

Impressum

Herausgeber

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Departement Angewandte Psychologie
Pfingstweidstrasse 96
Postfach, CH-8037 Zürich
Telefon +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 84 39
info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie

Projektleitung

Prof. Dr. Daniel Süss
Gregor Waller MSc

Autorinnen und Autoren

Céline Külling, MA
Gregor Waller, MSc
Lilian Suter, MSc
Jael Bernath, MSc
Isabel Willemse, MSc
Prof. Dr. Daniel Süss

Kooperationspartner

Swisscom AG
Michael In Albon und Noëlle Schläfli

Partner in der französischen Schweiz

Dr. Patrick Amey und Merita Elezi
Université de Genève
Département de sociologie

Partner in der italienischen Schweiz

Dr. Eleonora Benecchi, Petra Mazzoni und Luca Calderara
Università della Svizzera italiana
Facoltà di comunicazione, cultura e società

Partner in Deutschland

Thomas Rathgeb
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

Zitationshinweis

Külling, C., Waller, G., Suter, L., Bernath, J., Willemse, I., & Süss, D. (2021). *JAMESfocus – Hassrede im Internet*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Inhalt

Vorwort / Dank	1
1 Einleitung	2
2 Ausgangslage und theoretischer Hintergrund	2
3 Methoden	7
3.1 Fragebogen	7
3.2 Statistische Analysen	8
4 Ergebnisse	9
4.1 Häufigkeit von Hasskommentaren	9
4.2 Diskriminierungsmerkmale von Hasskommentaren	9
4.3 Vermutete Motive für Hasskommentare	12
4.4 Einstellungen zu Hasskommentaren	13
4.5 Emotionale Reaktion auf Hasskommentare	14
5 Zusammenfassung und Diskussion	17
6 Tipps im Umgang mit Hassrede	20
7 Literatur	21

Vorwort / Dank

Bereits zum sechsten Mal wurde im Rahmen der JAMES-Studie im Frühling 2020 das Medien- und Freizeitverhalten von Jugendlichen in der Schweiz untersucht. In den Zwischenjahren der Hauptstudien werden mittels Sekundäranalysen jeweils einzelne Themenbereiche vertiefter betrachtet. Der vorliegende Bericht thematisiert das Thema Hassrede (Hate Speech) im Internet und untersucht, wie häufig Jugendliche sich online mit verschiedenen Formen von Hassrede konfrontiert sehen, welche Emotionen und Reaktionen diese bei ihnen auslösen und welche möglichen Beweggründe hinter diesen Kommentaren vermutet werden.

Ein JAMESfocus-Bericht ist 2021 bereits erschienen:

Informationsverhalten und psychisches Wohlbefinden in Krisenzeiten – Effekte des Corona-Shutdowns im Frühling 2020. Der Bericht fokussiert auf das Medienverhalten von Jugendlichen in dieser aussergewöhnlichen Lage. Ein besonderes Augenmerk war dabei auf das Informationsverhalten der Heranwachsenden gerichtet. Es wurde unter anderem ermittelt, wie oft und über welche Quellen sich Jugendliche über die Coronapandemie informiert haben. Des Weiteren wurde untersucht mit welchen Sorgen und Ängsten die Heranwachsenden in dieser Zeit konfrontiert waren, wie diese mit dem eigenen Informationsverhalten zusammenhängen könnten und welche Bewältigungsstrategien die Jugendlichen angewendet haben.

Zudem ist für dieses Jahr eine weitere Publikation im Rahmen der JAMESfocus-Reihe geplant:

10 Jahre JAMES-Studie. Ein Rückblick. In diesem Sonderbericht wird Rückschau auf das Jahrzehnt der JAMES-Studien gehalten. Wo gibt es Konstanten? Wo die grössten Veränderungen? Wie hat sich das Medien- und Freizeitverhalten von spezifischen Kohorten (z.B. 14-/15-Jährige) in den letzten 10 Jahren verändert? Auch werden zeitliche Veränderungen in Bezug auf Substichproben aufgezeigt: Haben Mädchen beim Gamen in den letzten 10 Jahren gegenüber Jungen aufgeholt? Sind Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Netzwerken immer jünger?

Ein grosser Dank geht an dieser Stelle an **Michael In Albon** und **Noëlle Schläfli** von Swisscom. Die langjährige, positive und unkomplizierte Zusammenarbeit schätzen wir enorm. Wir danken zudem **Nicolas Martel**, der uns bei der Literaturrecherche für den vorliegenden Bericht unterstützt hat. Ein herzliches Dankeschön auch an **Lea Stahel** für das kritisch-konstruktive Gegenlesen des Berichts.

Ein herzliches Dankeschön geht zudem an **Eleonora Benecchi**, **Deborah Barcella**, **Merita Elezi** und **Patrick Amey** für das Gegenlesen der italienischen und französischsprachigen Versionen dieses Berichts.

August 2021

Fachgruppe Medienpsychologie der ZHAW

1 Einleitung

Wir befinden uns mitten in einem Prozess der digitalen Transformation. Gesellschaftliche Kommunikationsstrukturen, Kommunikationsmittel und -inhalte sind starken Veränderungen unterworfen. Die Grenzen zwischen Kommunikatorinnen und Rezipienten verschwimmen fortlaufend. Die früher vorherrschende Form der einseitigen Kommunikation zwischen Medienakteuren und ihrem Publikum wird vermehrt zu einem zweiseitigen Austausch. In sozialen Netzwerken, aber auch in Kommentarspalten von etablierten publizistischen Medien, findet ein reger Austausch statt, dabei werden Kommunikationsflüsse grösstenteils durch Netzwerkeffekte und Algorithmen gelenkt. Dieser Prozess führt zu einer Vielzahl an neuen Kommunikationsformen, darunter auch solche, die kommunikationspolitische Fragen aufwerfen. Zwei Formen stehen dabei zurzeit besonders im Fokus:

- a) **Desinformation / Fake News:** Fake News bezeichnet die absichtliche Verbreitung von falschen oder irreführenden Behauptungen mit dem Zweck, Einstellungen und damit kognitive Prozesse der Rezipierenden zu manipulieren (Gelfert, 2018). Mit der Verbreitung von Fake News über digitale Kanäle wird versucht, (politische) Stimmungen oder Meinungen zu manipulieren, was auf lange Sicht zu einer negativen Veränderung des gesellschaftlichen Klimas führen kann. Auch geht mit Fake News häufig die Diffamierung und Beleidigung der Gegenseite einher, womit eine direkte Verbindung zu Hassrede besteht. Aspekte rund um Fake News und Desinformation bei Schweizer Jugendlichen wurden im Rahmen des JAMESfocus-Berichts 2019 bereits vertieft untersucht (Waller et al., 2019).
- b) **Hassrede / Hate Speech:** Hate Speech ist ein Kunstbegriff, der Ausdrücke des Hasses gegenüber bestimmten (Gruppen von) Menschen in bestimmten Kontexten umschreibt. Die Menschenwürde anderer wird dabei verletzt. Menschen oder Gruppen von Menschen werden beleidigt, böswillig verleumdet oder diffamiert (Howard, 2019). Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Instagram, Twitter etc.) oder Kommentarspalten in etablierten publizistischen Medien werden dabei als Plattformen zur Verbreitung von Hate Speech / Hassrede genutzt.

Die beiden Phänomene hängen oft zusammen. Sie «bilden ein **Tandem der Beeinflussung**, gefährlich, insbesondere im politisch-gesellschaftlichen Diskurs, fatal aber auch in allen anderen Bereichen, in denen Kommunikation als Grundlage einer funktionierenden Demokratie dient» (Hajok & Selg, 2018, S. 2). Die beiden Erscheinungen sind dabei nicht neu, sondern wurden – vor allem in Krisenzeiten – schon seit jeher als verbale Kampfmittel verwendet. Neu an den beiden Phänomenen ist, dass sie durch digitale Medien sehr niederschwellig von jeder Person eingesetzt werden können. Damit ist auch die Gefahr verbunden, dass jede Person jederzeit Opfer von Fake News oder Hate Speech werden kann (Waller et al., 2019).

Über die Verbreitung von Fake News und Hate Speech in der Schweiz gibt es nur wenige Daten. Basierend auf den Daten der JAMES-Studie von 2018 konnte aufgezeigt werden, dass in der Schweiz rund **zwei Fünftel** der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 12 und 19 Jahren in den letzten zwölf Monaten mit Fake News in Kontakt kamen (Waller et al., 2019). Bei Hasskommentaren ist die Datenlage unklarer, es lässt sich vermuten, dass die Kontakthäufigkeit dort viel höher ist. Der vorliegende Bericht fokussiert auf Hassrede und beantwortet dazu eine Reihe von aktuellen und relevanten Fragen.

2 Ausgangslage und theoretischer Hintergrund

Heutzutage ist es im Internet ein Leichtes, sich losgelöst von zeitlichen und örtlichen Beschränkungen auszutauschen. Trotz vieler positiver Aspekte bringt diese – zum Teil anonyme – Form der Kommunikation auch Nachteile mit sich. Da online das direkte Gegenüber im Gespräch fehlt und Fehlverhalten meist folgenlos bleibt, findet eine Enthemmung statt und es zeigen sich vermehrt auch negative Formen von Online-Kommunikation (Suler, 2005). Besonders die Kommentarspalten von sozialen Netzwerken, Videoplattformen oder Nachrichtenangeboten von etablierten Massenmedien

sind häufig kein Ort des gepflegten Austausches, sondern geprägt von verletzenden und diskriminierenden Äusserungen (Feierabend et al., 2020). In den letzten Jahren zeigt sich ein zunehmender Anstieg von Hassrede im Internet (Landesanstalt für Medien NRW, 2020) und auch wenn viele der Übergriffe strafrechtlich verfolgt werden könnten – beispielsweise aufgrund von Rassendiskriminierung, Ehr- oder Persönlichkeitsverletzung – so bleiben die meisten Vorfälle ungemeldet und ziehen keine Konsequenzen nach sich (Geschke et al., 2019; Stiftung gegen Rassismus und Antisemitismus [GRA], 2020). Dies unter anderem deshalb, weil die Hürden, den Rechtsweg einzuschlagen, zu hoch erscheinen. Es erweist sich zudem als schwierig, Hassrede im Internet zu kontrollieren und regulieren, da nur schon die schiere Menge eine Prüfung des Materials erschwert. Zudem kommt regelmässig der Vorwurf auf, dass durch das Löschen von Inhalten die Meinungsfreiheit eingeschränkt werde. Dies ist jedoch ein Fehlschluss, denn auch das Internet ist kein rechtsfreier Raum, in dem sich jeder nach eigenem Gutdünken verhalten kann (humanrights.ch, 2017). Beleidigungen, Diskriminierungen und Hass sollen sich nicht hinter der Meinungsfreiheit verstecken können, weshalb eine Reihe von Vorstössen und Kampagnen (z.B. stophatespeech.ch, netzcourage.ch, no-hate-speech.de) lanciert wurden, die aktiv etwas gegen den Hass unternehmen und wichtige Informations- und Sensibilisierungsarbeit leisten. Im Fokus steht dabei häufig ein Appell an die Zivilcourage, denn die Nutzenden sollen nicht nur umfangreich informiert und sensibilisiert werden, sondern auch aktiv mithelfen, dem Problem entgegenzutreten.

Auch wenn sich die Forschung zum Thema nach wie vor stark auf den angloamerikanischen Raum bezieht, so nimmt die Zahl der deutschsprachigen Studien laufend zu (Feierabend et al., 2020; Forschungsgruppe g/d/p, 2020; Geschke et al., 2019; GRA, 2020; Hermida, 2019; Landesanstalt für Medien NRW, 2020, Stahel, 2020). In den folgenden Kapiteln soll ein Überblick zum aktuellen Forschungsstand und den daraus abgeleiteten Fragestellungen gegeben werden.

Definition von Hassrede

Bis heute findet sich keine einheitliche Definition von Hassrede und es zeigen sich gewisse Überschneidungen mit anderen Formen von negativer Online-Kommunikation wie beispielsweise dem Cybermobbing. Im Gegensatz zu Cybermobbing stehen bei Hassrede häufiger ganze Gruppen im Fokus des Hasses. Beim Cybermobbing sind die Täterinnen und Täter zudem oftmals Personen, zu denen das Opfer persönlichen Kontakt hatte, was bei Hassrede weniger der Fall ist (Geschke et al., 2019). Inhaltlich sind Hasskommentare geprägt von Stereotypisierungen, bauen oft auf Fehlinformationen auf und verwenden eine «wir gegen die anderen»-Rhetorik. Zudem zeichnen sie sich durch eine herabwürdigende und beleidigende Sprache aus, die bis hin zu Gewaltaufforderungen geht (alliance F, 2021). Es ist dabei nicht immer einfach, Hassrede als solche zu erkennen, da sie sich gerne hinter Ironie und Humor zu verstecken versucht (Felling et al., 2019). Eine gängig verwendete Definition von Hassrede, die auch das Erkennen solcher vereinfacht, ist jene des Europarates, welche bereits 1997 ausformuliert wurde und nach wie vor breite Anwendung findet. Es wird dort in der Empfehlung Nummer 97 des Ministerkomitees festgehalten, dass unter Hassrede jegliche Ausdrucksformen gemeint sind:

«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.» (Europarat, 1997, S. 2)

Im vorliegenden Bericht wird auf dieses Verständnis Bezug genommen und zusammenfassend dann von Hassrede gesprochen, wenn Einzelpersonen oder Gruppen von Menschen aufgrund bestimmter Eigenschaften beleidigt, angegriffen oder diskriminiert und dadurch in ihrer Würde verletzt werden.

Erfahrungen mit Hassrede

Nachdem der Begriff der Hassrede erläutert wurde, stellt sich die Frage, wer in welchem Masse davon betroffen ist. Es ist schwer zu sagen, wie hoch der Anteil an Hassrede im Netz in der Schweiz ist, eine systematische Übersicht hierzu gibt es nicht. Es ist aber anzunehmen, dass besonders Personen, die viel Zeit im Internet verbringen und dabei oft in sozialen Netzwerken und auf anderen Onlineplattformen unterwegs sind, stärker mit Hasskommentaren konfrontiert werden. Dies lässt sich durch eine Reihe von Studien bestätigen, die zeigen, dass vor allem junge Internetnutzerinnen und -nutzer, die solche Nutzungstendenzen zeigen, häufiger Erfahrungen mit Hassrede im Internet machen (Forschungsgruppe g/d/p, 2020; Geschke et al., 2019; Landesanstalt für Medien NRW, 2020). Die genauen Zahlen variieren hier von Studie zu Studie.

In der bisher grössten Studie in Deutschland zu den Erfahrungen und Auswirkungen von Online-Hassrede (Geschke et al., 2019) gaben insgesamt 8% der über 7000 Internetnutzerinnen und -nutzer an, dass sie persönlich von Hassrede betroffen waren. Dabei sind jüngere Personen (18-24 Jahre) mit 17% am stärksten betroffen. Die Studie zeigt zudem auf, dass Männer tendenziell etwas stärker von Hassrede betroffen sind als Frauen. Ein Zehntel der Männer gab an, damit konfrontiert gewesen zu sein. Bei den Frauen waren es 6%. Dies könnte sich damit erklären lassen, dass Frauen – besonders in den älteren Bevölkerungsgruppen – das Internet tendenziell weniger nutzen und somit auch Hasskommentaren weniger stark ausgesetzt sind (Seifert et al., 2020).

Um ein Bild über das Vorkommen von Hassrede im Internet zeichnen zu können, ist aber nicht nur die eigene Betroffenheit, sondern auch die allgemeine Wahrnehmung von Hassrede aufschlussgebend. Hierzu liefert die forsa-Studie seit 2016 repräsentative Daten für Deutschland. Das Studienteam hält diesbezüglich fest, dass seit der ersten Erhebung ein Anstieg der wahrgenommenen Hassrede im Internet zu beobachten war, dass das Ausmass seit 2018 aber relativ stabil geblieben ist. 2020 gaben 73% der Befragten an, dass sie im Internet schon Hasskommentare gesehen haben. Kaum überraschend ist, dass auch diesbezüglich junge Nutzende (14-24-Jahre) mit 84% schon mehr Erfahrungen gemacht haben (Landesanstalt für Medien NRW, 2020). Die aktuelle JIM-Studie (Feierabend et al., 2020), die spezifisch das Medienverhalten von Jugendlichen untersucht, zeigt auf, dass mehr als die Hälfte (53%) der 12- bis 19-Jährigen im Zeitraum eines Monats in Kontakt mit Hassbotschaften kamen. Weitere 45% gaben an, mit extremen politischen Ansichten konfrontiert gewesen zu sein und 37% nahmen beleidigende Kommentare wahr. Vergleichbare Studien in der Schweiz gibt es kaum, es sei jedoch an dieser Stelle auf die neuste EU Kids Online Schweiz Studie (Hermida, 2019) hinzuweisen. Gemäss dieser Befragung von über 1000 Schülerinnen und Schülern haben 21% der befragten 11- bis 16-Jährigen schon Hasskommentare bzw. -nachrichten gesehen und 24% wurden schon selbst diskriminiert. In dieser Altersgruppe nahmen Mädchen (25%) solche Inhalte etwas häufiger wahr als Knaben (16%), was den bisherigen Resultaten mit älteren Zielgruppen widerspricht. Es könnte allenfalls sein, dass es bei anderen Studien eine Konfundierung des Geschlechts mit dem Alter gab. Wie zuvor bereits angesprochen, nutzen besonders ältere Frauen das Internet weniger häufig als Männer, was allenfalls zu den Unterschieden zwischen den Geschlechtern beigetragen hat (Seifert et al., 2020). In dieser jüngeren Zielgruppe gibt es kaum Unterschiede in der Nutzungshäufigkeit, weshalb hier die Effekte anders ausfallen. Bei dieser sehr jungen Zielgruppe sind es dann zudem vor allem die ältesten (15-16 Jahre), die hier mit rund 29% vermehrt solche Inhalte wahrgenommen haben.

Vor diesem Hintergrund lässt sich für den vorliegenden Bericht folgende Forschungsfrage ableiten:

Forschungsfrage A: Wie häufig treffen Schweizer Jugendliche auf Hasskommentare im Internet?

Diskriminierungsmerkmale von Hassrede

Wie zuvor aufgezeigt wurde, unterscheiden sich die Erfahrungen mit Hassbotschaften im Internet von Person zu Person. Festgehalten werden kann, dass über alle Studien hinweg mehr Personen Online-

Hassrede wahrgenommen haben, als selbst davon betroffen gewesen zu sein. Doch an wen richten sich diese Botschaften? Silva et al. (2016) untersuchten zu diesem Zweck über eine Milliarde Twitter-Tweets und kategorisierten diese nach unterschiedlichen Hassbotschaften. Es zeigt sich, dass die Herkunft das meistverbreitete Diskriminierungsmerkmal von Hassrede auf Twitter darstellt. Über 48 % der identifizierten Hasskommentare bezogen sich auf die Herkunft. An zweiter Stelle folgten mit 37 % Aussagen zum Verhalten (z.B. Unsicherheit oder Sensibilität) von Personen und an Dritter mit 3 % das Aussehen. Wie Reichelmann et al. (2020) zudem aufzeigen, spielt auch das Untersuchungsland eine Rolle, wenn es um die Wahrnehmungen von Hassbotschaften geht. So werden beispielsweise in Finnland am häufigsten Merkmale wie die eigene Nationalität oder der Immigrationsstatus als Grund für Diskriminierungen wahrgenommen, während es in den USA und in Grossbritannien in den Hassbotschaften am ehesten um die Hautfarbe/Ethnizität der Personen geht. In Spanien wiederum liegt der Fokus mehr auf der sexuellen Orientierung oder Geschlechtsidentität von Personen. In Deutschland zeichnet sich wiederum ein etwas anderes Bild. Auf die Frage, gegen wen sich Hasskommentare im Internet richten, gaben jeweils über 90 % an, dass Menschen mit Migrationshintergrund, Politiker*innen, Muslim*innen, geflüchtete Menschen oder politisch Andersdenkende besonders betroffen seien. Aber auch Kommentare gegen Frauen (88 %), Menschen, die nicht dem Schönheitsideal entsprechen (88 %), homosexuelle (87 %) oder transsexuelle (80 %) Personen werden oft wahrgenommen (Geschke et al., 2019). Wie aber alle drei Studien zeigen, sind besonders Personengruppen betroffen, die auch im realen Leben um ihre Rechte in der Gesellschaft zu kämpfen haben. Es stellt sich die Frage, ob sich in der Schweiz ein ähnliches Bild abzeichnet. Im Rahmen der EU Kids Online Schweiz Studie (Hermida, 2019) wurden Jugendliche, die bereits direkt persönliche Hasskommentare erhalten haben, danach gefragt, was aus ihrer Sicht Gründe für diese Nachrichten waren. Jeweils ein Drittel der Befragten gab an, dass sie diese aufgrund ihrer Nationalität oder Religion erhalten haben. Auch die Herkunft (22 %), das Aussehen (22 %) sowie die Sprache (19 %) wurden als mögliche Gründe genannt. Es zeigen sich also teilweise Überschneidungen mit den anderen Studien. Jedoch basieren die Aussagen auf einer sehr geringen Zahl von betroffenen Jugendlichen und weitere Daten bezüglich häufigen Diskriminierungsmerkmalen von Hassrede im Internet fehlen noch. Daher soll in der vorliegenden Studie folgender Frage nachgegangen werden:

Forschungsfrage B: Welche Diskriminierungsmerkmale nehmen Schweizer Jugendliche in Hasskommentaren im Internet am meisten wahr?

Motive für Hassrede

Was bewegt Menschen dazu, online Hass zu verbreiten? Zu den Motiven von Täterinnen und Täter gibt es vor allem im deutschsprachigen Raum kaum Studien. Es gestaltet sich schwierig, einen direkten Zugang zu den Verbreitenden zu finden und sie nach ihren Beweggründen zu fragen, da sie online häufig anonym agieren und es sich zudem um eine Minderheit der Nutzenden handelt. Wie Kreißel et al. (2018) verdeutlichen, sind es beispielsweise lediglich 5 % der Nutzerinnen und Nutzer auf Facebook, die für rund 50 % der zustimmenden Likes auf Hasskommentare verantwortlich sind. Es gibt aber vereinzelte Studien, die mögliche Gründe für das Verhalten der Täterinnen und Täter liefern. So können beispielsweise Persönlichkeitsmerkmale wie Sadismus oder (subklinische) Psychopathie mit dem asozialen Onlineverhalten des «trollen» (bewusstes Stören und Provozieren) in Verbindung gebracht werden (Buckels et al., 2014). Auch das eigene Vertrauen in öffentliche Institutionen oder die Politik scheinen mit der Tendenz online Hass zu verbreiten zusammenzuhängen. Junge Erwachsene, die diesbezüglich ein geringes Vertrauen zeigen, scheinen eher Verursacher von Online-Hassrede zu sein (Blaya & Audrin, 2019). Ähnlich wie bei Cybermobbing-Fällen ist zudem zu beobachten, dass frühere Betroffene selbst zu Täterinnen oder Täter werden. Dies könnte gemäss Blaya und Audrin (2019) unter anderem damit erklärt werden, dass die Betroffenen von einer Peergroup umgeben sind, die dieses Verhalten gutheisst und sie sich anpassen, um akzeptiert zu werden. Rein schon die Wahrnehmung, dass das Verhalten als akzeptiert gilt, kann zu einer Nachahmung führen. Einen weiteren möglichen Grund für die Verbreitung von Hassrede im Internet sieht Quent (2018) in der «Furcht vor echter Gleichberechtigung» (S. 49). Er argumentiert, dass «Menschen, die mit nationalistischem, geschlechts-

bezogenem oder rassistisch-gerechtfertigtem Anspruchsdenken sozialisiert wurden, ... sich in globalen sozialen Medien in widersprüchlichen Situationen [wiederfinden]» (S. 49). Sie befänden sich in der erstmaligen Situation, dass sie sich direkt mit – aus ihrer Sicht untergeordneten Personengruppen – konfrontiert sehen und deren Möglichkeiten, sich online auszudrücken, wahrnehmen. Aus Angst den eigenen Status zu verlieren, könne auf Hassrede zurückgegriffen werden, um sich einerseits von «den anderen» abzugrenzen und sie andererseits einzuschüchtern oder ganz von den Plattformen zu vertreiben (Quent, 2018).

Auch im vorliegenden Bericht soll den möglichen Motiven von Hassrede mit folgender Frage nachgegangen werden:

Forschungsfrage C: Welche Motive vermuten Schweizer Jugendliche hinter Hasskommentaren im Internet?

Folgen von Hassrede

Hassrede im Internet zieht sowohl Folgen für die Betroffenen als auch für die Gesellschaft als Ganzes nach sich und kann eine Reihe verschiedener Reaktionen auslösen. Besonders für direkt betroffene Personen sind die Kommentare verstörend und belastend. Wie Geschke et al. (2019) verdeutlichen, hat die Konfrontation mit Hasskommentaren im Internet sowohl physische als auch psychische Folgen. Ein Drittel der Betroffenen gab an, emotionalen Stress wie Abgeschlagenheit oder Lustlosigkeit erlebt zu haben. Auch Angst oder Unruhe (27%), Rufschädigung (26%), Probleme mit dem Selbstbild (24%) oder Depressionen (19%) kamen vor. Körperliche Beschwerden wie Kopfschmerzen oder Übelkeit empfanden rund 18% der Befragten. Wie in vorherigen Kapiteln aufgezeigt wurde, sind besonders junge Personen stärker mit Hassmeldungen konfrontiert. Es verwundert daher nicht, dass sie auch häufiger von negativen Folgen berichten. Knapp die Hälfte der unter 25-Jährigen hat durch Erfahrungen mit Online-Hassrede emotionalen Stress erlebt und mehr als ein Drittel berichtet von Angst und Unruhe. Obwohl Frauen etwas weniger von Hassrede betroffen waren, berichteten sie eher über negative Effekte als Männer (Geschke et al., 2019). Dies könnte allenfalls damit zusammenhängen, dass Frauen eher dazu sozialisiert werden, über ihr Empfinden zu sprechen und dadurch diesbezüglich eine sensibilisierte Wahrnehmung haben (Costello et al., 2019; Stahel & Schoen, 2020).

Hasskommentare haben aber nicht nur Auswirkungen auf Personen, die persönliche Erfahrungen damit gemacht haben, sondern lösen auch bei jenen, die sie nur beobachten, verschiedene Reaktionen aus. Wie Reichelmann et al. (2020) aufzeigen, gibt es hierbei leichte Unterschiede je nach Untersuchungsland. Die Befragung von jungen Erwachsenen in Finnland, Frankreich, Polen, Spanien, der UK und den USA zeigt, dass Hasskommentare insgesamt am häufigsten Gefühle der Wut (65%), Trauer (65%) oder Scham (51%) auslösen. In Finnland, Polen und den USA wurde dabei die Trauer an erster Stelle genannt, in der UK, Frankreich und Spanien hingegen eher die Wut. Festzuhalten ist ebenfalls, dass in wenigen Fällen auch positive Gefühle wie Stolz ausgelöst werden. Dies war bei 17% aller Befragten der Fall, in den USA waren es mit 21% sogar etwas mehr. In Deutschland zeigt die aktuelle forsa-Studie (Landesanstalt für Medien NRW, 2020), dass die Mehrheit (93%) der Befragten Hasskommentare als feige empfinden. Auch hier werden zudem 73% wütend und 68% sehen es als Zeitverschwendung, sich mit Hasskommentaren zu beschäftigen. Rund ein Drittel fühlt sich durch Hasskommentare verängstigt. Für die Schweiz liegen diesbezüglich keine Daten vor, weshalb abschliessend folgende Fragen näher untersucht werden sollen:

Forschungsfrage D: Welche Einstellungen haben Schweizer Jugendliche gegenüber Hasskommentaren im Internet?

Forschungsfrage E: Welche emotionalen Reaktionen zeigen Schweizer Jugendliche gegenüber Hasskommentaren im Internet?

3 Methoden

Die Daten für den vorliegenden Bericht basieren auf der JAMES-Studie 2020, deren Datenerhebung zwischen Mai und Juni 2020 stattfand. Aufgrund der damals geltenden pandemiebedingten Massnahmen waren die Schulen in der Schweiz zum Teil geschlossen, so dass die Befragung mittels Onlinefragebogen und – anders als in den Vorjahren – nicht vor Ort während einer Schulstunde erfolgte.

In den Auswertungen werden die Antworten von 953 Jugendlichen aus der deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Schweiz berücksichtigt. Die befragten Jugendlichen sind zwischen 12 und 19 Jahre alt. Die Stichprobe besteht aus 537 Mädchen (56%) und 416 Knaben (44%). In den Analysen wurde die disproportionale Verteilung der Merkmale Alter und Sprachregion in der Stichprobe durch eine Gewichtung ausgeglichen, so dass Strukturgleichheit zur jugendlichen Population besteht. Die Repräsentativität der Stichprobe ist hinsichtlich des Geschlechts leicht eingeschränkt. Eine detaillierte Beschreibung der Stichprobe und des methodischen Vorgehens findet sich im Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2020 (Bernath et al., 2020).

Ein Teil der Fragen zu Hasskommentaren wurde nur denjenigen Jugendlichen präsentiert, die zumindest selten Hasskommentare sehen. Die zugrundeliegende Stichprobengrösse für diese Fragen beträgt $N_{\text{hate}} = 800$. In den entsprechenden Grafiken wird die effektive Teilstichprobengrösse mit N_{hate} angegeben. Diese hat oft einen tieferen Wert als 800, da einzelne Jugendliche die jeweiligen Fragen nicht beantworteten.

3.1 Fragebogen

In diesem Teilkapitel wird lediglich auf den Befragungsteil zum Thema der Hasskommentare genauer eingegangen. Für die Bildung von Teilstichproben (Altersgruppen, Urbanitätsgrad, sozioökonomischer Status etc.) verweisen wir auf den Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2020 (Bernath et al., 2020).

Die Frage nach der Häufigkeit, mit der Jugendliche online Hasskommentare sehen (Fragestellung A), wurde in Anlehnung an die forsa-Studie 2019 zu Hasskommentaren (Landesanstalt für Medien NRW, 2019) formuliert. Dabei wurde jedoch das Antwortformat gewählt, das bei Fragen zu Häufigkeiten im JAMES-Fragebogen üblich ist. Wurde angegeben, dass man nie Hasskommentare online sehe oder nicht wisse, was Hasskommentare sind, wurden keine weiteren Fragen zum Thema Hasskommentare gestellt. Die Folgefragen wurden somit nur denjenigen präsentiert, die zumindest selten auf Hasskommentare im Internet treffen.

Hinsichtlich der Frage nach den Diskriminierungsmerkmalen (Fragestellung B) wurde eine passende deutsche Formulierung der Frage aus Reichelmann et al. (2020) abgeleitet. Für die Frage nach den möglichen Motiven hinter Hasskommentaren (Fragestellung C) wurde vom ZHAW-Forschungsteam eine eigene Frage sowie Antwortoptionen entwickelt. Die Aussagen zu den Einstellungen gegenüber Hasskommentaren (Fragestellung D) basieren mehrheitlich auf der forsa-Studie 2019 (Landesanstalt für Medien NRW, 2019). Die Aussagen zu den emotionalen Reaktionen (Fragestellung E) sind sowohl durch die forsa-Studie 2019 (Landesanstalt für Medien NRW, 2019) als auch durch die Studie von Reichelmann et al. (2020) inspiriert. Die Aussagen zu den Fragestellungen D und E wurden im Fragebogen im gleichen Block präsentiert.

Insgesamt waren somit vier Frageblöcke zu Hasskommentaren im Fragebogen enthalten. Diese waren nach den üblichen Fragen zur Mediennutzung und vor den Fragen zur Corona-Situation (vgl. JAMESfocus-Bericht von Bernath et al., 2021) platziert.

3.2 Statistische Analysen

Alle Berechnungen erfolgten unter Berücksichtigung des komplexen Stichprobendesigns mit dem Statistikprogramm R.

Deskriptive Analyse der vier Frageblöcke zu Hassrede

Um die Forschungsfragen A bis E zu beantworten, wurden die Daten deskriptiv ausgewertet und grafisch dargestellt. Für die verschiedenen Variablen wurden eine Reihe von A-posteriori-Vergleichen durchgeführt, um mögliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Subgruppen aufzuzeigen (z. B. Geschlecht, Altersgruppen, Landesteile). Bei Mehrgruppenvergleichen bedeutet ein signifikantes Resultat, dass mindestens zwischen zwei Gruppen ein signifikanter Unterschied besteht. In den Grafiken sind signifikante Unterschiede wie folgt gekennzeichnet:

Bezeichnung	Symbol	<i>r</i> -Klassifikation nach Gignac & Szodorai (2016)
kleiner Effekt	●○○	$0,10 \leq r < 0,20$
mittlerer Effekt	●●○	$0,20 \leq r < 0,30$
grosser Effekt	●●●	$r \geq 0,30$

Da es sich dabei um ein nicht hypothesengeleitetes und somit exploratives Vorgehen handelt, sind die Befunde mit Bedacht zu interpretieren. In der JAMES-Studie 2020 (Bernath et al., 2020) wird das statistische Vorgehen detailliert beschrieben.

4 Ergebnisse

In den folgenden Kapiteln werden die Ergebnisse zu den vorgestellten Fragestellungen dargelegt. Es gilt hier nochmals zu erwähnen, dass nicht alle Fragen zu den Hasskommentaren allen Jugendlichen der JAMES-Befragung vorgelegt wurden, sondern nur jenen, die zumindest selten Hasskommentare gesehen haben (n=800). Zudem haben nicht alle Jugendlichen auf alle Fragen eine Antwort gegeben, weshalb die Stichprobe teilweise variiert. Die Repräsentativität der Stichprobe ist daher leicht eingeschränkt.

4.1 Häufigkeit von Hasskommentaren

Wie häufig treffen Jugendliche in der Schweiz überhaupt auf Hasskommentare im Netz? Dazu ist keine allgemeingültige Aussage möglich, da die Kontakthäufigkeit mit Hasskommentaren unter den Befragten stark variiert. So treffen rund 12 % der Heranwachsenden *mehrmals täglich* auf Hasskommentare. 16 % tun dies *täglich*, 20 % *mehrmals pro Woche*. Insgesamt sind es also **48 %, die mindestens mehrmals pro Woche auf das Phänomen stossen**. 13 % sind *einmal pro Woche* damit konfrontiert. 6 % treffen *einmal in 14 Tagen*, 5 % *einmal im Monat* auf Hasskommentare. 15 % tun dies *seltener* und 12 % treffen *nie* auf Hasskommentare. 1 % der Befragten wusste nicht, was Hasskommentare im Internet sind. Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass **rund die Hälfte der Jugendlichen regelmässig im Alltag dem Phänomen begegnet. Rund ein Viertel trifft ab und zu darauf und das letzte Viertel selten bis nie**.

Je **älter** die Jugendlichen sind, desto häufiger gelangen sie in Kontakt mit Hassrede. Sind es bei den 12- bis 13-Jährigen 32 %, die regelmässig (mindestens mehrmals pro Woche) darauf stossen, so steigt der Anteil bei den 14- bis 15-Jährigen auf 46 %, bei den 16- bis 17-Jährigen auf 54 % und bei den 18- bis 19-Jährigen auf 53 % (mittelgrosser Effekt). **Mädchen** (53 %) stossen häufiger regelmässig auf die Erscheinung als **Knaben** (41 %, kleiner Effekt). Jugendliche aus der **Deutschschweiz** (47 %) und Jugendliche aus der **Romandie** (52 %) sind häufiger damit konfrontiert als Gleichaltrige im **Tessin** (39 %, kleiner Effekt). Keine statistisch signifikanten Effekte sind in Bezug auf **Herkunft, Wohnort, sozioökonomischen Status (SoS)** oder **Schultyp** auszumachen.

4.2 Diskriminierungsmerkmale von Hasskommentaren

Jugendliche, die bereits einmal mit Hasskommentaren in Kontakt kamen, durften angeben, aufgrund welcher Eigenschaften Gruppen oder Einzelpersonen online beleidigt oder diskriminiert werden. Mehrfachantworten waren dabei möglich.

Knapp drei Viertel der befragten Jugendlichen geben an, dass Personen aufgrund ihres Aussehens beleidigt oder diskriminiert werden. Sexuelle Orientierung sowie Herkunft oder Hautfarbe wurden von jeweils etwa der Hälfte der Befragten als Diskriminierungsmerkmale wahrgenommen (siehe Abbildung 1). Dass die Nationalität von Einzelpersonen oder Gruppen online zu einem Diskriminierungsmerkmal wird, tun 44 % der Jugendlichen kund. Auch Eigenschaften wie das Geschlecht / die Geschlechtsidentität, eine Behinderung oder Krankheit, politische Ansichten oder religiöse Überzeugungen / der Glaube stellen aus Sicht jeweils eines Drittels der Jugendlichen Basis für Beleidigungen und Diskriminierung dar.

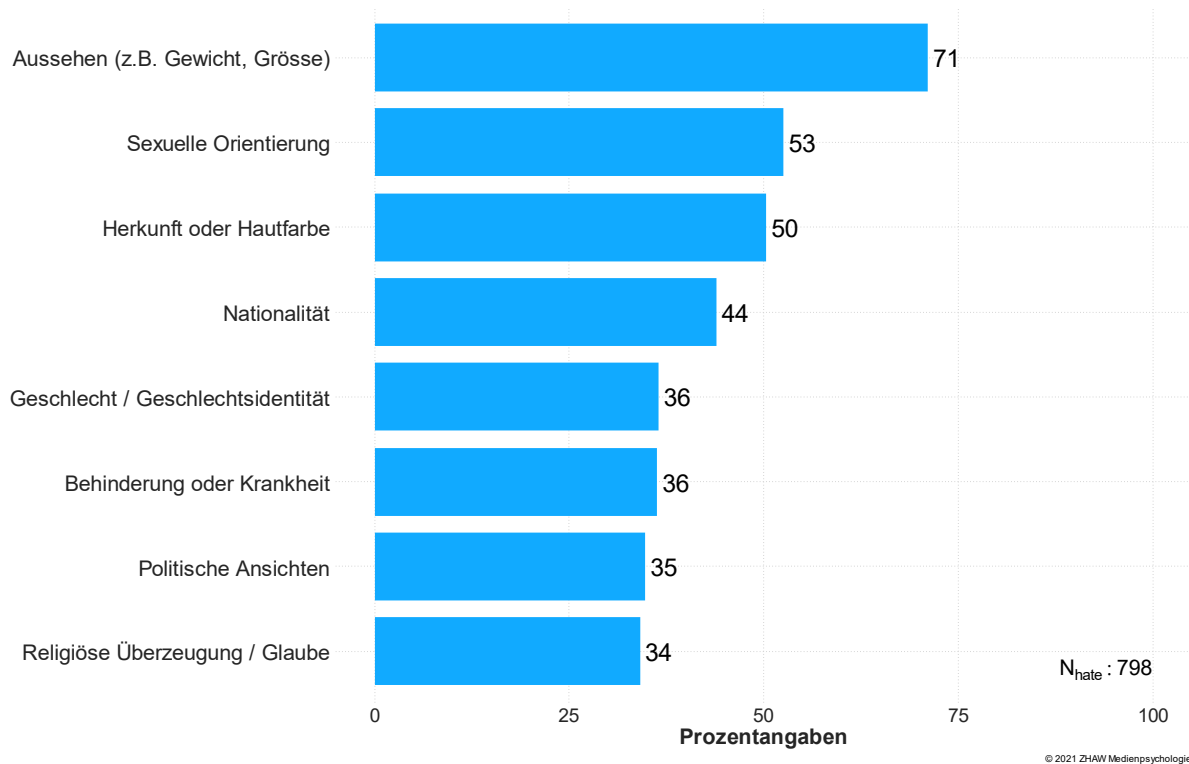


Abbildung 1: Wahrgenommene Diskriminierungsmerkmale

Die Wahrnehmung der verschiedenen Diskriminierungsmerkmale unterscheidet sich je nach **Alter** der Jugendlichen. Die 12-/13-Jährigen nehmen tendenziell weniger Diskriminierungsmerkmale wahr als ältere Jugendliche (siehe Abbildung 2). Diskriminierungen in Bezug auf die sexuelle Orientierung, die Nationalität sowie politische Ansichten werden am stärksten von den 18-/19-Jährigen beobachtet, während es bei Aspekten wie dem Geschlecht / der Geschlechtsidentität sowie religiösen Überzeugungen eher die 16-/17-Jährigen sind.

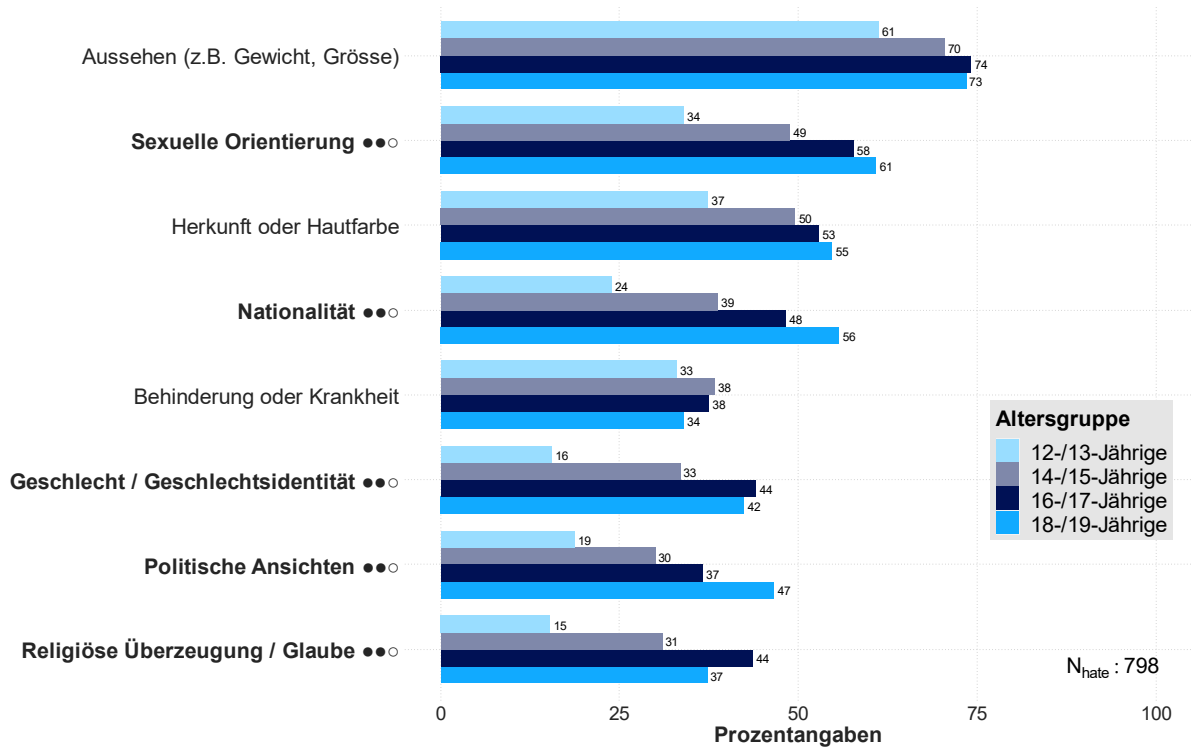


Abbildung 2: Wahrgenommene Diskriminierungsmerkmale nach Altersgruppe

Je nach **Geschlecht** gibt es unterschiedliche Einschätzungen in Bezug auf die Diskriminierungsmerkmale von Hassrede. Mädchen beobachten über alle signifikanten Merkmale hinweg mehr Diskriminierungsarten als Knaben (siehe Abbildung 3). Es gibt kleine Effekte bei Diskriminierungen aufgrund der sexuellen Orientierung, der Herkunft oder Hautfarbe sowie einer Behinderung oder Krankheit und einen mittleren Effekt in Bezug auf den Aspekt des Aussehens.

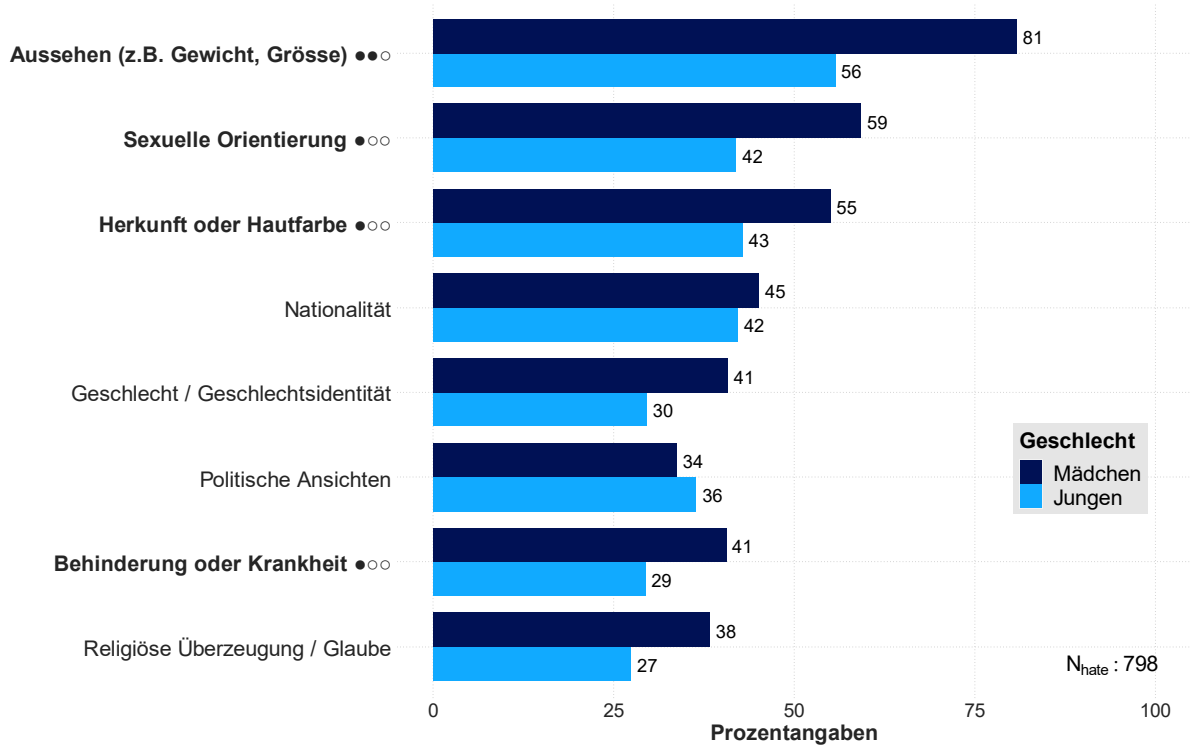


Abbildung 3: Wahrgenommene Diskriminierungsmerkmale nach Geschlecht

Auch in Bezug auf die **Landesteile** zeigen sich Unterschiede. Jugendliche aus der Romandie (60%) nehmen häufiger Diskriminierungen in Bezug auf die Herkunft oder Hautfarbe wahr, als Jugendliche aus dem Tessin (57%) oder der Deutschschweiz (45%, kleiner Effekt).

Die von den Jugendlichen beobachteten Diskriminierungsmerkmale unterscheiden sich je nach **Schultyp** der Befragten. Jugendliche, die eine Sekundarschule besuchen, geben signifikant häufiger (42%) an, dass Personen aufgrund ihres Geschlechts bzw. ihrer Geschlechtsidentität beleidigt oder diskriminiert werden, als dies Schülerinnen und Schüler des Untergymnasiums (22%) oder der Realschule (18%) tun. Jugendliche, die ein Untergymnasium (36%) besuchen, geben dafür eher an, dass Personen aufgrund ihrer politischen Ansichten diskriminiert werden, als dies Sekundar- (25%) oder Realschülerinnen und -schüler (10%) angeben. In beiden Fällen handelt es sich um mittlere Effekte.

In Bezug auf den **sozioökonomischen Status** zeigt sich ein kleiner Effekt. So geben Jugendliche aus Familien mit tiefem SoS (45%) eher an, dass Personen aufgrund von religiösen Überzeugungen/Glaube beleidigt oder diskriminiert werden, als Gleichaltrige mit höherem sozioökonomischem Hintergrund (mittel: 31%, hoch: 34%).

Keine statistisch signifikanten Effekte zeigen sich hinsichtlich der **Herkunft** und des **Wohnorts** der Jugendlichen.

4.3 Vermutete Motive für Hasskommentare

Gefragt nach den Motiven hinter Hasskommentaren gab es unter den Jugendlichen ein klares Bild. 93% stimmten eher zu oder zu, dass damit *andere provoziert* werden sollen. Danach folgen Gründe wie andere *verletzen / beleidigen* (92%), *Frustration* (85%), *Machtausübung* (81%), *Wut* (76%), *Langeweile* (76%), das Verbreiten einer *Ideologie* (62%) oder *sich bedroht fühlen* (57%, siehe Abbildung 4).

Personen verfassen Hasskommentare...

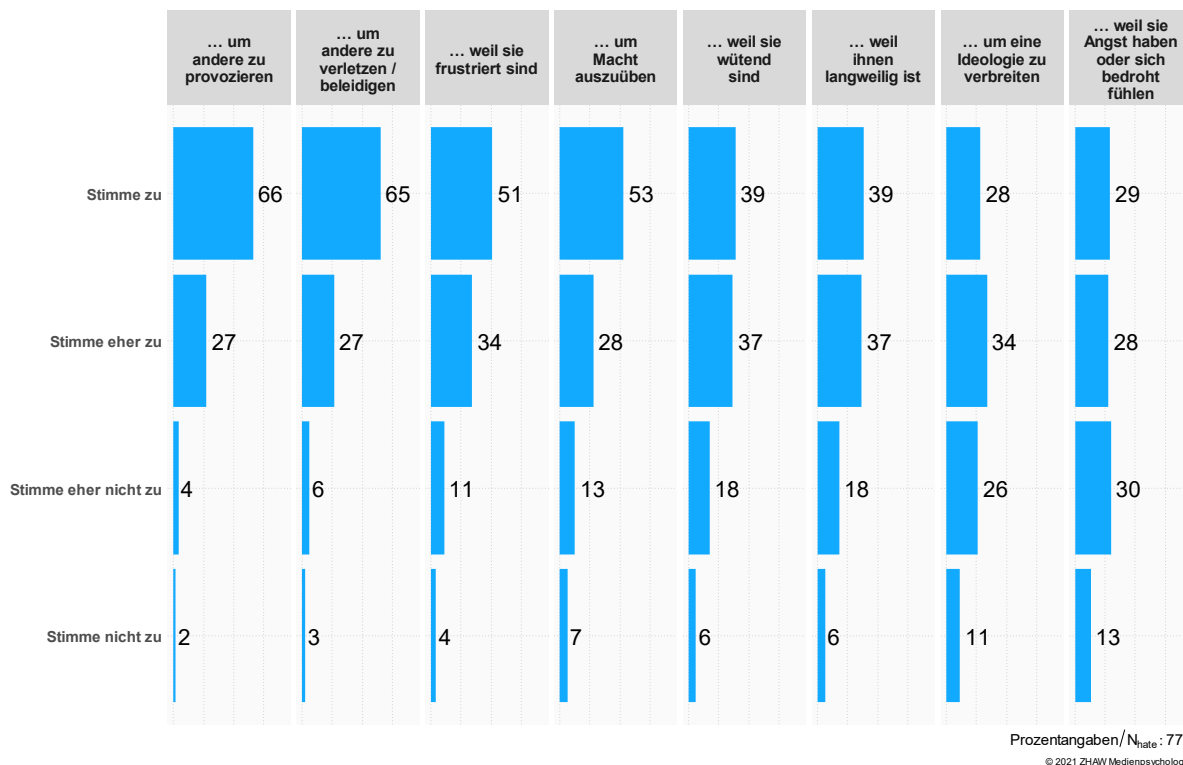


Abbildung 4: Motive für Hasskommentare

Für die Jugendlichen liegen die Hauptgründe für Hasskommentare also vor allem in *Provokation, Beleidigung / Verletzung, Frustration* und *Machtausübung*. **Mädchen** sehen im *Beleidigen / Verletzen* häufiger einen Grund (95%) als **Knaben** (86%, kleiner Effekt). Ähnlich bei der *Ausübung von Macht*: diesem Aspekt stimmen Mädchen (86%) ebenfalls häufiger zu als Knaben (72% kleiner Effekt). Jugendliche aus der **Romandie** (88%) sehen in der *Ausübung von Macht* häufiger eine Ursache von Hasskommentaren als Gleichaltrige in der **Deutschschweiz** (78%) oder im **Tessin** (73%, kleiner Effekt). Demgegenüber vermuten Jugendliche aus dem Tessin (89%) häufiger *Wut* als Grund als Jugendliche aus der Deutschschweiz (81%) oder der Romandie (64%, mittlerer Effekt). *Angst haben / sich bedroht fühlen* schätzen Heranwachsende aus dem Tessin (72%) häufiger als Motiv für Hasskommentare ein, als Jugendliche aus der Romandie (66%) oder Deutschschweiz (52%, kleiner Effekt).

In Bezug auf das **Alter**, die **Herkunft**, den **Schultyp**, den **SoS** und den **Wohnort** lassen sich keine signifikanten Unterschiede berichten.

4.4 Einstellungen zu Hasskommentaren

Die befragten Jugendlichen bewerteten verschiedene Aussagen, die Einstellungen zu Hasskommentaren abbilden.

Fast alle Jugendlichen (94%) erachten anonyme Hasskommentare als feige (vgl. Abbildung 5). Zudem geben über vier Fünftel an, dass die Beschäftigung mit Hasskommentaren Zeitverschwendung sei. Knapp ein Drittel bringt für manche Hasskommentare Verständnis auf. Je rund ein Fünftel findet Hasskommentare interessant oder unterhaltsam. Die Mehrheit ist diesbezüglich somit anderer Meinung.

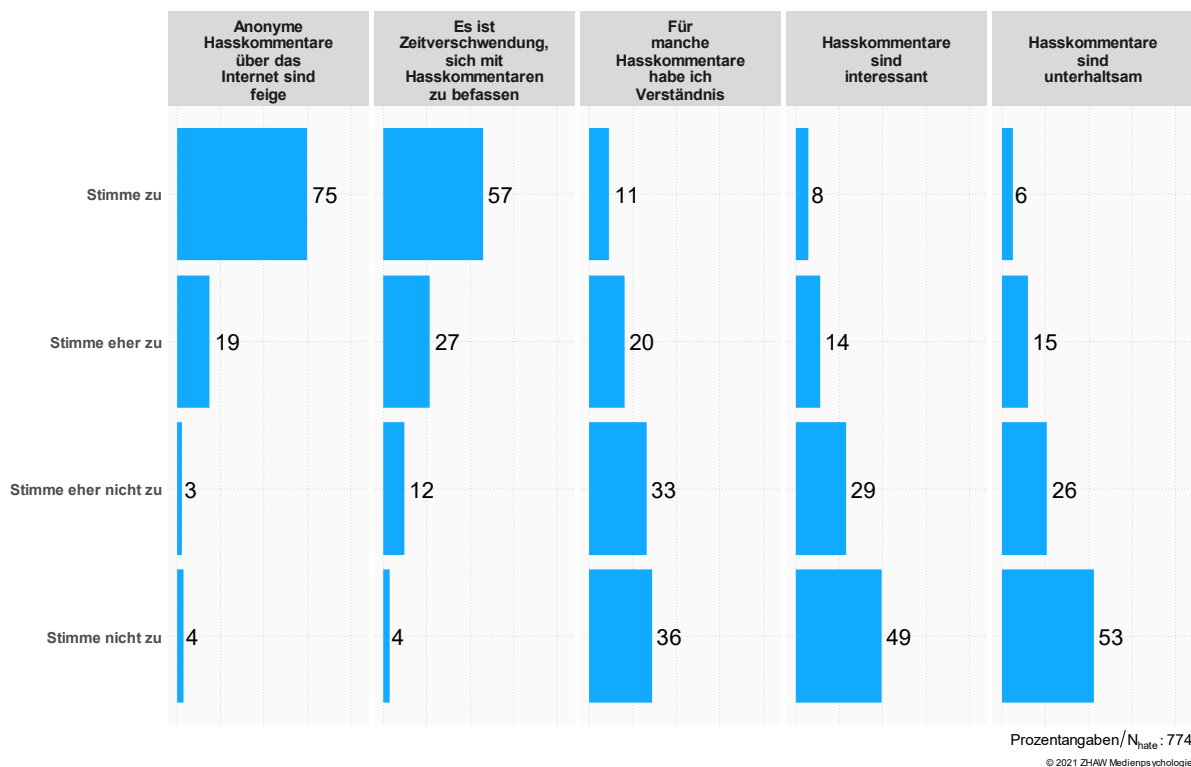


Abbildung 5: Einstellungen zu Hasskommentaren

Bei Fragen, die auch positiv konnotierte Aspekte von Hasskommentaren betreffen, zeigen sich **Geschlechterunterschiede** (vgl. Abbildung 6). Mehr Jungen als Mädchen haben Verständnis für manche Hasskommentare. Ebenso finden mehr Jungen als Mädchen Hasskommentare unterhaltsam oder interessant. Es handelt sich jeweils um mittelgrosse Effekte.

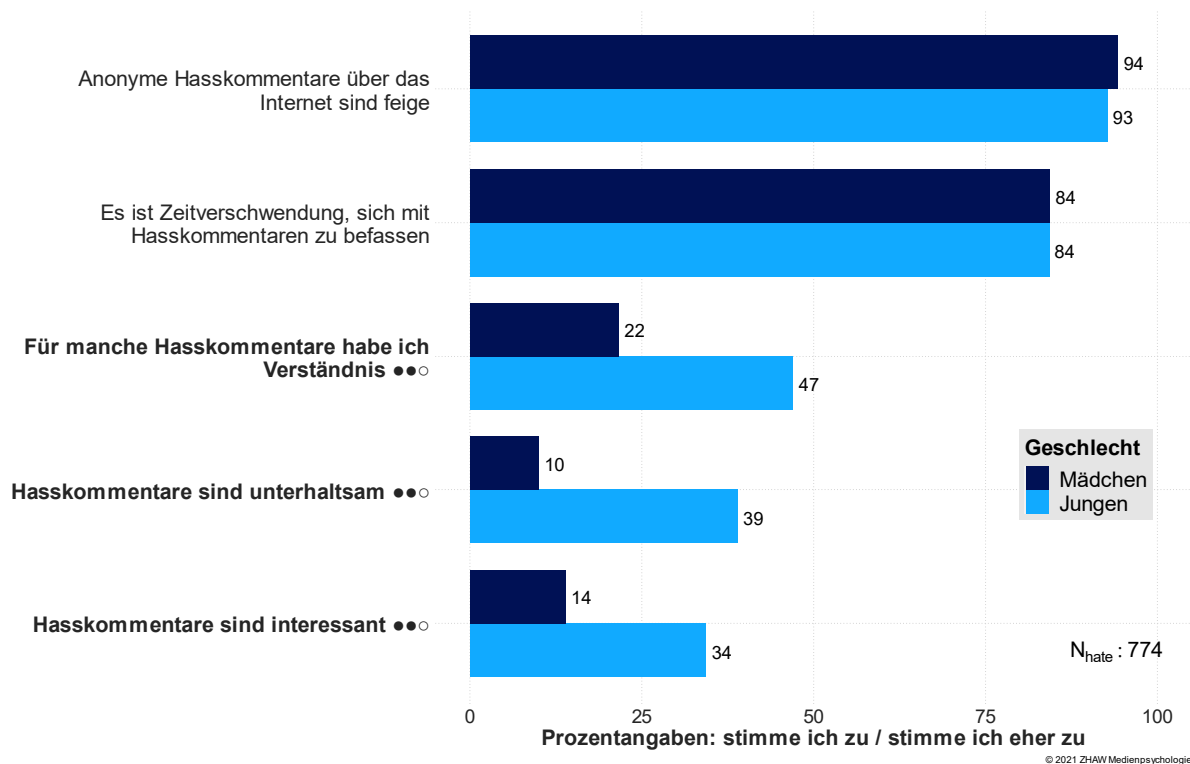


Abbildung 6: Einstellungen zu Hasskommentaren nach Geschlecht

Unterschiede zeigen sich zudem zwischen den **Landesteilen**. Im Tessin werden anonyme Hasskommentare seltener als feige erachtet (72 %) als in der Deutschschweiz (96 %) und der Romandie (93 %, kleiner Effekt). Jugendliche in der Deutschschweiz stimmen der Aussage, Hasskommentare seien interessant, häufiger zu (25 %) als Jugendliche aus dem Tessin (19 %) und der Romandie (15 %, kleiner Effekt). Ein ähnliches Muster zeigt sich bei der Wahrnehmung von Hasskommentaren als unterhaltsam: hier stimmen die Deutschschweizer Jugendlichen mit 26 % ebenfalls am stärksten zu (Tessin: 12 %; Romandie: 11 %, kleiner Effekt).

Keine statistisch signifikanten Unterschiede lassen sich hinsichtlich der **Altersgruppen**, der **Herkunft**, dem **sozioökonomischen Status**, dem **Urbanitätsgrad** und dem **Schultyp** feststellen.

4.5 Emotionale Reaktion auf Hasskommentare

Die befragten Jugendlichen bewerteten, inwiefern verschiedene emotionale Reaktionen auf Hasskommentare auf sie zutreffen.

Rund drei Viertel der Jugendlichen geben an, dass Hasskommentare sie wütend machen (siehe Abbildung 7). 63 % bzw. 60 % der Jugendlichen sagen, dass Hasskommentare sie entsetzen und traurig machen. Über ein Drittel (38 %) gibt an, dass sie sich schämen, wenn sie Hasskommentare lesen. Rund ein Viertel (24 %) fühlt sich durch Hasskommentare verängstigt, ein Grossteil stimmt dieser Aussage jedoch nicht zu.

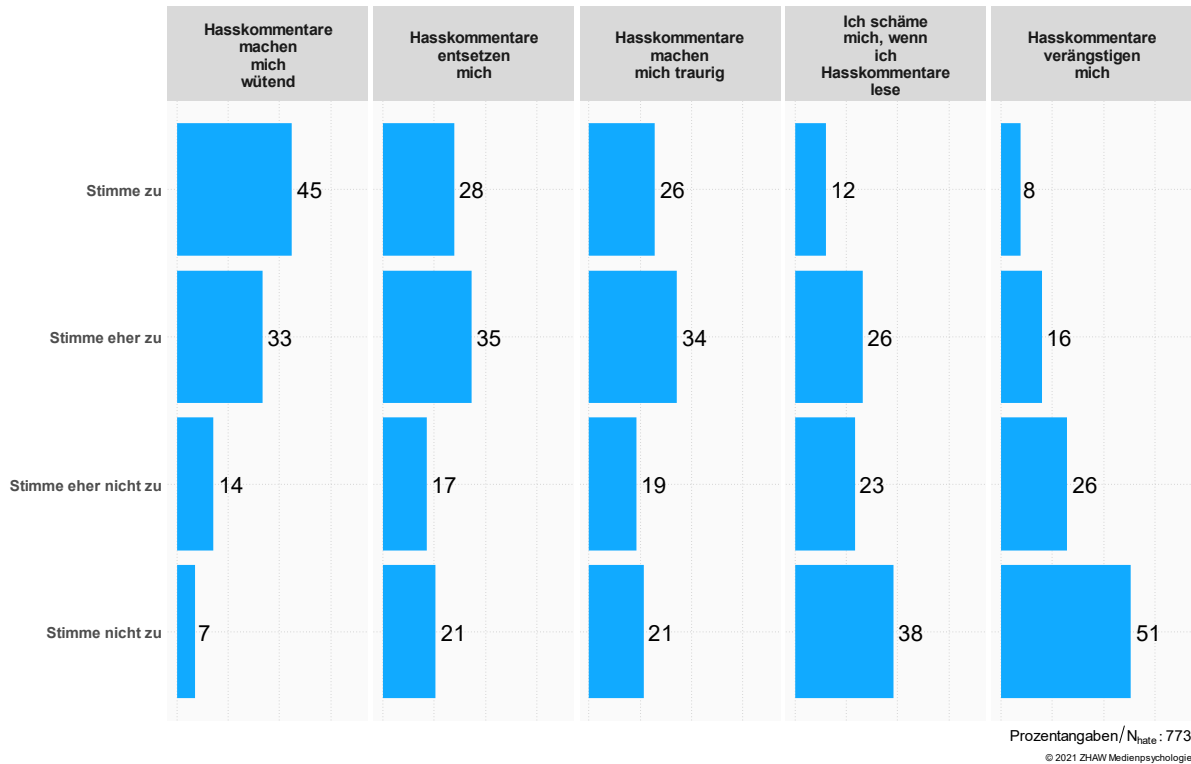


Abbildung 7: Emotionale Reaktion auf Hasskommentare

Je nach **Altersgruppe** fallen emotionale Reaktionen auf Hasskommentare unterschiedlich aus. Ältere Jugendliche geben eher eine emotionale Reaktion an im Hinblick auf drei der fünf abgefragten Emotionen als jüngere Jugendliche (siehe Abbildung 8). So stimmten die 18-/19-Jährigen am häufigsten den Aussagen zu, dass Hasskommentare sie traurig machen, sie verängstigen und sie sich beim Lesen von Hasskommentaren schämen.

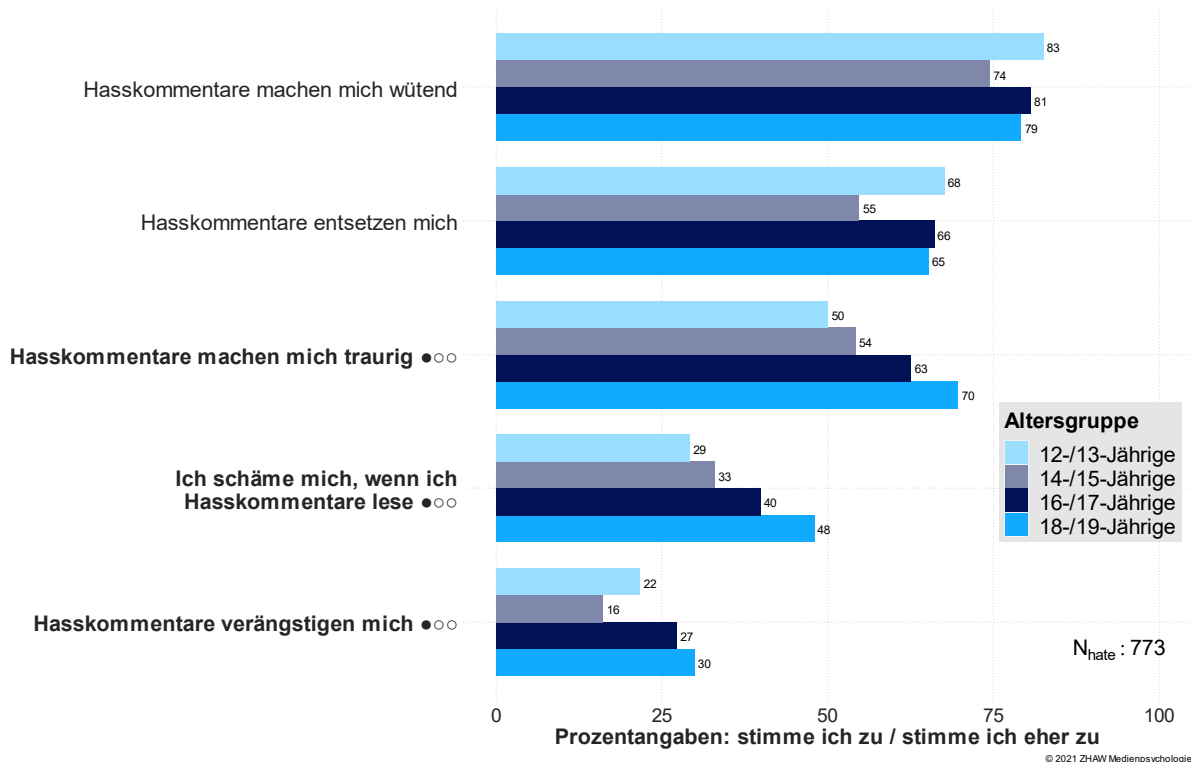


Abbildung 8: Emotionale Reaktion auf Hasskommentare nach Altersgruppe

Die beiden **Geschlechter** reagieren offenbar unterschiedlich auf Hasskommentare (vgl. Abbildung 9). Mädchen geben deutlich häufiger als Jungen an, dass Hasskommentare sie wütend machen, entsetzen und traurig machen. Auch schämen sich Mädchen eher als Jungen, wenn sie Hasskommentare lesen und fühlen sich eher verängstigt (jeweils mittelgrosse Effekte).

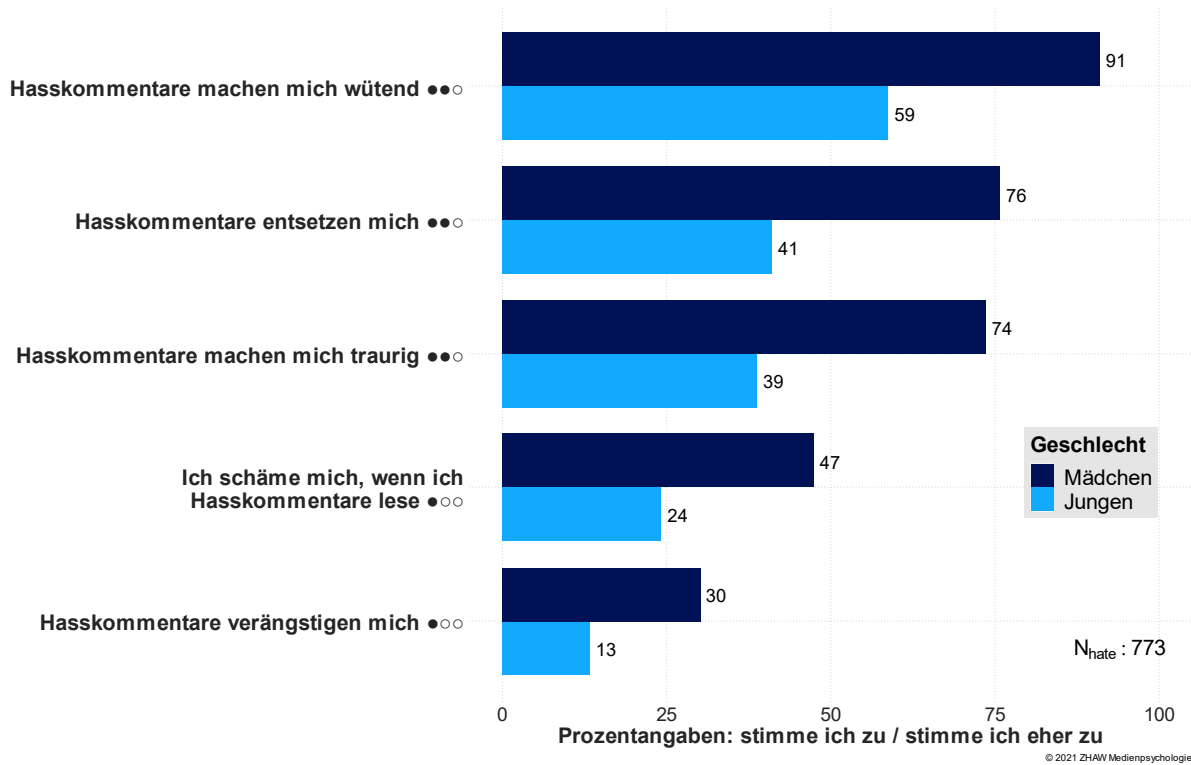


Abbildung 9: Emotionale Reaktion auf Hasskommentare nach Geschlecht

Je nach **Landesteil** werden teilweise andere emotionale Reaktionen berichtet. In der Romandie stimmten mehr Jugendliche der Aussage zu, dass Hasskommentare sie traurig machen (71 %), als im Tessin (62 %) und der Deutschschweiz (55 %, kleiner Effekt). Auch der Aussage, dass sie sich schämen, wenn sie Hasskommentare lesen, stimmten Jugendliche in der Romandie häufiger zu (55 %) als im Tessin (34 %) und der Deutschschweiz (31 %, kleiner Effekt).

Im Hinblick auf die **Herkunft**, den **sozioökonomischen Status**, den **Urbanitätsgrad** und den **Schultyp** liessen sich keine statistisch signifikanten Unterschiede feststellen.

5 Zusammenfassung und Diskussion

Nachfolgend werden die zentralen Erkenntnisse des Berichts zusammengefasst und im Hinblick auf die anfangs vorgestellten Fragestellungen diskutiert. Es gilt an dieser Stelle zu erwähnen, dass die JAMES-Stichprobe im Vergleich zu den Vorjahren in Bezug auf ihre Repräsentativität leicht eingeschränkt ist. Dies da aufgrund der Corona-Situation die JAMES-Befragung zum ersten Mal online durchgeführt wurde, was eher zu Selektionsprozessen führen kann. Es soll zudem nochmals darauf hingewiesen werden, dass die weiterführenden Fragen zum Thema Hassrede nur von jenen Jugendlichen (n=800) beantwortet wurden, die zumindest selten solche Inhalte beobachteten.

Forschungsfrage A: Wie häufig treffen Schweizer Jugendliche auf Hasskommentare im Internet?

Rund die Hälfte der Jugendlichen trifft regelmässig (mindestens mehrmals pro Woche) auf Hasskommentare im Internet, ein Viertel ab und zu (z.B. monatlich) und ein weiteres Viertel selten bis nie. Es sind dabei besonders die älteren Jugendlichen, die sich verstärkt mit Hasskommentaren konfrontiert sehen. Während bei den 12- bis 13-Jährigen knapp ein Drittel regelmässig darauf stösst, sind es bei den 16- bis 19-Jährigen mehr als die Hälfte. Dies könnte sich damit erklären lassen, dass ältere Jugendliche vielen Online-Aktivitäten häufiger nachgehen, so beispielsweise auch der Nutzung von sozialen Netzwerken oder Online-Tageszeitungen (Bernath et al., 2020). Auch in Bezug auf das Geschlecht sind interessante Unterschiede zu finden: Mädchen treffen mit rund 53% häufiger regelmässig auf Hassrede im Internet als Knaben (41%). Ähnliche Ergebnisse zeigt diesbezüglich auch die aktuelle EU Kids Online Schweiz Studie (Hermida, 2019). Es ist jedoch schwierig zu beurteilen, ob Mädchen sich tatsächlich häufiger mit solchen Meldungen konfrontiert sehen oder ob es hier auch unterschiedliche Wahrnehmungen gibt, was überhaupt als Hassrede empfunden wird (Costello et al., 2019). Ganz allgemein scheint es, dass die befragten Jugendlichen eine gewisse Sensibilisierung für das Thema zeigen und Hasskommentare im Vergleich zu anderen Phänomenen wie beispielsweise Falschinformationen eher wahrgenommen werden. Wie Waller et al. (2019) aufzeigen, gaben 2018 rund 39% der Jugendlichen in der gleichen Altersgruppe an, dass sie bereits mit Falschmeldungen in Kontakt gekommen sind. Allerdings sind seither zwei Jahre verstrichen und die Sensibilisierung für das Erkennen von Fake News könnte gerade auch im letzten Jahr im Zuge der Corona-Pandemie nochmals verschärft worden sein.

Forschungsfrage B: Welche Diskriminierungsmerkmale nehmen Schweizer Jugendliche in Hasskommentaren im Internet am meisten wahr?

Die Mehrheit der Jugendlichen (71%) gibt an, dass Personen online aufgrund ihres Aussehens beleidigt oder diskriminiert werden. Rund die Hälfte hält zudem fest, dass sie auch Diskriminierungen aufgrund der sexuellen Orientierung oder der Herkunft/Hautfarbe beobachten. Hierbei zeigen sich Unterschiede zwischen den Alterskohorten und dem Geschlecht. So nimmt die jüngste Altersgruppe (12-/13-Jährige) insgesamt weniger Diskriminierungsmerkmale wahr als ältere Jugendliche. Mädchen beobachten tendenziell alle Merkmale häufiger als Knaben. Am auffälligsten ist dies in Bezug auf den Aspekt des Aussehens. 81% der Mädchen geben an, dass aus ihrer Erfahrung Personen oder Gruppen im Internet aufgrund ihres Aussehens beleidigt oder diskriminiert werden, bei den Knaben sind es nur 56%. Dies könnte allenfalls damit zusammenhängen, dass Mädchen sich stärker mit sozialen Netzwerken wie Snapchat und Tik Tok und mit dem Erstellen von Bildmaterial beschäftigen (Bernath et al. 2020). Dass im Internet aus Sicht der Jugendlichen besonders aufgrund des Aussehens diskriminiert und beleidigt wird, zeigt sich auch in der EU Kids Online Schweiz Studie oder in anderen Studien (Geschke et al., 2019; Reichelmann et al., 2020). Aussehen, also die physische Attraktivität einer Person, spielt in unserer Gesellschaft eine wichtige Rolle (Gordon, Crosnoe & Wang, 2013). So werden attraktive Personen als kompetenter und intelligenter (Yeh et al., 2020) wahrgenommen und haben gegenüber weniger attraktiven Personen verschiedene Vorteile in unterschiedlichen sozialen Situationen. Auch auf

dem Arbeitsmarkt spielt physische Attraktivität eine grosse Rolle. Gutes Aussehen hilft schneller eine Stelle zu finden, eher befördert zu werden oder eher eine Lohnerhöhung zu erhalten (Furnham & Swami, 2012). Das Paradoxe an der Diskriminierung von weniger attraktiven Menschen ist, dass dieser Form der Diskriminierung (bisher) von institutioneller Seite nur wenig entgegengewirkt wird. Gängiges Diversity- resp. Gleichstellungsmanagement zielt heute in erster Linie auf Merkmale wie Geschlecht, Behinderungen, sexuelle Orientierung, religiöse Zugehörigkeit, sowie nationale oder kulturelle Herkunft und vernachlässigt so wohl einen wichtigen Aspekt: die physische Attraktivität.

Forschungsfrage C: Welche Motive vermuten Schweizer Jugendliche hinter Hasskommentaren im Internet?

Provokation (93 % Zustimmung), Beleidigung / Verletzung (92 %), Frustration (85 %) und Machtausübung (81 %) sind Motive, welche die Jugendlichen am häufigsten mit Hasskommentaren in Verbindung bringen. Diese Einschätzung ist über einen Grossteil der Befragten weitgehend konstant. Mädchen (95 % Zustimmung) sehen das Beleidigen / Verletzen sowie das Ausüben von Macht (86 %) noch etwas häufiger als Motive für Hasskommentare als Knaben (86 % bzw. 72 %). Die vermuteten Gründe decken sich mit der Annahme von Quent (2018), dass Akteure hinter den Hassbotschaften sich aufgrund einer möglichen Bedrohung des eigenen Status von den Diskriminierten abheben und diese durch verletzendende Botschaften einschüchtern möchten. Aspekte wie Provokation und Macht spielen demnach eine wichtige Rolle als Katalysatoren für die Verbreitung von Hassbotschaften. Auch die Frustration spielt hier mit rein. Gesellschaftliche Verlierer, die aus verschiedenen Gründen auf dem absteigenden Ast sind, greifen wohl aus purer Verzweiflung zu solchen Mitteln, um die in ihren Augen Schuldigen zu bestrafen und so wieder ein Gefühl von Kontrolle zu erlangen. Gerade in Krisensituationen wie beispielsweise der Corona-Pandemie wird oft ein Sündenbock gesucht und es wird verstärkt auf Narrative der Stereotypisierung zurückgegriffen.

Forschungsfrage D: Welche Einstellungen haben Schweizer Jugendliche gegenüber Hasskommentaren im Internet?

Fast alle Jugendlichen (94 %) empfinden anonyme Hasskommentare als feige. Zudem betrachtet ein Grossteil (84 %) die Beschäftigung mit Hasskommentaren als Zeitverschwendung. Positive Einstellungen zu Hasskommentaren sind seltener. Andererseits erachten insbesondere Knaben Hasskommentare häufiger als interessant oder unterhaltsam: Jeweils über ein Drittel der Knaben stimmt dem zu, gegenüber nur 10 % bzw. 14 % der Mädchen. Zudem bringt fast die Hälfte der männlichen Befragten Verständnis für manche Hasskommentare auf. Es scheint in der Tendenz so, als würden Knaben solche Kommentare teilweise weniger ernst nehmen und ihnen sogar etwas Positives abgewinnen. Da es hierzu für diese Altersgruppe keine vergleichbaren Daten gibt und in Studien mit einer breiteren Stichprobe (Landesanstalt für Medien NRW, 2020) keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern gefunden wurden, kann hier nur über mögliche Gründe spekuliert werden. Zum einen könnte es sein, dass sich Knaben an der Rolle des «starken, dominanten Mannes» orientieren, der auch mal einstecken können muss und dem solche Kommentare nichts anhaben können, sondern ihn sogar noch belustigen. Gerade im Jugendalter spielt die Wahrnehmung durch die eigene Peergruppe eine wichtige Rolle und Knaben müssen sich vor Gleichaltrigen in ihrer Männlichkeit behaupten. Zum anderen zeigen Studien (z.B. Blaya & Audrin, 2019), dass Männer eher zur Täterschaft von Hasskommentaren zählen, was auch das Verständnis für solche Kommentare erhöhen könnte.

Forschungsfrage E: Welche emotionalen Reaktionen zeigen Schweizer Jugendliche gegenüber Hasskommentaren im Internet?

Die häufigste emotionale Reaktion auf Hassmeldungen im Internet ist Wut (78%), gefolgt von Entsetzen (63%) und Traurigkeit (60%). Mädchen und Jungen unterscheiden sich hierbei markant, wobei Mädchen deutlich häufiger als Jungen eine emotionale Reaktion angeben. So berichten beispielsweise je drei Viertel der Mädchen, dass Hasskommentare sie entsetzen oder traurig machen. Bei den Jungen sind es nur je zwei Fünftel. Die 18-/19-Jährigen berichten am häufigsten, dass Hasskommentare sie traurig machen, verängstigen und beim Lesen Scham auslösen. Die Ergebnisse lassen sich mit Reichelmann et al. (2020) vergleichen. Auch dort zählten Wut und Traurigkeit zu den häufigsten Reaktionen der befragten jungen Erwachsenen. In der Studie wurden jedoch keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern betrachtet, weshalb hier keine Vergleiche gezogen werden können. Ähnlich wie bei den Einstellungen (Forschungsfrage D) stellt sich die Frage, warum Knaben scheinbar weniger emotionale Reaktionen auf die diskriminierenden Hassmeldungen berichten. Auch hier könnte das mit erwarteten Rollennormen zusammenhängen. Es ist gesellschaftlich gesehen nach wie vor weniger üblich für Männer über ihre Gefühle zu sprechen und auch hier könnte das Rollenbild des «starken, dominanten Mannes» dazu führen, dass Knaben weniger über ihr emotionales Befinden berichten.

Fazit

Es zeigt sich insgesamt, dass Hassrede im Internet keine Seltenheit ist und besonders in Kommentarspalten von sozialen Netzwerken, Videoportalen oder Nachrichtenangeboten der Ton auch mal härter werden kann. Dies geht nicht spurlos an den Jugendlichen vorbei. Knapp die Hälfte der Jugendlichen stösst mehrmals in der Woche auf solche Meldungen und das löst auch Reaktionen aus. Zwar finden viele der Jugendlichen, dass solche Meldungen feige sind und es reine Zeitverschwendung ist, sich damit zu befassen. Dennoch lösen die Kommentare neben Wut auch Entsetzen und Traurigkeit aus. Das Thema kann also durchaus als besorgniserregend eingestuft werden, denn Hassbotschaften haben nicht nur für die persönlich Betroffenen weitreichende Folgen, sondern können auch dazu führen, dass selbst nicht direkt Betroffene durch die Beobachtung von Hassrede sich weniger trauen, online ihre (politischen) Meinungen zu äussern. Dies aus Furcht, selbst Opfer des Hasses zu werden (Forschungsgruppe g/d/p, 2020; Geschke et al., 2019). Das kann wiederum zu dem trügerischen Bild führen, dass die Minderheit, welche Hasskommentare verbreitet, eine Meinungshoheit hat, wodurch es zu einer Einschränkung der Meinungsvielfalt kommt. Dies schadet dem politischen Diskurs und somit letztendlich der Demokratie. Es ist daher zentral, dass möglichst früh auf das Thema und die potenziellen Folgen sensibilisiert wird und ein respektvoller Umgang im Internet kultiviert wird.

6 Tipps im Umgang mit Hassrede

Zuerst überlegen, dann posten: Ganz allgemein muss klar sein, dass Verhaltensregeln, die es offline gibt, auch online gelten. Man muss sich stets bewusst sein, dass am anderen Ende des Internets auch eine echte Person mit Gefühlen und Rechten steht. Auch im Internet ist die respektvolle Begegnung Pflicht.

Für andere eintreten: Hasskommentare sind für die Betroffenen sehr belastend und können auch Beobachtende verunsichern. Auch wenn es einem selbst nicht trifft, ist Schweigen keine Lösung. Besser ist es, Hassrede als solche zu entlarven und den Betroffenen Unterstützung anzubieten (in dem man z.B. Screenshots anfertigt, um Beweismaterial zu sammeln).

Gegenrede: Es darf nicht der Eindruck entstehen, dass Hass-Verbreitende die Mehrheit stellen. Gegenrede ist wichtig, um ein Zeichen zu setzen. Es geht dabei nicht darum, die Täterinnen oder Täter umzustimmen und es lohnt sich auch nicht immer zu reagieren (z.B. wenn man persönlich angegriffen wird). Auf Hass mit Gegenhass zu reagieren ist keine Lösung. Besser sind Reaktionen, die auf Fakten basieren und Humor beinhalten. Auch der Versuch an Gemeinsamkeiten anzuknüpfen und Empathie zu zeigen, kann hilfreich sein. Hilfreiche Tipps finden sich hier:

<https://stophatespeech.ch/pages/wie-antworte-ich-auf-hate-speech>.

Um humorvoll reagieren zu können, kann zudem auf die folgende Sammlung von Memes zurückgegriffen werden:

<https://no-hate-speech.de/de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech/>

Technische Hilfsmittel: Aktuelle technische Tools wie der «Bot Dog» vom Frauendachverband Alliance F können dabei helfen, Hassrede im Netz aufzuspüren. Der Algorithmus sucht nach möglichen Hassbotschaften im Netz und legt diese den Nutzenden zur Bewertung vor; sie sollen einschätzen, ob es sich tatsächlich um Hassrede handelt. Dadurch wird der Bot auf das Erkennen von solchen Inhalten trainiert. Das Tool verbindet somit technische Massnahmen mit Zivilcourage. Das Projekt wird von der ETH und der Uni Zürich wissenschaftlich begleitet und laufend weiterentwickelt. Mehr Informationen gibt es hier: <https://stophatespeech.ch/>

Unangebrachte Inhalte melden: Auch wenn nur ein geringer Teil von Hassrede (zum Beispiel rassistische Aussagen) klar rechtlich geregelt ist, können auch andere Formen, die Einzelpersonen und Gruppen diskriminieren oder verletzen, gemeldet werden. Eine Zusammenstellung, wie man zum Beispiel in verschiedenen sozialen Netzwerken Kommentare melden kann, findet man hier: <https://no-hate-speech.de/de/wissen/>. Es empfiehlt sich zudem auch die verbreitenden Personen bei der jeweiligen Plattform zu melden und sie zu blockieren.

Über Stereotypisierungen reden: Immer wieder werden in (sozialen) Medien und auch in der Werbung auf stereotypische Darstellungen von Personen und Gruppen zurückgegriffen. Diese Darstellungen prägen auch unser Denken und unseren Alltag. Medienkompetent zu sein, bedeutet, diese Darstellungen kritisch zu reflektieren und sich bewusst zu machen, welche Narrative mit welchen Zielen verwendet werden.

Weitere hilfreiche Informationen:

- <https://stophatespeech.ch>
- <https://www.netzcourage.ch>
- <https://www.jugendundmedien.ch>
- <https://no-hate-speech.de>

7 Literatur

- Alliance F (2021). *Hilfe zu Hate Speech*. Abgerufen am 15.7.2021 von: <https://stophatespeech.ch/flowchart/ist-der-kommentar-hate-speech>
- Bernath, J., Suter, L., Waller, G., Külling, C., Willemse, I. & Süss, D. (2020). *JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Blaya C. & Audrin, C. (2019). Toward an understanding of the characteristics of secondary school cyberhate perpetrators. *Frontiers in Education*, 4(46), 1-13.
- Buckels E. E., Trapnell, P. D. & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*, 67, 97-102.
- Costello, M., Hawdon, J., Bernatzky, C. & Mendes, K. (2019). Social group identity and perceptions of online hate. *Sociological inquiry*, 89(3), 427-452.
- Europarat Ministerkomitee (1997). Empfehlung Nr. R (97) 20 des Ministerkomitees an die Mitgliedstaaten über die «Hassrede». Verfügbar unter: <http://www.egmr.org/minkom/ch/rec1997-20.pdf>
- Feierabend, S., Rathgeb, T., Kheredmand, H. & Glöckler, S. (2020). *JIM 2020 – Jugend, Information, Medien*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- Felling, M., Fritzsche, N., Knabenschuh, S., Schülk, B., Philipp, S. & Vorloeper-Heinz, D. (2019). *Hate Speech - Hass im Netz. Informationen für Fachkräfte und Eltern*. Düsseldorf: AJS, Landesanstalt für Medien NRW.
- Forschungsgruppe g/d/p (2020, 9. Juli). *Ergebnisse Bevölkerungsumfrage zu Hate Speech 2020* [Referatsfolien]. Verfügbar unter: https://www.jura.uni-leipzig.de/fileadmin/Fakult%C3%A4t_Juristen/Professuren/Hoven/gdp_Ergebnisse_HateSpeech_Kurzbericht.pdf
- Furnham, A. & Swami, V. (2012). Occupational and Economic Consequences of Physical Attractiveness. In T. Cash (Hrsg.), *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (S. 581–587). Oxford: Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384925-0.00092-4>
- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*, 38(1), 84–117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>
- Geschke, D., Kläßen, A., Quent, M. & Richter, C. (2019). *#Hass im Netz: der schleichende Angriff auf unsere Demokratie - Eine Bundesweite repräsentativ Untersuchung*. Jena: Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft. Verfügbar unter: www.idz-jena.de
- Gignac, G. E. & Szodorai, E. (2016). Effect size guidelines for individual differences researchers. *Personality and Individual Differences*, 102, 74–78.
- Gordon, R. A., Crosnoe, R. & Wang, X. (2013). Physical attractiveness and the accumulation of social and human capital in adolescence and young adulthood: assets and distractions. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 78(6), 1–137.
- Hajok, D. & Selg, O. (2018). Kommunikation auf Abwegen? Fake News und Hate Speech in kritischer Betrachtung. *Jugend Medien Schutz-Report*, 41(4), 2–6. <https://doi.org/10.5771/0170-5067-2018-4-2>
- Hermida, M. (2019). *EU Kids Online Schweiz. Schweizer Kinder und Jugendliche im Internet: Risiken und Chancen*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.2916822>

- Howard, J. W. (2019). Free Speech and Hate Speech. *Annual Review of Political Science*, 22(1), 93–109. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051517-012343>
- Humanrights.ch (2017). *Hassreden: Die Grenzen der Meinungsäußerungsfreiheit*. Abgerufen am 15.7.2021 von: <https://www.humanrights.ch/de/ipf/menschenrechte/politische-rechte/hate-speech-grenzen-meinungsauesserungsfreiheit>
- Kreißel, P.; Ebner, J.; Urban, A. & Guhl, J. (2018). *Hass auf Knopfdruck. Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierter Hasskampagnen im Netz*. London: Institute for Strategic Dialogue. Verfügbar unter: https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/07/ISD_Ich_Bin_Hier_2.pdf
- Landesanstalt für Medien NRW (2020). *Ergebnisbericht forsa-Befragung zu Hate Speech 2020*. Verfügbar unter: https://www.medienanstaltnrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Themen/Hass/fora_LFMNRW_Hassrede2020_Ergebnisbericht.pdf
- Landesanstalt für Medien NRW (2019). *Ergebnisbericht forsa-Befragung zu Hate Speech 2019*. Verfügbar unter: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2019/fora_LFMNRW_Hassrede2019_Ergebnisbericht.pdf
- Quent M. (2018). Zivilgesellschaft: Das globale Dorf verteidigen: Strategien gegen den kulturellen Backlash in sozialen Medien. In Baldauf, J., et al. (Hrsg.), *Hassrede und Radikalisierung im Netz. Der OCCI-Forschungsbericht* (S. 48-54). London: Institute for Strategic Dialogue.
- Reichelmann, A., Hawdon, J., Costello, M., Ryan, J., Blaya, C., Llorent, V., Oksanen, A., Räsänen, P. & Zych, I. (2020). Hate Knows No Boundaries: Online Hate in Six Nations. *Deviant Behavior*, doi: 10.1080/01639625.2020.1722337
- Seifert, A., Ackermann, T. & Schelling, H. R. (2020). *Digitale Senioren 2020: Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz im*. Zürich: Pro Senectute.
- Silva, L., Mondal, M., Correa, D., Benevenuto, F. & Weber, I. (2016). Analyzing the targets of hate in online social media. *arXiv.org*. Verfügbar unter: <http://arxiv.org/abs/1603.07709>
- Stahel, L. (2020). *Status quo und Massnahmen zu rassistischer Hassrede im Internet: Übersicht und Empfehlungen*. Bern: Eidgenössisches Departement des Innern.
- Stahel, L. & Schoen, C. (2020). Female journalists under attack? Explaining gender differences in reactions to audiences' attacks. *New Media & Society*, 22(10), 1849-1867.
- Stiftung gegen Rassismus und Antisemitismus GRA (2020). *Rassismus in der Schweiz 2020 - Black Lives Matter, Corona und andere Trigger*. Verfügbar unter: <https://www.gra.ch/einschaetzung/>
- Suler, J. (2005). The online disinhibition effect. *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 2(2), 184-188.
- Waller, G., Külling, C., Bernath, J., Suter, L. & Süss, D. (2019). *JAMESfocus – News und Fake News*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Yeh, W.-C., Lee, C.-C., Yu, C., Wu, P.-S., Chang, J.-Y. & Huang, J.-H. (2020). The Impact of the Physical Attractiveness and Intellectual Competence on Loyalty. *Sustainability*, 12(10).

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Angewandte Psychologie

Pfingstweidstrasse 96
Postfach
CH-8037 Zürich

Telefon +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 83 39

info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie