Ticker

Dies aber war nur eine „Zwischenbemerkung“. Hingegen wurde die eigentliche Rede der AfD wieder einmal von Gottfried Curio gehalten, und der schlug ganz andere Töne an. Curio sprach von „Völkerverschiebung“ und behauptete, „den Unterstützern der offenen Grenzen“ gehe es „um den Umbau der einheimischen Bevölkerung“. Die Migranten wollten sich gar nicht integrieren, sondern „ihre eigene Kultur leben nach den gesetzwidrigen Regeln der Scharia“.

344

f

Twitter

Envelope

Print

Anzeige

Der Kumpeltaler - Ein Muss für jed
- Jetzt sichern
MDM

Die Regierung habe „den Verlust des inneren Friedens auf dem Gewissen“. Curio weiter: „Gehört so jemand auf die Regierungsbank? Wir sagen: Doch wohl eher auf die Anklagebank.“ Dass dies eine Einladung an die Unionsabgeordneten war, sich für die AfD-Forderung zu öffnen, kann bezweifelt werden.

»Curio spoke about ‘mass migration’ (Völkerverschiebung) and contend, that ‘the supporters of open borders aim for reconstruction of the local population.’ Migrants would not integrate at all, but ‘live their own cultures with the illegal rules of sharia.’ The government ‘is in charge of the loss of social harmony.’ Curio continues ‘Do such people sit on the government bench? We say: more likely on the dock.’«

Due to the language barrier, the statements cannot be accurately translated; however, Crucio indicates the government is trying to construct a new German race and population; allowing immigration and integration to mix/ integrate into the German Native “white” race and society.

Curio disseminates unverified information, without a proof of veracity, like planned reconstruction of the local population due to immigrants, which can manifest as rumour and trigger hate comments against the government and immigrants. He stereotypes ‘the migrants’, saying that none of them is willing to integrate, but aiming to live to the rules of sharia, without taking into account any individual differences. This is all to underline his collateral criticism on ‘migrants’ and the German federal government.

Another politician of the same party was quoted earlier in the article, referring to the same topic and aim, but with a different, more fact-based manner. He tries to underline the demand with figures and guidance.

Hess listete auf, wie stark die Zahl islamistischer Gefährder in Deutschland seit 2015 gestiegen sei, und nannte dies eine „inakzeptable Gefährdung der Sicherheitslage unserer Bürger“. Nur mit konsequenten Grenzkontrollen, so Hess, lasse sich verhindern, dass Leute ohne Papiere einreisen und bloß „erfasst“ werden können, während „eine Überprüfung des Backgrounds überhaupt nicht stattfinden“ könne.

“Hess listed, how strong the number of persons likely to threaten public safety in context of islamistic terrorists incased in Germany since 2015, and called this a “inacceptable threat of security of our citizens”. Only consequent border controls could prevent, that people without

identity papers enter the country, merely recorded, where as a “b background check” could not be proceeded.”

The other finding, mentioned in section 2.1.2., is a retweet occurring on the account of Lamya Kaddor. Originally the tweet was posted by WDR 2, a public service radio station. The tweet contained a link to an audio interview with Lamya Kaddor, referring to the statement of the German Interior minister, Horst Seehofer, said about Islam in Germany.



“This Sentence is totally redundant and preposterous. It reminds me of 20 years back in the past. @LamyaKaddor at #WDR2Mittagsmagazin on the statement #Heimatminister Horst #Seehofer, that #Islam does not belong to Germany. The whole conversation:”

In a follow up tweet made by WDR2, the following statement by Lamya Kaddor was quoted, too:

“To service certain narratives of #islamophobia, is grist to the mills of all radical forces.”

Kantar media classified this impact as ‘hate speech’, meaning insulting, degrading language that incites discrimination and/or violence against these people/groups. The topic, on which this tweet occurred, was islamophobia and the statement the minister of interior made, – “The Islam does not belong to Germany” – can be classified as collateral criticism. The complete statement also contained a trial of relativization, stating that the muslims living here in Germany of course do belong to Germany. Yet, in the same line, he declares:

“This of course of does not mean that we therefore, out of false consideration, abandon our traditions and customs, which are characteristic to our country.”

With this, Horst Seehofer triggered a debate that controlled the media coverage during the period of monitoring. Especially the last statement quoted above leaves space for assumptions and rumours, for example the alleged intention of re-naming (Christian) events (Christmas-market vs. winter-market).

His statement is classified as hate speech and speech against collaboration as well, because, it can be understood as rejection by Muslims living in Germany.

The actual impact found on the account of twitter, consists mainly of alternative speech (besides the already analysed statements of Horst Seehofer, which are quoted partly in this tweet, too). Lamya Kaddor aims to reveal the statements intention and links it to the imminent state legislature election in Bavaria (Horst Seehofer is leader of the Christian Social Union (CSU), (current) leading party in Bavaria), hinting at Seehofers intention to tap voters that may sympathize with the Alternative for Germany.

She underlines, that this kind of speech is not only support for nationalists, but for all extremist groups.

1.3.- Authors and informative genre

Regarding to the classification of the gathered information of the analysis, referred to authors of the discourse, following subcategories have been set:

- Journalist
- Politician
- Activists
- public institution
- Private institution
- Independent subject
- Other

In relation with the classification by the informative genre in which the racist speech has been collected, the classification of the information has been done due to the following ten mediums:

- picture (with caption)
- tweet
- hashtag
- opinion piece
- News
- Editorial article
- Letter
- Interview
- Answer (comment)
- Other

The hits generated in the monitoring occurred in a news piece on Welt.de, the other one was a retweet of an interview with a radio station, made by Lamya Kaddor.

Among the types of authors, politicians were the only authors of 'hate speeches' in both cases found in the spider-based monitoring.

The article's author used a rather neutral, objective diction. The non-fact-based information or rumours the politician stated, were marked as such by the journalist. Nonetheless, there are two politicians quoted in the article, who can be seen as author of the triggering impacts in this article.

The other finding is an interview, thematically related to a statement German minister of interior Horst Seehofer made on the belonging of Islam to Germany, a few days after taking office. The quotation of this statement may generated the hit. The interview itself classifies as alternative speech rather than any type of hate speech. The quotes of Lamya Kaddor, chosen as a teaser in the tweet, is classified as alternative speech as well, as she criticises the comment made by Horst Seehofer, and offers a different assessment.

The informative genre of the impacts were a tweet/an interview and an article in online media.

1.4.- Sources

As it has been described in the introduction, three have been the sources analysed in the online monitoring set for the elaboration of the present report. The selection consist of two daily online newspapers of maximum audience and national scope, that offer an open comment section and three twitter accounts: a political/governmental institution with regular treatment of speeches linked to the object of study media journalist with regular participation in media spaces of political scope and one account as a control element, for example a pro-human-rights activist.

1.4.1. Online Newspapers

In Germany, there are three types of newspapers, local, regional and national scoped, but none of them is state-funded. Especially local and regional papers have tradition. There are 353 news papers in total, whereof 334 are local or regional.¹ For Germany the daily online newspapers welt.de and taz.de were chosen.

Welt.de is the online edition of *Die Welt*, a German daily newspaper with national scope. The headquarter is in Berlin, it belongs to the Axel Springer SE and merged with N24 in 2017, and are represented together on *welt.de*. The page had about 50 million views per month in January and February 2018.² According to the IVW, *Die Welt* has an average print run of 520.278 copies daily. It has a conservative editorial line. Together with *El País* (Spain), *La Republica* (Italy), *Le Figaro* (France), *Le Soir* (Belgium) as well as *Tages-Anzeiger* and *Tribune de Genève* (Swiss), they combined into the Leading European Newspaper Alliance, in order “to concentrate their journalistic competence and support quality journalism (in each of their countries).”³

Taz.de is the online edition of *taz.die tageszeitung*, a daily newspaper of national scope with a regional section on Berlin. It has one further regional edition, *taz.nord*, for Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein and Lower Saxony. In the first quarter of 2018, it had a average circulation of 50.519 copies daily. Taz. has been founded as a self-organized, “left wing counter-public” newspaper-project in 1978. The website was established in 1995. In January and February the page had 2.8 - 2.6 visitors.

1.4.2. Twitter Profiles

Institutional/Journalist profile: @RegSprecher: Steffen Seibert is spokesman of the German parliament. This profile is also the ‘social media voice’ of German chancellor Angela Merkel (who has no own profile) and his statements therefore are essential for the public discourse. 10.3k Follower

¹ (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, 2006)

² Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (<http://www.ivw.de/>)

³ http://www.axelspringer.de/presse/Leading-European-Newspaper-Alliance-Europaeische-Zeitungen-gruenden-gemeinsamen-Verbund_22868588.html (Stand:29.05.2018)

Despite having been collected for his high audience, he neither spread nor denied any hate speech on his account. He delivered additional information or rectified false or inchoate information.

Journalist: @kübragümüşay: Kübra Gümüşay has held a column in German newspaper *Die Zeit* for three years; is blogger for ten years now and writes on feminism, Islam and politics mainly. She has 18.2k follower.

No impact of hate speech derived from her profile. However, she regularly supports initiatives with good practices. Right before the monitoring started, she announced to take a social media break.

Activist: @lamyakaddor: Lamya Kaddor is an Islamic scientist, former educator and publisher, who regularly takes part in public debates on topics referring to Islam, and therefore receives much hate from both, people against 'the Islam' and people protecting 'their Islam'.

One finding occurred on her account. It was a retweet of an interview she gave for WDR2 radio station where she takes a stand against an Islamophobic statement of German minister of interior, saying that he supports populists with those speeches.

1.4.3. Hashtags

A shortlist of twitter hashtags on the International Day Against Racism at 21th of March, provided by SOS Racismo, has been analysed in order to draw conclusions about their impact and volume of conversations in each country. According to the results 'kantar media' provided, Spain was the most active country (**559 mentions**) during the International Day for the Elimination of Racial Discrimination, followed by the UK (**345**) and France (**312**). Germany (**16**) and Italy (**15**) are far from those figures. Conclusions on that are developed in the next section of the report, related to a qualitative analysis of all the data collected.

2.- Qualitative analysis.

For the monitoring of hate speech in online spaces, each country chose two online newspapers and three twitter profiles, aiming to find incidences of hate speech and if the language chosen by journalists, politicians or other public persons may trigger hate comments. As described in section 2.1 of this report, there were few findings (via spider-based monitoring) of hate content in Germany. The quantitative methodologies usually applied in online hate speech analysis highlight the difficulties of working with a huge amount of information. Neither the accuracy of collection nor the emptying of specific examples of hate speech can be guaranteed. Therefore, they are im from a supposed common sense and a justified defence of "ours/we" and "theirs/them".

The chosen sample for the spider-based monitoring has been adapted for a manually research in order to find examples, that didn't occurred in the monitoring and to have a more precise look on styles of the articles, comments and tweets.

2.1. Online newspapers

The difficulty in selecting online newspapers brought up a first perception in case of the struggle of online-journalism. Most media companies have developed different types of payment-system, which makes it harder, to access the article online for free and without registration. Since a marked increase of hate comments in the last years, several news pages closed their comment sections completely or partly, for topics that are assumed to trigger hate comments and are seen to be highly polarizing. The most probable reason for that is a question of money and effort for moderating comment sections, as the audience comments 24/7. As an increasing number of people gains information through social media, there is a shift also of discussions towards e.g. Facebook, where a moderation is needed as well. Thus, many comment sections on the newspaper websites have been shut down.

This selection aims to give two different perspectives of media reporting.

When collecting the sample, three popular newspapers that still had an open, boundless comment section, were found. For the final sample, *welt.de* and *taz.net* were chosen. *Welt.de* does offer some additional content as well, which is only accessible with a paid account. *taz.de* offers a more solidary system with voluntarily payment function, which is advertised with a pop-up-information on each article.

For the qualitative approach on the published content in online newspaper and twitter accounts, data from GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH⁴, on the chosen newspapers *taz.* and *Die Welt*, were extracted.

In the period from 26th February 2018 to 1st of April 2.718 articles have been published in *Die Welt* in total. Seizing it down, to articles with reference to Germany, a total amount of 1.340 articles in 20 different thematic areas were found. The thematic areas, where hate speech is more likely, are highlighted in the table below.

Soccer	149
Political party	98
Politiker/politicians	95
Betriebswirtschaft/business economics	79
Innenpolitik & Staat/domestic politics&state	73
Kriminalität & Recht/crime & law	68
Ausländer/foreigner	65
Arbeit & Soziales/work & social conditions	59
Kriminalität/crime	58
Buchkritik/book review	54
Extremismus/extremism	47
Kraftfahrzeug/cars, vehicles	46
Koalition/coalition	46
Asyl/asylum	42
Kirche & Religion/church & religion	38

⁴ <https://www.genios.de/>

Sportler/ sport, athletes	36
Regierung/ government	35
Bevölkerung & Ausländer/population & foreigners	33
Krankheit/diseases	32
Transport & Verkehr/transport & traffic	31
Kriminalität/crime	93
Extremismus/extremism	82
Innenpolitik & Staat/domestic politics&state	82
Kriminalität & Recht/crime & law	78
Fußball/soccer	73
Partei/political party	69
Buchkritik/book review	66
Politiker/ politicians	59
Arbeit & Soziales/work & social conditions	51
Medizin/medizin	41
Ausländer/foreigner	41
Minderheit/minority	38
Pressetitel/press-related	37
Frau/woman	33
Bevölkerung & Ausländer/ population & foreigners	32
Asyl/asylum	32
Agrarwirtschaft/	31
Journalismus/journalism	31
Transport & Verkehr/transport & traffic	30
Medien/media	29

In the same period, 2.895 article were published in *taz. die tageszeitung*, of which 1.122 are grounded in Germany. From those, the following table of 20 trending topics can be drawn:

The final choice of relevant articles was collected manually and derived from thematic areas likely for a high existence of hate speech, namely crime, extremism, work and social conditions, foreigners/minorities, asylum, political parties and content concerning inner politics and security.

Topics which hit the most headlines and triggered a public debate were:

- the trial of Hussein K., who was founded guilty for murder and brutal rape. He came to Germany as a refugee, but had three different identities and no evidence of age.
- acts of violence in general, especially knife attacks
- the long process of formation of government
- the statement of designated minister of interior, Horst Seehofer, that Islam does not belong to Germany
- the German asylum policy in general and repatriation in particular
- a decision of *Essener Tafel* (a food assistance centre), who declared not to admit migrant as new "customer", but only to sign in German people in need for now

Sources.

As already mentioned in the introduction part, many online newspapers limited their comment section because of insufficient capabilities for moderating and deleting hate content. *Welt online* established, as one of the first media companies, a word filter-tool to its comment section. In moderating comment, they used to react in a humorous, ironic way, which caused them much publicity in social media. But even the chosen newspapers have restrictions when it comes to comments: On both websites a registration is needed, in order to comment on the article. Taz.de has shut down the guest commentary-function in 2014 already, stating that most guest comments were hateful and needed much moderation, which is time-consuming. Further restrictions because of the network enforcement law and 'General Data Protection Regulation' can be expected.

Taz.de has a rather left-wing editorial line. There is a distinct difference between both newspapers, which is noticeable in the topics as well as in the headlines. While *welt.de* has a rather negative view of society, *taz.de* is more solution-orientated.

- *Extension: 4000-6000 characters including spaces (3.000 characters = 1 page/sheet approximately)*
- *Content: Contextualization/ presentation: presentation of objects, analysis and characteristics. List / type speeches:*

Most of the comments referring to articles on taz.de are fact-based and not offending.

Two articles on *welt.de* referred to an increasing number of knife attacks. One of the articles quotes the chairman of German police union, who argues mainly young Arabic men would be in charge of those attacks.



The screenshot shows a news article on the website 'WELT'. The article title is '„Wenn jemand ein Messer in die Schule oder Diskothek mitbringt, muss das bestraft werden“, sagte der DPoIG-Bundesvorsitzende Rainer Wendt im Gespräch mit der „Neuen Osnabrücker Zeitung“'. The article text states: 'Die Gewerkschaft beobachtet mit Sorge, dass sich immer mehr junge Menschen mit Messern bewaffnen würden. Die Polizei habe die Erfahrung gemacht, dass besonders junge Migranten zum Messer greifen würden, sagte Wendt. „Es ist ein Trend, der in der Regel von jungen Arabern ausgeht, die glauben, mit einem Messer besser unterwegs zu sein, weil sie das für leicht verfügbar halten.“ Für sie sei es nichts Ungewöhnliches oder Schlimmes, ein Messer mit sich zu führen.' The article has 125 comments and social media sharing icons for Facebook, Twitter, Email, and Print are visible on the left. The top navigation bar includes 'Abonnement', 'Ticker', and a search icon. A 'TELEFUNKEN' banner is also present.

“Es ist ein Trend, der in der Regel von jungen Arabern ausgeht, die glauben mit einem Messer besser unterwegs zu sein, weil sie das für leicht verfügbar halten.”⁵
 „It’s a trend, that normally emanates from young Arabs, who think they are better off with a knife, because they think it’s easy to get.”

Taz.de referred to the high media coverage on this topic by biased newspapers, with a humorous article, creating a crime scene in every German kitchen:

“Monsieur Couteau weist darauf hin, dass viele Haushalte auch die kleineren Frühstücksmesser und die größeren Tafelmesser bergeweise horten – erstere für einen schneidigen Start in den Tag, letztere angeblich für „festliche Gelegenheiten“, womit hoffentlich nicht grässliche Ritualmorde gemeint sind.”⁶



Only two comments occurred on this *taz.de* article, one of them slightly critical, asking if this is the right attempt for a topic regarding violent. Most of the comments below the article on *welt.de* refer to the statements of criminologist Christian Pfeifer, complaining that he is not fact-based. Even though Wendt either delivered no evidences for his claim, that mainly young Arabic guys are in charge of knife attacks, the audience did not scrutinise his statement.

Several articles were published on *welt.de* concerning a debate on Islam, which was triggered by an anti-Islam-statement Horst Seehofer made in an Interview with German newspaper *BILD*. Every article concerning this topic re-quotes the excluding statement of the minister of interior, where as *taz.de* referred to that issue with two other attempts – shifting the focus, from Islam to other

The highest number of comments occurred below an article on *welt.de* that refers to an article with the heading: “FDP (liberal democratic party) defenses candidate with hijab against hate online”
 This article gained 754 comments, other articles on topics like right-wing extremism, political parties AfD and CSU and Islam in Germany record between 400 and 650 comments.

The number of comments occurring on *taz.de* is far from the comments on *welt.de*. There was only one article with a noticeable discussion

⁵ WELT ARTIKEL

⁶ <http://www.taz.de/!5491136/>



Nord-Paul

vor 4 Monaten

Wendts Aussagen stimme ich komplett zu.

Pfeiffer kann ich nur fragen: Wieviele dieser Taten muß unsere Gesellschaft aushalten, bis auch der Letzte integriert ist?

Na dann, viel Spaß beim Integrieren!



Comments

“I agree completely with Wendt’s statements. Pfeiffer, I just can ask: How many more of those acts has our society to bear, until even the last one is integrated? Well than, have fun with integrating!”

3.1.1. Exclusive discourses. *Establish the following categories:*

- Stereotypes /prejudices
- Discrimination
- Hate speech /insults /racism
- Exclusive speech from anti-racism: response to insult with another insult or disparagement etc.
- Other: *if there were speeches that cannot be classified in these previous categories.*

3.1.2. Inclusive speech *Establish the following categories:*

- Discourse that responds to the specific case where the exclusionary discourse is specifically answered
- Discourse that responds to the specific case where the exclusionary discourse is generally answered

Example: A person of minorities commits a crime

- Specific response to the specific case. 'To be judged by the fact'
- General response 'All people of minorities are not criminals'; 'You cannot extrapolate the concrete case to a whole collective'

3.1.3. Counter narratives or Good Practices: *Alternative discourse that highlights actions or positive achievements of social, cultural, political participation on the part of people of minorities.*

3.1.4. Others: *This is an open proposal. We leave therefore space for the specificities that are observed in each country or issues that want to point out apart from the ones described above.*

2.2. Twitter profiles.

- *Extension: 6000-9000 characters including spaces (3.000 characters = 1 page/sheet approximately)*

About the selection

For the analysis of the contents generated on twitter, three profiles of institutional, journalistic and associative scope are selected. The hypothesis propose that the hate speech generated by institutional representatives or political representatives have greater scope, repercussion and credibility.

It is considered that these political represetatives can use stereotypes and social prejudices at specific circumstances, by ideology or by seeking electoral objectives. They would use a populist language – to focus discontent and prejudices rooted in different social sectors and articulate racist and hate speech.

With regard the German context, several difficulties occurred while collecting the sample. As mentioned in the introduction, the federal government had not taken office yet, therefore no ministers had been stated. Due to that as a representative of a political or governmental institution the spokesman of the German parliament, Steffen Seibert, was chosen. This profile is also the 'social media voice' of German chancellor Angela Merkel, who does not own an account. Steffen Seibert's profile has a high audience and his statements are therefore essential for the public discourse.

From journalist sphere Kübra Gümüşay was chosen. She writes for *Die Zeit* and some Turkish media, her blog, *ein fremdwoerterbuch*, was established in 2008. She is also a feminist and anti-racism activist and established several hashtags, which started important debates in the last years. With #schauhin (= take a look), she puts the focus on daily racism, giving a voice to people, who seek racism and discrimination regularly. The Hashtag #ausnahmslos (=exceptionless) was invented after several hundred sexual assaults, mainly committed by non-native people, have been reported after New Year's Eve 2015/2016. With that hashtag she stands up against all kinds of racism and sexism and takes a stand against the instrumentalisation of female-rights by populists. She was known for her fact-based counter speech against populist statements. Since a while, she turned to another attempt, which is spreading #organizedlove and alternative, positive narratives. Her profile counts 18.2k follower.

From activists sphere the account of Lamya Kaddor was chosen. She is mainly Islamic scientist, worked as a teacher, is an author and started a peace march in June 2017. Lamya Kaddor is also attendant in many talk shows and public debates on topics concerning 'Islam'. Therefore she receives much hate speech, even death threats, from both, people who criticise "the Islam", as well as from Muslims, defending "their Islam". With 3.222 follower, she has a rather small community.

Finally, the analysis focused on the hashtag # 21M. A neutral and general one used for the celebration of March 21, International Day against racism. The objective was to observe the activity and flow of narratives in the messages produced by organizations, entities and associations that seek to raise awareness against racism and racist hate speech. At the same time, it could be a space for dialogue and conversation about the contents that focus this research. Finally, the hashtag could be a space for opinions against the celebration of the international day against racism.

Results of the Profile Analysis on Twitter:

1. Steffen Seiber @RegSprecher
2. Kübra Gümüşay
3. Lamya Kaddor

- *Content: Contextualization/ presentation: presentation of objects, analysis and characteristics. List / type speeches:*

3.2.1. Exclusive discourses. Establish the following categories:

- Stereotypes /prejudices

- **Discrimination**
- **Hate speech /insults /racism**
- **Exclusive speech from anti-racism:** response to insult with another insult or disparagement etc.
- **Other:** *if there were speeches that cannot be classified in these previous categories.*

3.2.2. Inclusive speech *Establish the following categories:*

- **Discourse that responds to the specific case where the exclusionary discourse is specifically answered**
- **Discourse that responds to the specific case where the exclusionary discourse is generally answered**

Example: A person of minorities commits a crime

- *Specific response to the specific case. 'To be judged by the fact'*
- *General response 'All people of minorities are not criminals'; 'You cannot extrapolate the concrete case to a whole collective'*

3.2.3. Counter narratives or Good Practices: *Alternative discourse that highlights actions or positive achievements of social, cultural, political participation on the part of people of minorities.*

3.2.4. Others: *This is an open proposal. We leave therefore space for the specificities that are observed in each country or issues that want to point out apart from the ones described above.*

2.3. Hashtags

– International Day for the Elimination of Racial Discrimination.

In the monitoring, 16 impacts of Hashtags for the International Day for the Elimination of Racial Discrimination were found. Most impacts occurred in Spain. SOS Racismo was in charge for choosing the Hashtags to be monitored, which could be an explanation for the high number of hashtags found in Spain, if the choice was based on experiences made in Spain. In the German context, it was ascertained, that the German version of the hashtag (#InternationalerTaggegenRassismus) is much more common used.

- *Extension: 6000-9000 characters including spaces (3.000 characters = 1 page/sheet approximately)*
- *Content: Contextualization/ presentation: presentation of objects, analysis and characteristics. List / type speeches:*

3.3.1. Exclusive discourses. *Establish the following categories:*

- **Stereotypes /prejudices**
- **Discrimination**
- **Hate speech /insults /racism**
- **Exclusive speech from anti-racism:** response to insult with another insult or disparagement etc.
- **Other:** *if there were speeches that cannot be classified in these previous categories.*

3.3.2. Inclusive speech *Establish the following categories:*

- **Discourse that responds to the specific case where the exclusionary discourse is specifically answered**
- **Discourse that responds to the specific case where the exclusionary discourse is generally answered**

Example: A person of minorities commits a crime

- *Specific response to the specific case. 'To be judged by the fact'*
- *General response 'All people of minorities are not criminals'; 'You cannot extrapolate the concrete case to a whole collective'*

3.3.3. Counter narratives or Good Practices: *Alternative discourse that highlights actions or positive achievements of social, cultural, political participation on the part of people of minorities.*

3.3.4. Others: *This is an open proposal. We leave therefore space for the specificities that are observed in each country or issues that want to point out apart from the ones described above.*

3.- General conclusions.

Regarding the online newspapers, more content considered as hate speech could be identified on *welt.de*. Most hate speech occurred on articles or tweets referring to refugees, Islam or Muslim refugees.

With a first glance on the headlines, the chosen news papers have a distinct different perspective.

Taz.de gives more regard to a proper wording, using terms that appear less pejorative than others.

This newspaper also attempts to give a voice to minorities, rather than reproduce stereotypes. They take a firm stand which discerns in the articles.

Welt.de publishes articles that are rather supporting insecurities and anxieties within the society. The audience is considered conservative, which is reflected in the comments and survey below the articles.

Nonetheless, the editorial team of *welt.de* was laud for its moderation and re-commenting in several interviews, which will be analysed in the qualitative analysis on interview-based research in a following chapter. The editors used to counter hate speech with humour and irony, which brought them a high audience and a Facebook-fan page.

Direct counter speech is rather difficult on twitter, as it has a limitation to length.

New law combating hate crime on the internet and forcing social network platforms like Twitter and YouTube to take actions as well. Opinions differ on the question of the limitation of freedom of speech with this law.

-
- *Extension: around 6000 characters including spaces (3.000 characters = 1 page/sheet approximately)*
- *Content:*
 - *Quantitative assessment: Where there is a greater activity of hate speech and / or Good Practices*
 - *Qualitative assessment: What are the current discourses (Islamophobia, anti-immigrant racism, borders, culture, social resources...) and the target groups of aggression (Muslims, migrants in general, black people...)*

As there were few hits in the monitoring on hate speech in Germany, a quantitative assessment is quite difficult. With regard to the manual collected sample,

General remarks:

- *This is an open proposal. We leave therefore space for the specificities that are observed in each country or issues that want to point out apart from the ones described above.*

- The University of Barcelona will draft the Comparative report on the Analysis of online speech in social networks and digital media, based on the National reports and following the proposed structure and extension
- The deadline for handing the national reports to SOS Racismo (edna.sosracismo.eu) is in 3 weeks, on Monday, May 28 2018. In order to make a progressive review of the reports, we will thank you to send us each part (part 2, part 3, part 4) as you finish to draft it, if you find it possible.

Kommentare zu Essener Tafel-“Skandal“

Alex K. @IGrenouilleVert · 28. Feb.
Antwort an @RegSprecher

Sie und Ihre Chefin können dankbar sein, dass unzählige Menschen in ihrer Freizeit die sozialpolitischen Fehlentscheidungen dieser Regierung und die der letzten 25 Jahre kompensieren. Aber stolz darauf sein können Sie nicht.

Deutschland hat diese Regierung nicht verdient.

1 1

Marek J Jaehnig @marekjaehnig · 1. März

Nennen Sie mir einige dieser sozialpolitischen Fehlentscheidungen anstatt hier pauschal zu kommentieren

1

Alex K. @IGrenouilleVert · 1. März

Weil meine Antworten auf Ihre Frage nicht in einen Tweet passen würden einfach mal die Frage an Sie: Finden Sie es in Ordnung, dass ein wirtschaftlich erfolgreiches Land die Menschen aus den unteren sozialen Schichten im Stich lässt, so dass sich 1000e Ehrenamtler kümmern müssen?

1

Marek J Jaehnig @marekjaehnig · 1. März

Natürlich würde ich mir wünschen, dass alle in Honig und Milch schwimmen könnten. Leider sind wir keine Insel der Glückseligen und müssen uns dem harten internationalen Wettbewerb stellen. Dies ist nunmal ein Balanceakt

1

Alex K. @IGrenouilleVert · 2. März

Niemand erwartet in 🇩🇪 ein Schlaraffenland.

Donald @DerNervenarzt · 28. Feb.
Antwort an @RegSprecher

Merkels hasserfüllte Ausfälle gegen Ehrenamtliche sprechen für sich.

1 2

Marek J Jaehnig @marekjaehnig · 1. März

Wo haben Sie „hasserfüllte Ausfälle“ gesehen. Sie scheinen an Wahrnehmungsfähigkeit-Ausfällen zu leiden

1

Donald @DerNervenarzt · 2. März

Informieren Sie sich erstmal über den Sachverhalt... "Sahra Wagenknecht, sagte im RBB-Inforadio, die Entscheidung der Tafel sei ein "Hilfeschrei", kein Rassismus. Die Empörung der Bundesregierung wies sie als heuchlerisch zurück."

1

Marek J Jaehnig @marekjaehnig · 2. März

Und nochmal: wo waren die hasserfüllten Ausfälle? Ich glaube Sie sind hier eher GAR NICHT informiert

1

Mit einer vernünftigen und auf die Menschen im Land orientierten Regierungspolitik würden auch Geringverdiener, Mindestrentner, Alleinerziehende, ... würdevoll leben können.
Wir retten aber lieber 🇩🇪 marode Banken, ganz Afrika,...

1

Marek J Jaehnig @marekjaehnig · 2. März

Was ist ihr Vorschlag? Sozialabgaben erhöhen? Rente weiter hoch? Damit wir weiter belastet werden? Ab 2025 sind Beiträge bis 22% drin. Lassen Sie die hohlen Phrasen wenn Sie keine konkreten Vorschläge haben. Zudem, mit dem Mindestlohn wurde ein gutes Instrument installiert

1

Marek J Jaehnig @marekjaehnig · 2. März

Und an Griechenland ist ja wohl weniger Geld bisher geflossen (nichts) aber sehr viel Geld zurück - durch Konsum. Dies sehe ich oft in meinen Auslandsaufenthalten. D profitiert enorm von der EU.

1

Marek J Jaehnig @marekjaehnig · 2. März

Beispiel gefällig? Ich war gestern in Sofia morgens bei BMW Service Center, dann bei LIDL in Sofia gefolgt vom Einkauf im DM. 80% davon waren deutsche Waren. Viele Grüße

1

1.1. Stereotypes and prejudices

Simplified and generalized ideas about each and every one of the persons belonging to a community, without taking into account individual differences. They usually refer negative behaviors and attitudes. Neither provide nor need to provide data and/or arguments.

1.2. Hate speech

Insulting, degrading language due to the sexual, ethnic or cultural condition and/or language that incites discrimination and/or violence against these people and/or groups

1.3. Speech against collaboration and/or help

Critical and negative discourse towards ethno cultural minorities. It is presented indirectly criticizing institutions or entities that protect the rights of these minority groups.

1.4. Collateral criticisms. Other forms of excluding speech

Excluding and/or degrading comments in texts related to minorities. They are attacks and criticisms of collateral subjects without direct reference to these groups.

False and unverified information turned into rumour

Statement made by providing false information about people or groups. They are disseminated in a general way and without contrasting or demonstrating their veracity.

Many of the websites of quality news papers with high audience are limited by different payment-systems, so that none or only a certain number of article is accessible for free. Of the rest, some closed their comment section completely or partly, for topics that are assumed to trigger hate comments, like islam or refuge. Even the chosen online news papers had barriers, which may effected the outcome. *Welt.de* offers some additional article as plus-content for members, *taz.de* has a solidaric system of voluntarily payment option occuring as pop-up on each article.

This selection aims two give two different perspectives of media reporting.

Many of the websites of quality news papers with high audience are limited by different payment-systems, so that none or only a certain number of article is accessible for free. Of the rest, some closed their comment section completely or partly, for topics that are assumed to trigger hate comments, like islam or refuge. Even the chosen online news papers had barriers, which may effected the outcome. *Welt.de* offers some additional article as plus-content for members, *taz.de* has a solidaric system of voluntarily payment option occuring as pop-up on each article.

This selection aims two give two different perspectives of media reporting.

With regard to twitter, several difficulties occured while collecting the sample. As mentioned in the introduction, the federal government had not taken office yet, therefore no ministers had been stated. Therefor the as a representative of a political or governmental institution the spokesman of the German parliament, Steffen Seibert, was chosen. This profil is also the 'social

media voice' of German chancellor Angela Merkel (who has no own profile) and his statements are therefor essential for the public discourse.

Politician: @RegSprecher: Steffen Seibert is spokesman of the German Federal Government and chancellor Angela Merkel. Xx Follower

Steffen Seibert did not state or denounce any hate speech. He gave additional or corrected information several times, after receiving comments on spreading false information. With regard to the statement German minister of interior made, Angela Merkel, who states her disagreement, was quoted in a tweet.

There were no impact of hate speech found on the account of Kübra Gümüşay. Reasons for that will be given in chapter three of this report. She spreaded several projects and others that she thinks are worth to know.

From journalist sphere Kübra Gümüşay was chosen. She writes for Die Zeit and some turkish media, her blog, ein fremdwoerterbuch, was established in 2008. She is also a feminist and anti-racism activist and established several hashtags which started important debates in the last years. With #schauhin (= take a look), she puts the focus on daily racism, giving a voice to people, who seek racism and discrimination regularly. The Hashtag #ausnahmslos (=exceptionless) was inveted after several hundred sexual assaults, mainly comitted by non-native people, have been reported after New Years Eve 2015/2016, and stands up against all kinds of racism and sexism, and speaks up against the instrumentalisation of female-rights by populists. Her profile counts 18.2k follower.

From activists spehre the account of Lamyä Kaddor was chosen. She is mainly islamic scientist and worked as a teacher aswell, author and startet a peace march inJune 2017. Lamyä Kaddor is also attendant in many talkshows and public debates on topics concerning 'islam'. She receives much hate speech from people who criticize islam, as well as from muslims. With 3.222 follower, she has a rather small community.

Because while collecting the sample of profiles to be analysed, the federal government had not taking office yet⁷, which had influence on the topics in the media. Moreover, the ministers in the government had not been named yet at the time. The selection of government personnel profiles were limited due to this and therefore the twitter profile of the German Federal Government spokesman Steffen Seibert was chosen. The two other chosen twitter profiles showed few activities in the monitoring period. Journalist and activist Kübra Gümüşay stated just a few days before the analysis period started, that she will take a social media break, to work on some other projects. Islamic-Scientist and activist Lamyä Kaddor has posted many interviews and reviews On her book; which was published during the period of the analysis on 21th of march 2018. And therefore not a lot of tweets were tweeted.

The difficulty in selecting online newspapers brought up a first perception in case of the struggle of online-journalism. Most media companies have developed different types of payment-system, which makes it harder, to access the article online for free and without registration. Since the markably increase of hate comments in the last years, several news pages closed their comment sections partly or completely.

Part II: Qualitative research on counter-narrative

1. Sample and sampling process

While the first part of the research focused on online “hate speech”, the second part – the interview-based research – is aimed to identifying and analysing examples of counter narratives in the participating countries. As such, the selection process is concentrated on organisations and persons with experience in online hate speech, such as anti-racism activists or media representatives. In Germany, fourteen people (7f/8m) were asked for an interview, and of these, eleven interviews (4f/7m) were conducted. Three of the interviews were performed via Skype call or telephone conversation; the rest were face-to-face. The interviewees were coded – in the interests of comparability and anonymisation. The interviewees in Germany were split into four different categories: Media representatives, institutions, activists and experts.

The “Media” category covered employees from public radio, digital content, two public television broadcasters, and the publisher of a formerly print now online magazine and podcast. The first two forms of media mentioned are aimed at adolescents and young adults, the core age group ranging from 14/20 to 30 years. The latter medium has a feminist, non-heterosexual theme.

The “Institutions” category includes initiatives which have often had years of experience with (online) hate speech, and which are financed through federal government funding, EU funding or third parties, such as foundations etc., as well as an association established as a civil-society initiative and which was able to rapidly achieve great success. Common to all initiatives is the fact that they focus on civil society, and particularly also seek to target children, adolescents and young adults.

The “Activists” category saw two YouTubers interviewed: One is part of a group which produces satirical videos on issues such as prejudice/discrimination and stereotyping but also “hate speech”, focusing on Islam(ophobia) in the broadest sense. The other runs his own channel on which he posts clips providing information on socially and politically relevant issues.

The “Expert” category was created while looking for interviewees, and was added for the German context. It includes a scientist who has conducted research on the topic of “hate in the everyday life of media professionals”, and a political advisor (incl. for the Green party). Both interviews may shed light on the influence politics and media have, or can have, in terms of counter narratives.

Table I: Detailed interview sample

Detailed sample			
Participant code	Gender	Organisation	Role in the organisation
DE-M1	Female	1Live/WDR (radio station/public service broadcaster)	Head of digital/social media
DE-M2	Male	Funk/ARD&ZDF (online platform of public service broadcaster)	Innovation manager social media
DE-M3	Female	Straight Magazine	Head of company
DE-I1	Female	Neue Medienmacher/no-hatespeech-movement (a campaign by the Council of Europe; also funded by the federal "Demokratie Leben!" programme)	Project management/PR
DE-I2	Male	Ich bin hier e.V. (NGO/activists)	Founder/head of company
DE-I3	Female	Amadeu Antonio Stiftung	Project management (debate//de:hate)
DE-I4	Male	Kijufi – Kinder- und Jugendfilm Berlin e.V.	Founder, media educator
DE-A1	Male	Freelancer (Youtube/funk)	Co-founder of a YouTube Channel
DE-A2	Male	Freelance journalist/producer	(as journalist working for MDR, own youtube-channel)
DE-E1	Male	Institute for interdisciplinary violence and conflict studies (IKG) at Bielefeld University	Research assistant
DE-E2	Male	Squirrel & Nuts GmbH	Policy adviser

2. Conceptualisations of counter-narratives

Counter-narratives describe various types of responses to "hate speech". According to Recommendation No. R (97) 20 of the Council of Europe's Committee of Ministers,

"the term 'hate speech' shall be understood as covering all forms of expression which spread, incite, promote or justify racial hatred, xenophobia, anti-Semitism or other forms of hatred based on intolerance, including: intolerance expressed by aggressive nationalism and ethnocentrism, discrimination and hostility against minorities, migrants, and people of immigrant origin."⁸

This recommendation is also followed by projects initiated or funded by the Council of Europe, and which were interviewed as part of this project.

Despite this very clear definition, there is still often vagueness surrounding what "hate speech" specifically means. But to understand how to combat it, we first need to examine the mechanisms behind it. The media have made it a "household saying" (DE-M1), a "catchphrase", which "is frequently used to discredit unpopular things" (DE-A2). "The

⁸<http://www.egmr.org/minkom/ch/rec1997-20.pdf>

ideological, the symbolically charged, is a phenomenon found across society as a whole” (DE-I3). Hate speech and racist tendencies, however, are not a new phenomenon in society/reunified Germany.

“I believe it is very important to know that hate speech is not a new phenomenon. [...] To me, it is more like an umbrella term for many different forms of discrimination, that is to say, of racism, sexism, discrimination against the disabled, and various other forms, which we have been seeing for years or centuries, and which are now being grouped under the new concept of ‘hate speech’ [...], which, through this online perspective, is much more dynamic, can have a much wider reach, spreads much faster, and is also freer.” (DE-I1)

Right from the early 1990s, soon after reunification, the increase in immigration saw widespread hatred aimed at foreigners in Germany, often ending in real violence⁹, while in the early 2000s, a group calling itself the “Nationalist Socialist Underground” committed murders targeting foreigners in the community¹⁰. And even back then, right-wing extremists found their niches on the Internet. “The Nazis have been doing it since the nineties. Since the creation of the Internet, extremist movements have been using it as place for propaganda, or to incite people or proclaim their opinion, or even to stage-manage supposed majorities.” (DE-I3)

The sharp rise in asylum-seekers in 2015 and 2016 also sparked a dramatic increase in hate speech on social networks, and consequently also the media coverage of this phenomenon. National pride has been a delicate issue in Germany since the end of National Socialist rule. Many people with genuine concerns haven’t felt they have been taken seriously in reports, which has deepened the rift and intensified the basis for discussion. The consequences of hate speech have also long been underestimated – indeed for too long. Not only are victims of verbal attacks susceptible to being left with mental or even physical scars, but the hate generated by the Internet has now spilled over into reality in the form of real violence. There were 1,906 criminal acts committed against refugees and 313 attacks on refugee accommodation facilities in Germany in 2017. Compared to the two years prior, the attacks on accommodation facilities had declined by more than two thirds, with a 43% decrease overall compared to 2016.¹¹ But the German Federal Bureau of Investigation (BKA) is still not giving the all-clear:

“In addition to criminal acts aimed directly at asylum-seekers, it is also feared that the unrest will persist, and indeed intensify in certain cases – to the detriment of parties allegedly in charge (politicians, accommodation facility operators, etc.). Of significance here is politically motivated hate crime on the Internet, which has seen a slight increase even in 2017. The rise of so-called

⁹ A wave of racially motivated (fire) attacks, some fatal, in places like Hoyerswerda in September 1991, Mölln in November 1992, Rostock-Lichtenhagen in August 1992 and Solingen in May 1993. Solingen is incidentally also the place where this project is being carried out. The local factors and conditions will be addressed in greater detail later on.

¹⁰ The NSU murdered ten foreign members of the community, primarily from Turkish backgrounds, between 2000 and 2006

¹¹ 2017 national situation report, “Crime in the context of immigration”, German Federal Bureau of Investigation

hate posts is associated with the use of more brutal language on social networks, which can influence individual radicalisation processes.”¹²

Last year, 183 criminal acts against politicians, based on anti-refugee motives, were recorded across Germany. But this only included four acts of physical violence. Similarly, 42% of the journalists interviewed as part of the HArM study conducted by the Institute for Interdisciplinary Research on Conflict and Violence reported being on the receiving end of personal attacks. Yet they primarily believe it is their profession, not the topics they cover or personal traits, that serves as the basis for these attacks.

“Hate speech”, as we call it today, is inextricably linked with digitisation. Because digitisation and social media have once again unlocked completely new possibilities; anyone with Internet access can now become a broadcaster, publish content on their own blog, proclaim their opinion, and quickly achieve a wide reach. Twenty-four hours a day, seven days a week. And since users are no longer dependent on publishing houses, publishers are in a fix in terms of generating copies and clicks. As particularly negative, shocking news triggers emotions and reactions in readers, some publishing houses rely on lurid headlines and biased reporting to generate clicks and thus advertising income. Yet they are simultaneously generating/igniting hate speech. This of course does not apply to all media. But credible journalism is struggling to assert itself in the democratised media world, particularly in terms of payment systems for online articles. People can also discuss topics and fire each other up in numerous forums and closed groups – creating the so-called “echo-chamber effect”. Not to be confused with “filter bubbles”, which describe the algorithm responsible for ensuring that, based on search queries and personal interests, articles covering the same topics and opinions keep appearing in people’s timelines. The wide variety of news platforms available has led to an ever increasingly circulation of fake news, which is purposely disseminated, and then further spread by others (sometimes unknowingly). In addition to this fake news, however, is the possibility of spreading untruths in article comments. Apart from the flat-out insults and baiting comments, these are more subtle ways of creating aggravation. Because it’s not about sparking a discussion; it’s about discrediting people, fuelling fears, politicising things, setting one’s own agenda/spreading lies, and intimidating others – often in a very organised, targeted manner. During the research period for the REACT project, a troll network called “Reconquista Germanica” was exposed in Germany through multiple newspaper reports and a documentary produced by the broadcaster we interviewed.

“...we encountered hate organised by right-wing groups. So there is this discord server “Reconquista Germanica”, which was started just before the German federal election, with the aim of giving the AfD (far-right political party) as much power as possible in the Bundestag. That’s something that I would say is based on a clear interest.” (DE-M2)

Similar to the structure of an online role play, various commands are issued to generate moods or discourse on the Internet. The members go by various titles or follow a (military) ranking order, led by the commander-in-chief, the founder of the network, which this leader

¹² 2017 national situation report, “Crime in the context of immigration”, German Federal Bureau of Investigation

themselves calls a “satirical, unrealistic online project”. There is said to have been around 5000 active users¹³ waging an “info war against the mainstream media” on Reconquista Germanica’s discord channel before it was shut down and restarted on alternate channels. Their aim? To disrupt communication, e.g. setting and dictating topics through fast-spreading memes, and using targeted campaigns to create a supposed majority filled with unrestrained rage. Similar phenomena have also previously been witnessed in the USA. According to the interview comments from DE-M2 (funk), there are three different types of haters:

On the one hand, there are the “concerned citizens” – people who are afraid of change or the unknown, and who tend to be ignorant. They are frustrated at the lack of political alternatives, because the options offered by the leading parties are all very similar. They feel they are not being heard, and thus rebel against “those at the top”.

Then there are organised right-win populists seeking to systematically create a mood using familiar strategies: Fuelling fears by spreading untruths, setting their own agendas by deviating from the original topic, and dictating debates by intimidating or scaring away other users through hate speech – just to name a few examples. They also know exactly how they need to express themselves in order for their comments to not be automatically filtered out or subsequently deleted. They appear to fight the battle of the “suppressed”, but in actual fact drive division between right and left.

The third type are the so-called trolls; users who simply enjoy making others livid. Their motives range from not feeling accepted and now finding a niche, to strongly opinions on free speech.

“[...] what initially looks like total chaos is actually a very, very intensive act by just a handful of people. There’s one section who pursue truly political interests. But I think there’s also a second section of people who have serious concerns, so to speak. [...] they feel they need to take a stand, and all they have left is hate speech. [...] And there’s another section who simply enjoy insulting people, exasperating them, and showing them up. This sometimes come from very strong opinions on freedom of speech; people who believe we must be able to say anything, and who feel we are somewhat restricted here, and that people should just chill out a bit.” (DE-M2)

The results of the documentary are also congruent with the views of the other interviewees, who similarly feel the attacks are often very targeted and organised.

But it also helps the affected parties become more aware of this system, so as to establish a better distance from what has been said and not take it personally. Some of the interviewees have found they are primarily attacked because of their profession/public position and opinion, and this has indeed been confirmed by a study conducted by Bielefeld University’s Institute for Interdisciplinary Violence and Conflict Studies (IKG) on hate in the everyday lives of media professionals. In this study, only a quarter of the interviewees, who had been attacked themselves, stated that other factors such as sex, origin or similar could also play a role in them being targeted; 75% believe the sole reason lies in their role as journalists.

This is also why DE-I2 believes the term “hate speech” is no longer totally apt:

¹³<http://www.sueddeutsche.de/politik/manipulation-im-netz-wie-rechte-internet-trolle-versuchten-die-bundestagswahl-zu-beeinflussen-1.3875073> (12/6/2018)

“Because hate for me is, it’s something like... manifested rage. In other words, extreme hate towards any group or person that comes from deep within, and is thus very emotionally charged. And for me, the things I observe on the Internet are becoming increasingly calculated. (...) A lot of stuff that goes on there is totally organised. It’s politically organised degradation. Aimed at forming opinions and gaining majorities over existing parties or refugees.” (DE-I2)

“Hate speech” is also a media-wide problem that occurs on all platforms and is not just text-based, but also appears in the form of memes, GIFs and videos. The two main stages for hate speech in Germany, however, seem to be Facebook and YouTube. “Hate speech” also occurs in relation to various topics, and is shaped by various political and moral views. Some interviewees cited examples such as maelstroms relating to animal welfare or in resistance to large corporations. But the vast majority of hate speech arises in socio-political contexts revolving around issues such as refugees and cohesion in society, freedom of religion, press and speech, and similar. People who express themselves publicly and stand up for their (usually more open) views particularly tend to be on the radar of hate-speech attackers.

“Once you’re in the public eye, and you express your political views or broach political issues, it’s unavoidable. But if you’re also part of or align with a minority, that’s of course an extra trigger for a lot of people.” (DE-A1)

“In other words, issues that are inherently going to be controversial, particularly Islam and Judaism, as well as conflicts between various ethnicities or peoples.” (DE-A2)

For this reason, one of the most important pieces of advice or bases for counter speech is to be aware of the often high degree of organisation, as well as the linguistic brutality of the commenters, and, above all, to have “thick skin”.

The opposite number to the now mainstream term “hate speech” is “counter speech” or “counter narratives”. This is commonly used collectively to describe many actions that can be taken to combat hate speech. Some of these actions will be outlined below. When you want and/or need to take action against hate speech as a private individual or as part of your work, you should be aware of the goals and mechanisms behind it. From their own personal experience, the interviewees knew it was necessary to take certain self-protection measures, including *blocking* or *reporting* other users and *flagging* criminal content.

All parties interviewed as part of REACT agree that counter speech is extremely important. While the general motto was initially “Don’t feed the troll!”, ignoring now no longer seems to be an option for most activities and organisations. On the contrary, there tends to be a greater assumption that people have sit back and watched for too long and not reacted enough. Hate-filled, racist, insulting and sometimes even criminal comments should certainly not be left uncommented. But you also always need to protect yourself and not fall into the trap of becoming abusive yourself, because although it’s not a pleasant task, you should not ignore the hate or leave it uncommented. “(...) if you yourself end up becoming completely emotional, because hey, it does hurt and no one likes it – then it’s better to leave it. Get an outsider to comment on it instead (...)” (DE-A1)

Most of the people we interviewed have a very young community. Children and adolescents, who often have not yet established their own personality and opinions, are particularly easy to influence with “fake news”, rumours and hate comments.

“I once made a video about racial policy in the Third Reich. It got heaps of comments from Neo-Nazis who (...) wrote literally pages of text which actually sounded plausible. And then some 14/15-year-old school students wrote underneath it ‘Oh cool. Interesting. We definitely didn’t do this in school.’ And that’s when I realised how dangerous it is to leave things uncontested (...).” (DE-A2)

What all these “counter narrative” activities have in common is that they react to something that’s been said or initiate a counteroffensive. “Alternative narratives” pursue a somewhat different approach: Unlike counter narratives, they do not react to things that have been said in comments, newspaper reports etc.; they tell a different, alternative story. Rather than disproving, for example, the reasons why integration cannot work, positive examples of integration are provided instead. Unlike the derailing phenomenon, the aim here is not to deviate from the actual topic, but rather to simply provide a different perspective. This also balances out the reporting: The more positive examples posted, the smaller the supposed flood of negative reports. But you can also use the approach to set your own topics.

As already mentioned, all these measures are primarily aimed at civil society, at the “silent fellow readers”, and at people on the point of becoming radicalised.

“Counter narratives work on people, on adolescents, who aren’t yet on a specific track, but who have potential to do so.” (DE-A1)

“I think [counter speech] is extremely important; for me, it’s the best way to combat hate speech, or perhaps the second best way. I believe that, while counter speech can’t persuade the people who have written that comment right now [...], it can persuade those who read the comment.” (DE-A2)

“Counter speech is super important for me. I mean, it’s also super important for my work, but I think also for everyone [...], because it’s important that hate is not left uncommented, and that hate speech doesn’t become normalised. [...] And it’s also really important for the silent majority who tend to try and get their information from social media, and who then only see racism.” (DE-I1)

“...in our case, it’s indeed a form of role models people can look up to.” (DE-A1)

It’s also a matter of not giving the haters sovereignty over the Internet, and showing that they don’t represent the views of the majority. The aim of the aforementioned measures is to prevent hate from dictating discourse through targeted, right-wing populist attacks. Measures need to be taken, and limits set, in order to prevent this sentiment from spilling over into the offline world. Studies like the one conducted by the IKG have shown that attacks on the Internet are already also having real-life consequences, which is why another aim of counter speech is to empower and achieve solidarity with victims, so as to show them they are not alone. Alternative narratives that tell their own stories and set their own themes instead of contradicting others are particularly useful in representing social diversity, including online, and thus shifting the dialogue.

Another long-term aim is undoubtedly to counteract the ever progressing divide between opposing groups, create a better climate for discussion, and find common denominators to tackle problems together.

3. Constructions and development of counter-narratives

But there's no blueprint for answering the question of how to combat the issue – though this comes as no surprise, considering the aforementioned complexity associated with hate speech. Whether you want and/or need to take action against hate speech as a private individual or as part of your work, you should thus be aware of the goals and mechanisms behind it, and the strategies used. It is often a long process requiring a lot of work and discussion before the right approach can be found. The aim, however, is almost always *to act as a counterbalance*, though activists recommend not getting into discussions with commenters displaying “closed views”. The interviewees also mention the need to take certain *self-protection measures* and, above all, to have “thick skin” (DE-A2). “[...]if you yourself end up becoming completely emotional, because hey, it does hurt and no one likes it – then it's better to leave it. Get an outsider to comment on it instead (...)” (DE-A1)

This includes measures such as *blocking* or *reporting* other users, and *flagging* criminal content. Dehumanising comments should be labelled as such and not just left there; they should be deleted. These measures are specifically geared around self-protection and against the haters.

But counter speech also includes concrete strategies to correct false statements or provide a contrast to the supposed majority of inflammatory posts. They focus primarily on the “silent fellow readers”, i.e. users who do not yet have closed views, but who may end up getting swept up in the haters' comments. To combat this, it is important to “counter-speak” objectively and with facts, in order to correct false statements, highlight fake news and derailing (deviating from the original topic by incorporating another topic, e.g. “the homeless” into the mix), and object to the supposed majority of inflammatory posts. There are various ways of doing this, such as finding *common ground* in order to create a basis for discussion. As already mentioned, however, it is often not about leading a discussion for the opposing party, but rather about setting their own agenda, intimidating others, creating a sentiment, and thus generating supposed majorities and influencing the discourse.

“As hate speech affects so many different areas, I don't think there's an answer to it. But it's always interesting to see, okay, what are the players from the classic digital contexts doing [...]” (DE-I2)

Many Internet phenomena are only very short-lived or change rapidly. Hate speech has also quickly become a major issue as a result of media reports. On the fast-paced Internet, counterapproaches need to be formulated with foresight, and sometimes even abandoned. This is how counter-narrative strategies have changed over time. While *humour* and *irony* proved their worth at the beginning, people have now realised that this tends to actually challenge haters and put “concerned citizens” off. There is now more of a trend towards *objectivity* and *fact-based* comments, though adopting a clear stance is also necessary when posts transgress (legal) boundaries. For institutions operating in the context of digital education, it is important to be ahead of the times. Like the Amadeu Antonio Foundation, which is one of the few organisations to have addressed racist phenomena on the Internet very early on, and tried to develop highly contemporary, forward-looking concepts.

Community management is another crucial keyword, particularly for online media but also for all other people and institutions. Its aim is to bolster up reporters/staff responsible for social media platforms and all things digital, e.g. through advanced training. There is similarly a growing cross-editorial exchange happening at publishing houses and broadcasters, with a view to enabling staff to better moderate the comments sections on their articles.

“I think this awareness of community management has been missing for a while, or still doesn’t really exist. So it’s a difficult, tough job.” Many media production companies work on the false assumption that they can „delegate the task to a student assistant. They get rid of the rude stuff and that’s great (...), but they don’t see how this community is slowly becoming toxic. Good community management is, in principle, almost invisible. You only really notice it when it’s not there and it’s too late.” (DE-M2) “Community management also needs people to react to comment content, reply objectively and matter-of-factly, and take the wind out of the people’s sails.” (DE-A2) Good community management thus ensures a better discussion climate in the comments section overall. “As a public broadcaster in particular, you need to (...) defend the right to free speech, and ensure people can express an opinion objectively”, says DE-M1, a representative of a radio broadcaster. This view is also confirmed by the digital division of ARD & ZDF: “We don’t have a problem with objections. It’s just about the form of expression.” (DE-M2) Being able to guarantee this, however, requires a lot of time and staff – things that not all, particularly not small publishing houses, can afford.

“We’re lucky we can now say we have a community reporter who takes care of that, because we recognise the issue and have a way of countering it. But there are lots of small sites who don’t have that option.” (DE-M1)

But the investment is worth it. Not only does it make for a more balanced view; it also prevents one’s own fans from being driven away by the excessive hate “[...]you also end up chasing away your own community if you don’t run a clean shop.” (DE-A1) So the approach is to set a good example: Joining the discussions confidently and objectively, and showing that the messages of hate won’t stop you from expressing and defending your opinion. But also supporting and empowering victims of hate-speech attacks in their own community through positive comments. That strengthens one’s own community and, ideally, encourages you yourself to take action.

There’s one point that all interviewees agree on – any comment that is insulting to groups, inflammatory or otherwise criminal, is reported, deleted and/or flagged.

In addition to the aforementioned, conventional counter-speech methods, an additional approach, namely “alternative narratives”, is increasingly being adopted. Unlike counter narratives, this is not about reacting directly to/against something that has been said, but rather yourself setting your own focus or highlighting a fact from another, perhaps underrepresented position. This also includes spreading positive news and mutual respect. Similar to the media, who use emotive topics and lurid headlines as clickbait, the readers themselves also act in this way, sharing and commenting on things that tend to make people mad, rather than things they find positive. Eliminating this automatism is another strategy of counter speech. On the one hand highlighting and supporting what someone likes, and, as an alternative narrative, telling one’s own stories and thus setting themes.

4. Implementation of counter-narrative initiatives, strategies, and positive actions

Based on the interviews, it can be said that every organisation, institution, media production agency or private individual needs to find their own method of counter speech. Media representatives in particular face challenges here.

Which is one of the reasons public media certainly see it as their job to report on and educate people about online hate and the hidden networks and structures behind it, and thus support the free forming of opinions. At the same time, however, it is important to ensure the debate, and thus the attention shown to hate-speech perpetrators, is not further charged.

Even moderating comments is thus a particular challenge, because anyone who deletes comments is soon accused of censorship. And yet simply leaving the comments there and giving them a platform is not an option either, especially when it relates clear racism or criminal acts. “We don’t have a problem with objections. It’s just about the form of expression. But that’s why it’s also important to us, and we also make sure the people are and remain well equipped to manage communities.” (DE-M2) The interviewed radio broadcaster also employs community reporters purely responsible for moderating the comments sections on the social media platforms. The aim is to create a balanced range of opinions/sentiment, and not to scare one’s own community away, but rather to strengthen it with exemplary conduct.

Community management is also a major issue in the social media division of public television. It requires trained, experienced staff who are familiar with the often hidden strategies of hate speech, and who can also counter these with enough facts to thwart the haters and moderate balanced discussions. This helps the existing counter-commenters, and also encourages/strengthens the rest of the community.

“And I don’t think there are many blueprint solutions where you can say ‘yes, yes, that’s who it works’ because it hasn’t been addressed enough. And I think, if we delved a little deeper, we would at least be able to create a pleasant framework for discussion, build a community that is considerably more robust and resistant to such hate-speech attacks.” (DE-M2)

For the radio broadcaster, whose young core target audience makes it feel it is playing the role of a “good friend” for its community, it is particularly important to be a good role model, to tell others when they share their opinion, and to advocate an open culture of discussion. “The best thing that can happen” is that the users then themselves take action when others adopt the wrong tone. (DE-M2) The broadcaster attempts to do this in a friendly, humorous way, demonstrates its willingness for discussion, but also takes more consistent measures when comments transgress boundaries. To help its moderators in the comments sections, the broadcaster produced its own “reaction gifs”. To do this, it filmed studio guests using body language and facial expressions to portray incomprehension and outrage, e.g. by shaking their head or opening their mouth, and similar reactions to hate comments. They also ran “love speeches”, dedicating a day to love with “1Love”. The community responded very positively

and gratefully to these campaigns. The interviewed Youtubers consider themselves “role models” for their community, and hence try, to the best of their knowledge, to take action against hate speech under their videos and to “keep their community clean”. This highlights a very important aspect mentioned in many interviews, and which has already been discussed above: community management. In addition to good community work, some other exemplary initiatives, strategies and campaigns will be presented below.

The *no hate speech movement* is an initiative by the Council of Europe. “Youth organisations of the Council of Europe established the No Hate Speech Movement in 2013. Young people in particular in 40 member states are now onboard, refusing to passively take baiting and hate on the Internet.”¹⁴ The specific campaign content varies from country to country, and depends on the funding and focus in the participating nations. In Germany, the No Hate Speech Movement represents a network of numerous strong partners from the field of political or media studies, human rights organisations, anti-racism and anti-discrimination initiatives, and many more. The NHS movement wasn’t claiming to “reinvent the wheel” (DE-I1), but rather to pool all efforts already addressing the various forms of hate speech into one network, so as to forge synergies and encourage exchange. It is currently funded by the “Demokratie leben” federal-government programme, third-party funding from foundations and migration officers, and by Facebook and Twitter (one of the few projects in Germany to be funded through these social media platforms). The “new German media pundits”, “a nationwide union of media professionals with different cultural and linguistic skills”,¹⁵ manage and are responsible for the German campaign. The various sections of the Note Hate Speech Movement website provides users with information, presents action strategies, and gives them a concrete tool, e.g. in the form of memes or videos. The focus is thus on enabling civil society, rather than on the haters. The movement seeks to reach out to and stand with those affected by hate speech, but also to empower the “silent majority”. The movement is open to anyone wanting to rise up against hate and baiting on the Internet in a “loud and friendly” way, and champion a democratic culture of debate, while the No Hate logo combines and identifies all organisations, initiatives and private individuals involved in the movement. As the campaign strives to appeal to the very broad civil society, and to adolescents in particular, the website and posts are designed to be suitably attractive, humorous and accessible. The No Hate Speech Movement has a presence on numerous social media channels, and invites all other organisations or private individuals to become part of it by placing the No Hate logo on their own site.

“*#ichbinhier*” (“I’m here”) is the largest self-organised counter-speech group in Germany, founded in December 2016 based on the Swedish initiative “*#jagärhär*”, with the latter’s consent. The group’s aim is to reach out to the “silent readers”, act as a counterbalance to hate on Facebook, and improve the discussion climate. The group has rapidly grown to 37,000 members, and has attracted a lot of media attention. *Ich bin hier* uses the organisational and targeting skills previously witnessed in trolls. Split into different groups, the members scan the media daily for articles likely to trigger hate comments. Anywhere something is happening,

¹⁴<https://www.no-hatespeech.de>

¹⁵ www.neuemedienmacher.de

they collectively jump in, post objective and fact-based counter speech, and set their own tone by not only responding to comments but also composing their own posts, which they in turn “like” amongst themselves and thus push up into the top comments. These posts always contain the #ichbinhier hashtag. Self-protection measures are also high up on the #ichbinhier agenda. For example, there is a group specially designed for “recovery purposes”, where members support each other and post encouraging videos. Anyone who obeys the rules can join the group. The initiative has been viewed very positively, despite negative voices accusing it of not creating a neutral discussion climate, and instead creating a stage for its own topics. (SOURCE) Of the people we interviewed, at least xx cited #ichbinhier as a good example of action taken against hate speech. Another special feature is the fact that almost all activities for #ichbinhier are voluntary. The campaign/association founder has only employed one “mini-jobber” (earning € 450 a month) for things like appointment bookings, interviews and television appearances.

The *Debate//de:hate* project run by the Amadeu Antonio Foundation stands up for a democratic culture of debate, and comprises two main components. On the one hand, there’s the “debate” part, aimed at adolescents and people in their indirect environment, i.e. teachers, socio-educational specialists, etc. Workshops, e.g. at schools, train participants in handling hate speech, provide them with important tools, and foster a democratic culture of debate. On the other hand, there’s the “de:hate” part, which addresses the theoretic level of the concept based on continuous monitoring results. Strategies are devised in a bid to further develop its own work in a future-oriented manner. The unique thing about the debate/de:hate project is that it follows an offline approach. Through workshops at schools, consisting of a three-way educational method of informing/raising awareness, analysing and reacting, adolescents are given recommendations on how to act. The overall focus of the Amadeu Antonio Foundation is on equipping civil society with the necessary skills, both offline and online, through extensive information on its website, in handouts etc. But there hasn’t just been positive feedback.

“At one point, the level of threat became so serious that the office was defaced, threatening letters were sent here, etc. But since then.. we’re a small NGO, but we try to somehow uphold the standards of a ministry which also receives letters like this very regularly – with a mailroom, with a specific security process, and with staff training. And the same of course also applies online.” (DE-13)

Nevertheless, the organisation and project can still be considered highly innovative and successful. The project is always up with the time or ahead of them, and targets civil society. They are currently focused on where hate speech is defined, on the causes (public culture of debate in politics and media), and are endeavouring to develop concepts in this respect. The project, and indeed the entire Amadeu Antonio Foundation, is also a member of numerous networks on professional exchange, and even a co-founder of Facebook’s Online Civil Courage Initiative. The project is funded by the German federal government’s “Demokratie leben” programme and the Freudenberg Foundation.

YouTube, together with Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM e.V.), Klicksafe, medienblau and Digitale Helden, has started an initiative known as #nichtegal (“not

irrelevant”), advocating the respectful exchanging of opinions on the Internet and in everyday life. In addition to well known YouTubers as role models, who make statements and motivate their respective communities to similarly stand up for respectful co-existence, workshops are also held at 60 schools across Germany, some of which even feature the YouTubers themselves. The #NichtEgal initiative is financed 100% by Google/YouTube Germany, and is part of YouTube’s global “Creators for Change” initiative involving 50 creators from eight countries. One of the people we interviewed is also one of the few German creators to be part of the initiative. “They predominantly picked fringe groups, so those affected by hate speech, such as transgender people, Muslims, women, or people with disabilities. They got them together and supported them financially, as well as creatively. We would then sometimes come together, and they ran workshops for us on this topic. [...] In other words, their aim is pretty much for us to keep making the content we’re already making anyway.” (DE-A1)

Die Internet-Ritter are an innovative project run by kijufi – Landesverband Kinder- und Jugendfilm Berlin e.V. Kijufi has been carrying out educational film and media projects with children, adolescents, young adults and opinion leaders for 27 years. Their work has included organising and running a children’s rights film festival for the last five years, where children aged 9 to 12 produce their own short films on their choice of children’s rights. The latest project, Die Internet-Ritter, ties in right from the time the films are uploaded, because even the children’s videos are not free from hate comments. In future, the kids will be made to realise that, once posted, their videos may fall into the crosshairs of hate commenters. At the same time, the children are taught about having a democratic basic understanding and a culture of discussion, so that they themselves can take action against their rabble-rousers. After all, no one knows their product better than them, which is why they are the ones who should speak up. The project is currently being financed by prize money from a competition.

“It’s not paid for by any foundation; for sponsors, classic projects have a time limit, and end once the project has been presented. But the fact that the work in media and political studies only really starts once the film has been uploaded to YouTube is difficult to get across.” (DE-I4)

Formats like the *Tagesschau* news programme’s “Faktenfinder” have also been deemed very helpful by some interviewees, who say it’s important to back statements up with facts or even illustrate facts graphically in order to better understand them. They serve to enlighten civil society on more complex issues, and invalidate rumours and fake news. Most services are provided by quality news portals such as *Tagesschau*, *Süddeutsche Zeitung* or *Taz*. Initiatives like CORRECTIV or Hoaxmap have a similar goal, exposing where fake news has been published and correcting this, or highlighting when a correction has been published. Whether things can actually be achieved with facts, and the extent of these achievements, however, remains a contentious matter. For example, some studies on fact-finder services are said to have found that the facts either come out too late or no longer have any influence. German Chancellor Angela Merkel also spoke of a “post-factual era” during a speech in September 2017. “That likely means people are no longer interested in facts; they just follow their feelings.”¹⁶

¹⁶<https://www.tagesspiegel.de/politik/angela-merkel-im-wortlaut-wenn-wir-nicht-gerade-aus-stein-sind/14576252.html> (12/6/2018)

The Online Civil Courage Initiative (OCCI) is a Europe-wide initiative established by Facebook and other partners, including the Amadeu Antonio Foundation's "netz-gegen-nazis", in 2016 to combat extremism and hate speech on the Internet. The initiative supports European NGOs both financially (providing more than a million Euros) and in relating to marketing activities. Anti-extremism experts also formulate examples of best practice, which they in turn provide to the partners. Facebook had previously also co-operated with the German Federal Ministry of Justice and Consumer Protection, which is also a partner of the OCCI network, in a taskforce combating hate speech on the Internet. The International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence (ICSR) is another partner. Many of the people we interviewed also knew about the initiative or were part of the network. One initiative is even a co-founder. The interviewees deemed the initiative to be a success, stating they had received important input and new opportunities for discussion in Europe.

According to its own information, Facebook Germany is also standing up to fight hate speech outside of this initiative. In 2017, the team responsible worldwide for handling reported posts was increased to 7,500 people. By the end of 2018, "around 20,000 people are set to be attending to security on Facebook." They have also seen that "working with experts and various representatives from politics and the community helps us eliminate hate speech even faster and more effectively."¹⁷

A similar study on hate speech found that "the possible need for legal action was discussed" back at the end of 2015. The amount of comments and intensity of hate had put even policymakers under pressure to find solutions and instruments to "minimise or regulate this form of destructive public discussion."¹⁸ As such, a new law regulating hate posts on the Internet was eventually enacted on 1/10/2017, forcing platform providers to take action. The aim of Germany's Enforcement on Social Networks Act (Netzwerkdurchsetzungsgesetz, NetzDG) is to delete hate and fake news on the Internet, particularly illegal content, as quickly as possible, ideally within 24 hours. If the companies fail to do so, they may be hit with fines of up to 50 million Euros. It also seeks to give people affected by hate speech and other insults the opportunity to take action against the perpetrators. This may even extend to giving the affected parties information on the perpetrators to enable them to take more targeted action and protect themselves. The new law's target audience is large social media companies with at least two million registered users. In Germany, this includes Facebook, Youtube, Instagram and Twitter. While media production companies are generally exempt from this law, they should still independently check their social media channels. The law has already been met with fierce criticism from various sides. Many see it as restricting the freedom of press and speech, or indeed as censorship, and disputes over deleted content surfaced very soon after the law took effect at the start of 2018. For the companies, it is of course easier to flatly delete all potentially criminal posts, e.g. using a blacklist, rather than carefully checking each one to see

¹⁷ Response from Facebook Germany to a user enquiry of "What does Facebook do to combat hate posts?", placed as an advertisement in the Süddeutsche Zeitung newspaper, published on 21 March 2018

¹⁸ "BRICKS - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech" national study (Grimme Institut, December 2015

which were intended as satire, for example. The notion of “affected parties” receiving information about the “perpetrators” in certain cases, and thus being able to contact each other, has also copped criticism. And the companies affected by the NetzDG are similarly critical of the fact that they are somehow the only ones responsible for taking action against hate speech and fake news on the Internet, claiming it is also the federal government’s responsibility. They additionally believe the fines are disproportionate.

<i>By whom/Format – genre – elements</i>	Visual (video/memes/images)	Fact-based	Text (comments, articles, guides, etc)	Music	Humour	Emotions (which emotions?)	Includes offline elements (workshops, seminars)
Organisations/foundations/associations (Amadeu, Jan, Hannes)	DE-I4	DE-I4 DE-I2	DE-I4 DE-I2	-	-	Stunned/speechless, worried/afraid angry	DE-I4
Instit. Funded by govern. progr.	DE-I3	DE-I3	DE-I3				DE-I3
Public bodies (Uni?!)	-	-	-	-	-	Neutral/impartial, scientific	-
Online activists – Influencer (Younes, Mirko, Hannes, Lucas)	DE-A1 DE-A2	DE-A1 DE-A2 DE-I2 DE-E1	DE-A1 DE-A2 DE-I2 DE-E1	DE-A1	DE-E1 DE-A1 DE-A2	Stunned/speechless, worried/afraid angry	DE-A2 DE-A1
Media (Lisa, Jannis, Felicita)		DE-M3 DE-M2 DE-M1	DE-M3 DE-M2 DE-M1		DE-M3 DE-M2 DE-M1	Stunned/speechless, worried/afraid angry	DE-M2 DE-M1
Transnational (e.g. EC-funding) (No Hate Speech)	DE-I1	DE-I1	DE-I1	-	-	Stunned/speechless, worried/afraid angry	DE-I1

5. Lessons learned and good practices

As we have seen, there are many forms and ways of countering hate speech. But we should always ask ourselves: Whom exactly do I want to target with my counter narrative (haters, fellow readers, affected persons)? and what do I want to achieve (get back on topic, disprove something, convince people of something)? Germany now also has some good initiatives,

some of which have even been established by civil society. There is a relatively good degree of networking and active exchange between the various players/opinion leaders, thanks to a number of joint networks or umbrella organisations like the No Hate Speech Movement. They try to develop accessible services for civil society, and equip it with the necessary skills. A lot of educational work has been done in recent years to raise awareness about violent speech and hate comments. But the interviewed players still believe Germany is developing too slowly in this respect. "...the difference is that hate speech is inextricably linked with digitisation, because I can post something in seconds and the role of sponsor becomes irrelevant and we haven't reached a cultural arrangement to deal with crap constantly being spread. [...] And we, our society as a whole – because we fortunately don't have censorship – need to address this before anything else." (DE-E1)

People have been merely observing for too long; only now are adults being trained and people generally being more reactive, and therefore preventive. Technical developments should be seized as opportunities more often, and maximised to further shape democracy. This is also why the interviewees are encouraging people to delete potentially criminal comments, to set clear limits for what can be said, and not to enter discussions which are destructive right from the outset. In contrast to this are the results of a similar European research project, BRICKS, from December 2015, whose survey found that "deleting comments or banning commenters should only be the last resort when dealing with destructive discussions."¹⁹ Media company representatives in particular continue to encourage active exchanges and discussions under their articles, hence their great focus on comment moderation/community management. Humour and irony have proven to be handy, especially in strengthening one's own community, as they help users cope with the hate better. This approach has not, however, cemented itself as a successful strategy for countering hate comments. It is particularly important for the media to comment objectively and based on fact, and, above all, to be transparent when it comes to deleting comments. They come under intense scrutiny, and are constantly accused of censorship or labelled as "liars".

The interviewees now generally focus less on hate speech/hate comments and more on setting a positive tone.

"Basically I think that focusing on hate speech is actually the wrong thing to do, because it means we keep concentrating on the negative comments instead of the positive ones, which also exist. That's normal; it's a human reaction. [...] And I think that's also what's happening here in the hate speech debate; that we're focusing on it a lot, and keep trying to find an answer to it, when, in fact, the answer – not definitive but still very applicable – is to concentrate on the positive." (DE-M2)

On the one hand, this can lead to positive comments (which certainly do exist) being highlighted more or people spreading more positive messages. In general, all interviewees want a greater variety of topics covered in media reports, and also a greater variety of media professionals. "The best counter speech would be to finally have a greater variety of topics." (DE-E1)

¹⁹ BRICKS - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech" national study (Grimme Institut, December 2015)

This is also supported in a presentation given by blogger and activist Kübra Gümüşay at a TedX talk, among other events. In it, she discusses her own experiences of dealing with hate speech on the Internet, mentioning that she always sees herself as an “intellectual cleaning lady” who sweeps up after the haters, sets things straight and objects to things. Now even she has moved away from this approach, she took up a lot of her time and energy. Instead of cleaning up after others, she stands up for spreading love in just as much of an organised manner as the trolls do with their online hate. The stumbling block has been this: “When something riles me, I share it quickly to spread it in my social network. But if I find something good, then I just think it’s good and don’t do anything with it.” (DE-E1) For this reason, activists are increasingly focusing on setting their own, positive narrative and becoming role models for their community in this area.

6. Concluding remarks

Hate speech, a digital form of group-focused enmity, is nothing new, which is why it will continue to be an issue that needs to be addressed in future.

The interviewees are split on whether hate speech has started to decrease somewhat after peaking with the debate over the German/European refugee policy, or whether it has simply just become more normalised. There is no proof that initial approaches, such as ignoring haters and trolls or using concerned comments ironically, have contributed and fuelled the fire. But almost all interviewees tend to discourage such approaches. While humorous, ironic posts tend to help strengthen one’s own community, hate comments, rumours, fake news, derailing and other forms of right-wing populist propaganda should not be ignored. All interviewees believe that an objective, fact-based tone must be the standard practice. Users/community members should also be educated on the haters’ strategies. But, according to the interviewees, fighting hate speech still requires other measures as well.

“We’ve got unfilled roles in Germany. Nowhere near enough is being done here. Unfilled roles, despite the fact we are lacking in know-how. People need to undertake much more training in this area. In other words, police need to train much more. [...] As such, you’d have to go into these Nazi groups vomiting rainbows and spend the whole time only posting things like: Look, here are positive examples of refugees [...] why not just communicate the fact that there are also positive aspects, because, after all, someone has to pay these people’s pension.” (DE-E1)

While the frequency of hate speech is still dependent on trigger events (this could be terror attacks, as well as political debates such as those over the Bundestag election), the hate does seem to be less impulsive and moment-based, and more organised and targeted. It cannot be said for certain whether the type/linguistic style of the comments has changed as a whole. But since the introduction and implementation of the Enforcement on Social Networks Act, commenters have had to pay more attention to how they express themselves to ensure their comments are not deleted. As a result, however, irony and sarcasms, as means of countering hate speech, have also been targeted by deletions. The act similar poses the risk of compromising freedom of speech, because, in cases of doubt, platform operators would tend to “overdelete” rather than “underdelete”, so as to avoid incurring fines. Some of the people interviewed in this study are also very critical of the new act – not only because of the risk of

opinion censorship, but also because there are already legal bases in place which could be applied (constitution, criminal code). Criminal prosecution has, however, so far proven difficult. To bring users to justice, their identity must be known – but this is often concealed on the Internet. And the police don't have enough staffing options. As a small consolation, the NetzDG does at least now make site operators responsible for promptly deleting criminal content.

An initial "reporting centre for online baiting" has been established in the form of "respect!". It is a project created by the Baden-Württemberg Democracy Centre in mid-2017. Upon request, all of its four staff rates/review of the criminality of hate comments, and sometimes even press charges. One of the people interviewed as part of this study made a similar suggestion to develop a centre also run by judiciaries rather than the government. Its staff would then process user reports/notices, check IP addresses, and monitor the digital sphere. Combined with hefty, effective fines doubling as deterrents, this may at least limit the vocal presence of hate, even if not the hate itself.

In contrast, one interviewee does not see any need for regulatory laws, because they don't change the causes. She instead wants preventive laws, such as those encouraging the forming of opinions, which already exist at primary schools, but which can also be applied to adults. She is once again noticing "a new form of communication which helps us overcome a divide" in discussions on social media. (DE-I3) Another questions whether platforms like Twitter, Facebook, YouTube & co. are the right places for it. He doesn't consider them suitable for objective political debates, and would like alternative arenas: "Why does that have to happen on Facebook? A place whose business model is to polarise people and trigger the radical, emotional opinions possible." (DE-I2)

The interviewees want technology to be created/used in a way that strengthens democracy and enables people to see it as something positive, enriching (DE-I4), as empowerment or an opportunity (DE-I3) But this requires learning how to deal with this (sensibly), so it will take time for the online communication rules to be established. The fundamental values must, however, also be imparted as a basis in the offline world. There are few media role models for the culture of debate. It's not just talk shows that constantly discuss the same topics with similar people; the tone adopted in the German parliament has also sharpened, partly as a result of the AfD's arrival. Not only is there a lack of good discussions or diverse topics; there is also a significant underrepresentation of politicians and journalists with migrant backgrounds in Germany (only around 8 percent of German MPs have a migration background²⁰, and in journalism only one in fifty²¹). Debates on certain topics are often only conducted about, not with, the people they relate to, which is why organisations like the Neue deutsche Medienmacher are campaigning for more diversity in the media landscape and reporting. Most of the interviewees also want more diverse topics and people in public reporting. "The best counter speech anyone can do is to stop talking about the issues targeted by hate speech. The best counter speech would be to finally have a greater variety of topics."(DE-E1) It should also

²⁰<https://mediendienst-integration.de/artikel/wie-viele-abgeordnete-haben-einen-migrationshintergrund-bundestag.html>

²¹<https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Fehlende-Vielfalt-unter-Journalisten,zapp10358.html>

be up to the (public) media to provide larger platforms for voices in favour of a diverse society: “I think counter narratives are a win-win. Because we haven’t yet developed a counter narrative. Like for example “domestic security” – that actually needs to be “social security”, not racism. So until we have developed our own narrative to combat the polemics of hate speech, of right-wing populism, we have to switch to other topics. Talk a lot more about other topics.” (DE-E1)

It is also crucial to impart values and illustrate why democratic debates and personal opinion are important. If these values can be imparted and accepted in the “offline world”, they can also be adapted on the Internet. Something like this can be conveyed through direct interaction, e.g. in workshop formats. This should start right from school, because children and adolescents don’t usually have fixed opinions, and adapt to certain things that are presented to them without questioning them. At a conference on diversity in children’s and youth media, the head of the Central Welfare Office for Jews in Germany reported of an intercultural conflict at a primary school, where a girl said she didn’t want to hate, but didn’t know how. These sorts of views are often adopted from one’s environment, which is why it’s important to educate adults as well. There similarly needs to be role models in the public eye, in media, in politics. But the latter in particular shouldn’t close themselves off to developments in communication technology. Because everyday political discourse is expressed – and jeopardised – on the Internet too. Furthermore, lies and inflammatory posts should not be left uncommented, so as to reduce the risk of influencing adolescents.

Great emphasis is also placed on community management. It is absolutely mandatory to keep an eye on one’s own community. Those who educate the community themselves and enable it to take action against hate speech are making a good investment: Strong communities help defend “their space”, combat haters, and stand up for the manners they want to see. Networking within editorial teams and with other editors and players similarly needs to be strengthened, allowing affected parties and activists to share experiences, which may even serve as the basis for developing new approaches.



National qualitative and quantitative report

GERMANY

(German Version)

WP2

Qualitativer und quantitativer

Forschungsbericht zu

Hate Speech und Counter Narratives

Online

November 2018

44



With financial support from the Rights, Equality and Citizenship Programme (2014-2020) of the European Union



With financial support from the Rights, Equality and Citizenship Programme (2014-2020) of the European Union

Marina Dirks, Merih Ugur
AWO Arbeit & Qualifizierung gGmbH Solingen

The content of this publication represents the views of the authors only and is their sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.

Der Inhalt dieses Berichts spiegelt nicht die offizielle Meinung der Europäischen Union wieder. Die Verantwortung für die darin enthaltenen Informationen und Ansichten liegt allein bei den Autoren.

Urheberrecht

Das geistige Eigentum der Studie und die abschließende Online-Analyse (auf der das Projekt erbracht wird) unterliegt der Creative Commons-Lizenz CC BY-NC-SA 4.0 (Attribution-Non Commercial-Share Alike 4.0 International). Kostenlose, einfach zu verwendende Copyright-Lizenzen ermöglichen eine einfache und standardisierte Möglichkeit, der Öffentlichkeit die Erlaubnis zu geben, Ihre kreativen Arbeiten unter Bedingungen zu teilen und zu nutzen.

Die entwickelte Software ist geistiges Eigentum des Unternehmens Kantar Media: <https://www.kantarmedia.com/ie/thinking-and-resources/useful-information/copyright>

PART 1. EINFÜHRUNG: ANALYSE VON ONLINE HASSREDE IN SOZIALE NETZWERKE UND ONLINE MEDIEN.

AUTOREN VON HASSREDE

Die grundlegendste Form von Hate Speech (auch ‚Hassrede‘), expliziter und direkter Rassismus, kommt im Wesentlichen von Einzelpersonen, die direkt oder indirekt mit faschistischen Gruppen wie (in Deutschland) die NPD, Alternative für Deutschland, Pro NRW, PEGIDA (Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes) oder Fußball Ultra Gruppierungen wie HoGeSa (Hooligans gegen Salafismus) verbunden sind. Das Phänomen der Hassrede gilt jedoch nicht ausschließlich für diese rechtsextremen Gruppen.

Im Internet-Jargon ist es üblich, die Ausdrücke Hater oder Trolle zu verwenden, um sich auf Personen zu beziehen, die bestimmte Gruppen obsessiv angreifen oder andere Benutzer durch Beleidigungen und Aggressivität provozieren. Diese Profile sind für einen Großteil der Hassrede in den Netzwerken verantwortlich. Aber um das Problem richtig zu dimensionieren und geeignete Strategien zu entwickeln, um es zu bekämpfen, muss berücksichtigt werden, dass diese für die Internetkultur typischen Phänomene keineswegs homogen sind.²²

ZIELE DER ANALYSE

Die vorliegende Studie beruht auf der Hypothese einer wiederholten Präsenz dieses radikalen Diskurses vor. Dennoch zielt die Studie darauf ab, subtilere Diskurse zu identifizieren und zu analysieren. Den Fokus der Untersuchung auf offensichtliche rassistische Räume zu legen, würde die Konzentration auf eine Vielzahl von Beleidigungen und extremen Reden beinhalten, die von überzeugten Anhängern geteilt werden. Die wirklichen Extreme dieser Redeakte zeigen ihre Expansion, Viralität und Effizienz bei Menschen, die (noch) keine extremen Ideologien teilen.

Ziel dieser Analyse ist es daher, Quellen, Web-Spaces und soziale Netzwerke zu finden, die Hassrede auf subtilere Weise und von Personen mit öffentlicher Transzendenz und Einflussnahme auf politischer, journalistischer und/oder sozialer Ebene teilen. Das Ziel dieser Reden besteht darin, aus einer scheinbar demokratischen Achtung/Sicht heraus eine Hassrede zu formulieren, die subtil, viral ist, geteilt wird und die öffentliche Meinung beeinflussen kann.

Man sollte bedenken, dass "angesichts wirtschaftlicher Unsicherheiten rechtsextreme Parteien in Situationen erfolgreich sind, in denen die Bürger noch etwas zu verlieren haben. Die Bedrohung der Krise erzeugt eine innere Reaktion und eine protektionistische Wende: zuerst die daheim. Folglich gibt es zwar rechtsextreme Parteien mit guten Ergebnissen, ihre Wähler sind jedoch nicht unbedingt Rechtsradikale. Die französische Nationalfront gewinnt z.B.

²²ConTROLate en las redes. #BCN vs ODI (2017)

Stimmen in traditionellen Feldern der sozialistischen Linken.“²³ Das Ziel ist also, solchen populistischen Redeakten entgegenzuwirken, die diese Zuschauer mobilisieren kann.

Ziel der vorliegenden Studie ist es zu analysieren, **wer was und wie sagt**, Hassreden in sozialen Netzwerken und Online-Medien zu identifizieren und Interventionsvorschläge sowohl für Institutionen als auch Benutzer zu erarbeiten und vorzustellen.

AUSWAHL UND ANALYSEMETHODIK

Eine Auswahl von Inhalten wird von einem Algorithmus erfasst, der die Auswahl von Texten anhand von vorgegebenen Deskriptoren und Profilen ermöglicht, die für jedes Land und für jede Plattform angegeben sind. Anschließend analysiert und klassifiziert ein Team die gesammelte Probe. Der Algorithmus ist so programmiert, dass er Inhalte anhand von Schlüsselwörtern in den ausgewählten Online-Quellen erfasst. Für die Datenerfassung dieses Berichts wurden in jedem Land²⁴, auf einer gemeinsamen Grundlage, spezifische Schlüsselwörter identifiziert.

Das Schlüsselwortpaket wird nach ihrem thematischen Bezug klassifiziert, so dass der bloßen Übersetzung in die Landessprachen nationale Auswahlkriterien hinzugefügt werden. Jeder Partner hat die Standardschlüsselwörter überarbeitet, um sie an den nationalen Kontext anzupassen und in Nationalsprachen zu übersetzen.

Für jeden Themenbereich werden die Schlagworte in “Suchworte” (nach welchen das IT Tool (SPIDER) sucht um Informationen zu sammeln) und “Kontrollworte” unterteilt (die Informationen aussortieren, wenn sie diese Worte enthalten, z.B. wenn eine Nachricht das Schlagwort „Mittelmeer“ (Suchwort) und gleichzeitig auch „Kreuzfahrtschiff“ (Kontrollwort) enthält, wird diese aussortiert).

SAMMLUNG DER PROBE UND AUSWAHLKRITERIEN

- I. **2 Online Tageszeitungen** mit deutschlandweiter Verbreitung und Analyse der Kommentare unter Artikeln über Migranten und ethnokulturelle Minderheiten. Die Auswahlkriterien für die Zeitungen sollte Folgendes beinhalten:
 - ein freier Zugang zu den Kommentare zu den Nachrichten/Artikeln
 - hohe Reichweite, deutschlandweite Abdeckung, nicht-extreme Editorial-Line

²³Ben-David, Anat& Matamoros-Fernández, Ariadna (2016) Hate Speech and Covert Discrimination on Social Media: Monitoring the Facebook Pages of Extreme-Right Political Parties in Spain, en International Journal of Communication.

²⁴Die ausgewählten Schlagworte für die Analyse dieses nationalen Forschungsbericht finden sie im Anhang

- II. **3 Twitter Accounts** pro Land entsprechend der folgenden vorher festgelegten Profile:
- a) **Politisches Profil:** Institutionelle oder politische Vertreter mit anti-immigranten- und fremdenfeindlichen Diskursen.²⁵ Von Politikern erzeugte Hassreden haben vermutlich eine größere Reichweite, Wirkung und Glaubwürdigkeit. In bestimmten Situationen nutzen sie mit ihren Diskursen Unzufriedenheit und Vorurteile, die in verschiedenen Bereichen der Gesellschaft verankert sind, um Rassismus und Hassreden zu artikulieren. Der Brexit oder die Flüchtlingskrise sind klare Beispiele. Die Verknüpfung von populistischen Profilen mit rechtsextremen Parteien kann die Identifizierung von zwei Profilen mit derselben Basis von Diskursen nationaler Präferenzen wertschätzen, die auf unterschiedliche Zielgruppen moduliert und verwaltet werden²⁶. *The linkage of populist profiles with far-right parties assesses can value the identification of two profiles with the same base of discourses of national preference modulated and managed to different audiences*
 - b) **Media profile:** Journalisten mit regelmäßiger Berichterstattung in Medien mit politischer Reichweite, die als gute Beispiele für einen respektvollen Umgang mit Sprache und den Umgang mit Informationen über Migrationen und ethnokulturelle Minderheiten anerkannt sind. Auswahl als „Kontrollelement“, mögliche Beispiele-Gegennarrative, die Hassrede als Antwort auslösen können.
 - c) **Activist profile:** Pro Human Rights / Anti-Rassismus-Aktivist, die als gute Beispiele identifiziert wurden und 'Counter Speech' (Gegenrede), die als Gegenreaktion Hate Speech auslösen können. Profile, die sich durch respektvolle Sprache und pro-Menschenrechte auszeichnen. Auswahl als "Steuerelement".
- III. **Hashtags:** Analyse von "neutralen" Hashtags auf Twitter, die von Institutionen und der Zivilgesellschaft am 21. März, dem Internationalen Tag zur Beseitigung von Rassendiskriminierung, generiert wurden, die Redeakte triggern können.

HÄUFIGKEIT UND INHALT DER ERFASSTEN INFORMATIONEN

- I. **Onlinemedien:**
 - Übliche Informationen ohne Triggerereignisse
 - Inhalte zu Einwanderung, Rassismus oder ethnokulturellen Minderheiten anhand vordefinierter Schlüsselwörter

²⁵ In Großbritannien bezeichnete Cameron während seiner Amtszeit die Ankunft von Migranten und Flüchtlingen als "Schwarm" oder behauptete, einen Rettungsplan für muslimische Frauen zu haben. In Frankreich bezeichnete Manuel Valls als Innenminister das rumänische Volk als Menschen "mit Bräuchen die den unseren widersprechen". In Spanien ist Juan Ignacio Zoido, Innenminister, besonders aktiv an der Kriminalisierung von Migranten, die an der andalusischen Küste ankommen, und fordert dazu auf, Maßnahmen zu ergreifen und Migranten einzusperren. Die Rede beinhaltet Begriffe wie "alarmierende Lawine", "koordinierter Angriff" oder "Angriff auf die Küsten".

²⁶ Pascal Perrineau: "Lepenisierung der Geister". Die demokratischen Parteien integrieren weiterhin die extrem rechten Reden, und beziehen sich dabei auf nationale Vorrechte usw.

- Quantitative Annäherung in einem signifikanten Zeitraum: Eine gesamte Woche informativer Nachuntersuchung in aufeinanderfolgenden Wochen; Montag in der ersten Woche, Dienstag in der zweiten Woche, Mittwoch in der dritten Woche usw. ab dem 26. Februar.

II. Twitterprofile:

- Übliche Informationen ohne Triggerereignisse
- Inhalte zu Einwanderung, Rassismus oder ethnokulturellen Minderheiten anhand vordefinierter Schlüsselwörter
- Quantitativ Annäherung in einem aussagekräftigen Zeitraum: Fünf Wochen informatives Follow-Up.

III. Hashtags:

- 21. März und die folgende Woche.
- Europäischer Maßstab: Ein gemeinsames Datum mit gemeinsamen Hashtags.
- Die verfolgten Hashtags wurden aus einer Auswahl der meistgefolgten Hashtags, die von Institutionen (EU, UNHCR, IOM) und CEOs (ECRE, AI, Oxfam, etc.) ins Leben gerufen wurden, ausgewählt.

Table 1. Zeitraum und Häufigkeit der Analyse nach Quelle und Land

Source	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
Week 1 (26/02-4/03)							
Online media (10)	Spanish (2)	Italian (2)	French (2)	German (2)	British (2)	Spanish (2)	Italian (2)
Twitter profiles (15)	All profiles (15) of all countries (5)						
Week 2 (5-11/03)							
Online media (10)	French (2)	German (2)	British (2)	Spanish (2)	Italian (2)	French (2)	German (2)
Twitter profiles (15)	All profiles (15) of all countries (5)						
Week 3 (12-18/03)							
Online media (10)	British (2)	Spanish (2)	Italian (2)	French (2)	German (2)	British (2)	Spanish (2)
Twitter profiles (15)	All profiles (15) of all countries (5)						
Hashtags	All hashtags						
Week 4 (19-25/03)							
Online media (10)	Italian (2)	French (2)	German (2)	British (2)	Spanish (2)	Italian (2)	French (2)
Twitter profiles (15)	All profiles (15) of all countries (5)						
Hashtags	All hashtags						
Week 5 (26/03-01/04)							
Online media (10)	German (2)	British (2)	Spanish (2)	Italian (2)	French (2)	German (2)	British (2)
Twitter profiles (15)	All profiles (15) of all countries (5)						
Hashtags	All hashtags						
Week 6 (02-08/04)							
All collected contents	Content upload and categorization on the database						
Week 7 (09-15/04)							
All collected contents	Content upload and categorization on the database						

DESIGN DER DATENBANK UND KATEGORIEN: Klassifizierung und Systematisierung der gesammelten Informationen

1.- Typologie

1.1. Hassrede

Beleidigende, erniedrigende Sprache aufgrund der sexuellen, ethnischen oder kulturellen Situation und / oder Sprache, die zu Diskriminierung und / oder Gewalt gegen diese Menschen und / oder Gruppen führt.

1.2. Klischees und Vorurteile

Vereinfachte und verallgemeinerte Vorstellungen von jeder einzelnen Person einer Gemeinschaft, ohne die individuellen Unterschiede zu berücksichtigen. Sie beziehen sich in der Regel auf negative Verhaltensweisen und Einstellungen. Dabei werden keine Daten und/oder Argumente geliefert.

1.3. Gerücht

Aussage, die durch falsche Angaben über Personen oder Gruppen gemacht wird und allgemein verbreitet wird, ohne ihre Richtigkeit zu belegen.

1.4. Trap-Argument/Whataboutism

Kommentare, die eine Debatte verhindern und/oder sie in ein unrealistisches Szenario platzieren.

Beispiel: "Wie viele haben Sie in Ihrem Haus?" [Kommentar zu den Nachrichten "Spanien und Marokko meiden den Eintritt einiger tausend Afrikaner südlich der Sahara in Melilla" in El País, 14. Juni 2014]

1.5. Rede gegen Zusammenarbeit und/oder Hilfe

Kritische und negative Aussagen gegenüber ethnokulturellen Minderheiten, indirekt Kritik an Institutionen oder Organisationen, die die Rechte dieser Minderheitengruppen schützen.

1.6. Allgeime Kritik & andere Formen ausgrenzender Sprache

Ausgrenzende und/oder erniedrigende Kommentare in Texten, die sich auf Minderheiten beziehen. Angriffe auf und Kritik an Einzelpersonen, die nicht in direktem Bezug zu diesen Gruppen stehen.

1.7. Alternative Rede

Sprache, die sich durch Respekt und Unterstützung für bzw. von. Menschenrechten und Migrationsgesetzen auszeichnet; die Ungenauigkeiten und/oder Lügen in den gegebenen Informationen und Kommentaren kritisieren, korrigieren oder widerlegen und Gerüchte dementieren.

2 Herkunftsland der Quelle

- | | | | |
|------|------------|------|-------------|
| 2.1. | Spanien | 2.4. | Italien |
| 2.2. | Frankreich | 2.5. | Deutschland |
| 2.3. | England | | |

3 Geographischer Ort des Fakts/der Nachricht (nur auf europäischer Ebene).

- | | | | |
|------|------------|------|------------------|
| 3.1. | Spanien | 3.5. | Deutschland |
| 3.2. | Frankreich | 3.6. | Andere EU-Länder |
| 3.3. | England | | |
| 3.4. | Italien | | |

4. Quelle

- | | | | |
|------|---------------------|------|------------------------------|
| 4.1. | Online Tageszeitung | 4.2. | Soziale Netzwerke (Twitter) |
|------|---------------------|------|------------------------------|

5 Autor:

- | | | | |
|------|---------------------------------|------|-------------------|
| 5.1. | Journalist | 5.5. | Unabhängiger ____ |
| 5.2. | Politiker | 5.6. | Aktivist |
| 5.3. | Öffentliche Einrichtung/Behörde | 5.7. | Andere |
| 5.4. | Private Einrichtung | | |

6 Thema

- | | | | |
|------|---|------|--|
| 6.1. | Ethnischer Hass (Rassismus, Xenophobie) | 6.4. | Flucht |
| 6.2. | Islamophobie | 6.5. | Religiöser Hass (Hass religiöser Aktivisten gegen andere Menschen) |
| 6.3. | Antisemitismus | | |

7 Präsenz anderer voreingenommener Diskriminierung (Intersektionalität)

- | | | | |
|------|-----------------------|------|---------------|
| 7.1. | Sexuelle Orientierung | 7.3. | Behinderungen |
| 7.2. | Frauen | 7.4. | Aporaphobie |

8 Informatives Genre

- | | | | |
|------|----------------------------------|-------|------------------------|
| 8.1. | Bild/Foto (mit Bildbeschriftung) | 8.6. | redaktioneller Artikel |
| 8.2. | Tweet | 8.7. | Brief |
| 8.3. | Hashtag | 8.8. | Interview |
| 8.4. | Meinungsstück/Kommentar | 8.9. | Antwort (Kommentar) |
| 8.5. | Nachricht | 8.10. | Andere |

9 Datum

11 Untertitel

10 Titel

12 URL

METODOLOGISCHE ANGABEN

Schwierigkeiten bei der Analyse von Twitter und sozialen Netzwerken:

Warum wählen wir neutrale Bereiche für die Analyse aus

Mehrere Studien²⁷ weisen auf die Schwierigkeit der Analyse und der qualitativen Datenbehandlung aus sozialen Netzwerken wie Twitter²⁸ hin, da der Informationsfluss enorm ist. Daher basiert die vorliegende Arbeit auf einem qualitativen Ansatz. Das DEMOS-Institut²⁹ und soziale Netzwerkstudien haben anhand quantitativer Methoden herausgefunden, dass Trigger-Ereignisse, insbesondere Terroranschläge, das Volumen der Twitter-Nachrichten, die diese Art von Sprache enthalten, stark ansteigen lassen.

Bei der Bearbeitung von nicht-neutralen Ansätzen, wie sie von DEMOS erwähnt wurde, werden Online-Räume, an denen Hasser sich aufhalten, beobachtet und dabei Tausende von Beleidigungen aus verschiedenen Perspektiven analysiert und überprüft. Das Ergebnis der DEMOS-Studie lieferte jedoch keine wesentlichen Schlussfolgerungen. Angesichts der Überprüfung radikaler Sprachräume ist es schwierig, Gegnern und überzeugten Nutzern Vorschläge zu machen. Menschen, die sich mit einem solchen radikalen Diskurs wenig identifizieren, werden von ihnen kaum angezogen. Das bedeutet, dass die Menschen im Allgemeinen den Foren/Plattformen folgen, die ihren Meinungen und ihrer Ideologie am besten entsprechen.

Basierend auf dieser Überlegung schlagen wir die Analyse neutraler Web-Räume vor. Als "neutral" meinen wir Räume, Hashtags oder soziale Netzwerke mit einer allgemeinen und/oder informativen Absicht, die außerhalb der Bewegungen extremer Ideologie liegen:

- Räume mit vielfältiger Beteiligung, die es ermöglichen, die Vielfalt der Perspektiven und konfrontative Diskurse zu analysieren.
- Diskurse mit eher subtilen extremen Ideologien, von denen angenommen wird, dass sie Menschen, die (noch) nicht ideologisch involviert sind, effektiver erreichen und als Anhänger gewinnen können. Hier zeigt sich auch Präsenz und Teilnahme von Menschen, die extreme Reden nicht akzeptieren.

Schwierigkeiten beim Sammeln von Daten durch den SPIDER-Bot

Der Algorithmus, der benutzt wurde, um Texte anhand von Diskriptoren und Profilen, die in jedem Land und für jeden Plattform festgelegt wurden, auszuwählen, hat nicht immer eine signifikante Anzahl an Ergebnissen hervorgebracht. Die Forscher hatten den Eindruck, dass eine relevante Menge an Daten und Informationen verloren gegangen ist.

²⁷ *From Brussels to Brexit: Islamophobia, Xenophobia, Racism and Reports of Hateful Incidents on Twitter*. Centre for the Analysis of Social Media, Demos, 2016

²⁸ Laut Global Web Index (2015) wird Twitter grundsätzlich eher als soziales Netzwerk für Informationen genutzt, während Netzwerke wie Facebook, Instagram oder Google+ andere Ziele haben

²⁹ Demos ist Groß-Britanniens führender parteiübergreifender Think-Tank. www.demos.co.uk

Die Forscher haben deshalb die Notwendigkeit gesehen, die durch den SPIDER gesammelten Daten mit einer eigenhändig durchgeführten Schreibtischrecherche zu vervollständigen. Des Weiteren sollte hervorgehoben werden, dass Twitter kein repräsentatives Abbild der Gesellschaft darstellt. Es wird tendenziell eher von jüngeren Gruppen, sozio-ökonomisch Privilegierten und eher urbanen Menschen genutzt. Die Ärmsten, am stärksten marginalisierten und verletzlichsten Gruppen der Gesellschaft sind am wenigsten repräsentiert auf Twitter. Ein besonders wichtiger Aspekt wenn es um Untersuchungen zum Vorherrschen von Xenophobie, Islamophobie und dem Melden von Hassvorfällen geht.

ANNEX I. List of KEYWORDS in GERMANY

MIGRATIONSPOLITIK		KONTROLLE DER ZUWANDERUNG	
Suche	Kontrolle	Suche	Kontrolle
fremd/ausländisch	Täter/Einbrecher	Ceuta	
asyl		Melilla	
flucht/flücht		Frontex	
		Libia/Lybien	
		Marokko	Sizilien
Migra/Zuwander	Nationalist	Flüchtlingsboot/Schlepperboot	Drogen
Immigra/Einwander	Israel	Mafia	
	Rumänien	(illegaler) Handel/	Drogen
Nationalität		Menschenhandel	Bus/Bahn/ÖPNV
Jude		Schmuggel	Fischer
Rumän*/Zigeuner		blinder Passagier/	
	Drogen	Schwarzfahrer	
regul/regle		Boot/Schiff	
Genehmigung/Erlaubnis	Kreuzfahrt/Kreuzer		
Pass/Ausweis	Klagemauer		Personalausweis
nicht erfasst/ohne Papiere/		CETI	
or: illegale (Einwanderer)		CIE	
		LAGESo	

Grenze		Sklave	
Mittelmeer		Ausweis/Abschieb	
Mauer		Internierung/Sicherungsverwahrung	
Zaun		Heimkehr/Rückkehr	
Küstenwache		einbehalt/zurückbehalt	Reform
		Abschiebung/Deporta-tion	
Ceuta		Haushaltshilfe	
Melilla			
Frontex		Sozialhilfe/Sozialleistungen/Hartz IV	
Libia/Lybien			
Marokko		AsylbLG(Asylbewerber-leistungsgesetz)	
Flüchtlingsboot/ Schlepperboot		ablation-> Beschneidung?/(weibliche) Genitalverstümmelung?/Entfernung	
		Ghetto	
SOZIALE KONFLIKTE		KRIMINALITÄT UND MINDERHEITEN	
Suchwort	Kontrollwort	Suchwort	Kontrollwort
Rechtsextren/rechts außen	Venezuela	Gang/Bande	
(die) extreme Rechte			
Faschis/faschis	podemos	prostitu	
islamophob	links/linke	Streit/Auseinandersetzung	iberisch
rassis/Rassis	vox		
xenophob/fremdenfeind lich		terroris	
Populis/populis		Dschihad/Djihad	
Antisemit/antisemit		einsamer Wolf	

Neonazi			
NATIONALITÄTEN/HERKUNFTSLÄNDER			REDEAKTE
Subsaharisch/Schwarzafrikaner maghreb Nordafrikan Nafri (pejorative term for people from North Africa) Marok (pejorative term for people from Marocco) rumän ukrain südländ lateinamerikanisch Kanake (pejorative term for people from Turkey) Syrer Afghan Türk Italiener Afrikaner			estereotype prejudice hate speech discriminat hate crime

2. QUANTITATIVE ANALYSIS

2.1.- General conclusions by country. Wirkungsindikatoren

Gemäß der in Kapitel 1 dieses Berichts genannten Methodik basieren die für diese Analyse gesammelten Daten auf folgenden Quellen in Deutschland:

ANALYSE VON ONLINE MEDIEN (FEBRUARY 26 - APRIL 1): Eine Liste digitaler Quellen, ausgewählt durch die AWO Arbeit & Qualifizierung gGmbH Solingen, wurden kontrolliert um Artikel, die rassistische Inhalte und andere Arten von Hassinhalten in den digitalen Medien steigern. Die Analyse untersucht die Existenz und Begünstigung von mit Rassismus verbundenen Vorfällen in jedem europäischen Land in einem bestimmten Zeitfenster, z.B. eine Woche informativer Follow-Up-Studie in aufeinander folgenden Wochen. Zwei unterschiedliche digitale Tageszeitungen wurden ausgewählt, um zu untersuchen wer Hass im Internet begünstigt, und wer nicht. Die ausgewählten Quellen sind welt.de und taz.de.

ANALYSIS VON TWITTER PROFILEN (FEBRUARY 26 – APRIL 1): Eine Auswahl an Twitterprofilen, ausgewählt durch die AWO AQUA gGmbH Solingen, wurde beobachtet um rassistische und sonstige Arten von Hassrede, wie auch Hinweise auf Gegenrede in ihren selbst veröffentlichten Beiträgen sowie die Reaktion ihrer Leser. Die für diese Studie ausgewählten Twitter-Profile sind die von Steffen Seibert, Sprecher der Deutschen Bundesregierung; Kübra Gümüşay, Journalistin, Bloggerin und Aktivistin in den Bereichen Feminismus, Islam, Politik und Gesellschaft; und zuletzt Lamya Kaddor, Autorin, Islamwissenschaftlerin und Aktivistin.

ANALYSE VON HASHTAGS - INTERNATIONALER TAG GEGEN RACISMUS (22. MÄRZ): Eine von der AWO AQUA gGmbH Solingen analysierte engere Auswahl von Twitter-Hashtags soll die Auswirkungen negativer Hashtags ermitteln und analysieren, die darauf abzielen, Rassismus und Hass zu fördern. Laut Kantar Media, die einen ersten Versuch unternommen haben, die von SPIDER stammenden Daten zu analysieren, weist Deutschland nur sehr wenige Hassinhalte auf und zeigt insgesamt nur zwei Vorkommen. Aus diesem Grund kann eine quantitative Analyse nicht überzeugen. Gründe dafür sind u.a. dass die zu überwachenden Auswahl möglicherweise nicht die beste war. Es traten aber auch einige weitere, das Ergebnis verzerrende Einflüsse auf. Eine Erläuterung der Umstände und eine weitere Analyse der Daten, die sich aus einer manuellen Untersuchung der ausgewählten Quellen durch den Autor ergeben, wird im Rahmen einer qualitativen Analyse in Kapitel 3 gegeben. Von den beiden in der SPIDER-basierten Forschung für REACT in Deutschland angegebenen Befunden wurde ein Treffer auf Twitter und der andere auf der Online-News-Seite welt.de festgestellt. Das informative Genre der gesammelten Informationen war a) ein Nachrichtenartikel in der Online-Zeitung und b) ein Audio-Interview mit Lamya Kaddor, das von einem öffentlich-rechtlichen Radiosender getwittert wurde und auf ihrem Profil getwittert wurde. Beide Funde wurden als Nebenkritik oder andere Formen des Ausschlusses durch Sprache typologisiert, wobei auf den „Islam“ Bezug genommen wurde und ob er zu Deutschland gehört oder nicht. Der auf Twitter retweetete Artikel könnte als alternative Sprache typologisiert werden, da sich die überwachte Person auf einen Akt des Ausschlusses von Sprache im Interview bezieht. In beiden Fällen sind die Urheber der Aussagen Politiker, die im deutschen Parlament arbeiten. Die Themen ihrer Aussagen waren Zuflucht/innere Sicherheit und "Islamophobie".

Table 2. Klassifizierung der gesammelten Informationen

Typologie	Anzahl an Funden	Quelle	Urheber	Thema	Andere Vorurteile	Informatives Genre	URL
Hassrede	-						
Stereotypen/ Vorurteile	-						
Gerüchte							
Trap-Argument	-						
Verweigerung der Zusammenarbeit/ Hilfe	2	Twitter (Lamya Kaddor), Online news page	Politician (2)	Refuge/Inner safety and Islamophobia; Islamophobia	-	News piece, radio interview	https://www.welt.de/politik/deutschland/article174623908/Grenzkontrollen-CDU-Abgeordnete-enthalten-sich-bei-AfD-Antrag.html https://twitter.com/WDR2/status/974650743306309638
Allgemeine Kritik	-						

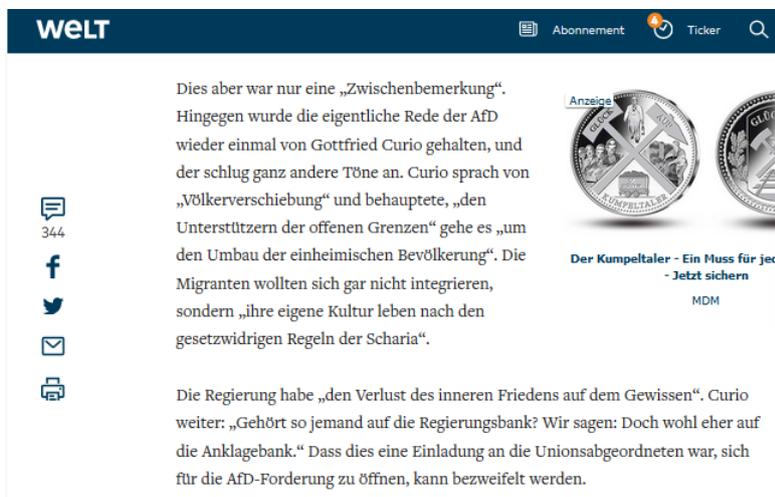
Alternative Rede	1	Twitter (Lamya Kaddor)	Islamic scientist	Islamophobia		Radio interview	https://twitter.com/WDR2/status/974650743306309638
------------------	---	------------------------	-------------------	--------------	--	-----------------	---

2.2.- Art der Kommentare (Typologie)

Die gefundenen Daten beinhalten zwei unterschiedliche Arten der (Hass-)Rede. Die zwei Funde die das Spider Tool hervorbrachte beinhalteten Gerüchte, Hate Speech, allgemeine Kritik und "Alternative Rede". Manche Aussagen passen in mehrere Kategorien, was es schwierig macht, die Befunde zu typologisieren.

Der erste Fund, welcher durch das Spider Tool entdeckt wurde, ist ein Artikel auf welt.de. Kantar Media, ein internationales (Medien-)Marktforschungsunternehmen, das eine erste Auswertung der Ergebnisse vornahm, klassifizierte diesen Fund als "Rede(akt) gegen Zusammenarbeit/Unterstützung."

Im Artikel wird der Redebeitrag eines Abgeordneten der im rechten Spektrum angesiedelten Partei 'Alternative für Deutschland' im Bundestag zitiert, welcher die oben beschriebene Schwierigkeit verdeutlicht. Kantar Media, ein internationales (Medien-) Marktforschungsunternehmen, das eine erste Auswertung der Ergebnisse vornahm, klassifizierte diesen Fund als "Rede(akt) gegen Zusammenarbeit/Unterstützung." Bei einem genaueren Blick werden jedoch noch weitere Arten der Rede sichtbar, die Hasskommentare triggern könnten.



Abonnement Ticker

344

Die aber war nur eine „Zwischenbemerkung“. Hingegen wurde die eigentliche Rede der AfD wieder einmal von Gottfried Curio gehalten, und der schlug ganz andere Töne an. Curio sprach von „Völkerverschiebung“ und behauptete, „den Unterstützern der offenen Grenzen“ gehe es „um den Umbau der einheimischen Bevölkerung“. Die Migranten wollten sich gar nicht integrieren, sondern „ihre eigene Kultur leben nach den gesetzeswidrigen Regeln der Scharia“.

Die Regierung habe „den Verlust des inneren Friedens auf dem Gewissen“. Curio weiter: „Gehört so jemand auf die Regierungsbank? Wir sagen: Doch wohl eher auf die Anklagebank.“ Dass dies eine Einladung an die Unionsabgeordneten war, sich für die AfD-Forderung zu öffnen, kann bezweifelt werden.

Anzeige

Der Kumpeltaler - Ein Muss für jed
- Jetzt sichern
MDM

„Curio sprach von „Völkerverschiebung“ und behauptete, „den Unterstützern der offenen Grenzen“ gehe es „um den Umbau der einheimischen Bevölkerung.“ Die Migranten wollten sich gar nicht integrieren, sondern „Ihre eigene Kultur leben, nach den gesetzeswidrigen Regeln der Scharia“.

Curio, Mitglied der rechts-orientierten 'Alternative für Deutschland' deutet an, dass die Regierung versuche eine neue deutsche Rasse und Bevölkerung aufzubauen, in dem sie Migration und Integration in die(vermeintlich) einheimische, deutsche, weiße Gesellschaft zulasse und fördere.

Curio verbreitet damit zum Beispiel nicht verifizierte Informationen, ohne Prüfung der Richtigkeit, wie etwa der geplante "Umbau der einheimischen Bevölkerung" durch Immigranten, was sich als Gerücht/Fake News manifestieren und Hasskommentare gegen die Regierung und gegen Migranten triggern kann. Er stereotypisiert bzw. Verallgemeinert "die Migranten", die nicht Willens seien sich zu

integrieren, sondern nach den Regeln der Scharia leben wollen, ohne jegliche Differenzierung zu machen. Damit unterstreicht er seine allgemeine Kritik an Migranten und der Deutschen Regierung.

Zuvor wurde im Artikel bereits ein anderer Politiker derselben Partei und zum selben Thema zitiert. Der Urheber der Aussagen verfolgt mit seinen Aussagen ähnliche Ziele, versucht jedoch einen anderen, mehr fakten-basierten Ansatz, indem er seine Forderungen mit Zahlen und Leitvorschlägen untermauert.

Hess listete auf, wie stark die Zahl islamistischer Gefährder in Deutschland seit 2015 gestiegen sei, und nannte dies eine „inakzeptable Gefährdung der Sicherheitslage unserer Bürger“. Nur mit konsequenten Grenzkontrollen, so Hess, lasse sich verhindern, dass Leute ohne Papiere einreisen und bloß „erfasst“ werden können, während „eine Überprüfung des Backgrounds überhaupt nicht stattfinden“ könne.

Der zweite Fund aus der Datenerhebung mit dem SPIDER-Tool ist ein Retweet, der aus dem Twitterverlauf von Lamya Kaddor stammt. Ursprünglich wurde der Tweet vom Radiosender WDR 2 veröffentlicht. Der Tweet beinhaltete einen Link zu einem Audio-Interview mit Lamya Kaddor, in welchem sie Stellung zur Aussage des deutschen Innenministers Horst Seehofer, im Bezug auf den Islam und seine Zugehörigkeit zu Deutschland, bezieht.

Lamya Kaddor retweeted

WDR 2 @WDR2 · 16 mar.

Dieser Satz ist völlig überflüssig und absurd. Er erinnert mich an 20 Jahre in der Vergangenheit. @LamyaKaddor im #WDR2Mittagsmagazin zur Äußerung von #Heimatminister Horst #Seehofer, dass der #Islam nicht zu #Deutschland gehöre. Das ganze Gespräch:



Islamwissenschaftlerin: "Scheinbar überfordert Diversität diverse..."
"Der Islam gehört nicht zu Deutschland", so der neue Innenminister Horst Seehofer. Dazu sagt Islamwissenschaftlerin Lamya Kaddor auf WDR 2:
wdr.de

„Dieser Satz ist völlig überflüssig und absurd. Er erinnert mich an 20 Jahre in der Vergangenheit. @LamyaKaddor im #WDR2Mittagsmagazin zur Äußerung von #Heimatminister Horst #Seehofer, dass der #Islam nicht zu #Deutschland gehöre. Das ganze Gespräch:

(BILD)

Islamwissenschaftlerin: "Scheinbar überfordert Diversität diverse Politiker"

„Der Islam gehört nicht zu Deutschland“, so der neue Innenminister Horst Seehofer. Dazu sagt Islamwissenschaftlerin Lamya Kaddor auf WDR 2:“

In einem nachfolgenden Tweet des WDR 2 wurde auch die folgende Aussage von Lamya Kaddor zitiert:

“Bestimmte Narrative der @Islamfeindlichkeit zu bedienen ist Wasser auf den Mühlen aller radikaler Kräfte.”

Kantar Media klassifizierte diesen Fund als “Hate Speech”, also beleidigende, abwertende Sprache die Diskriminierung von und/oder Gewalt gegen bestimmte Personen/Gruppen anheizt. Das Thema, zu welchem der Tweet gehörte, war Islamophobie und die Aussage des Innenministers – „Der Islam gehört nicht zu Deutschland“ – kann durchaus als allgemeine Kritik und Verweigerung der Unterstützung/Zusammenarbeit klassifiziert werden. Die komplette Aussage Horst Seehofers beinhaltet aber auch den Versuch der Relativierung, nämlich dass die hier lebenden Muslime natürlich zu Deutschland gehören. Dennoch erklärt er im selben Absatz, dass das “natürlich nicht bedeutet, dass wir dafür, aus falscher Rücksichtnahme, unsere Traditionen und Bräuche aufgeben, die charakteristisch für unser Land sind“, womit er andeutet, dass es solche ernsthaften Forderungen gäbe und dadurch Gerüchte anheizt.

Insgesamt hat Horst Seehofer mit diesen Aussagen eine (wiederholte) Debatte angestoßen, welche die Schlagzeilen während der gesamten Monitoringphase beherrscht hat. Besonders die letzte Äußerung lässt Raum für Mutmaßungen und Gerüchte, wie etwa das häufig von Hasskommentatoren genutzten Beispiele der Umbenennung von (christlichen) Veranstaltungen (Wintermarkt vs. Weihnachtsmarkt, Lichterfest vs. Sankt Martin).

Diese Aussage kann auch als Hate Speech und Verweigerung von Zusammenarbeit klassifiziert werden, da es von in Deutschland lebenden Muslimen als Abweisung empfunden werden kann.

Der Fund auf dem Twitterprofil von Lamya Kaddor bestand hauptsächlich aus Alternativer Rede (neben dem bereits analysierten Statement von Horst Seehofer, welches in Teilen im gefundenen Post zitiert wurde). Lamya Kaddor versucht die Absicht hinter den Aussagen des deutschen Innenministers zu entlarven und verknüpft sie mit der bevorstehenden Landtagswahl in Bayern, auf Seehofers Intention anspielend Wähler abzugreifen, die vielleicht mit der AfD sympathisieren. Sie unterstreicht, dass diese Art von Redeakten nicht nur Unterstützung für Nationalisten darstellt, sondern für alle extremistischen Gruppen.

2.3. – Autoren und informatives Genre

Hinsichtlich der Einordnung der gesammelten Information der Analyse, wurden - mit Blick auf die Autoren des Diskurses - folgende Unterkategorien festgelegt:

- Journalisten/innen
- Politiker/innen
- Aktivisten/innen
- Öffentliche Institutionen
- private Institutionen
- unabhängige Personen
- Andere

Mit Blick auf das informative Genre der Funde, in denen rassistische Rede gesammelt wurde, wurde die Klassifizierung der Information aufgrund der folgenden zehn Medien vorgenommen:

- Bild (mit Bildunterschrift)/Meme
- Tweet
- Hashtag
- Meinungsstück
- Nachrichten
- Redaktioneller Beitrag
- Brief
- Interview
- Kommentar
- Andere

Bei den beiden Befunde die im Rahmen des Monitorings durch das Spider-Tool auftauchten, handelte es sich zum einen um einen Nachrichtenartikel erschienen auf Welt.de, sowie, um einen Re-Tweet auf dem Twitterprofil von Lamya Kaddor. Der ursprüngliche Tweet stammte vom Radiosender WDR2, der damit ein Interview mit Lamya Kaddor bewarb, in welchem Kaddor Stellung zu einer Aussage des deutschen Innenministers Horst Seehofer bezieht. Der Tweet enthielt, neben Bild und Link zum Interview, außerdem ein Zitat von Horst Seehofer, welches vermutlich erst für diesen Fund im Monitoring sorgte.

In beiden Fällen, die im Rahmen des spider-basierten Monitoring gefunden wurden, waren jeweils Politikern die einzigen Urheber von Hassrede.

Der Autor des Artikels auf Welt.de hat eine eher neutrale, objektive Sprache verwendet und nicht-faktenbasierten Informationen oder Gerüchte, die die Politiker anführte, wurden vom Journalisten als solche gekennzeichnet. Die zitierten Aussagen von Curio und Hess scheinen daher das auslösende Moment im Monitoring geliefert zu haben, weshalb dieser Nachrichten-Artikel als Befund erschien.

Im zweiten Fall ist es, ähnlich wie bei der Typologisierung, ein wenig schwieriger: Der eigentliche Befund ist ein Retweet eines Beitrags des Radiosenders WDR2, ein Link zu einem Interview mit Lamya Kaddor. Der Tweet beinhaltet zur Einleitung bzw. als Teaser auch Zitate von Lamya Kaddor und Horst Seehofer. Letzteres hat auch hier vermutlich den Ausschlag geliefert. Das Interview selbst bzw. die von Lamya Kaddor getätigten Aussagen lassen sich eher als alternative Sprache klassifizieren, denn als Form der Hassrede. Auch die Zitate von Lamya Kaddor, die im Tweet als Teaser gewählt wurden, werden als alternative Reda eingestuft, da sie den Kommentar von Horst Seehofer kritisiert und eine andere Bewertung anbietet.

2.4. Quellen

Wie in der Einleitung beschrieben, wurden drei verschiedene Arten von Quellen im Online-Monitoring für die Ausarbeitung des vorliegenden Berichts analysiert. Die Auswahl besteht aus zwei täglich erscheinenden Online-Zeitungen mit den meisten Lesern und nationaler Reichweite, die einen offenen Kommentarbereich anbieten, welcher ebenfalls analysiert wird; und drei Twitter-Accounts: eine politische oder staatliche Institution mit regelmäßiger Behandlung von Sprechakten in Bezug auf das Thema der Studie, ein Journalist mit regelmäßiger Teilnahme in Foren mit politischer Tragweite und ein Account als Kontrollelement, zum Beispiel ein Pro-Menschenrechte-Aktivist.

2.4.1. Online Newspapers

In Deutschland gibt es drei unterschiedliche Varianten der Tageszeitung – nämlich mit einem lokalen, regionalen oder überregionalen Fokus. Keine deutsche Tageszeitung ist staatlich finanziert, die meisten Verlage tragen sich über die Verkaufszahlen und Werbeeinnahmen. Besonders lokale und regionale Tageszeitungen haben eine gewisse Tradition – von insgesamt 353 deutschen Tageszeitungen sind 334 Regional- oder Lokalmedien.³⁰ Für die Analyse wurden in Deutschland die Onlinepräsenz der Zeitungen “Die Welt” und “taz” ausgewählt.

Welt.de ist die Online-Präsenz der deutschen überregionalen Tageszeitung Die Welt. Der Verlag hat seinen Sitz in Berlin, gehört zur Axel Springer SE und fusionierte im Jahr 2017 mit N24. Gemeinsam repräsentieren sie sich auf Welt.de. Die Internetseite konnte im ersten Quartal 2018 im Durchschnitt rund 123 Millionen Besuche verzeichnen.³¹ Laut des IVW hat Die Welt eine durchschnittliche Auflage von 520.278 Exemplaren pro Tag. Zusammen mit El País (Spanien), La Repubblica (Italien), Le Figaro (Frankreich), Le Soir (Belgien) sowie dem Tages-Anzeiger und Tribune de Genève (Schweiz) haben sie sich zur „Leading European Newspaper Alliance“ zusammengeschlossen, um ihre journalistische Kompetenz zu bündeln und Qualitätsjournalismus in den jeweiligen Ländern zu stärken.³²

Taz.de ist die Onlineausgabe der *taz.die tageszeitung*, eine Tageszeitung mit überregionaler Verbreitung und Berichterstattung. Da die Taz ihren Sitz in Berlin hat, verfügt sie auch über einen Berliner Regionalteil und deckt mit einer weiteren Regionalausgabe, *taz.nord*, außerdem die Bundesländer Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein und Niedersachsen ab.

Im ersten Quartal 2018 hatte die Zeitung eine Auflage von 50.519 Exemplaren täglich. Die Taz wurde 1978 als selbstorganisiertes Zeitungsprojekt für eine “linke Gegenöffentlichkeit” gegründet. Die Internetseite wurde 1995 eingerichtet. Im ersten Quartal 2018 zählte die Seite im Durchschnitt knapp 5 Millionen Besuche.³³

2.4.2. Twitter Profiles

Institutionelles/politisches Profil: *@RegSprecher*: Steffen Seibert ist Pressesprecher des deutschen Bundestags und in sozialen Medien Sprachrohr für die Bundeskanzlerin, Angela Merkel (die selbst keinen Account betreibt). Seine Aussagen sind deshalb maßgeblich für den öffentlichen Diskurs. Das Profil *@RegSprecher* hat 10,3Tausend Follower.

Obwohl das Profil auch wegen seiner hohen Reichweite bzw. des großen Publikums ausgewählt wurde, hat *@RegSprecher* weder Beiträge zur Verbreitung noch zur öffentliche Ablehnung von Hate Speech auf seinem Account veröffentlicht. Lediglich das Nachtragen von Informationen oder das Richtigstellen falscher, unvollständiger Sachverhalte konnten identifiziert werden.

³⁰ (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, 2006)

³¹ Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (<http://www.ivw.de/>)

³² http://www.axelspringer.de/presse/Leading-European-Newspaper-Alliance-Europaeische-Zeitungen-gruenden-gemeinsamen-Verbund_22868588.html (Stand:29.05.2018)

³³ Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (<http://www.ivw.de/>)

Journalist: *@kübragümüşay*: Kübra Gümüşay schrieb drei Jahre eine Kolumne für ‚Die Zeit‘; seit zehn Jahren Bloggerin und schreibt häufig zu den Themen Feminismus, Islam und Politik. Sie hat 18,2Tausend Follower.

Auf ihrem Profil wurden keine Anzeichen von Hassrede gefunden; selbst in den Kommentaren nicht. Stattdessen unterstützt Kübra Gümüşay mit ihren Tweets regelmäßig Initiativen mit guten Methoden, die sie teilenswert findet. Genau zum Start der Monitoring-Phase kündigte sie eine Social Media-Pause an, eine mögliche Erklärung für keinen einzigen Befund.

Aktivist: *@lamyakaddor*: Lamy Kaddor ist Islamwissenschaftlerin, ehemalige Lehrerin und Publizistin, die sich regelmäßig an öffentlichen Debatten zu Themen mit Bezug zum Islam beteiligt und dafür viel Hass – sowohl von Menschen die gegen „den Islam“ wettern, als auch von Leuten, die „ihren Islam“ verteidigen – erfährt.

Einer der Forschungsbefunde tauchte auf ihrem Profil auf, ein Retweet eines Interviews, das sie für den Radiosender WDR2 gab. Im Interview bezieht sie Stellung zu einer islamophoben Aussage des deutschen Innenministers, in dem sie sagt, er unterstütze Populisten mit derartigen Aussagen. Auch sonst finden sich häufig Kommentare zu aktuellen gesellschaftlichen Debatten vor allem zum Thema Islam, oder Bewerbung von (eigenen) Veranstaltungen.

2.4.3. Hashtags

Eine Liste von Twitter-Hashtags (zusammengestellt von SOS Racismo Spanien) zum Internationalen Tag gegen Rassismus am 21. März wurde analysiert, um Rückschlüsse über deren Anzahl, Einfluss und den Umfang der Unterhaltungen in jedem Land zu ziehen. Gemäß der von Kantar Media bereitgestellten Daten war Spanien (mit 559 Erwähnungen) das aktivste Land am Internationalen Tag gegen Rassismus, gefolgt vom Großbritannien (345) und Frankreich (312). Deutschland und Italien sind mit 16 beziehungsweise 15 Erwähnungen des Hashtags weit abgeschlagen. Erklärungen und daraus zu ziehende Rückschlüsse werden im folgenden Kapitel, verbunden mit einer qualitativen Analyse aller gesammelten Daten, behandelt.

3.- Sekundärforschung und qualitative Analyse

Für das Monitoring von Hassrede in Onlinerräumen wurden in jedem Land zwei Online-Tageszeitungen und drei Twitterprofile ausgewählt, mit dem Ziel Hinweise auf Hassrede zu finden und zu erfahren, ob und in welchem Maße JournalistInnen, PolitikerInnen oder anderen Personen des öffentlichen Leben, mit der von ihnen gewählten Sprache bzw. Sprechweise zu Hassrede anregen.

Wie in Abschnitt 2.1. dieses Berichtes beschrieben gab es mit der SPIDER-basierten Monitoring-Methode nur sehr wenige Befunde von Hassinhalten in den ausgewählten deutschen Quellen. Dass

für Deutschland, im Vergleich zu UK(50), Italien (35), Spanien (16) und Frankreich (8) nur zwei Vorkommnisse von Hate Speech im Forschungszeitraum auftauchten, kann mehrere Gründe haben.

In der Erläuterung der quantitative Methode, die für gewöhnlich in Online-Hate Speech-Analysen angewandt wird, wurde die Schwierigkeiten des Arbeitens mit einer großen Daten- bzw. Informationsmenge bereits hervorgehoben. Weder die Vollständigkeit der Sammlung noch das Ausbleiben bestimmter Beispiele von Hate Speech können garantiert werden, weshalb sie ungenau ist. Außerdem kann die quantitative Überprüfung auch nicht signifikante Daten erheben und somit den Datensatz verfälschen.

Darüber hinaus war die Auswahl der Twitterprofile nicht besonders gut geeignet, da Lamy Kaddor, Autorin, Islamwissenschaftlerin und Aktivistin, und Kübra Gümüşay (Journalistin, Bloggerin, Aktivistin) beide eher als Rezipientinnen von Hate Speech eingeordnet werden können. Der dritte ausgewählte Account stammt von Regierungssprecher Steffen Seibert. Auf diesem Account wurden im überwachten Zeitraum keine Aktivität bezüglich Hate Speech oder Counter Speech festgestellt. Gründe für die Wahl dieses Accounts waren, dass potentielle andere Kandidaten wie zum Beispiel die Bundeskanzlerin Angela Merkel, oder CSU-Chef Horst Seehofer, selbst über keinen Twitter-Account verfügen. Zusätzlich befand sich die Regierung zur Zeit der Auswahl der Profile noch in Koalitionsverhandlungen. Somit standen auch die jeweiligen Minister noch nicht fest.

Aufgrund der geringen Datenlage wurde auf nationaler Ebene eine Sekundärforschung mit einer weiteren Auswahl an Daten durchgeführt, welche in dieser Sektion erklärt wird, gefolgt von einer qualitativen Auswertung. Die für das Spider-basierte Monitoring ausgewählten Quellen wurden für eine manuelle Recherche übernommen, um Ergebnisse zu finden, die im vorherigen Monitoring nicht entdeckt wurden und um einen genaueren Blick auf den Stil der Artikel, Kommentare und Tweets nehmen zu können.

3.1. Online Tageszeitungen

3.1.1. Über die Auswahl

Bereits die Auswahl der Online Tageszeitung lieferte einen ersten Eindruck vom „Kampf“ in dem sich der (Online-)Journalismus in den letzten Jahren befindet. Die meisten Medienunternehmen haben verschiedene Bezahlssysteme entwickelt, welche den anmelde- und kostenfreien Zugang zu Online-Artikeln erschweren. Aufgrund der deutlichen Zunahme von Hasskommentaren in den letzten Jahren, haben zahlreiche Nachrichtenseiten ihre Kommentarfunktionen komplett oder teilweise, zum Beispiel für Themen die vermutlich bzw. erfahrungsgemäß zu Hasskommentaren anregen und als stark polarisierend eingeschätzt werden, eingeschränkt.

Der Grund dafür ist naheliegend: es ist vor allem eine Frage des Geldes und der Zeit, die das Moderieren der Kommentarspalten benötigt, denn das Publikum kommentiert rund um die Uhr. Da eine steigende Anzahl an Menschen ihre Informationen über Soziale Medien bezieht verlagern sich auch die Diskussionen auf z.B. Facebook, wo es wiederum auch einer Moderation bedarf. Verlage und Seitenbetreiber, die diesen (personellen und finanziellen) Aufwand nicht stemmen können, sehen sich daher gezwungen ihre Kommentarfunktionen einzuschränken bzw. zu schließen.

Bei der Festlegung der Auswahl ließen sich drei bekannte Tageszeitungen mit noch frei zugänglichen Kommentarspalten finden. Für die finale Auswahl wurden welt.de und taz.de gewählt. Welt.de bietet auch zusätzliche Inhalte an, die nur mit einem bezahlten Account zugänglich sind. Taz.de bietet ein etwas solidarischeres Zahlungssystem mit freiwilliger Zahlungsoption an, die als Pop-Up vor jedem Artikel beworben wird.

Diese Auswahl strebt an zwei unterschiedliche Perspektiven der medialen Berichterstattung darzustellen.

Für die qualitative Analyse der veröffentlichten Inhalte in den ausgewählten Online-Tageszeitungen welt.de und taz.de, wurden Daten von der GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH genutzt, die sich jedoch auf die Printausgaben beziehen.

Im Zeitraum vom 26. Februar bis zum 1. April 2018 wurden 2,718 Artikel in ‚Die Welt‘ veröffentlicht. Runtergebrochen auf Artikel mit Bezug zu Deutschland, eine Gesamtanzahl an 1.340 Artikeln in 20 unterschiedlichen thematischen Bereichen wurden gefunden. Die Themen, in denen das Vorkommen von Hate Speech wahrscheinlicher ist, sind farblich hervorgehoben.

Soccer	149
political party	98
Politiker/politicians	95
Betriebswirtschaft/business economics	79
Innenpolitik & Staat/domestic politics&state	73
Kriminalität & Recht/crime & law	68
Ausländer/foreigner	65
Arbeit & Soziales/work & social conditions	59
Kriminalität/crime	58
Buchkritik/book review	54
Extremismus/extremism	47
Kraftfahrzeug/cars, vehicles	46
Koalition/coalition	46
Asyl/asylum	42
Kirche & Religion/church & religion	38

Tabelle 3: Auf welt.de veröffentlichte Artikel im Erhebungszeitraum

Regierung/ government	35
Bevölkerung & Ausländer/population & foreigners	33
Krankheit/diseases	32
Transport & Verkehr/transport & traffic	31

Im gleichen Zeitraum wurden in der 'taz.die tageszeitung' insgesamt 2.895 Artikel veröffentlicht, davon 1.122 mit einem nationalen Bezug. Anhand derer wurde die folgende Tabelle der 20 führenden Themen aufgestellt:

Tabelle 4: Auf taz.de veröffentlichte Artikel im Erhebungszeitraum

Kriminalität	93
Extremismus	82
Innenpolitik & Staat	82
Kriminalität & Recht	78
Fußball	73
Partei	69
Buchkritik	66
Politiker	59
Arbeit & Soziales	51
Medizin	41
Ausländer	41
Minderheit	38
Pressetitel	37
Frau	33

Bevölkerung & Ausländer	32
Asyl	32
Agrarwirtschaft	31
Journalismus	31
Transport & Verkehr	30
Medien	29

Themen, die die Schlagzeilen besonders beherrschten und öffentliche Debatten auslösten, waren:

- die Verhandlung von Hussein K., der des Mordes und brutalen Missbrauchs verurteilt wurde. Er kam als Asylbewerber nach Deutschland, hatte jedoch drei verschiedene Identitäten und keinen eindeutigen Altersnachweis.
- Gewaltverbrechen, besonders Messerangriffe
- die langwierige Regierungsbildung
- eine Aussage des Innenministers Horst Seehofer kurz nach Amtsantritt, darüber, dass der Islam nicht zu Deutschland gehöre
- die deutsche Asylpolitik generell und Abschiebungen im Besonderen
- eine Entscheidung der Essener Tafel, die erklärte keine Migranten mehr als "Neukunden" anzunehmen, sondern derzeit nur deutsche Bedürftige zu registrieren

Die finale Auswahl der Artikel wurde manuell getätigt und beinhaltet Artikel aus verschiedenen Themenbereichen, bei denen ein hohes Aufkommen an Hassrede zu vermuten ist, wie etwa Kriminalität, Extremismus, Arbeits- und Soziale Bedingungen, Ausländer/Minderheiten, Asyl, politische Parteien und Inhalte die die Innenpolitik und innere Sicherheit betreffen.

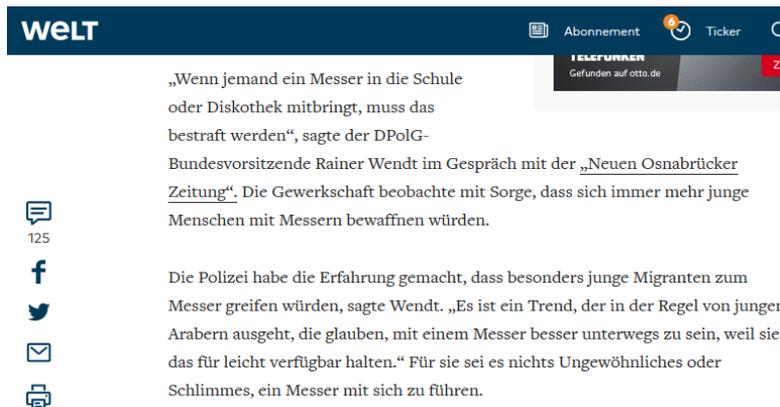
Table 5: Online newspaper content for qualitative analysis

Thema	Titel	Source	Date	URL
Abschiebung, Asylrecht	Seehofer hat einen Masterplan für konsequentere Abschiebungen	Welt.de	11.03.18	https://www.welt.de/politik/deutschland/article174421138/Bundesinnenminister-Seehofer-hat-einen-Masterplan-fuer-konsequentere-Abschiebungen.html
Asylrecht	'Masterplan' für Asylverfahren	Taz.de	11.03.18	http://taz.de/!5490808/
Moschee-Angriffe, Syrienkonflikt	“Die Brandanschläge zeigen, welches Eskalationspotential der Konflikt birgt”	Welt.de	16.03.18	https://www.welt.de/politik/deutschland/article174602933/Angriffe-auf-Moscheen-Die-Brandanschlaege-zeigen-welches-Eskalationspotenzial-der-Konflikt-birgt.html
Anschl. auf türkische Einrichtungen	“Mit Mollis gegen Militäroffensive”	Taz.de	12.03.18	http://taz.de/!5488153/
Schule, Flüchtlinge	Für viele Flüchtlinge wird die Schule zur Sackgasse	Welt.de	01.03.18	https://www.welt.de/politik/deutschland/article173995846/Integration-in-Gefahr-Fuer-viele-Fluechtlinge-wird-die-Schule-zur-Sackgasse.html
Integrationskurse, Flüchtlinge	Ein Kulturschock für beide Seiten (essay)	Taz.de	03.03.18	http://taz.de/!5486010/
Innere Sicherheit, Messerattacken	“Messer sorgen für Respekt” (interview)	Taz.de	17.03.18	http://www.taz.de/!5489108/
Innere Sicherheit, Messerattacken	Jenseits von Messers Schneide	Taz.de	26.03.18	https://www.taz.de/!5491136/
Innere Sicherheit, Messerattacken	“Die glauben mit einem Messer besser unterwegs zu sein”	Welt.de	16.03.18	https://www.welt.de/politik/deutschland/article174604337/Rainer-Wendt-Die-glauben-mit-einem-Messer-besser-unterwegs-zu-sein.html
Regierungserklärung	Du bist Deutschland	Taz.de	21.03.18	https://www.taz.de/!5491796/
Regierungserklärung	“Menschen in Not aufgenommen”	Taz.de	21.03.18	https://www.taz.de/!5493030/
Regierungserklärung	Die Kanzlerin weiß, dass es nicht noch einmal passieren darf,	Taz.de (meinung)	21.03.18	https://www.welt.de/debatte/kommentare/article174785255/Regierungserklaerung-Die-Kanzlerin-weiss-dass-es-nicht-noch-einmal-passieren-darf.html
Regierungserklärung	Merkel nennt sechs Punkte, um eine neue Flüchtlingskrise zu verhindern	Welt.de	21.03.18	https://www.welt.de/politik/deutschland/article174769372/Fluechtlinge-Merkel-nennt-sechs-Punkte-um-eine-neue-Krise-zu-verhindern.html
Islam	Seehofer kriegt's von allen Seiten	Taz.de	17.03.18	http://www.taz.de/!5489304/
Islam	“Nieman kann doch infrage stellen, wo wir unsere Wurzeln haben”	Welt.de	17.03.18	https://www.welt.de/politik/deutschland/article174649220/Horst-Seehofer-Niemand-kann-doch-infrage-stellen-wo-wir-unsere-Wurzeln-haben.html

3.1.2. Ergebnisse der Analyse von Online Tageszeitungen

In den untersuchten Zeitungsartikeln ließen sich verschiedene Typen von Sprechakten feststellen, wie sie bereits in Kapitel 1 dieses Berichts beschrieben wurden. Der am häufigsten wiederholte Redeakt war - neben allgemeiner Kritik - Aussagen gegen Unterstützung oder Zusammenarbeit, gefolgt von Vorurteilen/Stereotypen und Gerüchten.

Im Falle der steigenden Anzahl von Messerattacken, wird in einem Artikel auf welt.de der Vorsitzenden der deutschen Polizei Gewerkschaft zitiert, der argumentiert, dass hauptsächlich junge Araber verantwortlich für solche Angriffe wären.



The screenshot shows a news article on the website 'welt.de'. The article text reads: „Wenn jemand ein Messer in die Schule oder Diskothek mitbringt, muss das bestraft werden“, sagte der DPoIG-Bundesvorsitzende Rainer Wendt im Gespräch mit der „Neuen Osnabrücker Zeitung“. Die Gewerkschaft beobachtet mit Sorge, dass sich immer mehr junge Menschen mit Messern bewaffnen würden. Die Polizei habe die Erfahrung gemacht, dass besonders junge Migranten zum Messer greifen würden, sagte Wendt. „Es ist ein Trend, der in der Regel von jungen Arabern ausgeht, die glauben, mit einem Messer besser unterwegs zu sein, weil sie das für leicht verfügbar halten.“ Für sie sei es nichts Ungewöhnliches oder Schlimmes, ein Messer mit sich zu führen. On the left side of the article, there are social media sharing icons for WhatsApp (125), Facebook, Twitter, Email, and Print. At the top of the article, there is a navigation bar with 'Abonnement', 'Ticker', and a search icon. A small banner for 'LESERKONFERENZ' is also visible.

“Es ist ein Trend, der in der Regel von jungen Arabern ausgeht, die glauben mit einem Messer besser unterwegs zu sein, weil sie das für leicht verfügbar halten.”

Seine Aussage beruft sich jedoch lediglich auf Erfahrungswerte und Beobachtungen, allerdings nicht auf Zahlen oder statistische Belege. Interessanter Weise beziehen sich die meisten Kommentare unter diesem auf Welt.de erschienenen Artikel jedoch auf die Aussage des Kriminologen Christian Pfeifer, dessen Einschätzung ebenfalls im Artikel zitiert wird, und der im Gegensatz zu seinen Vorrednern Belege für seine Thesen liefert:

“Er glaubt nicht, dass Flüchtlinge gewalttätiger werden. (...) Als Hinweise dafür nimmt er die sinkende Zahl der Gewalttaten durch Flüchtlinge in Niedersachsen im vergangenen Jahr.” (Welt.de, 16.03.2018)

Dennoch finden sich zahlreiche Vorwürfe, Pfeifer würde nicht fakten-basiert argumentieren. Obwohl Wendt gar keine belegbaren Nachweise für seine Behauptung liefert, dass hauptsächlich

junge arabische Männer für Messerangriffe verantwortlich seien, wurde seine Aussage von den LeserInnen nicht angezweifelt bzw. überprüft.



Nord-Paul

vor 4 Monaten

Wendts Aussagen stimme ich komplett zu.

Pfeiffer kann ich nur fragen: Wieviele dieser Taten muß unsere Gesellschaft aushalten, bis auch der Letzte integriert ist?

Na dann, viel Spaß beim Integrieren!



54 Na dann, viel Spaß beim

Integrieren!“

„Wendts Aussagen stimme ich komplett zu

Pfeiffer kann ich nur fragen:
Wieviele dieser Taten muß unsere Gesellschaft aushalten, bis auf der Letzte integriert ist?

Da das Thema Messerangriffe eines der beherrschenden im Zeitraum der Forschung war, erschienen auch auf taz.de Artikel zu dieser Thematik. Im Gegensatz zu welt.de wurden hier weniger Schuldzuweisungen getätigt und Gerüchte genährt, sondern ein Interview mit einem Soziologen geführt, um herauszufinden, ob und warum Jugendliche sich tatsächlich zunehmend bewaffnen und Gründe dafür zu finden. Im Gegensatz zum zitierten Vorsitzenden der deutschen Polizeigewerkschaft äußert der Soziologe, dass es keinen spürbaren Anstieg schwerer Gewaltverbrechen unter Jugendlichen innerhalb der letzten Jahre gäbe und liefert Gründe für die derzeitig wahrgenommenen Häufigkeit.

taz POLITIK ÖKO GESELLSCHAFT KULTUR SPORT BERLIN NORD WAHRHEIT

taz: Nach der Messerattacke von Berlin Anfang März ereignete sich jetzt in Flensburg wieder ein Fall, bei dem eine Minderjährige von einem Jugendlichen getötet wurde. Gibt es eine Zunahme solcher Angriffe?

Dirk Baier: Wenn man die nackten Zahlen der Fälle von schwerer Gewalt bei Jugendlichen betrachtet, so kann man in den letzten Jahre keinen Anstieg beobachten. Die Zahlen sind stabil oder sogar rückläufig, es handelt sich momentan eher um eine zufällige Häufung.

Woher kommt der Eindruck, solche Attacken nähmen zu?

Das liegt meines Erachtens an der medialen Fokussierung auf das Thema, denn innerhalb kurzer Zeit wurde viel über diese Fälle berichtet. Menschen versuchen immer einen Sinn zu finden und Dinge miteinander in Beziehung zu setzen – auch wenn diese eigentlich gar nichts miteinander zu tun haben.

In einem weiteren Artikel ein paar Tage später, nimmt taz.de mit einem ironischen Artikel Bezug zur anhaltenden umfangreichen Berichterstattung zu diesem Thema durch tendenziöse Zeitungen, indem sie satirisch einen Tatort in jeder deutschen Küche heraufbeschwören.

“Kein Wunder, dass die Bürger draußen auf der Straße komplett durchdrehen und sich kaum mehr in ihre Wohnungen trauen. (...) Monsieur Couteau weist darauf hin, dass viele Haushalte auch die kleineren Frühstücksmesser und die größeren Tafelmesser bergeweise horten – erstere für einen schneidigen Start in den Tag, letztere angeblich für „festliche Gelegenheiten“, womit hoffentlich nicht grässliche Ritualmorde gemeint sind.“

„In einer deutschen Besteckschublade“, berichtet Jean-Jacques Couteau vom Messerinstitut Solingen, „liegen im Schnitt allein neuneinhalb Menümesser. Speziell bei dem halben Messer sollte man aufpassen, wenn man es herausholt – statistisch gesehen handelt es sich zu fünfzig Prozent um die Klinge.“ Da kann man mit dem Experten nur dringend warnen: Vorsicht, massive Verletzungsgefahr! Kein Wunder, dass die Bürger draußen auf der Straße komplett durchdrehen und sich kaum mehr in ihre Wohnungen trauen.

Anzeige



Wo sie aber schon mal im Freien sind, decken sich viele unterwegs beim Messerdealer ihres Vertrauens angstschlotternd mit neuen Hieb-, Stich- und Streichwaffen ein. Angesichts des überwältigenden Angebots bleibt es nicht bei den vergleichsweise harmlosen Menümessern. Monsieur Couteau weist darauf hin, dass viele Haushalte auch die kleineren Frühstücksmesser und die größeren Tafelmesser bergeweise horten – erstere für

einen schneidigen Start in den Tag, letztere angeblich für „festliche Gelegenheiten“, womit hoffentlich nicht grässliche Ritualmorde gemeint sind.

Unter diesem Artikel auf taz.de sind lediglich zwei Kommentare erschienen, einer von ihnen kritisch-fragend, ob dies der richtige Ansatz für das Thema Gewalt sei.

Auf welt.de erschienen außerdem zahlreiche Artikel die die “Islamdebatte” betrafen, welche durch eine von Horst Seehofer in einem Interview mit der Bild-Zeitung getätigte Aussage gegen den Islam, hervorgerufen wurde. In fast allen Artikeln, die in deutschen Zeitungen zu diesem Thema erscheinen, wird die ausgrenzende Aussage des Innenministers, immer wieder rezitiert. wohingegen die taz. das Thema mit zwei ganz anderen Ansätzen behandelt: Einerseits mit einer Verschiebung des Fokuses vom Islam hin zu einer anderen Religionen („Der Hinduismus gehört hier her“, taz.de, 26.03.2018)– eine Art von Derailing, eine Ablenkung von der ursprünglichen Aussage bzw. dem Ursprungsthema. Und zum Anderen mit einem Artikel, der zwar ebenfalls das Zitat Horst Seehofers – sogar als Überschrift – wiederholt aber zusätzlich sogar noch Erläuterungen liefert, warum diese Aussage sogar korrekt sein könnte. Nicht etwa, um Seehofer zuzustimmen, sondern viel mehr die fehlende institutionelle und mediale Repräsentanz von Muslimen oder bestimmten Minderheiten anzuprangern und so eine Zurückeroberung des Diskurses bzw. überhaupt eine Grundlage für eine potentielle Debatte zu erreichen:

Kommentar Islamdebatte

Der Islam gehört nicht zu Deutschland

Horst Seehofer hat nichts Falsches gesagt. Es gibt eine Menge Gründe, weshalb das so ist. Einer liegt in der schlicht fehlenden Repräsentanz von Muslimen.

“Horst Seehofer hat nichts Falsches gesagt. Es gibt eine Menge Gründe, weshalb das so ist. Einer liegt in der schlicht fehlenden Repräsentanz von Muslimen.”

Die höchste Anzahl an Kommentare erschien unter einem Artikel auf welt.de mit der Schlagzeile “FDP verteidigt Kandidatin mit Kopftuch gegen Hass im Netz”. Dieser Artikel erhielt 754 Kommentare, deutlich mehr als andere Artikel etwa zu Rechtsextremismus, politischen Parteien wie der AfD oder CSU oder auch zum Islam in Deutschland, die im Schnitt zwischen 400 und 650 Kommentaren erhielten. Das Thema Hijabs und öffentlicher Dienst scheint daher immer noch viel diskutiert und höchst triggernd für Hassrede zu sein.

Die Anzahl der Kommentare die durchschnittlich auf taz.de erscheinen ist weit entfernt von der durchschnittlichen Kommentarzahl auf welt.de. Lediglich ein Artikel hatte eine hohe Anzahl an Kommentaren und längeren Diskussionen. Dabei handelte es sich um einen Kommentar über die Deutsche Esskultur, veröffentlicht in der Kolumne „Habitus“ auf taz.de. Der Autor hat eine recht ablehnende/feindselige Haltung zur Deutschen Essenskultur, welche er mehrere Male betont. Im Vergleich zu anderen Artikel oder Meinungsbildern/Kommentaren auf taz.de, hatte dieser Artikel eine eher radikalere Ausdrucksweise, welche provozierend auf das Publikum wirkte (und zum Teil als ‚Ausgrenzende Rede von Anti-Rassismus-Aktivisten‘ gewertete werden könnte) und Reaktionen ihrerseits triggerte.

Mit Blick auf die Urheber/Autoren von Hate Speech, lässt sich sagen, dass der größte Anteil von Hassrede in Zeitungen Zitate von Personen öffentlichen Interesses sind, etwa Politikern, Staatsbeamten, o.ä. wie der deutsche Innenminister Horst Seehofer oder der Vorsitzende der deutschen Polizeigewerkschaft Rainer Wendt.

Die beiden Online-Tageszeitungen betreffend, ließen sich auf welt.de mehr als Hate Speech zu klassifizierende Inhalte identifizieren. Der höchste Anteil an Hassrede tauchte unter Artikeln oder Tweets auf, die über Geflüchtete, Islam oder muslimische Geflüchtete berichteten.

Taz.de ist aufmerksamer in Sachen Wording, indem sie Begriffe nutzen, die als neutral/nicht abwertend gelten oder für sie unpassende Begriffe in Anführungszeichen setzt.

Sie bemühen sich außerdem Minderheiten eine Stimme zu geben, anstatt Vorurteile zu reproduzieren und nehmen so eine klare Haltung ein, die auch in den Artikel deutlich wird. Ein Beispiel dafür lässt sich in einem Artikel über ‚Angriffe auf türkische Einrichtungen in Deutschland‘ finden. Während die Autoren von welt.de einen klaren Zusammenhang zwischen diesen Attacken und dem türkisch-syrischen Konflikt sehen, fährt taz.de einen umsichtigeren Ansatz wie zum Beispiel mehrfach herauszustellen, dass es in den meisten Fällen keine Beweise für kurdische Täter/Angreifer gäbe.

Ein offensichtlicher Unterschied zwischen beiden Zeitungen wird schon in der Auswahl der Schlagzeilen deutlich, da die Welt eher (triggernde) Zitate als Schlagzeilen nutzt. Die Texte selbst sind dann gemäßiger und neutraler, manchmal aber trotzdem zu einseitig.

Die unterschiedlichen Geisteshaltungen der beiden Zeitungen sind aber nicht nur in den Schlagzeilen, sondern anhand der Auswahl der Themen selbst, merkbar. Die auf welt.de veröffentlichten Artikel

verstärken eher Unsicherheiten und Ängste in der Gesellschaft, während taz.de lösungsorientierter schreibt. Die Leserschaft auf welt.de gilt als eher konservativ, was sich auch in den Kommentaren und Umfragen unter den Artikel widerspiegelt. Die Leser auf welt.de zeigten insgesamt eine höhere Teilnahme in den Kommentarbereichen, die Mehrheit der analysierten Artikel erhielt mehr als 100 Kommentare. Trotz der hohen Anzahl an Kommentaren, ist die Ausdrucksweise jedoch von deutlich geringerer Qualität. Neben einigen begründeten Posts, besteht die große Mehrheit der Kommentare aus Jammern und Anschuldigungen. Auch wenn auf taz.de insgesamt deutlich weniger Kommentare erscheinen, so waren die vorhandenen Kommentare gehaltvoller als die auf Welt. Die meisten Kommentare zu Artikeln auf taz.de waren faktenbasiert und nicht verletzend; unter allen analysierten Artikeln auf taz.de konnte kein ausfallender, beleidigender Kommentar entdeckt werden.

Nichtsdestotrotz hat das Redaktionsteam von welt.de einen guten Ruf und wurde in mehreren Interviews (die für diese Forschung geführt wurden und in einem späteren Kapitel dieses Berichts analysiert werden) für ihre Moderationen und Gegen-Kommentare (auf Facebook!) gelobt. Die Redakteure haben Hassrede für gewöhnlich mit Humor und Ironie gekontert, was ihnen viel Aufmerksamkeit und eine Facebook Fan-Page einbrachte. Unter den analysierten Artikel auf der eigenen Website, war keine Moderation sichtbar.

Letztlich lässt sich sagen, dass beide Quellen Hassrede triggern können, jedoch auf unterschiedliche Weise und in unterschiedlicher Ausprägung: Viele Artikel auf welt.de könnten als Einladung für Hasskommentare wahrgenommen werden und bieten – bei fehlender Moderation – eine Plattform für Hater um sich gegenseitig zuzusprechen. Taz.de hat eine politisch eher links orientierte Leserschaft und eine eher belehrende/oberlehrerhafte Ausdrucksweise, was auch als Trigger für Trolle und Hater wirken kann.

Wie bereits im Einleitungsteil erwähnt haben viele Online Tageszeitungen ihre Kommentarbereiche aufgrund von unzureichenden Möglichkeiten der Moderation und dem Löschen von Hassinhalten limitiert. Welt.de zählte zu den ersten Medienunternehmen die einen Wortfilter für ihre Kommentarbereiche entwickelten. In der Moderation von Kommentaren reagierten sie humorvoll und ironisch, was ihnen Aufmerksamkeit in den sozialen Medien brachte.

Aber selbst auf den ausgewählten Online Tageszeitungen gibt es Einschränkungen was die Kommentar anbelangt: auf beiden Webseiten ist eine Registration notwendig um Artikel kommentieren zu können. Taz.de hat seine Gastkommentar-Funktion bereits 2014 geschlossen, mit der Aussage, dass die meisten Kommentare hasserfüllt waren und deswegen einer Menge Moderation bedurften, was sehr zeitintensiv ist. In Zukunft könnten – aufgrund des NetzDG - außerdem weitere Beschränkungen zu erwarten sein.

3.2. Twitterprofile

3.2.1. Über die Auswahl

In einem Vergleich der täglichen Nutzer verschiedener Sozialer Netzwerke im Jahr 2017 belegt Twitter den letzten Platz. Lediglich 0,6 Millionen User³⁴ waren im Jahr 2017 täglich aktiv, bei Facebook waren es hingegen 13 Millionen täglich.³⁵ Es ist vor allem eine unter Journalisten, Politikern oder sonstigen Personen des öffentlichen Lebens und Akademikern verbreitete Plattform. Die Inhalte großer Nachrichtenportale werden eher über Facebook geteilt (87 %) als über Twitter (10 %).³⁶

Für die Analyse der auf Twitter generierten Inhalte werden drei Profile aus dem institutionellen, und journalistischen Bereich, sowie aus der Verbänden bzw. Vereinen. Dabei wird der Annahme gefolgt, dass Hassrede, die von institutionellen oder politischen Vertretern erzeugt wird, größere Reichweite, Rückwirkung und Glaubwürdigkeit hat.

Es wird davon ausgegangen, dass diese politischen Repräsentanten Stereotypen und soziale Vorurteile für bestimmte Zwecke, ihre Ideologie oder das Erreichen von Wahlzielen, verwenden können. Dabei nutzen sie populistische Sprache - um Unzufriedenheit und Vorurteile in verschiedenen sozialen Bereichen zu fokussieren und rassistische und Hassreden zu artikulieren.

Im deutschen Kontext tauchten während der Auswahl der Stichproben einige Schwierigkeiten auf. Wie in der Einleitung beschrieben, hatte die Bundesregierung ihre Arbeit noch nicht angetreten, weshalb auch noch keine Ministerämter vergeben und Minister benannt waren.

Deshalb wurde als Repräsentant einer politischen oder staatlichen Institution das Profil des Sprechers des Deutschen Bundestags, Steffen Seibert, ausgewählt. Dieses Profil ist gleichzeitig die „Social Media Stimme“ der Kanzlerin Angela Merkel, die selbst keinen Account besitzt. Steffen Seiberts Profil hat einen großen Adressaten-Kreis; seine Aussagen sind deshalb maßgeblich für den gesellschaftlichen Diskurs.

Aus dem journalistischen Bereich wurde Kübra Gümüşay ausgewählt. Sie schrieb bereits für Die Zeit und einige türkische Medien, ihr Blog, *„ein fremdwoerterbuch“*, wurde 2008 eingerichtet. Sie ist außerdem Feministin und Anti-Rassismus-Aktivistin und etablierte mehrere Hashtags, die in den letzten Jahren wichtige Debatten anstießen. Mit #schauhin legt sie den Fokus auf alltäglichen Rassismus, gibt Leuten eine Stimme, die regelmäßig Diskriminierung und Rassismus erfahren. Der Hashtag #ausnahmslos wurde eingeführt nachdem in der Silvesternacht 2015/2016 mehrere hundert sexuelle Übergriffe, überwiegend verübt von Zugewanderten, gemeldet wurden und Rechtspopulisten diese Vorfälle für ihre Zwecke nutzten. Mit diesem Hashtag setzt sie ein Zeichen gegen alle Arten von Rassismus und Sexismus und besonders gegen die Instrumentalisierung von Frauenrechten durch Populisten. Sie war bekannt für ihre faktenbasierte Gegenrede gegen populistische Aussagen. Seit

³⁴ Bezieht sich auf Zahlen der ARD/ZDF-Onlinestudie. Laut eigenen Angaben verzeichnet Twitter 12 Millionen Nutzer täglich. Wie viele davon jedoch registriert sind und wie viele uneingeloggnet nur gelegentlich lesen, wird dabei nicht benannt.

³⁵ <https://buggisch.wordpress.com/2018/01/02/social-media-und-messenger-nutzerzahlen-in-deutschland-2018/> (Stand 29.05.2018)

³⁶ <https://blog.hubspot.de/marketing/social-media-in-deutschland>

einer Weile hat sie sich jedoch einem neuem Ansatz zugewandt, nämlich über #organizedlove Liebe zu alternative, positive Geschichten zu verbreiten. Ihr Profil zählt 18,2Tausend Follower.

Aus dem Bereich der Aktivisten wurde Lamy Kaddor gewählt. Sie ist hauptsächlich Islamwissenschaftlerin, arbeitete als Lehrerin, ist Autorin und veranstaltete im Juni 2017 einen Friedensmarsch. Lamy Kaddor ist außerdem Gast in einigen Talkshows und öffentlichen Debatten zu Fragen/Themen die mit dem Islam zu tun haben. Dafür erhält sie viel Hassrede und sogar Morddrohungen, sowohl von Menschen die „den Islam“ kritisieren, als auch von Muslimen, die „ihren Islam“ verteidigen. Mit 3222 Followern hat sie jedoch eine vergleichsweise kleine Twitter-Community.

Schließlich wurden außerdem Hashtags analysiert. Im Monitoring wurden für Deutschland 16 Funde für den Hashtag zum Internationalen Tag gegen Rassismus gefunden. Die meisten Nennungen tauchten in Spanien auf. Allerdings war auch SOS Racismo in Spanien zuständig für die Auswahl der zu überprüfenden Hashtags, was eine Erklärung für die hohe Anzahl von Hashtags in Spanien sein könnte, wenn die Auswahl auf bereits gemachten Erfahrungen in Spanien fußte. Für den deutschen Kontext konnte herausgefunden werden, dass die deutsche Variante des Hashtags, #TaggegenRassismus, viel geläufiger ist. Es ist ein neutraler und recht allgemeiner Hashtag zur Feier des 21. März, dem Internationalen Tag gegen Rassismus.

Ziel war es die Aktivität und den Redefluss in den Beiträgen von Organisationen, (politischen) Instanzen und Verbände zu beobachten, die danach Streben Bewusstsein für bzw. gegen Rassismus und rassistische Hassrede zu schaffen. Gleichzeitig könnten sie auch einen Raum für Dialog und Gespräche über die Inhalte, auf die sich auch diese Studie konzentriert, darstellen bzw. öffnen.

3.2.2. Ergebnisse der Profilanalysen auf Twitter:

Steffen Seiber @RegSprecher

Steffen Seibert ist Sprecher der Deutschen Bundesregierung und Chef des Bundespresseamts. In dieser Rolle twittet er sehr regelmäßig über aktuelle Meetings, politische Entwicklungen auf nationaler und internationaler Ebene sowie zu anderen gesellschaftlich relevanten Anlässen (wie etwa die Paralympics im März oder Spiele der deutschen Nationalmannschaft). Im Forschungszeitraum setzte @RegSprecher 113 Tweets ab (20 davon Retweets). Die Anzahl der Kommentare unter den Tweets variiert in der Regel zwischen 20 und 70 Kommentaren, wobei jedoch auch bestimmte Themen identifiziert werden konnten, die Hasskommentare triggern. Zwei Tweets die sich auf Russland bezogen, erhielten 381 und 358 Kommentare, deutlich mehr als alle anderen Tweets. Die große Mehrheit sind Hasskommentare, vor allem direkte Hassrede, Beleidigungen und allgemeine Kritik an der Regierung und ihrem Verhalten gegenüber Russland.

Ein Video-Tweet von Angela Merkels Regierungserklärung erhielt 259 Kommentare. Die Kommentare reichten von Gerüchten und Falschmeldungen über Derailing/Ablenkung vom eigentlichen Thema hin zu Hassrede und Beleidigungen, die behaupten, dass sie lüge. Die meisten Kommentatoren beschwerten sich über ihre bisherige Arbeit und ihre erneute Kanzlerschaft. Obwohl dieser Tweet viele Kommentare erhielt, richteten sich nur sehr wenige von ihnen direkt gegen Geflüchtete oder den Islam.

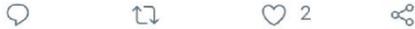
In fast allen anderen Kommentaren werden Angela Merkel ihre (schlechte) Asylpolitik und die Missachtung der „eigenen Leute“ vorgeworfen.



Waltraud @WNetwall · 28. Feb.

Antwort an @RegSprecher und @avucic

Unterstützung für die Welt damit macht Merkel sich einen Namen.
In Deutschland erfrieren die Obdachlosen und zur Tafel gehen die versorgten Gäste und Arme werden bedroht. So sieht es aus. Merkel muss weg.



„Unterstützung für die Welt damit macht Merkel sich einen Namen.“

In Deutschland erfrieren Obdachlosen und zur Tafel gehen die versorgten Gäste und Arme werden bedroht. So sieht es aus.

Merkel muss weg.“

Steffen Seibert hat lediglich auf einen Kommentar geantwortet, der unter einem Tweet über sinkende Arbeitslosigkeit erschien. Der Kommentator kritisierte, dass 2,4 Millionen Menschen ohne Arbeit immer noch viel zu viele sind und dass nur Vollbeschäftigung eine wirkliche Verbesserung wäre.

Steffen Seibert hat retweetet



Steffen Seibert @RegSpr... · 29. März

Antwort an @dieter_over

Das stimmt, natürlich sind auch 2,4 Millionen Arbeitslose zu viel. Deshalb hat sich diese Bundesregierung auch das Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 Vollbeschäftigung zu erreichen.



Steffen Seibert @RegSpr... · 29. März

Erfreuliche Nachrichten vom Arbeitsmarkt! Im vergangenen Monat waren 2,458 Millionen Menschen arbeitslos – niedrigster Stand in einem März seit der Wiedervereinigung und über 200.000 weniger als vor einem Jahr. bpaq.de/ALMaerz18



“Steffen Seiber @RegSprecher

Antwort an @dieter_over

Das stimmt, natürlich sind auch 2,4 Millionen Arbeitslose zu viel. Deshalb hat sich diese Bundesregierung auch das Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 Vollbeschäftigung zu erreichen.“

Steffen Seibert @RegSprecher

Erfreuliche Nachrichten vom Arbeitsmarkt! Im vergangenen Monat waren 2,458 Millionen Menschen

arbeitslos – niedrigster Stand in einem März seit der Wiedervereinigung und über 200.000 weniger als vor einem Jahr.

Bpaq.de/ALMaerz18”

Obwohl viele Kommentare Steffen Seibert, Angela Merkel und die Bundesregierung generell des Lügens und der Heuchelei bezichtigen, wurde nur ein einziger Tweet im Forschungszeitraum durch @RegSprecher korrigiert. Der Tweet handelte von neuen Regelungen zur Nutzung von Antibiotika in der Tierzucht.



Dirk @MSWT_Records · 29. März

Antwort an @RegSprecher und @AuswaertigesAmt

Glauben Sie Nazischwein eigentlich was Sie von sich geben?

Das Sie nämlich Ultra Faschisten in der Ukraine unterstützen sollte auch Ihnen klar sein ,denn Sie sind für mich ein dreckiges Nazischwein Herr SEIBERT!

Ich weiss alles!

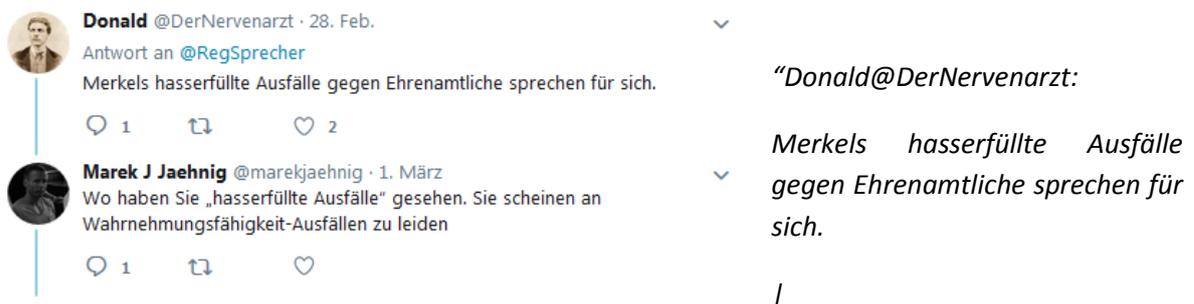
Unter einem Tweet fand sich ein besonders hasserfüllter Kommentar mit persönlicher direkter Beleidigung:



“Glauben Sie Nazischwein eigentlich was Sie von sich geben?

Das Sie nämlich Ultra Faschisten in der Ukraine unterstützen sollte auch Ihnen klar sein ,denn Sie sind für mich ein dreckiges Nazischwein Herr SEIBERT! Ich weiss alles!“

Dieser Kommentar ist immer noch sichtbar, @RegSprecher reagierte weder auf diesen noch auf andere hasserfüllte oder dekonstruktive Kommentare. Nichtsdestotrotz konnten unter einigen Tweets auf seinem Account Gegenrede-Praktiken seitens der Community festgestellt werden. Die Gegenkommentatoren fragten nach Beispielen und Fakten oder stellen Rückfragen. Gelegentlich enthält die Gegenrede dabei auch selbst Beleidigungen oder abwertende Sprache, wie im folgenden Fall, wo ein Kommentator dem Anderen Wahrnehmungsstörungen unterstellt:



Marek J Jaehning @markjaehning:

Wo haben Sie “hasserfüllte Ausfälle” gesehen? Sie scheinen an Wahrnehmungsfähigkeit-Ausfällen zu leiden.

Kübra Gümüşay @Kuebra

Kübra Gümüşay wurde zwar als Journalistisches Profil ausgewählt, zählt aber eigentlich auch in die Kategorie der Aktivisten. Sie stieß mehrere Hashtag-Kampagnen an, um Aufmerksamkeit auf alltäglich stattfindenden Rassismus oder Feminismus zu lenken. Wie bereits in Kapitel 2.xx?! erwähnt, hat Kübra Gümüşay am 23. Februar, kurz vor Beginn des Monitoring, entschieden eine Social Media-Pause einzulegen, was die geringe Anzahl von insgesamt zehn Tweets (davon sieben Retweets) auf ihrem Profil im gesamten Forschungszeitraum, erklärt. Deshalb können von ihrem Profil im analysierten Zeitraum keine Rückschlüsse gezogen werden. Dennoch liefert ein fixiertes Video am Anfang ihrer Timeline Informationen darüber, wie @kuebra mit hasserfüllten Kommentare umgeht bzw. wie sie auf diese reagiert. Das Video zeigt ihren TedX-Talk namens #organizedlove, in welchem sie ihren Weg von einer „intellektuellen Putzfrau“, die versucht Gerüchte aus dem Weg zu räumen, hin zu einer Frau, die ihrem eigenen Standpunkt folgt, Dinge unterstützt die sie für gut befindet und generell hin zu Verbreitung von mehr Liebe.

Lamya Kaddor, @LamyaKaddor

Lamya Kaddor ist Islamwissenschaftlerin und Autorin und hat zuvor als Lehrerin gearbeitet, weshalb sie häufig Gast in Talkshows mit Diskussionen über den Islam ist. Sie hat außerdem im Jahr 2017 einen (muslimischen) Friedensmarsch gegen Terrorismus organisiert. Im Zeitraum der Datenerhebung hat @LamyaKaddor 41 Tweets veröffentlicht (davon 22 Retweets).

Neben dem Tweet den das SPIDER-Tool während der Datenerhebung herausfilterte, veröffentlichte Lamya Kaddor noch einige weitere Tweets mit Bezug zum Islam und der Aussage des deutschen Innenministers Horst Seehofer. Ein paar Hasskommentare, die von Trap-Argumenten bis zu Beleidigungen reichten, erschienen unter fast jeden Tweet, der nicht mit der Bewerbung ihres neuen Buches zu tun hatte, und selbst unter diesen Tweets tauchten vereinzelt Hasskommentare auf. Einer von @LamyaKaddors Tweets, ein Kommentar zur erneuten Islamdebatte, erhielt die meisten Kommentare (9). Einer von ihnen kann ganz klar als Hassrede klassifiziert werden. Die Kommentatorin bezieht sich auf fünf ehemalige Schüler von Lamya Kaddor, die sich offenbar entschlossen haben, dem IS zu folgen, und fragt wie es denen so ginge. Unschwellig impliziert sie damit jedoch, dass sie Kaddor dafür in der Verantwortung/Haftung sieht:



Ansonsten veröffentlichte sie viele Tweets – sieben im Zeitraum der Datenerhebung – über die neues Buch, welches sich am 21. März offiziell vorstellte. Für gewöhnlich teilt sie viele Artikel, die sie selbst verfasst oder in welchen sie interviewt wurde.

3.3 Hashtags

Internationaler Tag zur Beseitigung der Rassendiskriminierung. #TaggenRassismus

Für Deutschland konnte festgestellt werden, dass die deutsche Version des Hashtag #TaggegenRassismus viel häufiger verwendet wird. Der Hashtag wird hauptsächlich am offiziellen Internationalen Tag zur Beseitigung der Rassendiskriminierung am 21. März verwendet. Es gab jedoch auch einige Tweets, die nicht am 21. März veröffentlicht wurden, aber sich wünschen, dass jeder Tag ein Anti-Rassismus-Tag ist. Der Hashtag wurde auf Profilen wie dem der "Tagesschau", mehreren politischen Parteien, Ministern und Organisationen gefunden, um gegen Rassismus Stellung zu beziehen. Jeder von ihnen verwendete den Hashtag auf andere Weise oder in einem anderen Kontext. Während die "Tagesschau" versucht auf alltägliche Rassismen aufmerksam zumachen und erklärt, dass das Bewusstsein dafür im täglichen Leben wachsen muss, veröffentlicht "ZDF heuteplus" auch ein Video, das den täglichen Rassismus thematisiert, benutzt dabei aber die Beleidigungen, die die Opfer im Video schildern, zur Überschrift ihres Posts als Klickfang. Die Linkspartei "Die Linke.NRW" nutzte den Hashtag als direkten Aufruf zum Handeln und zur Abwehr von Menschenfeindlichkeit.

tagesschau @tagessc... · 21. März
 War das jetzt rassistisch? Oft erkennt man bei eigenen Aussagen gar nicht, dass sie schon in Richtung Rassismus gehen. Der kleine Witz, die beiläufige Bemerkung oder die subtile Geste - auch diese Formen treffen und schmerzen.
 #TaggegenRassismus



“War das jetzt rassistisch? Oft erkennt man bei eigenen Aussagen gar nicht, dass sie schon in Richtung Rassismus gehen. Der kleine Witz, die beiläufige Bemerkung oder die subtile Geste – auch diese Formen treffen und schmerzen. #TaggegenRassismus“

ZDF heuteplus @heute... · 21. März
 "Negerschlampe" und "Abschaum": Sophie und ihre Familie können dem Alltagsrassismus nicht entfliehen. Dabei sind sie extra umgezogen.
 #TaggegenRassismus



5.308 Mal angesehen

37 50 55

„ZDF heuteplus:

„Negerschlampe“ und „Abschaum“: Sophie und ihre Familie können dem Alltagsrassismus nicht entfliehen. Dabei sind sie extra umgezogen. #TaggegenRassismus“

DIE LINKE. NRW @Die... · 21. März
 Die Rechten hält man nicht klein, in dem man deren Positionen übernimmt. Für eine solidarische und menschenfreundliche Welt müssen wir klar Haltung zeigen!
 #GegendenKulturkampfvonRechts
 #TaggegenRassismus #AfD
 #Rassismus



LAG Bürgerrechte & Demokratie und 6 andere

53 39 153

„Die Rechte hält man nicht klein, in dem man deren Positionen übernimmt. Für eine solidarische und menschenfreundliche Welt müssen wir klar Haltung zeigen!
 #GegendenKulturkampfvonRechts

#TaggegenRassismus #AfD #Rassismus

Erwartungsgemäß wird der Hashtag aber auch von Populisten missbraucht, um den Rassismus zu relativieren, zu agitieren oder abzulenken:

Ronny Zasowk @RonnyZ... · 21. März
 Heute ist der #TaggegenRassismus



Dazu einige Klarstellungen: Es ist nicht rassistisch, seine Identität bewahren zu wollen, die eigenen Landsleute zu bevorzugen und das eigene Volk erhalten zu wollen. Es ist gesunder Menschenverstand und oberstes Naturgesetz!

4 25 90

“Heute ist der #TaggegenRassismus

Dazu einige Klarstellungen: Es ist nicht rassistisch seine Identität bewahren zu wollen, die eigenen Landsleute zu bevorzugen und das eigene Volk erhalten zu wollen. Es ist gesunder Menschenverstand und oberstes Naturgesetz!“



Bettina Punkt @Taykra · 21. März
 Ein Kind wird in der Schule von einer Gruppe geschlagen und gewürgt. Mir blutet das Herz bei solchen Meldungen.
 #Kinderopfer am #TaggegenRassismus

Einzelfallinfos @Einzelfallinfos
 #Fehrberlin: Drei ausländische #Schüler lauern einem 14-Jährigen in der Pause auf und schlagen und würgen ihn - Mutter erstattet Anzeige wegen Körperverletzung ...

2 45 34

Ein Kind wird in der Schule von einer Gruppe geschlagen und gewürgt. Mir blutet das Herz bei solchen Meldungen.

#Kinderopfer am #TaggegenRassismus

|Einzelfallinfos

#Fehrberlin: Drei ausländische #Schüler lauern einem 14-Jährigen in der Pause auf und schlagen und würgen ihn – Mutter erstattet Anzeige wegen Körperverletzung ...”



Metaluna @RuberHotzen... · 21. März
 #TaggegenRassismus Es sind und bleiben NEGERKÜSSE!



13 40 94

'#TaggegenRassismus Es sind und bleiben NEGERKÜSSE!

Selbst im Kontext einer politischen Partei wird der Hashtag für populistische Reden missbraucht:

“@AfDKompakt: #AfD-MdL @SteffenKoeniger: Der Begriff #Rassismus darf nicht instrumentalisiert und missbraucht werden. Wer von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit spricht, sollte über antideutschen Rassismus nicht schweigen #TaggenRassismus”

Von den drei zuvor analysierten Twitter-Profilen retweetete nur Steffen Seibert anlässlich des internationalen Tages zur Beseitigung der Rassendiskriminierung einen Posten des "Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend", der auch den Hashtag #TaggegenRassismus nutzte.

Steffen Seibert hat retweetet



BMFSFJ @BMFSFJ · 21. März
 „Es ist die gemeinsame Aufgabe von Staat und Zivilgesellschaft, jeder Form von Menschenfeindlichkeit entschieden und geschlossen entgegenzutreten“, so Bundesministerin Franziska #Giffey zum #TaggegenRassismus. demokratie-leben.de



106 134 352

“Es ist die gemeinsame Aufgabe von Staat und Zivilgesellschaft, jeder Form von Menschenfeindlichkeit entschieden und geschlossen entgegenzutreten”, so Bundesministerin Franziska #Giffey zum #TaggegenRassismus. Demokratie-leben.de”

4. Zusammenfassung

Die Einschränkungen der Kommentarfunktionen der Online-Zeitungen sowie das neue Gesetz zur Bekämpfung von Hassverbrechen im Internet, das im Winter 2017 in Kraft tritt, scheinen wirksam zu sein. Nur sehr wenige extrem beleidigende oder rassistische Kommentare wurden in der vorangegangenen Studie gefunden. Nichtsdestotrotz gibt es immer noch eine große Menge an Hassinhalten im Internet. Das neue Gesetz zur Bekämpfung von Hassverbrechen im Internet soll soziale Medienplattformen dazu zwingen, schneller auf Hass zu reagieren. Gemeldete Kommentare, die gegen die Nutzungsbedingungen oder die deutschen Gesetze verstoßen, müssen innerhalb von 24 Stunden gelöscht werden. Andernfalls ist eine Geldstrafe möglich. Dies setzt die Website-Betreiber unter Druck, weshalb sie dazu neigen, eher mehr als nötig zu löschen - wie etwa ironische Kommentare - um auf der sicheren Seite zu sein. Dies könnte ein Grund sein, warum es in Deutschland nur wenige Funde von Hassrede in den ausgesuchten Quellen gab. Dazu kommt, dass sich regelmäßig Kommentatoren dieser "Einschränkungen" bewusst sind und daher wissen, welche Formulierungen sie nutzen können. Bei der Frage der Einschränkung der Redefreiheit durch dieses Gesetz gehen die Meinungen auseinander.

Auf der Suche nach kritischen Debatten ist Twitter nicht der richtige Ort. Aufgrund seiner Zeichenbegrenzung ist es geeigneter Ort für Hater, um kurze Hassbotschaften oder Memes und verspottende Bilder zu hinterlassen. Für ausführlichere Erklärungen und Debatten reichen die zur Verfügung stehenden Zeichen nicht wirklich aus. Daher gibt es eher wenige echte Diskussionen, vielmehr finden sich Menschen mit gleicher Meinung um sich gegenseitig zu bejubeln. Aber Twitter bietet auch andere Möglichkeiten der Gegenrede: Alternative Rede oder präziser gesagt, eigene Geschichten erzählen, Themen setzen um den Diskurs mitzubestimmen und Dinge, die man befürwortet zu unterstützen, wie es Kübra Gümüşay mit ihren Hashtags getan hat.

Insbesondere Personen oder Institutionen von öffentlichem Interesse sollten sich ihres Einflusses in den sozialen Medien bewusst sein. Es ist zwar nicht unbedingt möglich, einen Shitstorm zu vermeiden, da sie von gut organisierten Trollgruppen angeführt werden. Dennoch ist es möglich und notwendig gegen hasserfüllte Sprache Stellung zu beziehen und sie nicht auf ihren Seiten zu akzeptieren.

Im Vergleich zu Twitter zeigten die Kommentarbereiche in den Online-Zeitungen, trotzdem keine Moderation zu erkennen war, einen qualitativeren Diskurs. Dennoch – und besonders mit Blick auf welt.de – sollte die Diskussionskultur verbessert werden. Die meisten Kommentatoren scheinen gar nicht offen für einen Diskurs zu sein.

Aber wie die Reaktionen in den Kommentaren ausfallen ist nicht nur eine Frage des Wortlauts, sondern vor allem auch eine Frage der Themen, über die berichtet wird. Es gibt definitiv Themen, die mehr Hassbekundungen ausgelöst haben als andere: Islam, Flüchtlinge, Gewalt und Verbrechen, Armut – und Russland. Und Medienunternehmen wissen genau, welche Themen Emotionen und

Klicks auslösen, was – mit Blick auf den bereits geschilderten Druck unter dem Medienhäuser stehen
- die die Gefahr von Clickbaiting und der Vergiftung der Debattenkultur beiträgt.

PART 2: Qualitativer Forschungsbericht zu Gegenrede

7. Auswahl und Auswahlkriterien

Während der erste Teil der Forschung sich auf Online ‚Hate Speech‘ fokussierte, zielt der zweite Teil, die interviewbasierte Forschung, darauf ab, Beispiele von Gegenrede in den teilnehmenden Ländern zu identifizieren und zu analysieren. Deshalb konzentriert sich die Auswahl auf Organisationen und Personen mit Erfahrungen im Bereich der Online-Hassrede, wie zum Beispiel Anti-Rassismus-Aktivisten oder Medienvertreter. In Deutschland wurden vierzehn Personen (7w/8m) für ein Interview angefragt, davon wurden elf Interviews (4w/7m) durchgeführt. Drei der Interviews wurden per Skype-Anruf oder Telefonat geführt, die übrigen wurden face-to-face aufgenommen. Die Interviewten wurden, im Sinne der Vergleichbarkeit und Anonymisierung, kodiert. In Deutschland wurden die Interviewten in vier verschiedene Kategorien unterteilt: Medienvertreter*Innen, Institutionen, Aktivist*Innen und Experten.

In der Kategorie ‚Medien‘ wurden Angestellte aus dem Bereich öffentlich-rechtlicher Hörfunk, ‚digital content‘ zweier öffentlich-rechtlicher Fernsehsender sowie die Herausgeberin eines ehemals Print- nun Onlinemagazin und Podcasts befragt. Die beiden erstgenannten Medien richten sich an Jugendliche und junge Erwachsene, die Kernzielgruppe ist zwischen 14/20 und 30 Jahren alt. Letzteres Medium hat thematisch einen feministischen, non-heterosexuellen Schwerpunkt.

In der Kategorie ‚Institutionen‘ sind Initiativen vertreten, die zum Teil schon jahrelange Erfahrung im Bereich der (Online-)Hassrede haben und unter anderem durch Bundesmittel, europäische Fördermittel oder Dritte, wie Stiftungen, etc., finanziert werden, aber auch ein Verein, der sich aus Eigeninitiative der Zivilgesellschaft gegründet hat und in kurzer Zeit große Erfolge verbuchen konnte. Alle Initiativen haben gemein, dass sie ihren Fokus auf die Zivilgesellschaft richten, und besonders auch Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene erreichen möchten.

In der Kategorie „Aktivisten“ wurden zwei YouTuber befragt: einer der Interviewpartner ist Teil eines Kollektivs, das gemeinsam satirische Videos zu Themen wie Vorurteile/Diskriminierung, Stereotypen aber auch ‚Hate Speech‘ mit Schwerpunkt auf Islam(-feindlichkeit) im weitesten Sinne produziert. Der andere betreibt einen alleinigen Channel, auf dem er Clips zur Wissensvermittlung zu gesellschaftlich und politisch relevanten Themen veröffentlicht.

Die Kategorie ‚Experten‘ hat sich erst während der Recherche nach Interviewpartnern ergeben und wurde für den deutschen Kontext hinzugefügt. Unter dieser Kategorie werden ein Wissenschaftler der zum Thema „Hass im Arbeitsalltag Medienschaffender“ geforscht hat, sowie ein Politikberater (u.a. für die Grünen) gefasst, deren Interviews Rückschlüsse darauf geben könnten, welchen Einfluss Politik- und Medienlandschaft bereits haben oder nehmen können, in Bezug auf Counter Speech.

Table I: Detailed interview sample

Detailed sample			
Participant code	Gender	Organisation	Role in the organisation
DE-M1	Female	1Live/WDR (radio station/public service broadcaster)	Head of digital/social media
DE-M2	Male	Funk/ARD&ZDF (online platform of public service broadcaster)	Innovation manager social media
DE-M3	Female	Straight Magazin	Head of company
DE-I1	Female	Neue Medienmacher/no-hatespeech-movement (a campaign of the Council of Europe; also funded by the federal programm "Demokratie Leben!")	Project management/PR
DE-I2	Male	Ich bin hier e.V. (NGO/activists)	Founder/head of company
DE-I3	Female	Amadeu Antonio Stiftung	Project management (debate//de:hate)
DE-I4	Male	Kijufi – Kinder- und Jugendfilm Berlin e.V.	Founder, media educator
DE-Y1	Male	Freelancer (Youtube/funk)	Co-founder of a YouTube Channel
DE-Y2	Male	Freelance journalist/producer	(as journalist working for MDR, own youtube-channel)
DE-E1	Male	Institute for interdisciplinary violence and conflict studies at university Bielefeld	Research assistant
DE-E2	Male	Squirrel & Nuts GmbH	Policy adviser

8. Konzeptualisierung von Gegenarrativen

Counter-narratives, bzw. Gegenrede, bezeichnet verschiedene Formen der Reaktion auf „Hassrede“/“Hate Speech“. Laut Empfehlung NR. R (97) 20 des Ministerkomitees des Europarats

„umfasst der Begriff „Hassrede“ jegliche Ausdrucksformen, welche Rassenhass, Fremdenfeindlichkeit, Antisemitismus oder andere Formen von Hass, die auf Intoleranz gründen, propagieren, dazu anstiften, sie fördern oder rechtfertigen, einschließlich der Intoleranz, die sich in Form eines aggressiven Nationalismus und Ethnozentrismus, einer Diskriminierung und

Feindseligkeit gegenüber Minderheiten, Einwanderern und der Einwanderung entstammenden Personen ausdrücken.“³⁷

Dieser Empfehlung folgen auch die vom Europarat initiierten oder geförderten Projekte, die, unter Anderem, im Rahmen des vorliegenden Projektes befragt wurden.

Trotz dieser recht klaren Definition ist es vielfach noch schwammig, was konkret ‚Hate Speech‘ meint. Um aber zu erkennen, wie man gegen Hate Speech vorgehen kann, muss man sich erstmal mit den Mechanismen dahinter beschäftigen. Durch die mediale Öffentlichkeit ist das Wort zu einem „geflügelten Wort“ (DE-M1), zu einem „Kampfbegriff“ geworden, der „gerne auch mal gebraucht wird, um irgendwelche missliebigen Sachen zu diskreditieren“ (DE-A2). Es ist ein „gesamtgesellschaftliches Phänomen, das was aufgeladen ist, was ideologisch ist“ (DE-I3). Hassrede und rassistische Tendenzen sind jedoch kein neues Phänomen in der Gesellschaft, beziehungsweise im wiedervereinten Deutschland.

„Ich glaube es ist ganz wichtig zu wissen, das Hate Speech kein neues Phänomen ist. [...] Ich finde das eher so wie ein Dachbegriff für viele verschiedene Formen von Diskriminierung, also von Rassismus, von Sexismus, von Diskriminierung von Menschen mit Behinderungen und eben diese ganzen anderen Formen, die man eigentlich schon jahrelang oder jahrhundertlang kennt und das sich eben jetzt in diesem neuen Hate Speech Begriff [...] sammelt und was eben das neue durch diese Online-Perspektive ist, dass es viel dynamischer ist, viel größere Reichweite haben kann, einfach viel schnelllebiger ist und auch ungebundener.“ (DE-I1)

Bereits in den frühen Neunzigern, kurz nach der Wiedervereinigung, kam es in Deutschland, mit zunehmender Zuwanderung, verbreitet zu Hetze gegen Ausländer, die sogar in realer Gewalt endete.³⁸ Auch in den frühen 2000ern kam es in Deutschland zu gezielten Morden an ausländischen Mitbürgern, die von einer Gruppe, die sich selbst „Nationalsozialistischer Untergrund“ nannte, verübt wurden³⁹. Und auch damals schon suchten Rechtsextreme sich ihre Nischen im Internet. „Die Nazis machen das schon seit den Neunzigern. Seit dem es das Internet gibt, suchen extreme Bewegungen sowieso generell für sich das Netz als Propagandafläche, oder zur Mobilisierung oder um ihre Meinung kundzutun, oder vermeintliche Mehrheiten auch zu inszenieren.“ (DE-I3)

Mit dem starken Anstieg von Asylsuchenden im Jahr 2015 und 2016, stieg auch die Präsenz von Hate Speech in sozialen Netzwerken drastisch an und damit einhergehend auch die mediale Öffentlichkeit für dieses Phänomen. Nationalstolz ist in Deutschland seit dem Ende der nationalsozialistischen Herrschaft eine schwierige Thematik. Viele Menschen, die tatsächlich besorgt sind, haben sich in der Berichterstattung nicht ernst genommen gefühlt, was die

³⁷ <http://www.egmr.org/minkom/ch/rec1997-20.pdf>

³⁸ Welle rassistisch-motivierter (Brand-)Anschläge z.T. mit Todesfolge u.a. in Hoyerswerda September 1991, Mölln November 1992, Rostock-Lichtenhagen August 1992 und Solingen Mai 1993. Solingen ist übrigens auch Durchführungsstandort des vorliegenden Projekts. Auf die lokalen Besonderheiten wird im weiteren nochmal eingegangen.

³⁹ Zwischen 2000 und 2006 verübte der NSU Morde an zehn ausländischen, überwiegend türkischstämmigen, Mitbürgern

Gräben noch vertieft und die Diskussionsgrundlage verschärft hat. Auch die Konsequenzen von Hate Speech wurden (zu) lange unterschätzt. Nicht nur, dass Opfer von verbalen Attacken mit psychischen oder gar physischen Beeinträchtigungen zurückbleiben können, sondern auch, dass der Hass aus dem Internet in Form von realer Gewalt in die Realität geschwappt ist. In Deutschland fanden im Jahr 2017 1.906 Straftaten gegen Geflüchtete und 313 Angriffe auf Unterkünfte statt. Bei den Straftaten auf Unterkünfte lässt sich im Vergleich zu den beiden Vorjahren ein deutlicher Rückgang von mehr als zwei Drittel und insgesamt im Vergleich zum Vorjahr ein Rückgang um 43% zu verzeichnen.⁴⁰ Dennoch gibt das BKA keine Entwarnung:

„Neben direkt gegen Asylbewerber gerichteten Straftaten steht zu befürchten, dass auch die Agitation zum Nachteil von vermeintlich Verantwortlichen (Politiker, Unterkunftsbetreiber, etc.) weiterhin fortbesteht und anlassbezogen intensiviert wird. Von Bedeutung ist dabei die politisch motivierte Hasskriminalität im Internet, bei der auch im Jahr 2017 ein leichter Anstieg zu verzeichnen ist. Der Anstieg der sog. Hasspostings geht einher mit einer Verrohung der Sprache in den sozialen Netzwerken, welche grundsätzlich Einfluss auf individuelle Radikalisierungsprozesse haben kann.“⁴¹

Im vergangenen Jahr wurden bundesweit 183 Straftaten mit einem asylfeindlichen Motiv verzeichnet, die sich gegen Politiker richteten. Darunter fallen allerdings nur vier Gewalttaten. Auch 42% der befragten JournalistInnen im Rahmen der HArM-Studie des Instituts für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung, haben bereits Angriffe auf ihre Person verzeichnet. Sie sehen dabei allerdings vorrangig ihren Beruf an sich und nicht die Themen die sie behandeln oder persönliche Merkmale, als Grund für diese Attacken.

„Hate Speech“, wie wir es aktuell wahrnehmen, ist untrennbar von der Digitalisierung zu sehen. Denn, die Digitalisierung und sozialen Medien haben nochmal ganz neue Möglichkeiten eröffnet: Inzwischen kann jede*r mit einem Internetzugang zum Sender werden, auf einem eigenen Blog publizieren, seine Meinung kundtun und in kurzer Zeit hohe Reichweiten erzielen. Und das vierundzwanzig Stunden lang, jeden Tag. Dadurch, dass die Nutzer nicht mehr abhängig sind von Verlagshäuser, geraten Verlage in die Bredouille, Auflagen und Klicks zu generieren. Da besonders negative Nachrichten und Schreckensmeldungen Emotionen und Reaktionen beim Leser hervorrufen, greifen manche Verlagshäuser auf reißerische Überschriften und tendenziöse Berichterstattung zurück, um Klickzahlen und damit Werbeeinnahmen generieren. Gleichzeitig generieren beziehungsweise befeuern sie aber auch Hate Speech. Das gilt natürlich nicht für alle Medien. Dennoch hat seriöser Journalismus es, gerade mit Hinblick auf Bezahlssysteme für Online-Beiträge, schwer sich in der demokratisierten Medienwelt zu behaupten. In zahlreichen Foren und geschlossenen Gruppen kann man sich außerdem austauschen und gegenseitig befeuern – der sogenannte „Echokammer-Effekt“. Nicht zu verwechseln mit „Filterblasen“, die den Algorithmus meinen, der dafür sorgt, dass aufgrund von Suchanfragen und persönlichen Interessen Artikel mit immer gleichen Themen und Meinungen in der eigenen Timeline auftauchen. Durch die große Vielfalt an Nachrichtenplattformen, kursieren auch immer mehr Falschmeldungen oder auch

⁴⁰ Bundeslagebild 2017 “Kriminalität im Kontext von Zuwanderung”, Bundeskriminalamt

⁴¹ Bundeslagebild 2017 “Kriminalität im Kontext von Zuwanderung”, Bundeskriminalamt,

„Fake News“, die bewusst gestreut und dann von anderen mitunter auch unbewusst weiter verbreitet werden. Neben solchen Falschmeldungen, besteht aber natürlich auch die Möglichkeit in Kommentaren zu Beiträgen Unwahrheiten zu streuen. Das sind neben den plattem Beleidigungen und Hetzkommentaren, subtilere Wege eine gereizte Stimmung zu erzeugen. Denn, es geht vielfach nicht darum, eine Diskussionen anzuregen, sondern Leute zu diskreditieren, Ängste zu schüren, politische Stimmung zu machen und eigene Themen zu setzen bzw. Unwahrheiten zu verbreiten und andere einzuschüchtern. Und das zum Teil auch sehr organisiert und zielgerichtet. Im Forschungszeitraum des REACT-Projekts wurde in Deutschland in mehreren Zeitungsberichten, sowie in einer Dokumentation, die von dem von uns befragten Sender produziert wurde, ein Trollnetzwerk namens „Reconquista Germanica“ aufgedeckt.

„...wir sind auf Hass gestoßen, der organisiert wurde, aus rechten Gruppen heraus. Also es gibt diesen Discortserver „Reconquista Germanica“, der kurz vor der Bundestagswahl gestartet wurde, mit dem Ziel tatsächlich die AfD im Bundestag möglichst stark zu machen. Das ist was, wo ich sagen würde, dahinter steckt zum Beispiel ein eindeutiges Interesse.“ (DE-M2)

Ähnlich aufgebaut wie in einem Online-Rollenspiel werden verschiedene Befehle erteilt, um so Stimmungen oder Diskurse im Internet zu erzeugen. Die Mitglieder tragen verschiedene Titel bzw. folgen einer (militärischen) Rangordnung, an dessen Spitze der Oberbefehlshaber steht, der Gründer des Netzwerks, welches dieser selbst als „Satireprojekt im Internet ohne Bezug zur Wirklichkeit“ bezeichnet. Etwa 5000 aktive Nutzer⁴² die sich im „Infokrieg gegen die Mainstreammedien“ befinden soll es auf dem Discord-Channel von Reconquista Germanica deutschlandweit bereits gegeben haben, ehe er abgeschaltet und auf Ausweichkanälen neu gestartet wurde. Ihre Ziele: die Kommunikation stören, z.B. durch sich schnell verbreitende Memes Themen setzen und bestimmen und mit gezielten Aktionen eine vermeintliche Mehrheit, deren Wut bahn bricht, zu erschaffen. Ähnliche Phänomene waren auch in der Vergangenheit in den USA bereits bekannt geworden. Man kann, gemäß der Interviewaussagen von DE-M2 (funk), drei verschiedene Typen unter den Hatern ausmachen:

Zum einen die „besorgten Bürger“, Leute die Angst haben vor Veränderung oder dem Unbekannten und eher unwissend sind. Sie sind frustriert ob der Alternativlosigkeit in der Politik, weil sich die Angebote der führenden Parteien nicht wirklich unterscheiden, sie das Gefühl haben nicht gehört zu werden und deswegen rebellieren gegen „die da oben“.

Des Weiteren, organisierte Rechtspopulisten, die mit bekannten Strategien gezielt Stimmung machen wollen: Ängste nähren, indem sie Unwahrheiten verbreiten, ihre Themen setzen, indem sie vom ursprünglichen Thema ablenken, Debatten bestimmen, indem sie andere User durch Hate Speech einschüchtern oder verscheuchen, seien nur als einige Beispiele genannt. Sie wissen außerdem genau, wie sie sich Ausdrücken müssen, damit ihr Kommentar nicht automatisch herausgefiltert oder nachträglich gelöscht wird. Sie fechten scheinbar den Kampf

⁴² <http://www.sueddeutsche.de/politik/manipulation-im-netz-wie-rechte-internet-trolle-versuchten-die-bundestagswahl-zu-beeinflussen-1.3875073> (Stand 12.06.2018)

des „unterdrückten Volkes“ gegen die Regierenden aus, tatsächlich treiben sie aber Spaltung, in rechte und linke Strömungen, voran.

Der dritte Typus sind die sogenannten Trolle. Nutzer, die einfach Spaß daran haben, andere zur Weißglut zu treiben. Hier reichen die Motive von sich nicht angenommen gefühlt haben und nun eine Nische finden bis zu einem starken Meinungsfreiheitsgedanken.

„[...] was zuerst wirkt, wie ein Shitstorm, ist eigentlich eine sehr, sehr konzentrierte Aktion von ein paar Wenigen. Das ist ein Teil, der wirklich politische Interessen verfolgt. Ich glaube es gibt noch einen zweiten Teil von Menschen, die ernsthaft besorgt sind sozusagen. [...], dass sie das Gefühl haben, sie müssen sich da zur Wehr setzen und das Einzige, was ihnen bleibt, ist Hate Speech. [...] Und es gibt noch einen Teil, der einfach Spaß daran hat, Leute zu beleidigen, in die Verzweiflung zu treiben, vorzuführen. Der teilweise aus so einem sehr maximalen Meinungsfreiheitsgedanken kommt, der sagt wir müssen alles sagen können und wir fühlen uns hier in irgendwas begrenzt und außerdem, die Leute sollen sich mal nicht so haben.“ (DE-M2)

Die Ergebnisse der Dokumentation decken sich außerdem mit der Wahrnehmung der übrigen interviewten Personen. Sie erleben die Angriffe ebenfalls oftmals sehr zielgerichtet und organisiert.

Allerdings hilft es den Betroffenen auch, sich diese Systematik bewusst zu machen um eine bessere Distanz zum Gesagten aufzubauen und es nicht persönlich zu nehmen. Einige der Befragten nehmen wahr, dass sie vorrangig wegen ihrer Profession bzw. öffentlichen Stellung und Meinung angegriffen werden. Das belegt auch eine Studie des IKG zum Hass im Arbeitsalltag Medienschaffender. Dort gaben nur ein Viertel der Befragten, die schon selbst Angriffe erlebten, an, dass ggf. auch andere Faktoren wie etwa das eigene Geschlecht, die Herkunft oder Anderes, dazu beitragen, dass sie zur Zielscheibe werden; 75% der Betroffenen sehen ausschließlich ihre Rolle als JournalistInnen als Begründung.

Deswegen empfindet DE-I2 den Begriff des „Hate Speech“ auch nicht mehr als so passend:

„Weil Hass ist für mich sowas, also das ist sozusagen... sich manifestierte Wut. Also so ein extremer Hass auf irgendeine Gruppe oder eine Person und sie sehr aus dem Bauch heraus kommt, also sehr emotional aufgeladen ist. Und für mich ist das was ich im Netz beobachte zunehmend Kalkül. (...) Vieles was da passiert ist absolut organisiert. Das ist politisch organisierte Abwertung. Und zwar mit dem Ziel der Meinungsbildung und Mehrheitsgewinnung gegenüber bestehenden Parteien oder gegenüber Geflüchteten.“ (DE-I2)

„Hate Speech“ ist außerdem auch ein medienübergreifendes Problem, das auf allen Plattformen vorkommt und nicht nur textbasiert, sondern auch in Form von Memes, GIFs und Videos, auftritt. Die beiden Hauptspielfelder für „Hate Speech“ in Deutschland scheinen jedoch Facebook und YouTube zu sein. „Hate Speech“ findet außerdem in verschiedenen Themenbereichen statt und wird von verschiedenen politischen und moralischen Einstellungen geprägt. Einige Interviewte nannten Shitstorms im Bereich Tierschutz oder gegen Großkonzerne als Beispiel. Die überwiegende Mehrheit von „Hate Speech“ findet sich allerdings in gesellschaftspolitischen Kontexten bei Themen wie Flucht und Zusammenleben in der Gesellschaft, Religions-, Presse- und Meinungsäußerungsfreiheit

und Ähnlichem. Besonders Menschen, die sich öffentlich äußern und für ihre (meist weltoffeneren) Meinung eintreten, geraten in den Fokus von ‚Hate Speech‘-Attacken.

„Sobald man in der Öffentlichkeit ist, sobald man auch sich politisch äußert beziehungsweise politische Themen anvisiert, kommt man gar nicht drum herum. Wenn man dann aber noch quasi einer Minderheit (an)gehört, dann ist das natürlich noch ein zusätzlicher Trigger für viele.“ (DE-A1)

„Also Themen die da prädestiniert dafür sind, sind Religionen, ganz besonders Islam und Judentum, aber auch Konflikte zwischen verschiedenen Ethnien oder Völkern.“ (DE-A2)

Deshalb ist einer der wichtigsten Ratschläge, beziehungsweise Grundlage für Counter Speech, sich der teilweise starken Organisiertheit, aber auch sprachlichen Brutalität der Kommentatoren bewusst zu werden und vor allem „ein dickes Fell“ zuzulegen.

Das Pendant zum mainstream-gewordenen Begriff ‚Hate Speech‘ ist ‚Counter Speech‘ oder ‚counter narratives‘. Er wird häufig als Sammelbegriff für viele Aktionen, die man gegen Hassrede betreiben kann, verwandt. Im Folgenden werden einige dieser Aktionen vorgestellt. Egal ob man als Privatperson, oder im Rahmen seines beruflichen Kontextes gegen ‚Hate Speech‘ vorgehen möchte und/oder muss, sollte man sich bewusst machen, welche Ziele und Mechanismen dahinter stecken. Aus eigener Erfahrung wissen die Interviewten, dass es nötig ist, gewissen Selbstschutzmaßnahmen vorzunehmen. Darunter fallen zum Beispiel Maßnahmen wie das *Blocken* oder *Melden* von anderen Usern und das *Anzeigen* von strafrechtlich Relevanten Inhalten.

Alle im Rahmen von REACT Befragten sind sich einig, dass Counter Speech äußerst wichtig ist. Während zu Beginn, das allgemeine Credo galt „Don’t feed the troll!“ (also: Schenk’ dem Troll keine Aufmerksamkeit), scheint Ignorieren für die meisten Aktivisten und Organisationen inzwischen keine Option mehr zu sein. Im Gegenteil steigt eher die Annahme, dass man zu lange zugeschaut und zu wenig reagiert hat. Hasserfüllte, rassistische, beleidigende und ggf. sogar strafrechtlich relevante Kommentare sollten auf keinen Fall einfach unkommentiert stehen gelassen werden. Dabei sollte man sich aber auch stets selbst schützen und nicht dazu verleiten lassen, selbst ausfallend zu werden: Denn auch wenn es keine angenehme Aufgabe ist, sollte man den Hass nicht ignorieren oder unkommentiert stehen lassen. „[...]wenn du selber dann auch total emotionalisiert wirst, weil ey – es tut ja auch weh so, und es schmeckt niemandem – dann lass es lieber. Dann hol dir lieber jemanden, der da außen steht und der dann das kommentiert (...)“ (DE-A1)

Ein Großteil der von uns befragten Personen hat eine recht junge Community. Gerade Kinder und Jugendliche, die häufig noch keine gefestigte Persönlichkeit und Meinung haben, sind durch „Fake News“, Gerüchte und Hasskommentare beeinflussbar.

„Ich hab mal ein Video gemacht, über Rassenpolitik im Dritten Reich. Da kamen dann total viele solche Kommentare von Neonazis, Da kamen dann total viele solche Kommentare von Neonazis, die (...) haben dann wirklich so seitenlange Texte geschrieben, die auch wirklich plausibel klangen. Und da haben dann 14/15-jährige Schüler drunter geschrieben: ‚Oh krass. Interessant.

So haben wir das in der Schule gar nicht gemacht.' Und da hab ich gemerkt, wie gefährlich es ist, so was unwidersprochen zu lassen (...).“ (DE-A2)

Die Gemeinsamkeit all dieser Aktivitäten, die sich unter dem Begriff ‚counter narratives‘ zusammenfassen lassen, ist, dass sie auf etwas Gesagtes reagieren bzw. eine Gegenoffensive starten. Einen etwas anderen Ansatz verfolgen ‚alternative narratives‘: Im Gegensatz zu counter narratives reagieren sie nicht auf gesagte Äußerungen in Kommentaren, Zeitungsberichten et cetera, sondern erzählen eine andere, alternative Geschichte. Anstatt zum Beispiel zu widerlegen, warum Integration nicht funktionieren kann, werden positive Integrationsbeispiele geliefert. Anders als beim Derailing soll hier jedoch nicht vom eigentlichen Thema abgelenkt werden, sondern lediglich ein anderer Blickwinkel geliefert werden. Dadurch balanciert sich auch die Berichterstattung aus: je mehr positive Beispiele gepostet werden, desto geringer ist die vermeintliche Flut an negativen Berichten. Zusätzlich können so aber auch eigene Themen gesetzt werden.

All diese Maßnahmen richten sie, wie bereits erwähnt, vor allem an die Zivilgesellschaft, an die „stillen Mitleser“ und Personen die Im Begriff sind, sich zu radikalieren.

“Counter Narratives funktioniert bei Leuten, bei Jugendlichen, die noch gar nicht auf eine gewissen Schiene gelangt sind, aber die, wo Potential eventuell besteht.“ (DE-A1)

„[Counter Speech] find ich total wichtig und das ist, find ich, das beste Mittel gegen Hassrede oder das zweitbeste Mittel vielleicht. Ich glaube, dass man durch Counter Speech zwar nicht die Leute überzeugen kann, die jetzt diesen Kommentar geschrieben haben [...], aber dafür diejenigen, die diesen Kommentar auch lesen.“ (DE-A2)

„Counter Speech ist für mich super wichtig. Also auch für meine Arbeit super wichtig, aber ich glaub auch für jeden Person, [...] weil es wichtig ist, dass der Hass nicht unkommentiert stehen bleibt und auch wichtig, dass sich Hassrede nicht normalisiert. [...] Und es ist auch wirklich wichtig für die schweigende Mehrheit, die sich eher versucht in sozialen Medien zu informieren und dann nur Rassismus sieht.“ (DE-I1)

„...in unserem Fall ist es tatsächlich ne Form von Role Models, von Vorbildern, an denen man sich orientieren kann.“ (DE-A1)

Es geht außerdem darum, den ‚Hatern‘ nicht die Hoheit über das Netz überlassen und zu zeigen, dass sie nicht die Mehrheitsmeinung des Volkes vertreten. Die beschriebenen Maßnahmen sollen verhindern, dass Hass durch gezielte, rechtspopulistische Attacken, den Diskurs bestimmt. Es ist nötig Maßnahmen zu ergreifen und Grenzen aufzuzeigen, um zu verhindern, dass sich die Stimmung in der Offline-Welt entlädt. Das auch die Attacken im Internet aber auch schon jetzt reale Folgen haben, lässt sich unter anderem durch die Studie des IKG belegen. Deshalb ist ein weiteres Ziel von `counter speech` die Solidarität mit und das Empowerment von Opfern, um ihnen zu zeigen, dass sie nicht alleine sind. Besonders ‚alternative narratives‘, die eigene Geschichten erzählen und Themen setzen, statt anderen zu widersprechen, eignen sich dafür, die gesellschaftliche Vielfalt auch online zu repräsentieren und somit den Diskurs zu verschieben.

Langfristiges Ziel ist außerdem sicherlich gegen die fortschreitende Spaltung in sich konträr gegenüberstehenden Gruppen zu arbeiten und ein besseres Diskussionsklima zu schaffen und gemeinsame Nenner zu finden, um gemeinsam Probleme real anzugehen.

9. Aufbau und Entwicklung von Gegennarrativen

Auf die Frage, wie man denn nun dagegen vorgeht, gibt es jedoch keine Patentlösung, was aber nicht überrascht, bedenkt man die bereits angerissene Komplexität des Feldes ‚Hate Speech‘. Egal ob man als Privatperson, oder im Rahmen seines beruflichen Kontextes gegen Hate Speech vorgehen möchte und/oder muss, sollte man sich also bewusst machen, welche Ziele und Mechanismen dahinter stecken und mit welchen Strategien gearbeitet wird. Häufig ist es ein langer Prozess, der viel Arbeit und Austausch benötigt, bis man den für sich und sein Medium passenden Weg gefunden hat. Ziel ist es jedoch fast immer ein *Gegengewicht zu bilden*. Grade bei Kommentatoren mit einem „geschlossenen Weltbild“ raten Aktivisten jedoch dazu, sich eher nicht auf eine Diskussion einzulassen. Außerdem, so die Interviewten, sei es nötig, gewisse *Selbstschutzmaßnahmen* vorzunehmen und sich vor allem auch „*ein dickes Fell*“ (DE-A2) zuzulegen. „[...]wenn du selber dann auch total emotionalisiert wirst, weil ey – es tut ja auch weh so, und es schmeckt niemandem – dann lass es lieber. Dann hol dir lieber jemanden, der da außen steht und der dann das kommentiert (...)]“ (DE-A1)

Dazu zählen zum Beispiel Maßnahmen, wie das *Blocken* oder *Melden* von anderen Usern und das *Anzeigen* von strafrechtlich relevanten Inhalten. Menschenverachtende Äußerungen sollten klar als solche benannt und nicht einfach stehen gelassen, sondern gelöscht werden. Das sind die Maßnahmen, die sich ganz konkret am Eigenschutz orientieren und sich gegen die ‚Hater‘ richten.

Als Counter-Speech werden aber auch konkrete Strategien um Falschaussagen zu korrigieren, bzw. der vermeintlichen Mehrheit an hetzerischen Beiträgen etwas entgegenzusetzen, gefasst. Sie richten ihren Fokus dabei vor allem auf die „stillen Mitleser“, also solche Nutzer, die noch keine geschlossene Meinung haben, sich aber womöglich durch ‚Hater‘ mitreißen lassen. Um das zu erreichen, sollte man beispielsweise faktenbasiert und sachlich „gegenreden“ um Falschaussagen zu korrigieren, Gerüchte, Fake News und Derailing (vom Ursprungsthema abzulenken, indem man z.B. das Thema „Obdachlose“ einbringt) kenntlich zu machen und den der vermeintlichen Mehrheit an hetzerischen Beiträgen zu widersprechen. Dafür bieten sich verschiedene Vorgehensweisen, wie etwa einen „*gemeinsamen Nenner*“ (*common ground*) zu finden, um eine Grundlage zu schaffen, auf der man diskutieren kann. Häufig geht es der Gegenseite, wie bereits skizziert, allerdings gar nicht darum, eine Diskussion zu führen, sondern mehr darum eigene Themen zu setzen, andere einzuschüchtern, Stimmung zu erzeugen, und so vermeintliche Mehrheiten zu generieren und den Diskurs zu beeinflussen.

„Weil Hate Speech viele Teilbereiche betrifft, finde ich so, dass es die Antwort nicht gibt. Aber es ist immer interessant zu gucken, okay, was machen eigentlich so die Akteure aus den klassischen digitalen Kontexten [...]“ (DE-I2)

Viele Phänomene im Internet haben nur eine geringe Halbwertszeit, beziehungsweise unterliegen schnellem Wandel. Auch das Thema ‚Hate Speech‘ ist in kurzer Zeit, auch aufgrund

der medialen Berichterstattung, zu einem großen Thema geworden. Im schnelllebigen Internet müssen Konteransätze vorausschauend gestaltet werden und ggf. auch mal überwunden werden. So haben sich ‚counter narrative‘-Strategien im Verlauf der Zeit gewandelt. Während anfangs *Humor* und *Ironisierung* als bewährte Mittel galten, ist man mittlerweile zu der Erkenntnis gekommen, dass dies ‚Hater‘ eher herausfordert und „besorgte Bürger“ noch eher verprellt. Inzwischen tendiert man zu mehr *Sachlichkeit* und dazu *faktenbasiert* zu kommentieren. Aber auch klare Kante zu zeigen, wenn Beiträge (rechtliche) Grenzen überschreiten, sei notwendig. Für Institutionen, die sich im digitalen Bildungskontext bewegen ist es wichtig der Zeit voraus zu sein. Wie etwa die Amadeu-Antonio-Stiftung, die sich als eine der wenigen Organisation schon sehr früh mit rassistischen Phänomenen im Internet beschäftigt hat und ihrerseits versucht sehr zeitgemäße, vorausschauende Konzepte zu entwickeln.

Besonders für Onlinemedien, aber auch für alle anderen Personen oder Institutionen, ist außerdem Community Management ein wichtiges Schlüsselwort. Es zielt darauf ab, die eigenen Reporter bzw. Mitarbeiter, die für die Social Media Plattformen und den gesamten Digitalbereich zuständig sind, zum Beispiel durch Fortbildungen zu stärken. Darüber hinaus findet auch verstärkt ein Redaktions-übergreifender Austausch in Verlags- und Senderhäusern statt. Die Mitarbeiter sollen befähigt werden, die Kommentarspalten zu ihren Beiträgen besser moderieren zu können.

„Ich glaube tatsächlich, dass dieses Bewusstsein für Communitymanagement lange oder immer noch nicht wirklich da ist. Also, auch was das für ein schwieriger, diffiziler Job ist.“

Viele Medienhäuser säßen der Fehlannahme auf, man könne die Aufgabe „an eine studentische Hilfskraft abgeben. Die sollen mal das Größte weglöschen und gut ist (...) und merkt dann gar nicht, wie diese Community langsam vergiftet wird. Es ist eben auch so, ein gutes Communitymanagement ist im Prinzip schon fast unsichtbar. Du merkst es eigentlich nur, wenn's nicht da ist und es schon zu spät ist.“ (DE-M2) Es sei nötig, „dass bei den Communitymanagements auch Leute inhaltlich auf Kommentare reagieren und ganz sachlich und nüchtern dann auch antworten und damit auch den Leuten den Wind aus den Segeln nehmen.“ (DE-A2) Ein gutes Communitymanagement sorgt so insgesamt für ein besseres Diskussionsklima in den Kommentarspalten. „Gerade als öffentlich-rechtlicher Sender muss man (...) dafür einstehen, dass man eine freie Meinungsäußerung beibehält, dass man dafür sorgt, dass sich Leute objektiv eine Meinung bilden können“, so DE-M1, Vertreterin eines Radiosenders. Das bestätigt auch die Digitalsparte von ARD & ZDF: „Also wir haben jetzt kein Problem mit Widerspruch. Es geht nur um die Form der Äußerung.“ (DE-M2) Das gewährleisten zu können erfordert allerdings sowohl hohe zeitliche, als auch personelle Ressourcen, die nicht alle, und besonders kleine Verlagshäuser, nicht aufbringen können.

„Wir haben jetzt das Glück, dass wir sagen können, wir haben einen Community-Reporter, der sich darum kümmert, weil wir das Thema erkennen, aber die Möglichkeit haben dem entgegenzusteuern. Es gibt ja auch ganz viele kleine Seiten, die diese Möglichkeit gar nicht haben.“ (DE-M1)

Die Investition ist jedoch lohnenswert. Nicht nur sorgt man für ein ausgewogeneres Meinungsbild, sondern verhindert auch dass die eigenen Fans durch den überbordenden Hass vertrieben werden. „[...]du verscheuchst dann auch deine eigene Community, wenn du den Laden nicht sauber hältst.“ (DE-A1) Der Ansatz ist es also, mit einem guten Beispiel voran zu gehen: selbstbewusst und sachlich in Diskussionen einzusteigen und zu zeigen, dass die Hassbotschaften einen nicht abhalten, die eigene Meinung zu äußern und zu verteidigen. Aber auch Opfer von Hate Speech-Attacken in der eigenen Community mit positiven Kommentaren zu unterstützen und empowern. So wird die eigene Community bestärkt und ermutigt im besten Fall selbst aktiv zu werden.

In einem Punkt sind sich alle Befragten einig – alle Kommentare, die gruppenbezogen beleidigend, volksverhetzend oder sonstig strafrechtlich relevant sind werden gemeldet, gelöscht und/oder angezeigt.

Neben den bereits genannten, gängigen ‚counter speech‘-Methoden wird zunehmend ein weiterer Ansatz verfolgt, nämlich die ‚alternative narratives‘. Im Gegensatz zu ‚counter narratives‘ reagiert man hier nicht direkt auf bzw. gegen etwas Gesagtes, sondern setzt selbst eigene Themenschwerpunkt beziehungsweise beleuchtet einen Sachverhalt aus einer anderen, gegebenenfalls unterrepräsentierten Position. Dazu zählt auch, positive Nachrichten und Wertschätzung füreinander zu verbreiten. Ähnlich wie die Medien, die emotionale Themen und reißerische Überschriften bringen, weil der Leser schneller klickt, agiert auch dieser selbst auf solche Weise: Nutzer teilen und kommentieren eher Dinge, die einen wütend machen, als solche die man gut findet. Diesen Automatismus auszuhebeln, ist auch eine Strategie von Counter Speech. Zum einen sichtbar zu machen und zu unterstützen, was einem gefällt und, als alternative-narrative, eigene Geschichten zu erzählen und damit Themen zu setzen.

Verstetigung von Gegenrede-Strategien anhand von Praxisbeispielen

Auf Basis der Interviews lässt sich sagen, dass jede Organisation, Institution, Medienanstalt oder Privatperson den für sich geeigneten Weg der Gegenrede finden muss. Gerade Medienvertreter befinden sich hier mit einer besonderen Herausforderung konfrontiert,

Ein Grund, warum öffentlich-rechtliche Medien es durchaus als ihre Aufgabe ansehen, über das Thema Hass im Internet und auch die versteckten Netzwerke und Strukturen dahinter zu berichten und aufzuklären und so eine freie Meinungsbildung zu unterstützen. Gleichzeitig soll die Debatte und somit die Aufmerksamkeit für Akteure von ‚Hate Speech‘ aber auch nicht weiter aufgeladen werden.

Auch in der Moderation der Kommentare liegt daher eine besondere Herausforderung, denn wer Kommentare löscht, gerät schnell unter den Vorwurf der Zensur. Sie einfach stehen zu lassen und somit eine Plattform zu bieten, ist jedoch auch keine Option, besonders wenn es in Bereiche fällt, die strafrechtlich relevant und klar rassistisch sind. „Also wir haben jetzt kein Problem mit Widerspruch. Es geht nur um die Form der Äußerung. Aber deswegen ist es auch

für uns wichtig und wir gucken auch, dass die Leute communitymanagement-mäßig fit sind und bleiben.“ (DE-M2) Auch der interviewte Hörfunksender setzt Community Reporter ein, die einzig dafür zuständig sind, die Kommentarspalten auf den Social Media Plattformen zu moderieren. Ziele sind es, für ein ausgewogenes Meinungs-/Stimmungsbild zu sorgen, seine eigene Community nicht zu vergraulen sondern eher mit vorbildhaftem Verhalten zu stärken.

Auch bei der Social Media-Sparte des öffentlich-rechtlichen Fernsehens ist Community-Management ein großes Thema. Es braucht erfahrenes, geschultes Personal, das sowohl die zum Teil versteckten Strategien von ‚Hate Speech‘ kennt, als auch genug Faktenlage entgegen halten kann, um so ‚Hater‘ auszubremsen und ausbalancierte Diskussionen zu moderieren. So unterstützt man einerseits die bereits vorhandenen Gegenkommentatoren, und ermutigt beziehungsweise stärkt andererseits auch den Rest der Community.

„Und ich glaub da gibt’s auch noch wenig Patentrezepte, wo man sagt jaja so funktioniert’s, weil sich damit zu wenig auseinandergesetzt wird. Und ich glaube, wenn man da noch mehr reingehen würde, könnte man es zumindest schaffen, einen angenehmen Gesprächsrahmen zu schaffen, eine Community aufzubauen, die dann auch deutlich robuster ist, gegen solche Hate Speech-Angriffe.“ (DE-M2)

Grade für den Hörfunksender, mit einer jungen Kernzielgruppe, der sich selbst in der Funktion eines „guten Freundes“ für seine Community empfindet, ist es wichtig ein gutes Vorbild zu sein, anderen auch zu sagen, wenn ihre Meinung daneben ist und für offene Diskussionskultur zu stehen. „Das Beste, was passieren kann“ ist dann nämlich, wenn die User selbst aktiv werden, wenn andere sich im Ton vergreifen. (DE-M2) Der Sender versucht es auf einem freundschaftlich, humorvollen Weg, zeigt sich diskussionsbereit, setzt aber auch konsequentere Maßnahmen durch, wenn Kommentare Grenzen überschreiten. Zur Unterstützung ihrer Moderation in den Kommentarspalten hat der Sender auch eigene ‚reaction gifs‘ produziert. Dafür wurden Studiogäste gefilmt, die mit mimisch und gestisch Unverständnis, Empörung, zum Beispiel durch Kopfschütteln oder Mund aufreißen, und ähnliche Reaktionen auf Hasskommentare darstellen. Außerdem haben sie ‚love speech‘ betrieben, als sie mit ‚Love‘ einen Tag dem Liebe gewidmet haben. Die Community hat auf diese Aktionen sehr positiv und dankbar reagiert. Die befragten Youtuber verstehen sich selbst als ‚role model‘ für ihre Community und versuchen deshalb nach bestem Wissen und Gewissen gegen Hate Speech unter ihren Videos vorzugehen und ihre Community „sauber zu halten“. Hier zeigt sich bereits ein sehr wichtiger Aspekt, der in vielen Interviews genannt und oben bereits erläutert wurde: Community Management. Neben einer guten Community-Arbeit werden im Folgenden noch einige beispielhafte Initiativen, Strategien und Aktionen vorgestellt.

Das *no-hate-speech-movement* ist eine Initiative des Europarats. „2013 haben Jugendorganisationen des Europarats das No Hate Speech Movement ins Leben gerufen. Mittlerweile sind in 40 Staaten vor allem junge Menschen dabei und wollen Hetze und Hass im Netz nicht tatenlos hinnehmen.“⁴³ Die konkreten Kampagneninhalte sind von Land zu Land unterschiedlich und abhängig von der jeweiligen Förderung und dem Fokus in den

⁴³ <https://www.no-hatespeech.de>

teilnehmenden Ländern. In Deutschland steht das no-hate-speech.movement für ein Netzwerk aus vielen starken Partnern aus Bereichen der politischen oder medienpädagogischen Bildung, Menschenrechtsorganisationen, Initiativen die sich gegen Rassismus und Diskriminierung stark machen und viele Weitere. Der Anspruch des nhs-movements war es nicht, „das Rad neu zu erfinden“ (DE-I1), sondern alle Kräfte, die sich schon mit den verschiedenen Formen von Hate Speech auseinander setzen, zu einem Netzwerk zu bündeln, um Synergien und Austausch zu schaffen. Gefördert wird es derzeit durch das Bundesprogramm „Demokratie leben“, durch Drittmittel von Stiftungen und Migrationsbeauftragten und – als eines der wenigen Projekte in Deutschland – von Facebook und Twitter. Federführend und verantwortlich für die deutsche Kampagnenarbeit sind die ‘neuen deutschen Medienmacher’, “ein bundesweiter Zusammenschluss von Medienschaffenden mit unterschiedlichen kulturellen und sprachlichen Kompetenzen”.⁴⁴ Auf der Website des No-Hate-Speech-Movements wird den Nutzern in unterschiedlichen Reitern Wissen vermittelt, Handlungsstrategien vorgestellt und konkretes Werkzeug, zum Beispiel in Form von Memes oder Videos, an die Hand gegeben. Der Fokus richtet sich also auf die Befähigung der Zivilgesellschaft und nicht auf die ‘Hater’. Das Movement will ein Zeichen richten an die von Hate Speech betroffenen und sich mit ihnen solidarisieren, aber auch die “schweigende Mehrheit” empowern. Die Bewegung ist offen für alle, die sich “laut und freundlich” gegen Hass und Hetze im Internet und für eine demokratische Debattenkultur einsetzen wollen, das no-hate-Logo eint und kennzeichnet alle Organisationen, Initiativen und Privatmenschen, die Teil der Bewegung sind. Da die Kampagne eine breite Masse der Zivilgesellschaft und besonders auch Jugendliche ansprechen will, sind der Internetauftritt und die Beiträge ansprechend, humorvoll und niederschwellig gestaltet sind. Das no-hate-speech-Movement ist auf zahlreichen Social Media Kanälen präsent und lädt alle anderen Organisationen oder Privatpersonen ein, mit dem No Hate-Logo auf der eigenen Seite, Teil der Bewegung zu werden.

„#ichbinhier“ ist die größte selbstorganisierte Gegenrede-Gruppierung in Deutschland. Sie wurde nach dem Vorbild der schwedischen Initiative *„#jagärhär“* und mit deren Einverständnis im Dezember 2016 gegründet. Ziel der Gruppe ist es, die „stillen Mitleser“ zu erreichen, ein Gegengewicht zum Hass auf Facebook zu bilden und das Diskussionsklima zu verbessern. Innerhalb kurzer Zeit ist die Gruppe auf heute 37.000 Mitglieder gewachsen und hat große mediale Aufmerksamkeit erfahren. Ich bin hier bedient sich der Organisiertheit und Zielgerichtetheit, die man zuvor bei Trollen feststellen konnte. In verschiedene Gruppen eingeteilt scannen die Mitglieder tagtäglich die Medien nach Artikeln, die prädestiniert sind für Hasskommentare. Dort, wo was los ist, ziehen sie dann gemeinschaftlich ins Feld, betreiben sachliche und faktenbasierte Gegenrede, setzen eigene Akzente indem sie nicht nur auf Kommentare antworten, sondern auch eigene Verfassen, die sie wiederum untereinander liken und so zu Top-Kommentaren pushen. Markiert werden die Beiträge dann immer mit dem Hashtag *#ichbinhier*. Und auch Selbstschutzmaßnahmen stehen bei *#ichbinhier* ganz oben auf der Charta. So gibt es eine Gruppe eigens zu „Erholungszwecken“, in der die Mitglieder sich gegenseitig unterstützen und aufmunternde Videos posten. Jeder, der sich an die Regeln hält kann der Gruppe beitreten. Die Initiative wird als sehr positiv wahrgenommen. Auch wenn es auch negative Stimmen gibt, die *#ichbinhier* vorwerfen, nicht ein neutrales Diskussionsklima zu

⁴⁴ www.neuemedienmacher.de

schaffen, sondern selbst Stimmung für die eigenen Themen machen. (QUELLE) Unter den von uns Befragten Personen haben zumindest xx #ichbinhier als ein gutes Beispiel für Aktionen gegen Hassrede genannt. Eine weitere Besonderheit ist, dass nahezu alle Tätigkeiten für #ichbinhier ehrenamtlich sind. Der Kampagnen- bzw. Vereinsgründer hat lediglich eine 450-Euro-Kraft für die Terminkoordination, Interviews und Fernsehauftritte zum Beispiel, angestellt.

Das Projekt *Debate//de:hate* der Amadeu Antonio-Stiftung macht sich für demokratische Debattenkultur stark und besteht aus zwei Bausteinen: Zum einen dem Debate-Teil, der sich an Jugendliche und ihr mittelbares Beteiligungsumfeld, also Lehrer, sozial-pädagogische Fachkräfte und weitere, wendet. Im Rahmen von Workshops, zum Beispiel in Schulen, werden die TeilnehmerInnen im Umgang mit Hate Speech geschult, ihnen werden wichtige Werkzeuge an die Hand gegeben und demokratische Debattenkultur gefördert. Zum anderen der de:hate-Teil, welcher die theoretische Ebene bezeichnet auf der Konzepte, auf Basis von kontinuierlichen Monitoring-Ergebnissen, erarbeitet werden. Hier werden Handlungsansätze ausgearbeitet um die eigene Arbeit zukunftsorientiert weiter zu entwickeln. Das Besondere am debate/de:hate-Projekt ist, dass es einen Offline-Ansatz verfolgt. In Workshops an Schulen werden Jugendlichen Handlungsempfehlungen gegeben, die Workshop bestehen aus einem pädagogischen Dreischritt aus Informieren/Sensibilisieren, Analysieren und Reagieren. Insgesamt liegt der Schwerpunkt der Amadeu-Antonio-Stiftung auf der Befähigung der Zivilgesellschaft sowohl offline, als auch online mit zahlreichen Informationen auf ihrer Webseite, Handreichungen etc. Für ihre Arbeit erfahren die MitarbeiterInnen nicht nur positives Feedback.

„Die Bedrohungslage wurde irgendwann so ernst, dass das Büro beschmiert wurde, dass Drohbriefe hier her geschickt wurden und so. Aber seit dem- wir sind `ne kleine NGO, aber wir versuchen den Standard eines Ministeriums, was auch solche Briefe sehr regelmäßig bekommt, irgendwie einzuhalten; mit einer Poststelle, mit einem bestimmten Sicherheitsverfahren, mit einer Schulung von Mitarbeitern. Und das Selbe gilt natürlich auch online.“ (DE-I3)

Dennoch kann man die Organisation und das Projekt als sehr innovativ und erfolgreich einschätzen. Das Projekt ist immer am Zahn der Zeit oder ihrer Voraus und sucht seinen Ansatz in der Zivilgesellschaft. Sie richten ihren Blick aktuell, wo Hate Speech definiert ist, auf die Ursachen (öffentliche Debattenkultur in Politik und Medien) und versuchen dahin gehend Konzepte zu entwickeln. Außerdem ist es, beziehungsweise die gesamte Amadeu-Antonio-Stiftung, Mitglied zahlreicher Netzwerke zum fachlichen Austausch und sogar Mitbegründer der Online Civil Courage Initiative von Facebook. Das Projekt wird durch das Bundesprogramm „Demokratie leben“ sowie durch die Freudenberg Stiftung gefördert.

Unter #nichtegal hat YouTube, gemeinsam mit Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM e.V.), klicksafe, medienblau und Digitale Helden eine Initiative gestartet, die für einen respektvollen Meinungs Austausch im Netz sowie im Alltag eintritt. Neben bekannten YouTubern als Rolemodels, die Statements setzen und ihre jeweilige Communities motivieren, sich ebenfalls für ein respektvolles Miteinander einzusetzen, finden außerdem Workshops an 60 Schulen in ganz Deutschland statt, die zum Teil sogar von den Youtubern begleitet werden. Die #NichtEgal-Initiative wird zu hundert Prozent von Google bzw. YouTube

Deutschland finanziert und ist Teil der globalen „Creators for Change“-Initiative von YouTube, an der 50 Creator aus acht Ländern teilnehmen. Unter den Interviewten ist auch einer der wenigen deutschen Creator, die an der Initiative beteiligt sind. „die haben überwiegend Randgruppen rausgepickt, also die von Hate Speech auch betroffen sind. Transgender beispielsweise, Muslime, Frauen oder Menschen mit Behinderung. Die haben sie zusammengeholt, wo sie sie teilweise finanziell aber auch ideell supporten. Wo wir dann teilweise zusammen gekommen sind, die haben uns Workshops angeboten zu diesem Thema. [...] Also ihr Ziel ist es quasi, dass wir den Content, den wir sowieso schon machen, weiter machen.“ (DE-A1)

Die Internet-Ritter sind ein innovatives Projekt des kijufi – Landesverband Kinder- und Jugendfilm Berlin e.V. Kijufi setzt seit 27 Jahren Film- und Medienprojekte mit Kinder, Jugendlichen, jungen Erwachsenen und MultiplikatorInnen auf pädagogische Weise um. Unter Anderem organisieren und veranstalten sie seit fünf Jahren ein Kinderrechte-Filmfestival, in dessen Rahmen Kinder zwischen 9 und 12 Jahren eigene Kurzfilme zu Kinderrechten ihrer Wahl produzieren. Das neueste Projekt, die Internet-Ritter, knüpft ab dem Upload an. Denn auch die Videos der Kinder sind nicht gefeit vor Hasskommentaren. In Zukunft werden die Kids sensibilisiert dafür, dass ihre Videos nach der Veröffentlichung ggf. ins Fadenkreuz von Hasskommentatoren geraten können. Gleichzeitig wird den Kindern Diskussionskultur und ein demokratisches Grundverständnis vermittelt, sodass sie selbst aktiv gegen ihre Hetzer werden können. Sie kennen sich schließlich auch am besten aus mit ihrem Produkt und sollten deshalb selbst Stimme ergreifen. Finanziert wird das Projekt derzeit durch Preisgelder eines Wettbewerbs.

„Das zahlt einem keine Stiftung, also bei, für Zuwendungsgeber ist einfach klassisches Projekt zeitlich befristet und hört mit der Präsentation des Projektes auf. Aber das die Medienpädagogische und politische Bildungsarbeit eigentlich erst mit dem Upload des Films auf YouTube anfängt, dass ist schwer zu vermitteln.“ (DE-I4)

Formate wie der ‚Faktenfinder‘ der Tagesschau wurden von einigen Befragten auch als sehr hilfreich eingestuft. Es sei wichtig, Aussagen mit Zahlen untermauern zu können oder Sachverhalte auch mal bildlich dargestellt zu sehen um sie besser zu verstehen. Sie dienen der Aufklärung der Zivilgesellschaft über komplexere Sachverhalte und dem Entkräften von Gerüchten und Fake News. Die meisten Angebote stammen von Qualitätsnachrichtenportalen wie der Tagesschau, der Süddeutschen Zeitung oder der Taz. Ein ähnliches Ziel verfolgen Initiativen wie CORRECTIV oder Hoaxmap, die aufdecken, wo Falschmeldungen veröffentlicht wurden und diese richtig Stellen, bzw. darauf hinweisen, wenn eine Richtigstellung herausgegeben wurde. Ob und wie viel man mit Fakten aber tatsächlich erreicht, bleibt strittig. So sollen einige Studien über Faktenfinder-Angebote ergeben haben, dass die Fakten einerseits zu spät kommen oder keinen Einfluss mehr haben. Auch Bundeskanzlerin Angela Merkel sprach in einer Rede im September 2017 bereits von „postfaktischen Zeiten“. „Das soll wohl heißen, die Menschen interessieren sich nicht mehr für Fakten, sie folgen allein den Gefühlen.“⁴⁵

⁴⁵ <https://www.tagesspiegel.de/politik/angela-merkel-im-wortlaut-wenn-wir-nicht-gerade-aus-stein-sind/14576252.html> (Stand 12.06.2018)

Die ‚Online Civil Courage Initiative‘ (OCCI) ist eine im Jahr 2016 von Facebook und weiteren Partnern, unter anderem ‚netz-gegen-nazis‘ der Amadeu-Antonio-Stiftung, ins Leben gerufene europaweite Initiative zur Bekämpfung von Extremismus und Hassrede im Internet. Die Initiative unterstützt europäische NGOs sowohl finanziell, mit mehr als einer Million Euro, als auch in Bezug auf Marketing-Aktivitäten. Zusätzlich werden Experten aus dem Bereich der Extremismusbekämpfung Best-Practice-Beispiele erarbeiten, die sie wiederum den Partnern zur Verfügung stellen. Facebook hatte auch zuvor bereits in einer Taskforce gegen Hassrede im Internet mit dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, die ebenfalls Partner im OCCI-Netzwerk sind, zusammengearbeitet. Ein weiterer Partner ist das International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence (ICSR). Auch viele der von uns befragten Personen kannten die Initiative oder sind Teil des Netzwerks. Eine Initiative ist sogar Mitbegründer. Die Befragten stufen die Initiative als erfolgreich ein und gaben an wichtigen Input und neue europäische Austauschmöglichkeiten erhalten zu haben.

Auch außerhalb dieser Initiative macht Facebook Deutschland sich nach eigenen Angaben stark im Kampf gegen Hassrede. Im Jahr 2017 wurde das Team, das weltweit für die Bearbeitung gemeldeter Beiträge zuständig ist, auf 7.500 Personen aufgestockt. Bis Ende 2018 sollen sich „rund 20.000 Personen um das Thema Sicherheit auf Facebook kümmern.“ Sie sähen außerdem, „dass die Zusammenarbeit mit Experten und verschiedenen Vertretern aus Politik und Gesellschaft uns hilft, Hassrede noch schneller und besser zu entfernen.“⁴⁶

Bereits Ende 2015 wurde, laut einer ähnlichen Studie zum Thema Hate Speech, „die eventuelle Notwendigkeit rechtlicher Schritte diskutiert“. Auch die Politik sah sich angesichts der Menge an Kommentaren und Intensität des Hasses unter Druck, Lösungen und Instrumente zu finden, die „diese Form der destruktiven öffentlichen Diskussion minimieren oder regulieren“.⁴⁷ Am 01.10.2017 ist deshalb schließlich ein neues Gesetz zur Regulierung von Hassposts im Internet in Kraft getreten, das nun auch Anbieter von Plattformen zum Handeln zwingt. Ziel des Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) ist es Hass und Fake News im Netz, vor allem rechtswidrige Inhalte so schnell wie möglich, am besten innerhalb von 24 Stunden, zu löschen. Wird dies von den Unternehmen nicht befolgt, können Bußgeldstrafen von bis zu 50 Millionen Euro verhängt werden. Zudem soll den Betroffenen von Hate Speech und sämtlichen Beleidigungen die Möglichkeit gegeben werden gegen die Verfasser vorzugehen. Dies kann sogar so weit führen, dass die Betroffenen Auskunft über die Täter bekommen, um gezielter dagegen vorzugehen und sich selbst zu schützen. Zielgruppe des Gesetzes sind große Social Media Unternehmen mit mindestens zwei Millionen registrierten Nutzer. Dazu gehören in Deutschland unter anderem Facebook, Youtube, Instagram und Twitter. Medienhäuser sind in der Regel von diesem Gesetz befreit, sollten aber dennoch ihre Social Media Kanäle auf Eigenverantwortung überprüfen. Mittlerweile wird an vielen Stellen bereits Kritik an diesem Gesetz laut. Viele sehen darin eine Einschränkung der Presse- und Meinungsfreiheit, oder gar

⁴⁶ Antwort von Facebook Deutschland auf User-Anfrage „Was macht Facebook gegen Hass-Posts?“, als Anzeige geschaltet in der Süddeutschen Zeitung, erschienen am 21. März 2018

⁴⁷ Nationale Studie „BRICKS - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech (Grimme Institut, Dezember 2015

Zensur. Schon früh nach in Kraft treten des Gesetzes Anfang 2018, traten Streitpunkte um gelöschte Inhalte auf: für die Unternehmen ist es natürlich einfacher pauschal, zum Beispiel mithilfe einer Blacklist, alle Beiträge die eventuell strafrechtliche Relevanz haben könnten, zu löschen, als im Einzelfall genau zu überprüfen, welche Aussagen zum Beispiel satirisch gemeint waren. Auch der Aspekt, dass „Betroffene“ in bestimmten Fällen Auskunft über die „Täter“ erhalten, und so miteinander in Kontakt treten können, ist kritisch zu betrachten. Auch die Unternehmen, die von dem Netzwerkdurchsetzungsgesetz betroffen sind, kritisieren, dass es nicht nur die Aufgabe der Unternehmen sei gegen Hate Speech und Fake News im Netz vorzugehen, sondern es sei ebenfalls die Aufgabe des Staates. Auch die Bußgelder stünden in keinem Verhältnis.

<i>By whom/Format – genre – elements</i>	Visual (video/memes/images)	Factbased	Text(comments, articles, guides, etc)	Music	Humour	Emotions(which emotions?)	Includes offline elements (workshops, seminars)
Organisations/foundations/associations(Adameu, Jan, Hannes)	DE-I4	DE-I4 DE-I2	DE-I4 DE-I2	-	-	Stunned/Speechless,worried /Afraid Angry	DE-I4
Instit. Funded by govern. Progr.	DE-I3	DE-I3	DE-I3				DE-I3
Public bodies (Uni?!)	-	-	-	-	-	Neutral/impartial, scientific	-
Online activists – Influencer (Younes,Mirko, Hannes, Lucas)	DE-A1 DE-A2	DE-A1 DE-A2 DE-I2 DE-E1	DE-A1 DE-A2 DE-I2 DE-E1	DE-A1	DE-E1 DE-A1 DE-A2	Stunned/Speechless,worried /Afraid, Angry	DE-A2 DE-A1
Media (Lisa,Jannis,Felicitita)		DE-M3 DE-M2 DE-M1	DE-M3 DE-M2 DE-M1		DE-M3 DE-M2 DE-M1	Stunned/Speechless,worried /Afraid Angry	DE-M2 DE-M1

Transnational (e.g. EC-funding) (No-HateSpeech)	DE-I1	DE-I1	DE-I1	-	-	Stunned/Speechless, worried / Afraid Angry	DE-I1
---	-------	-------	-------	---	---	---	-------

10. Gewonnene Erkenntnis

Es zeigt sich, dass es viele Formen und Wege gibt, Hate Speech zu begegnen. Dabei sollte man sich immer fragen: Wen genau will ich mit meiner Gegenrede erreichen? (Hater, Mitleser, Betroffene) und, was will ich erreichen (zurück zum Thema führen, widerlegen, überzeugen)? Auch in Deutschland gibt es mittlerweile schon einige gute Initiativen, die sich zum Teil sogar aus der Zivilgesellschaft gegründet haben. Zwischen den verschiedenen Akteuren bzw. Multiplikatoren herrscht eine relativ gute Vernetzung und ein reger Austausch, dank verschiedener gemeinsamer Netzwerke oder Dachorganisationen, wie dem No-Hate-Speech-Movement. Sie versuchen niederschwellige Angebote für die Zivilgesellschaft zu entwickeln und diese zu befähigen. Hier wurde in den vergangenen Jahren viel Aufklärungsarbeit betrieben, sodass das Bewusstsein für gewaltvolle Sprache und Hasskommentare gestiegen ist. Dennoch empfinden die befragten Akteure die Entwicklung in Deutschland als zu langsam.

„...der Unterschied ist, Hate Speech ist untrennbar von der Digitalisierung, weil ich in Sekundenschnelle etwas posten kann und die Geldgeberfunktion weggefallen ist und wir uns kulturell nicht arrangiert haben, wie können wir damit umgehen, dass jederzeit Kacke verbreitet werden kann. [...] Und damit müssen wir erstmal, unsere ganze Gesellschaft – weil wir ja zum Glück keine Zensur haben – muss man erstmal damit klarkommen.“ (DE-E1)

Zu lange wurde beobachtet; jetzt erst werden Erwachsene geschult und generell agiert man mehr reaktiv, denn präventiv. Technische Entwicklungen sollten häufiger als Chance wahrgenommen werden und zur Stärkung der demokratischen Mitgestaltung genutzt werden. Auch deshalb raten die Befragten verstärkt auch Kommentare zu löschen, die strafrechtliche Relevanz haben, klare Grenzen des Sagbaren zu benennen und auch nicht in Diskussionen einzusteigen, die von Beginn an destruktiv sind. Im Kontrast dazu stehen Ergebnisse eines ähnlichen europäischen Forschungsprojektes, BRICKS, aus dem Dezember 2015, welches angab, dass laut ihrer Befragung „das Löschen von Kommentaren oder das Ausschließen von Kommentatoren nur der letzte Ausweg im Umgang mit destruktiv werdenden Diskussionen sein sollte.“⁴⁸ Nach wie vor, wünschen sich besonders die Vertreter der Medienhäuser, einen regen Austausch und Diskussionen unter ihren Beiträgen, weshalb sie auch der Moderation der Kommentare bzw. dem Community-Management einen hohen Stellenwert zuschreiben. Humor und Ironie haben sich vor allem in der Stärkung der eigenen Community bewährt, da es den Usern hilft, mit dem Hass besser umzugehen. Als erfolgreiche Strategie um Hasskommentaren zu begegnen, hat sich dieser Ansatz jedoch nicht erwiesen. Insbesondere

⁴⁸ Nationale Studie „BRICKS - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech (Grimme Institut, Dezember 2015)

ist es für Medien wichtig, sachlich und faktenbasiert zu kommentieren und vor allem auch transparent zu sein, wenn es um das Löschen von Kommentaren geht. Sie stehen unter besonderer Beobachtung und müssen sich immer wieder dem Vorwurf der Zensur oder Bezeichnung als „System- und Lügenpresse“ stellen.

Grundsätzlich richten die Befragten ihren Fokus inzwischen weniger auf Hate Speech bzw. Hasskommentatoren, sondern wollen selbst mehr positive Akzente setzen.

„Also mein grundsätzlicher Gedanke ist, dass der Fokus auf Hate Speech eigentlich ein Falscher ist, weil wir uns damit immer auf die negativen Kommentare konzentrieren, anstatt auf die positiven, die auch da sind. Das ist ganz natürlich, das ist so eine menschliche Reaktion. ...] Und ich glaube das passiert uns hier in der Hate Speech Debatte auch, dass wir uns ganz viel damit beschäftigen und immer versuchen eine Antwort da drauf zu finden und eigentlich ist die Antwort nicht die Endgültige, aber ein Großteil davon schon, sich auf das Positive zu konzentrieren.“ (DE-M2)

Das kann zum einen dadurch erfolgen, dass positive Kommentare, die es durchaus auch gibt, mehr hervorgehoben werden, beziehungsweise man selbst mehr positive Botschaften verbreitet. Generell wünschen sich alle Befragten eine größere Themenvielfalt in der medialen Berichterstattung und gleichzeitig auch eine größere Vielfalt an Medienschaffenden. „Der beste Counter Speech ist, wenn wir eine größere Themenvielfalt endlich mal hätten.“ (DE-E1) Das bestätigt auch ein Vortrag der Bloggerin und Aktivistin Kübra Gümüşay, den sie unter anderem im Rahmen eines TedX-Talks, hielt. Darin schildert sie ihre eigenen Erfahrungen im Umgang mit Hate Speech im Internet. Sie habe sich selbst immer als eine „intellektuelle Putzfrau“ wahrgenommen, die hinter den Hätern herfegt, aufräumt, richtig stellt und gegenredet. Inzwischen ist auch sie von diesem Ansatz abgerückt, der durchaus sehr viel Zeit und Energie geraubt hat. Anstatt anderen hinter her zu räumen, macht sie sich dafür stark, Liebe genauso organisiert zu verbreiten, wie die Trolle es mit dem Hass im Internet schaffen. Der Haken ist nämlich: „Wenn mich etwas aufregt, teile ich es schnell, um es in meinem Sozialen Netzwerk zu verbreiten. Wenn ich etwas gut finde, dann finde ich es gut und mache nichts damit.“ (DE-E1) Deshalb setzen AktivistInnen zunehmend darauf eigene, positive Narrative zu setzen und auch in diesem Punkt eine Vorbildfunktion für ihre Community einzunehmen.

11. Abschließende Bemerkungen

Hate Speech, eine digitale Form der gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit, war und ist kein neues Phänomen und wird deshalb auch in Zukunft ein Thema bleiben, das bearbeitet werden muss.

Die Interviewten sind sich uneinig, ob Hate Speech, nach einem Höhepunkt mit der Debatte um die deutsche bzw. europäische Flüchtlingspolitik tendenziell eher abgenommen hat oder das Geschehen eventuell nur ein Stück weit selbstverständlicher geworden ist. Ob erste

Ansätze wie das Ignorieren von Hatern und Trollen oder das Ironisieren von besorgten Kommentaren, dazu beigetragen und noch Öl ins Feuer gekippt haben, ist nicht belegt. Dennoch raten fast alle Interviewten von diesen Ansätzen eher ab. Humorvolle, ironische Beiträge sind eher hilfreich, um die eigene Community zu stärken. Hasskommentare, Gerüchte, Falschmeldungen, Derailing und andere Formen von rechtspopulistischer Propaganda sollten jedoch nicht ignoriert werden. Ein sachlicher und faktenbasierter Umgangston muss, nach Meinung aller Befragten, die Regel im Alltag sein. Zudem sollten User beziehungsweise Communitymitglieder über die Strategien der Hater aufgeklärt werden. Dennoch bedarf es, seitens der Interviewpartner, Bedarf an weiteren Maßnahmen, um 'Hate Speech' zu bekämpfen.

„Wir haben halt unbesetzte Stellen in Deutschland. Da wird viel zu wenig dafür getan. Unbesetzte Stellen, auch wenn Know-How fehlt. Leute müssen da viel stärker drauf trainiert werden. Also Polizei müsste viel mehr trainieren. [...] An sich müsstest du mit einer Operation „kottzendes Einhorn“ in diese Nazi-Gruppen reingehen und die ganze Zeit nur Sachen posten, wie zum Beispiel: Guck, hier gibt es positive Beispiele über Geflüchtete. [...] warum nicht einfach mal kommunizieren, dass es auch was Positives bringt, weil irgendjemand muss halt deren Leute Rente noch zahlen.“ (DE-E1)

Zwar ist die Häufigkeit von Hate Speech sicher immer noch abhängig von Triggerevents (das können Terroranschläge, aber auch politische Debatten, wie etwa jene um die Bundestagswahl, sein), trotzdem erscheint der Hass nicht mehr so impulsiv und momentbezogen, sondern organisierter und zielgerichteter. Ob die Art bzw. der sprachliche Stil der Kommentare sich auch insgesamt gewandelt hat, lässt sich nicht mit Gewissheit sagen. Dennoch müssen Kommentatoren, seit Einführung und Durchsetzung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes, stärker darauf achten, wie sie sich ausdrücken, damit ihr Kommentar nicht direkt gelöscht wird. Allerdings geraten so auch Ironie und Sarkasmus, als Mittel Hate Speech zu begegnen, ins Visier von Löschungen. Zudem birgt das Gesetz die Gefahr, die Meinungsfreiheit zu gefährden, da im Zweifelsfalle eher zu viel denn zu wenig gelöscht würde, um als Plattformbetreiber Geldstrafen zu vermeiden. Auch einige der im Rahmen der vorliegenden Studie Befragten sehen das neue Gesetz sehr kritisch. Nicht nur wegen der Gefahr der Meinungszensur, sondern auch, weil es bereits rechtliche Grundlagen gäbe, die greifen könnten (Grundgesetz, Strafgesetzbuch). Bislang hat sich die Strafverfolgung jedoch als schwierig erwiesen. Um Nutzer zur Rechenschaft zu ziehen, muss man deren Identität kennen, die sich im Internet aber zum Teil verschleiern lässt. Für den personellen Aufwand stehen der Polizei jedoch nicht ausreichend Möglichkeiten zur Verfügung. Durch das NetzDG sind jetzt zumindest die Seitenbetreiber für das zeitnahe Löschen von strafbaren Inhalten verantwortlich.

Mit „respect!“ wurde eine erste „Meldestelle für Hetze im Internet“ aufgebaut. Es ist ein Projekt des Demokratiezentrum Baden-Württemberg und wurde Mitte 2017 ins Leben gerufen. Die MitarbeiterInnen, nur vier an der Zahl, geben auf Anfrage Einschätzungen bzw. Bewertungen der strafrechtlichen Relevanz von Hasskommentaren ab und erstatten mitunter auch Anzeige. Einer der im Rahmen der vorliegenden Studie Befragten macht einen ähnlichen Vorschlag: Er schlägt denn Ausbau einer Stelle vor, die ebenfalls nicht der Regierung

unterliegt, sondern der Judikativen. Dort sollten MitarbeiterInnen dann Meldungen und/der Anzeigen von Usern bearbeitet, IP-Adressen prüfen und den digitalen Raum kontrollieren. Kombiniert mit effektiven, hohen Geldstrafen, die gleichzeitig als Abschreckungsfaktor dienen, könnte zwar nicht den Hass, aber zumindest dessen lautstarke Präsenz eindämmen.

Eine Befragte sieht, im Gegensatz dazu, keine Not an Gesetze die regulieren, weil sie eben nichts an den Ursachen ändern, sondern wünscht sich präventive Gesetze, zum Beispiel solche, die Medienbildung fördern, bereits in der Grundschule ansetzen, aber auch Erwachsenen Zugänge bieten. Sie beobachtet in den Diskussionen in sozialen Netzwerken auch „wieder eine neue Kommunikationsform, über die wir so eine Spaltung überwinden.“ (DE-I3) Ein Anderer fragt sich, ob Plattformen wie Twitter, Facebook, YouTube und Co, der richtige Ort dafür sind. Er schätzt sie als nicht geeignet für sachliche politische Debatten ein und würde sich alternative Räume wünschen: „Warum muss denn das auf Facebook stattfinden? Wo das Geschäftsmodell ist, dass die Leute sich polarisieren und möglichst radikale, emotionale Meinungen rauskotzen.“ (DE-I2)

Die Interviewpartner würden sich wünschen, dass Technik so geschaffen beziehungsweise genutzt wird, dass sie die Demokratie stärkt und dass Menschen sie als etwas Positives, Bereicherndes erfahren (DE-I4), als Empowerment oder eine Möglichkeit für sich empfinden. (DE-I3) Dafür müssen sie allerdings einen (vernünftigen) Umgang damit lernen. Daher braucht es auch Zeit, bis sich die Regeln für die Kommunikation im Netz etablieren. Die grundlegenden Werte dafür muss man allerdings auch als Grundlage in der Offlinewelt vermitteln. Es gibt wenig mediale Vorbilder in Bezug auf Debattenkultur. Nicht nur, dass in Talkshows immer die gleichen Themen in ähnlicher Besetzung diskutiert werden, auch im Bundestag wird der Ton, unter anderem durch den Einzug der AfD, schärfer. Es fehlt nicht nur an guten Diskussionen oder vielfältigen Themen, auch die Repräsentanz von PolitikerInnen und JournalistInnen mit Migrationshintergrund (nur rund 8 Prozent der Abgeordneten im Deutschen Bundestag haben einen Migrationshintergrund⁴⁹, in den Redaktionen nur jede*r Fünfzigste⁵⁰) ist in Deutschland recht gering. Häufig wird die Debatte über bestimmte Themen nur über und nicht mit den Menschen, die sie betreffen, geführt. Deshalb setzen sich Organisationen wie die Neuen deutschen Medienmacher für mehr Vielfalt in der Medienlandschaft und der Berichterstattung ein. Auch die Mehrheit der Interviewpartner wünscht sich eine größere thematische und personelle Vielfalt in der öffentlichen Berichterstattung. „Das beste Counter Speech was man machen kann, ist, dass man halt nicht mehr über die Themen der Hate Speecher redet. Der beste Counter Speech ist, wenn wir eine größere Themenvielfalt endlich mal hätten.“(DE-E1) Es sollte außerdem auch Aufgabe der (öffentlich-rechtlichen) Medien sein, Stimmen, die für eine vielfältige Gesellschaft stehen, hörbar zu machen: „Ich glaub du gewinnst entweder mit einer Gegennarration. Weil wir noch kein Gegennarrativ entwickelt haben. Wie zum Beispiel „innere Sicherheit“ – muss eigentlich „soziale Sicherheit“ bedeuten und nicht Rassismus. Deswegen, solange wir kein eigenes Narrativ gegen die Polemik des Hate Speeches, des

⁴⁹ <https://mediendienst-integration.de/artikel/wie-viele-abgeordnete-haben-einen-migrationshintergrund-bundestag.html>

⁵⁰ <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Fehlende-Vielfalt-unter-Journalisten,zapp10358.html>

Rechtspopulismus entwickelt haben, müssen wir auf andere Themenfelder springen. Viel mehr über andere Themen sprechen.“ (DE-E1)

Außerdem ist es wichtig Werte zu vermitteln und zu verdeutlichen, warum demokratische Debatten und eine eigene Meinung wichtig sind. Wenn diese Werte in der ‚Offline-Welt‘ vermittelt werden können und akzeptiert sind, kann man sie auch im Netz adaptieren. Im direkten Miteinander, zum Beispiel in Workshopformaten, kann sowas beispielsweise transportiert werden. Damit sollte schon in Schulen begonnen werden, denn Kinder und Jugendliche sind meist noch nicht so gefestigt in ihrer Meinung und adaptieren bestimmte Dinge, die ihnen vorgelebt werden, ohne sie zu hinterfragen. Im Rahmen eines Fachtages zur Vielfalt in Kinder- und Jugendmedien, berichtete die Leiterin der Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland von einem interkulturellen Konflikt in einer Grundschule, in dem ein Mädchen äußerte, es wolle ja nicht hassen, aber es wüsste gar nicht wie. Häufig werden solche Einstellungen aus der Lebenswelt, die einen umgibt übernommen. Deshalb ist es wichtig, dass auch Zugänge für Erwachsene geschaffen werden. Es bedarf außerdem auch an Vorbildern in der Öffentlichkeit, in den Medien, in der Politik. Besonders letztere dürfen sich aber auch nicht vor der kommunikationstechnologischen Entwicklung verschließen. Denn auch im Netz wird der alltägliche politische Diskurs ausgetragen – und gefährdet. Außerdem sollten Unwahrheiten und hetzerische Beiträge nicht unkommentiert bleiben, um die Gefahr der Beeinflussung von Jugendlichen zu verringern.

Weiterhin kommt dem Community-Management ein sehr hoher Stellenwert zu. Es ist absolut notwendig, einen Blick auf die eigene Community zu haben. Wer sie selbst aufklärt und befähigt, gegen Hate Speech einzutreten, investiert gut: Starke Communities verteidigen „ihren Raum“ mit, treten Hatern entgegen und setzen sich für die Umgangsformen ein, die sie sich wünschen. Auch die Vernetzung innerhalb von Redaktionen und auch mit anderen Redaktionen oder Akteuren darüber hinaus, sollte verstärkt werden. Hier können Betroffene und Aktivisten Erfahrungen austauschen, aus denen sich gegebenenfalls neue Ansätze entwickeln lassen.