Kommunikation auf Abwegen?

Fake News und *Hate Speech* in kritischer Betrachtung

Daniel Hajok / Olaf Selg

Wir leben in einer Wissens- oder Informationsgesellschaft, in der der Austausch von Wissen bzw. Informationen als Grundlage in allen gesellschaftlichen Bereichen dient. Die Basis stellen die Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), deren Ausbau, Funktionalität und Sicherheit: Nicht nur wirtschaftliche Dienstleistungen wie Online-Banking und Online-Shopping, sondern auch gesellschaftliche Verfahren wie Electronic Democracy bzw. Electronic Government können nur verlässlich umgesetzt werden, wenn der Schutz vor Cyber-Attacken (Sabotage, Hacker, Viren, Trojaner etc.) gewährleistet ist. Angriffe wie z.B. auf Bundestag und Bundesregierung[1] sowie das Abfischen von sensiblen Daten (z.B. von Kreditkarten[2]) zeigen die Anfälligkeit und schüren das Misstrauen.

Während die technischen Risiken schon länger bekannt sind und öffentlich diskutiert werden, hat sich nun auch auf der inhaltlichen Seite von Wissen bzw. Informationen eine große Verunsicherung aufgetan: Festzustellen ist ein rasanter Anstieg bei der Verbreitung von *Fake News* insbesondere in digitalen Kanälen. Die Verbreitung falscher bzw. gefälschter Informationen ist keine Bagatelle, sondern dient der Manipulation von (politischen) Stimmungen, von Meinungen, was sowohl zu Kurzschlussreaktionen als auch auf lange Sicht zur Veränderung des gesellschaftlichen Klimas führen kann. Damit geht vielfach die Verunglimpfung der jeweiligen Gegenseite durch Beleidigungen und Beschimpfungen einher: *Hate Speech* und *Fake News* 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 schon dient oder erst eingeübt werden soll (Information und Meinungsbildung).

Die beiden Phänomene sind nicht neu, sondern vermutlich so alt wie die kommunizierende Menschheit: Seit Urzeiten können falsche Informationen und diskreditierende Äußerungen als Bestandteile der Kommunikation (spätestens in Phasen von Auseinandersetzungen, von Kriegen) angenommen werden. Neu ist aber ihr Ausmaß, ihre Verbreitung und die Möglichkeit für jede/n, über das Internet und seine Kommunikations- und Informationskanäle mitzumachen und/oder zum Opfer zu werden.

Was sind *Fake News*?

Es ist grundsätzlich notwendig, sich über den Begriff *Fake News* und seine Bedeutung zu verständigen. Einerseits ›nur‹ festzustellen, dass *Fake News* Gerüchte bzw. Lügen sind oder transportieren, trifft zwar ganz allgemein einen Kern des Phänomens, ist aber nicht ausreichend. Andererseits ist es auch nicht sinnvoll, das Feld unbegrenzt auszuweiten und jede beliebige Form von Falschmeldungen als *Fake News* zu bezeichnen. Die Klärung des Begriffs *Fake News* geschieht am besten schrittweise.

Zunächst können zwei Bedeutungsfelder unterschieden werden, die mit der Wahl von Donald Trump[3] zum US-Präsidenten und dem Erstarken der Rechtspopulisten in Europa bzw. Deutschland in Zusammenhang stehen:

Dr. Daniel Hajok ist Kommunikationswissenschaftler und Honorarprofessor an der Universität Erfurt. *Dr. Olaf Selg* ist freier Publizist mit Schwerpunkt Medienbildung. Beide Autoren sind im Jugendmedienschutz tätig und engagieren sich in der Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM).

Erstens dient *Fake News* – auf der Makroebene – als Sammel- und Kampfbegriff der Diffamierung von etablierten Medien und Journalisten (in Deutschland auch: »Lügenpresse«[4], »Lückenpresse«, oft in Verbindung mit *Hate Speech*). Zugleich werden damit die etablierten Medien von den neuen, zumeist rechtspopulistischen sog. »alternativen Medien« abgegrenzt (wobei »alternativ« ein vormals vom linken Spektrum verwendeter und nun von rechts »besetzter« Begriff ist). Zweitens bezeichnet *Fake News* – eher auf der Mikroebene – die Möglichkeit der gezielten, gewollten Desinformation durch einzelne Beiträge (die aber durchaus mit strategischer Absicht von einzelnen Personen, Regierungen, Parteien, Verbänden und Firmen in die Welt gesetzt werden können), um die es hier im Folgenden geht.

Die weitere allmähliche Annäherung an dieses Bedeutungsfeld kann über Merkmale aus unseren Alltagserfahrungen führen. Mit dem Begriff *Fake News* werden sowohl Gerüchte und frei erfundene Inhalte als auch in einem fließenden Übergang die Verfälschung(en) von Details, Teilwahrheiten und die Umdeutung unstrittiger Fakten verbunden. Diese Inhalte werden oft sprachlich als Tatsachen formuliert, sind aber eigentlich Behauptungen, die faktisch nicht zu belegen sind (und fordern insofern das Fälschen von »Beweisen« bzw. das Hervorzaubern »alternativer Fakten« geradezu heraus).

Übersetzt man *Fake News* wörtlich als »gefälschte Nachrichten«, so ist »Nachrichten« für die derzeitige Diskussion zu eng, zu spezifisch, da es um mehr geht als den (professionellen) Nachrichtenkontext; übersetzt man *Fake News* mit dem Alltagsbegriff »Falschmeldung«, ist das ebenfalls nicht ausreichend, denn dieser lässt nicht erkennen, ob die Entstehung und Verbreitung einer Meldung absichtlich oder unabsichtlich geschieht.

Ein Kernmerkmal von *Fake News* ist jedoch ihre gezielte Erstellung und Streuung (im Netz) mit der konkreten Absicht der Desinformation, der Täuschung bzw. Manipulation. Der Fokus liegt zumeist auf dem Internet und Onlinediensten, weil dort die Verbreitung von *Fake News* besonders leicht ist – und besonders häufig geschieht. Fast immer werden damit zwei Ziele verfolgt:

1. Die Beeinflussung des Klickverhaltens der User/innen zur zahlreichen Verbreitung von *Fake News* (siehe z.B. Postings bei Facebook, oft mit der – plumpen, aber offenbar wirksamen – Aufforderung »Teilen! Teilen! Teilen!« o.ä.)

– weil auf den ersten Blick und für naive User/innen die Richtigkeit und Relevanz einer Nachricht zunehmen, je mehr sie geteilt wird,

– weil mit Klick-Ködern bzw. *Clickbaiting* Geld verdient wird (vgl. Ladurner 2016, Reinbold 2017) und

– weil so von Cyberkriminellen Computerviren zum Abfischen von Daten verbreitet werden.

2. Die Beeinflussung von Meinungen. Die Meinungsmanipulation für individuelle und/oder ideelle (ideologische, politische) Ziele ist das eigentliche Ziel von *Fake News* und zielt über das Internet hinaus auf eine Verhaltensänderung im Alltag ab, z.B. gegenüber bestimmten Personen(-gruppen) (z.B. Ausgrenzung) oder bei der nächsten Wahl (z.B. Stimmabgabe gegen die herrschende Regierungsmehrheit).

Trotz der Vielzahl der bisher genannten Aspekte, die – wie ausführliche Studien

https://doi.org/10.5771/0170-5067-2018-4-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

zeigen – noch intensiver erörtert werden könnten (vgl. z.B. Allcott/Gentzkow 2017, Guess/Nyhan/Reifler 2018, Vosoughi/Roy/Aral 2018), sollte der Versuch einer pointierten Definition der entscheidenden Kernmerkmale von *Fake News* hier nicht unterbleiben (nach Sängerlaub/Meier/Rühl 2018[5] und Antos 2017):

Fake News sind gezielt erstellte und medial verbreitete, falsche bzw. gefälschte oder irreführende und damit manipulative Informationen, die jemandem (Person, Gruppe, Organisation) gezielt Schaden zufügen sollen und/oder allgemein der zielgerichteten Beeinflussung des Meinungsklimas dienen.

Fake News können in allen Mediengattungen (Print, Fernsehen, Radio, Internet) und in allen Medienformen (Text, Foto/Grafik, Video, Audio; als Nachrichten, Meldungen, Kommentare, Postings usw.) auftreten. Wesentlich erleichtert wird ihre Verbreitung durch die Funktionalität des Internets und die einfache Handhabbarkeit insbesondere Sozialer Medien (z.B. Verlinken, Teilen, Retweeten; Verwendung von diversen Endgeräten und Apps; Programmierung von Social Bots[6]) sowie deren immanente Reduzierung auf kurze, oft emotional zugespitzte Texte (Schlagzeilen bzw. Links mit Vorschau, Tweets).

Die Abgrenzung von *Fake News* zu verwandten Phänomen ist oft schwierig. Hier sind umfassende Propaganda[7] als systematische ideologische Beeinflussung durch autoritäre Gruppierungen bzw. Machthaber/Regierende (z.B. durch Propagandainstrumente wie »Völkischer Beobachter« der Nationalsozialisten, »Neues Deutschland« als »Zentralorgan« der SED vor 1989), Satire- bzw. Spaßmeldungen (die oftmals durch ihre Rahmung erkennbar bleiben, z.B. 1. April oder Publikationen wie das Magazin »Titanic«) und versehentliche bzw. vorschnelle Falschmeldungen (z.B. Terrorwarnungen und falsche Verdächtigungen bei Live-Berichterstattung bzw. »Breaking News«) sowie auch Werbung/PR als eigene Phänomene voneinander abzugrenzen. Es ist nicht hilfreich und auch falsch, all diese Phänomene als im Grunde ein und dasselbe anzusehen zu behandeln, insbesondere weil sie unterschiedlich motiviert sind. Gleichwohl können sich gerade die letztgenannten Phänomene von ihrer Ursache abkoppeln und auch trotz erfolgter Richtigstellung eine ähnliche Wirkung wie *Fake News* entfalten.

Fake News sind wohl dann am wirksamsten, wenn sie

– (oft angereichert mit *Hate Speech*) Emotionen transportieren und/oder hervorrufen (z.B. Ärger, Wut, Angst) und geprägt sind von Skandalisierung, Sensationalismus sowie negativen Überraschungseffekten (üblich in Boulevardzeitungen oder im sog. Affektfernsehen, z.B. Talkshows, vgl. Darnton 2017, Bente/Fromm 1997),
– Vorerfahrungen und Vorurteile bestätigen; besonders anfällig, auch für Verschwörungstheorien, sind sozial isolierte Menschen (»Außenseiter«),
– einfache Erklärungen und damit eine einfache Weltsicht (gut-böse, richtig-falsch) in Schlagzeilen/mit Schlagwörtern anbieten; damit erleichtern sie die schnelle Bezugnahme der Leser/innen und vermeintlich die Orientierung in einer immer komplexeren Welt,
– häufig wiederholt werden (Effekt von Echokammer/Filterblase) und nicht frühzeitig widerlegt werden,[8]
– auf Personen treffen, die nur wenige unterschiedliche Informationsquellen verwenden und deren Internetnutzung überdurchschnittlich hoch ist (Soziale Medien, insbes. Facebook),
– wenn sie auf unerfahrene Mediennutzerinnen und -nutzer treffen.

Fake News im Kontext des Kinder- und Jugendmedienschutzes

Viele Erwachsene, aber insbesondere junge Menschen können *Fake News* häufig nicht als solche erkennen. Ihnen fehlen oftmals Bewertungskriterien sowie Erfahrungswerte im Umgang mit den Manipulationsmöglichkeiten der Medien. Gerade die letzten beiden o.g. Punkte verweist auf die Relevanz der Thematik bei Kindern und Jugendlichen, denn sie befinden sich in einem besonderen Dilemma: Die Inhalte des am liebsten genutzten Mediums sind zugleich die potenziell am wenigsten vertrauensvollsten. Einerseits weiß das ein Teil von ihnen (vgl. MPFS 2016), andererseits müssen sie lernen, permanent und bewusst die immer geschickter angefertigten Inhalte im Internet zu hinterfragen, nicht nur Texte, sondern auch Foto- und inzwischen immer perfekter auch Videofälschungen[9]: »Obwohl man sich des Umstandes bewusst ist, dass auch Bilder oder Videos täuschen können, ist man eher dazu geneigt, einem Film, der *›zeigt, was wirklich passiert ist‹* zu glauben. Vor allem Videos werden dabei als verhältnismäßig fälschungssicher wahrgenommen. Als besonders problematisch ist hier der Umstand zu werten, dass für Jugendlichen Bilder vor allem dann als manipulativ gelten, wenn sie mittels einer Software gefälscht werden. Dass sie aber auch aus dem Kontext gerissen oder falsch verortet werden bzw. nur einen Ausschnitt eines größeren Geschehens zeigen können, wird dabei nicht reflektiert« (Institut für Jugendkulturforschung 2016, S. 4, Herv. im Text).

Kinder und Jugendliche verbringen immer mehr Zeit mit den von ihnen am häufigsten zur Information und Orientierung verwendeten online-Angeboten; *Fake News* können allerdings nicht nur bei der gezielten Informationssuche aufgenommen werden, sondern oft auch »nebenbei« etwa bei der Nutzung von Social Media-Angeboten. Bei Google, YouTube, Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter und Wikipedia sind insgesamt jedoch keine journalistischen Qualitätsstandards (seriöse redaktionelle Überprüfung bzw. Bewertung) vorauszusetzen. Kinder und Jugendliche bilden zudem eine Nutzer/innengruppe, die leichter zu beeinflussen ist, da sich – über kurzlebige, schnell veränderliche Meinungen hinausgehende – stabilere Einstellungen erst noch herausbilden müssen, um der leichten Beeinflussbarkeit zu widerstehen.

Fake News sind insofern auch ein Thema des Kinder- und Jugendmedienschutzes, als dass eine sozialethische Desorientierung abgeleitet aus den gesetzlichen Grundlagen des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) und Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) eine wichtige Gefährdungsdimension mit einer langen Geschichte ist.[10] In diesem Sinne sind Kinder- und Jugendliche insbesondere vor solchen Falschmeldungen zu schützen, die auf eine Übernahme von Einstellungen und Wertvorstellungen abzielen, die den in der Gesellschaft allgemein anerkannten Entwicklungs- und Erziehungszielen widersprechen oder diese grundsätzlich infrage stellen.

Das tatsächliche Gefährdungs- oder Risikopotential von *Fake News* sollte insgesamt zwar nicht übertrieben werden: Es wäre selber eine *Fake News* deren allumfassende Wirksamkeit zu behaupten. Es wäre jedoch genauso ein Fehler, sie zu unterschätzen, zumal sie in Verbindung mit der Postulierung »Alternativer Fakten« und eines gefühlsgesteuerten »postfaktischen Zeitalters«[11] sowie der Anfeindung andersdenkender User/innen durch *Hate Speech* das gesellschaftliche Klima negativ beeinflussen und die Entwicklung und Erziehung junger Menschen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten beeinträchtigen oder sogar gefährden können.

Was ist *Hate Speech*?

Wie *Fake News* ist auch das Phänomen *Hate Speech* ein Problem unserer zunehmend mediatisierten Gesellschaft und als solches in engem Zusammenhang zu sehen mit einer neuen öffentlichen Kommunikationskultur, die sich mit Internet und Onlinediensten in den letzten Jahren auch hierzulande etabliert zu haben scheint. Im Fokus stehen Formen von Hass und Hetze im Social Web, das sich mit den verbreite-

https://doi.org/10.5771/0170-5067-2018-4-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ten Hasskommentaren auf YouTube, Facebook & Co. nun gerade nicht als sozial entpuppt. Als ›unangenehmes‹ Modewort war *Hate Speech* insbesondere im Jahr 2016 in vieler Munde und bezeichnet in der Tat ein aktuelles Problem unserer Gesellschaft, das zunächst weniger nur im Kinder- und Jugendmedienschutz diskutiert wurde, sondern generell als eine Gefahr für den sozialen Zusammenhalt und das friedliche Zusammenleben in unserem Land. Ergänzt um die Debatte zu *Fake News* und gezielter Propaganda vor allem extremistischer und fundamentalistischer Kreise stellen sich hier tatsächlich nicht nur die eher philosophischen Fragen, was denn eigentlich politisch korrekt – und was überhaupt wahr – ist (Tillmann 2017). Es stellt sich auch die Frage nach der Jugendschutzrelevanz und ggf. sogar strafrechtlichen Relevanz verbaler Entgleisungen.

Begrifflich ist *Hate Speech* mit der Lehnübersetzung »Hassrede« recht klar eingegrenzt. Welche »Reden« aber nun im Einzelnen darunter zu fassen sind, ist durchaus umstritten. Denn der Hass muss in den medialen Äußerungen, in der Sprache von Worten wie in der von Bildern, nicht immer klar expliziert und auf den ersten Blick als solcher erkennbar sein. Er kann indirekt sein, in dem er als Botschaft gar nicht an denjenigen adressiert wird, auf den sich der Hass bezieht. Der Hass kann auch subtil bzw. implizit sein, etwa wenn bestimmte Adressaten unerwähnt bleiben in Kontexten, in denen sie erwähnt werden müssten (vgl. Stefanowitsch 2015).

Bereits im linguistischen Fachdiskurs wird *Hate Speech* eine bestimmte Intention zugewiesen, die darin besteht, dass mit einer bestimmten Ausdrucksweise von Hass das Ziel verfolgt wird, bestimmte Personen oder Personengruppen herabzusetzen und zu verunglimpfen (vgl. Meibauer 2013). Dies geschieht unter Verwendung bestimmter Attribute (Hautfarbe, Herkunft, Geschlecht, Sexualität oder Religion) und lässt sich juristisch als eine medial verbreitete spezifische Form von gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit einordnen (vgl. Puneßen 2017). Nimmt man nun noch hinzu, dass *Hate Speech* nicht nur diese Menschenfeindlichkeit (medien-) öffentlich zum Ausdruck bringt, sondern die »Hater« mit der gezielten medialen Repräsentation auch etwas erreichen wollen, dann ist *Hate Speech* in einer etwas weiteren Definition zweierlei (Hajok 2017, S. 2):

1. (medien-)öffentlich repräsentierter Hass, hinter dem eine auf bestimmte Gruppen einer Gesellschaft bezogene Menschenfeindlichkeit steht, sowie

2. (oft auch) gezielte Hetze gegen eben diese Gruppen, die in offene Aufrufe zur Gewalt gegen die Angehörigen dieser Gruppe münden können.

Richtet man den Blick auf die medialen Repräsentationsformen, dann ist das, was wir heute als *Hate Speech* thematisieren, eigentlich kein neues Phänomen, sondern eine Propagandaform, die zur NS-Zeit bereits Hochkonjunktur hatte.[12] Später fanden sich entsprechende Hassbotschaften auch auf Tonträgern, Broschüren und Fanzines, die vor allem aus der rechtsextremistischen Ecke kamen und nicht selten explizit an Jugendliche adressiert waren. Unter dem Label *Hate Speech* sind die Botschaften, in denen Hass (und Hetze) transportiert werden, primär ein Thema des Social Web, wobei sich die extremen, meist verbalen Äußerungen ihren Weg als (öffentliche) Posts bei Facebook, Instagram, Twitter & Co. bahnen und in ihrer Message nicht selten von ›starken‹ Bildern unterstützt werden. Längst werden auch Videos auf YouTube und die Kommentarfunktion der Plattform gezielt zur Verbreitung von Hass und Hetze genutzt.

Inhaltlich werden im *Hate Speech* Macht- und Diskriminierungsverhältnisse aufgegriffen, die in unserer Gesellschaft verbreitet sind. Dabei lassen sich verschiedene Muster unterscheiden, die der Verbreitung vor allem von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit, von Antisemitismus und antimuslimischer Rassismus, von Sexismus und Homophobie mit einer je spezifische Semantik dienen (vgl. AJS 2016, Amadeu Antonio Stiftung 2015):

- eine bewusste Verbreitung falscher Aussagen (»Alle Flüchtlinge haben teure Handys.«), nicht selten auch als Humor oder Ironie getarnt (»... im nächsten Leben werd ich Asylant.«),
- die Verwendung von herabwürdigenden und verunglimpfenden Begriffen (»Kanake«, »Schwuchtel«),
- Repräsentation von Stereotypen und Vorurteilen mit bestimmten Begriffen und Sprachmustern (»Drohende Islamisierung«, »Homo-Lobby«) sowie mit plakativer Bildsprache (Schwarze Menschen in Baströckchen),
- Gleichsetzungen (Juden = Israel), Verallgemeinerungen (»Griechen sind faul«), Verschwörungstheorien (»Die Politik unterstützt die Islamisierung Deutschlands«) und die Einbettung in eine »Wir«/»Dir«-Rhetorik (»Die bedrohen ›unsere‹ Frauen«) sowie
- Befürwortung von oder Aufruf zu Gewalttaten (»Die sollte man alle abknallen«, »An den Galgen mit ihnen!«).

Insbesondere die bewusste Verbreitung von Falschaussagen, aber auch die beispielhaft genannten Gleichsetzungen, Verallgemeinerungen und Verschwörungstheorien zeigen, dass *Fake News* und *Hate Speech* nicht selten im Zusammenhang zu sehen sind. Intentional gehen Hassbotschaften insofern über die Absicht von Falschmeldungen hinaus, als dass das Säen von Hass gegenüber und das Hetzen gegen Personengruppen im Vordergrund stehen. Abgesehen davon dient *Hate Speech* den Hatern und dahinter stehenden extremistischen Kreisen[13] auch der Führung und Rekrutierung eigener ›Kader‹, der Aufwertung des ›Selbst‹ und Abwertung des ›anderen‹, der propagandistischen Missachtung der Integrität eines Menschen und letztlich seiner Entwürdigung und Entmenschlichung (vgl. Banaszczuk 2015).

Hate Speech im Kontext des Kinder- und Jugendmedienschutzes

Nicht ohne Grund ist *Hate Speech* auch in den Fokus des Kinder- und Jugendmedienschutzes geraten. Denn auch wenn verlässliche empirische Zahlen fehlen, war doch zum einen nicht zu übersehen, dass die Hassbotschaften vor ca. drei Jahren vermehrt im Internet kursierten und zu einer öffentlichen Diskussion führten, die vor allem im Kontext der zunehmenden Diskussionen zu Zeiten der Flüchtlingskrise auch von der Politik aufgegriffen wurde. Zum anderen, und das lässt sich empirisch erhärten, sind wegen der besonderen Nähe zu Social Web-Angeboten Jugendliche und junge Erwachsene überdurchschnittlich oft mit den Botschaften konfrontiert: Mittlerweile gibt es hierzulande kaum noch Heranwachsende, die noch keine persönlichen Erfahrungen mit *Hate Speech* im Netz gemacht haben (vgl. zfsd. Hajok 2017). Im Gegensatz zum Phänomen der *Fake News*, bei dem die Falschmeldungen für sich betrachtet nicht per se jugendschutzrelevant sind, bewegen sich die Hassbotschaften im Netz in aller Regel bereits inhaltlich, also nicht nur wegen ihrer ggf. sozialethisch desorientierenden Wirkung, im Wirkspektrum von einer einfachen Entwicklungsbeeinträchtigung (vgl. FSM 2011) bis hin zu einer (schweren) Jugendgefährdung (vgl. Liesching 2012),[14]

- wenn die medial repräsentierten Äußerungen den erklärten Erziehungszielen entgegenwirken bzw. ihnen widersprechen oder als Ausdruck politisch-weltanschaulicher Totalitarismen und religiöser Fundamentalismen extremistische Meinungen vehement, offensiv und ggf. handlungsauffordernd nach außen tragen (→ Entwicklungsbeeinträchtigung),
- wenn die Äußerungen zu Rassenhass, Gewalttätigkeit oder Verbrechen anreizen, die NS-Ideologie rehabilitieren oder aufwerten, bestimmte Personengruppen herabwürdigen oder diskriminieren, Selbstjustiz nahelagen oder Gefühllosigkeit, Hinterlist und gemeine Schadenfreude wecken oder fördern (→ Einfache Jugendgefährdung),

https://doi.org/10.5771/0170-5067-2018-4-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

– wenn die Äußerungen die Menschenwürde verletzen, Gewalt oder Krieg verherrlichen oder mit Aufrufen zu Gewalt gegenüber bestimmten, hinreichend abgrenzbaren Bevölkerungsgruppen den Straftatbestand der Volksverhetzung erfüllen und den öffentlichen Frieden in unserer Gesellschaft stören (→ Offensichtlich schwere Jugendgefährdung).

Wenn den Hassbotschaften dann noch explizit eine gezielte Hetze gegen bestimmte Personengruppen immanent ist, dann haben bestimmte Tatbestände eine besondere Relevanz. Zum einen das Anreizen zu Rassenhass sowie zu Gewalttätigkeiten und Verbrechen, zum anderen die in § 130 StGB erfasste Volksverhetzung, also wenn zu Hass gegen Teile der Bevölkerung oder bestimmte Gruppen aufgestachelt, zu Gewalt- oder Willkürmaßnahmen gegen sie aufgefordert wird oder sie beschimpft, böswillig verächtlich gemacht oder verleumdet werden. Abgesehen davon sind für die extremen Äußerungen des *Hate Speech* ggf. noch weitere Straftatbestände einschlägig, etwa die Beleidigung, üble Nachrede, Verleumdung, Nötigung, Bedrohung und öffentliche Aufforderung zu Straftaten. Für die Betroffenen von Hassattacken gibt es neben der Möglichkeit einer Strafanzeige bei Polizei oder Staatsanwaltschaft dann auch zivilrechtliche Möglichkeiten (vgl. Puneßen 2017).

Was tun gegen *Fake News* und *Hate Speech*?

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Beide Phänomene sind durch alle Altersgruppen hindurch als eine Gefahr für den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu werten. Gerade in der in Deutschland seit 25 Jahren immer wiederkehrenden Diskussion um Asylrecht und Flüchtlingspolitik gehen beide Phänomene im Sinne einer gezielt fremdenfeindlichen Stimmungsmache durch Rechtsextremisten und Rechtspopulisten Hand in Hand; Internet und Onlinedienste ermöglichten hier in den letzten Jahren noch eine Steigerung der Präsenz von *Fake News* und *Hate Speech* in der Öffentlichkeit. Aus Perspektive des Kinder- und Jugendmedienschutzes sind beide Formen als ›unerwünschte Inhalte‹ anzusehen, die zu einer sozialethischen Desorientierung junger Menschen beitragen können.

Studien zeigen die Dringlichkeit von Gegenmaßnahmen: Viele Menschen sehen sich konfrontiert mit *Fake News* (vgl. z.B. European Commission 2018), gerade Jugendliche stehen ihnen »weitestgehend machtlos gegenüber« (Institut für Jugendkulturforschung 2016, S. 4 [unpag.]). Bezüglich *Hate Speech* geht dies aus einer bereits 2015 veröffentlichten Bitkom-Studie hervor. Die Internetnutzer sehen dabei die Betreiber von Online-Plattformen genauso in der Pflicht wie die Justiz und die Nutzer selbst. Von den Betreibern wünschten sie sich eindeutige Hinweise, wie sich die Nutzer im Internet verhalten sollen, eine schnelle Löschung von Hasskommentaren, die Sperrung der Accounts ihrer Verfasser sowie bei Bedarf das Abschalten der Kommentarfunktion auf einer Webseite. Auch die Strafverfolgungsbehörden sollten verstärkt gegen Hasskommentare vorgehen und Nutzer Hasskommentare vermehrt mit Argumenten widerlegen (vgl. Bitkom 2015). Für einen besseren Schutz nicht nur von jungen Menschen ergeben sich folgende Ansätze:

1. Die Durchsetzung einer funktionierenden Selbstregulierung der Anbieter, um die große Quantität von *Fake News* und *Hate Speech* zumindest einzugrenzen und nicht weiter ihrer perfiden Eigendynamik preiszugeben. Facebook hat z.B. bereits gemeinsam mit der Vereinigung »First Draft« und mit Unterstützung von klicksafe, Correctiv, Deutschland Sicher im Netz und der Stiftung Digitale Chancen ein Informations-Tool entwickelt, das es Nutzerinnen und Nutzern erleichtern soll, Falschmeldungen als solche zu erkennen. Zudem will Facebook künftig ein Meldesystem mit Warnhinweisen sowie die externe Überprüfung von Fakten auch in Deutschland einführen. Auch Google hat inzwischen ein Faktencheck-Label bei den angezeigten Suchergebnissen eingeführt: Dieses zeigt in den Trefferlisten zu aktuellen Themen an, welche Meldungen schon von Journalisten überprüft wurden.[15]

2. Die Anwendung bestehender und die Schaffung neuer Gesetze: Ob das Netzdurchsetzungsgesetz (NetzDG), das im September 2017 in Kraft getreten ist, eher eine Hilfe ist oder eher die Einschränkung von Meinungsfreiheit zur Folge hat, muss sich erst noch erweisen. Abgesehen davon gab und gibt aber bereits Gesetze, mit denen gegen Straftatbestände, die Hasskommentare oder gezielten Falschmeldungen ggf. verwirklichen, wirksam vorgegangen werden kann. Relevant und strafbewehrt sind zum Beispiel eine Verleumdung, üble Nachrede und die Volksverhetzung und Störung des öffentlichen Friedens. Abgesehen von einer Strafanzeige bei Polizei oder Staatsanwaltschaft gibt es auch zivilrechtliche Möglichkeiten (vgl. Puneßen 2017). So kann ggf. ein Anspruch auf Löschung oder Abänderung des Kommentars bestehen, mit einer Abmahnung eine strafbewehrte Unterlassungserklärung eingefordert werden und bei schwerwiegenden Persönlichkeitsrechtsverletzungen sogar ein Anspruch auf eine Geldentschädigung oder ein Schmerzensgeld zustehen.

3. Auch hinsichtlich *Fake News* und *Hate Speech* ist der Kinder- und Jugendmedienschutz gefordert, die Zugänge von Kindern und Jugendlichen zu potenziell entwicklungsbeeinträchtigenden oder -gefährdenden Medieninhalten möglichst zu verhindern. Die Maßnahmen der verschiedenen Institutionen im Spektrum von Abhilfeaufforderung (FSM) über Indizierungen (BPjM) bis hin zur initiierten Sperrung oder Löschung der beanstandeten Hassbotschaften (Jugendschutz.net) erzielen durchaus Breitenwirkung. Letzteres konnte im Jahr 2016 bei den mit Abstand meisten beanstandeten Angeboten aus der rechten Ecke erreicht werden (vgl. Jugendschutz.net 2017). In jedem Fall müssen die zuständigen Stellen auch in dem von *Fake News* und *Hate Speech* abgesteckten Bereich potenzieller Entwicklungsbeeinträchtigungen/-gefährdungen kritisch beobachten, inwieweit die Dienste, über die die Meldungen verbreitet werden, ihrer Anbieterverantwortung nachkommen, und präventive Maßnahmen (Meldemöglichkeiten, Aufklärungsseiten etc.) einfordern.

4. Zu fordern und finanziell zu fördern sind letztlich auch Maßnahmen des präventiv-befähigenden Kinder- und Jugendmedienschutzes (z.B. Bewusstsein schaffen, Kritikfähigkeit fördern, positive Kultur des Informations- und Meinungsaustausches anregen). Um einen ersten Überblick zu erhalten, was wichtige Ansatzpunkte für die pädagogische Arbeit mit Jugendlichen sind und auf welche Materialien in der Praxis zurückgegriffen werden kann, bieten sich die zu *Fake News* und *Hate Speech* erstellten Bereiche auf Klicksafe.de und Handysektor.de an. Das Spektrum präventiver Maßnahmen reicht hier von Informationen zur Aufklärung über Selbsthilfe-Checkliste und Online-Quiz bis hin zu Unterrichtsmaterialien.[16]

---

1 Z.B. 2015, 2017; vgl. z.B. netzpolitik.org: https://bit.ly/2B3kUtN und tagesschau.de: https://bit.ly/2Or4JIC.

2 Vgl. z.B. spiegel.de: https://bit.ly/2wb30zS

3 Eine eindeutige Bewertung der Beeinflussung der Wahlen durch *Fake News* gibt es nicht, vgl. z.B. Allcott/Gentzkow 2017: web.stanford.edu: https://stanford.io/2j2JfGL und Guess/Nyhan/Reifler 2018.

4 Z.B. Donald Trump: https://bit.ly/2KIDtD7. Das Wort »Lügenpresse« war 2014 »Unwort des Jahres«: »Bei ›Lügenpresse‹ handelt es sich um einen nationalsozialistisch vorbelasteten Begriff, der im Zuge der Pegida-Bewegung gezielt Verwendung findet, dabei jedoch nicht vollständig reflektiert wird. […] Mit dem Ausdruck ›Lügenpresse‹ […] werden Medien pauschal diffamiert.« (unwortdesjahres.net: https://bit.ly/2rX18Y8).

5 Für Beispiele von *Fake News* und deren Analyse sei auf die Studie von Sängerlaub/Meier/Rühl (2018) verwiesen, die auch online zur Verfügung steht.

https://doi.org/10.5771/0170-5067-2018-4-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

6 Social Bots sind von Computern erzeugte künstliche Identitäten, die insbesondere in Sozialen Netzwerken eingesetzt werden, um bestehende Meinungsverhältnisse zu beeinflussen (vgl. Selg/Hajok 2017, S. 6).

7 Propaganda erfordert eine höhere Organisationsstufe und Ressourcen; vgl. z.B. Definition von Propaganda bei der bpb (2011): bpb.de: https://bit.ly/2nuKMVV. Vgl. auch Schmidt/Merten/Hasebrink/Petrich/Rolfs (2017), S. 28: *Fake News* bezeichnet »[…] News stories that have no factual basis but are presented as facts« (Allcott/Gentzkow 2017, S. 5) – eine Definition, die deutlich macht, wie schwer der Begriff ›*Fake News*‹ etwa von Propaganda oder auch von Verschwörungstheorien abzugrenzen ist (vgl. Mocanu et al. 2015)«.

8 Siehe z.B. hoaxmap.org. Es ist allerdings sehr zweifelhaft, ob das Widerlegen bzw. Eindämmen von *Fake News* innerhalb Sozialer Medien (»Debunking«) wegen der Phänomene »Filterblase« bzw. »Echokammer« überhaupt gelingen kann (vgl. z.B. Zollo et al. 2017, Sängerlaub/Meier/Rühl 2018). Zu Filterblase/Echokammer vgl. Selg/Hajok 2017, S. 6: »Algorithmen personalisieren das Angebot einseitig und schaffen eine ›Filterblase‹ gleichgerichteter Informationen. Bezogen auf die (aktive) Ausrichtung an gleichgesinnte Personen im Internet wird der Effekt als ›Echokammer‹ bezeichnet.«

9 Zu den sog. »Deepfakes« siehe z.B. faktenfinder.tagesschau.de: https://bit.ly/2CCLiX5.

10 Siehe hierzu die differenzierten Darstellungen in Hajok/Selg/Hackenberg 2010, S. 2-5.

11 Vgl. z.B. bpb.de: https://bit.ly/2KMjsvx.

12 Auch in der via Volksempfängern, Flugblättern und geschichtsträchtigen Schriften verbreiteten Nazipropaganda waren Hass und Hetze zentrale Plots, vgl. auch oben zu *Fake News*.

13 Nach einem Monitoringbericht der Amadeu Antonio Stiftung (2016) waren 2015/2016 neben AfD-nahen Kreisen auch rechtsextremistische oder zumindest rechtspopulistische Bewegungen und Netzwerke wie »Ein Prozent für unser Land«, »Identitäre Bewegung Deutschland«, »Der III. Weg«, »German Defence League«, »Friedensquerfront«, »Anonymous. Kollektiv«, »Compact« und »KenFM« im Bereich des *Hate Speech* sehr aktiv.

14 Grundlage für nachfolgende Systematisierung von Hajok (2017) auf Basis der soeben genannten Quellen bilden die gesetzlichen Grundlagen des JuSchG und JMStV (siehe z.B. BMFSFJ 2014).

15 Gerade Warnhinweise können allerdings wiederum einen gegenteiligen Effekt, die Förderung der Aufmerksamkeit für *Fake News* haben, vgl. netzpolitik.org: https://bit.ly/2vvmhxf; zu Faktenchecks in den Google-Suchergebnissen siehe z.B. https://support.google.com/news/answer/7315336?hl=de.

16 Siehe z.B. http://hoaxmap.org, http://faktenfinder.tagesschau.de,http://www.mimikama.at, https://swrfakefinder.de; http://www2.nibis.de/nibis.php?menid=9892, klicksafe.de: https://bit.ly/2KMzPrS, publikationen.medienanstalt-nrw.de: https://bit.ly/2OYYLzI.

Literatur

AJS & LfM (Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz, Landesstelle NRW e.V. & Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen) (2016): Hate Speech. Hass im Netz. Köln und Düsseldorf.

Allcott, H. / Gentzkow, M. (2017): Social Media and Fake News in the 2016 Election. In: Stanford University: http://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf.

Amadeu Antonio Stiftung (2016): Monitoringbericht 2015/2016. Rechtsextreme und menschenverachtende Phänomene im Social Web. Berlin. https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/monitoringbericht-2015.pdf

Amadeu Antonio Stiftung (2015): »Geh sterben!« Umgang mit Hate Speech und Kommentaren im Internet. Berlin.

Antos, G. (2017): Fake News. Warum wir auf sie reinfallen. Oder: »Ich mache euch die Welt, so wie sie mir gefällt«. In: Der Sprachdienst, Heft 1/2017, Seite 1-20, hier S. 9.

Banaszczuk, Y. (2015): Strategien und Typologisierung von Hate Groups. In: Amadeu Antonio Stiftung (Hrsg.), »Geh sterben!« Umgang mit Hate Speech und Kommentaren im Internet. Berlin, S. 18-20.

Bente, G. / Fromm, B. (1997): Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen 24). Opladen: Leske & Budrich.

Bitkom (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien) (2015): Hasskommentare: Jeder neunte Internetnutzer war selbst schon Opfer. Bitkom Research Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Hasskommentare-Jeder-neunte-Internetnutzer-war-selbst-schon-Opfer.html

BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (2014): Jugendschutzgesetz und Jugendmedienschutz-Staatsvertrag der Länder. Berlin.

Bundeszentrale für politische Bildung (2011): Dossier »Krieg in den Medien«, Begriff Propaganda. http://www.bpb.de/gesellschaft/medien-und-sport/krieg-in-den-medien/133154/glossar?p=51.

Darnton, R. (2017): The True History of Fake News. In: The New York Review of Books, 13.02.2017; http://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/.

European Commission (2018): Flash Eurobarometer 464: Fake News and Disinformation Online: https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2183_464_ENG.

FSM (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter) (2011): Prüfgrundsätze der FSM. Mönchengladbach.

Guess, A. / Nyhan, B. / Reifler, J. (2018): Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign: https://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf.

Hajok, D. (2017): Hate Speech. Hass und Hetze im Netz als Thema des Kinder- und Jugendmedienschutzes. In: JMS-Report, Jg. 40, Heft 1, S. 2-6.

Hajok, D. / Selg, O. / Hackenberg, A. (2010): »Sozialethische Desorientierung« als Risikodimension des Jugendmedienschutzes. In: JMS-Report, Jg. 33, Heft 2, S. 2-6.

Institut für Jugendkulturforschung (2016): »Gerüchte im Web«. Key Outcomes: https://www.saferinternet.at/fileadmin/redakteure/Footer/Presse/Zusammenfassung_Studie_Geruechte_im_Web.pdf.

Janich, N. (2017): Unwort des Jahres. Institut für Sprach- und Literaturwissenschaft, Technische Universität Darmstadt: http://www.unwortdesjahres.net/index.php?id=35.

Jugendschutz.net (2017): Zahlen zu Rechtsextremismus online 2016. http://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Zahlen_Rechtsextremismus_Online_2016.pdf

Ladurner, U. (2016): Stadt der Lügner. In: Zeit Online, 18.12.2016; https://www.zeit.de/2016/52/fake-news-hersteller-unternehmen-mazedonien/komplettansicht.

Liesching, M. (2012): Tatbestände der Jugendgefährdung. In: BPjM-Aktuell, Jg. 20, Heft 4, S. 4-9.

MPFS – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2016): JIM-Studie2016. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart 2016: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf.

Puneßen, A. (2017): Hate Speech / Rechtsfragen. In: KJug – Kinder- und Jugendschutz in Wissenschaft und Praxis, Jg. 62, Heft 1, S. 16-17.

Reinbold, F. (2017): Der Fake-News-König bereut sein Tun. In: Spiegel Online, 14.03.2017; http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/jestin-coler-auf-der-sxsw-der-fake-news-koenig-will-jetzt-der-wahrheit-helfen-a-1138632.html.

Sängerlaub, A. / Meier, M. / Rühl, W.-D. (2018): Fakten statt Fakes: Verursacher, Verbreitungswege und Wirkungen von Fake News im Bundestagswahlkampf 2017. Stiftung Neue Verantwortung: https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/snv_fakten_statt_fakes.pdf.

Schmidt, J.-H. / Merten, L. / Hasebrink, U. / Petrich, I. / Rolfs, A. (2017): Zur Relevanz von Online-Intermediären für die Meinungsbildung. (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 40) Hamburg.

Selg, O. / Hajok, D. (2017): »Fake News – Ein aktuelles Phänomen« mit Selbsthilfe-Checkliste, Fachartikel für das Referentennetzwerk der Stiftung Medienpädagogik Bayern.

Stefanowitsch, A. (2015): Was ist überhaupt Hate Speech? In: Amadeu Antonio Stiftung (Hrsg.), »Geh sterben!« Umgang mit Hate Speech und Kommentaren im Internet. Berlin, S. 11-13.

Tillmann, S. (2017): Was ist politisch korrekt – und was ist überhaupt wahr? Der Versuch einer Versachlichung. In: ZITTY, Jg. 40, Heft 5, S. 14-18.

Vosoughi, S. / Roy, D. / Aral, S. (2018): The spread of true and false news online. Science 09 Mar 2018, Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151. http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf.

Zollo, F. / Bessi, A. / Vicario, M. D. / Scala, A. / Caldarelli, G. / Shekhtman, L. / Havlin, S. / Quattrociocchi, W. (2017): Debunking in a world of tribes. PLoS ONE 12(7): e0181821. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181821. ◆

https://doi.org/10.5771/0170-5067-2018-4-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY