



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Hate Speech gegen JournalistInnen
in österreichischen Medienorganisationen:
Eine Analyse der Rahmenbedingungen“

verfasst von / submitted by

Julia Kasser, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree
of

Master of Arts (MA)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Katharine Sarikakis

„Wo ist die Staatsordnung, die keinem Haß Raum gäbe?“

Carl Ludwig Schleich (1859 - 1922),
deutscher Arzt, Erfinder der Anästhesie und Schriftsteller¹

¹ Quelle: Schleich, Die Weisheit der Freude, 1921

Vorwort

Die erste Forschungsidee zu dieser Arbeit entwickelte sich im Sommer 2018 im Rahmen eines Forschungsseminars.

Mein Dank gilt Univ.-Prof. Dr. Katharine Sarikakis, die dieses Forschungsseminar leitete und später die Betreuung dieser Master-Thesis übernahm. Ihre motivierenden Worte und fachlichen Ratschläge haben maßgeblich an der Entstehung dieser Arbeit mitgewirkt.

Den interviewten ExpertInnen danke ich an dieser Stelle für ihr bereitwilliges Erzählen über die Abläufe und Situation in ihren Medienorganisationen.

Über die Jahre an der Universität habe ich hier mehrere Freundschaften geschlossen, die hoffentlich noch lange bestehen. Ich danke meinen Freunden an der Universität und in meiner Heimat, die meine Sorgen teilten, mit Interesse mein Studium verfolgten und Verständnis hatten, wenn das Studium meine volle Aufmerksamkeit erforderte.

Ein großer Dank gilt meinem Partner Stefan, der während der Umsetzung dieser Arbeit mit mir mitfieberte und mich mit Rat und Tat unterstützte.

Meiner Familie danke ich für den Rückhalt und die Unterstützung, auf die ich in den vergangenen Jahren immer zählen konnte, und besonders Martina, Daniela und Reinhard, danke ich für die gewissenhafte Korrektur dieser Arbeit.

1 Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	v
1 Inhaltsverzeichnis	vi
2 Einleitung	1
2.1 Ziel und forschungsleitende Fragen	3
2.2 Aufbau der Arbeit	4
3 Theoretische Grundlagen	7
3.1 Von Medien zu journalistischen Medienorganisationen	7
3.1.1 Medien.....	7
3.1.2 Journalismus	8
3.1.3 Medienorganisationen und journalistische Organisationen	9
3.1.4 Institutionen	11
3.1.5 Journalistische Medienorganisationen	12
3.2 Media Governance.....	14
3.2.1 Von Medienpolitik zu Media Governance	14
3.2.2 Definition Media Governance	15
3.2.3 Accountability	18
3.2.4 Horizontale und vertikale Ausdehnung von Media Governance	22
3.2.5 Media Governance im Online-Bereich.....	25
4 Aufarbeitung der aktuellen Lage	35
4.1 Journalistische Medienorganisationen in Österreich	35
4.1.1 Mediensystem in Österreich	35
4.1.2 JournalistInnen in Österreich.....	39
4.1.3 Arbeitsbelastungen von JournalistInnen.....	42
4.1.4 Fürsorgepflicht und arbeitsrechtliche Bestimmungen.....	45
4.1.5 Erkenntnisse aus dem Kapitel journalistische Medienorganisationen	48
4.2 Hate Speech	50
4.2.1 Phänomen & Definition.....	50
4.2.2 Rechtlicher Rahmen von Hate Speech	54
4.2.3 Organisationen, Initiativen & Empfehlungen.....	59
4.2.4 Hate Speech im Online-Bereich	63
4.2.5 Hate Speech & JournalistInnen	68
4.2.6 Erkenntnisse aus dem Kapitel Hate Speech	72

4.3 Die Interviews	75
4.3.1 Forschungsfeld	75
4.3.2 Das ExpertInnen-Interview.....	75
4.3.3 Sampling	77
4.3.4 InterviewpartnerInnen	79
4.3.5 Ausarbeitung des Interviewleitfadens.....	80
4.3.6 Transkription	82
4.3.7 Auswertung mit qualitativer Inhaltsanalyse nach Kuckartz.....	83
4.3.8 Kategoriensystem	85
4.3.9 Erkenntnisse aus den Interviews	86
5 Einordnung der Erkenntnisse in Media Governance	110
5.1 Hate Speech gegen JournalistInnen.....	110
5.1.1 Definition	110
5.1.2 Hate Speech gegen JournalistInnen in Medienorganisationen	112
5.1.3 Primär Beteiligte von Hate Speech gegen JournalistInnen	115
5.2 Regulierung von Hate Speech gegen JournalistInnen	116
5.2.1 Global.....	116
5.2.2 Europäisch	118
5.2.3 National.....	120
5.2.4 Medienorganisation.....	123
5.2.5 Individuum.....	127
6 Interpretation der Ergebnisse	130
7 Schlussbemerkungen	137
8 Quellenverzeichnis	144
9 Anhang	159
9.1 Intervieweinladung	159
9.2 Interviewleitfaden	162
9.3 Interviewprotokolle	164
9.4 Codebuch	170
9.5 Abstract Deutsch	185
9.6 Abstract Englisch	186

2 Einleitung

Reporter ohne Grenzen stuft Österreich auf der Rangliste der Pressefreiheit 2019 auf Platz 16 des weltweiten Ländervergleichs. Im Vergleich zum Vorjahr verliert die Alpenrepublik 5 Plätze und damit den Status als Land mit guter Pressesituation. Die vermehrten persönliche Angriffe auf JournalistInnen seitens der Politik werden als Grund für die Herabstufung angeführt. Hass und Angriffe gegen JournalistInnen sind kein neuer Trend, der in Österreich Einzug hält, aber früher geschah dies nuancierter.

(Reporter ohne Grenzen)

Mit dem voranschreitenden Abbau von Barrieren in der Informationsübermittlung hat das Phänomen Hate Speech in den letzten Jahren immer mehr an Präsenz gewonnen. Hate Speech ist kein reines Social Media-Phänomen. Es tritt auch außerhalb des digitalen Raumes auf, aber es kommt dort vermehrt vor.

Social Media-Plattformen werden auch als Soziale Netzwerke bezeichnet. Diese Websites regen ihre UserInnen dazu an, sich untereinander zu vernetzen und auszutauschen. (McQuail 2010, S. 570) Auf manchen Social Media-Plattformen sind die Umgangsformen gepflegt, wie in einem Salon, während auf anderen Plattformen ein rauerer Ton herrscht. (Marlin-Bennett und Thornton 2012, S. 499)

Unter Hate Speech versteht man hasserfüllte Äußerungen gegen Einzelpersonen oder Gruppen. (Latour et al. 2017, S. 31–32) Die betroffenen Personen sind oftmals Frauen oder Angehörige von Minderheiten. Die Betroffenen werden mit gezielten Diskreditierungsversuchen und Drohungen konfrontiert, wenn sie sich kritisch gegenüber Gruppen oder gesellschaftlich anerkannten Normen äußern. Sie sollen zum Schweigen gebracht werden.

Das Phänomen Hate Speech spielt sich in einem rechtlichen Graubereich ab, da es den Konflikt zweier Menschenrechte widerspiegelt: das Recht auf freie Meinungsäußerung und das Recht auf Schutz der Würde eines Menschen. Dieser Konflikt zieht sich durch alle - völkerrechtliche, europäische und nationale - Gesetze.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen rückte bisher verschiedene Perspektiven und Gruppen von Betroffenen in den Mittelpunkt. (und Haarkötter 2016b; Siehe die Beiträge in Kaspar et al. 2017)

Eine betroffene Gruppe, die nach demokratiepolitischen Aspekten von internationalen Organisationen als besonders relevant eingestuft wird, sind JournalistInnen. Die OSCE und UN betonen in jüngeren Aussendungen, dass besonders JournalistInnen von Hate Speech bedroht sind. Sie betonen auch, dass weibliche JournalistInnen mehr und anders betroffen sind. (OSCE - The Representative on Freedom of the Media 2016; United Nations - Human Rights Council 2018)

JournalistInnen sind berufsbedingt mit Hate Speech konfrontiert. (Obermaier et al. 2018, S. 503–504) JournalistInnen werden als die vierte Gewalt im Staat bezeichnet: sie kontrollieren und kritisieren. (Meier 2018, S. 16) Diese machtvolle Position in der demokratischen Öffentlichkeit ist Manchen ein Dorn im Auge. Es wird versucht durch Hate Speech-Angriffe, die Betroffenen dazu zu bringen, bestimmte Themen nicht länger zu berichten, oder sich gänzlich aus der Öffentlichkeit zurückzuziehen. (Dhrodia 2017) Journalistinnen sind zusätzlich belastet, da Frauen im öffentlichen Raum als Bedrohung der bestehenden Normen wahrgenommen werden und sie deshalb besonders gefährdet sind, zur Zielperson von Hate Speech zu werden. (van der Wilk 2018, 31-32) Demgegenüber steht ein steigender Frauenanteil im Journalismus, der zuletzt bei 42 % lag. (Kaltenbrunner et al. 2007, 18-19, 115-120)

Die Rolle der Medienorganisationen in Bezug auf Hate Speech gegen JournalistInnen darf nicht außer Acht gelassen werden: 2007 waren 71 % der hauptberuflichen JournalistInnen fest angestellt. (Kaltenbrunner et al. 2007, 17, 22) In Österreich sind ArbeitgeberInnen gesetzlich zur Fürsorge für ihre Angestellten verpflichtet. Dazu zählt eine regelmäßige oder anlassbezogene Evaluation psychischer Belastungen am Arbeitsplatz, auch die Konfrontation mit Hate Speech ist eine psychische Belastung. (Obermaier et al. 2018, S. 511–512) Zudem stehen Medienorganisation und ihre journalistischen Einheiten, die Redaktionen, in einem wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis, demnach ist es im Interesse der Medienorganisationen, ihre JournalistInnen vor externen Einflüssen zu schützen.

Hate Speech gegen JournalistInnen stellt also ein komplexes Problem mit mehreren einzubeziehenden Aspekten dar, und es stellt sich die Frage „Wie wird mit Hate Speech gegen JournalistInnen umgegangen?“ Diese Frage wurde bisher nicht wissenschaftlich behandelt.

2.1 Ziel und forschungsleitende Fragen

Das Ziel dieser Arbeit ist es nun, einen systematischen Überblick zur aktuellen Lage von Hate Speech gegen JournalistInnen in österreichischen Medienorganisationen und dessen Bekämpfung zu geben. Es soll insbesondere gezeigt werden, welche Rahmenbedingungen in Bezug auf Hate Speech gegen JournalistInnen außer- und innerhalb der Medienorganisationen vorliegen, welche Strukturen in Medienorganisationen geschaffen wurden, um JournalistInnen vor Hate Speech-Attacken zu schützen und im Umgang damit zu unterstützen. Mit diesen Strukturen sind alle Handlungen gemeint, die entgegengebrachten Hass gegenüber den JournalistInnen abfangen, selektieren oder eine persönliche Verarbeitung bzw. Nachbereitung der Konfrontation mit Hate Speech fördern.

Es ist nicht Ziel dieser Arbeit, eine Auflistung von Maßnahmen gegen Hate Speech und die jeweilige Beschreibung zu liefern. Es soll eine ganzheitliche Analyse des Phänomens Hate Speech gegen JournalistInnen in österreichischen Medienorganisationen sein.

Mit dieser Arbeit sollen auch mögliche Diskrepanzen und Probleme im Umgang mit Hate Speech gegen JournalistInnen in den Medienorganisationen und ihren Rahmenbedingungen aufgedeckt werden.

Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf Hate Speech gegen JournalistInnen in Medienorganisation, da, wie oben erwähnt, die überwiegende Mehrheit der hauptberuflichen JournalistInnen in Österreich bei Medienorganisationen angestellt ist. Daher grenzt sich das Forschungsfeld auf journalistische Medienorganisationen in Österreich und die für sie geltenden Rahmenbedingungen in Bezug auf Hate Speech gegen JournalistInnen ein.

Die forschungsleitenden Fragen dieser Arbeit sind:

Wie sehen die aktuellen Rahmenbedingungen von Hate Speech gegen JournalistInnen in journalistischen Medienorganisationen in Österreich aus?

Wie gehen journalistische Medienorganisationen in Österreich mit Hate Speech gegen JournalistInnen um?

Welche Strukturen und Abläufe gibt es in journalistischen Medienorganisationen in Österreich zu Hate Speech gegen JournalistInnen?

Mit Hilfe des Media Governance-Ansatzes werden die aktuellen Rahmenbedingungen österreichischer Medienorganisationen und die Steuerungsmechanismen in Bezug auf Hate Speech analysiert. Zusätzlich werden anhand qualitativer ExpertInnen-Interviews Strukturen und Prozesse herausgearbeitet, die im Umgang mit Hate Speech gegen eigene JournalistInnen in und von österreichischen Medienorganisationen angewandt werden, und die Außenstehenden in der Regel verborgen bleiben.

2.2 Aufbau der Arbeit

Der Aufbau der Arbeit führt stufenweise von den theoretischen Annahmen hin zur Beschreibung der Ergebnisse der durchgeführten Forschung.

Zu Beginn des theoretischen Rahmens erfolgen relevante Begriffsdefinitionen (3.1): Die Definitionen von Medien und Journalismus führen hin zum Begriff der journalistischen Medienorganisation in dieser Arbeit.

Danach wird der Media Governance Ansatz (3.2) vorgestellt, der zu Beginn im Feld der Medienpolitik verortet wird. In der Beschreibung dieses Ansatzes wird der Fokus auf die Regulierung journalistischer Medienorganisationen in Rahmen von Media Governance gelegt. Es folgt eine Beschreibung von Media Governance im Online-Bereich, sowie welche Aspekte im Umgang mit Hate Speech von Bedeutung sind. Aufbauend auf Media Governance führt die Arbeit weiter in die Analyse der Rahmenbedingungen außer- und innerhalb der Medienorganisationen bezüglich Hate Speech gegen JournalistInnen.

Die Aufarbeitung der Rahmenbedingungen erfolgt in drei Schritten: Beschreibungen und Analysen der journalistischen Medienorganisationen in Österreich (4.1) und dem Status Quo von Hate Speech (4.2), sowie einer qualitativen Interviewstudie (4.3), die inhaltsanalytisch ausgewertet wird.

Die Analyse der journalistischen Medienorganisationen in Österreich (4.1) beginnt mit der Beschreibung der Medienorganisationen in Österreich. Das nächste Unterkapitel widmet sich JournalistInnen in Österreich, darauf folgen Belastungen, die in Verbindung mit der journalistischen Berufsausübung stehen. Den Abschluss bildet ein kurzer Abriss zu arbeitsrechtlichen Verpflichtungen von Medienunternehmen gegenüber JournalistInnen und anderen Angestellten.

Der zweite analytische Bereich befasst sich mit Hate Speech (4.2). Nach der Beschreibung und Definition des Phänomens, folgt ein Exkurs zu den relevanten internen und nationalen Gesetzen und Menschenrechten in Bezug auf Hate Speech. Auf internationaler und nationaler Ebene gibt es mehrere Nicht-Regierungsorganisationen (NGOs), Initiativen und Projekte, die im Sinne von Media Governance regulierend mitwirken, indem sie Empfehlungen zur Prävention von und den Umgang mit Hate Speech vorgelegt haben. Den Abschluss dieses Teils der Arbeit bildet der Forschungsstand zu Hate Speech im Online-Bereich und zu Hate Speech gegen JournalistInnen in Österreich.

Im dritten analytischen Kapitel, dem empirischen Teil (4.3), wird auf das Forschungsfeld, das Sampling, die Erhebungsmethode des leitfadengestützten Experten-Interviews, sowie die Auswertungsmethode der qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz näher eingegangen. Nach der Darlegung des methodischen Vorgehens folgt die Ergebnisdarstellung der Interviews entlang des erarbeiteten Kategorien-systems.

Die Ergebnisse aus allen drei Bereichen werden entlang der Struktur von Media Governance zusammengeführt (5) und anschließend interpretiert (6), indem die forschungsleitenden Fragen beantwortet, und die Ergebnisse in die vorliegende Forschung eingebettet werden.

Das abschließende Kapitel (7) fasst die wichtigsten Erkenntnisse der Arbeit zusammen, beleuchtet die Einschränkungen und Probleme während des

Forschungsprozesses und zeigt Möglichkeiten für weitere Forschungsvorhaben auf, die auf den gewonnenen Erkenntnissen dieser Arbeit basieren.

3 Theoretische Grundlagen

3.1 Von Medien zu journalistischen Medienorganisationen

In diesem Kapitel werden grundlegende Begriffe geklärt. Ausgehend von der Medien-Definition nach Saxon wird über die Erklärungen zu Medienorganisationen, Journalismus und Institutionen zu journalistischen Medienorganisationen hingeführt, und wie sie in dieser Arbeit verstanden werden.

3.1.1 Medien

Saxon definiert: „Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen.“ (Saxon 1999, S. 6) Diese Definition ist in der Kommunikationswissenschaft weithin akzeptiert. (Altmeppen 2006, S. 141; Burkart 2019, S. 39; Puppis 2016, S. 155) Zwei zentrale Annahmen von Medien nach Saxon sind, dass Medien mehr als die technologische Infrastruktur bis hin zu einer Institution für die Gesellschaft sind, und Medien sind Organisationen. (Künzler et al. 2013b, S. 14; Saxon 1999, S. 5) Für Massenmedien wird diese Definition um den Aspekt der öffentlichen Verbreitung erweitert. (Burkart 2019, S. 109)

Die politischen Funktionen von Massenmedien liegen in der Herstellung von Öffentlichkeit (1) und damit der Bereitstellung eines Raumes für die öffentlichen Diskussion. Massenmedien erfüllen eine Artikulationsfunktion (2), indem sie Parteien, Verbänden, Interessengruppen und anderen Gruppierungen eine Plattform bieten, um ihre Ideen zu verbreiten. Die politische Sozialisationsfunktion (3) der Massenmedien beschreibt, dass die Medien das politische System anschaulich abbilden. Die politische Bildungsfunktion (4) beschreibt, dass für die demokratische Diskussion relevante Informationen so aufbereitet werden, dass sich BürgerInnen eine Meinung bilden können. Unter dem Begriff „vierte Gewalt“ wird die Kritik- und Kontrollfunktion (5) der Massenmedien verstanden. Dieser Begriff unterstreicht nicht nur die Relevanz der Massenmedien in einer Demokratie, sondern auch die Unabhängigkeit der Medien vom Staat und anderen gesellschaftlichen Machtseinflüssen. (Burkart 2019, S. 334–338)

Medien sind ökonomische Einheiten. Sie reproduzieren und konstituieren das soziale Leben. Sie erfüllen eine wichtige Rolle für demokratische Gesellschaften. Eingriffe in den Medienmarkt sind notwendig, da das freie Spiel der Kräfte auf dem Medienmarkt erstens aufgrund von Synergieeffekten zu Medienkonzentration führt, zweitens Medien weithin als öffentliche Güter betrachtet werden und drittens einzelne Medien weniger produktiv arbeiten als Medien in Netzwerken. Mit diesen Aspekten, und der Sichtweise, dass Medien meritorische Güter sind, wird das Marktversagen des Medienmarktes und gleichzeitig die Notwendigkeit für Medienpolitik begründet. (Des Freedman 2008, 5-9; Siehe auch: Kiefer und Steininger 2014)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass in dieser Arbeit der Begriff Medium als Massenmedium zu verstehen ist.

3.1.2 Journalismus

Der Journalismus wird meist über seine Funktionen und die Tätigkeiten der JournalistInnen definiert. Journalismus ist als soziales Konstrukt zu verstehen, in dem Akteure, die JournalistInnen, agieren. Journalismus ist aber mehr als ein Konglomerat an JournalistInnen. Journalismus ist eine Selbstbeobachtungsinstanz einer demokratischen Gesellschaft. (Weischenberg 2005, S. 132–134)

Die Tätigkeiten des Journalismus sind: Recherche, Selektion und Präsentation von „Themen, die neu, faktisch und relevant sind“ (Meier 2018, S. 14). Journalismus konstruiert Wirklichkeit. Er gibt Beobachtungen wieder,bettet sie in einen Kontext ein und bietet Orientierung in einer komplexen Welt. Journalismus bietet Information, kritisiert und kontrolliert, er soll meinungsbildend und partizipativ am demokratischen Diskurs wirken. Journalismus soll zudem unabhängig sein, da er als „vierte Gewalt“ bezeichnet wird. (Meier 2018, S. 14–16)

Die Funktionen des Journalismus und auch die Bezeichnung als „vierte Gewalt“, sind fast deckungsgleich mit denen von Medien. Häufig wird nicht zwischen Medien und Journalismus differenziert. (Altmeppen 2006, S. 11–15; Siehe auch: Jarren 2016) Diese Problematik wird im folgenden Kapitel „Medienorganisationen und journalistische Organisationen“ weiter behandelt.

3.1.3 Medienorganisationen und journalistische Organisationen

An dieser Stelle wird das Differenzierungsproblem von Medien und Journalismus bearbeitet. Im Zuge dessen wird auf die Begriffe „Medienorganisation“ und „journalistische Organisation“ eingegangen.

Organisationen sind grob formuliert „Systeme von impliziten und expliziten Regeln [...], die der Koordination von Handlungen zur Erfüllung bestimmter Zwecke dienen.“ (Puppis 2016, S. 156) Organisationen stellen nicht nur ein Umfeld dar, sondern sind auch selbst Akteure, die ihre Handlungen an sogenannten Orientierungs horizonten ausrichten. (Altmeppen 2006, S. 23; Kiefer 2010, S. 212; Puppis 2016, S. 156)

Medien und Journalismus können auch synonym als Medienorganisation und journalistische Organisation bezeichnet werden, denn „Bei publizistischen Medien handelt es sich in der Regel um Organisationen, die zweckgerichtete Tätigkeiten erbringen.“ (Eine intensive Auseinandersetzung zu Medien als Medienorganisation findet sich bei: Altmeppen 2006, S. 133–199; Burkart 2019, S. 40) Journalismus kann auf grund seiner Merkmale ebenfalls als journalistische Organisation verstanden werden. (Eine intensive Auseinandersetzung zu Journalismus als journalistische Organisation findet sich bei: Altmeppen 2006, S. 115–131) Daher können die in den vorangehenden Kapiteln vorgestellten Funktionen von Medien und Journalismus auf diese Begriffe übertragen werden, und das Differenzierungsproblem von Journalismus und Medien wird zur Differenzierung zwischen journalistischen Organisationen und Medienorganisationen.

Altmeppen argumentiert für eine differenzierte Betrachtung von journalistischen Organisationen und Medienorganisationen in der wissenschaftlichen Betrachtung. Journalismus wird oft mit Medien gleichgesetzt bzw. werden Medien oft mitgedacht, wenn es um Journalismus geht. Aber Journalismus ist nicht schlicht das, was ein Medium verbreitet, da es mehrere Kategorien von Inhalten gibt, die nicht journalistisch geprägt sind. In der getrennten Betrachtung, dass Journalismus und Medien „eigenständige und autonome Organisationssysteme“ sind, ist Journalismus nicht Teil einer Medienorganisation. Journalismus produziert Inhalte, hat aber keine Möglichkeit der Distribution. Hier liegt die Dependenz der beiden Organisationssysteme. Die Medien übernehmen die Verbreitung der journalistischen Inhalte und eine

Vielzahl an damit in Zusammenhang stehenden Leistungen. (Altmeppe 2006, S. 11–18)

Journalistische Organisationen orientieren sich an der Öffentlichkeit, während sich Medienorganisationen im Orientierungshorizont Wirtschaft bewegen. Die beiden Organisationen sind autonom, da sie in verschiedenen Orientierungshorizonten agieren, aber gleichzeitig sind sie voneinander abhängig, da sie in ihrer Organisation durch das Redaktions- und Medienmanagement interagieren. Altmeppe verweist auch noch darauf, dass der Journalismus finanziell von den Medien abhängig ist. (Altmeppe 2006, S. 263–264)

Journalistische Produkte entstehen meist in Medienorganisationen. Medienorganisationen bestimmen das Umfeld der journalistischen Organisation, da sie die Ressourcen zur Verfügung stellen. (Meier 2018, S. 68) Im Gegensatz zu Einzelpersonen stehen Organisationen mehr und andere Ressourcen zur Verfügung, dies trifft vor allem auf Massenmedien zu. Organisiertheit ist charakteristisch für publizistische Medien im Online- und Offline-Bereich, die arbeitsteilig arbeiten. Online-Medien, deren Inhalte durch Einzelpersonen generiert werden, fehlt der arbeitsteilige Prozess von Redaktionen. (Künzler et al. 2013b, S. 19–20) Mit dem Internet bieten sich dem Journalismus neue Distributionskanäle, gleichzeitig sind die Kommunikationsformen nicht klar definiert, finden sich im Internet doch neben massenmedialen Kommunikationsformen auch nicht-öffentliche oder interpersonelle Kommunikation. (Meier 2018, S. 129)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Journalismus und Medien als autonome Organisationen begriffen werden können. Journalistische Organisationen sind meist in Medienorganisationen eingebettet und interagieren miteinander, auch weil sie voneinander abhängig sind. Journalismus produziert journalistische Inhalte, die durch Medienorganisationen verbreitet werden.

Bevor eine Definition für „journalistische Medienorganisationen“ für diese Arbeit erfolgen kann, fehlt noch ein Exkurs zum dritten zentralen Element aus dem Medien-Begriff von Saxon: die Institution.

3.1.4 Institutionen

Institutionen „bilden die Grundlage von Erwartungen“. (Steininger und Jarren 2016, S. 17) Sie sind „dauerhafte Regelsysteme [...], die handlungsregelnde Kraft besitzen“. (Künzler et al. 2013b, S. 18) Institutionen entstehen, wenn Komplexität reduziert werden soll. Sie regeln, wie Entscheidungen getroffen werden und welche Handlungen möglich sind, und auch die Interaktion von Individuen in der Gesellschaft. Akteure erhalten ihren Status als solche erst dadurch, dass sie im Regelsystem der Institution handeln. Das heißt, JournalistInnen werden erst zu solchen, indem sie dem Regelsystem der Institution Journalismus folgen. Institutionen haben gesellschaftliche Macht, da sie Erwartungen und Verhalten regulieren und koordinieren. (Kiefer 2010, S. 210–211) Institutionen sind gesellschaftsweit anerkannt und als Regelsystem unumgänglich. Institutionen werden „zwischen dem Handeln der Akteure und gesellschaftlichen Teilsystemen (wie Politik, Wirtschaft oder Kultur) verortet“. (Jarren und Siegert 2013, S. 8) Die Funktionen von Institutionen, unter anderem die Reduktion von Komplexität, Informationsselektion und Wertmaßstabsfunktion, ähneln jenen von Medien. (Steininger und Jarren 2016, S. 19)

Eine Beschreibung von Journalismus und Medien als Institutionen findet sich bei Kiefer (2010). Ihre Abhandlung hat den Anstoß für viele gegeben, sich dieser Lesart von Journalismus und Medien zu widmen. (Donges 2013; Jarren 2016; Jarren und Steininger 2016; Künzler et al. 2013a; Neuberger 2013; Puppis 2016; Steininger und Jarren 2016) Aus Platzgründen wird darauf verzichtet, zu erörtern, warum Journalismus und Medien als Institutionen begriffen werden können. Interessierte LeseInnen seien auf die angeführte Literatur verwiesen.

Gesellschaftliche Akteure passen sich an Institutionen an. Für Massenmedien als Institutionen wurde dies bereits empirisch nachgewiesen. (Siehe auch: Donges 2006, S. 574, 2008, S. 212–215) Es gibt Anhaltspunkte, dass auch Online-Medien, wie Social Media institutionellen Charakter haben. (Künzler et al. 2013b, S. 18–19) Die BetreiberInnen von Social Media bekräftigen jedoch, dass es sich um technische Plattformen handelt, und die NutzerInnen allein für Inhalte verantwortlich sind. In vielen Staaten versuchen Öffentlichkeit und Politik zu erreichen, dass Social Media als Institution gilt, und Social Media als Teil ihrer Verantwortung Inhalte zumindest prüft. (Meier 2018, S. 129)

Organisationen können Institutionen sein, oder in Institutionen entstehen. (Jarren und Siegert 2013, S. 8) Im Bereich der Medienregulierung, die zum institutionellen Umfeld von Medien gezählt wird, haben sich Organisationen, wie Presseräte, gebildet. Eine Organisation kann sich dadurch legitimieren, dass sie sich entsprechend institutioneller Vorgaben formiert oder strukturiert. Medienorganisationen werden durch Medienregulierung und ihren institutionellen Charakter beeinflusst. Da Presseräte Selbstregulierungsorganisationen der Medien sind, können Medienorganisationen auf diese Einfluss nehmen und umgekehrt. (Donges 2006, S. 574–575; Puppis 2013, S. 177–185) Aus diesem wechselseitigen Einfluss heraus kann man gravierende Schwächen bei Selbstregulierungsinstanzen ableiten. Die Sanktionen sind eher zahnlos gestaltet, und die Selbstregulierungsorganisationen treten für die Interessen der Medien ein, anstatt jener der Gesellschaft. (Jarren 2010, S. 32–33; Puppis 2013, S. 184–186) Im Kapitel „Accountability“ wird auf die Auswirkungen dieser Problematik näher eingegangen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Institutionen Regelsysteme sind, in denen sich besondere Organisationen entwickeln können, oder die sich gänzlich als Organisation darstellen können. Institutionen sind in der Gesellschaft anerkannt und regeln Erwartungen und Verhalten. Organisationen können sich legitimieren indem sie sich an Institutionen ausrichten.

Nach diesem knappen Überblick zu Institutionen im Medienumfeld wird im folgenden Abschnitt festgelegt, wie „journalistische Medienorganisationen“ zu verstehen sind, und welche Bedeutung sie in dieser Arbeit haben.

3.1.5 Journalistische Medienorganisationen

Dieses Kapitel baut definitorisch auf den vorangehenden Kapiteln auf.

Eine organisationale Betrachtung von Journalismus als journalistische Organisation macht sie einerseits greifbar für die Forschung, andererseits erlaubt diese Betrachtung eine Differenzierung von Journalismus und Medien, wie im Kapitel „Medienorganisationen und journalistische Organisationen“ dargelegt wurde. Mit dieser Differenzierung zwischen Medienorganisationen und journalistischen Organisationen soll herausgearbeitet werden, dass die Funktionen von publizistischen Medien, die im Kapitel „Medien“ dargelegt wurden und zum Teil auch von der Undifferenziertheit

bei der Verwendung der Begriffe Medium und Journalismus herrühren, der Medienorganisation erst durch die journalistische Organisation inhärent werden. (Jarren 2016; Kiefer 2010, 54-57; 68; Altmeppen 2006, S. 11–15) Dies soll nicht als Plädoyer für eine strikte Trennung journalistischer Organisation und Medienorganisation aufgefasst werden. Die journalistische Organisation ist in der Medienorganisation eingebettet, sie interagieren miteinander und sind bis zu einem gewissen Grad von einander abhängig, wie sich gezeigt hat.

Für die vorliegende Arbeit ist es jedoch gewinnbringend, auf das Verhältnis von journalistischen Organisationen und Medienorganisationen hinzuweisen, da es in der weiteren Arbeit als Bezugspunkt dient.

In dieser Arbeit werden unter „journalistischen Medienorganisationen“, jene Medienorganisationen verstanden, welche die journalistischen Inhalte von zumindest einer journalistischen Organisation distribuieren. Andere Medienorganisationen werden dementsprechend in dieser Arbeit im Hinblick auf das Forschungsfeld nicht bearbeitet. Der Einfachheit halber wird deshalb im Weiteren unter „Medienorganisationen“ der eben festgesetzte Begriff der journalistischen Medienorganisation verstanden.

Zudem werden die Begriffe „Medien“ und „Medienorganisation“ bzw. „Journalismus“ und „journalistische Organisation“ synonym verwendet, falls nicht explizit anders deklariert.

3.2 Media Governance

Dieses Kapitel umreißt die grundlegende Theorie der Arbeit. Über das Forschungsfeld der Medienpolitik führt der anschließende Teil zum theoretischen Ansatz der Media Governance. Es folgt die Beschreibung von Media Governance. Die Diskussion zu Internet Governance und Social Media Governance rundet das Kapitel ab.

3.2.1 Von Medienpolitik zu Media Governance

Media Governance ist ein theoretischer Ansatz aus dem Bereich der Medienpolitik, der an dieser Stelle kurz in Letzterem verortet wird. Puppis definiert Medienpolitik als „jenes Handeln, welches auf die Herstellung und Durchsetzung allgemein verbindlicher Regeln und Entscheidungen über Medienorganisationen und die massenmediale öffentliche Kommunikation abzielt.“ (Puppis 2010a, S. 34–35) Puppis folgt damit einer Definitionslinie, die einerseits offenlässt, welche Akteure handeln können, und die andererseits Medienpolitik nicht nur als Regulierung von Medienorganisationen begreift, sondern auch die Regulierung von massenmedialer Kommunikation einschließt. (Des Freedman 2008, S. 14; Katzenbach 2018, S. 21)

Medienpolitik wirkt auf Medienstrukturen ein und formt diese. Medienstrukturen geben vor, wie in Medienorganisationen gearbeitet wird, und auch welche Inhalte behandelt werden. Dementsprechend wirkt Medienpolitik indirekt auf publizierte Medieninhalte ein. (Puppis 2010a, S. 29–31) Auf den ersten Blick scheint die Definition von Medienpolitik einen kleinen Bereich zu umschreiben, den man auch unter dem Begriff „Medienregulierung“ fassen kann, dem ist aber nicht so. Während Medienpolitik sich breit fächert, und sowohl politische Rahmen, Prozesse als auch Inhalte in sich vereint, beschränkt sich Medienregulierung auf die konkreten Mittel zur Beeinflussung von Medienstrukturen und Medieninhalten. Die Akteure stehen bei Medienregulierung, auch „Government“ genannt, im Gegensatz zur Medienpolitik nicht im Fokus. (Puppis 2010a, S. 35–49) Die klassische Form der Regulierung, die staatliche Regulierung, kennt neben der Ressource „Macht“ in Form von Gesetzen und Verboten, „Geld“ als Anreiz- oder Leistungsprinzip, sowie „Wissen“ als Information. (Puppis 2010a, S. 50) Regulierungen werden meist mit einem Marktversagen begründet, also wenn der freie Markt nicht entsprechend dem öffentlichen Interesse arbeitet, wie etwa bei meritorischen Gütern. (Baldwin et al. 2012, S. 15; Meier 2018,

S. 135) Diese erste Form der Regulierung hat sich im Lauf der Zeit ausgedehnt, sowohl im Wirkungsraum, von staatlich zu europäisch und global gültig, als auch in den Arten der Regulierung, denn neben staatlicher Medienregulierung haben sich die Formen Ko-Regulierung und Selbstregulierung etabliert. (Katzenbach 2018, S. 32–33; Kleinstuber 2011, S. 58; Puppis 2010a, S. 59–60) „Media Governance“ beschreibt diese erweiterte Form der klassischen Medienregulierung.

„Governance“ ist gleichzeitig der historische Nachfolger von „Government“. Staatliche Regulierung allein stieß durch die voranschreitende Ausdifferenzierung der Gesellschaft und die daraus folgende Komplexität von sozialen Problemen an seine Grenzen. (Katzenbach 2018, S. 49–50; Kleinstuber 2011, S. 58; Meier 2011, S. 41; Puppis 2010b, S. 136) Die begriffliche Ähnlichkeit ist kein Zufall, denn unter Governance werden weitläufig Instrumentarien und Wirkungsgrade summiert, die über den Bereich des hoheitlichen Governments hinausgehen. Gleichzeitig ist die Entwicklung hin zu Governance ein Indiz für die schwindende Machtposition des Staates und die Erstarkung der horizontalen Steuermechanismen Ko-Regulierung und Selbstregulierung. (Des Freedman 2008, S. 14; Jarren 2010, S. 34; Katzenbach 2018, S. 32–33; Kleinstuber 2011, S. 59; Meier 2011, S. 43)

3.2.2 Definition Media Governance

Da bis hier eine konkrete Definition von „Media Governance“ ausständig ist, wird dies nun nachgeholt. Durch den Vergleich verschiedener Definitionen, ergibt sich im Verlauf dieses Abschnitts nicht nur eine Definition, sondern es werden auch die wesentlichen Merkmale von Media Governance herausgearbeitet.

Media Governance wurde notwendig, weil die Komplexität der Gesellschaft und ihrer Probleme und nicht zuletzt der Medien stetig gestiegen ist, und immer noch weiter steigt. (Katzenbach 2018, S. 49–50; Meier 2011, S. 41–42)

Puppis definiert „media governance as the regulatory structure as a whole, i.e., the entirety of forms of rules that aim to organize media systems.“ (Puppis 2010b, S. 138) und legt damit den Schwerpunkt auf die Gesamtheit aller Formen von Regeln, die Einfluss auf die Organisation von Mediensystemen nehmen. An anderer Stelle erklärt Puppis weiter:

„Media Governance umfasst sämtliche Formen der Regulierung von Medienorganisationen und massenmedialer öffentlicher Kommunikation. Damit erweitert Governance staatliche Regulierung sowohl horizontal als auch vertikal.“
(Puppis 2010a, S. 60)

In der zweiten Definition arbeitet Puppis einerseits heraus, dass sich Media Governance sowohl auf Medienorganisationen als auch massenmediale öffentliche Kommunikation bezieht, und andererseits betont er mit dem zweiten Satz, dass staatliche Regulierung weiterhin einen Platz als Form von Medienregulierung hat.

Bei der tiefergehenden Beschäftigung mit Media Governance darf die Definition von McQuail nicht fehlen:

„It [Media Governance] covers all means by which the mass media are limited, directed, encouraged, managed, or called to account, ranging from the most binding law to the most resistible or pressures and self-chosen disciplines.“

(McQuail 2003, S. 91)

Diese Beschreibung bietet spannende und differenzierende Aspekte. Indem sie sich nicht auf ein Verb beschränkt, mit dem die Definition beschreibt, wie die entsprechenden Mittel mit den oder auf die Massenmedien agieren oder einwirken können, eröffnet sie mit Nachdruck eine Bandbreite an möglichen Regulierungsmitteln. Mit den konkreten Beispielen für Maßnahmen im Sinne der Definition, unterstreicht die Definition nochmals, wie breit die Mittel und Maßnahmen gefächert sind, die von der Definition einbezogen werden.

McQuail schreibt in seinen weiteren Ausführungen:

„[Governance] describes systems and processes of control that are decentralized and multiple, involving networks of contacts, private as well as public agencies and activities, internal as well as external mechanisms, informal as well as formal pressures, incentives, and sanctions.“

(McQuail 2003, S. 91)

McQuail verweist hier darauf, dass es bei Media Governance um Kontrollsysteme und -prozesse geht. Gemeinsam mit der oberen Definition ergibt sich ein umfassendes Bild von Media Governance, das sowohl die Prozesse und Systeme, als auch die Instrumentarien fasst. In der ersten Definition von Puppis entsteht der Eindruck, die Regulierungen wirken von außen auf die Massenmedien ein. In der zweiten oben angeführten Definition von Puppis schafft er es mit dem Nachsatz, der explizit darauf hinweist, dass die staatliche Regulierung horizontal und vertikal

ausgeweitet wird, die Vorstellung von möglichen Mitteln in Media Governance auszuweiten, jedoch weniger weit als es McQuail mit seiner Definition schafft.

Eine ebenfalls bekannte Definition von Media Governance liefert Freedman:

„Media governance refers to the sum total of mechanisms, both formal and informal, national and supranational, centralized and dispersed, that aim to organize media systems according to the resolution of media policy debates.“

(Des Freedman 2008, S. 14)

Freedman beschreibt Media Governance als die Gesamtsumme von Mechanismen, die Mediensysteme organisieren wollen. Dabei unterstreicht er die Vielfältigkeit dieser Mechanismen, indem er mehrere Eigenschaften von Mechanismen in Gengesätzen aufzählt. All diese unterschiedlichen Mechanismen werden zu Media Governance gezählt. Mit der Medienpolitik-Debatte bringt Freedman, zusätzlich zum Vielfältigkeitsaspekt von Media Governance, einen weiteren Aspekt in die Definition ein. Genauer gesagt, bedingt er in seiner Definition jene Mechanismen als Teil von Media Governance, welche erstens das Ziel haben, Mediensysteme zu organisieren, und zweitens den medienpolitischen Debatten entstammen. Jarren bietet eine Definition für Governance, die sich auf den Prozess der Regelung bezieht:

„Governance meint die Regelung von Sachverhalten zwischen unterschiedlichen Akteuren aus verschiedenen Gesellschaftsbereichen mit dem Ziel der Gewährleistung einer guten, allgemein akzeptierten sozialen Ordnung. Zu dieser guten Ordnung gehört es, dass Einzelne wie Organisationen im Rahmen ihrer jeweiligen Möglichkeiten bereichsspezifische wie auch gesamtgesellschaftliche Verantwortung aktiv übernehmen.“

(Jarren 2010, S. 35)

Jarren nennt hier als Ziel von Governance die Gewährleistung der sozialen Ordnung und erklärt weiter, dass es zu eben dieser gehört, aktiv gesamtgesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. In seiner Ansicht soll sich unter Governance eine „Verantwortungskultur“ entwickeln, wo der Staat als Wächter auftreten soll und nur in Ausnahmefällen eingreift. (Jarren 2010, S. 35) Diese Verantwortungskultur findet sich bei genauerer Betrachtung auch bei McQuail als sogenannte Accountability: „It [Media Governance] covers all means by which the mass media are [...] called to account“. (McQuail 2003, S. 91) Accountability ist ein Kernelement von Regulierungstheorien. (Baldwin et al. 2012, S. 354–355)

Nach der vorliegenden Gegenüberstellung mehrerer Definitionen soll für diese Arbeit „Media Governance“ nach der Definition von McQuail (2003) gelten. Diese

Definition umfasst nicht nur die Instrumentarien, sondern wie bereits oben näher beschrieben, auch die Systeme und Prozesse im Zusammenspiel mit den Formen von Medienregulierung. Die Vielfältigkeit des Governance-Begriffs eröffnet interdisziplinäre Betrachtungsmöglichkeiten, die verschiedenste Ansätze und Befunde einbeziehen kann. (Katzenbach 2018, S. 84)

Es folgt eine Auseinandersetzung mit dem eben genannten Konzept der „Accountability“ im Zusammenhang mit Media Governance, da diese für die vorliegende Arbeit einen gewinnbringenden Aspekt von Media Governance liefert.

3.2.3 Accountability

„Accountability“ beschreibt den komplexen Prozess, in dem Ansprüche aufgrund von Erwartungen und Normen gestellt werden, und die Reaktion darauf Ablehnung oder Anerkennung des Anspruchs ist. Anerkennung des Anspruchs bedeutet im Rahmen von Media Governance, dass sich Medien gegenüber AnspruchstellerInnen verantworten, indem sie sich erklären. Dritte können im Rahmen eines eigenen Anspruchs, den ursprünglichen Anspruch oder die Reaktion des Mediums ablehnen oder anerkennen. Unterschiedliche Machtpositionen der Beteiligten wirken sich auf die Deutungshoheit, welche Ansprüche gemäß von Erwartungen und Normen anzuerkennen sind, aus. (Baldwin et al. 2012, S. 344; McQuail 2003, S. 15)

Die Gesellschaft hat große Erwartungen an Massenmedien und ihre diversen Rollen, die sie für die Gesellschaft erfüllt. Diese Erwartungen manifestieren sich nicht zuletzt in den unterschiedlichen Normen, die für einzelne Rollen der Massenmedien gelten. Für die Rolle der Massenmedien in den politischen Aspekten der Gesellschaft gelten Wahrheit und Fairness als Orientierungspunkte. In ihrer informativen Rolle bieten Massenmedien durch sachliche Information, Analysen und Kommentare zu relevanten Themen Orientierung, und sind Warnsignal für Risiken in diversen Bereichen der Gesellschaft. (McQuail 2003, S. 6–7) Journalistische Medien legitimieren sich in demokratischen Gesellschaften über die Herstellung von Öffentlichkeit. Sie leisten Hilfestellung für eine informierte Öffentlichkeit. Sie handeln dabei im Rahmen ihrer Veröffentlichungsmacht. Dadurch, dass Medien diese Macht, mit der sie die öffentliche Debatte beeinflussen können, nutzen, wird Accountability von Medien legitimiert. (McQuail 2003, S. 298)

Baldwin et al. appellieren in Bezug auf den Aushandlungsprozess bei Accountability: „debates regarding accountability need to be accountable in their assumptions, their targets, and their likely side-effects.“, da andernfalls keine informierte Diskussion über Accountability stattfinden kann. (Baldwin et al. 2012, S. 355) Während der Diskussion über Accountability selbst muss es möglich sein, über die zu Grunde liegenden Annahmen, Ziele und Nebenwirkungen Ansprüche an die Verantwortlichen zu stellen. Dieser Aspekt ist besonders interessant bei der Betrachtung der Regulierung von Hate Speech durch Internetunternehmen, mehr dazu in den folgenden Kapiteln.

McQuail identifiziert sieben Typen von Accountability: Erklärung der Handlung, Informationsbereitstellung, finanzieller Ausgleich, Performance Evaluation, Anpassung des Medienverhaltens, eingerichtete Beschwerdeinstanzen und die öffentliche Debatte. Diese Typen können formell oder informell auftreten. (McQuail 2003, 197-199)

Accountability kann auf verschiedenen Ebenen ansetzen: beim Individuum, der Organisation, dem Berufsstand oder auf dem „extramedia level“. Die Instrumente für Accountability sind beispielsweise Ethikkodizes für Individuen und die Branche, Ombudspersonen in Organisationen oder Medien-Blogs, die auch „watch blogs“ genannt werden. (Eberwein et al. 2017a, S. 3) Medieninterne Governance-Strukturen werden auch als „Media Accountability-Systeme“ bezeichnet. Media Accountability-Systeme lassen sich vier Bereichen zuordnen: Ausbildung, Feedback, Evaluation und Monitoring. Media Accountability-Systeme sind eine gestärkte Autonomie der journalistischen Handlungsweisen oder andere interne Qualitätssicherungsstrukturen der Medienorganisationen. (Baldwin et al. 2012, S. 344; Berka 2010, S. 62; Seethaler 2010, S. 78–80)

McQuail beschreibt das Dilemma, dass Medien immer mit dem Vorwurf der Beleidigung einzelner Personen oder Gruppen rechnen müssten, auch wenn sie sich an geltende Normen halten. Gleichzeitig könnten Medien ohne Angst vor Folgen gegen Normen verstossen, da es keine Klagenden oder keine akzeptierte Begründung zur Reaktion gibt, wenn sie diese nicht anerkennen. McQuail bewertet dieses Dilemma zu Recht mit folgendem Satz: „If accountability were possible an entire branch or media system would be in the dock.“ (McQuail 2003, S. 87) Es hängt vom Medium

ab, ob Ansprüche des Publikums anerkannt werden und ob das Medium sich gegenüber dem Publikum verantwortet. Verantwortung tritt in verschiedenen Ausprägungen auf verschiedenen Ebenen auf. Auf der Makroebene findet sich eine Kultur, wonach Macht und Verantwortung im gleichen Maß zunehmen. Auf der Unternehmensebene ist die Verantwortlichkeit der Führungskräfte ausschlaggebend, ob und wie das Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung übernimmt. Die Bereitschaft zur Verantwortung ist beim Individuum angesiedelt. (Karmasin 2005, S. 36–38)

In Selbstkontrolleinrichtungen, deren Anerkennung freiwillig ist, spiegelt sich das eben beschriebene Dilemma von McQuail wider. Die Beschwerdeinstanzen der Medienorganisationen bzw. des Journalismus sind nach der Logik der Sozialpartnerschaft angelegt. Dadurch, dass Medien selbst diese Einrichtungen installieren, bestimmen sie die Strukturen und Normen, nach welchen Beschwerden eingebracht oder Überprüfungsverfahren eingeleitet werden können. Ein Presserat ist für die Interessen der Medien da, nicht für die des Publikums. (Jarren 2010, S. 32–33)

Der Journalismus wandelt sich mit der stetig voranschreitenden Digitalisierung und den neuentstandenen Möglichkeiten. Er entwickelt sich weg von einem "hoheitlichen Predigen" hin zu einem Journalismus, in dem auch das Publikum gleichgestellt ist. Inwieweit diese Entwicklung die Accountability der Medien beeinflusst, ist nicht geklärt. Unter dem Schlagwort „Audience Engagement“ sind Maßnahmen zusammengefasst, die das Publikum in die journalistischen Prozesse miteinbeziehen. Die Risiken des Audience Engagements sind allerdings Eskalationen im Kommentierungsverhalten in Form von Shitstorms, oder das Postulieren unbelegter Aussagen als Fakten, also Fake News. (Meier et al. 2017, S. 76–78)

Nach Jarren (2010, S. 42) sind „Beschimpfungskultur“, „Sittenverfall“, Formen von „Verspottung“ oder wachsende „Sensationsgier“ Ausdruck einer negativen Kultur, die nicht durch Rechtsnormen im Bereich des Persönlichkeitsschutzes oder Medienrechts gewandelt werden kann. Der Staat muss arbeitsrechtlich, ökonomisch und strukturell ein Umfeld schaffen, welches eine „publizistische Verantwortungskultur“ zulässt, und „die Wahrnehmung von publizistischer Verantwortung durch Medienjournalisten (sic!) und Medienunternehmen [ermöglicht].“ (Jarren 2010, S. 42; Siehe auch Seethaler 2010, S. 78–80)

Der Staat gestaltet die Rahmenbedingungen für die Medien mit Hinblick auf die Medienfreiheit. Die Freiheit der Medien bzw. des Journalismus ist die Voraussetzung für eine Accountability im Sinne eines offenen Dialogs zwischen dem Staat und der Gesellschaft. Diese Freiheit erlaubt Medien aber gleichzeitig, die Verantwortung von sich zu weisen. McQuail appelliert dafür, dass die öffentliche Politik Rahmenbedingungen bereitstellen soll, die freiwillige und effektive Accountability wahrscheinlicher macht. Diversität im Mediensystem ist hierfür ein Kernelement, das zu guter Letzt auch die Qualität zum Erfolgsfaktor im Wettbewerb macht. (McQuail 2003, S. 337) Karmasin plädiert ebenfalls für eine Förderung von Selbstkontrolle und Medienverantwortung. Allerdings soll dies erreicht werden, indem Selbstkontrolleinrichtungen für den Erhalt von öffentlichen Geldern notwendig werden. (Karmasin 2013, S. 95–96) So könnte auch der Stellenwert von Selbstkontrolleinrichtungen und ihrer Sanktionsmöglichkeiten verbessert werden.

Der Staat allein kann, ebenso wie Selbstregulierungsorganisationen als einzelne, keine überzeugende Verantwortungskultur herausbilden. Selbstregulierungsorganisationen fehlt es an wirkungsvollen Sanktionsmöglichkeiten, während staatliche Überregulierung und die Verrechtlichung vieler Lebensbereiche durch gesetzliche Schlupflöcher und Umgehungsversuche ebenso weder Wirkung noch Folgen hinterlassen. (Jarren 2010, S. 32–33)

Sollte es dem Staat nicht gelingen, durch die Gestaltung der Rahmenbedingungen die Entstehung von Media Accountability-Systemen auf allen Ebenen anzuregen, so muss der Staat Media Accountability-Systeme einfordern. Dies entspricht der Wächter-Rolle des Staates in Media Governance. (Jarren 2010, S. 35; Seethaler 2010, S. 78–80)

In der Debatte nach mehr oder besserer Accountability sind besonders drei Beurteilungsaspekte von Bedeutung: Können Individuen informierte Entscheidungen treffen? Wie Komplex sind einzelne Regulierungsmaßnahmen? Wie effektiv sind konkrete Accountability-Strategien in einzelnen Bereichen? (Baldwin et al. 2012, S. 354–355)

Der nächste Abschnitt widmet sich der horizontalen und vertikalen Ausdehnung von Media Governance.

3.2.4 Horizontale und vertikale Ausdehnung von Media Governance

Weiter oben wurde bereits davon gesprochen, dass sich die klassische Medienregulierung im Wirkungsraum und in den Formen der Regulierung erweitert hat, und so zu Media Governance wurde. Diese Ausdehnung wird in der Literatur horizontal (Arten der Regulierung) und vertikal (Wirkungsebenen) unterteilt. (Puppis 2010a, S. 59) Diese beiden Richtungen der Ausdehnung werden nun näher betrachtet.

3.2.4.1 Horizontal: Formen der Regulierung

In der horizontalen Ausdehnung finden sich die drei Formen der Regulierung: staatliche Regulierung, Ko-Regulierung und Selbstregulierung. (Puppis 2010b, S. 139) Bevor näher auf die einzelnen Formen von Regulierung eingegangen wird, ist der Begriff „Regulierung“ zu klären.

„Regulierung ist eine (a) intentionale Einflussnahme, die auf (b) die Änderung sozialer Prozesse und Strukturen in Richtung eines (c) gewünschten Ziels hinarbeitet.“ (Katzenbach 2018, S. 136) Dieser allgemeinen Definition von Regulierung folgend, braucht Regulierung also zuerst ein Ziel. Eine zielgerichtete Maßnahme soll dann auf Prozesse oder Strukturen einwirken, um das Ziel zu erreichen.

Die Formen der Medienregulierung im Rahmen von Media Governance unterscheiden sich in den Akteuren, die diese zielgerichteten Maßnahmen setzen. Die staatliche Regulierung geht vom Staat aus, und zur Zielerreichung werden rechtlich-bindende Instrumente eingesetzt. (Des Freedman 2008, S. 14; Kleinstuber 2011, S. 67; Puppis 2010a, S. 60–62)

Bei Selbstregulierung setzen private Akteure ohne staatliche Involvierung medienpolitische Maßnahmen. (Baldwin et al. 2012, S. 137; Puppis 2010a, S. 60–62, 2010b, S. 139) Selbstregulierung wird angewandt, wenn ein positives Bild in der öffentlichen Wahrnehmung etabliert oder die beruflichen Standards angehoben werden sollen. (McQuail 2003, S. 107) Selbtfestgelegte Regeln sind meist branchenweit verbindlich, und es bestehen Sanktionsmaßnahmen, die zuvor selbst festgelegt wurden. (Baldwin et al. 2012, S. 137; Jarren 2010, S. 37–38) Jarren stellte fest, „In der Tat weisen Selbstregulierungsorganisationen systematische Schwächen auf“. (Jarren 2010, S. 32) Die Wirkung der selbstbestimmten Sanktionen bei Regelverstößen ist fraglich. (Puppis 2010a, S. 61) Die Freiwilligkeit bei

Selbstregulierung stellt ein Problem dar, da sich möglicherweise nicht alle, die reguliert werden sollen, der Selbstregulierung unterwerfen. Selbstregulierungsorganisationen sollen deshalb wesentliche Anreize bieten, die bei den zu Regulierenden Nachteile schaffen, wenn die Anreize nicht genutzt werden. (Baldwin et al. 2012, S. 140–141)

An dieser Stelle soll noch der Unterschied zwischen „Selbstregulierung“ und dem ähnlichen Begriff „Selbstorganisation“ erklärt werden. Selbstregulierung beschreibt zum Beispiel Regelungen auf Branchenebene. Die Institutionalisierung ist komplexer als bei der Selbstorganisation, da mehrere Akteure beteiligt sind. Selbstorganisation beschreibt die Regelung auf der Ebene einer Organisation, die ausschließlich für sich Regelungen erstellt und diese jederzeit wieder ändern oder absetzen kann. (Jarren 2010, S. 36–37)

Der Begriff „Ko-Regulierung“ beschreibt den „Prozess der Regelsetzung, Regel-durchsetzung und Sanktionierung von Regelverstößen durch eine Selbstregulierungsorganisation im Auftrag des Staates und/oder in Zusammenarbeit mit staatlichen Akteuren“ (Puppis 2010a, S. 62) Ko-Regulierung bedeutet, dass private Akteure und Staat gemeinsam Maßnahmen setzen, wenn es beispielsweise die gesetzlichen Rahmenbedingungen braucht, um zu einem zufriedenstellenden Ergebnis zu kommen. Eine gesetzliche Verpflichtung zur Selbstregulierung fällt auch unter Ko-Regulierung. (Puppis 2010a, S. 60–62) Ko-Regulierung ist oft in der Medienpolitik westlicher Demokratien anzutreffen und wird dort gemeinsam mit Selbstregulierung bevorzugt angewandt, um staatliche Eingriffe in Medien und ihre Inhalte zu verhindern. (Baldwin et al. 2012, S. 138; Puppis 2010b, S. 140; Wassmer 2015, S. 36)

In Demokratien sind Medien im Zeichen der Freiheit des Marktes und der Meinungsfreiheit von staatlicher Seite her überwiegend unreguliert. Mit Governance wird der Prozess beschrieben, in dem verschiedene Akteure gemeinsam versuchen, Regeln und Mechanismen im öffentlichen Interesse zu schaffen, die Medien regulieren. Governance gibt Selbstregulierung eine starke Position. (McQuail 2010, S. 232–233) Der Staat bekommt dabei eine neue Rolle in der Medienpolitik. Die staatliche Regulierung rückt trotz vorhandener Legitimation in den Hintergrund und die vorherrschenden Formen sind Selbst- und Ko-Regulierung. Der Staat übernimmt eine

wachende Haltung, und greift nur im Notfall ein. (Baldwin et al. 2012, S. 146; Meier 2011, S. 37) Auf die Legitimation von Medien wurde in der Begriffserklärung der journalistischen Medienorganisation näher eingegangen. (Siehe dazu auch Kiefer 2010)

3.2.4.2 Vertikal: Wirkungsebenen

In der vertikalen Ausdehnung bieten sich in Media Governance neue Wirkungsebenen von medienpolitischen Maßnahmen. Zusätzlich zur staatlichen Ebene gibt es die neuen Ebenen europäisch und global. (McQuail 2010, S. 233; Puppis 2010a, S. 59)

Das Medienfeld hat sich über nationale Grenzen hinweg entwickelt, und so mussten auch medienpolitische Maßnahmen entsprechend dieser Entwicklungen in trans- und internationale Ebenen angehoben werden. (Sarikakis 2015, S. 144) Die nationalen und internationalen Regierungsorganisationen mussten in Anbetracht dieser Entwicklungen neue Kompetenzen und technisches Know-How aufbauen und die Formen ihrer Regulierungen überarbeiten. Die Digitalisierung ermöglicht einen dynamischen öffentlichen Diskurs, an dem viele verschiedene Akteure teilhaben und die Regulierung mitgestalten können. (Pohle et al. 2016) European und Global Media Governance wird von „International Government Organizations“ (IGOs), „Trans-national Corporations“ (TNCs) und „Non-Governmental Organizations“ (NGOs) auf inter- und transnationalen Ebenen betrieben. (Puppis 2010a, S. 62–63)

Media Governance beschreibt im europäischen Kontext einen Umgang mit Medien, der sich aus einer Tradition von Meinungsäußerungsfreiheit entwickelt hat. European Media Governance zeichnet sich durch plurizentrische Machtbeziehungen und vielfältige Regulierungsarten aus. In der Vergangenheit versuchten Staaten, zwingende Regulierungen so zu gestalten, dass Medieninhalte davon weitestgehend unberührt blieben. (Bardoel 2008, S. 445) Es gab den Versuch, Europa durch Regulierungsmaßnahmen im Bereich des Internets, mehr Präsenz in Global Media Governance zu verleihen. (McQuail 2008, S. 21)

Ein Problem bei Media Governance, die über nationalstaatliche Grenzen hinausgeht, ist die Gerichtsbarkeit. Trans- und internationale Organisationen stellen eine neue Herausforderung für die Rechtsprechung einzelner Nationalstaaten dar.

Weiters ist es bedenklich, dass Organisationen, die sich der Rechtsprechung einzelner Staaten entziehen können und dementsprechend nicht legitimiert sind, maßgeblich an European und Global Media Governance beteiligt sind. In Bezug auf Legitimität bei supra-nationaler Media Governance, ist es auch relevant, die Wirkungsrichtungen zu betrachten, da supra-nationale Media Governance nicht selten auch auf nationales Recht Einfluss nimmt. (Siehe auch Chakravarty und Sarikakis 2006; Sarikakis 2015, S. 149–151)

Meier attestiert der European Media Governance ein „Macht- und Demokratieproblem“, da die EU-Kommission sich in ihren Regulierungsmaßnahmen auf den Markt und Technologien beschränkt. Er bekrittelt, dass die EU-Kommission nicht mehr auf die Entwicklung einer europäischen Identität pocht, und letztlich den Mitgliedsstaaten die entscheidenden Bereiche, wie Inhalte, Eigentum und Medienkonzentration, überlässt. (Meier 2011, S. 52–53) Ein Beispiel für Medienkonzentration ist das österreichische Mediensystem, welches in dieser Arbeit in einem eigenen Kapitel durchleuchtet wird.

Nach den Ausführungen zur horizontalen und vertikalen Ausdehnung von Media Governance, folgt die Diskussion von Governance im digitalen Bereich, der Internet Governance und Social Media Governance.

3.2.5 Media Governance im Online-Bereich

„At the heart of the new anxieties is the unregulated, non-institutionalized, unpredictable, and essentially unaccountable character of the medium [Internet] itself, as well as its attraction and ubiquity.“ (McQuail 2003, S. 8) Mit diesen Worten beschreibt McQuail die moralische Panik im Zusammenhang mit der Verbreitung des Internets. Ausgehend von diesem Zitat, wird näher auf den Regulierungsaspekt und den Accountability-Aspekt des Internets eingegangen. Zuvor folgt noch ein technischer Exkurs das Internet betreffend.

Das Internet ist ein Rechnernetzwerk, das über die Infrastruktur von Telekommunikation läuft. Es ist dezentral organisiert und kennt mehrere Kommunikationsmodi, wie E-Mail, Chat oder World Wide Web (WWW). Das Internet per se ist kein Medium, sondern ein „technisches Artefakt“, da es nichts über Inhalte oder Nutzung aussagt. Als Medium ist eher das WWW, oder auch Social Web genannt, zu

betrachten. (Puppis 2010a, S. 255–259 - Eine ausführliche Beschreibung des Internets findet sich dort) Das World Wide Web bildet die Infrastruktur für diverse Angebote: Personal Publishing in Webblogs, Microblogging-Dienste und Podcasts, verschiedene Arten von Plattformen, Wikis, Instant-Messaging und Informationsmanagement-Systeme, wie Feed Reader. (Schmidt 2017, S. 19–25)

Im Zusammenhang mit dem Internet wird auch gerne von „Neuen Medien“ gesprochen. „Neue Medien“ beschreibt alle Services unter dem Label „Internet“. Es umfasst Nachrichtendienste, Werbung, Übertragungsanwendungen, Foren und Diskussionsplattformen, das WWW, Recherche-Tools und Community-generierende Services. Neue Medien sind durch Digitalisierung ermöglicht worden und sind für die breite Masse als persönliches Kommunikationsmittel zugänglich. Das Internet lässt Grenzen verschwimmen und die Komplexität von Medienpolitik ansteigen. Die Unterscheidung zwischen persönlicher und Massenkommunikation verschwimmt, denn durch das Internet wird es möglich, ohne Medienorganisation Massenkommunikation zu betreiben. Das Internet löst auch Grenzen zwischen den „traditionellen“ Typen von Massenmedien auf. Es ermöglicht durch seine Technologie, die technischen Grenzen von Print und Rundfunk zu überwinden. Das Internet ermöglicht Interaktivität zwischen vielen. Konsum, Bearbeitung und Verbreitung eines Kulturguts ist im selben Moment und unabhängig von Staatsgrenzen oder der tatsächlichen Entfernung der Agierenden möglich. (McQuail 2010, S. 136–139)

Im Weiteren wird der Begriff „Internet“ synonym für „Social Web“ und „Neue Medien“ verwendet, da die strenge Unterscheidung nicht im Fokus dieser Arbeit liegt. Eine strenge Unterscheidung würde weiter unten in der Ergebnisdarstellung zu Verwirrungen führen, da die Interviewpartner undifferenziert über Social Web, Neue Medien und Internet sprechen.

3.2.5.1 Internet Governance

Governance kommt bei der Regulierung des Internets zum Einsatz. Der Grund dafür sind die unklaren rechtlichen Rahmenbedingungen, da die direkte staatliche Kontrolle fehlt und eine Ansammlung an privaten und öffentlichen Interessen vorliegt. (McQuail 2010, S. 233; Wassmer 2015, S. 44–45)

Bei der Betrachtung von Regulierungsmöglichkeiten des Internets bietet sich ein offensichtliches Dilemma: nationalstaatliche Regeln sollen ein transnationales Konstrukt regulieren. Obwohl das Internet kein rechtsfreier Raum ist, wird er von vielen so behandelt. (Donges und Puppis 2019, S. 82; McQuail 2010, S. 237; Wassmer 2015, S. 44–45) Der Human Rights Council der United Nations stellte 2012 fest, dass Personen online und offline dieselben Rechte haben. Im selben Erlass werden Staaten dazu aufgerufen den Zugang zum Internet zu fördern und bereitzustellen. (United Nations - Office of the High Commissioner for Human Rights 16.07.2012, S. 2)

Jeder Staat definiert für sich selbst, was in seinem Hoheitsgebiet illegal ist. Im Internet treffen unterschiedliche Vorstellungen von Moral und Recht aufeinander. (Puppis 2010a, S. 259) Eine Regulierung des Internets kann nicht ausschließlich darin liegen, dass sämtliche Nationalstaaten Gesetze für den jeweiligen Zuständigkeitsbereich der Gerichtsbarkeit erlassen. Das Internet als grenzüberschreitendes Phänomen verlangt nach einem anpassungsfähigen Governance-Ansatz. (Donges und Puppis 2019, S. 82; McQuail 2010, S. 237) Das soll nicht heißen, dass nationale Regulierung des Internets nicht möglich ist. Erfolgreiche staatliche Internet-Regulierung erfolgt beispielsweise im Bereich des Kinder- und Jugendschutzes. (Siehe hierzu Wassmer 2015)

Die internationalen und nationalen Gesetzgeber sind sich den neuen Herausforderungen durch das Internet an die Politik bewusst, und haben in den letzten Jahren verstärkt Kompetenzen aufgebaut. (Pohle et al. 2016, S. 2)

Media Governance ist flexibel und passt sich den technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen an. (McQuail 2010, S. 8) Regulierung im Social Web lässt sich auf verschiedenen Ebenen umsetzen. Beim Thema Privatsphäre lässt sich laut Schmidt beispielsweise „an den Publika (Relationen), an der technischen Basis (Code) oder aber den herrschenden Konventionen und Normen (Regeln) ansetzen.“ (Schmidt 2017, S. 125; Siehe auch Wassmer 2015, S. 46) Puppis unterscheidet bei Internet Governance allgemein die folgenden Ebenen für Regulierungsmaßnahmen in absteigender Reihenfolge: Verhalten und Inhalte (content layer), Architektur (code layer) und Infrastruktur (physical layer). Regulierungen der Infrastruktur betreffen vor allem den Zugang zum Internet und die sogenannte Netzneutralität, die

sicherstellt, dass es keine Hierarchien in der Abwicklung des Datenverkehrs gibt. Die Architektur des Internets basiert auf einfach gehaltenen Codes, die wenig reguliert sind, aber in der Richtung Potenzial bieten. Das Verhalten wird dadurch beeinflusst, dass es kommerzielle und nicht-kommerzielle Anbieter im Internet gibt, dass Suchmaschinen Manipulationen von Suchergebnissen transparent machen, und dass die Privatsphäre der NutzerInnen gewahrt und Datenschutz forciert wird. Inhaltliche Beschränkungen finden sich in wenigen Bereichen, wie Jugendschutz oder Urheberrecht, und inhaltliche Regulierungen kommen bei kommerzieller Kommunikation und E-Commerce zum Einsatz. (Puppis 2010a, S. 261–266)

Im Zusammenhang mit dem Internet kam in der Anfangszeit der sogenannte „Common-Carrier-Ansatz“ zum Einsatz. Bei diesem Regulierungsansatz wird die Infrastruktur stark reguliert, der Marktzugang ist offen für alle und auf eine Regulierung der Inhalte wird in diesem Bereich verzichtet. Ursprünglich wurde dieser Ansatz für den Telekommunikationsbereich entwickelt. Das Internet wurde ebenfalls diesem Ansatz zugeordnet, da es die Infrastruktur des Telekommunikationsbereichs nutzt. (McQuail 2010, S. 236–237; Puppis 2010a, S. 63) Im Zuge der technologischen Konvergenz verwenden verschiedene Medientypen eine Distributionstechnologie. Zum Beispiel darf über Kabelnetze Telefonservice angeboten werden, oder Telefonleitungen können auch Fernsehen übertragen. Durch dieses Überschreiten technologischer Grenzen, scheint es nicht länger sinnvoll, die Regulierung von Medien auf der infrastrukturellen Ebene anzusetzen. (McQuail 2010, S. 237)

Das Internet hat sich quasi frei von Regulierung entwickelt, und ist immer noch frei, aber diese fragile Freiheit ist nicht rechtlich abgesichert. Das Internet fällt mit seinem überstaatlichen Charakter in kein rechtliches Hoheitsgebiet und ist deshalb schwer zu regulieren. Gleichzeitig ist diese Ungewissheit ein Schutz für die Freiheit des Internets. Es gibt mehrere Selbstregulierungen auf verschiedenen Wirkungsebenen mit eingeschränkten Verantwortungsbereichen. Die meiste Verantwortung in der Internetregulierung wird den Internet-Service-Providern zugeschrieben, um deren rechtliche Lage es eher bescheiden bestellt ist. (McQuail 2010, S. 237)

Das Internet kann aufgrund seiner Vielfältigkeit nicht als ein Medium betrachtet werden. Die Vielfalt des Internets muss sich auch in seiner Regulierung widerspiegeln. (McQuail 2010, S. 237–238) McQuail vernimmt die Forderung nach Regulierung

des Internets im inhaltlichen und strukturellen Bereich. Er führt eine Reihe von IGOs und NGOs an, denen er tragende Rollen in Internet Governance zuschreibt. (McQuail 2010, S. 268–269) Eine inhaltliche Regulierung des Internets ist aufgrund der flüchtigen Inhalte und ihrer Dynamik problematisch, hinzu kommt die Problematik der Anonymität. (Wassmer 2015, S. 45)

Die Durchführung von Accountability, wie es oben im gleichnamigen Kapitel dargelegt wurde, ist im Internet nur begrenzt möglich. Es gibt im Internet verschiedene Kommunikationssituationen, die im öffentlichen, semi- oder privaten Bereich stattfinden, die sich nur an eingeschränkte Publika richten, und die daher nicht den Anspruch erheben Accountability zu folgen. Anonymität ist ein weiteres Problem in Bezug auf Accountability im Internet, da man sich einfach der Verantwortung entziehen kann. (McQuail 2003, S. 312–313)

Ein weiteres Problem in diesem Zusammenhang ist die Frage nach dem „Selbst“, wenn es um Selbstregulierung des Internets geht. Die teilhabenden Akteure im Internet Governance-Prozess sind divers und komplex. Dies ist ein Grund, warum das Internet als offenes Netzwerk ohne tieferen Sinn begriffen wurde, und das Common-Carrier-Modell angewandt wurde. Entsprechend diesem Verständnis von Internet als Teil der Infrastruktur, kann Accountability im Internet über die einzelnen Services und Quellen erreicht werden. (McQuail 2003, S. 333–334)

Nach diesen Ausführungen zu Internet Governance lässt sich zusammenfassen, dass das Internet aufgrund seiner Komplexität und transnationalen Struktur von staatlichen Regulierungen kaum erfasst werden kann. Ein Zusammenspiel verschiedener Akteure im Sinne von Media Governance ist für eine Regulierung des Internets notwendig. In Bezug auf Accountability ist das Internet als Ebene nicht geeignet, wie sich gezeigt hat, da Internet Governance eher technologisch angesiedelt ist. (Donges und Puppis 2019, S. 87)

Exemplarisch für die Services im Internet wird nun Social Media Governance besprochen, und versucht Accountability dort zu verorten.

3.2.5.2 Social Media Governance

Das Internet lässt sich, wie bereits erwähnt, auf mehreren Ebenen regulieren. Die Infrastruktur ist die Basis, darüber befindet sich die Architektur und an der Spitze

die Inhalte und das Verhalten. Die untere(n) Ebene(n) bestimmen dabei, wie die darüberliegende(n) Ebene(n) reguliert werden können. (Puppis 2010a, S. 261–266)

Social Media-Plattformen zählen zur Architektur des Internets. Social Media sind Services im Internet, die mehrere Charakteristika aufweisen. NutzerInnen nehmen als sogenannte „prosumer“, eine Verschmelzung von Producer und Consumer, am virtuellen Leben teil. Social Media bieten Möglichkeiten zur Produktion von Inhalten, Interaktion, Zusammenarbeit und Austausch im kreativen Prozess, genauso wie zur Rezeption von Inhalten. Social Media brauchen nutzer-generierte Inhalte, da Social Media ohne die Inhalte der NutzerInnen nur ein Teil der Internet-Architektur sind. User-Profile auf Social Media-Plattformen bieten Informationen über die UserInnen und sind die Grundlage, um sich direkt oder über Gruppen zu vernetzen. Das Netzwerk der NutzerInnen bestimmt die Inhalte, die an einer zentralen Stelle des Aufbaus von Social Media gezeigt werden. (Siehe auch: Kaplan und Haenlein 2010; Obar und Wildman 2015, S. 746–747)

Napoli betont die Verflechtung von Social Media mit den journalistischen Medien und welche Relevanz Social Media dadurch für die Demokratie haben. Aus dieser Relevanz leitet er ab, dass das Konzept des öffentlichen Interesses auf Social Media nicht nur evaluativ anwendbar ist, sondern ähnlich wie für den Journalismus als Maxime für Social Media Governance dienen kann. (Napoli 2015, S. 751–754) Bei der Analyse von Social Media Governance in Bezug auf das Konzept des öffentlichen Interesses musste Napoli feststellen, dass dieses Konzept bei einschränkenden Regulierungsmaßnahmen angewandt wird, und weniger zu konstruktiven Entwicklungen von Social Media im Sinne des öffentlichen Interesses anregt. (Napoli 2015, S. 757) Einschränkende Regulierungsmaßnahmen haben oft unerwünschte Nebeneffekte und beschränken das Publikum in ihrer Wahlfreiheit. (McQuail 2003, S. 337; van Horenbeeck 2018, S. 7)

Bedenklich ist, dass Social Media-NutzerInnen sich auf die Selektion von Social Media verlassen und davon ausgehen, dass wichtige Nachrichten zu ihnen durchdringen würden. (Napoli 2015, S. 756)

Die Leistung von Social Media (und anderer Informationsintermediäre) liegt zum Teil in der Selektion von Inhalten. Die NutzerInnen können lediglich darauf vertrauen, dass die Selektionskriterien frei von Tendenzen sind, die ihrem

Informationsbedürfnis widersprechen. Schulz und Dankert haben vier Regulierungsoptionen ausgearbeitet, um dieses Vertrauen der NutzerInnen abzusichern. Eine Selbstfestlegung mit Deklarationspflicht (1) soll dazu führen, dass sich Social Media-BetreiberInnen ihren niedergeschriebenen Maximen selbst verpflichten und NutzerInnen etwaige Tendenzen erkennen können. Transparenz (2) bei Änderungen der Selbstfestlegung soll in Form einer Mitteilung über die Änderung sichergestellt werden. Konzerninterne Beauftragte (3), welche die Interessen der NutzerInnen vertreten, sollen in dieser Hinsicht als evaluierendes Kontrollorgan im Unternehmen wirken. Als weitere Regulierungsoption wird Monitoring der algorithmischen Sortierung (4) angeführt. (Schulz und Dankert 2016, S. 71–77) Zudem befürworten Schulz und Dankert ein Beschwerdesystem für Social Media-AnbieterInnen mit dem die NutzerInnen Erklärungen zur Selektion und Sortierung der Inhalte einfordern können. (Schulz und Dankert 2016, S. 78) Die Einrichtung eines solchen Systems würde Social Media ein Stück weiter zu Accountability verhelfen.

Eine Regulierung von Social Media ist wünschenswert, da sie zur Stabilisierung der Erwartungen an das Medium beiträgt. Schulz und Dankert führen hier zum Vergleich die Programmregulierung des Rundfunks an: Eltern können Kinder tagsüber unbefrachtigt vor den Fernseher setzen, während sie die Kinder mit einem unbeschränkten Internetzugang vermutlich nicht allein lassen würden. (Schulz und Dankert 2016, S. 79)

Die BetreiberInnen von Social Media forcieren Selbstregulierung. (Puppis 2010a, S. 269–270) Schulz und Dankert argumentieren für eine regulierte Selbstregulierung der „Informationsintermediären“, zu denen sie auch Social Media zählen. Dies entspricht in dieser Arbeit der Einordnung als Ko-Regulierung. (Schulz und Dankert 2016, S. 78)

Regulierende Organisationen und Gerichte haben in der Vergangenheit versucht, die neuen Herausforderungen von Social Media mit bekannten Modellen und Gesetzen zu regulieren. Zum Beispiel wurde diskutiert, ob Internet-Service-Provider rechtlich wie Telekommunikationsunternehmen, die eine Infrastruktur zur Verfügung stellen, zu behandeln sind. (Obar und Wildman 2015, S. 747–748)

Social Media-Plattformen sind ein Kernelement und -akteur von Social Media Governance. Sie nehmen Einfluss auf die Inhalte und die NutzerInnen über

technologische Anforderungen und Nutzungsbedingungen. Sie sind ausführende Instanz der staatlichen Regulierung in Form von Gesetzen und übertragener Zensurrechte und -pflichten. Auf andere Organisationen wirken Social Media-Plattformen mit technologischen und unternehmerischen Vorgaben ein. (DeNardis und Hackl 2015, S. 769) Obwohl es zu befürworten ist, dass Social Media-Plattformen sich selbst regulieren, setzt diese Regulierung manchmal falsch an. Es wird versucht, Probleme, die auf Social Media-Plattformen auftreten, durch Regulierung auch dort zu lösen, obwohl das Verhalten der NutzerInnen an sich zu ändern wäre. Anstatt einer Regulierung der Social Media-Plattform, wo es auftritt, wäre eine Verhaltensänderung der NutzerInnen nötig. Es ist ein Trugschluss, dass eine Regulierung der Social Media-Plattform ein Problem lösen kann, welches das Verhalten der NutzerInnen als Ursache hat. (Mueller 2015, S. 809; van Horenbeeck 2018, S. 7)

Webseiten versuchen meist ihre Nutzungsbedingungen so zu gestalten, dass sie den gesetzlichen Bestimmungen in mehreren verschiedenen Staaten entsprechen. Manchmal entwickeln NutzerInnen formell oder informell Regeln, die restriktiver sind als die Nutzungsbedingungen der Plattform-BetreiberInnen. Diese können explizit formuliert oder implizit im Handeln der NutzerInnen sichtbar werden. (Marlin-Bennett und Thornton 2012, S. 495)

Ein vorerst gelungenes, wenn auch nicht unumstrittenes Beispiel für Social Media Governance liegt im Bereich der Terrorismusbekämpfung vor. Gemeinsam mit der EU-Kommission haben Internetunternehmen einen Mechanismus etabliert, welcher die Verbreitung von gewaltverherrlichenden, terroristischen Inhalten verhindern soll. (COMM/DG/UNIT 2017; Monroy 2017) Später drängte die EU-Kommission zu einer inhaltlichen Ausweitung der zu beanstandenden Inhalte und zur Installierung von Upload-Filtern und empfahl auch kleineren Plattformen sich an den Mechanismen der globalen Plattformen zu bedienen. Bei diesen Empfehlungen gibt es mehrere Kritikpunkte. Erstens wird die Marktmacht der großen Plattformen weiter gestärkt. Zweitens müssen sich kleinere Plattformen von großen Plattformen abhängig machen, wenn sie selbst nicht über die Ressourcen verfügen, Filtersysteme zu installieren. Und drittens ist für die Filtersysteme nicht klar festgelegt, was als illegal zu betrachten ist, und daher ist auch die Kritik und Sorge über Zensur naheliegend.

(COMM/DG/UNIT 2018; COMM/PRESS/01 2017; eco - Verband der Internetwirtschaft e.V 2017; McNamee 2017; Rudl 2017, 2018)

Social Media Governance ist ein Zusammenspiel zwischen Website-BetreiberInnen, NutzerInnen und Regierungsorganisationen. Governance bestimmt, welches Verhalten erwünscht, erwartet oder verboten ist. (Marlin-Bennett und Thornton 2012, S. 495)

Bei Accountability von Social Media bleibt die Frage, ob die gleichen normativen Erwartungen wie bei klassischen Medien gehegt werden können. (Donges und Puppis 2019, S. 98–99) Es scheint, dass sich bei Social Media und Accountability die Betrachtung im Forschungskanon auf die vermittelnde Rolle von Social Media für Accountability von Journalismus, Staat oder Unternehmen beschränkt. (Carlo Bertot et al. 2012; Eberwein et al. 2017a; Eberwein et al. 2017b; Karmasin et al. 2017; Neu et al. 2019; Stamati et al. 2015; Treem 2015)

In dieser vermittelnden Funktion bringt Social Media als Plattform mehrere Vorteile in Bezug auf Accountability. Das Publikum kann gemeinsam Monitoring von Medien betreiben und dies beinahe simultan. Die Überwachung durch eine Gruppe an Menschen ist in Gegenüberstellung zu herkömmlichen Selbstregulierungsorganisationen und -instanzen weniger anfällig für die typischen Mängel von Letzteren. Die Kosten Einzelner sind bei gemeinsamem Monitoring gering, aber die Wirkung ist groß, wenn hunderte eine kurze Nachricht über ein festgestelltes Problem veröffentlichen.

Social Media-NutzerInnen können im Kollektiv eine stärkere Machtposition einnehmen und von Medienorganisationen Accountability einfordern. (Fengler 2012, S. 184–187; Siehe auch: Neu et al. 2019)

Nachdem in diesem Kapitel ein Bild von Social Media Governance gezeichnet wurde, soll im Hinterkopf bleiben, dass die bisherige wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Accountability von Social Media nicht ausreicht, um dazu ein abschließendes Urteil zu fällen. Aber es ist sicher, dass hinter den Social Media-Plattformen BetreiberInnen stehen, die Verantwortung überwiegend von sich weisen, während sie gleichzeitig selbstregulierend agieren.

Mit den Ausführungen zu „Social Media Governance“ endet das Kapitel über den Themenbereich „Media Governance“ und die theoretischen Grundlagen. Es folgen die Analysen der aktuellen Rahmenbedingungen von Hate Speech gegen JournalistInnen in österreichischen Medienorganisationen.

4 Aufarbeitung der aktuellen Lage

Dieses Kapitel zur Analyse der aktuellen Lage gliedert sich in drei Teile. In den ersten beiden Kapiteln werden die Themenbereiche „journalistische Medienorganisationen“ und „Hate Speech“ anhand der Fragestellungen analysiert. Den dritten Teil dieses Kapitels ist der empirische.

Die Themenbereiche „journalistische Medienorganisationen“ und „Hate Speech“ wurden bereits gestreift. In diesem Kapitel erfolgen die allgemeinen Beschreibungen, Definitionen und kritische Analysen dieser beiden Betrachtungsebenen.

Zu Beginn des empirischen Teils wird das Forschungsfeld der vorliegenden Untersuchung vorgestellt, danach wird die angewandte Sampling-Strategie und die letztendliche Auswahl an Fällen beschrieben. Nach den Ausführungen zur Erhebungsmethode des leitfadengestützten ExpertInnen-Interviews und der Umsetzung in dieser Studie, sowie Ausführungen zur Erstellung der Transkripte, werden die wichtigsten Aspekte der Auswertungsmethode der inhaltlich-strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz umrissen. Die konkrete Vorgehensweise in der Auswertung der ExpertInnen-Interviews wird erklärt und die Erkenntnisse aus den Interviews dargelegt.

4.1 Journalistische Medienorganisationen in Österreich

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit journalistischen Medienorganisationen in Österreich. Journalistische Medienorganisationen wurden bereits in den theoretischen Grundlagen definiert und erklärt. Es folgt eine Auseinandersetzung mit dem Mediensystem in Österreich. Die nächsten Unterkapitel befassen sich mit JournalistInnen in Österreich und den berufsbedingten Belastungen von JournalistInnen. Den Abschluss des Kapitels bildet der arbeitsrechtliche Exkurs zu den Fürsorgepflichten von ArbeitgeberInnen in Österreich.

4.1.1 Mediensystem in Österreich

Der sogenannte „Journalistenindex“ verzeichnet in der ersten Jahreshälfte 2018 über 2800 österreichische Medien im Print-, TV-, Radio- und Online-Bereich, wobei sich die Angaben auf dem Einband mit 2876 Medien und im Vorwort mit 2865

Medien unterscheiden. (Hoffer 2018) Seit 2014 schwankt die angegebene Zahl von österreichischen Medien bei mehr oder weniger als 2800 Medien. (Hoffer 2014, 2015, 2016, 2017) Die Datenbank „Medienhandbuch“ des Verbands österreichischer Zeitungen listet laut eigenen Angaben sogar mehr als 3000 österreichische Medien in den Bereichen Tages- und Wochenzeitungen, Magazine und Illustrierte, Fachzeitschriften, Supplements, ORF, Privatradios und -TV, Nachrichtenagenturen, Kundenmagazine und Online-Medien. (Verband Österreichischer Zeitungen 2019) Die genannte Medienanzahl mag den ein oder anderen im ersten Moment verwundern. Im Folgenden wird der österreichische Medienmarkt in Bezug auf Mediengattungen und dessen Charakteristika betrachtet.

Aktuelle (ökonomisch relevante) Daten zu österreichischen Medien publizieren die Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK), der Verein ARGE Media-Analysen, der Verein Österreichische Webanalyse (ÖWA), der Verein Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT), sowie die RMS Radio Marketing Service GmbH Austria. Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) fasst in seinem jährlich erscheinenden „Medienhandbuch“ die aktuellen Daten dieser Studien und seines eigenen „All Media-Report“ zum österreichischen Medienmarkt zusammen. (Verband Österreichischer Zeitungen 2018, S. 12) Das Medienhandbuch bietet auch Informationen zu ausgewählten weiteren Marktstudien und Berichten zum österreichischen Medienmarkt. (Verband Österreichischer Zeitungen 2018, S. 293–309)

Laut „Medienhandbuch 2018“ erscheinen in Österreich 16 Tageszeitungen, wovon drei Gratiszeitungen sind. In den Bundesländern gibt es viele regionale Wochenzeitungen, wie die Niederösterreichischen Nachrichten mit 28 Lokalausgaben, oder die 127 Mutationen der Gratiszeitungen unter dem Schirm der Regionalmedien Austria. Hinzukommen 12 weitere regionale Wochenzeitungen anderer Medienunternehmen. Im Bereich der überregionalen Wochenzeitungen, Magazine und Fachzeitschriften wird die Anzahl der Medien bereits unüberschaubar, da viele Medien aus diesem Bereich nicht an den oben genannten Analysen teilnehmen. In Österreich gibt es 139 Radio- und 115 Fernsehsender, die verschiedene Technologien von terrestrischer Übertragung bis hin zum Internet verwenden. Die Studien zum Medienmarkt erfassen auch Online-Angebote und so untersuchte die ÖWA im Jahr 2017 146 Angebote im Internet, wie Nachrichtenportale oder Informationsportale. Auch in

diesem Bereich sind bei weitem nicht alle Medien in den Studien erfasst. (Verband Österreichischer Zeitungen 2018, S. 44–58)

Der Verband Österreichischer Zeitungen betont, wie vielfältig das Angebot an Print, Radio-, Fernseh- und Online-Medien in Österreich ist. Ein Grund dafür ist der „Spillover-Effekt“ von Medien aus dem benachbarten Deutschland. (Verband Österreichischer Zeitungen 2018, S. 44) Aus wissenschaftlicher Sicht ist der Ton ein anderer. Das österreichische Mediensystem hat wenige relevante Medien und es herrscht Medienkonzentration. Der Spillover-Effekt wird aber als Chance gesehen. (Kaltenbrunner 2019; Trappel 2008, S. 63, 2017, 2019)

Die österreichische Tageszeitungslandschaft ist gezeichnet von regionalen Marktführern, Boulevardisierung, und Billig- bzw. Gratiszeitungen. Die Eigentümerstrukturen der österreichischen Tageszeitungen sind heute von katholischen Pressevereinen und Familien geprägt. Im Eigentum von politischen Parteien oder Staat befinden sich noch jeweils eine Tageszeitung. (Kaltenbrunner 2019, S. 185–186; Meier 2018, S. 139)

Die Medienkonzentration in Österreich verstärkte sich in den letzten Jahren noch weiter. (Krotz 2019, S. 325; Meier 2018, S. 139) Ein Grund für die Medienkonzentration in Österreich sind die Produktionskosten von Medien (First-Copy-Costs). (Kaltenbrunner 2019, S. 187; Trappel 2019, S. 201) Medienkonzentration ist in Österreich auch gattungsübergreifend. Zeitungsunternehmen haben sich in den Rundfunk-Bereich hinein diversifiziert. (Kaltenbrunner 2019, S. 182; Trappel 2019, S. 223)

Der „Österreichische Presserat“ ist eine Selbstregulierung der Presse. Der Österreichische Presserat hat sich 2010 nach mehrjähriger Pause neu gegründet. (Österreichischer Presserat, S. 2–3) Während der Pause des Österreichischen Presserats beschäftigte sich der „Journalisten-Report II“ unter anderem mit ethischen Regulativen. Schriftliche Redaktionsstatute und redaktionelle Leitbilder gab es für mehr als die Hälfte der befragten JournalistInnen. Einen schriftlichen Ethikkodex in der Redaktion gab es gerade mal bei einem Viertel. Das Vakuum, das der branchenweite Ethikkodex des österreichischen Presserats hinterließ, wurde nicht intern ausgeglichen. Ohne Sanktionen bei Verstößen hatte das branchenweite Regulativ in dieser Zeit an Bedeutung verloren. Das ethische Regulativ mit dem höchsten

Verbreitungsgrad war die regelmäßige Blatt- bzw. Sendungskritik. Kaltenbrunner et al. merken allerdings an, dass Blatt- und Sendungskritiken in der Praxis weniger für ethische Reflexion der journalistischen Arbeitsweisen genutzt wurden, als für die Sozialisation von EinsteigerInnen und Erhaltung des Status Quo. Eine weitere ethische Einrichtung sind sogenannte „LeserInnenanwälte“ oder „Ombudspersonen“ in den Medienunternehmen als Schnittstelle zum Publikum. Sie waren in der Pause des Österreichischen Presserats die einzige Beschwerdeinstanz des Publikums. (Kaltenbrunner et al. 2008, S. 63–67) Während die branchenweite Beschwerdeinstanz nicht bestand, fand also lediglich eine geringe Kompensation durch eigene Beschwerdeinstanzen statt. Bei der Neugründung des Österreichischen Presserats sticht ein besonderes Merkmal von Selbstkontrolleinrichtungen heraus: die Teilnahme ist freiwillig. Die Medien entscheiden selbst, ob sie die Entscheidungen der Selbstkontrolleinrichtung anerkennen. Aktuell zählt der Österreichische Presserat 99 Printmedien als Mitglieder. (Österreichischer Presserat 2019) Die meisten der auflagenstarken Tageszeitungen sind vertreten. Mittlerweile ist das Boulevardblatt „Österreich“ ebenfalls Mitglied, aber jene Tageszeitungen „Heute“ und „Kronenzeitung“ mit Auflagen von respektive mehr als 500 000 und 600 000 Exemplaren finden sich nicht auf der Liste. (Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK) - Daten aus dem 1. Halbjahr 2019) Im Fall des Österreichischen Presserats zeigt sich, dass die Einrichtung einer Selbstregulierungseinrichtung als branchenweite Beschwerdeinstanz nicht bedeutet, dass wirklich die ganze Branche erfasst wird.

Die österreichische Medienpolitik bewegt sich entgegengesetzt zu den vorgestellten Zielen von Accountability: Die staatliche Medienregulierung in Form der Presseförderung hat sich in den letzten Jahren hin zu einer Regulierung über Anzeigenschaltung entwickelt. (Kaltenbrunner 2019, S. 192–193)

In der Vergangenheit hat die österreichische Politik bzw. der Staat durch Nicht-Regulierung im Fall der Fusion der Magazine der „News“-Gruppe und der „Kurier“-Gruppe, oder bei der Gründung der „Mediaprint“ Aufsehen erregt. Die entsprechenden Gesetze zu Medienzusammenschlüssen kamen erst bei der Übernahme von ATV durch Puls4 zu tragen. Die bereits starke Medienkonzentration macht weitere Fusionen rar, da nicht viele Medienunternehmen auf dem Markt sind, die fusionieren könnten. (Kaltenbrunner 2019, S. 193–194; Trappel 2019, S. 222)

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk (ORF) hatte lange Zeit ein gesetzlich abgesicherte Monopol. Als letztes europäisches Land hat Österreich private Rundfunksender erlaubt. Kommerzielle Radiosender gibt es seit 1995 und seit 2002 kommerzielle Fernsehsender. (Meier 2018, S. 162; Pensold 2019, S. 168–169)

Die Digitalisierung macht auch vor dem österreichischen Mediensektor nicht halt. Die Trennung von Print, TV und Radio scheint überholt und der Mediensektor befindet sich in einem Transformationsprozess. (Grünberger 2017, S. 198–199) Die Digitalisierung und das Internet konnten bis dato nicht auf die Medienkonzentration in Österreich einwirken. Etablierte Medienunternehmen haben im Bereich der Online-Medien ebenso eine Vormachtstellung, wie diese sie abseits des Internets innehaben. (Trappel 2019, S. 223) Die Digitalisierung verlangt nach Innovation. Besonders der ORF muss mit der Zeit gehen, um seinem gesetzlich-verankerten Programmauftrag nachzukommen. (Pensold 2019, S. 170)

Die nationale Politik ist den Anforderungen der Medienregulierung in Zeiten von Social Media nicht gewachsen. Der Gesellschaft, der Politik und dem Staat wird kaum die notwendige Medienkompetenz zugesprochen, um für Medien ein passendes Umfeld zu gestalten. (Kaltenbrunner 2019, S. 190; Krotz 2019, S. 325)

Nach diesem Abriss zum österreichischen Medienmarkt und seinem vorherrschenden Problem der Medienkonzentration folgt nun eine Übersicht zu den JournalistInnen in Österreich.

4.1.2 JournalistInnen in Österreich

Im vorangehenden Kapitel zum österreichischen Medienmarkt konnten aufgrund der Relevanz für den Werbemarkt eine Vielzahl an Quellen für Daten über österreichische Medien genannt werden. Bei deren „Machern“ – wie sie von Kaltenbrunner et al. (2007) im Untertitel des ersten „Journalisten-Reports“ bezeichnet wurden – sieht die Lage anders aus. Die letzte und einzige Studie, die als Vollerhebung österreichische JournalistInnen untersuchte, stammt aus 2007 und ist der eben erwähnte „Journalisten-Report I“. (Kaltenbrunner und Luef 2018, S. 2)

Laut Journalisten-Report I aus 2007 waren etwa 7100 JournalistInnen in Österreich hauptberuflich als solche angestellt. 58 % der JournalistInnen waren Männer und 42 % Frauen. Das Durchschnittsalter lag bei 40 Jahren. Zwei Drittel der

JournalistInnen waren zwischen 30 und 49 Jahren alt. Die Akademisierungsrate war mit etwas über einem Dritteln der JournalistInnen im internationalen Vergleich sehr niedrig, wobei eine getrennte Betrachtung der Geschlechter zeigt, dass unter den Frauen 41 % einen akademischen Abschluss vorweisen konnten. Bei den männlichen Kollegen waren es 29 %. (Kaltenbrunner et al. 2007, 17-23)

Drei Viertel der JournalistInnen arbeiteten im Untersuchungszeitraum Vollzeit, knapp ein Viertel in Teilzeit. 68 % der Frauen und 82 % der Männer arbeiteten Vollzeit. 68 % der Frauen verdienten unter 3 000 Euro brutto im Monat, während bei den Männern 42 % unter dieser Gehaltsgrenze blieben. Insgesamt lagen 52 % der JournalistInnen unter der Gehaltsgrenze von 3 000 Euro brutto im Monat. (Kaltenbrunner et al. 2007, 17-23)

Zwei Drittel der JournalistInnen arbeiteten bei Printmedien, 17 % beim Radio, 10 % beim TV, lediglich 4 % im Online-Bereich und 3 % bei Agenturen. Mehr als die Hälfte der JournalistInnen arbeitete in Wien, dahinter folgte Niederösterreich mit 13 %, der Rest verteilte sich jeweils im einstelligen Prozentbereich auf die übrigen Bundesländer. (Kaltenbrunner et al. 2007, 17-23)

Aktuellere Daten zu österreichischen JournalistInnen finden sich in kleineren Studien oder in der internationalen Studie „Worlds of Journalism“. (Hanitzsch et al. 2019)

In der international durchgeführten Studie Worlds of Journalism geht man von 4 100 JournalistInnen in Österreich aus. Im Länderbericht werden lediglich 3500 JournalistInnen in Österreich geschätzt. Über 800 dieser JournalistInnen nahmen an der Studie teil. (Lauerer und Hanitzsch 2019, S. 55; Lohmann und Seethaler 2016, S. 6) Ein Fokus von Worlds of Journalism liegt auf der Geschlechterverteilung. In der Studie waren knapp 41 % der befragten JournalistInnen in Österreich Frauen, wo von 63 % einen akademischen Abschluss vorweisen konnten. (Josephi et al. 2019, S. 77; Lohmann und Seethaler 2016, S. 1) Der Frauenanteil im österreichischen Journalismus liegt damit im unteren Mittelfeld des Ländervergleichs. (Josephi et al. 2019, S. 81)

Auch im Journalisten-Report I gab es diesen Fokus: Über sekundäre Daten konnte ein Anstieg des Frauenanteils in den vorangehenden Jahren nachgezeichnet

werden. In den Mediengattungen war der Frauenanteil unterschiedlich. Am höchsten war der Frauenanteil im Fernsehen mit 46 %. In den Agenturen, Print- und Onlinemedien waren in der Rubrik Lifestyle und Wissenschaft/Medizin jeweils zwei Drittel der JournalistInnen weiblich. Im Sport waren lediglich 10 % und im Technik/Motor-Ressort 19 % der JournalistInnen Frauen. In den Ressorts von Radio und Fernsehen waren die Geschlechterverhältnisse beinahe ausgeglichen - bis auf Sport, wo mit 9 % Frauenanteil ähnlich viele Frauen beschäftigt waren wie in den Ressorts der Agenturen, Print- und Onlinemedien. (Kaltenbrunner et al. 2007, S. 115–120)

Kaltenbrunner et al. präsentierten mehrere mögliche Ursachen, warum Frauen so im Journalismus vertreten waren, wie sie es eben waren. Eine Argumentationslinie gründet in der Familienfeindlichkeit der beruflichen Umstände. Bei einer leitenden Funktion wäre die Vereinbarkeit für Frauen noch schwieriger. Ein Großteil der JournalistInnen war kinderlos und auch seltener verheiratet als der österreichische Gesamtdurchschnitt. Als weitere Gründe führten Kaltenbrunner et al. die männliche Kommunikationskultur in Medien, Konkurrenzkampf, Vorurteile gegenüber Frauen und fehlende Vernetzung unter Frauen an. (Kaltenbrunner et al. 2007, S. 130–132) Zudem stellten Kaltenbrunner et al. (2007, S. 126) fest, dass das Geschlecht ein Faktor für Einkommensunterschiede im Journalismus war.

Kaltenbrunner und Luef führten unter JournalistInnen, die für Lokalzeitungen in Österreich arbeiteten, eine Befragung über die Auswirkungen der Digitalisierung auf ihre Arbeit durch. Die Auswahl der befragten JournalistInnen bildete die Geschlechter- und Altersverhältnisse des Journalisten-Report I aus 2007 ab. Die Digitalisierung hat bei 83 % der Befragten innerhalb von fünf Jahren zu mehr Arbeitsaufwand im Online-Bereich geführt. 81 % berichten, dass der journalistische Arbeitsaufwand allgemein mehr geworden ist. Über soziale Netzwerke kann gewinnbringend Audience Engagement betrieben werden, gleichzeitig wollen sich die Befragten über qualitativ hochwertigen Journalismus von Nachrichten auf Social Media-Plattformen und dem Fake News-Vorwurf abgrenzen. Dies spiegelt sich in den meistgenannten wichtigsten Kenntnissen von JournalistInnen wider: Text, sowie Recherche und Themenfindung. Für ihre Lokalzeitungen prognostizieren die JournalistInnen eine positive Zukunft, auch wegen ihrer Nähe zum Geschehen und den regionalen

Geschichten als Alleinstellungsmerkmal gegenüber Social Media. (Kaltenbrunner und Luef 2018, S. 4–12)

Wie in den theoretischen Grundlagen erklärt wurde, hängt Accountability von der individuellen Bereitschaft zur Verantwortung ab. Karmasin untersuchte die Verantwortlichkeit von JournalistInnen und MedienmanagerInnen gegenüber Gruppen. JournalistInnen und MedienmanagerInnen fühlen sich entsprechend der Orientierungshorizonte des Journalismus und der Medienorganisationen gegenüber unterschiedlichen Gruppen verantwortlich. Mehr als ein Drittel der MedienmanagerInnen gaben bei der Frage nach der Gruppe mit der meisten Relevanz „Auftraggeber, Herausgeber und Verlag“ an. In einer vergleichbaren Studie von Karmasin unter österreichischen JournalistInnen gaben lediglich 3 % der Befragten diese Gruppe an. Mehr als die Hälfte der JournalistInnen gaben das Publikum als primäre Gruppe an, gegenüber der man verantwortlich ist. Bei den MedienmanagerInnen sehen sich 21 % dem Publikum verpflichtet. (Karmasin 2005, S. 138, 2013, S. 89–91) Bei näherer Analyse, wie sich JournalistInnen gegenüber dem Publikum verantwortlich fühlen, zeigt sich, dass sie dies im Sinne ihrer Rolle als vierte Gewalt im Staat tun. Sie sehen sich als Kritiker von Staat und Gesellschaft. Von einer Verantwortung im Sinne von Accountability kann in diesem Fall also nicht gesprochen werden. (Karmasin 2005, S. 141–148)

Nach diesem Blick auf den österreichischen Journalismus widmet sich das folgende Kapitel den Belastungen im Zusammenhang mit dem Beruf von JournalistInnen.

4.1.3 Arbeitsbelastungen von JournalistInnen

Die Arbeitsinspektion (2018c) stellt fest: „Arbeitsbedingte Erkrankungen sind Erkrankungen bei denen die Arbeitswelt als verursachender oder als verschlimmender Faktor eine Rolle spielt.“ Ursachen sind arbeitsbedingte Belastungen, etwa psychische Belastung aufgrund von Zeitdruck. (Arbeitsinspektion 2018c, 2019)

Eine zentrale Belastung für JournalistInnen ist der Zeitdruck. (Lohmann und Seethaler 2016, S. 4) Für die vorangehenden fünf Jahre berichteten in der Worlds of Journalism-Studie beinahe drei Viertel der JournalistInnen einen Anstieg der Arbeitszeit, und gleichzeitig geben mehr als 86 % an, weniger Zeit für Recherchen zu haben. (Lohmann und Seethaler 2016, S. 5) Journalistische Qualität ist von

fehlenden Zeit- und Finanzressourcen bedroht. (Kaltenbrunner und Luef 2018, S. 9; Seethaler 2017, S. 62–63) Eine überwiegende Mehrheit der JournalistInnen in der Worlds of Journalism-Studie sorgt sich um das sinkende Ansehen von JournalistInnen in Österreich. (Lohmann und Seethaler 2016, S. 5)

JournalistInnen sind immer mehr ökonomischen Prinzipien unterworfen. Sie stehen unter Kostendruck. (Helka 2014, S. 46) Österreichische JournalistInnen nehmen den steigenden Wettbewerbsdruck als Einflussfaktor auf ihre Arbeit wahr. (Seethaler 2017, S. 59–60) Der Kostendruck ist eng verknüpft mit dem Zeitfaktor. Geschichten können nur mehr bis zu einem gewissen Grad recherchiert werden, da die finanziellen Ressourcen für eine längere Recherchedauer fehlen. Mit der Digitalisierung hat sich die Situation weiter verschärft. Journalisten sind durch die Digitalisierung unter großem Produktionsdruck. Vor allem kleine Medien, wo MitarbeiterInnen nicht von arbeitsteiliger Organisation profitieren können, sind betroffen. (Kaltenbrunner und Luef 2018, S. 5) Mit der Digitalisierung sind die Anforderungen an JournalistInnen gestiegen. Technisches Know-How, entgrenzte Arbeitszeiten und Informationsflut sind nur drei dieser Anforderungen. (Helka 2014, S. 53)

In der Worlds of Journalism-Studie gaben mehr als 8 % der österreichischen JournalistInnen an, in keiner fixen Anstellung zu arbeiten und knapp ein Drittel der JournalistInnen arbeitet für mehr als ein Medium. (Lohmann und Seethaler 2016, S. 1) Dass JournalistInnen mehrere Anstellungen haben oder für mehrere Medien arbeiten, ist ein Zeichen für prekäre Arbeitsbedingungen im Journalismus. (Steindl et al. 2017, S. 421) Dieser Umstand wird durch die starke Medienkonzentration in Österreich weiter verschärft, denn die hohe Medienkonzentration bedeutet für JournalistInnen, dass sie eher von ihrem Medium abhängig sind, da es wenige alternative ArbeitgeberInnen gibt. (Helka 2014, S. 50) Durch die voranschreitende Medienkonzentration erhöht sich der Druck auf den Berufsstand weiter. Der Trend geht zu mehr selbständigen oder befristet angestellten JournalistInnen. (Seethaler 2017, S. 53) JournalistInnen laufen auch Gefahr unfreiwillig selbständig zu sein. Mehrere Anstellungen oder Selbständigkeit haben im Berufsstand Tradition und wird BerufseinsteigerInnen als üblicher Umstand vermittelt. Selbständigkeit oder ein gemischter Status führt zu bürokratischem Mehraufwand bei den JournalistInnen. (Eichmann und Saupe 2014, S. 50–52)

Eine weitere Belastung für Journalisten kann der Gruppendruck sein. JournalistInnen sind in ihrer Arbeit gruppodynamischen Kräften des Berufsstandes ausgesetzt, da eine starke Orientierung an den Erwartungen der KollegInnen vorherrscht. Vorherrschende Normen für journalistisches Handeln werden so weiter gefestigt. (Kepplinger 2011, S. 198)

Die journalistische Arbeitsweise und ihre Anforderungen an JournalistInnen begünstigen Stress. (Eichmann und Saupe 2014, S. 179) Stresssituationen sind eine Bedrohung für Betroffene. Es gibt eine Vielzahl an auslösenden Faktoren für Stress. Ein Teil davon findet sich auch auf der Liste psychischer Belastungen, wie Zeitdruck, Arbeitszeiten oder fehlende Handlungsspielräume. (Arbeitsinspektion 2018b) Mögliche Ursachen für Burnout sind ebenso ähnlich. Arbeitsüberlastung, hohe Erwartungen oder kritische Lebenssituationen können zu Burnout führen. (Arbeitsinspektion 2018a) Stress kann zu Burnout führen. (Helka 2014, S. 35) Der journalistische Beruf lässt sich, wie bereits oben erwähnt, schwer mit einer Partnerschaft, Familie oder Kindern vereinbaren. (Helka 2014, S. 59–61) Wenn sich Beruf, Familie und Freunde schlecht vereinbaren lassen, wird Burnout begünstigt. (Helka 2014, S. 41)

Die Digitalisierung hat auch das Kommunikationsverhalten des Publikums verändert, welches sich wiederum auf den Journalismus in Österreich auswirkt. (Seethaler 2017, S. 57–58) Angriffe vom Publikum auf JournalistInnen können letztere belasten, unabhängig davon, ob sie selbst davon betroffen waren oder nicht. (Preuß et al. 2017, S. 4) JournalistInnen werden aufgrund ihrer Arbeit mit Hate Speech konfrontiert. (Obermaier et al. 2018, S. 503–504) Die Häufigkeit von Angriffen ist laut der Interpretation von Preuß et al. nicht vom Geschlecht, Alter oder Migrationshintergrund der JournalistInnen abhängig. (Preuß et al. 2017, S. 3) Diese Interpretation der Ergebnisse ist mit Vorsicht zu genießen. Zwar zeigen die einzelnen Prozentwerte der Geschlechter in den drei Häufigkeitskategorien der Angriffe, und die einzelnen Prozentwerte der Altersgruppen in diesen Häufigkeitskategorien keine eindeutige Tendenz an, aber die Werte der Kategorie „Kein Angriff“ deuten auf eine Tendenz hin. Mit steigendem Alter wird der Anteil an JournalistInnen, der angegriffen wird, kleiner, und der Anteil der Frauen, die keinen Angriff erlebt haben, ist um 4,4 Prozentpunkte kleiner als jener der Männer. (Preuß et al. 2017, S. 9) Dies würde

auch den Ergebnissen anderer Studien entsprechen. (Barton und Storm, S. 10; Hagen 2016, S. 17–19; Trionfi und Luque 2019, S. 5; van der Wilk 2018, 31-32)

Es besteht ein Unterschied in der Schwere der Belastung, abhängig davon, ob der Angriff gegen eine Gruppe oder ein Individuum gerichtet ist. Bereits eine Hate Speech-Attacke gegen ein Individuum kann ernsthaften Schaden anrichten. (Obermaier et al. 2018, S. 516–517) Die Konfrontation mit Hate Speech hat auch psychische Folgen für JournalistInnen. Sie zweifeln an ihrem Publikum, fühlen sich stärker von tätlichen Übergriffen bedroht und fühlen mehr Wut, wenn sie attackiert werden. (Obermaier et al. 2018, S. 511–512) Eine tiefergehende Analyse von Hate Speech gegen JournalistInnen findet sich im zweiten Teil des methodologischen Abschnitts.

4.1.4 Fürsorgepflicht und arbeitsrechtliche Bestimmungen

Nach der Darlegung von berufsbezogenen Belastungen, die JournalistInnen erleben, richtet sich der Fokus im Folgenden auf die gesetzlichen Bestimmungen in Österreich. Es wird ein knapper Überblick gegeben, der sich ob der fehlenden juristischen Fachkenntnisse der Autorin auf die relevanten Gesetzesstellen beschränkt. Für eine tiefgehende juristische Diskussion muss an dieser Stelle auf entsprechende Fachliteratur verwiesen werden.

Im Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuch (ABGB) findet sich unter § 1157 die Fürsorgepflicht des Dienstgebers:

„(1) Der Dienstgeber hat die Dienstleistungen so zu regeln und bezüglich der von ihm beizustellenden oder beigestellten Räume und Gerätschaften auf seine Kosten dafür zu sorgen, daß Leben und Gesundheit des Dienstnehmers, soweit es nach der Natur der Dienstleistung möglich ist, geschützt werden.“
(Österreichischer Nationalrat 01.01.1917)

Die Fürsorgepflicht der ArbeitgeberInnen erwächst aus dem Umstand, dass sich ArbeitnehmerInnen durch ein Arbeitsverhältnis in den Einflussbereich von Arbeitgebenden begeben. ArbeitgeberInnen sind durch die Fürsorgepflicht verpflichtet physisches und psychisches Wohlbefinden der ArbeitnehmerInnen zu sichern. (Marhold und Friedrich 2012, S. 238)

Im ArbeitnehmerInnenschutzgesetz (ASchG) gibt es präzisierende Gesetze, die Pflichten der ArbeitgeberInnen näher beschreiben. Im ASchG § 3 sind ArbeitgeberInnen explizit zum Gesundheitsschutz ihrer ArbeitnehmerInnen verpflichtet:

„§ 3. (1) Arbeitgeber sind verpflichtet, für Sicherheit und Gesundheitsschutz der Arbeitnehmer in Bezug auf alle Aspekte, die die Arbeit betreffen, zu sorgen. Die Kosten dafür dürfen auf keinen Fall zu Lasten der Arbeitnehmer gehen. Arbeitgeber haben die zum Schutz des Lebens, der Gesundheit sowie der Integrität und Würde erforderlichen Maßnahmen zu treffen, einschließlich der Maßnahmen zur Verhütung arbeitsbedingter Gefahren, zur Information und zur Unterweisung sowie der Bereitstellung einer geeigneten Organisation und der erforderlichen Mittel.“

(Österreichischer Nationalrat 01.01.2013b)

ArbeitgeberInnen sind verpflichtet auf eigene Kosten dafür zu sorgen, dass ihre ArbeitnehmerInnen durch ihre Arbeit nicht gefährdet werden. Unter diesem Schutz steht das Leben, die Gesundheit, die Integrität und die Würde der ArbeitnehmerInnen. Die Strategie im ArbeitnehmerInnenschutz soll präventiv angelegt sein. Das Ziel ist es, Maßnahmen zu setzen, welche die Wahrscheinlichkeit minimieren, dass ein Ereignis eintritt. (Arbeitsinspektion 2017)

Im ASchG § 2 Abs. 7 und 7a wird definiert, was als Gefahrenverhütung gilt:

„(7) Unter Gefahrenverhütung im Sinne dieses Bundesgesetzes sind sämtliche Regelungen und Maßnahmen zu verstehen, die zur Vermeidung oder Verringerung arbeitsbedingter Gefahren vorgesehen sind. Unter Gefahren im Sinne dieses Bundesgesetzes sind arbeitsbedingte physische und psychische Belastungen zu verstehen, die zu Fehlbeanspruchungen führen.

(7a) Unter Gesundheit im Sinne dieses Bundesgesetzes ist physische und psychische Gesundheit zu verstehen.“

(Österreichischer Nationalrat 01.01.2013a)

Der österreichische Gesetzgeber betont hier, dass die Gefahrenverhütung gleichermaßen für psychische und physische Belastungen von ArbeitnehmerInnen gilt. Im ASchG § 4 Absatz 1 werden ArbeitgeberInnen zu einer Ermittlung und Beurteilung von Gefahren für ArbeitnehmerInnen verpflichtet. Der Gesetzgeber zählt mit Verweis auf die Grundsätze der Gefahrenverhütung von ASchG § 7 sieben Faktoren auf, die bei diesem Vorgang zu berücksichtigen sind.

Im ASchG § 4 Absatz 2 wird präzisiert:

„(2) Bei der Ermittlung und Beurteilung der Gefahren sind auch besonders gefährdete oder schutzbedürftige Arbeitnehmer [...] zu berücksichtigen. Insbesondere ist zu ermitteln und zu beurteilen, inwieweit sich an bestimmten Arbeitsplätzen oder bei bestimmten Arbeitsvorgängen spezifische Gefahren für Arbeitnehmer ergeben können, für die ein besonderer Personenschutz besteht.“

(Österreichischer Nationalrat 01.01.2013c)

ArbeitgeberInnen müssen demnach besonders gefährdete Gruppen in ihre Evaluation einschließen und für spezielle Maßnahmen sorgen, wenn besondere Gefährdung an einzelnen Arbeitsplätzen vorliegt. Der Zeitpunkt von Evaluationen von Gefahren und Belastungen werden vom österreichischen Gesetzgeber im ASchG § 4 Absatz 4 geregelt und in Absatz 5 präzisiert:

„(4) Die Ermittlung und Beurteilung der Gefahren ist erforderlichenfalls zu überprüfen und sich ändernden Gegebenheiten anzupassen. Die festgelegten Maßnahmen sind auf ihre Wirksamkeit zu überprüfen und erforderlichenfalls anzupassen, dabei ist eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen anzustreben.

(5) Eine Überprüfung und erforderlichenfalls eine Anpassung im Sinne des Abs. 4 hat insbesondere zu erfolgen:

1. nach Unfällen,
2. bei Auftreten von Erkrankungen, wenn der begründete Verdacht besteht, daß sie arbeitsbedingt sind,
- 2a. nach Zwischenfällen mit erhöhter arbeitsbedingter psychischer Fehlbeanspruchung,
3. bei sonstigen Umständen oder Ereignissen, die auf eine Gefahr für Sicherheit oder Gesundheit der Arbeitnehmer schließen lassen,
4. bei Einführung neuer Arbeitsmittel, Arbeitsstoffe oder Arbeitsverfahren,
5. bei neuen Erkenntnissen im Sinne des § 3 Abs. 2 und
6. auf begründetes Verlangen des Arbeitsinspektorates.“

(Österreichischer Nationalrat 01.01.2013c)

Wenn ein gefährdendes Ereignis eingetreten ist, hat laut dem ASchG eine Überprüfung und erneute Beurteilung von Gefahren für ArbeitnehmerInnen zu erfolgen. ArbeitgeberInnen werden so dazu angehalten, wenn sie die eingetretene Gefahr nicht von ihren ArbeitnehmerInnen abhalten konnten, zumindest die Wahrscheinlichkeit einer erneuten Gefährdung zu minimieren.

Die vorgestellten Auszüge aus den Gesetzestexten sind sehr vage formuliert, da sie sich auf alle ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen anwenden lassen müssen. Das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort oder die Abteilung Arbeitsinspektorat des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz bieten eine themenbasierte Aufarbeitung der rechtlichen Rahmenbedingungen des ArbeitnehmerInnenschutzgesetzes. (Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz; Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort - Unternehmensservice Portal 2019)

4.1.5 Erkenntnisse aus dem Kapitel journalistische Medienorganisationen

Aus der vorliegenden Analyse journalistischer Medienorganisationen zeichnet sich ein komplexes Bild.

Zur Erinnerung an die theoretischen Grundlagen (Kapitel 3.1): Journalistische Medienorganisationen haben eine besondere Struktur. Die journalistische Organisation ist in der Medienorganisation eingebettet und orientiert sich an publizistischen Normen. Beide Organisationen sind autonom, aber gleichzeitig abhängig voneinander. Die journalistische Organisation braucht die Medienorganisation als Umfeld und zur Distribution der Inhalte. Die Medienorganisation ist auf die Inhalte und Aufbereitung durch die journalistische Organisation angewiesen. Die Orientierung der Medienorganisationen erfolgt klar anhand ökonomischer Aspekte.

Bei der Darstellung des österreichischen Mediensystems verwundert es demnach nicht, dass sich das Bild überwiegend anhand werberelevanter Daten nachzeichnen lässt. Die Informationen über JournalistInnen in Österreich sucht man abseits einer begrenzten Forschergruppe um Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin und Josef Seethaler mit wenig Erfolg. Österreichischer Journalismus ist überwiegend männlich, wobei der Frauenanteil in den letzten Jahrzehnten größer geworden ist. (Kaltenbrunner et al. 2007, S. 115–120) Die allgemeine Akademisierung ist im Berufsstand im internationalen Vergleich niedrig. Die Akademisierung der Frauen im Beruf liegt allerdings bei fast zwei Dritteln. (Josephi et al. 2019, S. 77)

Es hat sich gezeigt, dass Österreich in den letzten Jahrzehnten von einer starken Medienkonzentration geprägt ist und sich die Medienpolitik in Österreich in diesem Bereich sehr zurückhaltend verhält. Die Medienkonzentration ließ sich auch nicht durch die Digitalisierung und neue Online-Medien abschwächen. Die etablierten Medienkonzerne sind auch im Online-Bereich erfolgreich. (Trappel 2019, S. 223)

Die arbeitsbedingten Belastungen der JournalistInnen sind teilweise dem Wesen von journalistischen Handlungsweisen und Abläufen inhärent. Durch Medienkonzentration und die wachsende Relevanz ökonomischer Komponenten im redaktionellen Alltag werden die arbeitsbedingten Belastungen zusätzlich verstärkt. Der österreichische Gesetzgeber verpflichtet ArbeitgeberInnen zur Evaluation von Gefahren der physischen und psychischen Gesundheit von ArbeitnehmerInnen. Gefahren

sollen frühzeitig erkannt werden und Maßnahmen gesetzt werden, welche die Wahrscheinlichkeit minimieren, dass gefährdende Umstände eintreten. Wenn Prävention nicht erfolgt, so müssen ArbeitgeberInnen zumindest anlassbezogen evaluieren und bereits eingesetzte Maßnahmen überprüfen und gegebenenfalls anpassen.

Media Governance zeichnet sich in Österreich rudimentär ab. Die staatliche Mediengesetzgebung entwickelte sich von einer Presseförderung, die öffentlich und nach bestimmten Kriterien vergeben wird, immer mehr zu einer Regulierung durch Anzeigenschaltung, deren Vergabe individuell von öffentlichen Stellen bestimmt wird. Die Gefahr dieses Trends ist nicht zu übersehen. Hinzu kommt noch die jüngst wiederinstallierte freiwillige Selbstregulierung der Presse, der Österreichische Presserat, mit ihren Kinderkrankheiten. Mit wachsender Mitgliederzahl verbessert sich der Status des Österreichischen Presserats zwar, aber solange zwei Boulevardmedien mit Auflagen von respektive über 500 000 und 600 000 verbreiteten Exemplaren sich nicht unterwerfen, ist die Wirkung noch ausbaufähig. (Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK) - veröffentlichte Daten für das 1. Halbjahr 2019; Österreichischer Presserat 2019)

4.2 Hate Speech

In diesem Kapitel wird das Phänomen „Hate Speech“ durchleuchtet. Zu Beginn wird eine Definition ausgehandelt, danach folgt eine Einführung in relevante Gesetze, internationale und nationale. Nach der Vorstellung einiger federführender Organisationen, die sich auf die Bekämpfung von Hate Speech spezialisiert haben, wird Hate Speech zuerst im Online-Bereich und dann in Bezug auf JournalistInnen analysiert.

4.2.1 Phänomen & Definition

Für Hate Speech gibt es keine weithin anerkannte Definition. In den verschiedenen Definitionen finden sich die Emotion „Hass“ und dessen Äußerung (auf engl. „Speech“) als gemeinsame Nenner. Die Definitionen von „Hate Speech“ unterscheiden sich in vielen Punkten. Welche Eigenschaften von Menschen führen dazu, dass Hass gegen sie als Hate Speech bezeichnet wird? Wie müssen Äußerungen formuliert sein, um als Hate Speech zu gelten? Muss eine Äußerung gefährliche Auswirkungen haben, und müssen diese physisch oder psychisch sein? Muss ein Zusammenhang zwischen einer konkreten Äußerung und Handlung nachweisbar sein? Muss eine wahrscheinliche oder drohende Gefahr von der Nachricht ausgehen? Muss eine Absicht der VerfasserInnen vorliegen? (Article 19, S. 9–12)

Eine Definition von Hate Speech entlang juristischen Tatbeständen ist aus mehreren Gründen nicht ratsam. Gesetze stellen allgemein die Mindestanforderungen für friedliches Gesellschaftsleben dar. Zusätzlich fokussieren sich Gesetze auf Motive und TäterInnen. Juristische Definitionen werden aufgrund von gesellschaftlichen Entwicklungen formuliert. Sie sind reaktiv, nicht proaktiv. Juristische Definitionen decken lediglich einen geringen Teil von Hate Speech ab. (Sponholz 2018a, S. 41–43) Trotzdem ist es gewinnbringend, die Gesetze in Bezug auf Hate Speech zu analysieren, um die Probleme mit der Handhabe von Hate Speech zu verstehen. Die rechtliche Lage wird im nachfolgenden Kapitel analysiert.

In der Rec (97) 20E des Committee of Ministers des Council of Europe wird Hate Speech als alle Äußerungen definiert, die Hass aufgrund von Intoleranz verbreiten, die dazu anstiften, es fördern oder rechtfertigen. Einige Formen des Hasses werden

explizit angeführt: Rassismus, Xenophobie und Antisemitismus. (Council of Europe - Committee of Ministers 30.10.1997, S. 107)

Hate Speech sind verbale und nicht-verbale Äußerungen, die Gruppen oder Personen aufgrund von bestimmten Charakteristika diskriminieren. (Latour et al. 2017, S. 31–32) Personen können aufgrund von Hautfarbe, Religion, Geschlecht, sexueller Orientierung, ethnischer Zugehörigkeit, Behinderung oder Alter zur Zielscheibe von Hate Speech werden. Auch Personen, die sich gegen Menschenfeindlichkeit einsetzen und selbst keiner betroffenen Gruppe angehören, können von Hate Speech betroffen sein. (Knop 2017, S. 8; ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit) Die Betroffenen von Hate Speech sind also Menschen und Personen, die Gruppen mit Minderheiten-Status oder wenig Einfluss in der Gesellschaft angehören. (Sponholz 2018a, S. 48)

Für Hate Speech ist die Gruppenzugehörigkeit zentral. Eine Gruppe kann eine soziale Gruppe sein, deren Mitglieder in Kontakt stehen. Eine Gruppe kann auch aufgrund eines gemeinsamen Merkmals bestehen, deren Mitglieder müssen nicht zwingend in Kontakt stehen, aber sie können gleichzeitig eine soziale Gruppe sein. Hate Speech kann beide Arten von Gruppen treffen. Hate Speech verknüpft eine Gruppe mit einer Bewertung, so entsteht Diskriminierung. (Sponholz 2018a, S. 59–62) Hate Speech wird in der deutschsprachigen Literatur auch als gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit bezeichnet. (Amadeu Antonio Stiftung 2011; Knop 2017)

Hate Speech ist öffentlich und verfolgt die Intention zu diskriminieren. Als Kernelement von Hate Speech lässt sich die kommunikative Herstellung von menschlicher Minderwertigkeit identifizieren. (Sponholz 2018a, S. 48) Hate Speech hat gravierende Folgen für die Gesellschaft. Hate Speech bewirkt, dass sich Betroffene aus der Öffentlichkeit zurückziehen und so diese Gruppe in der öffentlichen Diskussion und in der Folge in der Demokratie fehlt. (Sponholz 2018b, S. 121) Die Verbreitung von Hate Speech zielt darauf ab, eine ungleiche Machtverteilung in der Gesellschaft zu manifestieren. (Latour et al. 2017, S. 35) Hate Speech tritt auf, wenn gesellschaftliche Normen oder Privilegien in Frage gestellt werden. (Latour et al. 2017, S. 42)

Wenn Einzelpersonen betroffen sind, versucht Hate Speech die betroffene Person abzuwerten. Bei geschlechterbezogener Hate Speech geht es darum, dass

Personen wegen ihres Geschlechts durch öffentliche Kommunikation diskriminiert werden. Häufig werden Frauen zur Zielperson von Hate Speech und die Kommentare bekommen eine eindeutig sexistische Komponente. (Pew Research Center 2014, 2-9; Sponholz 2018b, S. 120; Thimm 2017, S. 54)

Eine Beleidigung ist laut der NGO Article 19 nicht Hate Speech, solange sie nicht gegen eine der Gruppen mit den festgelegten Eigenschaften gerichtet ist. Es gibt kein Menschenrecht auf Nicht-Beleidigung. (Article 19, S. 28) Hier offenbart sich ein Problem: Diese festgelegten Eigenschaften stellen einen Status-Quo dar. Andere Gruppen, die derzeit nicht anerkannt sind, können demnach nicht Betroffene von Hate Speech sein. Wenn eine solche Gruppe Anerkennung als eine von Hate Speech betroffene Gruppe begeht, will sie die gesellschaftlichen Normen verändern. Wenn diese Gruppe in diesem Veränderungsprozess Hate Speech erfährt, wird es nicht als Hate Speech, sondern Beleidigung gedeutet. Der Bezug auf festgelegte Charakteristika, nach denen jemand von Hate Speech betroffen sein kann, versucht den Begriff Hate Speech zu schärfen und von anderen Begriffen abzugrenzen. Diese Vorgehensweise erschwert wiederum neuen Gruppen den Zugang zur „Betroffenheit von Hate Speech“. Eine Herangehensweise an dieses Problem ist es, die Gruppe der Betroffenen von Hate Speech um jene zu erweitern, die sich gegen gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit einsetzen. (Knop 2017, S. 8)

Das Projekt eMORE präsentiert in einem Zwischenbericht die Ergebnisse einer Online-Umfrage zu „Hate Crime“ und „Hate Speech“ in 9 ausgewählten Ländern. Methodisch gibt es mehrere Einwände, nicht zuletzt die geringen Anzahlen an TeilnehmerInnen und die uneinheitliche Abfrage der Items in den einzelnen Ländern, was zu statistischen Ungereimtheiten führt. Die Ergebnisse dieser Umfrage sind also mit Vorsicht zu interpretieren, jedoch ist es eine der wenigen Studien, die sich mit Hate Speech allgemein und abseits des Internets befasst. Die Ergebnisse fallen in den einzelnen Ländern sehr unterschiedlich aus: der Anteil von Personen, die noch nie von Hate Crime, Hate Speech oder anderer Diskriminierung betroffen waren, rangiert zwischen weniger als 20 % und mehr als 63 % in den einzelnen Ländern. Der Überblick über die Betroffenheit ist ebenfalls weitgefächert mit bis zu 38 Prozentpunkten Unterschied. (eMORE - Monitoring and Reporting Online Hate Speech in Europe 2017, S. 21–22)

Es finden sich mehrere Studien aus den letzten Jahren, die sich mit den Hate Speech-Erfahrungen einzelner betroffener Gruppen beschäftigen, oder auf Hate Speech im Online-Bereich beschränken. Die Studien über Hate Speech im Online-Bereich werden im entsprechenden Kapitel behandelt.

In der zweiten Auflage der „European Union Minorities and Discrimination Survey“ (EU-MIDIS II) wurden 2017 in der ganzen EU 25 500 Personen, die einer Minderheit angehören, befragt. 24 % der Befragten fühlten sich wegen ihrer ethnischen oder nationalen Herkunft in den vorangehenden 12 Monaten diskriminiert, im Zeitraum von 5 Jahren fühlten sich 38 % diskriminiert. Zwei Drittel der Befragten wissen, dass diese Art der Diskriminierung gesetzlich verboten ist, aber 71 % wissen nicht, dass es Organisationen und Beratungsstellen für Betroffene von Diskriminierung gibt. (FRA – European Union Agency for Fundamental Rights 2017, S. 21–22) 24 % der Befragten erlebten in den vorangehenden 12 Monaten Hate Speech, 3 % sogar eine hass-motivierte physische Attacke. Hate Speech im Online-Bereich ist laut den Umfrageergebnissen weniger häufig als im direkten Kontakt von TäterIn und Betroffenen. (FRA – European Union Agency for Fundamental Rights 2017, S. 56) Diese Interpretation lässt sich mit den Daten von ZARA für Österreich nicht bestätigen. Für 2018 dokumentierte ZARA 1 920 rassistische Vorfälle, die ihnen gemeldet wurden. Knapp 40 % davon passierten außerhalb des digitalen Raums. Die Dunkelziffer der nicht gemeldeten rassistischen Vorfälle liegt allerdings bei über 80 %. (ZARA - Civilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit, S. 12–13)

Hate Speech muss als Problem der Gesellschaft gesehen werden und nicht als Problem von Individuen. Knop plädiert für eine Bekämpfung von Hate Speech durch gesellschaftlichen Wandel. Der kompetente Umgang mit Hate Speech und die Akzeptanz von Hate Speech sollen in der Gesellschaft gefördert und forcier werden. (Knop 2017, S. 9; Thimm 2017, S. 58)

Oben wurde argumentiert, dass eine Definition von Hate Speech entlang von Gesetzen und Tatbeständen nicht praktikabel ist. Die Betrachtung der rechtlichen Rahmenbedingungen von Hate Speech zeigt aber, in welchem rechtlichen Graubereich Hate Speech liegt.

4.2.2 Rechtlicher Rahmen von Hate Speech

Hate Speech ist ausgehend von der Universal Declaration of Human Rights abwärts auf mehreren Ebenen reguliert. In diesem Kapitel wird das rechtliche Spannungsverhältnis auf den verschiedenen Ebenen analysiert.

Um Hate Speech zu erklären, muss man zunächst die Menschenrechte auf Meinungsäußerungsfreiheit und Gleichheit berücksichtigen. (Article 19, S. 6) In der Universal Declaration of Human Rights (UDHR) wurden 1948 die Menschenrechte festgelegt. In Artikel 1 der UDHR ist die unbeschränkte Gleichheit aller Menschen deklariert. Das Recht auf Gleichheit und Gleichbehandlung bedeutet, dass alle Menschen die gleichen Menschenrechte haben und den gleichen Schutz des Gesetzes genießen. (Article 19, S. 8) In Artikel 7 der UDHR ist der Schutz jedes einzelnen Menschen vor Diskriminierung festgelegt und in Artikel 19 der UDHR ist das Recht auf freie Meinung und Meinungsäußerung festgelegt. (United Nations - UN 1948)

Die Freiheit auf Meinung und ihre Äußerung ist ein universelles Menschenrecht, das jedem Menschen zukommt. (Article 19, S. 6) Die Meinungsäußerungsfreiheit ist aber kein absolutes Recht. Das bedeutet, es darf unter klar geregelten Umständen zum Schutz der Menschenwürde durch Gesetze eingeschränkt werden. (Article 19, S. 7–8)

Die Universal Declaration of Human Rights wurde unter anderem durch den völkerrechtlichen Vertrag International Covenant on Civil and Political Rights (ICCPR) für Staaten rechtlich verbindlich. Im ICCPR behandelt der Artikel 19, wie in der UDHR, die Freiheit der Meinung und Meinungsäußerung. Der Artikel 19 §3 ICCPR ermöglicht Einschränkungen der Meinungsäußerungsfreiheit zum Schutz von Rechten und Ansehen anderer Menschen und zum Schutz von nationaler Sicherheit, öffentlicher Ordnung, öffentlicher Gesundheit oder Sitten. In Artikel 20 ICCPR ist das Verbot von Kriegspropaganda festgelegt, und dass Befürwortung von nationalistischem, rassistischem und religiösem Hass gesetzlich verboten werden soll. (United Nations - Office of the High Commissioner for Human Rights 23.03.1967)

In Artikel 26 ICCPR wird die Gleichbehandlung aller Menschen deklariert:

„All persons are equal before the law and are entitled without any discrimination to the equal protection of the law. In this respect, the law shall prohibit any discrimination and guarantee to all persons equal and effective protection against discrimination on any ground such as race, colour, sex, language, religion, political or other opinion, national or social origin, property, birth or other status.“

(United Nations - Office of the High Commissioner for Human Rights
23.03.1967)

In Artikel 26 ICCPR werden Beispiele genannt, wofür Menschen nicht diskriminiert werden dürfen. Diese Beispiele umfassen zusätzlich zu den oben aufgezählten Eigenschaften, für die man von Hate Speech betroffen sein kann, noch Sprache, politische oder andere Meinung, soziale Herkunft, Eigentum, Geburt oder anderer Status.

Auf europäischer Ebene gibt es die European Convention on Human Rights (ECHR). Artikel 10 ECHR behandelt die Meinungsäußerungsfreiheit. Sie umfasst hier die Freiheit auf Meinung, sowie die Freiheit Information und Ideen zu erhalten und weiterzugeben. Artikel 10 §2 ECHR ermöglicht Einschränkungen der Meinungsäußerungsfreiheit zum Schutz von nationaler Sicherheit, territorialer Integrität oder öffentlicher Sicherheit, zur Verhütung von Unruhen oder Kriminalität, zum Schutz von Gesundheit, Sitten, dem Ansehen und Rechten anderer Menschen, zur Verhinderung von Veröffentlichung vertraulicher Information oder um Behörden und die Unparteilichkeit der Judikatur zu unterstützen (European Court of Human Rights 04.11.1950, S. 12) Im ECHR gibt es mehr Einschränkungsmöglichkeiten der Meinungsäußerungsfreiheit als im ICCPR. Der Artikel 14 ECHR verbietet Diskriminierung aufgrund aller Eigenschaften, die in Artikel 26 ICCPR genannt werden, und aufgrund einer Verbindung zu einer Minderheit. (European Court of Human Rights 04.11.1950, S. 13) Artikel 17 ECHR verbietet die missbräuchliche Interpretation der ECHR und legt fest, dass Rechte und Freiheiten nicht zerstört oder weiter eingeschränkt werden dürfen, als es in der ECHR festgelegt ist. (European Court of Human Rights 04.11.1950, S. 14)

Zudem wurden vom Council of Europe in der REc (97) 20E Empfehlungen an die Mitgliedsstaaten der EU für die Gestaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen von Hate Speech gegeben. Kurzgefasst sollen die Staaten einen gesetzlichen Rahmen schaffen, wo Hate Speech durch Zivil-, Straf- und Verwaltungsrecht erfasst wird, damit Verwaltung und Judikatur entsprechend handeln können. Dabei muss

die Meinungsäußerungsfreiheit, das Recht auf Würde, der Schutz von Ansehen und Rechten anderer Menschen berücksichtigt werden. Die Einschränkungen von Meinungsäußerungsfreiheit müssen zudem der unabhängigen Judikatur obliegen und die Gesetze müssen die Möglichkeit bieten, die Meinungsäußerungsfreiheit im Sinne von Artikel 10 §2 ECHR einzuschränken. Das Gesetz und die Rechtsprechung müssen zudem Medien und JournalistInnen, die im öffentlichen Interesse handeln, von VerfasserInnen von Hate Speech unterscheiden. Die Freiheit des Journalismus beinhaltet auch, dass öffentliche Stellen und Gerichte nicht über journalistische Handlungsweisen zu urteilen haben. (Council of Europe - Committee of Ministers 30.10.1997, S. 107–108)

Der European Court of Human Rights bezieht sich bei seiner Rechtsprechung in Bezug auf Hate Speech auf Artikel 17 und Artikel 10 der ECHR. Für Online Nachrichten-Portale, die Kommentare von NutzerInnen zulassen, stellt der ECHR fest, dass diese die Pflichten und Verantwortung im Sinne des Artikel 10 §2 der ECHR wahrzunehmen haben. (European Court of Human Rights - ECHR 2019, S. 1)

Am 3. September 1958 trat die ECHR in Österreich in Kraft. (Österreichischer Nationalrat 05.09.2018) In Österreich gibt es kein spezifisches Gesetz für Hate Speech, aber mehrere relevante Tatbestände im Strafgesetzbuch (StGB), die kurz vorgestellt werden.

In §107 StGB wird die „gefährliche Drohung“ in Abstufungen unter Strafe gestellt. Gefährliche Drohungen, die jemanden in „Furcht und Unruhe“ versetzen sind mit bis zu einem Jahr Freiheitsstrafe oder einer entsprechenden Geldstrafe zu ahnden. Für schwerwiegender Drohungen, wie unter anderem Tod, Gewalt, Entführung, Vernichtung der wirtschaftlichen Existenz oder der gesellschaftlichen Stellung sind bis zu drei Jahre Freiheitsstrafe anberaumt. (Österreichischer Nationalrat 01.01.2016a)

Laut § 107a StGB beeinträchtigt die „beharrliche Verfolgung“ über einen längeren Zeitraum die Lebensführung unzumutbar. Die beharrliche Verfolgung kann durch räumliche Nähe, Kontakt über Kommunikationsmittel oder Dritte oder durch die Verwendung der personenbezogenen Daten für Bestellungen oder Aufrufe zur Kontakt- aufnahme geschehen. Ab 1. Jänner 2020 zählt auch die andauernde Veröffentlichung ohne Zustimmung einer Person von Tatsachen oder Bildaufnahmen ihres

höchstpersönlichen Lebensbereichs als beharrliche Verfolgung. (Österreichischer Nationalrat 01.01.2016b)

Der umgangssprachlich als „Mobbing-Paragraph“ bezeichnete §107c StGB trägt den offiziellen Titel „Fortgesetzte Belästigung im Wege einer Telekommunikation oder eines Computersystems“. Im Rahmen dieser Belästigung muss die Ehre einer Person für eine Gruppe an Menschen wahrnehmbar verletzt werden, oder Tatsachen oder Bildaufnahmen aus dem höchstpersönlichen Lebensbereich ohne Zustimmung für eine Gruppe an Menschen wahrnehmbar gemacht werden. (Österreichischer Nationalrat 01.01.2016c)

Im StGB §111 wird die „üble Nachrede“ behandelt. Der Tatbestand der übeln Nachrede zielt auf unwahre Beschuldigungen gegenüber Dritten ab, die jemanden in der Gesellschaft verächtlich machen oder herabsetzen können. (Österreichischer Nationalrat 01.01.2016d)

Im StGB § 115 wird „Beleidigung“, die öffentliche Beschimpfung, Verspottung, körperliche Misshandlung oder Bedrohung mit letzterer, behandelt. Eine Beleidigung gilt erst dann als solche, wenn es zumindest zwei weitere Personen außer den Beteiligten als ZeugInnen gibt. (Österreichischer Nationalrat 01.09.2017)

Mit § 152 StGB wird die Behauptung unrichtiger Tatsachen, die jemandem im Kredit, Erwerb oder Beruf schaden oder gefährden, als Kreditschädigung unter Strafe gestellt. (Österreichischer Nationalrat 01.01.2016e)

In § 282 StGB wird die öffentliche „Aufforderung zu mit Strafe bedrohten Handlungen und Gutheißung mit Strafe bedrohter Handlungen“, auch als Anstiftung oder Aufhetzung bezeichnet, unter Strafe gestellt. (Österreichischer Nationalrat 01.01.1975)

Unter § 283 StGB wird der Tatbestand der „Verhetzung“ erläutert. Verhetzung ist demnach öffentlich und für viele Menschen zugänglich. Aufrufe zu Hass oder Gewalt gegen eine Kirche oder Religionsgemeinschaft oder Gruppen aufgrund von Rasse, Hautfarbe, Sprache, Religion, Weltanschauung, Staatsangehörigkeit, Abstammung, nationaler oder ethischer Herkunft, Geschlecht, körperlicher oder geistiger Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung sind verboten, wenn absichtlich die Würde anderer Menschen verletzt wird oder Gruppen in der Gesellschaft

verächtlich gemacht oder herabgesetzt werden. Auch das öffentliche Leugnen, Biligen, Verharmlosen oder Rechtfertigen von gerichtlich festgestelltem Völkermord oder Kriegsverbrechen gegen eine der genannten Gruppen fällt unter Verhetzung. (Österreichischer Nationalrat 01.01.2016f)

In Österreich gibt es historisch bedingt ein Gesetz, das explizit sämtliche nationalsozialistischen Taten und Handlungen aufgrund nationalsozialistischen Gedankenguts verbietet und unter Strafe stellt. Das Verbotsgebot von 1947 hat den Rang eines Bundesverfassungsgesetzes. Es verbietet jegliche nationalsozialistische Wiederbetätigung und die Verherrlichung der begangenen Verbrechen des Nationalsozialismus. (Österreichischer Nationalrat 1947)

Einige der angeführten Tatbestände sind Offizialdelikte, die von der Staatsanwaltschaft von Amts wegen verfolgt werden müssen, zum Beispiel gefährliche Drohung oder Verhetzung. Andere Tatbestände, wie üble Nachrede, sind Privatanklagedelikte, die Betroffene privat klagen müssen. (USP-Redaktion 2019)

Die Human Rights Council (HRC) der UN betont 2018, dass Gesetze im Internet genauso wie außerhalb des digitalen Raums gelten. Der HRC ruft Staaten und private Internetunternehmen dazu auf, Hass im Internet zu bekämpfen und das Internet so zu gestalten, dass Menschenrechte nicht verletzt werden. Der HRC weist auch auf die gefährdete Meinungsäußerungsfreiheit für JournalistInnen im digitalen Zeitalter hin. Rechtsverletzungen im Internet kann nachgegangen werden, auch wenn sich dies durch verschleierte Identitäten schwierig gestalten kann. (Solmecke 2016, S. 133–134; United Nations - Human Rights Council 2018)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Hate Speech immer mit Blick auf die freie Meinungsäußerung und gleichzeitig den Schutz der Würde aller Menschen betrachtet werden muss. Die einschränkenden Gesetze sind dabei umso spezifischer formuliert, je mehr Ebenen man sich von der Universal Declaration of Human Rights entfernt. In Österreich gibt es viele sehr spezifische Tatbestände, die im Fall eines Hate Speech-Angriffs greifen können. Der Tatbestand der Verhetzung bezieht sich auf diejenigen Gruppen, die auch in den Definitionen von Hate Speech genannt werden. Für Betroffene kann es mitunter Probleme bereiten, den zutreffenden Tatbestand zu einem Hate Speech-Angriff zu bestimmen, um sich damit bei den Behörden melden zu können. (Siehe hierzu auch Article 19 2018, S. 46) Auch kann es

zu Unklarheiten kommen, da einige Tatbestände, die bei Hate Speech-Attacken vorliegen können, Offizial- und andere Privatdelikte sind. Bei Letzteren müssen die Betroffenen auf eigenes Risiko Klage gegen VerfasserInnen von Hate Speech erheben, während bei den Offizialdelikten die Staatsanwaltschaft zuständig ist.

Nach diesem rechtlichen Exkurs in Bezug auf Hate Speech stellt der folgende Abschnitt nationale und internationale NGOs, die sich mit Hate Speech beschäftigen, und ihre Empfehlungen zum Umgang mit Hate Speech vor.

4.2.3 Organisationen, Initiativen & Empfehlungen

In den letzten Jahren sind viele Non-Governmental Organisations (NGOs) und Initiativen entstanden, die sich auf unterschiedliche Weise mit der Bekämpfung von Hate Speech beschäftigen. An dieser Stelle kann nur eine begrenzte Auswahl vorgestellt werden.

4.2.3.1 Article 19

Die internationale NGO „Article 19“ beruft sich auf den gleichnamigen Artikel 19 der UDHR über Freiheit der Meinung und Meinungsäußerung. Diese NGO prüft und kritisiert weltweit Gesetzesänderungen, Rechtsprechungen und Praktiken von Unternehmen auf die Konformität mit dem Artikel 19 UDHR. (Article 19 2019c)

Article 19 hat Empfehlungen für die Bekämpfung von Hate Speech erarbeitet. Staaten müssen ein Umfeld schaffen, wo freie Meinungsäußerung und das Recht auf Gleichheit und Gleichbehandlung ausgeübt werden kann. Dazu müssen die rechtlichen Rahmenbedingungen überprüft und angepasst werden. Mit positiven Anreizen soll Hate Speech und Ungleichbehandlung in der Gesellschaft bekämpft werden. Freiwillige Initiativen können den Staat in der Bekämpfung von Ungleichbehandlung und Hate Speech unterstützen. Social Media-BetreiberInnen sollen sich aktiv beteiligen, Hate Speech identifizieren und darauf reagieren. Gleichzeitig sollen Social Media-BetreiberInnen ihre Arbeitsweisen offenlegen und Möglichkeiten schaffen, Accountability einzufordern. Article 19 bekrittelt, dass Social Media-BetreiberInnen in ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen die freie Meinungsäußerung weiter einschränken, als es Staaten völkerrechtlich erlaubt ist. (Article 19, S. 41–64)

Article 19 nimmt die eigenständige Moderation von Social Media-Inhalten durch die Social Media-BetreiberInnen als Gefahr wahr. Article 19 hat daher ein Konzept

erarbeitet, wie die Moderation von Social Media-Inhalten transparenter gestaltet werden kann. In Form einer freiwilligen Selbstkontrolleinrichtung, dem „Social Media Council“, sollen Social Media-BetreiberInnen und andere Stakeholder gemeinsam ein Forum bilden, in dem Probleme in der Moderation von Social Media offengelegt werden können. Der Social Media Council soll den Moderationsmechanismen zu Accountability verhelfen. (Article 19 2019c; Article 19 2019b)

Article 19 hat auf Basis der UN Resolutions der letzten Jahre Empfehlungen für Staaten ausgearbeitet, wie die Sicherheit von JournalistInnen verbessert werden kann. In drei Kategorien, nämlich „Verhindern“, „Schützen“ und „Rechtsschutz“, geben sie Handlungsempfehlungen und sprechen Verbote für die Staaten aus. In der Kategorie „Verhindern“ wird dem Staat verboten, JournalistInnen auszuspionieren. Der Staat muss ein Umfeld schaffen, in dem JournalistInnen ihren Aufgaben für die Demokratie nachkommen können. In der Kategorie „Schützen“ fordert Article 19, dass zu Attacken auf JournalistInnen von der Regierung öffentlich Stellung bezogen werden muss. Alle Angriffe auf JournalistInnen müssen, auch nach Geschlechtern getrennt, aufgezeichnet werden. In Medienorganisationen sollen Maßnahmen zum Schutz von JournalistInnen gefördert werden. Bei allen Maßnahmen muss auf geschlechterspezifische Faktoren Rücksicht genommen werden. In der Kategorie „Rechtsschutz“ fordert Article 19, dass von Attacken betroffenen JournalistInnen Zugang zu angemessenen Rechtsmitteln ermöglicht wird. Die TäterInnen müssen vom Staat zur Verantwortung gezogen werden. (Article 19 2019a, S. 22–28)

4.2.3.2 Media against Hate

„Media against Hate“ war eine Initiative der European Federation of Journalists in Kooperation mit weiteren NGOs. Im Frühjahr 2018 fand die Abschlusskonferenz statt. Media against Hate hatte das Ziel, Hate Speech und Diskriminierung in Medien im Internet und abseits davon zu bekämpfen. Die Förderung ethischer Standards und die Achtung des Rechts auf freie Meinungsäußerung standen im Mittelpunkt des Projekts. (Media against Hate 2016)

Im Rahmen von Media against Hate hat Article 19 eine Länderanalyse von Österreich durchgeführt und die österreichischen Gesetze in Bezug auf Hate Speech untersucht. Es besteht Korrekturbedarf aufgrund der vielen Tatbestände. Dies führt zu Unklarheiten bei Betroffenen und zu widersprüchlicher Rechtsprechung. Das

österreichische Recht soll überarbeitet und in Einklang mit internationalen Menschenrechtsstandards gebracht werden. Das vielschichtige System an Gesetzen und Behörden sollte komprimiert und somit vereinfacht werden. Der Zugang zu Rechtsmitteln soll für Betroffene von Hate Speech erleichtert werden. Gemeinsam mit den Medien soll der Staat Richtlinien für Hate Speech implementieren. Die Behörden und die Regierung sollten Hate Speech öffentlich als Problem thematisieren. (Article 19 2018, S. 46–47)

4.2.3.3 No Hate Speech Movement

Das „No Hate Speech Movement“ ist eine Initiative der Jugendabteilung des Council of Europe. Die Organisation hat nationale und regionale Untergruppen. Die Bewegung will junge Leute zum Kampf gegen Hate Speech mobilisieren und generell die Akzeptanz gegenüber Hate Speech in der Gesellschaft reduzieren. Über die Websäite des No Hate Speech Movement kann man sich informieren, wo man Hate Speech an Behörden oder Social Media-BetreiberInnen melden kann. Die Bewegung bietet auf ihrer Website auch mehrere Publikationen zu Hate Speech und deren Bekämpfung an. Über die Website des No Hate Speech Movement kann man auch die Arbeit anderer EU-Institutionen zum Thema Hate Speech einsehen. (Council of Europe Youth Department)

Der Council of Europe hat in Zusammenarbeit mit dem No Hate Speech Movement eine umfassende Publikation zur Bekämpfung von Hate Speech veröffentlicht. Der Bericht enthält grundlegende Informationen zum Phänomen und ausführliche Beschreibungen, wie man als Individuum gegen Hate Speech und dessen Narrative vorgehen kann. (Latour et al. 2017, S. 91–159)

Seit 2016 gibt es eine nationale Untergruppe des No Hate Speech Movement in Österreich. Das „Nationale Komitee No Hate Speech Österreich“ hat 2018 Empfehlungen für die Regierungen auf Bundes- und Landesebene erarbeitet. Der Begriff „Hate Speech“ soll in der öffentlichen Diskussion einheitlich verwendet werden. Im rechtlichen Bereich sollen Überarbeitungen erfolgen und besonders Maßnahmen außerhalb des Strafrechts gefördert werden. Förderung von Organisationen, Initiativen und Projekten sollen in der Gesellschaft zu mehr Bewusstsein, Medienkompetenz und Wissen über Anlaufstellen für Betroffene führen. Die Erforschung des Phänomens soll vorangetrieben werden und statistische Daten dazu erhoben werden.

Internetunternehmen sollen in der Etablierung von Selbstregulierungs- und Transparenzmechanismen unterstützt werden. (Nationales Komitee No Hate Speech Österreich 2018, S. 2–4)

4.2.3.4 OSCE - The Representative on Freedom of the Media

Die OSCE hat einen Abgeordneten im Bereich der Freiheit der Medien. Das zuständige Büro hat 2016 in der Publikation „Countering online abuse of female journalists“ Empfehlungen für Staaten, Medienorganisationen und Social Media-BetreiberInnen ausgesprochen. Die OSCE empfiehlt, dass Staaten ihre ausführenden Organe in Bezug auf internationale Menschenrechtsstandards schulen, und Gesetze danach ausrichten. Staaten sollen zudem Online-Angriffe und Drohungen gegen JournalistInnen, besonders gegen Frauen, als direkte Attacke auf die Meinungsäußerungsfreiheit und Freiheit der Medien begreifen. Staaten sollen sich mit anderen Staaten, Organisationen, Medien und weiteren Akteuren vernetzen und die Erhebung und Sammlung von Daten in Bezug auf Online-Angriffe forcieren. Für Medienorganisationen empfiehlt die OSCE branchenweite Richtlinien, um Online-Misshandlung zu erkennen und zu überwachen. Für betroffene JournalistInnen soll es unabhängig vom Beschäftigungsverhältnis Unterstützungsangebote in der Medienorganisation geben, sowie psychologischen und rechtlichen Beistand. Die Unternehmenskulturen sollen auf Gleichbehandlung ausgerichtet sein, und Drohungen oder Belästigungen dürfen nicht toleriert werden. Medienorganisationen sollen transparentes Social Media-Management betreiben. Medienorganisationen sollen gemeinsam Unterstützungsangebote für weibliche JournalistInnen bereitstellen. An die Internetunternehmen richtet die OSCE die Empfehlung, dass die allgemeinen Geschäftsbedingungen einfach zugänglich sind und anschaulich machen, wie die Sicherheit aller NutzerInnen gewahrt werden kann. Sie sollen ihre NutzerInnen aufklären, wie Missbrauch gemeldet werden kann, und sich gesellschaftlich gegen Hate Speech engagieren. Zudem sollen Internetunternehmen Beschimpfungen gegen JournalistInnen, auch nach Geschlechtern getrennt, im Online-Bereich statistisch festhalten. (OSCE - The Representative on Freedom of the Media 2016, 6-7)

4.2.3.5 ZARA – Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit

ZARA wurde 1999 in Österreich als Anlaufstelle für Betroffene und ZeugInnen von Rassismus gegründet. Über die Jahre hat sich das Angebot von nachsorgender

Unterstützung um vorbeugende Arbeit gegen Rassismus erweitert. ZARA bietet diverse Trainings für verschiedene Alters- und Zielgruppen an. ZARA dokumentiert und veröffentlicht seit jeher Angaben über gemeldete rassistische Vorfälle in Österreich. Seit 2017 ist „Hass im Netz“ ein Schwerpunkt von ZARA, und sie betreibt im Auftrag der Bundesregierung die Melde- und Beratungsstelle #GegenHassimNetz. (ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit 2019)

Im aktuellen „Rassismus Report 2018“ fordert ZARA Maßnahmen und Ressourcen für die Beseitigung von Rassismus. Sie fordern mehrere Änderungen der Gesetze auf Bundes- und Landesebene, sowie Parteistellung in diversen Verfahren. ZARA fordert Veränderungen im Verhalten der beteiligten Organe in der Strafverfolgung - angefangen bei der Polizei als erste Kontaktstelle der Betroffenen. ZARA fordert eine Besserstellung von Betroffenen, wenn sie Beschwerde gegen die Polizei einbringen wollen, und Überwachungskameras in allen Polizeiinspektionen. (ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit, S. 43)

Wer sich auf die Suche nach NGOs und Projekten macht, die Hate Speech bekämpfen, wird noch viele weitere Beispiele finden, die aber aus Platzgründen nicht weiter angeführt werden können. Die vorliegende Auswahl bietet einen grundlegenden Einblick in die Arbeit solcher NGOs und Projekte.

Wie eben gezeigt wurde, wird Hate Speech sowohl von internationalen als auch von nationalen Organisationen beobachtet, analysiert und aktiv bekämpft. Die Organisationen nehmen dabei Staaten, Medienorganisationen, Internetunternehmen und die Gesellschaft in die Pflicht, ihren Beitrag zur Bekämpfung von Hate Speech zu leisten.

4.2.4 Hate Speech im Online-Bereich

Das Phänomen Hate Speech steht stark in Verbindung mit dem Internet, obwohl es auch außerhalb des Internets auftritt. Das folgende Kapitel widmet sich Hate Speech speziell im Online-Bereich. Knop verbindet Hate Speech stark mit dem digitalen Raum und definiert Hate Speech als gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit im digitalen Raum. (Knop 2017, S. 8) Andere unterscheiden definitorisch zwischen Hate Speech und Hass im Netz oder verwenden diese Begriffe synonym. In dieser Arbeit wird eine solche Unterscheidung nicht getroffen. Die Begriffe werden

synonym für das oben beschriebene Phänomen Hate Speech im digitalen und nicht-digitalen Raum verwendet.

Im Jahr 2018 wurden bei ZARA 1920 rassistische Vorfälle gemeldet, wovon 1164 im Internet passiert sind, also über 60 %. Mehr als die Hälfte dieser Vorfälle waren auf Facebook. Beinahe zwei Drittel der Vorfälle im Online-Bereich traten in Kommentaren auf, der Rest in ursprünglichen Beiträgen. In 8 von 10 Fällen werden die Vorfälle von ZeugInnen gemeldet. Die Dunkelziffer rassistischer Vorfälle in Österreich beträgt ein Vielfaches der gemeldeten. Lediglich 14 % der Betroffenen melden rassistische Belästigung. (ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit, S. 12–13)

Social Media begünstigt Hate Speech aufgrund der möglichen Art der Interaktion und der laschen Regulierung dieses Bereichs. (Latour et al. 2017, S. 45) Die Schnelligkeit des Internets hat zu Änderungen in der Herstellung von Öffentlichkeit geführt. Jene, die negative Öffentlichkeit forcieren, bekommen eine Bühne, und dies trifft vielfach jene, die zuvor mit der Herstellung von Öffentlichkeit betraut waren: JournalistInnen. Sie werden immer wieder Ziel von „Shitstorms“. Ein Shitstorm ähnelt einer Naturgewalt von starker Negativität, die spontan und ungeplant auftritt. Das netzbasierte und netzabhängige Phänomen ist eine (plötzliche) Anhäufung schriftlicher Beleidigungen, Empörung und Drohungen gegen eine Zielperson oder Organisation in Social Media. Ihr Auftreten gleicht einem Sturm, der ohne Ankündigung hereinbrechen kann, großen Schaden anrichtet und ebenso schnell, wie er gekommen ist, wieder verschwindet. (Haarkötter 2016a, S. 18; Kuhlhäuser 2016, S. 52, 2016, S. 54; Überall 2016, S. 11–13) Auch wenn sich später herausstellt, dass die Inhalte, die einen Shitstorm entfacht haben, unwahr sind, so kann der angerichtete Schaden nicht rückgängig gemacht werden. (Überall 2016, S. 15)

Haarkötter analysierte das Phänomen Shitstorm anhand mehrerer Fälle. Die TeilnehmerInnen von Shitstorms tragen unterschiedlich zum Verlauf bei. Es gibt verschiedene Rollen: „Power-User“ tragen die meisten Kommentare bei. „Opinion Leader“ geben die Stärke und Tendenz des Shitstorms vor und ihre Kommentare sind jene, die am ehesten für Interaktionen sorgen. Diese Kommentare sind weniger emotional formuliert. (Haarkötter 2016a, S. 45) Zu einem ähnlichen Ergebnis kommen Brodnig und MitarbeiterInnen bei einer Datenanalyse von rund 768 000 Facebook-Kommentaren auf Seiten von Parteien oder PolitikerInnen über einen

Zeitraum von 9,5 Monaten. Ein Fünftel der aktivsten NutzerInnen hat 73 % aller Postings verfasst. Überhaupt wurden im untersuchten Zeitraum mehr als 73 000 Postings von lediglich 200 NutzerInnen verfasst. (Brodnig 2018, S. 12) Kuhlhäuser stellt bei der Analyse eines Shitstorms fest, dass die Kritik im analysierten Shitstorm von nachvollziehbaren Argumenten bis hin zu themenfremden Äußerungen reicht. Der Shitstorm würde aber überwiegend von konstruktiven Äußerungen dominiert. Kuhlhäuser argumentiert, dass nicht jeder Storm den Titel „Shitstorm“ verdient, da es sich durchaus um überwiegend sachliche Diskussionen handeln kann. Ein Shitstorm kann zur Demokratisierung und dem Diskurs über gesellschaftliche Normen und Werte beitragen. (Kuhlhäuser 2016, S. 80–82)

Anlass eines Shitstorms ist, wie bei Skandalen, eine Verletzung einer Norm, und dies führt zu einer kollektiven Empörung, die im Netz sichtbar wird. Während die Reaktionen der RezipientInnen früher verborgen blieben, können sie ihren Unmut im Netz nun für alle sichtbar machen. (Kuhlhäuser 2016, S. 53–54) Hier zeigt sich eine klare Verbindung zu Hate Speech: Oben wurde erwähnt, dass Hate Speech gegen Gruppen gerichtet wird, welche sich für Veränderungen in der gesellschaftlichen Ordnung einsetzen. Shitstorms können dementsprechend auch Hate Speech sein, aber es gibt Shitstorms, die nicht als Hate Speech zu werten sind. Ob ein Shitstorm gleichzeitig Hate Speech ist, hängt laut der oben beschriebenen Definition von Hate Speech von den Betroffenen des Shitstorms ab.

Negative Öffentlichkeit in Form von Hate Speech und Shitstorms kann bewusst als Instrument zur Schädigung einer Person eingesetzt werden. (Thimm 2017, S. 56) Drohungen oder hasserfüllte Nachrichten gegen Einzelpersonen wirken auf die Betroffenen bedrohlich und können zu Änderungen im Nutzungsverhalten des Internets führen. (Thimm 2017, S. 52) Frauen sind von Online-Hate Speech besonders gefährdet, da der digitale Raum die öffentliche Diskussion widerspiegelt, wo Frauen seit jeher „nicht erwünscht“ und gefährdet sind. Frauen im öffentlichen Raum werden als Bedrohung der bestehenden Normen wahrgenommen und werden zur Zielperson von Hate Speech. Frauen in folgenden Branchen sind besonders gefährdet: Politik, Journalismus, Wissenschaft und Menschenrechtsaktivismus, sowie politische und feministische BloggerInnen. (van der Wilk 2018, 31-32) Sie werden

häufig zur Zielperson von Hate Speech und die Kommentare enthalten eine eindeutig sexistische Komponente. (Thimm 2017, S. 54)

In einer repräsentativen Online-Umfrage unter Internetnutzerinnen, Frauen und Mädchen ab 15 Jahren, in Österreich gaben ein Drittel der Befragten an, dass sie zumindest ein Mal im vorangehenden Jahr Gewalt im Netz erlebt hatten. Die Daten der Studie zeigen, dass die Gefahr von Gewalt im Netz mit steigendem Alter abnimmt. Besonders junge Frauen und Mädchen sind gefährdet: In der Gruppe der 15-18-Jährigen gaben mehr als 63 % der Befragten an, im vorangehenden Jahr Gewalt im Netz erlebt zu haben. Von den Befragten im Alter von 19 bis 34 Jahren gaben rund 45 % an, im vorangehenden Jahr Gewalt im Netz erlebt zu haben. Ab 35 Jahren haben weniger als ein Drittel, und ab 65 Jahren haben 14 % der Befragten im vorangehenden Jahr Gewalt im Netz erlebt. (Forschungszentrum Menschenrechte der Universität Wien und WEISSE RING Verbrechensopferhilfe 2018, S. 49–57)

2017 gab Amnesty International eine Studie in acht Ländern in Auftrag: je 500 Frauen im Alter von 18 bis 55 Jahren wurde online über ihre Erfahrungen mit Online-Belästigung befragt. 23 % aller Befragten wurden bereits online belästigt und von denen gab wiederum mehr als Viertel an, dass sie mit physischen oder sexuellen Übergriffen bedroht wurden. 76 % der Frauen, die Online-Belästigung erfahren haben, haben in der Folge ihr Verhalten auf Social Media verändert. (Dhrodia 2017)

In der europaweiten Studie „Violence against Women“ gaben 55 % aller Befragten an seit ihrem 15. Lebensjahr und 21 % im vergangenen Jahr sexuell belästigt worden zu sein. In Österreich wurden 35 % seit ihrem 15. Lebensjahr und 15 % im vergangenen Jahr sexuell belästigt. Im Online-Bereich sind europaweit 11 % und in Österreich 8 % bereits einmal sexuell belästigt worden. Die Ergebnisse über sexuelle Belästigung im Online-Bereich zum vorangehenden Jahr zeigen aufgeschlüsselt nach Altersgruppen, dass jüngere Frauen stärker von sexueller Belästigung im Online-Bereich gefährdet sind. (Europäische Union 2014, 98–106)

In einer Umfrage unter mehr als 2800 InternetnutzerInnen erob das US-amerikanische Pew Research Center negative Erfahrungen im Internet. Ganze 73 % der Befragten waren ZeugInnen von Belästigung im Internet und 40 % waren davon selbst betroffen. 18 % aller Befragten waren von schwerwiegender Belästigung, wie

physischer Drohung, andauernder Belästigung über einen längeren Zeitraum, Stalking oder sexueller Belästigung, betroffen. In der Studie zeigte sich ein Zusammenhang zwischen Geschlecht, Alter und dem Erleben von Belästigung. Junge Erwachsene und junge Frauen sind übermäßig von Belästigung im Online-Bereich betroffen. Je ein Viertel der befragten Frauen im Alter von 18-24 Jahren gibt an, dass sie von Stalking oder sexueller Belästigung im Online-Bereich betroffen waren. (Pew Research Center 2014, 2-9)

Die Betroffenen von Hate Speech sind auf sich allein gestellt. Die Regulierung von Hate Speech im Online-Bereich obliegt zum größten Teil den BetreiberInnen der Social Media-Plattformen, die stark verzögert reagieren, und dies oft erst nach mehrmaligem Anzeigen des Fehlverhaltens durch andere NutzerInnen. Sie überwachen die Nachrichten der NutzerInnen nicht aktiv, um Hate Speech zu ahnden. Die Regulierung setzt also bei Einzelfällen an, anstatt Hate Speech als kollektives Problem zu betrachten, welches effizientere Maßnahmen braucht, die nicht nur einzeln greifen. (Latour et al. 2017, S. 49–51; Thimm 2017, S. 57) Krotz hinterfragt, ob die Machtstrukturen des Internets einen Faktor für die Entwicklung von Hate Speech bilden. Die Funktionen des Internets sind von Monopolisten besetzt, deren Hauptanliegen nicht Datenschutz und Netzneutralität sind. Unausweichliche Updates und aufgezwungene Werbebanner sind nur zwei Beispiele, die deutlich machen, bei wem die Macht über die Struktur des Internets liegt. Krotz kommt zu der Erkenntnis, dass Hate Speech und Fake News die einzigen Optionen sind, um kommunikative Freiheit in einem von Monopolen gekennzeichneten Internet auszuleben. (Krotz 2017, S. 24–26)

Gemeinsam mit der Europäischen Kommission haben sich 2016 die Internetunternehmen Facebook, Microsoft, Twitter und Youtube auf die Implementierung des „Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online“ geeinigt. Die Hauptpunkte des Code of Conduct sind (1) Beschwerden innerhalb von 24 Stunden zu bearbeiten, und dabei (2) europäische und nationale Gesetze in Bezug auf Hate Speech zu befolgen. (3) Illegale Inhalte werden entfernt. (4) Die Rückmeldemechanismen an NutzerInnen werden verbessert und (5) grundsätzlich für die Öffentlichkeit transparenter gestaltet. Seit 2018 nehmen laufend weitere Internetunternehmen an der Umsetzung des Code of Conduct teil, darunter Instagram, Google+ und

Snapchat. Die Europäische Kommission evaluiert seitdem fortlaufend den Fortschritt der Umsetzung durch die Unternehmen und stellt eine positive Entwicklung fest. (European Commission 2019)

Das Projekt eMORE hat im Zeitraum 2016 bis 2018, von wissenschaftlichen Evaluationen begleitet, mehrere Services entwickelt, mit denen Hate Speech-Monitoring betrieben werden kann oder Hate Speech im Online-Bereich gemeldet werden kann. Die Ergebnisse von eMORE basieren auf einer Studie in 9 europäischen Ländern, die vergleichend analysiert wurden. Aus der Studie gehen Empfehlungen für die technische Gestaltung von Monitoring- und Reporting-Tools hervor. Die Möglichkeit anonym Hate Speech zu melden, ist laut eMORE sehr wichtig, und Feedback auf eine Meldung von Hate Speech motiviert Betroffene, Vorfälle zu melden. Die Ergebnisse des Projekts sollen für Trainingszwecke und technische Weiterentwicklung von Monitoring- und Reportingmechanismen genutzt werden. (eMORE - Monitoring and Reporting Online Hate Speech in Europe 2018, 3;97-98)

Zur Bekämpfung von Hate Speech gibt es neben den Empfehlungen von NGOs auch Anregungen aus dem wissenschaftlichen Bereich, da die Selbstregulierung von Internetunternehmen kritisch gesehen wird. Für strafbare Handlungen ist die Polizei zuständig. Sie darf mit den Plattform-BetreiberInnen zusammenarbeiten, aber ihnen nicht die Entscheidung überlassen, was illegal ist und gelöscht werden muss. Im juristischen Graubereich, der durchaus seine Berechtigung hat, muss sich die Zivilgesellschaft überlegen, wie sie mit Hate Speech umgeht. Krotz plädiert für einen öffentlichen Diskurs zu Hate Speech oder Fake News, um Bewusstsein auszubilden. Zivilcourage im Online-Bereich ist gefragt, um die Betroffenen zu unterstützen. (Krotz 2017, S. 21–23)

Im Folgenden werden nun die Besonderheiten in der Beziehung zwischen Hate Speech und JournalistInnen herausgearbeitet.

4.2.5 Hate Speech & JournalistInnen

Dieses Kapitel wirft einen Blick auf die Berührungs punkte von Hate Speech und JournalistInnen. Es werden aktuelle Studien zu Hate Speech und JournalistInnen besprochen.

Der Hate Speech-Angriff kann entweder das Medium bzw. die Medienorganisation oder einzelne JournalistInnen treffen. Auf die besondere Form des Shitstorms und warum JournalistInnen davon betroffen sein können, wurde im vorangehenden Kapitel näher eingegangen. Medienorganisationen können gleichermaßen von Shitstorms betroffen sein.

Medien werden beispielsweise mit dem Vorwurf der „Lügenpresse“ oder von „Fake News“ konfrontiert. Fake News sind gezielt verbreitete Falschmeldungen, die sich schnell verbreiten. Der Wahrheitsgehalt kann oft nur mit großem Rechercheaufwand geprüft werden, auch werden seriöse Medien als Quellen verwendet und Daten bewusst falsch interpretiert. Fake News soll RezipientInnen gegen bestimmte Gruppen aufstacheln. Wenn nun journalistische Medien, deren Aufgabe es unter anderem ist, die Regierung oder Gesellschaft zu kritisieren, bezichtigt werden, Fake News zu verbreiten, ist dies ein Angriff auf ihre Legitimation. Journalistische Medien sind durch ihre Arbeit in der Institution des Journalismus legitimiert. Der Vorwurf von Fake News gegen Medien versucht, wie Hate Speech, die Betroffenen abzuwerten. Für Medien bedeutet der Entzug der Legitimation, dass sie ihre Stellung in der demokratischen Gesellschaft einbüßen. Zusätzlich zum Vorwurf der Fake News gegen journalistische Medien, wenden sich die KritikerInnen oft von der Berichterstattung etablierter Medien ab und beschränken sich auf die Informationsquellen in der eigenen Teilöffentlichkeit. (Des Freedman 2018, S. 613–615; Überall 2016, S. 15; Yavuz 2017, S. 16–17) Fake News-Vorwürfe und Hate Speech sind ein Grundstein für den Zuwachs rechtspopulistischer Parteien. (Des Freedman 2018, S. 612)

Medienorganisationen werden meist über Social Media mit Hate Speech konfrontiert. Während die Reaktionen der RezipientInnen früher verborgen blieben, können sie ihren Unmut im Netz nun für alle sichtbar machen. (Kuhlhäuser 2016, S. 53–54) In Medienorganisationen wird Social Media oft zentral betreut. Die Verantwortung liegt meist bei einzelnen Personen oder Teams, die sich um die Angelegenheiten auf Social Media kümmern. (Kaltenbrunner und Luef 2017, S. 111)

JournalistInnen werden, aufgrund derselben Argumentation wie Medienorganisationen, für ihre journalistische Arbeit mit Hate Speech konfrontiert. (Obermaier et al. 2018, S. 503–504; Trionfi und Luque 2019, S. 11–12) Wenn Einzelpersonen betroffen sind, versucht Hate Speech die betroffene Person abzuwerten. (Thimm 2017,

S. 54) Der UN Human Rights Council (HRC) betont 2018, dass JournalistInnen ein besonders Risiko haben, zur Zielperson von Online-Attacken zu werden. Der HRC fordert Staaten auf, für alle JournalistInnen ein sicheres Umfeld zu schaffen. (United Nations - Human Rights Council 2018, S. 3–5)

Das International Press Institute (IPI) führte eine Studie in 6 europäischen Ländern durch, wo sie Best Practice-Beispiele für den Umgang mit Belästigung und Missbrauch im Online-Bereich in Redaktionen analysierten. In der Studie wurden männliche und weibliche JournalistInnen angesprochen, aber während der Studie hat sich herauskristallisiert, dass Frauen mehr von Online-Missbrauch betroffen sind als ihre männlichen Kollegen. (Trionfi und Luque 2019, S. 5) Eine Studie unter norwegischen JournalistInnen kommt zu ähnlichen Ergebnissen. Junge Frauen sind mehr von Hate Speech betroffen als männliche KollegInnen im gleichen Alter. Auch die Art von Hate Speech unterscheidet sich: Männer sind mehr mit physischen Auseinandersetzungen konfrontiert, während bei Frauen das Aussehen thematisiert wird oder sie per Telefon belästigt werden. (Hagen 2016, S. 17–19) Die Ergebnisse werden ebenfalls durch eine australische Studie bestätigt. (North 2016) Vogt untersuchte Hasspostings gegen JournalistInnen in Österreich. Die Anfeindungen waren Beschimpfungen oder implizite Drohungen, und dies meist themenbezogen. Die Angriffe waren über verschiedene Plattformen sowohl an die Medien als auch an einzelne JournalistInnen gerichtet. Journalistinnen waren besonders betroffen. Die Reaktionen von Männern und Frauen unterscheiden sich: Männer kümmern sich nicht weiter um Hasspostings, Frauen empfinden intensive Beschimpfungen drastischer. (Vogt 2017, 6-7)

Newman et al. differenzieren drei Motive von Angriffen auf weibliche JournalistInnen: (1) Allgemeine Einschüchterung, damit eine bestimmte Geschichte, ein Thema oder ein ganzer Themenbereich nicht mehr behandelt wird, oder als negative Konsequenz für vergangene Berichterstattung. (2) Angriffe ohne strategische Ziele, die rein psychologisch oder physisch verletzen sollen und (3) Drohungen von KollegInnen oder Vorgesetzten mit dem Ziel ein frauenfeindliches Umfeld zu schaffen oder zu erhalten. Hate Speech gegen JournalistInnen, Männer und Frauen, fällt in die beiden erstgenannten Kategorien. (Newman et al. 2016, S. 48–49)

In einer 2013 durchgeföhrten Studie unter rund 1000 Frauen aus der Medienbranche bejahten beinahe zwei Drittel die Frage, ob sie im Rahmen ihrer Arbeit Einschüchterung, Drohungen oder Belästigung erlebt haben. (Barton und Storm, S. 10)

Journalistinnen sind also anderen Gefahren im Beruf ausgesetzt als ihre männlichen Kollegen. Journalistinnen werden dafür angegriffen, dass sie als Frauen in einem männlich-konnotiertem Themengebiet arbeiten, oder weil sie als Journalistinnen Teil der öffentlichen Diskussion sind und dies als Angriff auf die gesellschaftliche Geschlechterordnung wahrgenommen wird. Die Intensität und Häufigkeit von Angriffen auf Journalistinnen sind höher als bei männlichen Journalisten. Journalistinnen sind auch mehr mit sexualisierter Gewalt konfrontiert. Frauen werden anders kritisiert als Männer. Die Reaktionen auf Äußerungen von weiblichen Journalisten fallen extremer aus und bedienen sich oft Geschlechterstereotypen oder marginalisierenden Mechanismen. Bei Online-Attacken gegen Frauen werden oft Attacken außerhalb des digitalen Raums angedroht. Zu diesen berufsspezifischen Gefahren kommt noch die strukturelle Ungleichbehandlung von Frauen. Die strukturelle Diskriminierung von Frauen äußert sich dadurch, dass entsprechende AnsprechpartnerInnen in Organisationen fehlen oder die Schutzmechanismen so gestaltet sind, dass Frauen diese nur schwer in Anspruch nehmen können. Ein weiterer Faktor von struktureller Diskriminierung ist das Verhalten der Umgebung, der Exekutive oder Judikative, welches Frauen davon abhalten kann, sich Unterstützung zu suchen und Angriffe auf sie in dem Ausmaß zu melden, in dem sie vorkommen. (Article 19 2019a, S. 18–21)

Die internationale IPI-Studie zu Unterstützungsmechanismen in Redaktionen attestiert den untersuchten Redaktionen zwar das Wissen über die Auswirkungen von Hate Speech und die besondere Gefährdung von Frauen, aber in der Umsetzung von Maßnahmen ist noch viel Luft nach oben: Das Fehlen von Ressourcen und einer offenen Gesprächskultur sind nur zwei Mängel in den Reaktionen. Der direkte Kontakt und Rückhalt von KollegInnen scheint die Mängel an strukturellen Unterstützungsmaßnahmen auszugleichen. (Trionfi und Luque 2019, S. 11–16) Freie JournalistInnen haben oft keine Unterstützungsmechanismen im Hintergrund. Sie thematisieren Hate Speech oft nicht, weil sie berufliche Konsequenzen fürchten. (Pekkonen und Sanomat 2018)

Die OSCE hat die Sicherheit weiblicher JournalistInnen im Online-Bereich zu einem eigenen Schwerpunkt ihrer Arbeit erklärt. Der Angriff auf weibliche JournalistInnen ist ein direkter Angriff auf den demokratischen Diskurs. (OSCE - The Representative on Freedom of the Media) Manche Frauen geben nach einem oder mehreren Hate Speech-Angriffen ihren Job als Journalistin auf. (Barton und Storm, S. 27) Diese Stimmen sind aber essenziell für eine vielfältige Demokratie.

4.2.6 Erkenntnisse aus dem Kapitel Hate Speech

Im Kapitel Hate Speech wurde versucht, die wichtigsten Aspekte des Phänomens darzustellen, mit Sicherheit konnten nicht alle Facetten umfassend beleuchtet werden. Aus Platzgründen muss auf die weitere Literatur verwiesen werden. (Article 19; Haarkötter 2016b; Latour et al. 2017; Sponholz 2018a)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Definition von Hate Speech nicht eindeutig ist. Die Grundidee aller Definitionen ist, dass Hate Speech verbale und non-verbale Äußerungen gegen bestimmte Gruppen von Menschen sind. (Article 19, S. 9–12) Die Regulierung von Hate Speech muss immer im Zusammenhang mit der Meinungsäußerungsfreiheit und gleichzeitig mit dem Schutz der Würde anderer Menschen abgewogen werden. Der Grat zwischen zu wenig und zu viel Regulierung von Hate Speech ist schmal: Zu viel bedeutet Zensur, zu wenig bedeutet wenig Handhabe gegen Hate Speech und damit strukturelle Diskriminierung der Betroffenen. (Article 19 2019a, S. 20) Betroffene JournalistInnen hüten sich, strengere Regulierung von Hate Speech zu fordern, denn gerade sie sind als Sprachrohr der Gesellschaft auf freie Meinungsäußerung und die Freiheit der Presse angewiesen.

Obwohl nur bestimmte Gruppen von Hate Speech betroffen sind, ist Hate Speech als gesamtgesellschaftliches Phänomen zu sehen, welches auch eine kollektive Problemlösung erfordert. (Krotz 2017, S. 21–23) Wie aus den Empfehlungen der vorgestellten Organisationen hervorgeht, braucht es seitens des Staats als auch seitens der Gesellschaft Änderungen, um Hate Speech nachhaltig zu bekämpfen.

Ein erster Schritt, der mehrfach gefordert wird, ist die Änderung der Gesetze entsprechend der internationalen Menschenrechtsstandards und eine Vereinfachung der Gesetze in Bezug auf Hate Speech. (Article 19 2018, S. 46; OSCE - The Representative on Freedom of the Media 2016, 6-7; ZARA - Zivilcourage & Anti-

Rassismus-Arbeit, S. 84) Derzeit gibt es in Österreich eine Vielzahl an Tatbeständen, wovon die meisten Öffentlichkeit erfordern, und zusätzlich noch Regelungen auf Bundes- und Landesebenen. Auch die Zuständigkeiten sind nicht eindeutig geregelt.

Hate Speech wird in Österreich nicht umfassend dokumentiert. ZARA dokumentiert rassistische Vorfälle und Vorfälle von Hate Speech im Internet, die ihnen gemeldet werden. International erheben Studien Teilaспект von Hate Speech. Eine umfassende, systematische Erhebung von Hate Speech fehlt also nicht nur auf nationaler, sondern auch auf internationaler Ebene. Maßnahmen gegen Hate Speech können bisher nur geringfügig evaluiert werden, da es keine dokumentierten Vergleichswerte gibt.

Auch Internetunternehmen sind in der Bekämpfung von Hate Speech gefordert, tätig zu werden. Mit dem „Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online“ wurde ein erster Ko-Regulierungsmechanismus zur Bekämpfung von Hate Speech im europäischen Raum eingeführt, allerdings gibt es noch Luft nach oben: Die Transparenz der internen Überwachungs- und Bewertungsmechanismen ist aktuell nicht gegeben, und die Legitimation der BetreiberInnen von Social Media in Hinsicht auf die weitestgehend selbständige Regulierung von Hate Speech ist noch nicht abschließend geklärt.

Über das ganze Kapitel hinweg, aber fokussiert im letzten Unterkapitel, wird Hate Speech gegen JournalistInnen problematisiert. Das Ziel von Hate Speech ist Herabwürdigung und eine Folge kann „Silencing“ der Betroffenen sein, was bedeutet, dass sich diese aus dem öffentlichen Diskurs zurückziehen. (Sponholz 2018b, S. 121) Journalismus soll in einer Demokratie möglichst alle Mitglieder einer Gesellschaft zu Wort kommen lassen. Dazu soll der Journalismus selbst vielfältig sein. Wenn JournalistInnen aufgrund der festgelegten Charakteristika von Hate Speech betroffen sind, kann dies dazu führen, dass der Journalismus weniger vielfältig ist und daraus resultierend im öffentlichen Diskurs weniger Aspekte und Gruppen beteiligt sind.

Der Fake News-Vorwurf kann als Hate Speech gegen Medienorganisationen interpretiert werden, denn beide versuchen das Ziel herabzuwürdigen. Die Legitimation der journalistisch arbeitenden Medien wird angegriffen. Wenn man dies in einem

Gedankenexperiment weiterspinnt, würde der Stellenwert dieser Medien in der Gesellschaft langfristig sinken, ihr Beitrag zum demokratischen Diskurs verringert und somit ebenfalls eine Art von „Silencing“ auftreten.

In der Betrachtung von Hate Speech gegen JournalistInnen hat sich ein wesentlicher Aspekt herauskristallisiert: Frauen im Journalismus sind deutlich mehr von Hate Speech gefährdet und betroffen als ihre männlichen KollegInnen. (Article 19 2019a, S. 18–19; Trionfi und Luque 2019, S. 5; van der Wilk 2018, 31-32) Journalistinnen werden aufgrund ihres Geschlechts und ihrer Präsenz im öffentlichen Raum angegriffen. Die Art und Weise von Hate Speech gegen Journalistinnen unterscheidet sich zu Hate Speech gegen Journalisten. Die Unterstützungsmechanismen in den Medienorganisationen sind laut der vorliegenden Literatur überwiegend informell ausgeprägt, und freie JournalistInnen können darauf nicht zurückgreifen. (Pekkonen und Sanomat 2018; Trionfi und Luque 2019, S. 5)

Im Anschluss folgt der dritte Bereich der Aufarbeitung der aktuellen Situation, die ExpertInnen-Interviews.

4.3 Die Interviews

In diesem Teil wird der empirische Bereich dieser Arbeit beschrieben. In den folgenden Kapiteln werden das Forschungsfeld, relevante Aspekte zur Erhebung (Erhebungsmethode, Sampling und Sample der interviewten Personen, Interviewleitfaden, Transkription), die Auswertungsmethode und die Auswertung samt Erkenntnissen aus den Interviews dargelegt.

4.3.1 Forschungsfeld

Diese Arbeit beschäftigt sich mit journalistischen Medienorganisationen mit Redaktionssitz in Österreich. In diesen Medienorganisationen sind konkret die Abteilungen interessant, in denen JournalistInnen arbeiten, also im engeren Sinn die journalistischen Organisationen, wie in den Begriffsdefinitionen im Kapitel „Journalistische Medienorganisationen“ dargelegt wurde.

Der Aspekt einer vorhandenen Online-Präsenz der Medienorganisationen bzw. der publizierten Medien ist in diesem Fall als Auswahlkriterium zu vernachlässigen. Dieser Aspekt ist heutzutage als nebensächlich zu bewerten, da es ohnehin kaum noch journalistische Medien gibt, die keinen Online-Auftritt in irgendeiner Form pflegen.

Das Forschungsfeld sind demnach alle journalistischen Medienorganisationen in Österreich.

4.3.2 Das ExpertInnen-Interview

In diesem Abschnitt wird das ExpertInnen-Interview allgemein als Erhebungsmethode besprochen. Das Sampling, die Interview-PartnerInnen, der Interviewleitfaden und die Transkription werden im Anschluss einzeln besprochen.

ExpertInnen-Interviews sind eine spezielle Form des offenen Leitfadeninterviews. ExpertInnen werden repräsentativ für eine Gruppe befragt. Das Wissen zudem sie befragt werden, ist nicht allgemein zugänglich. (Flick 2017, S. 214–219; Meuser und Nagel 2009, S. 472)

„Experteninterviews [sic] helfen, die Logiken des Handelns in Organisationen und gesellschaftlichen Teilbereichen zu identifizieren, Strukturen und Strukturveränderungen zu erforschen oder soziale Fragestellungen zu bearbeiten.“ (Blöbaum et al. 2016, S. 182) Das ExpertInnen-Interview fragt nach einem „spezifischen Modus des

Wissens“ dem sogenannten ExpertInnen-Wissen. (Meuser und Nagel 2009, S. 466) Mit ExpertInnen-Interviews können Informationen über Organisationen gewonnen werden, indem ExpertInnen gezielt über ihre Erfahrungen in der Organisation befragt werden. (Blöbaum et al. 2016, S. 176; Nohl 2017, S. 16–17) Mit ExpertInnen-Interviews können Rückschlüsse auf der Makro- und Mesoebene von gesellschaftlichen Phänomenen gezogen werden. (Blöbaum et al. 2016, S. 176) Zur Beantwortung der forschungsleitenden Frage werden interne Information von Organisationen benötigt und daher wurde die Methode des ExpertInnen-Interviews ausgewählt.

Wer als ExpertIn gilt, ist aus methodologischer Sicht vom Forschungsinteresse abhängig. Zwei Merkmale sind dabei ausschlaggebend: ExpertInnen sind Verantwortungsträger und haben Zugang zu speziellem Wissen. Der ExpertInnen-Status kann einem Individuum aufgrund seiner Teilhabe an einer Organisation, beispielsweise durch eine verliehene Rolle zugesprochen werden. Die berufliche Position ist aber allgemein kein zwingendes Kriterium. (Blöbaum et al. 2016, S. 176; Meuser und Nagel 2009, S. 466–470) „Akteure in Organisationen mit Medienbezug wie Redaktionen, Agenturen oder Medienunternehmen können uns als Experten [sic] viel über die Funktionsweise dieses Teilbereichs sagen.“ (Blöbaum et al. 2016, S. 188) Diese Feststellung von Blöbaum et al. wird auch in dieser Arbeit vertreten.

ExpertInnen finden sich auf verschiedenen Hierarchieebenen von Organisationen, da sich ExpertInnen über ihre primären Erfahrungen im Forschungsfeld definieren lassen. Eine Abgrenzung zu Alltagserfahrungen der interviewten Person im Zusammenhang mit dem Feld, erfolgt im ExpertInnen-Interview durch die dezidierte Adressierung als RollenträgerIn im Forschungsfeld, wovon sich der ExpertInnen-Status herleitet. In der Erhebung kann neben der primären Befragung als ExpertIn, eine Befragung zum Privatleben zu einem umfassenderen Verständnis der Fragestellung beitragen. (Blöbaum et al. 2016, S. 182–184) Im nachfolgenden Kapitel „Sampling“ wird näher darauf eingegangen, wer für diese Arbeit als ExpertInnen in den journalistischen Medienorganisationen befragt wird.

ExpertInnen-Interviews können als Erhebungsmethode explorativ, systematisierend oder theorie-generierend agieren. In kommunikationswissenschaftlichen Studien erfüllen ExpertInnen-Interviews meist mehrere dieser Funktionen. (Blöbaum et

al. 2016, S. 178–179) In der vorliegenden Arbeit wurde das ExpertInnen-Interview vor allem explorativ eingesetzt.

4.3.3 Sampling

Aufbauend auf der ExpertInnen-Definition des vorangehenden Kapitels wird nun der Auswahlprozess der ExpertInnen beschrieben.

Für die Interviews wurden ExpertInnen aus journalistischen Medienorganisationen mit Redaktionssitz in Österreich ausgewählt. Als ExpertInnen auf verschiedenen Hierarchieebenen innerhalb einer Medienorganisation wurden Rollenträger aus den Bereichen Chefredaktion, Human Ressources (HR)/Personalentwicklung und der internen ArbeitnehmerInnenvertretung (Betriebs- bzw. RedakteursrätlInnen) ausgewählt. Alle drei Bereiche sind potenzielle Anlaufstellen für Betroffene von Hate Speech. Die Chefredaktion als direkte Führungskraft, die HR/Personalentwicklung als AnbieterIn von berufsbezogener Weiterbildung und die ArbeitnehmerInnenvertretung als Sammelpunkt für Anliegen der MitarbeiterInnen (gegenüber der Geschäftsführung).

In dieser Arbeit wurde eine schrittweise Sampling-Strategie angewandt. Ein schrittweises Sampling bedeutet, dass in der Erhebungsphase schrittweise nach verschiedenen Kriterien weitere InterviewpartnerInnen ausgewählt werden. Die Kriterien nach denen weitere Personen ausgewählt werden, hängen von den bereits geführten Interviews ab. Hierbei können verschiedene Varianten angestrebt werden, wie extreme Fälle, typische Fälle oder maximale Variation im Sample. (Flick 2017, S. 163–168) Für die ExpertInnen-Interviews wurde in mehreren Hinsichten maximale Variation angestrebt. Erstens wurden ExpertInnen aus drei Bereichen (Chefredaktion, HR/Personalentwicklung, ArbeitnehmerInnenvertretung) in Medienorganisationen ausgewählt. Zweitens wurde darauf geachtet, dass verschiedene Arten von publizierten Medien (Rund- und Hörfunk, sowie bei Print: täglich, wöchentlich, monatlich erscheinend) im Sample vertreten sind. Drittens wurde darauf geachtet, dass Männer und Frauen ausgewogen im Sample vertreten sind.

Aus diesen Überlegungen heraus wurde zu Beginn eine Liste mit österreichischen Medien erstellt, die JournalistInnen beschäftigen, die von Hate Speech betroffen waren. Dies ergab eine Liste von zwei Fernsehsendern, einem Radiosender, drei

Tages- und zwei Wochenzeitungen, sowie zwei Magazinen, von denen jeweils die Chefredaktion, BetriebsräteInnen und Führungskräfte im Bereich der Personalentwicklung/HR per Mail für ein Interview kontaktiert wurden. Nach der zweiten Erinnerungsrunde ergaben sich fünf Interviewtermine.

Auf Basis der ersten fünf Interviews wurden weitere Medien mit dem Ziel der maximalen Variation der Medienorganisationen ausgewählt. Das Kriterium der ersten Auswahlrunde, dass ein bekannter Fall von Hate Speech gegen JournalistInnen in den Medienorganisationen vorliegt, wurde hierbei nicht länger berücksichtigt. In den geführten Interviews der ersten Runde wurden Medien als Gesprächspartner empfohlen, die daher ebenfalls in der zweiten Runde kontaktiert wurden.

In dieser Runde wurden nur mehr ChefredakteurlInnen und Führungskräfte im Bereich der Personalentwicklung/HR kontaktiert, da in der ersten Runde bereits Interviews mit drei ArbeitnehmerInnenvertreterInnen geführt wurden. Ein Kontakt wurde von einer zuvor interviewten Person vermittelt. So ergaben sich vier weitere Interviews.

Insgesamt wurden neun ExpertInnen-Interviews im Zeitraum 26. Juni bis 01. August 2019 geführt. Dies entspricht einer Faustregel für die Mindestanzahl bei ExpertInnen-Interviews. (Blöbaum et al. 2016, S. 187)

Bei der Recherche der Kontakte gab es mehrere Schwierigkeiten. Die BetriebsräteInnen in den Medien sind nicht öffentlich bekannt, hier war der Umweg über die Arbeiterkammer erforderlich. Die Führungskräfte im Bereich Personalentwicklung/HR werden von den meisten Medien nicht auf den Webauftritten kommuniziert, daher ergaben sich hier auch keine Interviews. Das einzige Interview mit einem Personalverantwortlichen ergab sich über die Empfehlung und direkte Kontaktvermittlung einer Interviewpartnerin.

Im angesetzten Zeitraum der Studie gab es zudem einen politischen Umbruch in Österreich aufgrund des sogenannten „Ibiza-Videos“, samt Ausrufung von Neuwahlen im folgenden Herbst, und daher nahmen sich wenige ChefredakteurlInnen von Printmedien mit tagesaktueller Berichterstattung Zeit, an der Studie teilzunehmen.

Die aufgetretenen Schwierigkeiten scheinen ein allgemeines Problem bei der Rekrutierung von ExpertInnen zu sein. Blöbaum et al. merken an, dass sich die

Rekrutierung von ExpertInnen als GesprächspartnerInnen aus verschiedenen Gründen schwierig gestalten kann: Die leicht identifizierbaren ExpertInnen stehen unter großem Zeitdruck ihres Tagesgeschäfts, oder sie messen einer akademischen Reflexion der eigenen Arbeit weniger Relevanz bei. Es kann auch zu kurzfristigen Terminabsagen oder -verschiebungen kommen. (Blöbaum et al. 2016, S. 186)

4.3.4 InterviewpartnerInnen

Es wurden neun ExpertInnen-Interviews mit zehn ExpertInnen (eine Person wurde für eine kurze Stellungnahme während eines laufenden Interviews hinzugeholt) geführt. Drei Personen sind ChefredakteurlInnen, zwei weitere sind stellvertretende Chefredakteure. Vier Personen sind Betriebs- bzw. RedakteursrätlInnen und eine Person hat die Leitung der Personalabteilung inne.

Die befragten ExpertInnen in alphabetischer Reihenfolge waren:

1. Hannes Aigelsreiter, Chefredakteur Aktueller Dienst Radio, ORF
2. Dieter Bornemann, Redakteursrat Vorsitzender, ORF
3. Barbara Haas, Chefredakteurin, Wienerin
4. Mario Hölzl, Betriebsrat, Kronen Zeitung*
5. Heidi Huber, Betriebsrätin, Salzburger Nachrichten
6. Elisabeth Kiss-Horvath, Betriebsrätin, Der Falter
7. Waltraud Langer, Chefredakteurin TV-Magazine, ORF
8. Thomas Remes, Leitung Personal und Recht, Die Presse
9. Thomas Seifert, stellvertretender Chefredakteur, Wiener Zeitung
10. Paul Tikal, Leitung Social Content, Kronen Zeitung

*Mit Mario Hölzl wurde kein eigenständiges Interview geführt: Er wurde während des Interviews von Paul Tikal für wenige Minuten hinzugeholt.

Die Interviewprotokolle mit Angaben zu Dauer, Ort und Informationen zur Gesprächssituation der einzelnen Interviews finden sich im Anhang. Die Transkripte

der Interviews sind nicht im Anhang enthalten, Näheres dazu im Kapitel Transkription.

4.3.5 Ausarbeitung des Interviewleitfadens

Bei der Beschreibung des ExpertInnen-Interviews wurde es als eine Variante des Leitfadeninterviews vorgestellt. Das Leitfadeninterview ist eine nicht-standardisierte Form eines Interviews, da nur Themen vorgegeben sind, die in beliebiger Reihenfolge behandelt werden. Der Leitfaden bietet Offenheit gegenüber dem Gesagten, gleichzeitig sorgt er für Struktur im Gespräch. (Loosen 2016, S. 142; Meuser und Nagel 2009, S. 474) Der Leitfaden dient bei ExpertInnen-Interviews dazu, dass zumindest die behandelten Themen der Interviews vergleichbar sind. (Nohl 2017, S. 17)

Die Formulierung des Leitfadens eines Interviews erfordert besondere Sorgfalt, da dieser die Richtschnur für die interviewende Person darstellt. Er kann unterschiedlich gestaltet werden, von groben Themenfeldern bis hin zu ausformulierten Fragen samt Unterfragen. Für die interviewende Person besteht die Herausforderung darin, den Redefluss der befragten Person am Laufen zu halten, das Gespräch in den veranschlagten Themen zu halten, sowie flexibel mit der Reihenfolge der Themen umzugehen. (Meuser und Nagel 2009, S. 472; Pickel und Pickel 2009, S. 447)

Der Interviewleitfaden wurde anhand der Theorie und anhand allgemeiner Überlegungen zu Organisationen entwickelt. Er soll der interviewenden Person Orientierung bieten, und zwischen den Interviews für thematische Vergleichbarkeit sorgen. Bei der Formulierung wurde darauf geachtet, möglichst offene Fragen zu stellen, um Erzählungen in Gang zu bringen, denn im ExpertInnen-Interview ist es auch Ziel, narrative Erzählungen einzuleiten, die Aufschluss über Handlungspraxen in der Organisation geben. (Meuser und Nagel 2009, S. 473)

In der qualitativen Forschung sind die einzelnen Schritte im Forschungsprozess stark aufeinander bezogen und greifen ineinander, sodass der Ablauf zirkulär wird: Kleine Änderungen an einer Stelle haben Auswirkungen auf andere Schritte im Forschungsprozess. Die Zirkularität ist eine Stärke von qualitativer Forschung, da sich beispielsweise die Forschungsfrage oder das Erhebungsinstrument im laufenden Forschungsprozess noch ändern können - dies ist die sogenannte Offenheit im

qualitativen Forschungsparadigma. (Flick 2017, S. 122–135; Pickel und Pickel 2009, S. 445; Scholl 2016, S. 24) In dieser Arbeit hat sich der Leitfaden während der Erhebungsphase anhand der Erkenntnisse aus den vorangehenden Interviews weiterentwickelt.

Der Leitfaden deckt in seiner ursprünglichen Form die Bereiche (a) Hate Speech als Thema in der Organisation, (b) Stellenwert von Hate Speech in der Organisation, (c) Strategien und Maßnahmen gegen Hate Speech, (d) finanzielle Ressourcen und (e) persönliche Berührungspunkte mit dem Thema ab. Während der Erhebungsphase haben sich in den Interviews weitere relevante Aspekte ergeben, sodass die Themenbereiche gegen Ende folgende umfassten: (A) Hate Speech als Thema in der Organisation, (B) Stellenwert von Hate Speech in der Organisation, (C) Strategien und Maßnahmen gegen Hate Speech, (D) Ressourcen in der Organisation für Maßnahmen (finanziell/juristisch/personell/informell), (E) JournalistInnen als Betroffene von Hate Speech, (F) Einfluss von (drohender) Hate Speech auf redaktionelle Abläufe, (G) Zukunftsperspektiven, (H) Hate Speech als Phänomen, (I) Austausch über Hate Speech mit anderen Organisationen.

Alle ExpertInnen-Interviews begannen mit der Eingangsphrase und -frage in folgender Formulierung:

Das Interview wird im Rahmen meiner Masterarbeit ausgewertet. Ich bearbeite die Frage, wie Medienorganisationen bzw. die Redaktionen mit Hate Speech gegen JournalistInnen umgehen und welche Strukturen haben sich zum Schutz oder zur Unterstützung der JournalistInnen entwickelt.

Wie nehmen Sie Hate Speech gegen JournalistInnen als Thema in Ihrer Organisation wahr?

Der weitere Verlauf der Interviews war stark von den InterviewpartnerInnen abhängig, aber die Forscherin versuchte bei allen Interviews alle vorbereiteten Bereiche abzudecken. Der vollständige Interviewleitfaden ist im Anhang enthalten.

Generell war die Forscherin darauf bedacht, die InterviewpartnerInnen zum Erzählen anzuregen, sich dem Erzählfluss thematisch anzupassen und keine abrupten Themenwechsel herbeizuführen. Wenn die InterviewpartnerInnen weit vom Thema

abschweiften, versuchte die Forscherin durch Nachfragen zurück zum Themenbereich zu lenken. (Meuser und Nagel 2009, S. 472; Siehe auch Pickel und Pickel 2009, S. 455)

4.3.6 Transkription

Eine Transkription ist notwendig für die Auswertung verbaler Daten. Wie detailliert transkribiert wird, ist vom Erkenntnisinteresse abhängig. Für die Transkription sind festgelegte Transkriptionsregeln und ein kontrollierender Abgleich zwischen Transkript und Aufnahme am Ende essenziell. (Flick 2017, S. 379–380)

Die Interviews wurden mit dem Einverständnis der InterviewpartnerInnen mit zwei Aufnahmegeräten aufgezeichnet. Die Aufnahmen starten nach der Begrüßung und eventuellem informellem Austausch mit der Eingangsfrage des Interviewleitfadens. Die Aufnahmen aller Interviews umfassen mehr als sieben Stunden Audio-Material, das vollständig transkribiert wurde.

Die Transkription erfolgte durch die Forscherin mit Hilfe der Software easytranscript. Bei der Transkription wurde überwiegend wörtlich transkribiert, lediglich Dialekt-Ausdrücke und grammatischen Fehler wurden korrigiert. Der Sinn der Aussagen wurde dabei nicht verändert, dies wurde durch die Kontrolle einer weiteren Person sichergestellt. Bei der Transkription der ExpertInnen-Interviews wurde aufgrund des Erkenntnisinteresses darauf verzichtet, detaillierte Transkriptionsregeln anzuwenden, die Sprechpausen, Betonungen, Lachen etc. berücksichtigen. Da ExpertInnen-Interviews vorwiegend Information bieten und die Auswertung mit der qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz erfolgt, ist diese Art der Transkription ausreichend. (Blöbaum et al. 2016, S. 188; und Flick 2017, S. 381–382; Beispiele für Transkriptionsregeln finden sich bei Nohl 2017, S. 123; Pickel und Pickel 2009, S. 456–457) Die Transkripte wurden mit Zeitstempeln und Zeilenummerierungen versehen.

Die angefertigten Transkripte befinden sich nicht im Anhang dieser Arbeit. Die InterviewpartnerInnen haben ihr Einverständnis dazu gegeben, dass sie mit vollem Namen und ihrer Position in ihrer Medienorganisation genannt werden. Die InterviewpartnerInnen haben daher den Wunsch geäußert, direkte Zitate, welche ihnen zugeschrieben werden, vor Veröffentlichung der Arbeit freizugeben, und daher

ergibt sich die Konsequenz, dass die Transkripte nicht im Anhang veröffentlicht werden. Die Transkripte können bei der Forscherin eingesehen werden.

4.3.7 Auswertung mit qualitativer Inhaltsanalyse nach Kuckartz

Die ExpertInnen-Interviews wurden mit der inhaltlich-strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz ausgewertet.

Qualitative Inhaltsanalyse ist ein Sammelbegriff für eine Vielzahl an Varianten dieser Auswertungsmethode. Die inhaltlich-strukturierende qualitative Inhaltsanalyse ist lt. Kuckartz „*das inhaltsanalytische Kernverfahren*“. (Kuckartz 2018, S. 224)

Die inhaltlich-strukturierende qualitative Inhaltsanalyse hat nach Kuckartz sieben Phasen:

1. Initiierende Textarbeit
2. Entwickeln von thematischen Hauptkategorien
3. Codieren des gesamten Materials mit Hauptkategorien
4. Zusammenstellen aller codierten Textstellen einer Hauptkategorie
5. Induktives Bestimmen von Subkategorien am Material
6. Codieren des kompletten Materials mit dem ausdifferenzierten Kategoriensystem
7. Einfache und komplexe Analysen, Visualisierungen

(Kuckartz 2018, S. 100–121)

Die Auswertung der ExpertInnen-Interviews erfolgte entlang dieser Phasen der inhaltliche-strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse mit Hilfe der Software MAXQDA. Die Verwendung von Software als Hilfsmittel bringt beim Codieren Übersichtlichkeit, bessere Dokumentationsmöglichkeit und in der Folge Transparenz im Auswertungsprozess. (Flick 2017, S. 470)

Bei der initierenden Textarbeit wurden die Transkripte aufmerksam durchgelesen und, fokussiert auf die forschungsleitende Frage hin, zusammengefasst. Dies schärft den Blick für relevante Aspekte im Material und ist die Vorbereitung für das folgende Codieren. (Kuckartz 2018, S. 55–62) Codieren bedeutet, dass identifizierte Textstellen einer bzw. mehreren Kategorien zugewiesen werden. Diese Textstellen werden auch als Codiereinheiten bezeichnet, welche zumindest einen Satz umfassen. (Kuckartz 2018, S. 41–43)

Zentrales Element der qualitativen Inhaltsanalyse ist das Kategoriensystem, welches meist hierarchisch angeordnet wird. In den Phasen zwei bis vier der inhaltlich-strukturierenden Inhaltsanalyse wird das Kategoriensystem entwickelt. Mit dem Kategoriensystem wird das erhobene Material analysiert, indem gezielt nach bestimmten Themen in den Transkripten gesucht wird. Es besteht aus Hauptkategorien und Subkategorien wobei die Hauptkategorien mehrere Subkategorien vereinen. Die hierarchische Anordnung der Kategorien gibt keinen Aufschluss über die Relevanz einzelner Kategorien. (Kuckartz 2018, S. 38–39; Meyen et al. 2019, S. 181)

Die Bildung einzelner Kategorien ist vom Erkenntnisinteresse abhängig. Die Kategorien können vor (deduktiv) oder während (induktiv) der Auswertung entwickelt werden. (Fürst et al. 2016, S. 216–217; Kuckartz 2018, S. 63–64)

Bei dieser Arbeit wurde eine Mischform von deduktiver und induktiver Kategorienbildung angewandt, wie sie durch die Phasen zwei bis vier vorgegeben wird. Hierbei wurden die gesamten Transkripte mit wenigen vorab festgelegten Kategorien codiert, die aus den Themenbereichen des Leitfadens gebildet wurden. (Kuckartz 2018, S. 95–96)

Die vorab festgelegten Kategorien in der ersten Codier-Phase waren folgende:

- K1 Phänomen Hate Speech
- K2 Hate Speech in Medienorganisationen
- K3 Interne Maßnahmen gegen Hate Speech
- K4 Ressourcen in Medienorganisationen
- K5 Strategien zu Hate Speech
- K6 Einfluss von Hate Speech auf redaktionelle Abläufe
- K7 Verfasser von Hate Speech
- K8 Betroffene von Hate Speech
- K9 Journalismus und Hate Speech

Im nächsten Schritt wurden anhand der codierten Textstellen einer Kategorie untergeordnete Subkategorien gebildet. (Kuckartz 2018, S. 95–96) In diesem Schritt wurde mit Hilfe von MAXQDA überprüft, ob Kategorien häufig gemeinsam codiert wurden, und ob dies auch darauf hinweist, dass eine der oben gelisteten Kategorien eine Subkategorie einer anderen Kategorie ist. Nach dieser ersten Neuordnung der Kategorien, wurden alle codierten Textstellen durchgesehen und die Subkategorien

gebildet. Nun lag das finale Kategoriensystem vor, dass im folgenden Kapitel abgebildet ist. Mit dem Kategoriensystem wurde das gesamte erhobene Material ein weiteres Mal durchgearbeitet (Phase 6). Die letzte Phase ist die Analyse entlang des Kategoriensystems. Die Ergebnisse der inhaltlich-strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse werden im Kapitel Erkenntnisse aus den Interviews präsentiert.

4.3.8 Kategoriensystem

Das Kategoriensystem ist, wie bereits oben erwähnt, das Kernelement von qualitativen Inhaltsanalysen. Die Gliederung ergibt sich durch den hierarchischen Aufbau von Haupt- und Subkategorien. Das finale Kategoriensystem, mit dem die ExpertInnen-Interviews ausgewertet wurden, hat sechs Hauptkategorien, wovon vier bis zu sechs Subkategorien aufweisen. Zwei der Subkategorien haben wiederum drei und vier Subkategorien. Mit diesem Kategoriensystem wurde gearbeitet:

- K1 Phänomen Hate Speech
 - K1.1 Definition Hate Speech
 - K1.2 Gesellschaftliche Ursachen
 - K1.3 Zukünftige Entwicklungen
 - K1.4 Social Media und Hate Speech
 - K1.5 Vergangene Entwicklungen und Status Quo von Hate Speech
 - K1.6 Gesellschaftliche Auswirkungen
- K2 Hate Speech in Medienorganisationen
 - K2.1 Situation in Medienorganisationen
 - K2.2 Zugang zu Maßnahmen
 - K2.3 Ressourcen in Medienorganisationen
 - K2.3.1 Finanzielle Ressourcen
 - K2.3.2 Juristische Ressourcen
 - K2.3.3 Personelle Ressourcen
 - K2.3.4 Informelle Ressourcen
 - K2.4 Einfluss von Hate Speech auf redaktionelle Abläufe
 - K2.5 Interne Maßnahmen gegen Hate Speech
 - K2.5.1 Verhindernde Maßnahmen
 - K2.5.2 Barriere-Maßnahmen
 - K2.5.3 Bewältigungsmaßnahmen

- K3 Journalismus und Hate Speech
- K4 Strategien zu Hate Speech
 - K4.1 Präventive Strategien
 - K4.2 Reaktionelle Strategien
- K5 Betroffene von Hate Speech
 - K5.1 Direkt adressierte Betroffene
 - K5.2 Indirekt adressierte Betroffene
 - K5.3 Direkt unadressierte Betroffene
 - K5.4 Charakteristika
 - K5.5 Auslösende Handlungen von Betroffenen
 - K5.6 Persönliche Reaktionen auf Hate Speech
- K6 VerfasserInnen von Hate Speech

Jede Kategorie im Kategoriensystem wurde mit einer inhaltlichen und Anwendungsbeschreibung, sowie exemplarischen Ankerbeispielen definiert. Im sogenannten Codebuch sind alle Kategorien des Kategoriensystems mit Definition angeführt. (Kuckartz 2018, S. 39–40) Das vollständige Codebuch befindet sich im Anhang.

4.3.9 Erkenntnisse aus den Interviews

Die Darstellung der Erkenntnisse erfolgt entlang des Kategoriensystems. Die Subkategorien wurden für die Darstellung der Analyse an einigen Stellen thematisch neu geordnet und, wo es gewinnbringend erschien, zusammengefasst beschrieben. Die Aussagen über Hate Speech als Phänomen allgemein werden den ExpertInnen persönlich zugeordnet, da diese überwiegend die subjektiven Ansichten widerspiegeln, da es in den Medienorganisationen keinen Definitions katalog gibt. Die Beschreibungen über die Abläufe und Praktiken werden auf die Medienorganisationen bezogen, da diese das ExpertInnen-Wissen sind, welches oben definiert wurde.

4.3.9.1 Das Phänomen Hate Speech (K1)

4.3.9.1.1 Definitionen von Hate Speech (K1.1)

In der Interviewvorbereitung wurde bewusst auf eine Definition von Hate Speech als Vorgabe für die Befragten verzichtet. Es war auch Ziel herauszufinden, wie die Befragten den Begriff einordnen. Die Befragten haben in den Interviews das Phänomen Hate Speech in Verbindung mit Social Media gebracht.

„Ja, Sie es haben es eigentlich gar nicht nur auf Social Media bezogen - ich habe es automatisch auf Social Media bezogen. Interessant, dass man alles, was mit Hass zu tun hat, sofort auf Social Media bezieht.“
Transkript Waltraud Langer: Zeilen 160 - 162

Die TeilnehmerInnen beziehen sich in ihren Definitionen auch auf Hass als wesentlichen Bestandteil von Hate Speech und engen das Phänomen zum Teil auf heftige oder hasserfüllte Botschaften ein.

In den Interviews der Frauen finden sich weniger definitorische Aussagen als bei den Männern. Eine Teilnehmerin verweist bei ihrer Definition auf die Einschätzung der Zielperson, ob eine Botschaft als Hate Speech einzuordnen ist. Bei den definitorischen Aussagen der befragten Männer fällt auf, dass das Gesetz als Referenzpunkt für Hate Speech herangezogen wird. Sie versuchen Hate Speech an Tatbeständen festzumachen und sagen gleichzeitig, dass das Phänomen Hate Speech keine klaren Grenzen hat und nicht komplett von Tatbeständen erfasst wird.

„Die genaue Definition von Hate Speech ist unklar, es ist eine eher verwischte Geschichte. Ist das etwas, das gegen Rechtsnormen verstößt oder ist es etwas, das ethisch ein Problem ist, das Werte betrifft? Wird eine Person verunglimpft?“

Transkript Hannes Aigelsreiter: Zeilen 22 - 26

Ein Teilnehmer stellt in seinen Abwägungen, was Hate Speech ist, die Verbindung zum Begriff Fake News her. Fake News sei eine Herabwürdigung des Berufsstandes. Andere Begriffe bzw. Phänomene, die im Zusammenhang mit Hate Speech genannt wurden, sind Shitstorm, Stalking und Mobbing. Der Begriff „Mobbing“ wurde an einer Stelle sinngemäß als Teil von Hate Speech verwendet, während ein anderer Teilnehmer den Begriff als Vorstufe von Hate Speech verwendet.

„Also das war jetzt wirklich so - weiß nicht ob das den Tatbestand der Hate Speech erfüllen würde - aber zumindest es war wirklich übles Mobbing einer Schülerin - was macht man da?“

Transkript Thomas Seifert: Zeilen 706 - 708

Alle, aber insbesondere die Männer, hadern bei der Kategorisierung eines Vorfalls als Hate Speech. Die TeilnehmerInnen verwenden in diesen Fällen Formulierungen und Adjektive, die Ereignisse bildhaft eher „unter“ der Grenze zu Hate Speech ansiedeln.

4.3.9.1.2 Social Media und Hate Speech (K1.4)

Das Verhältnis von Social Media und dem Phänomen Hate Speech wird von den InterviewpartnerInnen differenziert gesehen.

Bei den kommunikativen Möglichkeiten durch Social Media erwähnen zwei Befragte, dass kritisches Feedback nicht neu sei, aber durch Social Media habe es eine neue Dynamik erhalten. Eine andere Befragte bringt diese neue Dynamik mit folgender Beschreibung auf den Punkt:

„Innerhalb von 40 Minuten, kannst du ja österreichweit in einem Shitstorm stehen - das ist halt dank Twitter und Facebook leider so.“

Transkript Heidi Huber: Zeilen 580 - 582

Eine weitere Teilnehmerin beschreibt das kollektive Handeln bei Hate Speech bzw. Shitstorms als „Meuteverhalten“. Mehrere Befragte äußern den Eindruck, viele Leute handeln auf Social Media im Glauben, dass im Internet ein rechtsfreier Raum besteht. In mehreren Interviews wird Social Media als Hauptkanal für Hate Speech genannt.

Eine Befragte betont, dass die Nachrichten und Kommentare auf Social Media nicht die Realität abbilden und lediglich einen kleinen Teil der österreichischen Wahlbeteiligten repräsentieren. Die Befragten berichten von unterschiedlichen Haltungen der Kommentatoren auf den verschiedenen Social Media-Plattformen. Auf Facebook sind die Leute konservativer als beispielsweise auf Twitter oder Instagram. Instagram hätte auch weniger mit verbalen Attacken zu kämpfen.

Ein weiterer Aspekt, dem sich die Befragten widmen, ist die Verantwortung von Social Media-BetreiberInnen in Bezug auf die Bekämpfung von Hate Speech. Ein Befragter bekrittelt, dass Social Media-Plattformen nach amerikanischen Werten ausgerichtet sind. Die Meinungsfreiheit stehe um jeden Preis an oberster Stelle, aber in anderen Belangen agieren die BetreiberInnen aus europäischer Sicht mehr als konservativ. Mit dieser Grundhaltung versuchen sich die Social Media-Unternehmen aus der Verantwortung zu ziehen. Sie sehen sich als BereitstellerInnen von Plattformen, aber für die Inhalte sind sie nicht zuständig. Weiters verortet er ein Problem in der Gesprächskultur mancher Social Media-Plattformen und gleichzeitig sieht er eine Chance das Phänomen Hate Speech einzudämmen.

Eine Befragte führt Frankreich als Vorbild in Bezug auf Handhabe der Internetunternehmen an. Durch neue Gesetze können Beschwerden gegen Internetunternehmen beim französischen Fernsehrat eingebracht werden. Sie hält es für wichtig, dass sich Internetunternehmen ihrer Verantwortung nicht mehr entziehen können. Ein anderer Befragter nimmt wahr, dass der österreichische Gesetzgeber in Bezug auf Internetunternehmen ebenfalls aktiv wird.

4.3.9.1.3 Gesellschaftliche Ebene: Ursachen und Auswirkungen (K1.2 & K 1.6)

Es werden wenige Ursachen auf der gesellschaftlichen Ebene genannt.

Ein angesprochener Faktor ist die Grundhaltung, Negatives kund zu tun und Positives für selbstverständlich zu halten. Ein Teilnehmer verortet einen nicht greifbaren, Hate Speech-fördernden Einfluss in der österreichischen Kultur.

Mehrere TeilnehmerInnen sehen Hate Speech und deren Ausmaß als Zeichen, dass in der Gesellschaft (noch) das Bewusstsein fehlt, welche (negativen) Auswirkungen Social Media haben können. Diese Erklärung vermittelt den Eindruck, die VerfasserInnen von Hate Speech wüssten nicht, was sie tun.

Mehrere TeilnehmerInnen äußern den Eindruck, dass der aktuelle Zeitgeist in der österreichischen Politik ebenfalls Hate Speech-fördernd wirke und die Instrumentalisierung von Hate Speech wurde nicht ausgeschlossen.

Bei den gesellschaftlichen Auswirkungen gibt es deutlich negativ und neutral bis positiv zu bewertende Entwicklungen.

Die negative Auswirkung von Hate Speech ist das Verstummen. Eine Befragte berichtet ihre Sorge, dass sich Betroffene von Hate Speech, überwiegend Frauen, sich aus der Öffentlichkeit zurückziehen.

Die zweite Entwicklung aufgrund von Hate Speech ist die Chance auf mehr Bewusstsein in der Gesellschaft. Mehrere InterviewpartnerInnen hoffen auf gesteigertes Bewusstsein in der Gesellschaft und setzen sich in ihrer Arbeit für mehr Bewusstsein von Hate Speech in allen Formen und Abstufungen ein. Ein Befragter erklärt, dass auch Medien gezielt Bewusstsein für andere Kulturen entwickeln müssen.

4.3.9.1.4 Entwicklungen und Status Quo von Hate Speech (K 1.3 &1.5)

Über die Entwicklungen und die aktuellen Ausmaße von Hate Speech ergibt sich bei den Befragten ein eher heterogenes Bild.

Mehrere Befragte orientieren sich in etwa am Zeitraum der Flüchtlingskrise, wo Hate Speech sehr präsent war. Eine Befragte vermutet, dass ein kürzlich zuvor erschienener Artikel zwei Jahre früher, um ein Vielfaches mehr an negativen Kommentaren erhalten hätte.

Die aktuellen Einschätzungen der Befragten reichen von einem konstant sehr hohen Level bis hin zur Spitze des Eisbergs und zu einer Verbesserung in der jüngsten Vergangenheit.

„Wir sind wahrscheinlich bei der Spitze des Eisbergs, da tut sich sicher noch viel. Es ist immer die Frage, wie sehr sich soziale Medien entwickeln - und vor allem welche.“

Transkript Hannes Aigelsreiter: Zeilen 196 - 200

Die Mechanismen des Phänomens haben sich im Lauf der Zeit verändert, es kommt laut einigen Befragten weniger oft, aber intensiver und aggressiver vor. Andere berichten von allgemeinen Besserungen:

„Tendenziell wird es gemäßigter und etwas gesitteter, sagen mir die KollegInnen. Der Umgangston ist besser geworden. Das liegt vermutlich auch daran, dass einige Hater hohe Strafen bekommen haben. [...] und das hat einen erzieherischen Wert.“

Transkript Dieter Bornemann: Zeilen 291 - 298

Bei den Einschätzungen für die Zukunft gibt es unterschiedliche Haltungen. Einerseits geht aus den Interviews hervor, dass in der Rechtsprechung in Zukunft mehr auf Hate Speech als Phänomen eingegangen werden sollte. Andererseits kommen auch die mahnenden Stimmen, dass man insbesondere als JournalistIn vorsichtig sein sollte, mit Forderungen nach Einschränkungen der Meinungs(äußerungs)freiheit.

Ein Befragter zieht den Vergleich zur Online-Piraterie in der Anfangszeit des Internets und den folgenden Entwicklungen in der Film- und Musikindustrie. Legale Alternativen und strafrechtliche Verfolgung haben das Interesse am illegalen Musik-Download deutlich reduziert. Er geht davon aus, dass die Social Media-BetreiberInnen auch aus ökonomischen Interessen versuchen werden, Herr über das Phänomen Hate Speech zu werden.

4.3.9.2 Hate Speech in Medienorganisationen (K2)

Die ExpertInnen werden in diesem Kapitel nicht mehr als befragte Einzelpersonen, sondern als RepräsentantInnen ihrer Medienorganisationen gesehen.

4.3.9.2.1 Situation in Medienorganisationen (K2.1)

Durch die Aussagen über die allgemeine Situation von Hate Speech in den Medienorganisationen ergibt sich ein breit gefächerter Katalog an Variablen.

Der Umfang von Hate Speech in den Medienorganisationen wurde geschätzt und dies überwiegend als gering. Ein Sonderfall ist der Falter. Beim Falter gibt es gegen einzelne RedakteurlInnen immer wieder Hate Speech und Shitstorms. Mehrere der interviewten ExpertInnen gestehen allerdings ein, dass möglicherweise nicht jeder Fall von Hate Speech an sie herangetragen wird. Die Praxis, wie mit Hate Speech oder Kritik allgemein in der Redaktion umgegangen wird, unterscheidet sich bei den einzelnen Medien. Es gibt die Extrempositionen, wo einerseits der Chefredakteur dafür sorgt, dass die JournalistInnen nicht belästigt werden, und andererseits Medien, wo die JournalistInnen formell auf sich allein gestellt sind.

Die Medien unterscheiden sich stark in ihren Positionsstrategien der JournalistInnen. Während in einem Medium JournalistInnen stark nach außen treten, ist es in einem anderen Medium eine bewusste Strategie, dass die JournalistInnen sich persönlich und ihre Meinung aus der Öffentlichkeit zurückhalten. In diesem Kontinuum finden sich die Medienorganisationen an unterschiedlichen Stellen. Beim ORF sind besonders die FernsehmoderatorInnen als Aushängeschilder des Mediums von Hate Speech gefährdet. Bei anderen Medien, wo die JournalistInnen nicht im Vordergrund stehen, kann es passieren, dass das Medium als Ganzes angegriffen wird, etwa mit dem Fake News-Vorwurf.

Die Medienorganisationen unterscheiden sich auch in den Kontaktmöglichkeiten des Publikums. Die Bandbreite reicht von eigenen Websites mit oder ohne Foren oder Kommentarfunktion, über diverse Auftritte auf verschiedenen Social Media-Services bis hin zu umfangreichen Kundenservice-Kontaktmöglichkeiten. Die Vielfalt zeigt sich auch in der Frequentierung der aufgezählten Kanäle bei den verschiedenen Medienorganisationen. Der ORF hat über diverse Kanäle in etwa 1 Million Kundenkontakte pro Jahr.

In einigen der Medienorganisationen gibt es Regelungen zur Beantwortung von RezipientInnenanfragen. Bei den Salzburger Nachrichten etwa bekommt jede/r LeserIn eine Antwort, die Gestaltung der Antwort obliegt den JournalistInnen. Beim ORF sind die Kundenkontakte über eigene Strukturen geregelt.

„Wir haben mit dem ORF-Kundendienst schon eine sehr lange Tradition mit unserem Publikum in Kontakt zu stehen. Der telefonische Kundendienst war immer schon eine Anlaufstelle für alle, die mit dem Programm unzufrieden waren. So gesehen ist der Rückkanal zum Publikum keine Neuerung, die durch das Internet eingeführt wurde, sondern wir hatten das schon lange vorher.“

Transkript Dieter Bornemann: Zeilen 164 - 169

Die Thematisierung von Hate Speech spannt sich von Nicht-Thematisierung über informelle Absprachen bis hin zu regelmäßigen Klausuren. In den Redaktionen liegt der Hauptanteil der Kommunikation über Hate Speech im informellen Bereich. In mehreren Redaktionen schreitet in besonderen Einzelfällen von Hate Speech die Chefredaktion ein, auch wenn die JournalistInnen üblicherweise selbst für Antworten zuständig sind. Auf der formellen Ebene wird eher präventiv gegen Hate Speech gesprochen, indem die Aufbereitung von Inhalten oder die Wortwahl diskutiert wird.

In den Medienorganisationen ist es auch Thema, wie sich die JournalistInnen auf Social Media präsentieren. Die Diskussionen in den Redaktionen darüber mündeten in verschiedene Resultate: klare Vorgaben, wann ein Profil als privat oder beruflich gilt; halb-formelle Kontrollen, wie privat behandelte Themen mit dem Medium vereinbar sind; ein leitendes Credo; der informelle Wunsch der Chefredaktion, dass man beim Social Media-Verhalten bedenkt, dass man das Medium repräsentiert. In einigen Redaktionen ist die Diskussion ohne konkrete Ergebnisse im Sand verlaufen.

Die ExpertInnen verneinten in den Interviews die Frage, ob ihre Medienorganisation sich mit anderen Medienorganisationen oder NGOs austauscht, um JournalistInnen vor Hate Speech zu schützen. Sie vernetzen sich zum allgemeinen Austausch mit anderen JournalistInnen oder Medien, und Hate Speech kann dabei ein Thema sein. NGOs werden für Recherchen zur Berichterstattung kontaktiert.

Bemerkenswert ist, dass nur in einem Gespräch explizit die gesetzlich-verpflichtende Evaluation psychischer Belastungen am Arbeitsplatz erwähnt wurde. Für den Personalverantwortlichen ist diese Evaluation selbstredend präsent, da sie

in seinem Verantwortungsbereich liegt, und dieser auch für ein weiteres untersuchtes Medium gilt, wo auf diese Evaluation nicht eingegangen wurde. Hate Speech sei bei dieser Evaluation der psychischen Belastungen aber noch nicht genannt worden.

„Aber Hate Speech als psychische Belastung ist mir bis jetzt noch nicht genannt worden, hier werden eher Raumverhältnisse in der Redaktion angeführt.“

Transkript Thomas Remes: Zeilen 510 – 512

In einem zweiten Interview wurde von der Evaluation psychischer Belastungen ohne Bezug auf den verpflichtenden Charakter gesprochen. Es liegt die Vermutung nahe, dass es in anderen Medienorganisationen diese verpflichtende Evaluation psychischer Belastungen gibt. Da aber dort erstens von anderen Belastungen berichtet wird und zweitens die interviewten ExpertInnen nicht unmittelbar mit der Evaluation betraut sind, bringen die ExpertInnen Hate Speech nicht mit dieser Evaluation in Verbindung.

4.3.9.2.2 Einfluss von Hate Speech auf redaktionelle Abläufe (K2.4)

Hate Speech oder die Wahrscheinlichkeit für bestimmte Inhalte Hate Speech zu bekommen, wirkt sich auf verschiedene Arten in den Medienorganisationen aus.

Bei besonders kritischen Geschichten achten die Redaktionen akribisch auf die Gestaltung und Formulierungen von Beiträgen, und die Chefredaktion involviert sich in den Gestaltungsprozess.

„Ich geh dann auch in den Schneideraum und schau mir das an. Einfach, damit es von mir abgenommen ist. Die Kolleginnen und Kollegen wissen, dass ich damit direkt die Verantwortung übernehme. Niemand kann dann sagen, ‚ich habe das nicht gewusst‘. Ich schaue mir solche Sachen bewusst an, wenn ich weiß: Da wird es jetzt haarig.“

Transkript Waltraud Langer: Zeilen 284 - 289

Die Sachlichkeit verhindert aber nicht, dass aufgrund des Themas Hate Speech gegen die JournalistInnen gerichtet wird. Die JournalistInnen hegen dazu eine bestimmte Erwartungshaltung, die unter „Journalismus und Hate Speech“ weiter besprochen wird.

Bei der Programmgestaltung gibt es verschiedene Aspekte in Bezug auf Hate Speech. Der Erste ist, dass Hate Speech als Phänomen thematisiert wird. Der Anstoß dazu kann außerhalb oder innerhalb der Medienorganisation liegen. Die Ziele dieser

thematischen Beiträge sind, das Publikum über Hate Speech und seine Folgen aufzuklären, Bewusstsein für Hate Speech und Achtsamkeit zu fördern. Diese Beiträge versuchen auf gesellschaftlicher Ebene dem Phänomen Hate Speech zu begegnen. Wenn konkrete Vorfälle die Vorlage sind, achten die Medienorganisationen besonders darauf, die Angriffe nicht neu zu entfachen und moderieren verstärkt ihre Kanäle.

Auf kurzfristigere Wirkungen setzt die zweite Art von Einflüssen auf die Programmgestaltung an. Während einer länger andauernden Hate Speech-Attacke oder eines Shitstorms gegen Angehörige der Redaktion oder gegen die Medienorganisation können Folgebeiträge über Hintergründe der Recherchen und Berichterstattung des ursprünglichen Beitrags veröffentlicht werden. Die Darlegung der Hintergründe soll Klarheit über die Umstände schaffen und Vorwürfe und Anschuldigungen entkräften.

Bei der dritten Art von Einflüssen auf die Programmgestaltung sind sich die ExpertInnen einig, dass er nicht auftreten darf. Hate Speech oder eine hohe Eintrittswahrscheinlichkeit darf sich in keine Richtung auf die Themenwahl auswirken, weder abschwächend noch fördernd.

„Es darf in keine Richtung einen Justament-Standpunkt geben. Also dass - weil etwas angefeindet wird - erst recht darüber berichtet wird. Sondern da muss es eine genaue Grenze geben: Ist es journalistisch vertretbar? Ist es relevant? Interessiert es unser Publikum? Und wann steige ich wieder auf ein anderes Thema um? Anfeindungen dürfen kein Beweggrund sein, eine Berichterstattung entweder einzustellen oder - umgekehrt - überproportional zu berichten. Das ist genauso falsch. Der Mittelweg ist gefragt. Die journalistische Glaubwürdigkeit definiert sich nur über die Frage: Ist das noch ein Thema? Oder ist es kein Thema mehr?“

Transkript Hannes Aigelsreiter: Zeilen 441 - 449

Personelle Entscheidungen, wer welche Themen bearbeitet, werden bewusst gefällt, um kurzzeitig Druck rauszunehmen, aber immer in Absprache mit den betroffenen JournalistInnen. Die Veröffentlichung von kritischen Beiträgen unter dem Redaktionskürzel wird bei den Maßnahmen und dem Verhältnis von Journalismus und Hate Speech besprochen.

4.3.9.2.3 Ressourcen in Medienorganisationen (K2.3)

Die Ressourcen in den Medienorganisationen lassen sich grob in vier Kategorien unterteilen: finanzielle, juristische, personelle (formal) und informelle Ressourcen.

Finanzielle Ressourcen (K2.3.1)

Bei den finanziellen Ressourcen geht es überwiegend um die Bereitschaft der Medienorganisation, finanzielles Risiko auf sich zu nehmen. Im Zusammenhang mit juristischen Schritten, wo die Medienorganisationen für die einzelnen JournalistInnen tätig werden, sehen die ExpertInnen auch klar das finanzielle Risiko bei den Medienorganisationen.

Die ExpertInnen sind allesamt zuversichtlich, dass die Finanzierung von psychologischer oder anderweitiger Betreuung für JournalistInnen in Folge von Hate Speech, bei Bedarf von den Medienorganisationen übernommen würde.

In den letzten Jahren – besonders nach dem Angriff auf Charlie Hebdo – haben die Medienorganisationen die Sicherheitsmaßnahmen zum Schutz der Redaktionen verschärft.

Juristische Ressourcen (K2.3.2)

Die Medienorganisationen haben Zugang zu juristischem Fachwissen. In einigen Medienorganisation gibt es interne juristische Strukturen, bei anderen gibt es extern eine zuständige Anwaltskanzlei oder beides. Die JuristInnen der Medienorganisationen stehen auf jeden Fall für medienrechtliche Überprüfungen vor der Veröffentlichung von Beiträgen zur Verfügung.

Die JuristInnen der Medienorganisationen sind nach Einschätzungen der ExpertInnen auch im Fall von rechtlichen Schritten aufgrund von Hate Speech gegen JournalistInnen zuständig, allerdings ist hier die Abwägung relevant, ob der Auslöser in Verbindung mit der Anstellung bei der Medienorganisation steht. Private journalistische Handlungen bei anderen Medien wird zumindest von einem Experten als Privatrisiko gesehen.

Ein Interview hat einen besonders tiefen Einblick in die rechtlichen Strukturen der „Presse“ gegeben, da der Personalleiter selbst dem juristischen Gefüge in der Medienorganisation angehört. Bei der „Presse“ gibt es in der Redaktion mehrere

Juristen, die auch journalistische Führungspositionen innehaben. Zusätzlich gibt es im Konzern, dem die „Presse“ angehört, eine Rechtsabteilung mit mehreren Personen und weitere zwei Anwaltskanzleien, die hinzugezogen werden können. Die redaktionsinternen JuristInnen sind erste AnsprechpartnerInnen für JournalistInnen, wenn Angriffe in Form von rechtlichen Schritten gegen sie getägtigt werden.

Personelle Ressourcen (K2.3.3)

In Bezug auf den Umgang mit Hate Speech sind viele personelle Ressourcen im Social Media- oder Community-Management gebunden, meist in Form von fixen Teams, die ausschließlich für diesen Bereich zuständig sind. Bei extremen Ereignissen, wie einem Shitstorm, halten diese Teams Rücksprache mit CheflInnen vom Dienst oder der Chefredaktion.

Für den Umgang mit Hate Speech wird mit Ausnahme des ORF in den Medienorganisationen kaum auf Schulungen gesetzt. Das Schulungsangebot des ORF ist breit gefächert und es werden ExpertInnen auf dem Gebiet, wie zum Beispiel Ingrid Brodnig, zu Vorträgen eingeladen. In den anderen Medienorganisationen erfolgen Einschulungen eher beim Berufseinstieg von den Vorgesetzten und dies nicht spezifisch auf Hate Speech bezogen. In Salzburg lädt der Vorgesetzte der JournalistInnengewerkschaft regelmäßig zu Vorträgen mit JuristInnen, die über rechtliche Möglichkeiten in Bezug auf Hate Speech aufklären.

Beim Umgang mit Hate Speech sind die Chefredaktion oder die Herausgebenden als erfahrene Ansprechpersonen für die JournalistInnen relevant. Je nach Praxis in den Medienorganisationen (weiter oben beschrieben), wer die Kritik gegen JournalistInnen oder über Beiträge bekommt, steigt oder fällt der Stellenwert der Chefredaktion im Umgang mit Hate Speech. In einer Medienorganisation, wo der Chefredakteur sämtliche negativen Äußerungen gegen die unterstellten RedakteurlInnen abfängt, hat er eine unumstrittene Schlüsselposition. In anderen Medienorganisationen, wo die JournalistInnen direkt mit Hate Speech konfrontiert werden, ist die Chefredaktion eher in beratender Funktion. Chefredaktion und Herausgebende treffen meist Entscheidungen über rechtliche Schritte oder besondere Maßnahmen, wenn die übliche Vorgehensweise nicht zielführend ist.

Die ExpertInnen erwähnen verschiedene weitere AkteurInnen in den Medienorganisationen, die in verschiedensten Weisen JournalistInnen und anderen Betroffenen von Hate Speech im Umgang damit unterstützen können. In den Medienorganisationen gibt es auch die Möglichkeit mit BetriebsärztInnen zu sprechen, vereinzelt sind sie Anlaufstelle für weiterführende Maßnahmen wie Coachings oder Supervision. Das Sicherheitspersonal in den Medienorganisationen kann bei ernstzunehmenden Drohungen einschreiten und Sicherheitsmaßnahmen verstärken. BetriebsrätlInnen sind allgemein Anlaufstelle für Angestellte. Die Personalentwicklung/Human Resources-Abteilung kann auch Anlaufstelle für Betroffene sein, wie die Organisation der „Presse“ zeigt.

Die juristischen Ansprechpersonen wurden im vorangehenden Kapitel näher besprochen.

Informelle Ressourcen (K2.3.4)

Die informelle Kommunikation über Hate Speech und den Umgang damit, bildet die breite Basis in den Medienorganisationen.

Die JournalistInnen tauschen sich mit KollegInnen innerhalb und außerhalb der eigenen Redaktion aus. Die Erfahrungen im Umgang mit Hate Speech werden auch über Hierarchiestufen hinweg informell geteilt. Die unmittelbaren KollegInnen stehen als Ansprechperson am nächsten.

„Ja, aber ich glaube das Wichtigste ist der direkte Austausch mit den Kollegen, die dieselbe Arbeit machen. Da kann man dann sagen: ‚Puh, mir geht das wirklich nahe‘ oder ‚kannst du jetzt bitte übernehmen, ich kann nicht mehr‘.“

Transkript Dieter Bornemann: Zeilen 326 - 329

KollegInnen, wo bekannt ist, dass sie bereits mit Hate Speech zu tun hatten, werden gezielt angesprochen und um Rat oder Unterstützung gebeten. Ein Experte, der selbst von Hate Speech betroffen war, hat seine erfolgreiche Strategie im Umgang mit Hate Speech mit KollegInnen geteilt, die ebenfalls bereits Zielperson von Hate Speech geworden waren.

4.3.9.2.4 Interne Maßnahmen gegen Hate Speech (K2.5)

Die Maßnahmen in den Medienorganisationen gegen Hate Speech können grob in drei Gruppen eingeteilt werden: verhindernde, Barriere- und Bewältigungsmaßnahmen. Es kann vorkommen, dass Maßnahmen mehrere Funktionen erfüllen.

Verhindernde Maßnahmen (K2.5.1)

Bei den verhindernden Maßnahmen sind die Regelungen zum Social Media-Gebrauch der RedakteurInnen einzuordnen. Diese Regelungen umfassen eine strikte Vorgabe zur Trennung von privatem und beruflichem Gebrauch oder welche Inhalte und Handlungen auf Social Media aus professioneller Sicht untragbar sind. Die Meinungen, welche Handlungen aus professioneller Sicht untragbar sind, gehen dabei innerhalb von Redaktionen und zwischen den Medienorganisationen durchaus auseinander.

Eine weitere Variante solcher Social Media-Regelungen ist die Vergemeinschaftung von privaten Online-Auftritten neuer MitarbeiterInnen mit den Inhalten des Mediums. Hierbei wird darauf geachtet, ob die Themenaufbereitung mit der Blattlinie des Mediums vereinbar ist, welche Inhalte der RedakteurIn persönlich wichtig sind und welche besser im Medium platziert werden.

Bereits in einer vorangehenden Kategorie wurde erwähnt, dass die JournalistInnen in den Medienorganisationen unterschiedlich stark in den Vordergrund treten. Die bewusste Zurückhaltung der Persönlichkeiten kann als Maßnahme gegen Hate Speech gewertet werden, da die Angriffsfläche minimiert wird.

Eine ähnliche Maßnahme, die in den verschiedenen Medien unterschiedliche Anwendung und Wirksamkeit findet, ist die Veröffentlichung unter dem Redaktionskürzel, also der Name der zuständigen JournalistInnen wird in diesem Fall nicht veröffentlicht. Bei kleinen Medien, wo es zugeteilte Themenbereiche gibt, kann die Wirksamkeit gering sein, da es aufgrund des Themas für regelmäßige LeserInnen klar sein kann, wer der oder die zuständige RedakteurIn ist. Diese Variante wird bei kritischen Geschichten aber gleichzeitig ungern angewandt, da den JournalistInnen so das Prestige in der Öffentlichkeit entgeht.

Der allgemeinen Thematisierung von Hate Speech im Medium und dem Aufzeigen von Folgen für VerfasserInnen und Betroffene von Hate Speech, kann ebenfalls eine verhindernde Funktion zugesprochen werden.

Eine weitere verhindernde Maßnahme von Hate Speech ist die Überprüfung auf Sachlichkeit vor der Veröffentlichung von kritischen Inhalten. Diese Beiträge werden einer besonderen Kontrolle bezüglich journalistischer Prinzipien unterzogen. Die Kontrolle auf medienrechtliche Anforderungen ist auch üblich.

„Das ist tatsächlich ein Schutzschild gegenüber sogenannten ‚bösen‘ Menschen - dass wir versuchen, wirklich hochqualitativen Journalismus zu machen, der wahrhaftig ist, der glaubwürdig ist und der stimmt.“

Transkript Hannes Aigelsreiter: Zeilen 266 - 269

Eine Maßnahme mit überwiegend verhinderndem Charakter sind Community-Regeln in Foren oder auf Social Media-Auftritten. Die Community-Regeln sind Regelwerke, an die sich NutzerInnen halten müssen und wenn sie es nicht tun, werden die Beiträge von den ModeratorInnen gelöscht oder die NutzerInnen auf dieser Seite blockiert. Die Community-Regeln sind die Richtschnur, nach welcher die Social Media-Teams arbeiten.

Barriere-Maßnahmen (K2.5.2)

Das Community-Management kann als Barriere-Maßnahme von Hate Speech gesehen werden. Die adressierten oder zuständigen JournalistInnen werden durch die Moderation von Hate Speech ferngehalten. Die Community-Regeln geben dem Community-Team vor, welche Inhalte toleriert werden und welche nicht. Wie mit nicht tolerierbaren Inhalten umgegangen wird, liegt entweder im Ermessen der MitarbeiterInnen oder es gibt interne Vorgaben, welche Arten von Inhalten nicht öffentlich sichtbar geschaltet oder gelöscht werden, und wann NutzerInnen verwarnzt oder blockiert werden. In manchen Medienorganisationen überwacht das Social Media-Team auch, was auf anderen Seiten über die Medienorganisation oder JournalistInnen verbreitet wird, und versucht auch dort einzugreifen. Dies kann unter Rücksprache mit den Betroffenen und den Rechtsabteilungen zu juristischen Schritten führen. Das Community-Management kann als festgelegtes Team oder als Rolle, die mit dem Dienstplan durch die Redaktion wandert, angelegt sein. Die Organisation orientiert sich dabei an der Größe der Medienorganisation, der Redaktion und der Reichweite der Online-Auftritte des Mediums.

Auf Social Media und Webseiten setzen die Medienorganisationen Filtermechanismen ein, die Kommentare anhand bestimmter Wörter oder Formulierungen für eine Überprüfung durch das Community-Management zurückhalten oder ganz aussortieren. Die Gestaltung der Filtermechanismen und Community-Regeln sind eng verknüpft mit dem Leitsatz und der Haltung der Redaktionen. Die Filter und das Community-Management sorgen dafür, dass sich das Medium und die Qualitätsstandards, die es vertritt, auf den Online-Auftritten widerspiegeln.

Eine weitere Barriere zwischen JournalistInnen und Hate Speech ist die Positionierung der Chefredaktion als Schutzschild der JournalistInnen nach außen. Die aktive Abschirmung der JournalistInnen vor negativen Einflüssen sind gleichzeitig einzelne Handlungen und eine allgemeine Grundhaltung und Strategie der Redaktion. Diese Form der Barriere tritt weniger im Online-Bereich auf, sondern eher bei nicht-öffentlichen Kommunikationskanälen, wo kein Social Media-Team zuständig ist.

In den Medienorganisationen gibt es zum Teil hohe Sicherheitsstandards am Eingang, die, wie weiter oben erwähnt, nach dem Angriff auf Charlie Hebdo weiter ausgebaut wurden. Bei begründeten Drohungen gegen die Medienorganisation oder einzelne JournalistInnen können diese Vorkehrungen weiter verschärft werden. In diesem Fall haben die erhöhten Sicherheitsmaßnahmen zusätzlich bewältigenden Charakter für die Betroffenen.

Bewältigungsmaßnahmen (K2.5.3)

Eine der naheliegendsten Bewältigungsmaßnahmen ist der Versuch, auf die VerfasserInnen durch Antworten auf die Botschaften oder Konfrontation mit den Botschaften einzuwirken. Auf Social Media-Auftritten geschieht dies meist im Namen der Redaktion, wo die Antworten in Zusammenarbeit von RedakteurInnen und Community-Management verfasst werden. Wenn die Menge an negativen Nachrichten zu groß wird, kann die Antwort in Form eines Folgebeitrags als Gegenreaktion auf einen Hate Speech-Angriff oder einer Stellungnahme der Redaktion erfolgen. Ein Folgebeitrag fasst die geäußerte Kritik auf, legt die Recherchen und Umstände dar und kann eine kritische Reflexion über das eigene Handeln beinhalten. Die journalistische Aufarbeitung von Hate Speech kann zur Bewältigung auch allgemein gehalten sein. Ein solcher Beitrag kann über das Phänomen Hate Speech aufklären,

warum es gegen bestimmte Werte in der Gesellschaft verstößt, ethisch bedenklich ist oder rechtlich relevant ist.

Wenn die Intensität eines Hate Speech-Angriffs gewisse Ausmaße erreicht, ist die Involvierung der Chefredaktion oder HerausgeberInnen nötig. Sie entscheiden, ob eine eben erläuterte journalistische Aufarbeitung erfolgt oder ob juristische Unterstützung hinzugezogen wird. Rechtliche Schritte, wie Klagen und außergerichtliche Einigungen, können den Betroffenen bei der Bewältigung eines Hate Speech-Angriffs helfen. Rechtliche Schritte haben zusätzlich einen erzieherischen Effekt, der in Zukunft präventiv gegen Hate Speech wirkt.

Für Betroffene spielt der informelle Austausch mit KollegInnen eine wesentliche Rolle in der Verarbeitung von Hate Speech. Andere Hilfsangebote zur Verarbeitung von Hate Speech sind in den Medienorganisationen über diverse Stellen, wie Personalentwicklung, Vorgesetzte, BetriebsrätelInnen oder BetriebsärztInnen zugänglich. Die Bandbreite der Hilfsangebote ist in den verschiedenen Medienorganisationen unterschiedlich ausgeprägt: Im besten Fall vielfältig von Coachings über Schulungen bis hin zur professionellen psychologischen Betreuung. In anderen Medienorganisationen beschränkt sich die psychologische Unterstützung auf den Beistand der KollegInnen, vorausgesetzt in der Medienorganisation herrscht eine entsprechende Gesprächskultur zum Thema Hate Speech.

Es gibt auch Maßnahmen, die auf die Verarbeitung und den Umgang mit Hate Speech abzielen, die aber bereits vor einem Vorfall getroffen werden. Hierzu zählen freiwillige Vorträge von ExpertInnen oder Schulungen. Beim ORF gibt es beispielsweise verpflichtende Schulungen zum Thema Hate Speech und den Umgang damit für alle MitarbeiterInnen des Kundendiensts.

In einigen Medienorganisationen gibt es auch die Möglichkeit einer Supervision für alle, die sich aufgrund ihrer Arbeit psychisch belastet fühlen. Wie sehr diese in Anspruch genommen wird, ist nicht bekannt. Bei der „Wienerin“ haben sich die RedakteurlInnen zugunsten von mehr personeller Unterstützung gegen eine Supervision ausgesprochen.

„Die Kolleginnen haben gesagt, ‚Wenn wir Ressourcen haben, und wir wissen nicht, wohin damit, dann hätten wir lieber Unterstützung in der Redaktion, aber nicht für eine Supervision, die ja nur alle heiligen Zeiten einmal vorkommt‘.“

Transkript Barbara Haas: Zeilen 282 - 284

In besonderen Fällen besteht die Möglichkeit nach einer Hate Speech-Attacke in Krankenstand zu gehen oder ein Sabbatical in Anspruch zu nehmen.

Eine Aufarbeitung von Hate Speech kann auch auf Ebene der Medienorganisation geschehen. Der ORF veröffentlicht regelmäßig wissenschaftliche Texte zu verschiedenen Themen, auch zu Hate Speech.

4.3.9.2.5 Zugang zu Maßnahmen (K2.2)

Bereits bei den Maßnahmen wurde der Zugang zu Maßnahmen nebensächlich thematisiert. Bei der Analyse der Interviews zeigt sich ein sehr differenziertes Bild.

Es gibt Medienorganisationen mit einem großen Angebot verschiedener Maßnahmen, die zum Teil freiwillig und zum Teil verpflichtend sind. Es gibt mehrere zur Verschwiegenheit verpflichtete Anlaufstellen, um Zugang zu Maßnahmen zu bekommen. In anderen Medienorganisationen, wo über Hate Speech kaum bis gar nicht gesprochen wird, gibt es auch kaum Hilfsangebote und es ist unklar, wer eine mögliche Ansprechperson wäre. Es gibt auch eine Mischform, wo viel über Hate Speech gesprochen wird und trotzdem kein breitgefächertes Hilfsangebot besteht, zwischen den Zeilen liest sich eine ökonomische Begründung heraus. Verpflichtende Angebote sind eher beim Eintritt in die Medienorganisation angesiedelt. Erfahrene JournalistInnen werden weniger zur Teilnahme an Schulungen, Vorträgen, etc. verpflichtet.

Die redaktionsinterne Gesprächskultur zum Phänomen Hate Speech bestimmt auch den informellen Austausch, der ein wesentliches Kernelement bei der Bewältigung ist. Einige ExpertInnen beschreiben den gezielten Austausch mit KollegInnen, die bereits Erfahrungen im Umgang mit Hate Speech haben, während andere allgemein KollegInnen, welche die gleichen Aufgaben haben, als wichtige Bezugsperson sehen. Es gibt auch ExpertInnen, die davon berichten, dass gar nicht offen über Hate Speech geredet wird, sondern nur mit anderen Betroffenen.

Der Zugang bzw. die Hemmschwelle juristische Ressourcen in Anspruch zu nehmen, unterscheidet sich in den Medienorganisationen. Wenn die JuristInnen in der

Medienorganisation oder sogar in der Redaktion sitzen, scheint die Hemmschwelle, juristischen Rat einzuholen, niedriger als wenn zuständige JuristInnen von extern hinzugezogen werden. Die Konsultation von externen JuristInnen scheint mehr offiziellen Charakter zu haben.

Der Personalverantwortliche der „Presse“ verweist bei der gesetzlich-verpflichtenden Evaluation psychischer Arbeitsbelastungen auf den Umstand, dass Probleme langläufig geäußert werden, aber bei der gezielten Erhebung die Teilnahme gering ausfällt.

„Aber das sage ich als Personalchef auch mit einer gewissen Bitterkeit, denn Leute beschweren sich im Alltag über Sachen am Arbeitsplatz. Wir treiben dann schon ein wenig Aufwand, um die psychischen Belastungen zu evaluieren, schaffen ein Forum, wo die Mitarbeiter sich äußern können, und dann kommt nur ein Bruchteil der Belegschaft zum Termin.“

Transkript Thomas Remes: Zeilen 505 - 508

4.3.9.3 Journalismus und Hate Speech (K3)

Das Verhältnis zwischen Journalismus und Hate Speech muss von verschiedenen Perspektiven betrachtet werden, um es zu verstehen.

Die Erste ist Hate Speech als Auswüchse von Kritik an JournalistInnen und ihren Arbeitsweisen zu sehen. Kritik am Journalismus ist kein neues Phänomen. Die meisten Medienorganisationen versuchen entsprechend ihrer Leitsätze durch journalistische Sorgfalt und durch die Einhaltung weiterer journalistischer Qualitätskriterien, die Angriffsfläche für KritikerInnen zu minimieren, und gleichzeitig berechtigte Kritik des Publikums zur Reflexion zu nutzen.

JournalistInnen müssen Kritik bis zu einem gewissen Grad akzeptieren. Wo diese Grenze liegt, ist von Person zu Person unterschiedlich und steht auch in Zusammenhang mit der Art der Berichterstattung der JournalistInnen. Provokierende JournalistInnen müssen demnach mehr Kritik wegstecken und es besteht eine gewisse Erwartungshaltung, dass negative Reaktionen kommen müssen.

„Also ich habe hier niemanden im Kopf, der quasi einen Shitstorm generiert hat wegen einem Artikel und dann so am Boden war, dass er nicht mehr arbeiten konnte, und keiner hat sich um ihn gekümmert oder so. Sonder, das ist einfach Business as usual - also das ist normal. Also es ist eigentlich nicht normal, aber man kann damit.. wir können damit umgehen.“

Transkript Elisabeth Kiss-Horvath: Zeilen 342 - 346

Dass Kritik bis hin zu Hate Speech von JournalistInnen abgetan wird, erklärt sich auch mit der Haltung, dass JournalistInnen durchaus harte Kritik an anderen üben und daher auch an ihnen harte Kritik geübt wird.

„Eine gewisse Kritik muss man auch aushalten. Wir berichten auch über Andere - und die müssen es auch aushalten. Umgekehrt müssen wir ebenfalls Kritik einstecken. Dass diese aber ganz untergriffigst gewesen wäre, könnte ich mich in letzter Zeit nicht erinnern.“

Transkript Waltraud Langer: Zeilen 117 - 121

Die ExpertInnen nehmen Hate Speech teilweise als vernachlässigbares Problem im journalistischen Beruf wahr. Andere Faktoren wie Arbeitszeiten, Stress und unsunde Lebensstile wären größere Belastungen.

Warum eine der vermutlich wirkungsvollsten Maßnahmen gegen personenbezogene Hate Speech, die Veröffentlichung von Beiträgen ohne Namensnennung, also im Namen der Redaktion allgemein, von JournalistInnen wenig angewandt wird, hat auch mit dem Prestige zu tun. Besonders heikle Geschichten, bei denen die JournalistInnen bereits Hate Speech-Angriffe erwarten, sind jene Geschichten, die den JournalistInnen Prestige und Ansehen in der Gesellschaft bringen.

Besonders bei jungen JournalistInnen und Frauen besteht die Gefahr, dass sie sich von Hate Speech beeinflussen oder einschüchtern lassen. Erfahrene JournalistInnen sind in der Hinsicht schon abgehärtet. JournalistInnen sind nicht nur verbalen Attacken ausgesetzt. Es wird auch mit anderen Mitteln wie Klagen versucht sie zu beeinflussen. Generell scheint in den ExpertInnen-Interviews durch, dass JournalistInnen weniger nach Hilfe suchen und eher selbstverantwortlich potenzielle Lösungen erarbeiten.

„Viel mehr soziale Unterstützungen usw., um auch den Leuten zu helfen, wie kannst du mit Problemen umgehen - das ist bei uns relativ unerentwickelt, glaube ich. Weil die Branche einfach nicht so tickt.“

Transkript Thomas Seifert: Zeilen 290 - 292

JournalistInnen fordern aufgrund von Hate Speech keine Einschränkungen in der freien Meinungsäußerung ein, da solche auch missbräuchlich in anderen Bereichen verwendet werden könnten, am Ende gegen sie und ihre Arbeitsweisen. Solche Einschränkungen würden zudem den Austausch mit dem Publikum regulieren, der von beiden Seiten gewünscht wird.

Die Medienorganisationen sind für Online-Auftritte und die Kultur, die dort herrscht, verantwortlich. Grundsätzlich achten die Medienorganisationen darauf, dass sich die Haltung des Mediums mit seinen Leitsätzen auch in den Online-Auftritten widerspiegelt. Indem sie auf die Gesprächskultur achten und Botschaften mit Community-Teams moderieren, halten sie auch Hate Speech von ihren JournalistInnen fern. JournalistInnen ohne einer Medienorganisation im Hintergrund haben diese Strukturen nicht.

„Wenn ich alleine als Journalistin schreibe, irgendwo, wo es überhaupt keine Unterstützung gibt - das ist natürlich viel ärger.“

Transkript Waltraud Langer: Zeilen 139 - 141

Im Verhältnis von Hate Speech und Journalismus gibt es auch noch den Fake News-Vorwurf. Hierbei werden etablierte Medien, die nach journalistischen Normen arbeiten, in Frage gestellt. Der Berufstand der JournalistInnen wird angegriffen. Der Fake News-Vorwurf geht von Gruppen aus, die mit der Berichterstattung nicht einverstanden sind, da sie nicht die Ideologie oder politische Position der Gruppe widerspiegelt.

4.3.9.4 Strategien zu Hate Speech (K4)

4.3.9.4.1 Präventive Strategien (K4.1)

Bei den präventiven Strategien der Medienorganisationen lässt sich die Vorgehensweise, dass JournalistInnen sich persönlich in ihrer Berichterstattung zurückhalten, einordnen. Die Angriffsfläche für persönliche Angriffe wird reduziert, wenn die Aufbereitung der Themen auf eine starke Präsenz der JournalistInnen verzichtet. Diese Strategie reicht auch in den privaten Bereich, wenn es in den Medienorganisationen Vorgaben zum Verhalten der JournalistInnen auf Social Media gibt. Community-Regeln reihen sich an dieser Stelle ein, da sie potenzielle VerfasserInnen von Hate Speech abhalten können. Diese Regeln werden mit verschiedenen Maßnahmen durchgesetzt: Filtermechanismen, Löschen von Postings oder Blockieren von NutzerInnen. Besonders das Blockieren von auffälligen NutzerInnen kann als kurzfristig wirkende Präventionsmaßnahme gesehen werden.

Eine weitere präventive Strategie auf Ebene der Medienorganisation ist das Anstreben von professioneller Exzellenz im Alltag. Der Maßstab der Berichterstattung ist Qualität, nicht Reichweite. Die Einhaltung der angestrebten Qualität wird durch

laufende fachliche und rechtliche Prüfungen sichergestellt. Als Ergänzung wird ein professionelles Fehlermanagement mit Reflexion, die auch öffentlich kommuniziert wird, betrieben.

In der Art, wie Themen aufbereitet sind, können JournalistInnen extreme Reaktionen hervorrufen oder eben nicht. Die aufklärerische Thematisierung von Hate Speech in Beiträgen kann präventiv wirken. Klagen gegen VerfasserInnen von Hate Speech wirken langfristig präventiv. Wenn sich herumspricht, dass Medienorganisationen oder JournalistInnen gegen VerfasserInnen von Hate Speech Klagen einreichen, hat das einen general-präventiven Effekt.

Bei einzelnen JournalistInnen ist eine präventive Strategie, den Namen unter einem Artikel nicht zu nennen, sondern im Namen der Redaktion oder unter einem Kürzel zu publizieren.

4.3.9.4.2 Reaktionelle Strategien (K4.2)

Das Community-Management ist mit den unmittelbaren Reaktionen der Medienorganisationen auf Hate Speech auf den Online-Auftritten betraut. Diese Teams sind dafür verantwortlich, dass JournalistInnen nicht selbst moderieren müssen. Die konkreten Reaktionen auf Hate Speech oder andere Nachrichten, die gegen die Community-Richtlinien verstößen, sind teilweise durch interne Vorgaben geregelt. Die Reaktionen auf unerwünschte Nachrichten reichen von Ignorieren oder Hinweisen auf die geltenden Community-Regeln über Verstecken bis hin zu Löschen der Nachrichten auf den Online-Auftritten. Einzelne Antworten und den Dialog mit den VerfasserInnen suchen, ist für die Medienorganisationen oft nicht zielführend, da die VerfasserInnen wenig Interesse an sachlichem Austausch oder Aufklärung haben. Folgeartikel über die Umstände der Berichterstattung und andere journalistische Aufarbeitung scheinen aus Sicht der Medienorganisationen und JournalistInnen mehr bei den VerfasserInnen zu bewirken, um Hate Speech-Attacken abzukürzen.

Auf Hate Speech über andere Kanäle, wie E-Mails oder persönliche Social Media-Auftritte, reagiert man in den Medienorganisationen mit sachlichen Darstellungen, wenn es um konkrete Beiträge geht, oder je nach Ermessen der JournalistInnen mit Ignoranz gegenüber der oder dem VerfasserIn von Hate Speech. Neben dem Social Media-Management sind die Chefredaktionen, Vorgesetzten und JuristInnen

weitere involvierte AkteurlInnen in der Reaktion auf Hate Speech. Rechtliche Schritte werden als extreme Reaktion angesehen, die in besonderen Fällen zum Einsatz kommt.

Die Reaktionen auf Hate Speech und Shitstorms sind immer im Kontext des spezifischen Falls zu entscheiden, auch wenn es Vorgaben gibt. Die Reaktionen auf Hate Speech in den Medienorganisationen abseits der Öffentlichkeit bestehen aus einem Pool an Maßnahmen zur Bewältigung von Hate Speech, wie etwa Supervision, Verstärkung von Sicherheitsmaßnahmen oder informeller Austausch unter KollegInnen.

4.3.9.5 K5 Betroffene von Hate Speech

Während der ExpertInnen-Interviews wurde immer wieder auf einzelne Betroffene von Hate Speech oder gefährdete Gruppen Bezug genommen. Die Aussagen wurden in diesem Kapitel knapp zusammengefasst.

4.3.9.5.1 Direkt adressierte Betroffene (K5.1), Indirekt adressierte Betroffene (K5.2)

& Direkt unadressierte Betroffene (K5.3)

Bei den Betroffenen wurden in den Interviews drei Gruppen unterschieden. Direkt adressierte Betroffene sind jene, die EmpfängerIn und Zielperson von Hate Speech sind. In dieser Gruppe finden sich JournalistInnen, die in der Öffentlichkeit stehen. In der Öffentlichkeit stehen kann bedeuten, dass man als FernsehmoderatorIn arbeitet, kritische Beiträge unter Namensnennung veröffentlicht oder in der Öffentlichkeit eine klare, teilweise provozierende Meinung vertritt.

Die zweite Gruppe, indirekt adressierte Betroffene, sind jene, die Zielpersonen von Hate Speech sind, die Botschaft wird aber nicht direkt an die Person gerichtet, etwa wenn in Foren Hate Speech über Prominente oder PolitikerInnen verbreitet wird. In diese Gruppe fällt auch Hate Speech gegen JournalistInnen, wenn es in dritten Medien veröffentlicht wird.

Die dritte Gruppe sind jene Betroffene, die EmpfängerIn von Hate Speech sind, aber nicht die Zielperson. In dieser dritten Gruppe von Betroffenen befinden sich Mitglieder von Community-Teams oder Vorgesetzte, die nicht selbst adressiert werden, aber direkt in Kontakt mit Hate Speech kommen. Diese Gruppe ist professionell in

den Umgang mit Hate Speech in den Medienorganisationen eingebunden und hat in einigen Medienorganisationen Zugang zu Maßnahmen, welche die psychische Verarbeitung von Hate Speech unterstützen.

4.3.9.5.2 Charakteristika (K5.4), Auslösende Handlungen von Betroffenen (K5.5) & Persönliche Reaktionen auf Hate Speech (K5.6)

Die Charakterisierungen der betroffenen JournalistInnen und Beschreibungen persönlicher Vorgehensweisen werden nun kurz dargestellt.

Bei den Charakteristika der JournalistInnen, die von Hate Speech-Angriffen betroffen sind, finden sich das öffentliche Auftreten mit der eigenen Meinung und eine provozierende oder kritisierende Arbeitsweise. Besonders Frauen sind von Hate Speech gefährdet und betroffen. Einige Betroffene, die regelmäßig Hate Speech bekommen, haben in den Augen der ExpertInnen die Eigenschaft, dass sie sich verbal angemessen zur Wehr setzen können.

Neben den eben genannten Charakteristika, die im Zusammenhang mit Hate Speech-Angriffen stehen, lassen sich einige Angriffe auf die Berichterstattung bestimmter Themen zurückführen. Diese Beiträge handeln von gesellschaftskritischen Themen oder Informationen, die eine Gruppe besonders betrifft oder ihren Ansichten widerspricht.

Die persönlichen Reaktionen von Betroffenen sind ähnlich wie die Strategien der Medienorganisationen. Die Einschätzung der Schwere eines Hate Speech-Angriffs und welche Reaktion darauf folgt, liegt beim Betroffenen allein. Eine mögliche Reaktion der Betroffenen ist das Ignorieren von Hate Speech. Wenn Betroffene auf Hate Speech antworten, kann dies als sachliche Klarstellung oder Kenntnisnahme geschehen, oder als Konfrontation der VerfasserInnen mit den verfassten Nachrichten. Die höchste Eskalationsstufe sind rechtliche Schritte. Wenn Hate Speech einen gewissen Grad überschreitet, holen sich Betroffene Hilfe in der Redaktion und bringen das Problem von der persönlichen Ebene auf die Ebene der Medienorganisation.

Es kann passieren, dass sich Betroffene nach einem oder mehreren Hate Speech-Angriffen aus der Öffentlichkeit zurückziehen. Der Rückzug kann dauerhaft oder

befristet in Form eines Sabbaticals oder Krankenstand sein. Junge JournalistInnen sorgen sich nach Angriffen manchmal um ihre Anstellung.

4.3.9.6 VerfasserInnen von Hate Speech (K6)

Über die VerfasserInnen von Hate Speech hatten die ExpertInnen konkrete Vorstellungen, die nachfolgend zusammengefasst sind.

Die ExpertInnen beschreiben verschiedene Typen von Hate Speech-VerfasserInnen.

Medien haben Stamm-NutzerInnen, die regelmäßig negative Botschaften schicken, und NutzerInnen, die unzufrieden mit der Berichterstattung sind, und daraufhin Hate Speech verfassen.

Eine weitere Gruppe von VerfasserInnen von Hate Speech stört sich an der politischen Ausrichtung von Beiträgen oder Medien. Sie agieren teilweise als organisierte Gruppen, die gezielt Hate Speech gegen jene, die ihrer politischen oder ideologischen Ausrichtung widersprechen, verbreiten.

Eine weitere ist die thematisch betroffene Gruppe. VerfasserInnen aus dieser Gruppe fühlen sich durch Beiträge falsch oder zu wenig dargestellt. Ein Beispiel aus dieser Gruppe sind LandwirtInnen in Bezug auf Berichterstattung über Pestizide.

Die Ziele der VerfasserInnen sind unterschiedlich. Einige wollen einfach negative Energie abladen, und andere wollen Aufmerksamkeit.

Manche VerfasserInnen von Hate Speech lassen sich im Dialog überzeugen, aber es gibt auch Personen, die keine Einsicht für ihr Verhalten zeigen. Die ExpertInnen berichten, dass manche VerfasserInnen selbst Probleme haben und Hate Speech als Ventil nutzen. Den VerfasserInnen von Hate Speech sind die rechtlichen Konsequenzen ihrer Botschaften und die Tragweite ihrer Handlungen im Internet oft nicht bewusst. Kommentare und Nachrichten werden gedankenlos gepostet ohne über Folgen für sich und andere nachzudenken.

Auf Facebook verorten die ExpertInnen eher konservative NutzerInnen.

5 Einordnung der Erkenntnisse in Media Governance

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Erkenntnisse aus den drei analysierten Themenbereichen systematisch dargestellt. Zu Beginn werden die wichtigsten Erkenntnisse über das Phänomen Hate Speech gegen JournalistInnen kurz zusammengefasst. Mit Hilfe des Media Governance-Ansatzes werden die Rahmenbedingungen von Hate Speech gegen JournalistInnen in die horizontale und vertikale Ausdehnung des Regulierungsschemas eingeordnet. Anhand der einzelnen Wirkungsebenen werden die jeweiligen Formen der Regulierung von Hate Speech gegen JournalistInnen besprochen. Bei der Ko-Regulierung werden jene Akteure genannt, die in dieser Arbeit behandelt wurden. Gerade im Bereich von NGOs und Projekten gibt es eine Vielzahl, die das Thema Hate Speech peripher behandeln und deren Behandlung den Rahmen dieser Arbeit bei Weitem übersteigen würde.

Für diese Analyse des Umgangs mit Hate Speech gegen JournalistInnen wird der Media Governance-Ansatz um die Wirkungsebenen der Organisation und des Individuums erweitert. Auf diesen Ebenen werden neben Regulierungsmechanismen auch Strategien und Maßnahmen zur Nachbereitung von Hate Speech gegen JournalistInnen besprochen.

5.1 Hate Speech gegen JournalistInnen

5.1.1 Definition

Die meisten Definitionen von Hate Speech und die dabei anwendbaren Gesetze gegen Diskriminierung beschränken Hate Speech auf Äußerungen, die von Hass, aufgrund festgelegter Charakteristika von Menschen, geleitet sind. (Council of Europe - Committee of Ministers 30.10.1997, S. 107; Knop 2017, S. 8; Latour et al. 2017, S. 31–32) Eine mögliche Ausweitung des Personenkreises, der von Hate Speech betroffen sein kann, wäre der Einbezug von Menschen, die sich für Betroffene von Hate Speech einsetzen und gesellschaftliche Normen hinterfragen. (Knop 2017, S. 8)

Für Hate Speech gegen JournalistInnen ist dies dahingehend relevant, da nach der strengen Definition anhand der festgelegten Charakteristika JournalistInnen berufsbedingt nicht zu den Betroffenen von Hate Speech gezählt werden. Hassgeleitete

Äußerungen gegen JournalistInnen können demnach nur dann als Hate Speech gelten, wenn sie auch eines der festgelegten Charakteristika aufweisen, und sich der Hass darauf begründet, nicht dem Beruf, obwohl JournalistInnen aufgrund ihres Berufs Hate Speech erhalten. (Preuß et al. 2017, S. 10)

JournalistInnen sind aktiv am demokratischen Diskurs beteiligt, kritisieren und kontrollieren den Staat, sie hinterfragen die gesellschaftlichen Normen. (Meier 2018, S. 16; Obermaier et al. 2018, S. 503–504) Weibliche JournalistInnen werden aufgrund ihres Geschlechts mit Hate Speech konfrontiert, da bereits die Ausführung ihrer journalistischen Rolle als Frau im öffentlichen Raum gesellschaftliche Normen herausfordert. Männliche JournalistInnen werden für die gesellschaftliche Kritik und das Hinterfragen von Normen mit hasserfüllten Äußerungen konfrontiert. (Article 19 2019a, S. 18–19; Europäische Union 2014, 98–106; van der Wilk 2018, 31-32) Dies kann je nach der zugrundeliegenden Definition ebenfalls als Hate Speech bezeichnet werden. ICCPR Art. 26 und ECHR Art. 14 bieten den Raum, Diskriminierung aufgrund politischer oder anderer Meinung zu verbieten. (European Court of Human Rights 04.11.1950, S. 13; United Nations - Office of the High Commissioner for Human Rights 23.03.1967)

Die Definitionen der ExpertInnen unterscheiden sich von den beschriebenen Definitionen. Hate Speech sind ihren Aussagen nach, heftige und hasserfüllte Botschaften und die Einordnung als Hate Speech wird den Betroffenen aufgrund der individuellen Wahrnehmung zugewiesen. Die ExpertInnen begreifen Hate Speech als Phänomen mit Social Media-Bezug. Die männlichen ExpertInnen nehmen Gesetze und Tatbestände als Referenzpunkte für die Definition von Hate Speech, obwohl sie anmerken, dass Hate Speech nicht komplett von Tatbeständen erfasst wird und keine festgelegten Grenzen hat. Dieser Argumentation wird auch von Sponholz (2018a, S. 41–43) verfolgt. Verwandte Phänomene oder Teile von Hate Speech sind der Fake News-Vorwurf gegen JournalistInnen und Medienorganisationen, Shitstorms, Stalking und Mobbing. Sie alle erzeugen negative Öffentlichkeit, die zur Schädigung von Zielpersonen instrumentalisiert werden kann, denn bereits ein Vorfall von Hate Speech kann bei den Betroffenen Schaden anrichten. (Obermaier et al. 2018, S. 517; Preuß et al. 2017, S. 4; Thimm 2017, S. 56; Überall 2016, S. 11–13)

5.1.2 Hate Speech gegen JournalistInnen in Medienorganisationen

In der thematischen Aufarbeitung von Hate Speech konnte dargelegt werden, dass Frauen mehr von Hate Speech betroffen sind als Männer. Zudem sind Frauen in bestimmten Berufsgruppen, die im öffentlichen Raum der Gesellschaft agieren, von Hate Speech gefährdet, da sie an der traditionellen Geschlechterordnung der Gesellschaft rütteln. Das Alter spielt dabei eine Rolle: junge Frauen sind mehr von Hate Speech gefährdet als ältere. (Article 19 2019a, S. 18–20; Forschungszentrum Menschenrechte der Universität Wien und WEISSER RING Verbrechensopferhilfe 2018, S. 49–57; Hagen 2016, S. 17–19; McQuail 2010, S. 123; Pew Research Center 2014, 2-9; van der Wilk 2018, 31-32)

Aus dem dargelegten Forschungsstand geht hervor, dass Journalistinnen nicht nur mehr, sondern auch anders von Hate Speech betroffen sind. Zudem wurde belegt, dass Hate Speech gegen Frauen sich auf das Aussehen bezieht, und diese am Telefon belästigt werden, während männliche JournalistInnen mehr mit physischer Gewalt und deren Androhung konfrontiert sind. Die Reaktionen der Betroffenen von Hate Speech unterscheiden sich auch nach dem Geschlecht: Journalisten kümmern sich weniger um Hate Speech, und Frauen empfinden intensive Beschimpfungen als drastisch. (Article 19 2019a, S. 18–19; Thimm 2017, S. 54; Trionfi und Luque 2019, S. 5; Vogt 2017, 6-7)

Die Motive von Hate Speech gegen JournalistInnen können in eine allgemeine Einschüchterung der Betroffenen und in ungezielte Angriffe, welche die Betroffenen verletzen sollen, unterteilt werden. (Newman et al. 2016, S. 48–49) Aus den ExpertInnen-Interviews geht hervor, dass in den Medienorganisationen die Meinung besteht, dass Hate Speech auch aus Unwissenheit über die Rechtslage im Online-Bereich, über die Funktionsweise von Social Media und über die Wirkung von Hate Speech auf die Betroffenen verfasst wird. Weitere genannte Ursachen für Hate Speech gegen JournalistInnen auf der gesellschaftlichen Ebene sind der aktuelle Zeitgeist der österreichischen Politik, und fehlendes Bewusstsein gegenüber eigenem Handeln in Bezug auf Hate Speech.

Die Medienorganisationen nutzen verschiedene Kanäle, wie Social Media und eigene Websites mit oder ohne Foren, um mit ihrem Publikum in Kontakt zu treten. Social Media kann Medienorganisationen als kollektives Monitoring-Tool des

Publikums, zu mehr Accountability verhelfen. (Fengler 2012, S. 184–187) Dieses kollektive Handeln beschreiben die ExpertInnen auch bei den Mechanismen von Hate Speech gegen JournalistInnen. Früher einzeln auftretende Negativität gegenüber JournalistInnen, erhält durch die Kollektivität auf Social Media-Plattformen eine neue Durchschlagskraft, die aber keineswegs die Meinung der Gesellschaft abbilden muss.

In den Medienorganisationen herrscht die Meinung, dass JournalistInnen Negativität bis zu einem gewissen Grad – je nach eigener Arbeitsweise - aushalten müssen, und berechtigte Kritik nutzen sollen. Bei Preuß et al. (2017, S. 7) gibt ein Viertel der JournalistInnen an, dass Hate Speech zum journalistischen Alltag gehört.

Eine negative Auswirkung von Hate Speech gegen JournalistInnen ist – entsprechend dem Motiv der Einschüchterung – das sogenannte „Silencing“. Betroffene ändern aufgrund der Konfrontation mit Hate Speech ihr Verhalten oder ziehen sich aus der Öffentlichkeit zurück. (Sponholz 2018b, S. 121; Thimm 2017, S. 52) Für den Journalismus heißt dies, JournalistInnen berichten nicht länger über bestimmte Themen oder sie ziehen sich aus dem Beruf zurück und ihre Sichtweisen sind nicht länger Teil der öffentlichen Diskussion. (OSCE - The Representative on Freedom of the Media)

In den Medienorganisationen ist man sich einig, dass Hate Speech nicht dazu führen darf, dass Themen nicht mehr berichtet werden oder dass bestimmte Personen nicht mehr über bestimmte Themen berichten. Personelle Umschichtungen können nur für eine kurzweilige Deeskalation in Betracht gezogen werden.

Der Status von Hate Speech gegen JournalistInnen wird von den ExpertInnen durchaus hoch, aber in unterschiedlichen Stadien eingeschätzt: konstant hoch, die Spitze des Eisbergs oder jüngst sogar Verbesserung. Über die Intensität von Hate Speech gegen JournalistInnen sind sich die ExpertInnen demnach nicht einig, denn einige berichten, die Vorfälle kommen weniger oft, aber aggressiver und intensiver vor, während andere von Verbesserungen im Umgangston berichten. Das Auftreten von Hate Speech gegen JournalistInnen wird in den Medienorganisationen mit einer Ausnahme als gering angegeben, wobei die ExpertInnen gleichzeitig eingestehen, dass es sein kann, dass nicht alle Fälle zu ihnen durchdringen. Zu ähnlich verwirrenden Ergebnissen kommen Preuß et al. (2017, S. 7): In einer Umfrage gaben zwei

Drittel der befragten JournalistInnen an, dass hasserfüllte Nachrichten im vorangehenden Jahr zugenommen haben, gleichzeitig geben 27,1 % an, dass die hasserfüllten Nachrichten gegen die eigene Person zugenommen haben und mehr als die Hälfte gaben an, dass die Nachrichten gegen die eigene Person nicht zugenommen haben.

Hate Speech gegen JournalistInnen wird in den Medienorganisationen unterschiedlich thematisiert. Die Formen der Thematisierung sind teilweise formell, teilweise informell oder gar nicht vorhanden. Hate Speech gegen JournalistInnen wird dort nur bedingt als Problem angesehen und dies ist auch aus anderen Studien bekannt. (Article 19 2019a, S. 20–21; Trionfi und Luque 2019, S. 11–16) Es scheint zudem, dass Hate Speech in den Medienorganisationen nicht als arbeitsbedingte psychische Belastung wahrgenommen wird und nicht mit deren gesetzlich verpflichtender Evaluation in Verbindung gebracht wird, die von einem Experten explizit und einem weiteren nebenbei erwähnt wurde. Es erhärtet sich der Verdacht, dass JournalistInnen weniger Hilfe suchen und eher selbstverantwortlich Lösungen erarbeiten, da sie nicht gewohnt sind, in der Opfer-Rolle zu sein. (Hagen 2016, S. 19)

In der Bekämpfung von Hate Speech wird den Social Media-BetreiberInnen jene Verantwortung zugesprochen, die sie mit ihrem Selbstverständnis als vermittelnde Plattformen weitestgehend ablehnen. (Latour et al. 2017, S. 49–51; Marlin-Bennett und Thornton 2012, S. 499; Meier 2018, S. 129) Für die Zukunft stimmen die ExpertInnen überein, dass es eine Form von Regulierung von Hate Speech geben wird. Der Regulierung von Hate Speech durch Social Media-BetreiberInnen und/oder die Gesetzgeber stehen sie aber kritisch gegenüber. Eine Einschränkung der Meinungsäußerungsfreiheit, um Hate Speech zu bekämpfen, könnte sich gleichzeitig negativ auf die Pressefreiheit auswirken. Der Council of Europe grieß dieser Angst bereits 1997 vor, und verweist in seinen Empfehlungen zu Hate Speech explizit auf die Sonderstellung des Journalismus. (Council of Europe - Commitee of Ministers 30.10.1997, S. 107–108)

Die ExpertInnen sehen die Konfrontation mit dem Phänomen Hate Speech zum Teil als Chance, das Bewusstsein der Medienorganisationen und ihrer internen Abläufe für nicht-europäische Kulturen zu erweitern.

5.1.3 Primär Beteiligte von Hate Speech gegen JournalistInnen

5.1.3.1 Betroffene von Hate Speech gegen JournalistInnen

Die Betroffenen von Hate Speech gegen JournalistInnen, die in den Interviews erwähnt wurden, können in zwei Gruppen unterteilt werden: die JournalistInnen, die Ziel von Hate Speech sind, und jene Personen, die mit Hate Speech gegen JournalistInnen im beruflichen Alltag in Kontakt kommen, aber nicht selbst Ziel davon sind. Dies sind beispielsweise Vorgesetzte der JournalistInnen, MitarbeiterInnen des Social Media-Managements oder des Kundenservice.

Betroffenen JournalistInnen schreiben die ExpertInnen eine starke Präsenz in der Öffentlichkeit zu, durch öffentliche Positionierung zu stark diskutierten Themen oder kritische Berichterstattung unter Nennung des eigenen Namens. In den Augen der ExpertInnen sind Frauen von Hate Speech besonders gefährdet und betroffen. (Thimm 2017, S. 54; Trionfi und Luque 2019, S. 5; Überall 2016, S. 11–13; Vogt 2017, 6-7)

Betroffene JournalistInnen stehen unter starkem Druck. Einerseits ist Hate Speech eine arbeitsbedingte Belastung, die schwerwiegende Folgen haben kann, wie im Forschungsstand dargelegt wurde, andererseits herrscht im Berufsstand die Einstellung, dass JournalistInnen Probleme aufdecken und kritisieren, aber nicht selbst um Hilfe bitten. Hinzu kommt noch der Gruppendruck unter JournalistInnen und vorherrschende Normen im Beruf. (Arbeitsinspektion 2018b; Hagen 2016, S. 19; Kaltenthaler und Luef 2018, S. 5; Kepplinger 2011, S. 198; Lohmann und Seethaler 2016, S. 4)

5.1.3.2 VerfasserInnen

Die VerfasserInnen von Hate Speech gegen JournalistInnen können laut den ExpertInnen-Interviews in drei Gruppen geteilt werden: NutzerInnen, die regelmäßig negative Botschaften verbreiten oder mit der Berichterstattung unzufrieden sind, politisch oder ideologisch motivierte Personen und thematisch betroffene Personen. Dies findet sich ähnlich bei Newman et al. (2016, S. 48–49) Ihre Motive reichen vom Abladen negativer Energie bis hin zur schlichten Erregung von Aufmerksamkeit, daher sind Dialoge nicht immer zielführend. Den VerfasserInnen fehlt oft das

Bewusstsein für die Konsequenzen und Tragweite ihrer Taten im Internet, ebenfalls ein bekanntes Problem. (Donges und Puppis 2019, S. 82; Solmecke 2016, S. 133–134)

5.2 Regulierung von Hate Speech gegen JournalistInnen

Die Regulierungen einer höheren Ebene gelten für alle darunterliegenden Ebenen, und werden daher nicht wiederholt angeführt.

5.2.1 Global

5.2.1.1 Staatliche Regulierung

Auf der globalen Ebene erfolgt eine Regulierung durch rechtlich bindende Verträge. Ein Problem der globalen und europäischen Regulierung durch internationale Regierungsorganisationen, ist die Gerichtsbarkeit. Der Zuständigkeitsbereich von Rechtsprechung ist national organisiert und die nationale Umsetzung der völkerrechtlichen Verträge ist sehr unterschiedlich. (Donges und Puppis 2019, S. 82; McQuail 2010, S. 233–237; Obar und Wildman 2015, S. 747–748; Sarikakis 2015, S. 149–151)

Hate Speech wird durch die Universal Declaration of Human Rights des UN Human Rights Councils reguliert. Die relevanten Menschenrechte in Bezug auf Hate Speech gegen JournalistInnen sind die Meinungsäußerungsfreiheit und die Meinungsfreiheit, sowie die Freiheit der Presse und das Recht auf Schutz der Würde eines Menschen. Der HRC weist 2018 auf die Gefahr des Internets für JournalistInnen hin. (United Nations - Human Rights Council 2018, S. 3–5)

Der International Covenant on Civil and Political Rights (ICCPR) ist ein völkerrechtlicher Vertrag, der die Einhaltung der Menschenrechte für Staaten verbindlich macht. In Artikel 26 ICCPR ist geregelt, dass Menschen unter anderem nicht aufgrund politischer oder anderer Meinung diskriminiert werden dürfen. (United Nations - Office of the High Commissioner for Human Rights 23.03.1967)

5.2.1.2 Ko-Regulierung

Die vorgestellten Akteure der Ko-Regulierung auf globaler Ebene sind in dieser Arbeit die NGOs Article 19, Amnesty International und das International Press

Institute. Sie nehmen maßgeblich an der öffentlichen Diskussion zu Hate Speech gegen JournalistInnen teil und erarbeiten Empfehlungen für Staaten, Social Media-BetreiberInnen und Medienorganisationen auf Basis der Menschenrechte. (Article 19 2019a, S. 22–28; Dhrodia 2017; Trionfi und Luque 2019; Vogt 2017)

Article 19 spricht als NGO Empfehlung an Staaten, Social Media-BetreiberInnen und Medienorganisationen aus und gab Studien zu Hate Speech gegen JournalistInnen in Auftrag. Article 19 fordert in Österreich gesetzliche Änderungen, eine detaillierte Dokumentation von Hate Speech gegen JournalistInnen und eine Selbstregulierung der Social Media-BetreiberInnen. (Article 19, S. 41–64; Article 19 2018, S. 46–47; Article 19 2019a, S. 22–28)

Amnesty International hat sich in einer Studie mit den Online Erfahrungen von Frauen auseinandergesetzt und dokumentiert die Verhaltensänderung von Frauen im Online-Bereich, nach Hate Speech-Attacken. (Dhrodia 2017)

Die Studie des IPI untersuchte Hate Speech gegen JournalistInnen mit dem Ergebnis, dass Frauen mehr von Hate Speech betroffen sind als ihre Kollegen. (Vogt 2017, 6-7)

5.2.1.3 Selbstregulierung

Die grundlegende Regulierung des Internets erfolgt durch die Gestaltung der technischen Infrastruktur, da diese den Zugang beeinflusst, die Möglichkeiten der Programmierung bestimmt und die vorherrschenden Verhaltensregeln festlegt. (Puppis 2010a, S. 261–266; Schmidt 2017, S. 125; Wassmer 2015, S. 46)

Social Media-BetreiberInnen versuchen Hate Speech selbst zu regulieren, indem sie mit der Problemlösung bei Einzelfällen auf den Social Media-Plattformen ansetzen. Diese Herangehensweise ist aus wissenschaftlicher Sicht wenig zielführend, da es sich bei Hate Speech um ein kollektives Problem der Gesellschaft handelt. Um Hate Speech zu bekämpfen, müssen Verhaltensänderungen bei den NutzerInnen herbeigeführt werden. (Knop 2017, S. 9; Krotz 2017, S. 21–23; Latour et al. 2017, S. 42; Mueller 2015, S. 809; Puppis 2010a, S. 269–270; Thimm 2017, S. 58)

Die Accountability von Internetunternehmen ist auf globaler Ebene noch nicht gegeben. (McQuail 2003, S. 312–313)

Ohne Zutun der Social Media-BetreiberInnen können NutzerInnen auch selbst formelle oder informelle Verhaltensregeln auf den Plattformen etablieren und Verstöße entsprechend sanktionieren. (Marlin-Bennett und Thornton 2012, S. 495)

5.2.2 Europäisch

5.2.2.1 Staatliche Regulierung

Auf der europäischen Ebene sorgt der European Court for Human Rights für die Einhaltung der European Convention on Human Rights (ECHR), die sich aus der Universal Declaration of Human Rights ableitet. In der ECHR wird die Meinungsäußerungsfreiheit geschützt und mögliche Einschränkungen davon definiert. Auch in der ECHR wird Diskriminierung verboten, und dies aufgrund aller Gründe der IC-CPR und zusätzlich aufgrund einer Verbindung zu einer Minderheit. (European Court of Human Rights 04.11.1950; European Court of Human Rights - ECHR 2019)

5.2.2.2 Ko-Regulierung

Auf der europäischen Ebene gibt es mehrere Akteure in der Ko-Regulierung von Hate Speech. Der Council of Europe und die OSCE werden hier zugeordnet, da sie Empfehlungen aussprechen, aber diese keinen verbindlichen Charakter haben. Weitere nicht-staatliche Akteure der Ko-Regulierung auf europäischer Ebene sind das Projekt Media against Hate und das No Hate Speech Movement. Der „Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech“ ist eine Ko-Regulierung, die von der Europäischen Kommission und Internetunternehmen ausgehandelt wurde. (Council of Europe - Committee of Ministers 30.10.1997, S. 107; Council of Europe Youth Department; European Commission 2019; Media against Hate 2016; OSCE - The Representative on Freedom of the Media 2016, 6-7)

Der Council of Europe spricht gegenüber seinen Mitgliedsstaaten Empfehlungen für die gesetzliche Bekämpfung von Hate Speech aus. Die Europäische Union führte 2014 die Studie „Violence against Women“ durch und weist darauf hin, dass besonders junge Frauen von sexueller Belästigung im Online-Bereich gefährdet sind. Der Council of Europe pocht auf eine ganzheitliche Implementierung von Hate Speech im Zivil-, Straf- und Verwaltungsrecht unter Berücksichtigung der Menschenrechte und der Freiheit der Journalismus. (Council of Europe - Committee of Ministers

30.10.1997, S. 107; Europäische Union 2014, 98–106; Latour et al. 2017, S. 91–159; van der Wilk 2018, 31–32)

Das No Hate Speech Movement spricht sich als Initiative der Jugendabteilung des Council of Europe gegen Hate Speech aus und setzt sich für weniger Akzeptanz gegenüber Hate Speech in der Gesellschaft ein. In einer der vielen Publikationen bewirbt das No Hate Speech Movement notwendige Änderungen in der Gesellschaft, die Hate Speech nachhaltig bekämpfen und klärt über Konter-Narrative auf, die Betroffene oder ZeugInnen Hate Speech entgegensemzen können. (Council of Europe Youth Department; Latour et al. 2017, S. 91–159)

Der OSCE-Abgeordnete zur Freiheit der Medien hat 2016 Empfehlungen an Staaten, Medienorganisationen und Social Media-BetreiberInnen zur Bekämpfung von Hate Speech gegen JournalistInnen ausgesprochen. Angriffe auf JournalistInnen und insbesondere gegen Frauen, sollen als Angriff auf die Meinungsäußerungsfreiheit und die Freiheit der Medien interpretiert werden. Eine Empfehlung der OSCE ist die Dokumentation von Online-Angriffen. Die Medienorganisationen sollen einheitliche und branchenweite Richtlinien für Online-Angriffe entwickeln, sowie branchenweit psychischen und rechtlichen Beistand für JournalistInnen, und speziell für Frauen, bereitstellen. An Internetunternehmen empfiehlt die OSCE, dass sie offenlegen, wie die Sicherheit von NutzerInnen gewahrt werden kann. Internetunternehmen sollen Aufklärung zu Hate Speech forcieren, sowie Meldeoptionen einrichten und darüber informieren. Internetunternehmen sollen sich weiter gesellschaftlich gegen Hate Speech engagieren, sowie statistisch Beschimpfungen gegen JournalistInnen erfassen. (OSCE - The Representative on Freedom of the Media; OSCE - The Representative on Freedom of the Media 2016, 6–7)

Das Projekt Media against Hate spricht auf Basis von Länderanalysen, die gemeinsam mit Article 19 durchgeführt wurden, ebenfalls Empfehlungen an Staaten aus. In Österreich werden gesetzliche Änderungen gefordert. Das österreichische Recht soll für Betroffene klarer gestaltet werden und den internationalen Menschenrechtsstandards angepasst werden. Das Phänomen Hate Speech soll von offiziellen Stellen in der Öffentlichkeit als Problem thematisiert werden. (Article 19 2018, S. 46–47; Media against Hate 2016)

Die Accountability von Internetunternehmen wird auf europäischer Ebene bis zu einem gewissen Teil mit der Umsetzung des Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech erreicht. Dieser Vertrag zwischen der Europäischen Kommission und mehreren globalen Internetunternehmen reguliert die Beschwerdemechanismen der teilnehmenden Internetunternehmen. Beschwerden müssen innerhalb von 24 h bearbeitet werden, europäische und nationale Gesetze müssen berücksichtigt werden, illegale Inhalte müssen entfernt werden, Rückmeldungen an NutzerInnen müssen verbessert werden und die Mechanismen müssen transparenter gestaltet werden. (European Commission 2019; Article 19 2019c)

5.2.2.3 Selbstregulierung

Die öffentlich-rechtlichen Medienorganisationen in Europa haben sich zur European Broadcasting Union (EBU) zusammengeschlossen, auch der ORF ist vertreten. Dort werden aktuelle Probleme besprochen und Erfahrungen ausgetauscht. Hate Speech gegen JournalistInnen wird laut den ExpertInnen bei aktuellen Anlässen thematisiert, aber es ist kein Hauptthema. Dies entspricht der allgemeinen Tendenz im Journalismus, Hate Speech gegen JournalistInnen wenig zu thematisieren. (Preuß et al. 2017, S. 18)

5.2.3 National

5.2.3.1 Staatliche Regulierung

Auf nationaler Ebene gibt es eine Reihe an Tatbeständen im Strafgesetzbuch (StGB) und dem Verbotsgezetz bzw. Bundesverfassungsgesetz (BVG), die bei Hate Speech erfüllt sein können. Die Art der Delikte ist bei den einzelnen Tatbeständen unterschiedlich, denn sie sind als Offizialdelikte und Privatdelikte angelegt. Je nach Deliktart ist die Staatsanwaltschaft oder die Betroffenen für die Anklage und das Risiko verantwortlich. (oesterreich.gv.at-Redaktion 2018)

In Österreich gibt es laut dem BVG eine gesetzliche Fürsorgepflicht des Arbeitgebers, da Angestellte sich in den Einflussbereich des Arbeitgebers begeben. Im ArbeitnehmerInnenschutzgesetz (ASchG) wird die gesetzliche Fürsorgepflicht konkretisiert. Angestellte JournalistInnen stehen im Einflussbereich der Medienorganisationen, welche laut ASchG dazu verpflichtet sind, für die physische und psychische Gesundheit und deren Schutz zu sorgen. (Marhold und Friedrich 2012, S. 238) Der

ArbeitnehmerInnenschutz soll grundsätzlich präventiv angelegt sein. (Arbeitsinspektion 2017) Im ASchG ist eine verpflichtende Evaluation arbeitsbedingter Belastungen festgelegt. Diese Evaluation muss besondere Bedürfnisse in der Gefahrenverhütung erfassen und laut ASchG §4 Abs. 5 2a. „nach Zwischenfällen mit erhöhter arbeitsbedingter psychischer Fehlbeanspruchung“ durchgeführt werden. (Österreichischer Nationalrat 01.01.2013c)

Die österreichische Presseförderung soll die Vielfalt am österreichischen Pressemarkt fördern, aber sie entwickelt sich immer mehr zu einer Regulierung über Anzeigenschaltung. Die Förderung der Presse sollte von Qualitätsstandards oder verpflichtender Selbstregulierung abhängig gemacht werden, denn der Gesetzgeber soll nach Möglichkeit ein Umfeld schaffen, wo publizistischer Wettbewerb von Qualitätsmerkmalen gelenkt wird. (Jarren 2010, S. 42; Kaltenbrunner 2019, S. 192–193; Karmasin 2013, S. 95–96; Seethaler 2010, S. 78–80) In der Aufarbeitung hat sich gezeigt, dass dem Staat trotz intensiver Auseinandersetzung mit dem Internet, genauso wie der Gesellschaft und Politik, nicht die notwendige Kompetenz zugesprochen wird, um im digitalen Zeitalter ein passendes Umfeld für Medien zu schaffen. (Krotz 2019, S. 325; Nationales Komitee No Hate Speech Österreich 2018, S. 2–4; Pohle et al. 2016, S. 2)

5.2.3.2 Ko-Regulierung

Auf nationaler Ebene gibt es mehrere NGOs, die als Akteure bei der Regulierung von Hate Speech mitgestalten: ZARA, Nationales Komitee No Hate Speech Österreich und der Weiße Ring Verbrechensopferhilfe.

ZARA, kurz für Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit, ist eine Beratungsstelle für Betroffene und ZeugInnen von Rassismus. Neben den Beratungstätigkeiten bietet ZARA auch Trainings für verschiedene Zielgruppen an. Seit 2017 betreibt ZARA eine Melde- und Beratungsstelle für Hass im Netz. ZARA dokumentiert rassistische Vorfälle und Hass im Netz, die ihnen gemeldet werden, und veröffentlicht jährlich einen Rassismus Report. Im Rassismus Report 2018 stellt ZARA Forderungen an Politik und andere Akteure, um Rassismus und Hass im Netz zu bekämpfen. ZARA fordert unter anderem Gesetzesänderungen in Österreich, Parteistellung von ZARA in diversen Verfahren und Verhaltensänderungen der Organe der Strafverfolgung.

(ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit, S. 84; ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit 2019)

Die Untergruppe des No Hate Speech Movement in Österreich ist das Nationale Komitee No Hate Speech Österreich. Die Empfehlungen der regionalen Gruppe schlagen in die gleiche Kerbe, wie jene auf europäischer Ebene. Das Nationale Komitee No Hate Speech Österreich fordert eine Harmonisierung der Bundes- und Ländergesetze in Bezug auf Hate Speech, sowie eine statistische Dokumentation und Erforschung des Phänomens. Der Begriff Hate Speech soll zudem einheitlich in der öffentlichen Diskussion verwendet werden. Die Selbstregulierung von Internetunternehmen soll unterstützt und Transparenz in ihren Abläufen gefördert werden. In der Gesellschaft soll Bewusstsein für Hate Speech, die Kompetenz und das Wissen zum Umgang mit Hate Speech gefördert werden. (Nationales Komitee No Hate Speech Österreich 2018, S. 2–4)

Der Weiße Ring Verbrechensopferhilfe ist eine Beratungsstelle für Personen, die von Gewalt betroffen sind. In einer Studie erobt der Weiße Ring, dass junge Frauen von Online-Gewalt besonders gefährdet sind und die Gefährdung mit steigendem Alter abnimmt. (Forschungszentrum Menschenrechte der Universität Wien und WEISSER RING Verbrechensopferhilfe 2018, S. 49–57)

JournalistInnen bzw. Medienorganisationen kontaktieren laut den ExpertInnen NGOs zu Recherchezwecken, aber nicht, um sich über Hate Speech gegen JournalistInnen auszutauschen. Wenn Hate Speech und Journalismus von Organisationen behandelt wird, so geschieht dies meist aus einem medienethischen Aspekt heraus. Auch auf höheren Ebenen finden sich eher NGOs, die sich Hate Speech und Journalismus aus einer medienethischen Position nähern als NGOs, die sich mit Hate Speech gegen JournalistInnen auseinandersetzen.

5.2.3.3 Selbstregulierung

Eine branchenweite Selbstregulierung der Medien oder JournalistInnen, die sich mit Hate Speech gegen JournalistInnen befasst, konnte in dieser Arbeit auf nationaler Ebene nicht identifiziert werden.

Für die Analyse von Hate Speech gegen JournalistInnen, die in Medienorganisationen arbeiten, ist es gewinnbringend, auch die Medienorganisation und das

Individuum als Wirkungsebenen zu betrachten, da es keine branchenweite Selbstregulierung zum Umgang mit Hate Speech gegen JournalistInnen gibt. Auf diesen beiden Ebenen wird der konkrete Umgang mit Hate Speech gegen JournalistInnen beschrieben.

5.2.4 Medienorganisation

5.2.4.1 Selbstorganisation

Auf der Ebene der Medienorganisationen findet sich nur mehr eine Form der Regulierung: die Selbstorganisation, deren Wirkung sich auf eine Organisation beschränkt. Diese internen Regulatorien leiten sich meist von den Leitsätzen der Medien ab. Einen Bezug auf die Empfehlungen von NGOs konnten die ExpertInnen ausnahmslos nicht bestätigen, aber sie vermuteten, dass es in der Redaktion bekannt wäre, wenn dies geschehen wäre.

In den Medienorganisationen gibt es unterschiedliche Positionen dazu, wie sehr JournalistInnen sich persönlich und ihre Meinung in der Berichterstattung exponieren sollen. In Medienorganisationen, wo sich JournalistInnen nicht exponieren, wird eher das Medium als einzelne JournalistInnen angegriffen. Gleichermaßen unterscheiden sich die Medienorganisationen in ihren Standpunkten zum privaten Social Media-Auftreten ihrer JournalistInnen. Hier reicht die Bandbreite von klaren Vorgaben zur privaten und beruflichen Social Media-Nutzung, über halbformelle Abstimmungen der privaten Social Media-Aktivitäten mit dem Medium und dessen Leitsätzen, informelle Leitlinien und Wünsche der Chefredaktion bis hin zu ergebnislosen Diskussionen. Die Regelungen ergeben sich einerseits aus der Grundhaltung des Mediums, und wie van Den Berg und Verhoeven feststellen, spielt die Haltung des Managements eine Rolle, ob Social Media-Richtlinien einschränkend oder animierend angelegt sind. Bei der Untersuchung von Social Media Governance in Bezug auf die Social Media-Nutzung von Angestellten, stellten van Den Berg und Verhoeven zwei Grundhaltungen in der Regulierung fest: Präventionsfokus und Werbungsfokus. Wenn die Manager den Präventionsfokus einnahmen, wurde den Angestellten verboten, arbeitsbezogene Informationen auf Social Media zu teilen. Die Manager mit Werbungsfokus sehen Social Media als Chance und animieren ihre Angestellten, diese zu nutzen. Bei dieser Gruppe gehen die Ansichten in Bezug auf Social Media-Vorschriften weit auseinander. Die Bandbreite reicht von

Selbstregulierung der Angestellten anhand von wenigen Grundregeln bis hin zu der Vorstellung, dass die besten Erfolge in der Social Media-Nutzung der Angestellten durch umfassende und elaborierte Social Media-Guidelines erreicht werden können. (van Den Berg, Annelieke C. und Verhoeven 2017, S. 160–161)

Für die NutzerInnen der Online-Auftritte stellen die Medienorganisationen Richtlinien zur Nutzung und den gewünschten Umgangsformen bereit. Verstöße gegen diese Richtlinien werden geahndet. In den Medienorganisationen werden die Online-Kanäle meist zentral durch ein Community- oder Social Media-Management betreut. (Kaltenbrunner und Luef 2017, S. 111) Das Social Media-Management wird durch Filtermechanismen unterstützt, die anhand festgelegter Wörter Nachrichten aussortieren oder nicht direkt freigeben. Diese Regulierung schirmt JournalistInnen vor negativen Reaktionen auf ihre Berichterstattung in Social Media ab. Das Social Media-Management ist geschult und arbeitet nach den festgelegten Richtlinien, die für die NutzerInnen der Foren und Social Media-Kanäle einsehbar sind. Sie antworten, löschen oder verstecken unpassende Kommentare und bei extremen Fällen ziehen sie weitere Personen hinzu: die betroffenen JournalistInnen, Vorgesetzte, die Chefredaktion, HerausgeberInnen und JuristInnen.

Die formelle Zuständigkeit für das Antworten auf negative Nachrichten, die nicht in den Zuständigkeitsbereich des Community-Managements fallen, ist in den verschiedenen Medien divers geregelt – vom Chefredakteur, der sich als Schutzschild vor seine JournalistInnen stellt, bis zur Selbstverantwortung der einzelnen JournalistInnen. Die Regelungen zum Beantworten von Anfragen entbindet die Chefredaktion aber nicht davon, in extremen Fällen einzuschreiten. Diese extremen Fälle können rechtlich relevant sein, und erfordern juristischen Beistand, auf den in Deutschland laut Preuß et al. (2017, S. 20) etwa 23 % der JournalistInnen zurückgreifen können. Die Entscheidung über rechtliche Schritte obliegt in den Medienorganisationen nach Absprache mit etwaigen betroffenen JournalistInnen der Chefredaktion oder den HerausgeberInnen. Über die Herausforderungen von „Audience Engagement“ für Medienorganisationen berichten auch Meier et al. (2017)

Manche der vorgestellten Maßnahmen, die im ersten Moment reaktiv erscheinen, haben als Teil eines langfristigen Erziehungseffekts eine präventive Wirkung, wie

etwa Blockieren der NutzerInnen oder Klagen gegen VerfasserInnen von Hate Speech.

Eine weitere Variante wie JournalistInnen vor Reaktionen abgeschirmt werden können, die aber in den ExpertInnen-Interviews nicht genannt wurde, sind Ombudspersonen in den Medienorganisationen. Diese sind als Beschwerdeinstanz für das Publikum eingerichtet. (Berka 2010, S. 62; Eberwein et al. 2017a, S. 3; Kaltenbrunner et al. 2008, S. 63–67)

In den Medienorganisationen werden heikle Inhalte und deren Aufmachung präventiv besprochen, auf journalistisch-einwandfreie und sachliche Darstellung, sowie das geltende Medienrecht überprüft. Mit hoher journalistischer Qualität und professionellem Fehlermanagement versuchen sie Hate Speech entgegenzuwirken. Deutsche JournalistInnen wünschen sich eine Rückkehr zum Fokus auf journalistische Qualität im Zusammenhang mit Hate Speech gegen JournalistInnen. (Preuß et al. 2017, S. 21–22) Hate Speech-Attacken können in den Medienorganisationen in Österreich zu Folgeberichterstattung führen, welche die Hintergründe und Umstände einer Geschichte aufklärt. Eine reaktive und gleichzeitig präventive Maßnahme auf einen Hate Speech-Angriff hin, ist auch die thematische Behandlung des Phänomens Hate Speech in der Berichterstattung mit dem Ziel der Bewusstseinsbildung im Publikum.

In den Medienorganisationen sind die Hilfsangebote für betroffene JournalistInnen sehr unterschiedlich, von lediglich informellem Austausch mit KollegInnen bis hin zu einem breiten Angebot an Schulungen, Trainings, Coachings, Supervision und professioneller psychologischer Unterstützung. Wenn sich die Unterstützungsangebote auf informellen Austausch beschränken, muss die Gesprächskultur zu Hate Speech gegen JournalistInnen in der Redaktion entsprechend offen sein, denn sonst fällt auch diese Unterstützung weg. In einigen Medienorganisationen gibt es zu Beginn der Anstellung verpflichtende Schulungen zum Umgang mit Hate Speech und anderer Negativität, die durch freiwillige Angebote ergänzt werden. Bereits Trionfi und Luque (2019, S. 11–16) stellten fest, dass in Redaktionen die Maßnahmen zum Umgang mit Hate Speech gegen JournalistInnen nicht ausreichend umgesetzt werden, und die Gesprächskultur nicht offen für das Thema Hate Speech gegen JournalistInnen ist. Meist wird Hate Speech gegen JournalistInnen in den Redaktionen

nicht thematisiert, gleichzeitig ist der Austausch in der Redaktion in einer Befragung unter deutschen JournalistInnen mit 37 % die meistgenannte Maßnahme innerhalb der Redaktion. (Preuß et al. 2017, S. 18–20) Ein entscheidender Faktor für die Umsetzung der Maßnahmen, könnte die finanzielle Lage sein, wie in mehr als einem ExpertInnen-Interview zwischen den Zeilen herauszulesen ist, denn die Redaktionen sind finanziell von den Medienorganisationen, die nach ökonomischen Normen arbeiten, abhängig. (Altmeppe 2006, S. 263–264; Meier 2018, S. 68)

Die AnsprechpartnerInnen für die Betroffenen, um Unterstützungsangebote in Anspruch zu nehmen, sind in manchen Medienorganisationen vielfältig und klar geregelt, und in anderen gar nicht. Dies deckt sich mit den Ergebnissen von Preuß et al. (2017, S. 20) Die verpflichtende Evaluation psychischer Belastungen wäre eine Option, wo JournalistInnen den Bedarf nach Unterstützungsmaßnahmen bei Hate Speech-Angriffen anmelden könnten, vorausgesetzt sie nehmen daran teil. Die psychische Beeinträchtigung von Hate Speech gegen JournalistInnen wurde bereits wissenschaftlich belegt. (Obermaier et al. 2018, S. 511–512; Preuß et al. 2017, S. 4; Überall 2016, S. 11–13) Derzeit müssen JournalistInnen allerdings ihren Status als Betroffene von Hate Speech persönlich anerkennen, da eine sachliche Definition in den Medienorganisationen bisweilen fehlt. (Hagen 2016, S. 19) Zumindest ein Drittel deutscher JournalistInnen finden es nicht oder teilweise nicht gut, dass über Hate Speech gegen JournalistInnen in der Öffentlichkeit gesprochen wird. (Preuß et al. 2017, S. 18) Freie JournalistInnen thematisieren Hate Speech oft nicht, weil sie berufliche Konsequenzen fürchten. (Pekkonen und Sanomat 2018)

In den Medienorganisationen konnten verschiedene Arten von Ressourcen identifiziert werden, die im Umgang mit Hate Speech gegen JournalistInnen eingesetzt werden. Finanzielle Ressourcen werden ausgeschöpft, wenn Hate Speech-Attacken Klagen der Medienorganisationen gegen die VerfasserInnen nach sich ziehen und ein finanzielles Risiko besteht. Auch die psychologischen Hilfsangebote oder bauliche Sicherheitsmaßnahmen werden finanziert. In den Medienorganisationen sind juristische Ressourcen intern und/oder extern vorhanden und dies zieht mehr oder weniger Hemmungen bei betroffenen JournalistInnen nach sich, wenn sie rechtlichen Rat nach einem Hate Speech-Angriff suchen. Die formell-geregelten personellen Ressourcen sind überwiegend im Community- oder Social Media-

Management in fixen Teams gebunden. Weiter gibt es externe und interne Personen, die Schulungen durchführen und Vorträge halten, sowie AnsprechpartnerInnen, die zu Hilfsangeboten weiterleiten, wie BetriebsärztInnen, Betriebs- oder RedakteursrätlInnen, Sicherheitspersonal oder Personalverantwortliche. Bei konkreten Vorfällen werden die Chefredaktion, Vorgesetzte und JuristInnen hinzugezogen. Als informelle Ressource konnte in den ExpertInnen-Interviews das Gespräch mit KollegInnen ausgemacht werden. Die KollegInnen, die dasselbe Aufgabenprofil haben oder die selbst schon von Hate Speech betroffen waren, werden von betroffenen JournalistInnen bei Hate Speech angesprochen. Dies deckt sich mit der Aufstellung von redaktionellen Maßnahmen von Preuß et al. (2017, S. 20) und erweitert sie geringfügig. Die unterschiedlichen Ergebnisse zu den Ansprechpersonen in den Medienorganisationen lassen sich ebenfalls mit Preuß et al. (2017, S. 20) nachvollziehen, denn dort geben lediglich 2,6 % der JournalistInnen an, dass es eine vertrauensvolle Ansprechperson zu Hate Speech in der Redaktion gibt. Dieser Missstand ist laut der NGO Article 19 strukturelle Diskriminierung von Frauen und anderen Betroffenen, und hält JournalistInnen zusätzlich zum Gruppendruck der Profession davon ab, Hate Speech-Angriffe auf sie in dem Ausmaß zu melden, in dem sie vorkommen. (Article 19 2019a, S. 20)

In einer Studie attestiert das International Press Institute den untersuchten Redaktionen, dass diese, um die Gefahr von Hate Speech gegen JournalistInnen wissen, und dass Frauen mehr gefährdet sind, aber gleichzeitig sei die Umsetzung der Maßnahmen in Bezug auf Hate Speech gegen JournalistInnen mäßig gelungen. In den Redaktionen werden diese Missstände durch den informellen Austausch der Betroffenen mit ihren KollegInnen kompensiert. (Trionfi und Luque 2019, S. 5) In den Medienorganisationen der befragten ExpertInnen ist der informelle Austausch mit KollegInnen ebenfalls ein zentraler Mechanismus der Betroffenen im Umgang mit Hate Speech, und diesen Umstand bestätigen auch Preuß et al. (2017, S. 20)

5.2.5 Individuum

JournalistInnen, welche die eigene Person stark nach außen tragen, sind in den Augen der ExpertInnen eher von Hate Speech betroffen, jedoch können sich gerade diese Betroffenen von Hate Speech meist auch verbal zur Wehr setzen. Manche Hate Speech-Angriffe werden von bestimmten Themen in der Berichterstattung

ausgelöst und diesen Eindruck haben auch deutsche JournalistInnen. (Preuß et al. 2017, S. 10) In den ExpertInnen-Interviews werden Frauen im Journalismus, und speziell jüngere Frauen, als besonders gefährdet eingeschätzt, und dies wird durch mehrere Studien bestätigt. (Barton und Storm, S. 10; Hagen 2016, S. 17–19; Preuß et al. 2017, S. 9; Trionfi und Luque 2019, S. 5; van der Wilk 2018, 31-32; Vogt 2017, 6-7) Weiters gibt es eine Reihe an Studien, die belegen, dass Frauen online und offline besonders von Hate Speech betroffen sind. (Dhrodia 2017; Europäische Union 2014, 98–106; Forschungszentrum Menschenrechte der Universität Wien und WEISSER RING Verbrechensopferhilfe 2018, S. 49–57; Pew Research Center 2014, 2-9)

Eine präventive Strategie der JournalistInnen ist, dass heikle Berichterstattung im Namen der Redaktion oder mit einem Kürzel anstatt unter dem eigenen Namen veröffentlicht wird. Diese Option wird allerdings nur wenig genutzt, denn gerade diese Geschichten bringen den JournalistInnen meist auch Prestige ein, und eine überwiegende Mehrheit der JournalistInnen sorgt sich ohnehin um das sinkende Ansehen der Profession in Österreich. (Lohmann und Seethaler 2016, S. 5) Zudem wird Hate Speech als eine Form des Publikumskontakts aufgefasst, (Seethaler 2017, S. 57–58) die zum journalistischen Alltag dazugehört (Obermaier et al. 2018, S. 503–504; Preuß et al. 2017, S. 7) und Stress begünstigt. (Eichmann und Saupe 2014, S. 179) Es ist weiter belegt, dass Hate Speech – egal ob gegen die eigene Person, KollegInnen oder eine Gruppe – eine Belastung ist, und bereits ein einzelner Vorfall von Hate Speech Schaden anrichten und psychische Folgen nach sich ziehen kann. (Obermaier et al. 2018, S. 511–517)

Bei Hate Speech über E-Mails oder persönliche Social Media-Kanäle, die nicht im Zuständigkeitsbereich eines Community-Managements liegen, reagieren die JournalistInnen im eigenen Ermessen von sachlichen Antworten über Konfrontation der VerfasserIn mit ihrer Nachricht bis hin zu Ignoranz gegenüber der Nachricht oder der VerfasserIn. Wenn die persönliche Grenze der JournalistInnen überschritten ist, ergreifen sie rechtliche Schritte, oder sie verlagern das Problem von der persönlichen Ebene auf die Ebene der Organisation und holen sich dort Hilfe in der Mediengesellschaft. Auch hier muss wieder auf den Umstand hingewiesen werden, dass JournalistInnen nicht alle Hate Speech-Angriffe melden. (Article 19 2019a, S. 20–

21) Diese Profession ist es nicht gewohnt, sich in die Rolle von Betroffenen einzutragen und findet es zum Teil nicht gut, dass Hate Speech gegen JournalistInnen öffentlich thematisiert wird. (Hagen 2016, S. 19; Preuß et al. 2017, S. 18)

Manche Betroffene ziehen sich laut den ExpertInnen und der vorliegenden Forschung nach Hate Speech-Angriffen für einen begrenzten oder unbegrenzten Zeitraum aus dem Journalismus zurück. (Barton und Storm, S. 27; Dhroda 2017; Sponholz 2018b, S. 121; Thimm 2017, S. 52)

6 Interpretation der Ergebnisse

Die Erkenntnisse dieser Arbeit sind ernüchternd. Es gibt Selbst- und Ko-Regulierungsformen für Hate Speech auf nationaler, europäischer und globaler Ebene, aber die relevantesten Maßnahmen in Bezug auf dieses Phänomen sind als Selbstorganisation in den Medienorganisationen angelegt. Den Interviews kann man entnehmen, dass sich die Medienorganisationen und JournalistInnen weder untereinander noch mit spezialisierten NGOs gezielt vernetzen, um Hate Speech gegen JournalistInnen zu bekämpfen. Die NGOs versuchen durch ihre Empfehlungen auf Staaten, Medienorganisationen und Individuen einzuwirken, dies gelingt jedoch nur bedingt.

Die eingangs gestellte Frage nach den aktuellen Rahmenbedingungen von Hate Speech gegen JournalistInnen in Medienorganisationen in Österreich muss folgenderweise beantwortet werden: Hate Speech gegen JournalistInnen wird hauptsächlich über die Regulierung von Hate Speech allgemein erfasst, welche auch zu wünschen übrig lässt.

Den Regulierungen durch Regierungsorganisationen auf globaler und europäischer Ebene fehlt es an Durchgriffsmöglichkeit, da die Rechtsprechung den Nationalstaaten obliegt, und die EU beispielsweise keine Weisungsbefugnis gegenüber Nationalstaaten und deren Organen hat. Sie können lediglich Empfehlungen aussprechen, die in den Mitgliedsstaaten umgesetzt werden sollen. Die finale Gestaltung, wie die Empfehlungen umgesetzt werden, ist aber offen, wie sich etwa bei der Implementierung der Menschenrechte über die ICCPR bzw. der ECHR in die österreichischen Gesetze zeigt. In den überstaatlichen Ebenen ist Diskriminierung in einem Paragraph verboten, aber in Österreich gibt es viele Paragraphen und Tatbestände mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Deliktformen. Dieser Umstand stellt Betroffene von Hate Speech oder anderen Formen von Diskriminierung vor zusätzliche Hürden und es wird ein Umfeld mit struktureller Diskriminierung geschaffen. Bei Media Governance ist der Staat dafür verantwortlich, Strukturen zur Bekämpfung von Hate Speech gegen Journalismus zu schaffen, die den Menschenrechten gerecht werden. (Article 19 2018, S. 46–47, 2019a, S. 20; Jarren 2010, S. 42)

Es scheint, dass der Staat, entgegen seiner Wächter-Rolle in Media Governance, nicht über die nötigen Kompetenzen verfügt, um im digitalen Zeitalter ein passendes Umfeld für Medienorganisationen und JournalistInnen zu schaffen, und sie oder andere Betroffene vor Hate Speech zu schützen. (Siehe Krotz 2019, S. 325) Die Möglichkeit, dass der Staat bewusst keine Regulierung von Hate Speech vornimmt, wird hier außer Acht gelassen, da sich diese Arbeit an die normativen Annahmen von Media Governance anlehnt, wonach der Staat im Hinblick auf die Medienfreiheit und das öffentliche Interesse agiert. (McQuail 2010, S. 232–233)

In der Vergangenheit wirkte Social Media Governance im öffentlichen Interesse ausschließlich einschränkend auf Social Media-Plattformen ein. Eine unerwünschte Begleiterscheinung dieser Einschränkungen ist die Beschneidung der Wahlfreiheit des Publikums. (McQuail 2003, S. 337; Napoli 2015, S. 757) Auch wenn die Selbstregulierung von Social Media kritisch zu sehen ist, stellt sie eine tragende Säule im Kampf gegen Hate Speech gegen JournalistInnen und andere Betroffene dar. Mit dem Abkommen zwischen der Europäischen Kommission und Internetunternehmen, wurde ein erster Schritt in die „regulierte Selbstregulierung“, also Ko-Regulierung, von Social Media unternommen, und die internationalen Unternehmen haben sich zur Einhaltung nationaler Gesetze im europäischen Raum verpflichtet. Es wäre wünschenswert, wenn Social Media Governance in Zukunft auch für eine bessere Stellung und Schutzmechanismen für Betroffene von Hate Speech sorgt.

Betroffene melden lediglich einen Bruchteil von Hate Speech-Vorfällen. (ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit, S. 12–13) Daher stehen ZeugInnen und die Gesellschaft in der Verantwortung, Hate Speech-Vorfälle zu melden, wenn Betroffene es nicht tun. Die Arbeit vieler NGOs zielt darauf ab, das Bewusstsein, die Kompetenzen und das Wissen in der Gesellschaft über Hate Speech zu fördern, und ihr Verhalten in Social Media zu überdenken.

Die vorliegenden Erkenntnisse zu den Rahmenbedingungen von Hate Speech gegen JournalistInnen decken sich mit den vergangenen Wahrnehmungen der NGOs, denn ihre Empfehlungen sind nach wie vor aktuell und wurden bis dato nicht wahrnehmbar umgesetzt. Hate Speech ist ein kollektives Problem, dessen Lösung auch eine gesellschaftliche Veränderung braucht, die mit tiefgreifenden Maßnahmen, wie einer Umstellung der Gesetzesordnung, Besserstellung von Betroffenen und

konsequentem Vorgehen seitens der Organe der Strafverfolgung und der Social Media-BetreiberInnen, erreicht werden kann. All dies wurde zuvor bereits von Article 19, S. 41–64; Knop 2017, S. 9; Nationales Komitee No Hate Speech Österreich 2018, S. 2–4; ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit, S. 84 und vielen anderen international und national gefordert. In Österreich gibt es aktuell keine Anzeichen, dass es in naher Zukunft große Umbrüche in der Regulierung von Hate Speech allgemein oder gegen JournalistInnen geben wird. Es scheint, dass die Einführung des „Mobbing-Paragraph“ in 2016 in den Augen der Politik genug Regulierung im Online-Bereich ist.

Ein erster Schritt gegen Hate Speech wäre eine klare Begriffsdefinition im öffentlichen Raum und eine einheitliche Verwendung des Begriffs, wie sie von NGOs gefordert wird. (Article 19 2018, S. 46–47; Nationales Komitee No Hate Speech Österreich 2018, S. 2–4; OSCE - The Representative on Freedom of the Media 2016, 6-7) Dies deckt sich mit den Erkenntnissen aus den ExpertInnen-Interviews. In den Medienorganisationen gibt es keine Definitionen von Hate Speech, da dort die Einordnung als Hate Speech über die Wahrnehmung der Betroffenen geregelt wird. Dies ist problematisch, da die Wahrnehmung subjektiv ist, und auf keiner sachlichen Grundlage beruht. Klare Regelungen ermöglichen sachliche Argumentationen und Hate Speech kann zielgerichtet bekämpft werden. Wenn die Definition von Hate Speech auf dem persönlichen Empfinden beruht, müssen Betroffene sich selbst zu Betroffenen erklären, anstatt dass Richtlinien ihnen diesen Status zuweisen.

Die weiteren forschungsleitenden Fragen bezogen sich darauf, wie journalistische Medienorganisationen in Österreich mit Hate Speech gegen JournalistInnen umgehen und welche Strukturen und Abläufe es dort zu Hate Speech gegen JournalistInnen gibt. In den Ergebnissen der Interviews zeigt sich, dass den Medienorganisationen das Phänomen Hate Speech durchaus bewusst ist, und dass sie um die besondere Gefährdung von Frauen wissen. Dies deckt sich mit den Erkenntnissen von Trionfi und Luque (2019). Im Hinblick auf die mäßige Implementierung von Maßnahmen rund um Hate Speech decken sich die Erkenntnisse ebenfalls. Von Hate Speech betroffene Journalisten sind in einigen Medienorganisationen, aus Mangel an Maßnahmen der Medienorganisation, auf persönliche Strategien zum Umgang mit Hate Speech angewiesen.

In den Medienorganisationen scheint es wenig Unterschied zu machen, wer von Hate Speech betroffen ist, ob eigene JournalistInnen, PolitikerInnen oder NutzerInnen der Online-Kanäle. Die Regulierung von Hate Speech in den Medienorganisationen erfolgt hauptsächlich durch Moderation der Online-Kanäle anhand festgelegter Richtlinien, um eine Atmosphäre zu schaffen, die den Leitsätzen des Mediums entspricht. Dies ist notwendig, da sich die Umgangsformen auf den Social Media-Plattformen unterscheiden und ohne Moderation nicht zwingend mit den Leitsätzen der Medienorganisation übereinstimmen. (Marlin-Bennett und Thornton 2012, S. 499) Social Media kann dem Publikum als Plattform für ein kollektives Monitoring der Medienorganisationen dienen und so Accountability fördern, die von allen Seiten gewünscht wird. (Fengler 2012, S. 184–187) Gleichzeitig ermöglicht Social Media ein unerwünschtes, kollektives Handeln des Publikums bei den Mechanismen von Hate Speech gegen JournalistInnen. Hate Speech betrifft JournalistInnen, besonders Frauen, die sich stark in der Öffentlichkeit bewegen, und die damit an gesellschaftlichen Normen und bestehenden Geschlechterverhältnissen in der Öffentlichkeit rütteln. (van der Wilk 2018, 31-32) Über Social Media kann eine solche Öffentlichkeit hergestellt werden, und dort werden Betroffene vom Publikum kollektiv mit Hate Speech konfrontiert. Negativität, die JournalistInnen früher vereinzelt getroffen hat, erhält durch die Kollektivität eine andere Durchschlagskraft.

Krotz (2017, S. 24–26) behauptet, Hate Speech ist in den Machtstrukturen der Internetunternehmen und Medienorganisationen die einzige Form der Aufmerksamkeitsgewinnung für Individuen. Diese Ansicht kann mit den Erkenntnissen dieser Arbeit nur eingeschränkt geteilt werden. Einerseits gibt es in den Augen der ExpertInnen das Motiv beim Verfassen von Hate Speech, Aufmerksamkeit zu gewinnen, gleichzeitig ist der Dialog mit VerfasserInnen von Hate Speech in einem großen Teil der Fälle nicht möglich oder seitens der VerfasserInnen unerwünscht. Die Reaktion der Medienorganisationen kann daher nur Ignorieren oder Entfernen der Botschaft sein, schließlich sind sie auf ihren Online-Kanälen um angemessene Umgangsformen bemüht. Ein weiteres Argument, das gegen diese Interpretation von Hate Speech spricht, ist, dass die Verbreitung von Hate Speech eine ungleiche Machtverteilung in der Gesellschaft manifestiert. (Latour et al. 2017, S. 35)

Die formellen Unterstützungsleistungen in den Medienorganisationen sind unterschiedlich stark ausgeprägt, aber wenn man nicht bei einem Unternehmen, wie dem ORF arbeitet, eher wenig vorhanden. Die Medienorganisationen versuchen durch Klagen und andere rechtliche Schritte, potenzielle VerfasserInnen von Hate Speech langfristig abzuschrecken und das Image zu verbreiten, dass JournalistInnen sich nicht alles gefallen lassen. Neben der Bekämpfung der einzelnen Hate Speech-Angriffe, berichten einige Medien zusätzlich zur Bewusstseinsbildung in der Gesellschaft über das Phänomen Hate Speech und seine Auswirkungen.

In den Medienorganisationen herrscht wegen der hohen Eigentümerkonzentration in Österreich ökonomischer Druck. Die Redaktionen und JournalistInnen stehen ständig unter mehrfachem Druck: Zeit-, Kosten- und Produktionsdruck sind nur drei Arten. (Helka 2014, S. 46; Kaltenbrunner und Luef 2018, S. 5; Lohmann und Seethaler 2016, S. 4) Diese stellen eine psychische Dauerbelastung dar, die an der Resilienz der JournalistInnen gegenüber Hate Speech-Angriffen nagen. Es ist bemerkenswert, dass die gesetzliche Evaluation psychischer Belastungen in den Gesprächen mit den ExpertInnen, die alle mit Leitungsfunktionen oder ArbeitnehmerInnenvertretung betraut sind, nicht mehr besprochen wurde. Laut den gesetzlichen Bestimmungen muss diese anlassbezogen bei psychischer Fehlbelastung im Arbeitskontext durchgeführt werden, auch wenn der Zulauf der ArbeitnehmerInnen eher gering ausfallen dürfte. Auch hier lässt sich bei der Forderung nach einer sachlichen Bestimmung von Hate Speech gegen JournalistInnen anknüpfen. Wenn die Kategorisierung von Hate Speech gegen JournalistInnen von der subjektiven Wahrnehmung der Betroffenen abhängig gemacht wird, dann können die gesetzlichen Bestimmungen zur psychischen Fehlbelastung definitiv nicht präventiv umgesetzt werden, wie von der Arbeitsinspektion (2017) empfohlen, da es Betroffene erst mit dem Einsetzen von Hate Speech gibt. Weiters kann eine anlassbezogene Evaluation nur durchgeführt werden, wenn die betroffenen JournalistInnen Hate Speech als solche, und sich selbst als Betroffene davon anerkennen, denn erst durch das Anerkennen wird die Konfrontation der JournalistInnen mit Hate Speech zu einem Anlass für eine Evaluation psychischer Fehlbelastungen. Dass Hate Speech psychische Auswirkungen auf JournalistInnen hat, ist bereits belegt. (Obermaier et al. 2018, S. 511–512; Preuß et al. 2017, S. 4)

Im Journalismus scheint es die Tendenz zu geben, Hate Speech eher als Kritik einzustecken, anstatt sie als Hate Speech zu sehen. Kritik und Hate Speech werden als Teil des journalistischen Tagesgeschäfts hingenommen. JournalistInnen sind es nicht gewohnt, sich selbst als Betroffene zu sehen. Die Branche sieht sich selbst als stark und widerstandsfähig in einer machtvollen Position. (Hagen 2016, S. 19) Die Einstellung der JournalistInnen kann auf Gruppendruck im Berufsstand zurückgeführt werden. Im Journalismus gibt es starke gruppendiffusivische Kräfte, da sich JournalistInnen stark an KollegInnen orientieren. So werden geltende Normen des journalistischen Handelns weiter manifestiert. (Kepplinger 2011, S. 198) Die ExpertInnen attestieren dem Journalismus eine Grundhaltung, wonach Hate Speech gegen JournalistInnen nicht als schwerwiegendes Problem anerkannt wird, da dies langjährig mit Einbußen im individuellen Prestige zusammenhängen könnte. Es gibt eine - möglicherweise große - Schnittmenge zwischen Geschichten, die JournalistInnen besonders viel Ansehen verleihen, und jenen, für die JournalistInnen mit Hate Speech konfrontiert werden. Dass JournalistInnen auf Prestige achten, ist eine naheliegende Vermutung, denn zum Beispiel sorgen sich viele JournalistInnen in Österreich um das sinkende Ansehen ihres Berufstandes. (Lohmann und Seethaler 2016, S. 5)

Betroffene JournalistInnen hüten sich auch deswegen, eine strengere Regulierung von Hate Speech zu fordern, weil gerade ihre Profession als Sprachrohr der Gesellschaft auf freie Meinungsäußerung und die Freiheit der Presse angewiesen ist. Sie fürchten Einschränkungen der Pressefreiheit und in ihren Arbeitsweisen durch eine missbräuchliche Anwendung einer staatlichen Regulierung von Hate Speech. Es ist aber ein zweiseitiges Schwert, einerseits gibt es eben die Gefahr der missbräuchlichen Regulierung von Hate Speech durch die Politik mit Einschränkungen für den Journalismus, und andererseits ein unregulierte Phänomen, das die Basis für den Zuwachs rechtspopulistischer Parteien und Ideologien bietet, und den Journalismus als „Lügenpresse“ an den Pranger stellt. (Des Freedman 2018, S. 612) Beide Optionen geben Grund zur Sorge. Eine rein gesetzliche Regulierung von Hate Speech kann nicht das Ziel sein, denn Media Governance soll eine Kultur fördern, wo alle Akteure verantwortungsvoll handeln und der Staat als letztverantwortliche Instanz mit anderen als rechtlichen Mitteln auf die Rahmenbedingungen der Medien einwirkt. (Jarren 2010, S. 35) In der Bekämpfung von Hate Speech sind mehr Akteure

als Staat, Internetunternehmen und Medienorganisationen notwendig, die an einer Regulierung mitwirken. In der Gesellschaft und im Journalismus allgemein ist ein Umdenken nötig, damit Hate Speech als Problem thematisiert wird, und die Bekämpfung von Hate Speech gegen JournalistInnen in der Öffentlichkeit den Stellenwert einnimmt, den es erfordert. Schlussendlich aber braucht es das Bewusstsein für das Phänomen Hate Speech bei allen Mitgliedern der Gesellschaft und nicht zuletzt bei den Betroffenen von Hate Speech selbst.

7 Schlussbemerkungen

Das Ziel dieser Arbeit war es, anhand des Media Governance-Ansatzes einen systematischen Überblick über die Rahmenbedingungen und den Umgang mit dem Phänomen Hate Speech gegen JournalistInnen in österreichischen Medienorganisationen zu geben. Das Ziel wurde mithilfe einer thematischen Aufarbeitung der Teilbereiche des Phänomens Hate Speech gegen JournalistInnen im Kontext des österreichischen Mediensystems und ExpertInnen-Interviews, die Einblick in die internen Strukturen und Abläufe der Medienorganisationen gewährten, erreicht.

In den theoretischen Grundlagen wurde anfangs das Verhältnis von Journalismus und Medienorganisationen diskutiert. Die Medienorganisationen bieten den journalistischen Organisationen das ökonomische Umfeld, um die journalistischen Funktionen für die demokratische Gesellschaft zu erfüllen. Der Journalismus und die Medienorganisationen stehen in einem gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnis. Die Medienorganisationen sind zu ihrer Legitimation auf die journalistischen Inhalte und Arbeitsweisen der journalistischen Organisationen angewiesen, und der Journalismus ist von den Distributionskanälen und der Finanzierung der Medienorganisationen abhängig. (Altmeppen 2006, S. 263–264; Meier 2018, S. 68)

Media Governance war die zweite theoretische Säule dieser Arbeit. In diesem Ansatz aus der Medienpolitik erfolgt Regulierung der Medienorganisationen und ihrer Rahmenbedingungen durch verschiedene Akteure auf mehreren Wirkungsebenen und mit verschiedenen Formen der Regulierung. (McQuail 2010, S. 232–233; Puppis 2010a, S. 59) Bei Media Governance ist die Selbstregulierung durch die Medien zentral. Der Staat nimmt eine wachende Haltung ein, und sorgt, mit anderen Mitteln als Rechtsnormen, für eine Gestaltung der Rahmenbedingungen, die in den Medienorganisationen eine Verantwortungskultur, und zwischen den Medien Wettbewerb über Qualität fördern soll. (Jarren 2010, 32-33, 42; Meier 2011, S. 43) Im Internet und für Social Media gibt es besondere Rahmenbedingungen, da diese auf internationalen Ebenen angesiedelt sind und auch die Regulierung dort erfolgen muss. Zusätzlich gestaltet sich die Bestimmung eines „Selbst“ für die Selbstregulierung von Internet und Social Media problematisch, da das Internet eine technische Infrastruktur darstellt und Social Media-BetreiberInnen sich als vermittelnde

Infrastruktur postulieren wollen, die keine Verantwortung für Inhalte trägt. (McQuail 2010, S. 233–234; Obar und Wildman 2015, S. 747–748; Puppis 2010a, S. 255–259) Die Europäische Kommission konnte 2016 mit dem „Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online“ einigen Internetunternehmen ein erstes Zugeständnis in Richtung Verantwortlichkeit für Selbstregulierung abringen. (European Commission 2019)

Die Analyse der österreichischen Medienlandschaft zeigte, dass es starke Eigentümerkonzentration in Österreich gibt, und die ökonomischen Aspekte bestimmen, welche und wie viel Information über die österreichische Medienlandschaft verfügbar ist. Denn während die werberelevanten Daten regelmäßig in kurzen Abständen erhoben werden, ist die letzte Vollerhebung österreichischer JournalistInnen aus 2007. (Kaltenbrunner et al. 2007) Die JournalistInnen in Österreich arbeiten in teilweise prekären Arbeitsverhältnissen und sind berufsbedingt einer Vielzahl an physischen und psychischen Belastungen ausgesetzt, darunter befindet sich auch Hate Speech gegen JournalistInnen. (Obermaier et al. 2018, S. 516–517; Preuß et al. 2017, S. 4) Die Medienorganisationen unterliegen in Bezug auf Hate Speech gegen JournalistInnen der gesetzlichen Fürsorgepflicht und anderen arbeitsrechtlichen Bestimmungen, welche präventiv die Gesundheit der ArbeitnehmerInnen schützen sollen. (Arbeitsinspektion 2017) Bei der Analyse der staatlichen Regulierung des österreichischen Mediensystems zeigte sich, dass die Presseförderung einem bedenklichen Wandel, in Richtung Förderung über Anzeigenschaltung durch Regierungsstellen, unterliegt. (Kaltenbrunner 2019, S. 192–193) Die Selbstregulierungsorganisation der Presse, der österreichische Presserat, leidet an den üblichen Problemen von Selbstregulierungsmaßnahmen, wie die freiwillige Anerkennung und die eingeschränkten Sanktionsmöglichkeiten bei Verstößen.

Die Analyse des Phänomens Hate Speech ergab, dass es ein komplexes Phänomen ist. Die Definition von Hate Speech ist nicht abschließend geklärt, aber die Quellen stimmen überein, dass Hate Speech Äußerungen sind, die sich auf Hass begründen. (Article 19, S. 9–12; Council of Europe - Commitee of Ministers 30.10.1997, S. 107; Knop 2017, S. 8; Latour et al. 2017, S. 31–32; Sponholz 2018a, S. 48) Die Betroffenen haben zumindest eines der festgelegten Charakteristika, worauf sich der Hass der VerfasserInnen von Hate Speech bezieht, aber ob diese

abschließende Eingrenzung der Betroffenen vollständig ist, wird bereits kontroversiell diskutiert. (Article 19, S. 9–12) Eine Argumentationslinie erweitert den Betroffenenkreis um jene, die sich gegen gesellschaftliche Normen auflehnen oder sich für Betroffene von Hate Speech einsetzen. (Knop 2017, S. 8) Mit dieser Erweiterung zählen JournalistInnen berufsbedingt zu den Betroffenen von Hate Speech. Die rechtlichen Rahmenbedingungen von Hate Speech sind international überwiegend einheitlich angelegt, aber in Österreich folgen die Gesetze einer grundlegend verschiedenen Struktur, die von NGOs kritisiert wird. (Article 19 2018, S. 46; Nationales Komitee No Hate Speech Österreich 2018, S. 2–4; ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit, S. 84) Mit dem Phänomen Hate Speech setzen sich viele NGOs und Projekte auseinander, die versuchen ko-regulierend auf Staaten, Social Media-BetreiberInnen und Medienorganisationen einzuwirken. Hate Speech tritt vermehrt auf Social Media auf, und die Betroffenen sind auf die selbstregulierenden Maßnahmen der Social Media-BetreiberInnen angewiesen, die sich nationaler Rechtsprechung entziehen und ohne demokratischer Legitimation die Rechte ihrer NutzerInnen einschränken. (Meier 2018, S. 129) Hate Speech gegen JournalistInnen ist ein Angriff auf die Meinungsvielfalt im demokratischen Diskurs, da sich Betroffene nicht selten in Folge eines Hate Speech-Angriffs aus der Öffentlichkeit zurückziehen oder ihr Verhalten ändern, indem sie beispielsweise bestimmte Themen nicht länger behandeln. (Dhrodia 2017; Thimm 2017, S. 52)

Die neun leitfadengestützten ExpertInnen-Interviews geben Einblick in die Abläufe und Strukturen der Medienorganisationen in Österreich. Sie wurden mit Personen, die in Medienorganisationen leitende Funktionen in der Chefredaktion oder Personalabteilung innehaben, sowie mit Betriebs- bzw. RedakteursrätlInnen, geführt. Die Ergebnisse der ExpertInnen-Interviews wurden entlang des Kategoriensystems, das in der Auswertung mit der qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2018, S. 100–121) angewandt wurde, präsentiert.

Anschließend wurden die Ergebnisse aus den Analysen des österreichischen Mediensystems und von Hate Speech gegen JournalistInnen mit den Ergebnissen aus den ExpertInnen-Interviews zusammengeführt. In den Medienorganisationen gibt es keine festgelegte Definition für Hate Speech, die über hasserfüllte Äußerungen hinausgeht. Rechtliche Tatbestände oder die subjektive Wahrnehmung der

Betroffenen sind die Referenzpunkte, ob eine Äußerung Hate Speech ist. Das Phänomen wird in den Medienorganisationen kaum als Problem wahrgenommen, denn im Journalismus ist Negativität Teil des beruflichen Alltags. Gleichzeitig sind sich die Medienorganisationen bewusst, dass überwiegend Frauen von Hate Speech betroffen sind. Die Auswirkungen von Hate Speech gegen JournalistInnen beschränken sich in den Redaktionen laut den ExpertInnen-Interviews auf mögliche Hintergrundberichterstattung, um Hate Speech-Angriffe abzuwehren, und kurzweilige Personalentscheidungen, um die Wogen zu glätten. Thematische Entscheidungen werden durch Hate Speech nicht beeinflusst, obwohl Hate Speech gerade dies versucht: Zielpersonen von Hate Speech-Angriffen zum Verstummen zu bringen (Silencing). Zielpersonen sind jene, die sich kritisch zu kontroversen Themen äußern. Neben den betroffenen JournalistInnen kommen auch Vorgesetzte, Mitglieder des Social Media-Teams oder Kundenservice in Kontakt mit Hate Speech.

Weiters wurden die gesammelten Ergebnisse zur Regulierung von Hate Speech gegen JournalistInnen entlang der Wirkungsebenen (global, europäisch und national), welche um die Ebenen der Medienorganisation und des Individuums erweitert wurden, und der Regulierungsformen (staatliche Regulierung, Ko-Regulierung und Selbstregulierung) des Media Governance-Ansatzes gegliedert. (Puppis 2010a, S. 59) Global wird Hate Speech von den Menschenrechten reguliert und die Rahmenbedingungen von NGOs ko-reguliert. Die globale Selbstregulierung wird von Social Media-BetreiberInnen zur Eindämmung von Hate Speech genutzt. Auf europäischer Ebene reguliert die Europäische Menschenrechtskonvention die Rahmenbedingungen von Hate Speech und in der Ko-Regulierung engagieren sich, neben dem Council of Europe und der OSCE, mehrere NGOs und Initiativen gegen Hate Speech. Das Abkommen „Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech“ zwischen der Europäischen Kommission und globalen Internetunternehmen ist ebenfalls eine Ko-Regulierung. Auf nationaler Ebene gibt es im Strafgesetz, dem Bundesverfassungsgesetz und dem ArbeitnehmerInnenschutzgesetz Paragrafen, die bei Hate Speech gegen JournalistInnen in Medienorganisationen greifen. In der nationalen Ko-Regulierung sind die Beratungsstelle ZARA, die rassistische Vorfälle und Fälle von Hass im Netz dokumentiert, und andere NGOs angesiedelt. Eine nationale Selbstregulierung der Medienbranche zu Hate Speech gegen JournalistInnen konnte nicht identifiziert werden. Auf der weiteren Ebene der

Medienorganisation werden Maßnahmen entsprechend der Leitsätze der Medien gesetzt, und journalistische Exzellenz ist für einige Medienorganisationen ein Schutzschild vor Hate Speech. Die präsenteste Maßnahme zum Umgang mit Hate Speech gegen JournalistInnen ist auf dieser Ebene das Social Media-Management, das von Filtermechanismen und Nutzungsrichtlinien unterstützt wird. Die redaktionelle Vorgehensweise bei Hate Speech-Angriffen gegen JournalistInnen ist individuell vom Einzelfall abhängig, und kann im Extremfall bis zur Klage gehen. Die Gestaltung der Unterstützungsmaßnahmen in den österreichischen Medienorganisationen könnte unterschiedlicher nicht sein: Umfangreiche Angebote mit Schulungen, Coaching oder psychologischer Betreuung stehen einer psychischen Unterstützung durch KollegInnen gegenüber, wenn die Gesprächskultur in der Redaktion dies überhaupt zulässt. Auf der Ebene des Individuums zeigt sich eine wirkungsvolle Strategie, die kaum genutzt wird: den eigenen Namen nicht unter kritische Berichterstattung zu setzen. Die betroffenen JournalistInnen gehen mit jedem Hate Speech-Vorfall individuell um, und holen sich bei Bedarf Unterstützung von Vorgesetzten, KollegInnen oder RechtsanwältInnen. Der Rückzug aus der Öffentlichkeit kann eine persönliche Reaktion der JournalistInnen auf einen Hate Speech-Angriff sein.

In der Interpretation werden die Ergebnisse so gedeutet, dass sowohl die betroffenen JournalistInnen als auch die einzelnen Medienorganisationen Hate Speech gegen JournalistInnen im Alleingang lösen wollen. Die Rahmenbedingungen außerhalb der Medienorganisationen regulieren überwiegend Hate Speech im Allgemeinen, jedoch nicht spezifisch gegen JournalistInnen, und jene arbeitsrechtlichen Bestimmungen, die auf Hate Speech gegen JournalistInnen anwendbar sind, werden in den Medienorganisationen nicht mit dem Phänomen in Beziehung gesetzt. Im öffentlichen Raum und in den Medienorganisationen fehlt eine Definition, wonach Hate Speech gegen JournalistInnen sachlich bestimmt werden kann und nicht länger das persönliche Empfinden der Betroffenen ausschlaggebend ist. (Article 19 2018, S. 46–47; Nationales Komitee No Hate Speech Österreich 2018, S. 2–4; OSCE - The Representative on Freedom of the Media 2016, 6-7) Die vorhandenen Regulierungsmaßnahmen außerhalb der Medienorganisationen wirken fast ausnahmslos durch Einschränkung, aber dies führt nicht zur notwendigen Bewusstseinsänderung in der Gesellschaft. Hate Speech ist ein gesamtgesellschaftliches Problem, das eine Zusammenarbeit mehrerer Akteure erfordert. Hate Speech

gegen JournalistInnen, insbesondere gegen Frauen im Beruf, hat mit Social Media neue Dynamiken entwickelt, die noch nicht im gesellschaftlichen Bewusstsein verankert sind. (Kuhlhäuser 2016, S. 53–54; United Nations - Human Rights Council 2018, S. 3–5) Die Medienorganisationen sorgen durch Moderationsmaßnahmen auf ihren eigenen Online-Kanälen dafür, dass die Atmosphäre ihren Leitsätzen entspricht, aber die Online-Kanäle der JournalistInnen werden davon nicht erfasst. In den Medienorganisationen lässt sich zum Teil von der internen Gesprächskultur ableiten, wie die Unterstützung für betroffene JournalistInnen aussieht. (Trionfi und Luque 2019, S. 11–16) Der Journalismus ist eine Profession, die einerseits Hate Speech im beruflichen Alltag in Kauf nimmt und daher wenig Hilfe für sich selbst einfordert, und die andererseits in Sorge um die notwendigen Freiheiten für ihre Berufsausübung, keine strengere Regulierung von Hate Speech verlangt. (Hagen 2016, S. 19) Aber solange Hate Speech gegen JournalistInnen nicht als Problem anerkannt wird, kann es nicht zielgerichtet reguliert werden.

Die vorliegende Studie unterliegt mehreren Einschränkungen. Die getroffenen Aussagen beziehen sich auf Medienorganisationen und JournalistInnen in Medienorganisationen in Österreich. Die Analyse zeigt die Vielfalt an Strukturen und Praktiken in den befragten Medienorganisationen. Es wurde aber nicht besprochen, welche Angebote für KorrespondentInnen oder nicht festangestellte JournalistInnen zugänglich sind, daher gelten die Ergebnisse nicht für diese Gruppen.

Eine weitere Einschränkung ergibt sich aus der Erhebungsmethode des Interviews, da die befragten Personen über die internen Abläufe und Praktiken in den Medienorganisationen berichteten, und von außen nicht geprüft werden kann, ob die Beschreibungen der ExpertInnen den Umgang mit Hate Speech eventuell beschönigend darstellen.

Ein Problem in der Durchführung der Interviews war, dass sich die Suche nach ChefredakteurlInnen als GesprächspartnerInnen, aufgrund eines politischen Umbruchs im Frühjahr 2019 und den folgenden Neuwahlen des österreichischen Nationalrats, langwierig und schwierig gestaltete. Die Rekrutierung eines Personalverantwortlichen hat sich erst auf die persönliche Empfehlung einer Interviewpartnerin hin ergeben. Die kontaktierten Personalverantwortlichen hatten meist mit der Begründung, dass Hate Speech intern in den Redaktionen geregelt wird, abgesagt.

Während zwei Interviews gab es das Problem, dass die ExpertInnen regelmäßig betonten, es sei ihre persönliche Meinung oder Erfahrung, und sie könnten nicht für alle MitarbeiterInnen in der Redaktion sprechen.

Eine fachliche Einschränkung gibt es bei der Auslegung der herangezogenen Gesetze, da die Autorin keine juristischen Kenntnisse hat, musste sie sich für Informationen über die Auslegung an Kommentaren zu den Gesetzen und Informationsseiten von Bundesministerien orientieren.

Das Thema Hate Speech gegen JournalistInnen in Medienorganisationen erforderte es, mehrere umfangreiche Themenkomplexe in Beziehung zueinander zu setzen. Die Autorin hofft, dass die Problematik, trotz der beschränkten Ressourcen, in ihren vielen Facetten erläutert und für die LeserInnen informativ und verständlich dargestellt werden konnte.

Mit dieser Arbeit wurde ein erster Einblick in die Rahmenbedingungen von Hate Speech gegen JournalistInnen in österreichischen Medienorganisationen gegeben. Ausgehend von den vorliegenden Erkenntnissen erschließen sich weitere Forschungsmöglichkeiten, wie die strukturierte Vollerhebung aller Maßnahmen in den Medienorganisationen zu Hate Speech gegen JournalistInnen, oder die Untersuchung der Rahmenbedingungen für freie JournalistInnen, die nicht in einer Redaktion eingebettet arbeiten. Spannend wäre auch die Betrachtung des Empfindens der JournalistInnen bei der Konfrontation mit Hate Speech, und wie sie Hate Speech-Angriffe als solche identifizieren oder von berechtigter Kritik unterscheiden.

8 Quellenverzeichnis

Altmeppen, Klaus-Dieter (2006): Journalismus und Medien als Organisationen. Leistungen, Strukturen und Management. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden. Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-90090-2>.

Amadeu Antonio Stiftung (2011): Die Theorie in der Praxis. Projekte gegen gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit. Berlin.

Arbeitsinspektion (2017): ArbeitnehmerInnenschutz - Allgemeines. Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz. Online verfügbar unter https://www.arbeitsinspektion.gv.at/inspektorat/Uebergreifende_Themen/ArbeitnehmerInnenschutz_Allgemeines/, zuletzt aktualisiert am 01.12.2017, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Arbeitsinspektion (2018a): psychische Belastungen. Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz. Online verfügbar unter https://www.arbeitsinspektion.gv.at/inspektorat/Gesundheit_im_Betrieb/psychische_Belastungen/Burnout, zuletzt aktualisiert am 13.09.2018, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Arbeitsinspektion (2018b): Stress. Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz. Online verfügbar unter https://www.arbeitsinspektion.gv.at/inspektorat/Gesundheit_im_Betrieb/psychische_Belastungen/Stress, zuletzt aktualisiert am 13.09.2018, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Arbeitsinspektion (2018c): arbeitsbedingte Erkrankungen. Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz. Online verfügbar unter https://www.arbeitsinspektion.gv.at/inspektorat/Gesundheit_im_Betrieb/arbeitsbedingte_Erkrankungen/:jsessionid=1C491E2C99557E1F58BE8B103566602A.bmsk, zuletzt aktualisiert am 25.10.2018, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Arbeitsinspektion (2019): psychische Belastungen. Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz. Online verfügbar unter https://www.arbeitsinspektion.gv.at/inspektorat/Gesundheit_im_Betrieb/psychische_Belastungen/#10, zuletzt aktualisiert am 30.04.2019, zuletzt geprüft am 17.10.2019.

Article 19: Hate Speech explained. A Toolkit. Online verfügbar unter <https://www.article19.org/data/files/medialibrary/38231/'Hate-Speech'-Explained---A-Toolkit-%282015-Edition%29.pdf>, zuletzt geprüft am 12.11.2018.

Article 19 (2018): Austria: Responding to Hate Speech. Country Report. London. Online verfügbar unter <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2018/09/Austria-Responding-to-Hate-Speech.pdf>, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

Article 19 (2019a): Ending Impunity. Acting on UN Standards on the Safety of Journalists. Online verfügbar unter <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2019/11/SOJ-Web.pdf>, zuletzt geprüft am 27.11.2019.

Article 19 (2019b): The Social Media Council. Consultation paper. Online verfügbar unter <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2019/06/A19-SMC-Consultation-paper-2019-v05.pdf>, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

Article 19. Defending freedom of expression and information (2019c). Online verfügbar unter <https://www.article19.org/>, zuletzt aktualisiert am 06.11.2019, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

Baldwin, Robert; Cave, Martin; Lodge, Martin (2012): Understanding regulation. Theory, strategy, and practice. 2nd ed. Oxford, New York: Oxford University Press. Online verfügbar unter <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=406020>.

Bardoel, Johannes (2008): Converging Media Governance Arrangements in Europe. In: Georgios Terzis (Hg.): European Media Governance : National and Regional Dimensions. Bristol, UK: Intellect, S. 445–458.

Barton, Alana; Storm, Hannah: Violence and Harassment against Women in the News Media: A Global Picture. Unter Mitarbeit von Samantha Brady. Hg. v. Elisa Lees Munoz. International Women's Media Foundation; International News Safety Institute. Online verfügbar unter <https://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2018/06/Violence-and-Harassment-against-Women-in-the-News-Media.pdf>, zuletzt geprüft am 12.11.2019.

Berka, Walter (2010): Media Governance zwischen Recht und Selbstregulierung. In: Helmut Koziol, Josef Seethaler und Thomas Thiede (Hg.): Media Governance, Wahrhaftigkeitspflicht und sachgerechte Haftung. Wien: Sramek (Medienpolitik und Recht, 1), S. 45–62.

Blöbaum, Bernd; Nölleke, Daniel; Scheu, Andreas M. (2016): Das Experteninterview in der Kommunikationswissenschaft. In: Stefanie Averbeck-Lietz und Michael Meyen (Hg.): Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft, Bd. 58. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 175–190.

Brodnig, Ingrid (Hg.) (2018): Digitalreport 1: Die politische Debatte auf Facebook. Unter Mitarbeit von Lucas Hammer, Barbara Buchegger, Sofia Palzer-Khomenco und Jakob Winter. Online verfügbar unter https://www.digitalreport.at/wp-content/uploads/2018/07/Digitalreport_1.pdf, zuletzt geprüft am 27.11.2019.

Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz: Arbeitsinspektion. Online verfügbar unter <https://www.arbeitsinspektion.gv.at/inspektorat/>, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort - Unternehmensservice Portal (2019): Gesundheit & Sicherheit: Arbeitnehmerschutz. Online verfügbar unter https://www.usp.gv.at/Portal.Node/usp/public/content/gesundheit_und_sicherheit/arbeitnehmerschutz/Seite.2940000.html, zuletzt aktualisiert am 05.04.2019, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Burkart, Roland (2019): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umrisse einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 5. vollst. neu bearb. Auflage, revidierte Ausgabe. Wien: Böhlau (UTB).

Carlo Bertot, John; Jaeger, Paul T.; Grimes, Justin M. (2012): Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government. In: *Transforming Government* 6 (1), S. 78–91. DOI: 10.1108/17506161211214831.

Chakravarthy, Paula; Saridakis, Katharine (2006): Media policy and globalization. Edinburgh: Edinburgh University Press (Media topics). Online verfügbar unter <http://www.jstor.org/stable/10.3366/j.ctt1r2159>.

COMM/DG/UNIT (2017): Avramopoulos begrüßt Fortschritte bei der Bekämpfung terroristischer Inhalte im Internet - Deutschland - European Commission. Europäische Kommission - Vertretung in Deutschland. Online verfügbar unter https://ec.europa.eu/germany/news/avramopoulos-begr%C3%BC%C3%9Ft-fortschritte-bei-der-bek%C3%A4mpfung-terroristischer-inhalte-im-internet_de, zuletzt aktualisiert am 03.10.2017, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

COMM/DG/UNIT (2018): Commission Recommendation on measures to effectively tackle illegal content online - Digital Single Market - European Commission. Europäische Kommission. Online verfügbar unter <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online>, zuletzt aktualisiert am 01.03.2018, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

COMM/PRESS/01 (2017): European Commission - PRESS RELEASES - Press release - Sicherheitsunion: Kommission verstärkt Bemühungen im Kampf gegen illegale Online-Inhalte. Europäische Kommission. Online verfügbar unter https://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-3493_de.htm, zuletzt aktualisiert am 28.09.2017, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

Council of Europe - Committee of Ministers (30.10.1997): Recommendation No. R(97) 20 on „hate speech“. Rec(97)20E. Online verfügbar unter <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680505d5b>, zuletzt geprüft am 05.11.2019.

Council of Europe Youth Department: No Hate Speech Movement. Online verfügbar unter <https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign>, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

DeNardis, L.; Hackl, A. M. (2015): Internet governance by social media platforms. In: *Telecommunications Policy* 39 (9), S. 761–770. DOI: 10.1016/j.telpol.2015.04.003.

Des Freedman (2008): The politics of media policy. Online verfügbar unter <http://lib.myilibrary.com?id=504452>.

Des Freedman (2018): Populism and media policy failure. In: *European Journal of Communication* 33 (6), S. 604–618. DOI: 10.1177/0267323118790156.

Dhrodia, Azmina (2017): Unsocial Media: The Real Toll of Online Abuse against Women. Amnesty International. Online verfügbar unter <https://medium.com/amnesty-insights/unsocial-media-the-real-toll-of-online-abuse-against-women-37134ddab3f4>, zuletzt geprüft am 10.11.2019.

Donges, Patrick (2006): Medien als Institutionen und ihre Auswirkungen auf Organisationen. Perspektiven des soziologischen Neo-Institutionalismus für die Kommunikationswissenschaft. In: *M&K* 54 (4), S. 563–578. DOI: 10.5771/1615-634x-2006-4-563.

Donges, Patrick (2008): Medialisierung politischer Organisationen. Parteien in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden. Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-90942-4>.

Donges, Patrick (2013): Klassische Medien als Institutionen. In: Matthias Künzler, Franziska Oehmner, Manuel Puppis und Christian Wassmer (Hg.): Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos (Medienstrukturen, 2), S. 87–96.

Donges, Patrick; Puppis, Manuel (2019): Kommunikations- und medienpolitische Perspektiven. Internet Governance. In: Wolfgang Schweiger und Klaus Beck (Hg.): Handbuch Online-Kommunikation. 2. Aufl. 2019, S. 81–104.

Eberwein, Tobias; Fengler, Susanne; Karmasin, Matthias (2017a): Putting media accountability on the map. Introduction. In: Tobias Eberwein, Susanne Fengler und Matthias Karmasin (Hg.): The European Handbook of Media Accountability. Abingdon, Oxon, New York: Routledge, S. 1–6.

Eberwein, Tobias; Fengler, Susanne; Kaufmann, Katja; Brinkmann, Janis; Karmasin, Matthias (2017b): Measuring media accountability in Europe - and beyond. Summary. In: Tobias Eberwein, Susanne Fengler und Matthias Karmasin (Hg.): The European Handbook of Media Accountability. Abingdon, Oxon, New York: Routledge, S. 285–300.

eco - Verband der Internetwirtschaft e.V (2017): EU-Guidelines sollen Providerhaftung weiter verschärfen: eco warnt vor Verletzung geltenden Rechts - eco. Online verfügbar unter <https://www.eco.de/presse/eu-guidelines-sollen-providerhaftung-weiter-verschaerfen-eco-warnt-vor-verletzung-geltenden-rechts/>, zuletzt aktualisiert am 28.09.2017, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

Eichmann, Hubert; Saupe, Bernhard (2014): Überblick über Arbeitsbedingungen in Österreich. Follow-up-Studie. Studie der Forschungs- und Beratungsstelle Arbeitswelt (FORBA) im Auftrag des Sozialministeriums. Wien: Verl. des ÖGB (Sozialpolitische Studienreihe, Bd. 15).

eMORE - Monitoring and Reporting Online Hate Speech in Europe (2017): AN OVERVIEW ON HATE CRIME AND HATE SPEECH IN 9 EU COUNTRIES. Towards a Common Approach to Prevent And Tackle Hatred. Country Report. Online verfügbar unter http://www.emoreproject.eu/wp-content/uploads/2017/11/Emore_CountryReport_Nov17web.pdf, zuletzt geprüft am 11.1.2019.

eMORE - Monitoring and Reporting Online Hate Speech in Europe (2018): A CROSS-CUTTING ANALYSIS OF DATA COLLECTED USING THE EMORE WEBAPP IN 9 EU COUNTRIES. Comparative Report. Online verfügbar unter https://www.emoreproject.eu/wp-content/uploads/2018/10/Emore_ComparativeReport.pdf, zuletzt geprüft am 11.11.2019.

Europäische Union (2014): Violence against women: An EU-wide survey. Main results. Luxemburg: Publications Office of the EU (Dignity). Online verfügbar unter <http://publications.europa.eu/de/publication-detail/-/publication/c643da1a-a4a6-11e5-b528-01aa75ed71a1>.

European Commission (2019): Countering illegal hate speech online #NoPlace4Hate. Online verfügbar unter https://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=54300, zuletzt aktualisiert am 04.11.2016, zuletzt geprüft am 08.11.2019.

European Court of Human Rights (04.11.1950): European Convention on Human Rights. ECHR, vom 01.06.2010. Online verfügbar unter https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf, zuletzt geprüft am 05.11.2019.

European Court of Human Rights - ECHR (2019): Factsheet - Hate Speech. Online verfügbar unter https://www.echr.coe.int/Documents/FS_Hate_speech_ENG.pdf, zuletzt geprüft am 05.11.2019.

Fengler, Susanne (2012): From media self-regulation to 'crowd-criticism': Media accountability in the digital age. In: *Central European Journal of Communication* (9), S. 175–189.

Flick, Uwe (2017): Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung. Völlig überarbeitete Neuauflage, 8. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Forschungszentrum Menschenrechte der Universität Wien; WEISSER RING Verbrechensopferhilfe (2018): Gewalt im Netz gegen Frauen und Mädchen in Österreich. Bestandsaufnahme. Wien. Online verfügbar unter https://www.weisser-ring.at/wp-content/uploads/2019/10/Studie_Bestandsaufnahme_Gewalt_im_Netz_gegen_Frauen_und_M%C3%A4dchen_in_%C3%96sterreich.pdf.

FRA – European Union Agency for Fundamental Rights (2017): Second European Union minorities and discrimination survey. Main results : EU-MIDIS II. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Online verfügbar unter http://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2017-eu-midis-ii-main-results_en.pdf, zuletzt geprüft am 12.11.2019.

Fürst, Silke; Jecker, Constanze; Schönhagen, Philomen (2016): Die qualitative Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft. In: Stefanie Averbeck-Lietz und Michael Meyen (Hg.): Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft, Bd. 43. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 209–225.

Grünberger, Gerald (2017): Veränderung ist die einzige Konstante. Eine Momentaufnahme zur Transformation österreichischer Medienhäuser. In: Medienhandbuch Österreich 2017. 1. Auflage. Wien: Czernin, S. 198–202.

Haarkötter, Hektor (2016a): Empörungskaskaden und rhetorische Strategien in Shitstorms. Eine empirische Analyse des User-Verhaltens in ausgewählten Facebook-Shitstorms. In: Hektor Haarkötter (Hg.): Shitstorms und andere Nettigkeiten. Über die Grenzen der Kommunikation in Social Media. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, S. 17–50.

Haarkötter, Hektor (Hg.) (2016b): Shitstorms und andere Nettigkeiten. Über die Grenzen der Kommunikation in Social Media. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Hagen, Aina Landsverk (2016): Shame Shock and Speech Injuries: Online Harasement against Journalists in Norway. In: OSCE - The Representative on Freedom of the Media (Hg.): New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists. Unter Mitarbeit von Becky Gardiner. Office of the Representative on Freedom of the Media OSCE. Wien, S. 17–19.

Hanitzsch, Thomas; Hanusch, Folker; Ramaprasad, Jyotika; Beer, A. S. de (Hg.) (2019): Worlds of journalism. Journalistic cultures around the globe. New York: Columbia University Press (Reuters Institute global journalism series).

Helka, Natalie (2014): Redaktionsschluss – warum Journalisten aussteigen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Hoffer, Peter (2014): Journalisten-, Medien- und PR-Index. Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Management. Ausgabe (1) 2014. Index Verlag.

Hoffer, Peter (2015): Journalisten-, Medien- und PR-Index. Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Management. Ausgabe (1) 2015. Index Verlag.

Hoffer, Peter (2016): Journalisten-, Medien- und PR-Index. Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Management. Ausgabe (1) 2016. Index Verlag.

Hoffer, Peter (2017): Journalisten-, Medien- und PR-Index. Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Management. Ausgabe (1) 2017. Index Verlag.

Hoffer, Peter (2018): Journalisten-, Medien- und PR-Index. Handbuch für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Management. Ausgabe (1) 2018. Index Verlag.

Jarren, Otfried (2010): Publizistische Verantwortungskultur durch Media Governance. In: Helmut Koziol, Josef Seethaler und Thomas Thiede (Hg.): Media Governance, Wahrhaftigkeitspflicht und sachgerechte Haftung. Wien: Sramek (Medienpolitik und Recht, 1), S. 25–43.

Jarren, Otfried (2016): Medien als Institutionen: Medien oder Journalismus als Institution? In: Otfried Jarren und Christian Steininger (Hg.): Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft : Festschrift für Marie Luise Kiefer. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos (Reihe Medienstrukturen, Band 10), S. 35–62.

Jarren, Otfried; Siegert, Gabriele (2013): Vorwort: Ulrich Saxer zum Gedenken. In: Matthias Künzler, Franziska Oehmner, Manuel Puppis und Christian Wassmer (Hg.): Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos (Medienstrukturen, 2), S. 7–11.

Jarren, Otfried; Steininger, Christian (Hg.) (2016): Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft : Festschrift für Marie Luise Kiefer. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos (Reihe Medienstrukturen, Band 10). Online verfügbar unter <http://gbv.eblib.com/patron/FullRecord.aspx?p=4500215>.

Josephi, Beate; Hanusch, Folker; Alonso, Martin Oller; Shapiro, Ivor; Andresen, Kenneth; Beer, Arnold de et al. (2019): 4. Profiles of Journalists: Demographic and Employment Patterns. In: Thomas Hanitzsch, Folker Hanusch, Jyotika Ramaprasad und A. S. de Beer (Hg.): Worlds of journalism. Journalistic cultures around the globe. New York: Columbia University Press (Reuters Institute global journalism series), S. 67–102.

Kaltenbrunner, Andy (2019): Geschichte der Tagespresse und Magazine nach 1945. In: Matthias Karmasin und Christian Oggolder (Hg.): Österreichische Mediengeschichte. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 175–197.

Kaltenbrunner, Andy; Karmasin, Matthias; Kraus, Daniela; Zimmermann, Astrid (2007): Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher ; eine empirische Erhebung. Unter Mitarbeit von Judith Leitner. Wien: Facultas-WUV.

Kaltenbrunner, Andy; Karmasin, Matthias; Kraus, Daniela; Zimmermann, Astrid (2008): Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive ; eine repräsentative Befragung. Wien: Facultas. Online verfügbar unter http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dok-serv?id=3099902&prov=M&dok_var=1&dok_ext=htm.

Kaltenbrunner, Andy; Luef, Sonja (2017): Newsroom Integration. A nationwide study. Austria as a microcosm of editorial models of daily newspapers. In: Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin und Daniela Kraus (Hg.): Journalism Report V. Innovation and Transition. 1. Auflage. Wien: facultas.wuv - Maudrich, S. 91–114.

Kaltenbrunner, Andy; Luef, Sonja (2018): Heimvorteil? Digitale Transition im Lokaljournalismus. Ausgewählte Ergebnisse der Studie zu Arbeitsbedingungen in Österreichs Regionaljournalismus. Medienhaus Wien. Online verfügbar unter <http://mhw.at/cgi-bin/file.pl?id=514>, zuletzt geprüft am 27.11.2019.

Kaplan, Andreas M.; Haenlein, Michael (2010): Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. In: *Business Horizons* 53 (1), S. 59–68. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.09.003.

Karmasin, Matthias (2005): Journalismus: Beruf ohne Moral? Von der Berufung zur Profession. Wien: Facultas-WUV (FH-Studiengang Journalismus Wien).

Karmasin, Matthias (2013): Zwischen Markt und Moral. In: Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin und Daniela Kraus (Hg.): Der Journalisten-Report IV. Medienmanagement in Österreich. Wien: Facultas, S. 89–97.

Karmasin, Matthias; Bichler, Klaus; Kaltenbrunner, Andy (2017): Austria. Back on the democratic corporatistic road? In: Tobias Eberwein, Susanne Fengler und Matthias Karmasin (Hg.): The European Handbook of Media Accountability. Abingdon, Oxon, New York: Routledge, 7-13.

Kaspar, Kai; Gräßer, Lars; Riffi, Aycha (Hg.) (2017): Online Hate Speech. Perspektiven auf eine neue Form des Hasses. kopaed verlagsGmbH. Düsseldorf, München: www.kopaed.de (Schriftenreihe zur digitalen Gesellschaft NRW, Band 4). Online verfügbar unter http://www.grimme-institut.de/fileadmin/Grimme_Nutzer_Dateien/Akademie/Dokumente/SR-DG-NRW_04-Online-Hate-Speech.pdf, zuletzt geprüft am 27.11.2019.

Katzenbach, Christian (2018): Die Regeln digitaler Kommunikation. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Kepplinger, Hans Mathias (2011): Journalismus als Beruf. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Wiesbaden (Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation, 6). Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-92915-6>.

Kiefer, Marie Luise (2010): Journalismus und Medien als Institutionen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH. Online verfügbar unter https://www.content-select.com/index.php?id=bib_view&ean=9783864962059.

Kiefer, Marie Luise; Steininger, Christian (2014): Medienökonomik. 3., aktualisierte und erw. Aufl. München: Oldenbourg. Online verfügbar unter <http://www.degruyter.com/doi/book/10.1524/9783486859263>.

Kleinsteuber, Hans J. (2011): Regulierung und Governance: Zivilgesellschaft in die Medienpolitik. In: Hans J. Kleinsteuber und Sabine Nehls (Hg.): Media Governance in Europa. Regulierung-Partizipation-Mitbestimmung. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 57–90.

Knop, Karin (2017): Hass und Hetze im Internet geht alle an - No Hate Speech! Editorial. In: *Medien+Erziehung - Merz: Zeitschrift Für Medienpädagogik* 61 (3), S. 8–12.

Krotz, Friedrich (2017): Hate Speech und Fake News im Netz. Von individueller und gesellschaftlicher Verantwortung. In: *Medien+Erziehung - Merz: Zeitschrift Für Medienpädagogik* 61 (3), S. 20–26.

Krotz, Friedrich (2019): Ausblick: Medienwandel und Mediatisierung als Herausforderung für Wissenschaft und Gesellschaft. In: Matthias Karmasin und Christian Oggolder (Hg.): Österreichische Mediengeschichte. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 315–328.

Kuckartz, Udo (2018): Qualitative Inhaltsanalyse : Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 4. Auflage. Weinheim, Grünwald: Beltz JuventaContent-Select (Grundlagentexte Methoden). Online verfügbar unter https://content-select.com/index.php?id=bib_view&ean=9783779946830.

Kuhlhäuser, Sandra (2016): Shitstorm gleich Shitstorm? - Eine empirische Untersuchung des Netzphänomens exemplarisch dargestellt am Amazon-Shitstorm. In: Hektor Haarkötter (Hg.): Shitstorms und andere Nettigkeiten. Über die Grenzen der Kommunikation in Social Media. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, S. 51–84.

Künzler, Matthias; Oehmner, Franziska; Puppis, Manuel; Wassmer, Christian (Hg.) (2013a): Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos (Medienstrukturen, 2).

Künzler, Matthias; Wassmer, Christian; Oehmner, Franziska; Puppis, Manuel (2013b): Medien als Institutionen und Organisationen: Anachronismus in der Onlinewelt? In: Matthias Künzler, Franziska Oehmner, Manuel Puppis und Christian Wassmer (Hg.): Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos (Medienstrukturen, 2), S. 13–25.

Latour, Agata de; Perger, Nina; Salag, Ron; Tocchi, Claudio; Otero, Paloma Viejo (2017): We Can! : Taking Action Against Hate Speech Through Counter and Alternative Narratives (revised Edition): Council of Europe (Revised edition). Online verfügbar unter <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1793121&site=ehost-live>, zuletzt geprüft am 27.11.2019.

Lauerer, Corinna; Hanitzsch, Thomas (2019): 3. Surveying Journalists Around the World: A Methodological Framework. In: Thomas Hanitzsch, Folker Hanusch, Jyotika Ramaprasad und A. S. de Beer (Hg.): Worlds of journalism. Journalistic cultures around the globe. New York: Columbia University Press (Reuters Institute global journalism series), S. 47–66.

Lohmann, Marie-Isabell; Seethaler, Josef (2016): Journalists in Austria. Country Report. Austrian Academy of Sciences (Worlds of Journalism).

Loosen, Wiebke (2016): Das Leitfadeninterview – eine unterschätzte Methode. In: Stefanie Averbeck-Lietz und Michael Meyen (Hg.): Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft, Bd. 6. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 139–155.

Marhold, Franz; Friedrich, Michael (2012): Österreichisches Arbeitsrecht. 2. vollständig überarbeitete Auflage. Vienna: Springer Vienna.

Marlin-Bennett, Renée; Thornton, E. Nicole (2012): Governance within social media websites: Ruling new frontiers. In: *Telecommunications Policy* 36 (6), S. 493–501. DOI: 10.1016/j.telpol.2012.01.002.

McNamee, Joe (2017): Commission's position on tackling illegal content online is contradictory and dangerous for free speech - EDRI. European Digital Rights. Online verfügbar unter <https://edri.org/commissions-position-tackling-illegal-content-online-contradictory-dangerous-free-speech/>, zuletzt aktualisiert am 28.09.2017, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

McQuail, Denis (2003): Media accountability and freedom of publication. 1. publ. Oxford: University Press.

- McQuail, Denis (2008): The Current State of Media Governance in Europe. In: Georgios Terzis (Hg.): European Media Governance : National and Regional Dimensions. Bristol, UK: Intellect, S. 17–26.
- McQuail, Denis (2010): McQuail's mass communication theory. 6. ed. Los Angeles, Calif.: SAGE.
- Media against Hate (2016): About. European Federation of Journalists. Online verfügbar unter <http://europeanjournalists.org/mediaagainsthate/about/>, zuletzt aktualisiert am 01.12.2016, zuletzt geprüft am 07.11.2019.
- Meier, Klaus (2018): Journalistik. 4. überarbeitete Auflage. Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Meier, Klaus; Kraus, Daniela; Michaeler, Edith; Reiter, Florian (2017): Audience Engagement. An unprecedented variety for newsrooms and the training of journalists. In: Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin und Daniela Kraus (Hg.): Journalism Report V. Innovation and Transition. 1. Auflage. Wien: facultas.wuv - Maudrich, S. 71–85.
- Meier, Werner A. (2011): Demokratie und Media Governance in Europa. Unter Mitarbeit von Hans J. Kleinsteuber. In: Hans J. Kleinsteuber und Sabine Nehls (Hg.): Media Governance in Europa. Regulierung-Partizipation-Mitbestimmung. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 37–56.
- Meuser, Michael; Nagel, Ulrike (2009): Das Experteninterview — konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage. In: Susanne Pickel, Gert Pickel, Hans-Joachim Lauth und Detlef Jahn (Hg.): Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft, 27/1. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 465–479.
- Meyen, Michael; Löblich, Maria; Pfaff-Rüdiger, Senta; Riesmeyer, Claudia (2019): Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft : Eine praxisorientierte Einführung. 2. Aufl. 2019. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS (Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft). Online verfügbar unter <https://doi.org/10.1007/978-3-658-23530-7>.
- Monroy, Matthias (2017): Facebook, Twitter & Co: Upload-Filter gegen „Terrorismus und Extremismus“ gestartet. netzpolitik.org. Online verfügbar unter <https://netzpolitik.org/2017/facebook-twitter-co-upload-filter-gegen-terrorismus-und-extremismus-gestartet/>, zuletzt aktualisiert am 13.03.2017, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Mueller, Milton L. (2015): Hyper-transparency and social control: Social media as magnets for regulation. In: *Telecommunications Policy* 39 (9), S. 804–810. DOI: 10.1016/j.telpol.2015.05.001.
- Napoli, Philip M. (2015): Social media and the public interest: Governance of news platforms in the realm of individual and algorithmic gatekeepers. In: *Telecommunications Policy* 39 (9), S. 751–760. DOI: 10.1016/j.telpol.2014.12.003.
- Nationales Komitee No Hate Speech Österreich (2018): Empfehlungen des Nationalen No Hate Speech Komitees an die Bundesregierung und Landesregierungen. Online verfügbar unter https://www.nohatespeech.at/wp-content/uploads/2018/08/Empfehlungen_No_Hate_Speech_Komitee.pdf, zuletzt geprüft am 08.11.2019.
- Neu, Dean; Saxton, Greg; Rahaman, Abu; Everett, Jeffery (2019): Twitter and social accountability: Reactions to the Panama Papers. In: *Critical Perspectives on Accounting* 61, S. 38–53. DOI: 10.1016/j.cpa.2019.04.003.
- Neuberger, Christoph (2013): Onlinemedien als Institutionen. In: Matthias Künzler, Franziska Oehmner, Manuel Puppis und Christian Wassmer (Hg.): Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos (Medienstrukturen, 2), S. 97–116.

Newman, Elana; Drevo, Susan; Brummel, Bradley; Rees, Gavin; Shapiro, Bruce (2016): Online Abuse of Women Journalists: Towards an Evidence Based Approach to Prevention and Intervention. In: OSCE - The Representative on Freedom of the Media (Hg.): New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists. Unter Mitarbeit von Becky Gardiner. Office of the Representative on Freedom of the Media OSCE. Wien, S. 47–51.

Nohl, Arnd-Michael (2017): Interview und Dokumentarische Methode. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

North, Louise (2016): Damaging and daunting: female journalists' experiences of sexual harassment in the newsroom. In: *Feminist Media Studies* 16 (3), S. 495–510. DOI: 10.1080/14680777.2015.1105275.

Obar, Jonathan A.; Wildman, Steve (2015): Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. In: *Telecommunications Policy* 39 (9), S. 745–750. DOI: 10.1016/j.telpol.2015.07.014.

Obermaier, Magdalena; Hofbauer, Michaela; Reinemann, Carsten (2018): Journalists as targets of hate speech. How German journalists perceive the consequences for themselves and how they cope with it. In: *SCM* 7 (4), S. 499–524. DOI: 10.5771/2192-4007-2018-4-499.

oesterreich.gv.at-Redaktion (Hg.) (2018): Verhetzung. Online verfügbar unter https://www.oesterreich.gv.at/themen/bildung_und_neue_medien/internet_und_handysicher_durch_die_digitale_welt/3/3/Seite.1720220.html, zuletzt aktualisiert am 25.04.2018, zuletzt geprüft am 06.11.2019.

OSCE - The Representative on Freedom of the Media: Safety for Female Journalists Online. Online verfügbar unter <https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media/safety-female-journalists-online>, zuletzt geprüft am 27.08.2019.

OSCE - The Representative on Freedom of the Media (Hg.) (2016): New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists. Unter Mitarbeit von Becky Gardiner. Office of the Representative on Freedom of the Media OSCE. Wien. Online verfügbar unter <https://www.osce.org/fom/220411?download=true>, zuletzt geprüft am 27.11.2019.

Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK): Österreichische Auflagenkontrolle (ÖAK) – Österreichische Gemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern. Online verfügbar unter <https://www.oeak.at/>, zuletzt geprüft am 13.09.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.1917): Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch § 1157 - Fürsorgepflicht des Dienstgebers. ABGB § 1157, vom 21.10.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter [https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10001622&FassungVom=2019-10-21&Artikel=&Paragraf=1157&Anlage=&Uebergangsrecht="](https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10001622&FassungVom=2019-10-21&Artikel=&Paragraf=1157&Anlage=&Uebergangsrecht=), zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Österreichischer Nationalrat (1947): Verbotsgesetz 1947, vom 07.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes. Online verfügbar unter <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000207>, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.1975): Strafgesetzbuch § 282 - Aufforderung zu mit Strafe bedrohten Handlungen und Gutheibung mit Strafe bedrohter Handlungen. StGB § 282, vom 07.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter [https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10002296&FassungVom=2019-11-07&Artikel=&Paragraf=282&Anlage=&Uebergangsrecht="](https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10002296&FassungVom=2019-11-07&Artikel=&Paragraf=282&Anlage=&Uebergangsrecht=), zuletzt geprüft am 07.11.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.2013a): ArbeitnehmerInnenschutzgesetz § 2 - Begriffsbestimmungen. ASchG § 2, vom 21.10.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter

<https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10008910&FassungVom=2019-10-21&Artikel=&Paragraf=2&Anlage=&Uebergangsrecht=>, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.2013b): ArbeitnehmerInnenschutzgesetz § 3 - Allgemeine Pflichten der Arbeitgeber. ASchG § 3, vom 21.10.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter <https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10008910&FassungVom=2019-10-21&Artikel=&Paragraf=3&Anlage=&Uebergangsrecht=>, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.2013c): ArbeitnehmerInnenschutzgesetz § 4 - Ermittlung und Beurteilung der Gefahren Festlegung von Maßnahmen (Arbeitsplatzevaluierung). ASchG § 4, vom 21.10.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter <https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10008910&FassungVom=2019-10-21&Artikel=&Paragraf=4&Anlage=&Uebergangsrecht=>, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.2016a): Strafgesetzbuch § 107 - Gefährliche Drohung. StGB § 107, vom 07.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter <https://www.ris.bka.gv.at/eli/bgb/1974/60/P107/NOR40173629?ResultFunctionToken=80d6dd62-8c99-4069-8154-ef86ce5210f4&Position=1&SkipToDocumentPage=True&Abfrage=Bundesnormen&Kundmachungsorgan=&Index=&Titel=&Gesetzesnummer=&VonArtikel=&BisArtikel=&VonParagraf=&BisParagraf=&VonAnlage=&BisAnlage=&Typ=&Kundmachungsnummer=&Unterzeichnungsdatum=&FassungVom=07.11.2019&VonInkrafttretedatum=&BisInkrafttretedatum=&VonAusserkrafttretedatum=&BisAusserkrafttretedatum=&NormabschnittnummerKombination=Und&ImRisSeitVonDatum=&ImRisSeitBisDatum=&ImRisSeit=Undefined&PageSize=100&Suchworte=Drohung>, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.2016b): Strafgesetzbuch § 107a - beharrliche Verfolgung. StGB § 107a, vom 07.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter <https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10002296&FassungVom=2019-11-07&Artikel=&Paragraf=107a&Anlage=&Uebergangsrecht=>, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.2016c): Strafgesetzbuch § 107c - Fortgesetzte Belästigung im Wege einer Telekommunikation oder eines Computersystems. StGB § 107c, vom 07.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter <https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10002296&FassungVom=2019-11-07&Artikel=&Paragraf=107c&Anlage=&Uebergangsrecht=>, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.2016d): Strafgesetzbuch § 111 - Üble Nachrede. StGB § 111, vom 06.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter <https://www.ris.bka.gv.at/eli/bgb/1974/60/P111/NOR40173633?ResultFunctionToken=60b1003f-2d0b-4917-b8b1-058d75ddd556&Position=1&SkipToDocumentPage=True&Abfrage=Bundesnormen&Kundmachungsorgan=&Index=&Titel=&Gesetzesnummer=&VonArtikel=&BisArtikel=&VonParagraf=&BisParagraf=&VonAnlage=&BisAnlage=&Typ=&Kundmachungsnummer=&Unterzeichnungsdatum=&FassungVom=06.11.2019&VonInkrafttretedatum=&BisInkrafttretedatum=&VonAusserkrafttretedatum=&BisAusserkrafttretedatum=&NormabschnittnummerKombination=Und&ImRisSeitVonDatum=&ImRisSeitBisDatum=&ImRisSeit=Undefined&PageSize=100&Suchworte=nachrede>, zuletzt geprüft am 06.11.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.2016e): Strafgesetzbuch § 152 - Kreditschädigung. StGB § 152, vom 07.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter <https://www.ris.bka.gv.at/eli/bgb/1974/60/P152/NOR40173657?ResultFunctionToken=c7028eb1->

925a-42ba-a54a-4339faf988d1&Position=1&SkipToDocumentPage=True&Abfrage=Bundesnormen&Kundmachungsorgan=&Index=&Titel=&Gesetzesnummer=&VonArtikel=&BisArtikel=&VonParagraf=&BisParagraf=&VonAnlage=&BisAnlage=&Typ=&Kundmachungsnummer=&Unterzeichnungsdatum=&FassungVom=07.11.2019&VonInkrafttretedatum=&BisInkrafttretedatum=&VonAusserkrafttretedatum=&BisAusserkrafttretedatum=&NormabschnittnummerKombination=Und&ImRisSeitVonDatum=&ImRisSeitBisDatum=&ImRisSeit=Undefined&ResultPageSize=100&Suchworte=kreditsch%c3%a4digung, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

Österreichischer Nationalrat (01.01.2016): Strafgesetzbuch § 283 - Verhetzung. StGB § 283, vom 07.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Online verfügbar unter [Österreichischer Nationalrat \(01.09.2017\): Strafgesetzbuch § 115 - Beleidigung. StGB § 115, vom 07.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes \(RIS\). Online verfügbar unter \[Österreichischer Nationalrat \\(05.09.2018\\): Europäische Menschenrechtskonvention. EMRK §0, vom 06.11.2019. Fundstelle: Rechtsinformationssystem des Bundes \\(RIS\\). Online verfügbar unter \\[, zuletzt geprüft am 06.11.2019.\\]\\(https://www.ris.bka.gv.at/NormDokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000308&FassungVom=2019-11-06&Artikel=&Paragraf=0&Anlage=&Uebergangsrecht=\\)\]\(https://www.ris.bka.gv.at/eli/bgb/1974/60/P115/NOR40194044?ResultFunctionToken=0b751801-1918-486d-a1d4-0a8a13c2148a&Position=1&SkipToDocumentPage=True&Abfrage=Bundesnormen&Kundmachungsorgan=&Index=&Titel=&Gesetzesnummer=&VonArtikel=&BisArtikel=&VonParagraf=&BisParagraf=&VonAnlage=&BisAnlage=&Typ=&Kundmachungsnummer=&Unterzeichnungsdatum=&FassungVom=07.11.2019&VonInkrafttretedatum=&BisInkrafttretedatum=&VonAusserkrafttretedatum=&BisAusserkrafttretedatum=&NormabschnittnummerKombination=Und&ImRisSeitVonDatum=&ImRisSeitBisDatum=&ImRisSeit=Undefined&ResultPageSize=100&Suchworte=ehrenbeleidigung, zuletzt geprüft am 07.11.2019.</p></div><div data-bbox=\)](https://www.ris.bka.gv.at/eli/bgb/1974/60/P283/NOR40177271?ResultFunctionToken=167adba3-afd4-4e3b-ad3c-278773edd9a8&Position=1&SkipToDocumentPage=True&Abfrage=Bundesnormen&Kundmachungsorgan=&Index=&Titel=&Gesetzesnummer=&VonArtikel=&BisArtikel=&VonParagraf=&BisParagraf=&VonAnlage=&BisAnlage=&Typ=&Kundmachungsnummer=&Unterzeichnungsdatum=&FassungVom=07.11.2019&VonInkrafttretedatum=&BisInkrafttretedatum=&VonAusserkrafttretedatum=&BisAusserkrafttretedatum=&NormabschnittnummerKombination=Und&ImRisSeitVonDatum=&ImRisSeitBisDatum=&ImRisSeit=Undefined&ResultPageSize=100&Suchworte=verhetzung, zuletzt geprüft am 07.11.2019.</p></div><div data-bbox=)

Österreichischer Presserat: Tätigkeitsbericht des Österreichischen Presserats für das Jahr 2010. Online verfügbar unter https://presserat.at/rte/upload/pdfs/taetigkeitsbericht_oepo_2010.pdf, zuletzt geprüft am 22.10.2019.

Österreichischer Presserat (2019): Liste teilnehmender Medien. Online verfügbar unter https://presserat.at/show_content.php?sid=38, zuletzt aktualisiert am 11.07.2019, zuletzt geprüft am 21.10.2019.

Pekkonen, Sanna; Sanomat, Helsingin (2018): Online harassment brings special risks for freelance journalists. Freelancers fear loss of job opportunities for speaking out about online abuse. Online verfügbar unter <https://ipi.media/online-harassment-brings-special-risks-for-freelance-journalists/>, zuletzt aktualisiert am 04.11.2018, zuletzt geprüft am 11.11.2019.

Pensold, Wolfgang (2019): Auf rot-weiß-roter Welle. In: Matthias Karmasin und Christian Oggolder (Hg.): Österreichische Mediengeschichte. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 151–173.

Pew Research Center (2014): Online Harassment. Unter Mitarbeit von Maeve Duggan, Lee Rainie, Aaron Smith, Cary Funk, Amanda Lenhart und Mary Madden. Online verfügbar unter <http://www.pewinternet.org/2014/10/22/online-harassment/>, zuletzt geprüft am 10.11.2019.

- Pickel, Gert; Pickel, Susanne (2009): Qualitative Interviews als Verfahren des Ländervergleichs. In: Susanne Pickel, Gert Pickel, Hans-Joachim Lauth und Detlef Jahn (Hg.): Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft, Bd. 30. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 441–464.
- Pohle, Julia; Hösl, Maximilian; Kniep, Ronja (2016): Analysing internet policy as a field of struggle. In: *Internet Policy Review* 5 (3), S. 1–21. DOI: 10.14763/2016.3.412.
- Preuß, Madlen; Tetzlaff, Frederik; Zick, Andreas (2017): Publizieren wird zur Mutprobe. Hass im Arbeitsalltag Medienschaffender. Studie zur Wahrnehmung von und Erfahrungen mit Angriffen unter Journalist_innen. IKG Forschungsbericht. Mediendienst Integration. Berlin. Online verfügbar unter <https://mediendienst-integration.de/fileadmin/Dateien/Studie-hatespeech.pdf>, zuletzt geprüft am 27.08.2019.
- Puppis, Manuel (2010a): Einführung in die Medienpolitik. 1. Aufl. Stuttgart: UTB GmbH.
- Puppis, Manuel (2010b): Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation. In: *Communication, Culture & Critique* 3 (2), S. 134–149. DOI: 10.1111/j.1753-9137.2010.01063.x.
- Puppis, Manuel (2013): Medienregulierung als Institution und Organisation. In: Matthias Künzler, Franziska Oehmner, Manuel Puppis und Christian Wassmer (Hg.): Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos (Medienstrukturen, 2), S. 175–190.
- Puppis, Manuel (2016): Institution und Organisation. In: Otfried Jarren und Christian Steininger (Hg.): Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft : Festschrift für Marie Luise Kiefer. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos (Reihe Medienstrukturen, Band 10), S. 155–182.
- Reporter ohne Grenzen: RANGLISTE PRESSEFREIHEIT 2019. Online verfügbar unter <http://www.rog.at/press-freedom-index/>, zuletzt geprüft am 13.11.2019.
- RMS Radio Marketing Service GmbH Austria: RMS - Der Audiovermarkter. Online verfügbar unter <https://www.rms-austria.at/>, zuletzt geprüft am 13.09.2019.
- Rudl, Tomas (2017): Illegale Inhalte im Netz: EU-Kommission setzt auf die vermeintliche Wunderwaffe „Upload-Filter“. <https://www.facebook.com/netzpolitik>. Online verfügbar unter <https://netzpolitik.org/2017/illegale-inhalte-im-netz-eu-kommission-setzt-auf-die-vermeintliche-wunderwaffe-upload-filter/>, zuletzt aktualisiert am 28.09.2017, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Rudl, Tomas (2018): EU-Kommission will von Plattformen „freiwillige“ und weitreichende Internetzensur. netzpolitik.org. Online verfügbar unter <https://netzpolitik.org/2018/eu-kommission-will-von-plattformen-freiwillige-und-weitreichende-internetzensur/>, zuletzt aktualisiert am 02.03.2018, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Sarikakis, Katharine (2015): Securitization and Legitimacy in Global Media Governance. In: Ingrid Volkmer (Hg.): The handbook of global media research. paperback edition,first publication (Handbooks in communication and media), S. 143–155.
- Saxer, Ulrich (1999): Der Forschungsgegenstand der Medienwissenschaft. In: Hans-Werner Ludwig, Dietrich Schwarze und Erich Straßner (Hg.): Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen : 1. Teilband. Berlin, New York: W. de Gruyter (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 15.1), S. 1–14.
- Schleich, Carl (1921): Die Weisheit der Freude. Online verfügbar unter <https://www.aphorismen.de/zitat/169869>, zuletzt geprüft am 14.11.2019.

Schmidt, Jan-Hinrik (2017): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. 2., überarbeitete Auflage. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Scholl, Armin (2016): Die Logik qualitativer Methoden in der Kommunikationswissenschaft. In: Stefanie Averbeck-Lietz und Michael Meyen (Hg.): Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft, Bd. 59. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 17–32.

Schulz, Wolfgang; Dankert, Kevin (2016): Die Macht der Informationsintermediäre. Erscheinungsformen, Strukturen und Regulierungsoptionen. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung, Politische Akademie, Medienpolitik.

Seethaler, Josef (2010): Öffentliche Aufgabe und Wahrhaftigkeitspflicht in der Berichterstattung: Kommunikationswissenschaftliche Aspekte. In: Helmut Koziol, Josef Seethaler und Thomas Thiede (Hg.): Media Governance, Wahrhaftigkeitspflicht und sachgerechte Haftung. Wien: Sramek (Medienpolitik und Recht, 1), S. 65–80.

Seethaler, Josef (2017): The New Worlds of Journalism. How Austrian, German und Swiss journalists perceive innovation and change. In: Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin und Daniela Kraus (Hg.): Journalism Report V. Innovation and Transition. 1. Auflage. Wien: facultas.wuv - Maudrich, S. 53–66.

Solmecke, Christian (2016): Rechtliche Aspekte des Shitstorms. In: Hektor Haarkötter (Hg.): Shitstorms und andere Nettigkeiten. Über die Grenzen der Kommunikation in Social Media. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, S. 123–134.

Sponholz, Liriam (2018a): Hate Speech in den Massenmedien. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Sponholz, Liriam (2018b): Weil ich ein Mädchen bin: Formen und Folgen von geschlechterbezogenem Hate Speech. In: *Betrifft Mädchen* (03), 118 5. DOI: 10.3262/BEM1803118.

Stamati, Teta; Papadopoulos, Thanos; Anagnostopoulos, Dimosthenis (2015): Social media for openness and accountability in the public sector: Cases in the Greek context. In: *Government Information Quarterly* 32 (1), S. 12–29. DOI: 10.1016/j.giq.2014.11.004.

Steindl, Nina; Lauerer, Corinna; Hanitzsch, Thomas (2017): Journalismus in Deutschland. In: *Publizistik* 62 (4), S. 401–423. DOI: 10.1007/s11616-017-0378-9.

Steininger, Christian; Jarren, Otfried (2016): Einleitung. In: Otfried Jarren und Christian Steininger (Hg.): Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft : Festschrift für Marie Luise Kiefer. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos (Reihe Medienstrukturen, Band 10), S. 11–31.

Thimm, Caja (2017): Hate Speech und Shitstorms als digitale (Un-)Kultur. Politische und persönliche Reaktionsformen auf Hass im Netz. In: *Medien+Erziehung - Merz: Zeitschrift Für Medienpädagogik* 61 (3), S. 52–58, zuletzt geprüft am 18.06.2019.

Trappel, Josef (2008): The Austrian Media Landscape. In: Georgios Terzis (Hg.): European Media Governance : National and Regional Dimensions. Bristol, UK: Intellect, S. 63–72.

Trappel, Josef (2017): Kolonialisierung von Medien, Kommunikation und Kultur: Happy fools born here? In: Medienhandbuch Österreich 2017. 1. Auflage. Wien: Czernin, S. 259–262.

Trappel, Josef (2019): Medienkonzentration - trotz Internet kein Ende in Sicht. In: Matthias Karmasin und Christian Oggolder (Hg.): Österreichische Mediengeschichte. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 199–126.

Treem, Jeffrey W. (2015): Social Media as Technologies of Accountability. In: *American Behavioral Scientist* 59 (1), S. 53–74. DOI: 10.1177/0002764214540506.

Trionfi, Barbara; Luque, Javier (2019): Newsroom Best Practices for Addressing Online Violence against Journalists. Perspectives from Finland, Germany, Poland, Spain and the United Kingdom. International Press Institute. Online verfügbar unter <https://ipi.media/wp-content/uploads/2019/06/IPI-report-online-harassment-06032019.pdf>, zuletzt geprüft am 11.11.2019.

Überall, Frank (2016): Geleitwort: Journalismus und Shitstorms. In: Hektor Haarkötter (Hg.): Shitstorms und andere Nettigkeiten. Über die Grenzen der Kommunikation in Social Media. 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, S. 11–16.

United Nations - Human Rights Council (2018): The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet. A/HRC/38/L.10/Rev.1. United Nations - Human Rights Council. Online verfügbar unter <http://daccess-ods.un.org/access.nsf/Get?Open&DS=A/HRC/38/L.10/Rev.1&Lang=E>, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

United Nations - Office of the High Commissioner for Human Rights (23.03.1967): International Covenant on Civil and Political Rights. 2200A (XXI). Online verfügbar unter <https://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx>, zuletzt geprüft am 05.11.2019.

United Nations - Office of the High Commissioner for Human Rights (16.07.2012): The promotion, protection and enjoyment of human rights on the internet. A/HRC/RES/20/8. Online verfügbar unter <https://daccess-ods.un.org/TMP/9448139.66751099.html>, zuletzt geprüft am 27.11.2019.

United Nations - UN (1948): Universal Declaration of Human Rights. Online verfügbar unter <https://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/index.html>, zuletzt geprüft am 05.11.2019.

USP-Redaktion (2019): Delikt. Online verfügbar unter <https://www.usp.gv.at/Portal.Node/usp/public/content/lexikon/61245.html>, zuletzt aktualisiert am 01.01.2019, zuletzt geprüft am 07.11.2019.

van Den Berg, Annelieke C.; Verhoeven, Joost W. M. (2017): Understanding social media governance: seizing opportunities, staying out of trouble. In: *Corporate Communications: An International Journal* 22 (1), S. 149–164.

van der Wilk, Adriane (2018): Cyber violence and hate speech online against women. European Parliament - Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs. Online verfügbar unter <http://www.europarl.europa.eu/supporting-analyses>, zuletzt geprüft am 11.11.2019.

van Horenbeeck, Maarten (2018): The future of Internet governance and cyber-security. In: *Computer Fraud & Security* 2018 (5), S. 6–8. DOI: 10.1016/S1361-3723(18)30042-3.

Verband Österreichischer Zeitungen (2018): Medienhandbuch Österreich 2018. Wien: Czernin Verlag.

Verband Österreichischer Zeitungen (2019): medienhandbuch.at. Online verfügbar unter <https://www.medienhandbuch.at/>, zuletzt aktualisiert am 09.09.2019, zuletzt geprüft am 12.09.2019.

Verein Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT): Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT). Online verfügbar unter <https://teletest.at/>, zuletzt geprüft am 13.09.2019.

Verein ARGE Media-Analysen: Media - Analyse | Die Media-Analyse ist die größte Studie zur Erhebung von Printmedienreichweiten in Österreich. Online verfügbar unter <https://www.media-analyse.at/>, zuletzt geprüft am 13.09.2019.

Verein Österreichische Webanalyse (ÖWA): Österreichische Webanalyse (ÖWA). Online verfügbar unter <http://www.oewa.at/>, zuletzt geprüft am 13.09.2019.

Vogt, Jonas (2017): Hasspostings gegen JournalistInnen in Österreich. International Press Institute. Online verfügbar unter https://ipi.media/wp-content/uploads/2017/08/Final_Austria_Report_Onthe-line_DEU_2017.pdf, zuletzt geprüft am 27.11.2019.

Wassmer, Christian (2015): Jugendmedienschutz im Internet. Eine komparative Analyse zur Ressource Wissen in Governance-Regimes. Baden-Baden: Nomos (Reihe Medienstrukturen, Band 7). Online verfügbar unter <http://gbv.eblib.com/patron/FullRecord.aspx?p=4350288>.

Weischenberg, Siegfried (2005): Journalismus. In: Siegfried Weischenberg, Hans J. Kleinsteuber und Bernhard Pörksen (Hg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK Verl.-Ges (Praktischer Journalismus, 60), S. 132–142.

Yavuz, Christiane (2017): Like - Share - Hate: Extremistische Umtreibe im Netz. In: *Medien+Erziehung - Merz: Zeitschrift Für Medienpädagogik* 61 (3), S. 13–19.

ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit: Glossar. Hass im Netz & Hate Speech. Online verfügbar unter https://zara.or.at/de/wissen/eigene_rechte_kennen/glossar, zuletzt geprüft am 05.11.2019.

ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit: Rassismus Report 2018. Einzelfall-Bericht über rassistische Übergriffe und Strukturen in Österreich. Online verfügbar unter https://assets.zara.or.at/download/pdf/ZARA-Rassismus_Report_2018-144.pdf, zuletzt geprüft am 09.11.2019.

ZARA - Zivilcourage & Anti-Rassismus-Arbeit (2019): Die Geschichte von ZARA. Online verfügbar unter https://zara.or.at/de/ueber_ZARA/was_wir_wollen/geschichte, zuletzt aktualisiert am 03.10.2019, zuletzt geprüft am 09.11.2019.

9 Anhang

9.1 Intervieweinladung

Die Intervieweinladung auf der nächsten Seite wurde als PDF im Mail-Anhang an potenzielle InterviewpartnerInnen geschickt. Die Anrede und der Zeitraum für die Interviews wurden individuell angepasst.



Faculty of Social Sciences

Univ.-Prof. Dr. Katharine Sarikakis

Media Governance and Industries Research Lab

Department of Communication

Währinger Straße 29

1090 Vienna

Austria

T: +43-1-4277-493 94

F: +43-1-4277-849 394

eMail: katharine.sarikakis@univie.ac.at

<http://sarikakis.info/>

Wien, (aktuelles Datum)

Studie „Medienorganisationen und Hate Speech“

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen der Studienreihe “Media Democracy under Pressure” des Media Governance and Industries Research Lab und als Teil des Chair of Excellence of Universidad Carlos III de Madrid, führe ich, Julia Kasser, unter der Leitung von Univ.-Prof. Dr. Katharine Sarikakis eine wissenschaftliche Untersuchung durch, bei der die Frage „Wie unterstützen und schützen Medienorganisationen ihre JournalistInnen im Umgang mit Hate Speech?“ im Mittelpunkt steht.

Ziel dieser Studie ist es, einen Einblick zu bekommen, welche Unterstützungs- und Schutzmaßnahmen in verschiedensten Formen und Ausprägungen von journalistischen Medienorganisationen als Arbeitgeber bereitgestellt werden.

Wird dieses Thema über den Redaktionsbereich hinaus behandelt?

Gibt es finanzielle Mittel für rechtliche Schritte oder Coachingangebote?

Wie ist der Zugang zu solchen Maßnahmen geregelt?

Hinsichtlich dieser und weiterer Fragen versuche ich ein umfassenderes und tieferes Verständnis zu gewinnen, schließlich handelt es sich um relevante Problemstellungen für eine Demokratie und menschenwürdiges Zusammenleben.

Für die Studie werden persönliche Interviews im Ausmaß von zirka 30 Minuten mit mehreren Personen in Schlüsselpositionen in Medienorganisationen geführt.



Auf Basis der Recherchearbeiten möchte ich Sie daher bitten, als InterviewpartnerIn an der Studie zum Thema „Medienorganisationen und Hate Speech“ teilzunehmen.

Bei diesem Thema kann ein sensibler Umgang mit den Interviewdaten erforderlich werden. Die Studie verpflichtet sich den wissenschaftlichen Ethik-Standards, daher werden Ihre Daten auf Wunsch absolut anonym behandelt, so dass im Abschlussbericht kein Rückschluss auf Ihre Person gezogen werden kann.

Ich würde mich freuen, wenn ich Sie zu diesem Thema befragen darf. Für jegliche Rückfragen und Terminvereinbarungen kontaktieren Sie bitte entweder Univ.-Prof. Dr. Sarikakis (katharine.sarikakis@univie.ac.at) oder Julia Kasser per Mail an julia.kasser@univie.ac.at oder telefonisch unter +43 660 546 48 05.

Die Interviewtermine sind bis einschließlich 3. August 2019 geplant – machen Sie gerne in Ihrer Antwort Terminvorschläge. Gerne komme ich zu Ihnen ins Büro oder stelle alternativ einen Raum in der Währinger Straße 29 zur Verfügung.
Bitte geben Sie mir möglichst bald Bescheid, ob ich Sie interviewen darf.
Vielen Dank!

Freundliche Grüße,

Julia Kasser, BA

Univ.-Prof. Dr. Katharine Sarikakis
Jean Monnet Chair of European Media Governance and Integration
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Universität Wien

9.2 Interviewleitfaden

Die Eingangsphrase lautete in allen ExpertInnen-Interviews:

„Das Interview wird im Rahmen meiner Masterarbeit ausgewertet. Ich bearbeite die Frage, wie Medienorganisationen bzw. die Redaktionen mit Hate Speech gegen JournalistInnen umgehen und welche Strukturen sich zum Beispiel zum Schutz oder zur Unterstützung der JournalistInnen entwickelt haben.“

Die anschließende Eröffnungsfrage war:

Wie nehmen Sie Hate Speech gegen JournalistInnen als Thema in Ihrer Organisation wahr? Ist es ein Thema? Wird dieses Thema über den Redaktionsbereich hinaus behandelt?

Weitere vorbereitete Fragen, die in flexibler Reihenfolge abgehandelt wurden, waren:

Wie ist Ihrer Einschätzung nach, die Stimmung im Unternehmen gegenüber dem Thema Hate Speech, Hasspostings an JournalistInnen?

Können Sie da einen Grundton festmachen? Was sagen die Leute?

Denken Sie, dass es ein wichtiges Thema für ihr Medium ist – dass es einen wichtigen Stellenwert einnimmt dagegen vorzugehen und die einzelne Person nicht im Stich zu lassen?

Was unternimmt das Unternehmen zur Unterstützung und zum Schutz vor Hate Speech?

Haben Sie in ihrem Unternehmen eine Strategie gegen Hate Speech entwickelt – wie lautet sie? Gibt es ausformulierte Policies?

Welche Maßnahmen wurden davon abgeleitet? Wer hat diese Maßnahmen initiiert? Spielten Empfehlungen internationale Organisationen dabei eine Rolle? Woher kommt das Budget dafür?

Gibt es Budget für rechtliche Schritte gegen die Verfasser von Hate Speech?

Gibt es (Budget für) Schulungen für junge JournalistInnen? Werden sie beim Berufseinstieg darauf vorbereitet?

Wie ist der Zugang zu solchen Maßnahmen geregelt?

Wie wird es in Zukunft sein? Wird es Veränderungen geben? In welche Richtung?

Wenn Sie sich zurückerinnern, was haben Sie beim letzten Fall getan, wo einer Ihrer JournalistInnen Hate Speech widerfahren ist?

Kommen die Betroffenen zu Ihnen?

Womit können betroffene JournalistInnen als Unterstützung rechnen?

Achten Sie bei der Vergabe von Themen darauf, ob jemand dafür bereits angegriffen wurde? Oder ob ein Thema potenziell einen Angriff auslösen wird – wer das bekommt?

Wird bei der Themenauswahl darauf geachtet, ob mit negativen Reaktionen gerechnet werden kann?

9.3 Interviewprotokolle

Person	Hannes Aigelsreiter, CR Aktueller Dienst, ORF
Datum	26.6.2019
Uhrzeit	16:00 Uhr
Ort	ORF Funkhaus, Argentinierstr. 30a, Büro von Aigelsreiter
Dauer	42 min
Gesprächssituation	<p>Das Gespräch fand im Büro des Befragten statt, die Tür war offen. Es kam kurzzeitig zu Störgeräuschen von außen, die aber nicht abgelenkt haben. Die Gesprächssituation war locker und der Interviewte hat flüssig und ohne Hemmungen gesprochen. Der Interviewte wirkte sehr interessiert und hat zu Beginn nach der Forschungsintention gefragt.</p> <p>Der Fokus im Interview wurde mehr auf Fake News als Hate Speech gelenkt – der Interviewte erläutert zu Beginn ausführlich wie er Hate Speech sieht. Die Fake News Debatte ist quasi Hate Speech gegen den Berufsstand der Journalisten und dagegen kämpfen sie bzw. versuchen zu widerlegen.</p> <p>In der Aufnahme fehlen ein paar Sekunden zu Beginn in denen der Befragte sich erkundigt, welchen Anspruch die Forscherin an ihre Arbeit stellt. Dies geschah, während die Forscherin das Aufnahmegerät platzierte und einschaltete. Die Antwort der Forscherin, die sich mit dem vorbereiteten Einstieg überschneidet, ist teilweise in der Aufnahme zu hören.</p>
Sonstiges	<p>Es war das erste Interview der Reihe, die Forscherin musste mehrmals länger überlegen, welche Aspekte noch fehlten.</p> <p>Aigelsreiter hat angeboten, weitere Fragen per Mail zu beantworten („bin in ein paar Tagen in Urlaub“ – vermutlich ab Anfang Juli)</p> <p>Die Policies bezüglich Social Media von ORF bekommt man über die Pressestelle</p>

Person	Dieter Bornemann, Vorsitzender des Redakteursrats, ORF
Datum	4.7.2019
Uhrzeit	10:00 Uhr
Ort	ORF Funkhaus, Argentinierstr. 30a, Konferenzraum im Erdgeschoss
Dauer	28:24 min
Gesprächssituation	<p>Das Gespräch fand in einem ruhigen Konferenzraum statt. Es gab keine Störungen. Hr. Bornemann hatte sich gut vorbereitet, Auskünfte von mehreren KollegInnen eingeholt und mehrere Ausdrucke mitgebracht, die er mir an verschiedenen Stellen des Interviews aushändigte.</p> <p>Hr. Bornemann handelte in seiner Eingangserzählung die meisten Punkte des Leitfadens ab. Zu Beginn wurde kurz über die Funktion des Redakteursrat (in Abgrenzung zum Betriebsrat) beim ORF gesprochen. Hr. Bornemann hat die Maßnahmen zum besseren Umgang mit Hate Speech sehr strukturiert dargelegt, und dabei sehr differenziert berichtet – sei es als (virtueller) Ort, wo Hate Speech zum Unternehmen/den Mitarbeitern kommt, sie es die Position des Mitarbeiters (Journalist, Kundenservice, Community Management..) und auch die Maßnahmen (verpflichtend, freiwillig).</p>
Sonstiges	<p>Wenn direkte Zitate in der Arbeit verwendet werden, müssen diese Autorisiert werden!</p> <p>Überreichte Dokumente: Community Richtlinien von Facebook-Seite der ZIB; Beitrag „orf-watch.at“, Texte 16 – Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs, vier Text aus dem APA-Manager (3 OTS Aussendungen und ein AFP-Text)</p>
Person	Barbara Haas, Chefredakteurin, Wienerin
Datum	2.7.2019
Uhrzeit	9:00 Uhr
Ort	Redaktion Wienerin, Ghegastr.3, Konferenzraum
Dauer	38:02 min
Gesprächssituation	Das Gespräch fand früh am Morgen statt. In der Redaktion war es ruhig. Fr. Haas hat locker gewirkt und frei erzählt. Im Konferenzraum war es ruhig, es gab keine Störungen. Fr. Haas hat öfter überlegt, aber trotzdem flüssig erzählt.
Sonstiges	Fr. Haas hat per Mail einen Kontakt zur HR bei Styria weitergeleitet.

Person	Heidi Huber, Betriebsrätin, Salzburger Nachrichten
Datum	8.7.2019
Uhrzeit	13:00 Uhr
Ort	Redaktion Salzburger Nachrichten, Karolinger Str. 40, Salzburg, Büro- raum
Dauer	49:00 min
Gesprächs- situation	Fr. Huber war aufgeschlossen und erzählte frei zu den Fragen. Es brauchte mehrere Zwischen und Nachfragen, da sie manche Aspekte in ihren Erzählungen offen ließ. Fr. Huber hat auf Fragen nach Hate Speech oft für/mit dem Social Media-Bereich generell geantwortet. Fr. Huber hat viele Beispiele aus der Vergangenheit genannt – und so wurden einige Praktiken im Umgang mit Hate Speech gegen JournalistInnen in der Redaktion deutlich.
Sonstiges	Es gab leise Nebengeräusche von draußen, da das Fenster offen war.
Person	Lisa Kiss, Betriebsrätin/Redakteurin, Falter
Datum	10.7.2019
Uhrzeit	11:00 Uhr
Ort	Falter Redaktion, Büro
Dauer	28:00 min
Gesprächs- situation	Vor dem Interview wurde geklärt, wo das Interview stattfinden sollte – es fand sich ein leerstehendes Büro in der Redaktion. Fr. Kiss hat die gestellten Fragen beantwortet, ein Erzählfluss kam erst gegen Ende des Interviews zustande. Das Interview ging konkret um Hate Speech gegen JournalistInnen beim Falter und nicht über Angriffe gegen den Berufsstand des Journalisten. Es gab keine Störungen und es war ruhig im Raum.
Sonstiges	Nach dem Ende der Aufnahme erzählte Fr. Kiss, dass für psychologische Maßnahmen etc. bei so einem kleinen Verlag kein Budget da wäre. Auch erwähnte sie, wie schwierig es selbst für sie als Mitarbeiterin sei, einen Termin beim Chefredakteur des Falters zu bekommen.

Person	Waltraud Langer, Chefredakteurin TV-Magazin, ORF
Datum	12.7.2019
Uhrzeit	11:00 Uhr
Ort	ORF-Zentrum, Küniglberg, Büro
Dauer	33:00 min
Gesprächssituation	<p>Fr. Langer hatte sich vorbereitet, und einige Dokumente bereitgelegt. Sie wirkte sehr interessiert, und hat sich am Ende des Gesprächs auch bedankt, und auf die Relevanz des Themas hingewiesen.</p> <p>Da es das dritte ORF-Interview war, ging es in dem Interview mehr um die Stimmung und die Praktiken im Bereich von Fr. Langer, da die einzelnen Maßnahmen bereits in den anderen Interviews ausführlich behandelt wurden. Am Ende des Gespräches ging es um Silencing durch Hate Speech, die Gefahr für vor allem junge Journalistinnen dabei, und auch der Genderaspekt wurde angesprochen.</p>
Sonstiges	Überreichte Dokumente: Ausdruck HR-Schulung Gesundheitsförderung beim ORF; Frankfurter Allgemeine-Artikel: „Bis der Hass im Netz gelöscht ist“; Kurier-Ausgabe 11.7.2019 – „Der Hass trifft uns alle“

Person	Thomas Remes, Leitung HR bei Styria Media Group, Leitung Recht bei Die Presse
Datum	1.8.2019
Uhrzeit	10:30 Uhr
Ort	Hainbucher Str. 33., 1030 Wien, Die Presse-Redaktion, Besprechungsraum
Dauer	54:00 min
Gesprächssituation	<p>Das Gespräch verlief locker und offen. Hr. Remes erzählte frei zu den Fragen. Die Gesprächssituation war ruhig und es gab keine Störungen. Hr. Remes musste nach einer Stunde zum nächsten Termin.</p> <p>Hr. Remes konnte neue Aspekte aus der (arbeits-)rechtlichen Sicht einbringen, die in den vorangehenden Gesprächen nicht thematisiert wurden. Im Gespräch konnte weniger auf die journalistischen Abläufe in der Redaktion eingegangen werden, dazu wurde ein Gespräch mit einer weiteren Person bei der Presse in Aussicht gestellt.</p>
Sonstiges	Hr. Remes erkundigt sich, ob die Richtlinien für die private Social Media-Nutzung der MitarbeiterInnen an mich weitergegeben werden dürfen – und reicht sie gegebenenfalls nach. Hr. Remes hat angeboten einen Termin mit Hr. Kommander zu organisieren (nach dem 12.8.).

Person	Thomas Seifert, Stv. Chefredakteur / Außenpolitik, Wiener Zeitung
Datum	17.7.2019
Uhrzeit	16:20 Uhr
Ort	Wiener Zeitung Redaktion, Maria-Jacobi-Gasse 1, MQM 3.3, 3. Stock, Büro
Dauer	2 h
Gesprächssituation	<p>Das Gespräch fand im Büro von Hr. Seifert statt, die Tür war auf den Gang hinaus offen. Es gab keine größeren Störungen, lediglich vorbeigehende Menschen.</p> <p>Hr. Seifert erzählte ausführlich und mit vielen bildhaften Vergleichen. Die Gesprächsatmosphäre war locker und er erzählte frei. Er schweifte öfters von Hate Speech in der eigenen Redaktion ab, zu anderen Redaktionen, oder gesellschaftlichen Problemstellung von Hate Speech. Einen großen Teil des Gesprächs war auch den Sozialen Medien gewidmet, vor allem die Versäumnisse und dem Vergleich zu illegalen Downloads vor einem Jahrzehnt und heute, und dass es mit Hate Speech ebenfalls einen ähnlichen Wandel geben wird.</p> <p>Gegen Ende des Gesprächs hat die Interviewerin versucht, Hr. Seifert direkter zu Fragen und ihn gezielt auf das Thema in der Redaktion zu befragen, auch hier kam es zu aus- und abschweifenden Erzählungen.</p> <p>Es entstand öfters der Eindruck, dass er über kritische Interna, wie Praktiken, die als „nicht optimal“ angesehen werden könnten, zögerlicher sprach als über die abstrakte Situation für Journalisten allgemein.</p>
Sonstiges	Hr. Seifert will direkte Zitate autorisieren bzw. wenn keine Rückmeldung kommt, sind sie in Ordnung.

Person	Paul Tikal, Leitung Social Media-Content, Kronenzeitung
Datum	5.7.2019
Uhrzeit	14:05 Uhr
Ort	Redaktion Kronenzeitung, Muthgasse 2, Konferenzraum
Dauer	31:00 min
Gesprächssituation	<p>Das Interview wurde sehr spontan per E-Mail vereinbart. Hr. Tikal wirkte unvorbereitet, da er sich in mehreren Aspekten nicht sicher war, ob er richtig informiert war. Er erzählte bereitwillig und versuchte all meine Fragen gut zu beantworten. Bei mehreren Fragen verwies er darauf, dass es sicher bei anderen Zeitung ebenfalls so sei, wie bei der Kronenzeitung, und er erkundigte sich, worüber in den bisher geführten Interviews gesprochen wurde. An einer Stelle gegen Ende des Gesprächs holte er einen der Betriebsräte Hr. Mario Hözl in den Raum und fragte ihn nach seinen Erfahrungen, ob in der Vergangenheit Kolleginnen oder Kollegen aus der Redaktion, um Hilfe oder Unterstützung im Umgang mit Hate Speech angesucht haben.</p> <p>Im Raum war die Klimaanlage sehr laut, und Hr. Tikal hat teilweise sehr leise gesprochen. Während dem Gespräch gab es eine kurze Unterbrechung, da Hr. Tikal auf seinem Mobiltelefon angerufen wurde.</p>
Sonstiges	<p>Die Anonymitätsfrage zu Beginn des Interviews wurde per Mail kurz nach dem Interview geklärt. Hr. Tikal hat einer Namensnennung samt Position und Medium zugestimmt.</p> <p>Hr. Tikal möchte im Fall eines direkten Zitates, dass diese von ihm autorisiert werden.</p>

9.4 Codebuch

Codes	Memo	Anzahl der Codings
		1251
K1 Phänomen Hate Speech	<p>Beschreibung: Hate Speech ist ein Phänomen für das weitläufig keine einheitliche Definition vorliegt. Diese Kategorie fasst die Sichtweisen der Interviewten.</p> <p>Anwendung: Diese Hauptkategorie wird codiert, wenn Hate Speech definiert oder umschrieben wird. Es wird auch codiert, wenn über Ursachen oder Folgen von Hate Speech allgemein in der Gesellschaft gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Also, im Prinzip ist ja Hate Speech in erster Linie ein Social Media-Phänomen."</p> <p>"womit wir des öfteren oder eigentlich fast täglich konfrontiert sind, ist natürlich wenn wir Beiträge in sozialen Netzwerken posten, dass dort geht es eigentlich nicht mehr, dass man jeden Kommentar zulässt. Das heißt sehr viel Hate Speech, so wie wir es verstehen, kommt natürlich oft anonym bzw über die sozialen Medien, sozialen Netzwerke."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Es gab - also durch das Internet hat sich das alles ein bisschen verändert. Früher war es leichter - da hat man einen Brief zerrissen und weggehaut."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn es um konkrete Auswirkungen auf Personen, Unternehmen, Medien oder den Beruf von JournalistInnen geht.</p>	0
K1.1 Definition Hate Speech	<p>Beschreibung: Definitionen und Ein-/Abgrenzungen von Hate Speech</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Hate Speech allgemein definierend oder beschreibend gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Ich glaube auch, Hate Speech ist auch ein schwieriger Begriff. Hate Speech heißt ja nichts anderes als hasserfüllte Botschaften, egal auf welchem Kanal, und sagen wir so, das kann per E-Mail sein, das kann auch in einem Posting sein auf einer Website, das kann Facebook sein, Twitter sein, Social Media sein. Das würde ich sagen, ist Hate Speech."</p> <p>"Also, im Prinzip ist ja Hate Speech in erster Linie ein Social Media-Phänomen."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Weil ich eigentlich Hate Speech wirklich sehr stark mit dem Netz verbinde. Weil ich es dort eigentlich viel aggressiver wahrnehme."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn es um Ursachen, Folgen oder allgemeine Umstände in der Gesellschaft geht.</p>	23

	K1.2 Gesellschaftliche Ursachen	<p>Beschreibung: Gesellschaftliche Ursachen oder Faktoren in der Gesellschaft, die Hate Speech begünstigen.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn Ursachen von Hate Speech allgemein in der Gesellschaft verortet werden, und über den Kontext von Gesellschaft und Hate Speech gesprochen wird. Diese Kategorie wird auch codiert, wenn Ursachen in der Politik besprochen werden.</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "es kann vielleicht auch etwas damit zu tun haben, dass es ja an sich ja ein völlig neues Thema war, weil ja Social Media und so weiter nicht gelernt waren, und uns das halt erst die letzten paar Jahre so richtig.. eine große Menschenmenge erfasst hat, und dass man sich dort eben die Möglichkeit nimmt, dort etwas zu kommentieren." weitere Beispiele: "Und solche Leute schreiben dort rein. Das ist immer nur, das Negative wird sofort reingeschrieben, und das Positive wird immer nur 'ist eh selbstverständlich, dass die Medien ausgewogen recherchieren müssen, das muss ich gar nicht erwähnen'."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn es um Zukünftiges, wie Änderungswünsche oder erwünschte Entwicklungen in der Gesellschaft oder Politik geht.</p>	20
	K1.3 Zukünftige Entwicklungen	<p>Beschreibung: Entwicklungen im Zusammenhang mit Hate Speech</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über die Zukunft in Zusammenhang mit Hate Speech gesprochen wird. Wenn über Entwicklungen und Tendenzen in der Gesellschaft, Politik, Recht oder Social Media gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "aber ich glaube es geht dann darum, dass sich so neue Bereiche einfach irgendwann geben sie sich Regeln." weitere Beispiele: "Genau, also da glaube ich, gibt es tatsächlich noch Handlungsbedarf - also einfach ein modernisiertes Recht usw. Aber wie gesagt trotzdem - also ist mir wichtig - ich glaube auch, dass Journalisten gut beraten sind, dass man auch bei Rufen nach Zensur usw. muss man aufpassen."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über vergangene Entwicklungen von Hate Speech gesprochen wird.</p>	19
	K1.4 Social Media und Hate Speech	<p>Beschreibung: Die Rolle von Social Media im Phänomen Hate Speech</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über die Beziehung zwischen Social Media und Hate Speech gesprochen wird. Diese Kategorie wird auch codiert, wenn über die Verantwortung von BetreiberInnen von Social Media gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "Das heißt sehr viel Hate Speech, so wie wir es verstehen, kommt natürlich oft anonym bzw über die sozialen Medien, sozialen Netzwerke." "Das sind glaube ich die Dinge, wo einiges - wo ich glaube, dass bei Social Media einige Dinge im Magen liegen. Wenn man sozusagen nicht durchsetzt, dass ein gewisser Ton dort herrscht." weitere Beispiele: "Wir sind wahrscheinlich jetzt einmal bei der Spitze des Eisbergs.. noch .. und da tut sich sicher noch viel. Es ist immer die Frage, wie sehr sich soziale Medien entwickeln. und vor allem welche."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn Social Media als Kanal für konkrete Vorfälle genannt wird, oder wenn über interne Maßnahmen gegen Hate Speech gesprochen wird.</p>	40

K1.5 Vergangene Entwicklungen und Status Quo von Hate Speech	<p>Beschreibung: Vergangene Entwicklung und Status Quo von Hate Speech</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über vergangene Entwicklungen und aktuelle Ausformungen von Hate Speech gesprochen wird. Diese Kategorie wird auch codiert, wenn es allgemein über das Ausmaß von Hate Speech gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Ja, und wie gesagt, ich glaube, der Österreicher an sich grantelt zwar gerne, aber er ist jetzt nicht einer der ununterbrochen droht wen."</p> <p>"Es ist glaub ich - in Österreich geht es halbwegs. Hoffentlich."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Das muss man anlassbezogen entscheiden von Fall zu Fall einfach, wie plötzlich - das kann sich ja innerhalb von 40 Minuten, kannst du ja österreichweit in einem Shitstorm stehen - das ist halt dank Twitter und Facebook ist es leider so."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn es um allgemeine Beschreibungen von Hate Speech ohne zeitlichen Aspekt geht oder wenn es in die Zukunft gerichtet ist.</p>	40
K1.6 Gesellschaftliche Auswirkungen	<p>Beschreibung: Folgen von Hate Speech für die Gesellschaft</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Folgen und Auswirkungen für die Gesellschaft gesprochen wird, die Hate Speech als Ursache haben.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"also meine Sorge ist wirklich dieses Verstummen sozusagen. Also dass vor allem Frauen dann, wenn Sie drei Mal attackiert worden sind, sich denken "Das tue ich mir nicht mehr an" und sich zurückziehen - also raus aus diesem öffentlichen Raum, weil sie die Attacken nicht aushalten"</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Und wenn dann eben diese Moderatorinnen das selber vorlesen, und was das mit ihnen gemacht hat - und das sind prominente Frauen, und dann sieht man erst - 'Na, das schreibe ich nicht irgendwo einfach hinein für mich - nein, das kommt auch an, und das macht etwas mit diesen Menschen und Moderatorinnen, Moderatoren.' Und ich glaube, dass das schon dazu geführt hat, dass Menschen jetzt auch vielleicht bewusster werden."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über individuelle Folgen von Hate Speech (-Angriffen) gesprochen wird.</p>	11

K2 Hate Speech in Medienorganisationen	<p>Beschreibung: Hier wird das allgemeine Verhältnis von Hate Speech und Medienorganisationen und die Situation in Medienorganisationen betrachtet.</p> <p>Anwendung: Diese Hauptkategorie wird codiert, wenn über die Auswirkungen von Hate Speech auf Medienorganisationen, ihre Angestellten oder Inhalte gesprochen wird. Diese Kategorie wird ebenfalls codiert, wenn über Auslöser, das Ausmaß oder die Intensität von Hate Speech in Medienorganisationen gesprochen wird. Diese Kategorie wird auch codiert, wenn über die Stimmung und Gesprächskultur zum Thema Hate Speech besprochen wird, und wenn über Austausch mit NGOs oder Anderen gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Aber das ist jetzt nicht so, dass man sich wochenlang nur mit furchtbar schrecklichen Facebook-Kommentaren, sondern halt, die kommen immer wieder und da muss man auch aufpassen, dass einem da keiner durchrutscht, weil das ist für das Medium natürlich auch nicht gut, weil man muss seine Seite schon pflegen, was man da veröffentlicht und was nicht, oder was man zulässt und welche Richtlinien man selber anwendet und welche nicht."</p> <p>"Ja - weil die Kollegen, die davon betroffen sind - wie gesagt auf Twitter und so weiter natürlich darüber reden im .. beim Essen oder bei irgendwelchen Gelegenheiten. Und das ist schon Thema, aber ich glaube eher so im Kollegengespräch.."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Und bei uns jetzt zum Beispiel - was es auch gibt - wir haben auch eine Human Resources Abteilung, da hat zum Beispiel die Ingrid Brodnig immer wieder einmal ein Seminar gemacht zu dieser Thematik."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über Maßnahmen zur Vermeidung, Schutz oder Unterstützung in Bezug auf Hate Speech gesprochen wird.</p>	0
K2.1 Situation in Medienorganisationen	<p>Beschreibung: Beschreibungen und Einschätzungen der Situation mit Hate Speech in der Medienorganisation.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn Aussagen über die Intensität, Ausmaß oder die Thematisierung von Hate Speech in der Medienorganisation gemacht werden. Diese Kategorie wird auch codiert, wenn über das Gesprächsklima im Zusammenhang mit Hate Speech gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Naja, wir haben ja schon eine sehr lange Tradition an Kundenkontakten, die ein großes öffentlich-rechtliches Medienunternehmen zwangsläufig hat. Das heißt der telefonische Kundendienst war immer so die Anlaufstelle für alle, die mit dem Programm unzufrieden waren - also die haben das schon seit vielen Jahren, also das ist keine Neuerung, die durch das Internet eingeführt wurde, sondern die haben das de facto immer.."</p> <p>"Ich glaube nicht, dass das als Massenphänomen auftritt, wo wir sagen müssen, (unv.) da jetzt koordiniert irgendwas überlegen. (unv.) und den Leuten situationalisiert helfen - nein glaube ich nicht."</p> <p>"also es [ist] jedenfalls kein Thema, das bei uns offen angesprochen wird, oder wo es Rundschreiben gibt oder wo wir in der Kantine darüber reden."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Wenn man darunter sozusagen Hate Speech meint, ja, dann trifft uns das auch manchmal."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über konkrete Maßnahmen im Umgang mit Hate Speech gesprochen wird, oder wenn allgemein über das Phänomen Hate Speech gesprochen wird.</p>	168

	K2.2 Zugang zu Maßnahmen	<p>Beschreibung: Gestaltung des Zugangs zu internen Maßnahmen</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn Aussagen über den Zugang zu internen Maßnahmen gemacht werden.</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "Da kann man sich dann, wie gesagt, entweder Betriebsrat, Betriebsarzt oder bei den Vorgesetzten melden und sagen, 'Ich hab ein Problem im Umgang damit'. Also die Maßnahmen, dieser Zugang ist sehr niederschwellig und zum Teil eben freiwillig zum Teil verpflichtend" "Auch im Zivilverfahren gibt es von uns die volle Unterstützung." weitere Beispiele: "Naja, nein - da berät man sich kurz und sagt 'Ist das jetzt etwas für die Rechtsabteilung?' Dann berät man sich mit der Rechtsabteilung - das ist eigentlich, finde ich, schon relativ niederschwellig bei uns. Oder man kennt ja alle Leute und dafür, dass das so ein großes Haus ist, finde ich, passiert das eigentlich schnell und gut."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn nur Maßnahmen oder Ressourcen erwähnt werden.</p>	61
	K2.3 Ressourcen in Medienorganisationen	<p>Beschreibung: Hinweise auf Ressourcen in den Medienorganisationen</p> <p>Anwendung: Diese Hauptkategorie wird codiert, wenn über Ressourcen der Medienorganisationen gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "Und eben es gibt die - mit dieser Rechtsabteilung eben, das ist so wichtig, und die Social Media-Abteilung und so, also dass man da wirklich gute Ansprechpartner haben auch." weitere Beispiele: "Was anderes ist, wenn es ein, wenn es eine größere Dimension annimmt - also wenn ein Shitstorm ist, wo wir das Gefühl haben, da muss man eingreifen, dann wird versucht, genau das zu thematisieren - auch auf Sendung. und zwar, dass man sagt, was da passiert ist. und dass es wenn schon nicht gegen Rechtsnormen verstößt, aber gegen Werte und Ethik. und das wird dazugesagt. Und damit man dem Publikum erklären kann, was da passiert. und dass es nicht in Ordnung ist, Menschen zu erniedrigen, zu demoralisieren, zu verunglimpfen."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über Maßnahmen von Medienorganisationen in Bezug auf Hate Speech gesprochen wird.</p>	0
	K2.3.1 Finanzielle Ressourcen	<p>Beschreibung: Finanzielle Ressourcen für Maßnahmen gegen Hate Speech</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über finanzielle Mittel gesprochen wird, die für Maßnahmen gegen Hate Speech aufgewendet werden (können).</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "Wenn das Unternehmen sich hinter die Kolleginnen und Kollegen stellt, dann ist es Unternehmensgeschichte. Also das ist auch was die Finanzen betrifft, ganz klar." weitere Beispiele: "Legal Budget - ja haben wir. Aber das kann man halt auch nicht sagen, wie viel das ist - manchmal ist es halt mehr, manchmal ist es weniger, aber bis jetzt bin ich immer ausgekommen damit."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über juristische, personelle oder informelle Ressourcen gesprochen wird.</p>	20

	K2.3.2 Juristische Ressourcen	<p>Beschreibung: Juristische Ressourcen der Medienorganisation intern und extern</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über juristische Ressourcen, wie Anwälte oder Anwaltskanzleien, der Medienorganisationen gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"einer der ersten Ansprechpartner in der Redaktion ist der [ein Chef vom Dienst], das ist der, der das Rechtspanorama macht am Montag, und dann in der Chefredaktion haben wir auch noch einen Juristen, der halt auch Jurist ist vom Ausbildungshintergrund her [Name entfernt] und ich und dann gibt es noch eine Rechtsabteilung [...] für den ganzen Konzern, die sich halt auch um das kümmert dann — unter anderem, die kümmern sich um viele Sachen und um die kümmern sie sich auch. Und wir haben unsere zwei Anwaltskanzleien, die dann eben auch entsprechend hier vorgehen würden."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"..bei Klagen..Das ist eine gute Frage, wie das bei uns - prinzipiell übernimmt das der Verlag - also wir haben eine eigene Rechtsabteilung, die sich darum kümmert."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn ausschließlich über privaten Einsatz von juristischen Ressourcen gesprochen wird.</p>	29
	K2.3.3 Personelle Ressourcen	<p>Beschreibung: Personelle Ressourcen der Medienorganisation, die im Rahmen des Themas Hate Speech formell(!) eingesetzt werden.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über personelle Ressourcen, die gegen Hate Speech formell eingesetzt werden gesprochen wird. Diese Kategorie wird ebenfalls codiert, wenn über (Ein-)Schulungen und Kurse gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Wenn aber das Schiff SeaWatch im Hafen von Italien einfährt, dann gibt es innerhalb von kurzer Zeit tausende Kommentare und dann müssen unsere Community-Leute wirklich in sehr kurzer Zeit hunderte Kommentare löschen, weil die einfach unzumutbar sind, und gegen die Forenregeln widersprechen."</p> <p>"Es gibt jetzt verschiedene Angebote, wie zum Beispiel der Betriebsarzt beziehungsweise auch über den Betriebsrat gibt es die Möglichkeit ein Gratis-Coaching zu bekommen - ohne, dass das jetzt im Haus groß publik wird."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"und was Befindlichkeitsstörungen - ich nenn's einmal so - betrifft, die von außen an uns herangetragen werden, oder an einzelne KollegInnen - das darf eigentlich nicht zum Individuum kommen. Bei uns [...] ist es so, dass wenn zum Beispiel ein Parteisekretär oder irgendein Interessensvertreter etc sich ungerecht behandelt fühlt, oder falsch interpretiert fühlt oder einen Fehler erkennen will, dass diese Person - maximal - ein Mal mit der zuständigen Redakteurin oder dem zuständigen Redakteur die Befindlichkeiten austauscht - maximal - denn das ist meine Arbeit! Also, das ist mein Rücken. Und das mach- leg ich dann unmissverständlich klar, dass das ein No-Go ist. Sich genau bei einer Kollegin aufzupuddeln, weil einem irgendetwas nicht gefallen hat, sondern das ist etwas, dass zu mir kommen muss. Das weiß auch mein Team."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über informellen Austausch unter KollegInnen gesprochen wird.</p>	86

	K2.3.4 Informelle Ressourcen	<p>Beschreibung: Informelle Personalressourcen in der Medienorganisation</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über den Einsatz informeller Personalressourcen, wie Austausch unter KollegInnen, gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Ja, aber ich glaube das wichtigste nach wie vor der Austausch mit den direkten Kollegen, der die selbe Arbeit macht. Mit dem man dann redet, so 'puh, mir geht das wirklich nahe' oder 'kannst du jetzt bitte mal übernehmen, ich kann das nicht mehr'."</p> <p>"Natürlich, jajaja. Gibt es .. wir tauschen uns eigentlich ständig aus. Wir begegnen uns ja ständig am Gang und so, und bei Sitzungen, und da wird einfach darüber gesprochen, und dann ist es wieder gut."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Und es ist ein Team, das zusammenhält und nicht sagt 'Pff - ist doch mir wurscht, was deine Hater da von sich geben'."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über formelle Personalressourcen gesprochen wird.</p>	24
	K2.4 Einfluss von Hate Speech auf redaktionelle Abläufe	<p>Beschreibung: Auswirkungen auf redaktionelle Abläufe von Hate Speech</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn Einflüsse und Auswirkungen von Hate Speech auf redaktionelle Abläufe besprochen werden.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"..oder ich gehe dann auch in den Schneideraum und schau mir das an, einfach auch damit die Kolleginnen und Kollegen wissen, wenn ich es mir angeschaut habe, habe ich auch direkt die Verantwortung übernommen, und es kann dann niemand sagen "ich hätte es nicht gewusst" oder was weiß ich, sondern ich schaue mir solche Sachen natürlich auch bewusst an, wenn ich schon weiß, da wird es jetzt haarig."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Es darf in keine Richtung ein Justament-Standpunkt geben. Nur weil es angefeindet wird, jetzt erst recht darüber berichtet oder weiter berichtet wird. Sondern da muss die genaue Grenze - ist es journalistisch vertretbar, ist es relevant, interessiert's unser Publikum - und wann steig ich wieder zu einem anderen Thema um. Aber es kann nie ein Beweggrund sein, dass wenn man Anfeindungen bekommt, dass man es entweder einstellt, ist genauso falsch, wie etwas überproportional zu spielen. Also da ist der Mittelweg gefragt, und da ist .. die journalistische Glaubwürdigkeit definiert sich nur 'ist das noch ein Thema' oder 'ist es kein Thema mehr'."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über die Einführung von Maßnahmen gesprochen wird.</p>	25

	K2.5 Interne Maßnahmen gegen Hate Speech	<p>Beschreibung: Unternehmens- bzw. redaktionsinterne Maßnahmen, wo weitere als die betroffene Person involviert sind, die Angestellte vor Hate Speech schützen oder im Umgang damit unterstützen.</p> <p>Anwendung: In dieser Hauptkategorien werden alle Maßnahmen, die in Medienorganisationen eingesetzt werden, um Angestellte vor Hate Speech zu schützen bzw. abzuschirmen, und zu unterstützen im Umgang mit Hate Speech codiert. Hier werden auch informelle Leistungen unter KollegInnen und Hinweise auf die Gestaltung des Zuganges zu den Maßnahmen codiert.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Ja es gibt zwei drei Leute, die bei uns - wir haben so eine Online-Redaktion/Social Media-Kernteam, und da wird eigentlich jeder Kommentar, jeder User-Kommentar durchgesehen, und geschaut, kann der freigegeben werden oder muss er wirklich..also versteckt werden - nicht gelöscht, aber zumindest nicht öffentlich einsehbar, weil einfach die Community-Regeln da überschritten worden sind und das einfach schon zu viel des guten ist."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"und dass mir die Kollegin, die für Social Media zuständig ist, sie sagt, sie hat auch schon, wenn es wirklich tief geworden ist, dann hat sie auch schon versucht Löschungen zu beantragen und und und."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: In dieser Kategorie werden keine gesellschaftlichen Maßnahmen codiert, oder Maßnahmen, die von externen Social Media gesetzt wurden/werden.</p>	0
	K2.5.1 Verhindrende Maßnahmen	<p>Beschreibung: Maßnahmen, die Hate Speech von vornherein verhindern und vermeiden sollen</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Maßnahmen in Medienorganisationen gesprochen wird, die hasserfüllte Nachrichten verhindern oder die Entstehung vermeiden sollen.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Also wir müssen einfach klug berichten, und wenn wir kritisch berichten, dann muss es besonders sachlich sein und besonders gut nachvollziehbar sein, warum irgendwas aus unserer Sicht Thema ist. Und wenn man dann eben mit einer schrägen Bildauswahl oder flapsigen Bemerkungen das garnieren würde, würde man sich Angriffsflächen machen, die einfach nicht nötig sind."</p> <p>"Wir sehen es viel stärker als unsere Aufgaben, journalistisch Themen aufzumachen - auch Diskussionen aufzumachen, aber wir schützen auch unsere Redakteurinnen in dem wir auch sagen "Okay, nimm Twitter als Rechercheplattform, aber wenn du persönlich mit deiner Meinung auf Twitter rausgehst, bitte sei dir bewusst, du bist es nicht persönlich, du bist es immer auch als [Name des Mediums]."</p> <p>Was eigentlich auch bedeutet, dass bei uns relativ wenig persönliche Twitter-Accounts bestehen, sondern wir es wirklich eher als Recherche-Tool nutzen."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Dann hat es einige Gerichtsurteile gegeben, und mittlerweile ist es deutlich ruhiger und gemäßigter geworden, was zum Teil auch daran liegt, dass Poster, die besonders auffällig werden, geblockt werden."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn die Maßnahme abschirmend wirkt, also hasserfüllte Nachrichten bereits formuliert wurden.</p>	58

	K2.5.2 Barriere-Maßnahmen	<p>Beschreibung: Maßnahmen in Medienorganisationen, die eine Barriere zwischen den Zielpersonen und den hasserfüllten Nachrichten darstellen, bzw. die abschirmend wirken.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn Maßnahmen hasserfüllte Nachrichten von den Zielpersonen fernhalten.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Und dann gibt es noch etwas auf der Facebook-Seite [...], die Möglichkeit Dinge gar nicht erscheinen zu lassen, indem man sie blockiert. Also da gibt es einen Filter dazu - den kann ich ihnen zeigen, möchte ich ihnen aber nicht mitgeben, weil wir wollen nicht, dass das irgendwie veröffentlicht wird."</p> <p>"Was wir haben ist ein Community Management. Also es gibt eine Redakteurin, die mal alle Kommentare sichtet, einordnet, beantwortet oder im Extremfall auch löscht. Das ist unsere Struktur, die wir haben einfach um zu verhindern, dass Redakteurinnen die ihre eigenen Geschichten und die eigenen negativen Kommentare, die da kommen könnten und auch manchmal kommen, selber beobachten und bearbeiten müssen. Weil das natürlich irgendwie nicht gut ist."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Und ich glaube, die sind da schon echt abgehärtet. Die blocken, löschen, die haben black(unv.) - Software, die sie dabei unterstützt. Ich glaube, die befassen sich nicht allzusehr ... hinterfragen jetzt nicht den Inhalt, sondern die sehen, da schreibt jemand etwas Indiskutables und löschen das."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn die Maßnahmen in den Medienorganisationen Hate Speech von vornherein verhindern.</p>	28
	K2.5.3 Bewältigungsmaßnahmen	<p>Beschreibung: Maßnahmen, die nach einem Hate Speech-Angriff angewandt werden.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn Maßnahmen in den Medienorganisationen nach einem Hate Speech-Angriff thematisiert werden, wo mehr als die betroffene Person involviert sind. Diese Kategorie wird codiert, wenn es um Maßnahmen in den Medienorganisationen geht, die der betroffenen Person helfen sollen, Umstände oder Situationen zu verarbeiten/bewältigen/abzudämpfen, die durch Hate Speech verursacht wurden.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Entweder es ist tatsächlich so relevant, dass man durchaus bis zu rechtlichen Schritten gehen muss - da gibt's eine eigene Rechtsabteilung, die das auch nochmal quantifiziert und qualifiziert, und dann auch einsteigt. Und dann auch den Kolleginnen und Kollegen zu Hilfe kommt. Oder aber es ist damit getan, dass ich mich vorstellig mache bei Personen, Gruppen etc., um den Versuch zu starten, dass das hintangehalten wird - und nicht mehr vorkommt."</p> <p>"Also, wenn jemand ein Problem damit hat, dass er irgendwie hunderte Seiten von diesem Müll säubern muss, und das Gefühl hat das belastet ihn persönlich und auch noch in seiner Freizeit, dann kann er sich an den Betriebsarzt wenden, und bekommt da auch psychologische Hilfe."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"wir evaluieren ja auch die psychischen Belastungen, weil wir das ja müssen."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn es um präventive oder reaktionelle Maßnahmen der Betroffenen allein geht.</p>	86

K3 Journalismus und Hate Speech	<p>Beschreibung: Diese Kategorie beschreibt das Verhältnis von Hate Speech und Journalismus.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über das Verhältnis von Hate Speech und Journalismus gesprochen wird, bei Abwägungen in Bezug auf berechtigte Kritik gegenüber JournalistInnen, sowie Überlegungen im Sinne von "Wie viel Kritik muss ein Kritiker einstecken?"</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Dann gibt es folgende Probleme damit - warum man das vielleicht auch selber machen will: erstens einmal "Mami, Mami - der ist so böse zu mir" also sozusagen dieser Reflex vielleicht gerade bei Journalist hee man hat das Gefühl, damit muss man selber klar kommen - wertfrei, ob das gut oder schlecht ist, will ich nicht beurteilen."</p> <p>"Und solche Leute schreiben dort rein. Das ist immer nur, das Negative wird sofort reingeschrieben, und das Positive wird immer nur 'ist eh selbstverständlich, dass die Medien ausgewogen recherchieren müssen, das muss ich gar nicht erwähnen'."</p> <p>"wenn es eine journalistische Geschichte, Story oder einen Artikel gibt, der jedem Recht ist und niemanden stört, dann ist es kein Journalismus, sondern PR und das verstehen manche glaube ich nicht so ganz, ja, dass das halt so ist."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Wir sind ja die Nadel, die überall reinsticht, oder der Scheinwerfer, der überall hinleuchtet - natürlich ernten wir Shitstorm. Natürlich."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn es um Charakteristika oder Handlungsweisen einzelner betroffener JournalistInnen geht.</p>	82
K4 Strategien zu Hate Speech	<p>Beschreibung: Strategien zur Vermeidung von oder zum Umgang mit Hate Speech.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Strategien und Praktiken im Umgang mit Hate Speech gesprochen wird. Diese Kategorie wird auch codiert, wenn über Strategien zur Vermeidung von Hate Speech gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Da gibt es bei uns Richtlinien, an die wir uns halten, quasi was ist noch erlaubt, und wo ist die Grenze überschritten. Da gibt es glaub ich 10 Punkte, die kann ich ihnen schicken, diesen Leitfaden, wann die Grenze überschritten ist, und was wir damit dann machen, d.h. wie wir darauf eingehen - gehen wir überhaupt darauf ein."</p> <p>"Das heißt, da muss man dann einfach beobachten, in welche Richtung entwickelt sich das, und wie reagiere ich angemessen darauf, sodass es auch zu unseren Leitlinien passt, so dass es auch zu unserem Auftritt passt."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Also wenn es bei einem.. wenn einer einmal über die Strenge schlägt, dann gibt halt die einen Hinweis auf die Community-Richtlinien 'bitte halten Sie sich daran, wir wollen das eigentlich nicht' und wenn er es dann immer noch nicht verstanden hat, dann muss man natürlich entweder den Kommentar hiden oder ihn komplett löschen, wenn es wirklich untragbar wird. Aber wir versuchen schon zuerst immernoch, 'okay, das sind unsere Richtlinien - bitte halten Sie sich daran, sonst müssen wir leider...' also wir versuchen schon immer in Dialog zu treten"</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über angebotene Maßnahmen in Bezug auf Hate Speech gesprochen wird.</p>	0

	<p>Beschreibung: Präventive Strategien gegen Hate Speech</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Strategien oder Hinweise auf solche gesprochen wird, die Hate Speech vorbeugen und vermeiden sollen.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Erstens es dürfen uns keine Fehler passieren. Zweitens - passieren uns Fehler, müssen wir dazu stehen, sagen, dass wir einen Fehler gemacht haben, müssen ihn aufklären und müssen uns adäquat dafür entschuldigen."</p> <p>"Das ist wahrscheinlich die beste Abwehrmaßnahme gegen solche .. gegen Hassmails - einfach nicht dazuschreiben, wer es geschrieben hat."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"ich glaube tatsächlich eben, es ist in der Verantwortung - und das ist das Tragische dabei - der Opfer von sowas eben Maßnahmen zu setzen, die geeignet sind, potenzielle Täter abzuhalten. Das ist natürlich deppert - weil wie kommen die dazu - aber ich glaube sehr wohl, eben wenn man verhindern, wenn man Erziehungsmaßnahmen setzen will, dann geht es unteranderem glaube ich auch so, dass man halt [...] dass man auch sagt 'Leute - Entschuldigung - Geht's noch?!"</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über reaktive Handlungen zu Hate Speech gesprochen wird.</p>	67
	<p>Beschreibung: Strategien und Praktiken, die nach einer Hate Speech-Attacke angewandt werden.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Strategien gegen (mehr) Hate Speech gesprochen wird, die nach einer Hate Speech-Attacke angewandt werden.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Natürlich wenn jemand vom Haus einen Kommentar liest, der halt veröffentlicht worden ist, und der findet, das ist nicht OK, oder unter seinem eigenen Artikel, dann zeigt er das auch auf, und dann löschen wir den unter Umständen oder was auch immer."</p> <p>"Bei anderen Dingen zum Beispiel wo wir das Gefühl haben, eigentlich wir werden jetzt, wenn man so will gemobbt oder wir werden jetzt in diese Fake News-Ecke gedrängt, da ist es tatsächlich so - wir können nur überzeugen mit richtigen, objektiv sauberen Geschichten."</p> <p>"Im Normalfall bin ich davon wenig betroffen, wie wenn ich davon betroffen bin, dann gibt es halt unterschiedliche Strategien von Ignorieren bis Maßnahmen setzen."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Und zum Teil wird es auch aktiv angegangen, wenn die Rechtsabteilung eine Meldung von uns bekommt, dass auf anderen externen Plattformen besonders problematische Dinge publiziert werden. Dann sagen wir, schaut's euch das an, ist das klagbar, und wenn ja, dann tun wir das doch bitte."</p> <p>"Also ich sehe das schon manchmal, dass irgendwelche Journalistinnen, Journalisten dann sagen 'ok - wenn Sie das schreiben, können Sie ab jetzt Ihre Spende für irgendeine - für die Caritas oder irgendwen sich bereitlegen, weil das werde ich klagen, das lasse ich mir nicht gefallen' "</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über präventive Strategien gesprochen wird.</p>	114

K5 Betroffene von Hate Speech	<p>Beschreibung: Beschreibungen und Zuschreibungen über Betroffene oder Gefährdete von Hate Speech.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Spezialisierungen, Charakteristika, Verhaltensweisen oder Handlungen gesprochen wird, die Personen gefährden von Hate Speech betroffen zu sein/werden. Diese Kategorie wird auch codiert, wenn es um Personen geht, die durch den ständigen Kontakt mit Hasskommentaren indirekt betroffen sind.</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "Naja, man sieht es eben natürlich vor allem auf Twitter oder Facebook - die Attacken die dort kommen, und das trifft vor allem natürlich die Moderatorinnen und Moderatoren, weil die halt das Aushängeschild sind, und die sind offenbar die perfekte Projektionsfläche, wo man glaubt, man kann sich da irgendwie austoben."</p> <p>weitere Beispiele: "Also.. es wird .. je mehr Hate Speech, desto bekannter das Gesicht, desto mehr offenbar Meinung in der Gesellschaft dar, und desto unverhohlene wird dann auch kommentiert."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht verwendet, wenn allgemein über Themen, die Hate Speech auslösen oder Verfasser von Hate Speech gesprochen wird.</p>	0
	<p>K5.1 Direkt adressierte Betroffene</p> <p>Beschreibung: Personen, die direkter Empfänger von Hate Speech sind.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird angewendet, wenn über Personen gesprochen wird, die selbst direkt von Hate Speech betroffen sind.</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "Aber es trifft wahrscheinlich hauptsächlich jene Kolleginnen und Kollegen, die tatsächlich exponiert auftreten."</p> <p>weitere Beispiele: "Das ist, wie gesagt, bei anderen Kollegen wahrscheinlich, die im innerpolitischen Kontext unterwegs sind, die an solchen, so politischen Rändern, sag ich jetzt einmal, recherchieren - volks- sozusagen ist diese ganzen Republiksgegner usw., die sind eher damit konfrontiert auf Social Media"</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn Personen nicht die Zielpersonen hasserfüllter Nachrichten sind, und wenn die Person nicht Teil der Organisation ist, welche die hasserfüllten Nachrichten bekommt, zB. wenn Dritte wie Prominente in Foren betroffen sind.</p>	48

	K5.2 Indirekt adressierte Betroffene	<p>Beschreibung: Personen, die Zielpersonen von Hate Speech sind, aber dies auf externen Plattformen geschieht.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Betroffene gesprochen wird, wo Hate Speech nicht direkt an sie herangetragen wird, sondern auf externen Plattformen geschieht. ZB Prominente in Online-Foren.</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "Wann immer es um jemanden persönlich geht, wann immer es um jemanden geht, denn viele Menschen kennen, gibt es andere Kommentare, wie wenn es um das Thema allgemeiner geht. Also krassestes Beispiel bei uns war ein Interview mit Natascha Kampusch."</p> <p>weitere Beispiele: "Wenn natürlich hier auch Dinge oft genannt werden, die einfach strafrechtlich relevant sind - man kann ja dem Bürgermeister viel heißen, und der muss auch viel aushalten, aber ihn in die Nähe eines Vorwurfs zu bringen, der strafrechtlich relevant ist, sowas können wir natürlich auch nicht erscheinen lassen."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Hier wird nicht codiert, wenn jemand auf eigenen Social Media-Plattformen Hate Speech erfährt.</p>	13
	K5.3 Direkt unadressierte Betroffene	<p>Beschreibung: Personen, die mit Hate Speech direkt in Kontakt kommen, aber nicht die Zielpersonen sind.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Betroffene gesprochen wird, die nicht selbst das Ziel von Hate Speech sind, aber damit in Kontakt kommen.</p> <p>Beispiele zur Anwendung: "die haben genug zu tun, diese Mitarbeiter, die jeden Kommentar bewerten müssen, 'okay, ist der jetzt schon wieder drüber über der Grenze des Erlaubten, sag ich jetzt mal, oder über dem Verträglichen oder geht das noch'"</p> <p>weitere Beispiele: "Ja es wird sicher gewisse Tage geben, da ist es manchen Leuten auch zu viel, da stumpft man schon innerlich ab, wenn man sieht, was eigentlich über Facebook alles daherkommt."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn Hate Speech konkret an diese Person gerichtet ist.</p>	12

	K5.4 Charakteristika	<p>Beschreibung: Charakteristika und Wesenszüge von Betroffenen</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn Betroffenen Charakteristika und Wesenszüge zugeschrieben werden.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Das ist sozusagen Fluch und Sehen in einem. Jemand wie - ich will jetzt niemanden persönlich nennen - aber es gibt einige Journalistinnen in Österreich, die einfach ganz klar mit ihrer Meinung nach außen gehen, damit sehr viel generieren, aber auch sozusagen im Umkehrschluss immer sehr persönlich kritisiert werden, und auch mit Hate Speech konfrontiert sind."</p> <p>"Ich glaube schon, dass wenn ich provozieren will, wenn es meine Natur ist - als Journalist, als Mensch, dann rufe ich dann das auch eher hervor, würde ich sagen. Wenn ich jemand bin, der gerne streitet dann evoziere ich Streit, wenn ich jemand bin der gerne abgewogen debattiert - einerseits, andererseits, für und wider, das sind die Argumente hier, das sind die Argumente da, Deliberationsprozess, Plus-Minus - wie schaut es aus. Also dann komme ich wirklich wenig in Gefahr."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Also das glaube ich schon, dass das je prominenter, umso eher ist - wobei es hat natürlich auch schon sehr unbekannte Menschen total getroffen."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über auslösende Handlungen von Hate Speech gesprochen wird.</p>	25
	K5.5 auslösende Handlungen von Betroffenen	<p>Beschreibung: auslösende Handlungen und Absichten hinter diesen Handlungen durch Betroffene</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Handlungen und Absichten, die Hate Speech-Attacken vorausgehen, gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"also ich sag' immer meinen Leuten: nicht auf der persönlichen Ebene - nur auf der professionellen. Denn diese Tür - wenn man sie aufmacht - und diese persönliche Ebene, kriegt man nicht mehr zu. Ja und dann wird .. dann werden ja Hasspostings immer mehr. Weil sich dann andere provoziert fühlen."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Wenn man jemanden aus der türkisen Fraktion angreift, oder halt einen Vorwurf hervorbringt, oder etwas schreibt darüber, was halt kritisch ist, dann erntet man halt Hate Speech - das ist klar."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über Handlungen der Betroffenen nach einer Hate Speech-Attacke gesprochen wird.</p>	35

	<p>Beschreibung: Reaktionen der betroffenen Personen von Hate Speech</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Reaktionen, Handlungen, Verhalten etc. von Betroffenen nach einer Hate Speech-Attacke gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Ich habe das lange Zeit ignoriert - ganz einfach, weil je mehr man sich dort einmischt, umso aufgebauschter und je wichtiger wird die Diskussion gemacht. Ich habe auch Facebook nicht mehr benutzt in dieser Zeit, muss ich ganz ehrlich sagen. Ich habe das natürlich mitbekommen über diverse Kanäle, aber hab versucht das zu ignorieren, wurde dann in der Redaktion auch besprochen, was machen wir, reagieren wir - wenn dann muss das dann von Chef-Ebene kommen - ist meine Meinung."</p> <p>"also meine Sorge ist wirklich dieses Verstummen sozusagen. Also dass vor allem Frauen dann, wenn Sie drei Mal attackiert worden sind, sich denken "Das tue ich mir nicht mehr an" und sich zurückziehen - also raus aus diesem öffentlichen Raum, weil sie die Attacken nicht aushalten"</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Wie sie damit umgehen .. also je größer du etwas machst, desto, oder anders gesagt du entscheidest selbst, was jetzt groß ist, oder was jetzt wirklich verletzend ist. oder wenn es eigentlich nur eine Momentaufnahme ist."</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn über Maßnahmen oder Tätigkeiten gesprochen wird, wo eine weitere Person außer dem Verfasser von Hate Speech involviert wird.</p>	51
K6 VerfasserInnen von Hate Speech	<p>Beschreibung: Beschreibungen und Zuschreibungen von TäterInnen, die Hate Speech verbreiten.</p> <p>Anwendung: Diese Kategorie wird codiert, wenn über Menschen, die Hate Speech verbreiten, gesprochen wird.</p> <p>Beispiele zur Anwendung:</p> <p>"Die wurde natürlich sehr angefeindet. Natürlich von rechten Gruppen."</p> <p>"in einem Fall war es glaub ich ein sehr unbelehrbarer Geist."</p> <p>"Die sind - überhaupt in einem Fall, der war schockiert, wenn man ihm das vorliest, und sagt 'Ich lese Ihnen jetzt vor, was Sie geschrieben haben', dann sagt der irgendwie nach einer 2-Sekunden-Pause 'Was? Das habe ich geschrieben?' Wo den Leuten dann bewusst wird, was für Wahnsinn, sie da begehen."</p> <p>weitere Beispiele:</p> <p>"Also, wie gesagt, gewisse Trolle ignorieren wir - weil alles andere würde es nur schlimmer machen. Gewisse Leute kann man nicht überzeugen"</p> <p>"Gut, ja und sonst sind eh auch die üblichen Verdächtigen, die halt jeden Paragraphen im Mediengesetz halt ausnützen"</p> <p>Abgrenzung zu anderen Kategorien: Diese Kategorie wird nicht codiert, wenn auslösende Handlungen besprochen werden.</p>	66

9.5 Abstract Deutsch

Hate Speech sind hassmotivierte Äußerungen gegen Gruppen oder Einzelpersonen aufgrund bestimmter Charakteristika. JournalistInnen kritisieren als vierte Gewalt Gesellschaft und Politik, und besonders Frauen im Beruf werden dafür mit Hate Speech konfrontiert. Hate Speech gegen JournalistInnen sind Angriffe auf die Demokratie, weil es dazu führt, dass sich JournalistInnen aus der Öffentlichkeit zurückziehen und bestimmte Themen nicht länger berichtet werden. Anhand des Media Governance-Ansatzes wird gezeigt, welche internen und externen Bedingungen für Hate Speech gegen JournalistInnen in österreichischen Medienorganisationen vorliegen. Zur Erfassung der Bedingungen in den Medienorganisationen wurden ExpertInnen-Interviews geführt. Angestellte JournalistInnen unterliegen der gesetzlichen Fürsorgepflicht des Arbeitgebers. Weitere gesetzliche Rahmenbedingungen des Phänomens sind national das Straf- und Bundesverfassungsrecht, sowie international die Menschenrechte. Social Media-BetreiberInnen und NGOs versuchen Hate Speech allgemein zu regulieren, aber die Regulierung von Hate Speech gegen JournalistInnen geschieht beinahe ausschließlich in den Medienorganisationen oder durch persönliche Strategien einzelner JournalistInnen. Medienorganisationen moderieren ihre Online-Kanäle und gehen bei Hate Speech-Angriffen individuell vor. Die Hilfsangebote für Betroffene fallen in den Redaktionen höchst unterschiedlich aus. Im schlechtesten Fall beschränkt sich die Unterstützung bei Hate Speech-Angriffen auf Gespräche unter KollegInnen, da eine professionelle Anlaufstelle fehlt. Eine Erklärung dafür könnte das fehlende Bewusstsein für das Problem Hate Speech gegen JournalistInnen in der Gesellschaft und bei JournalistInnen selbst sein.

9.6 Abstract Englisch

Hate Speech are expressions motivated by hate against certain groups and persons in society. Journalists and especially women in this profession receive Hate Speech for criticising society and politics according to their role als fourth power. Hate Speech against journalists is an attack against democracy because journalists pull out of the public sphere or stop reporting on certain topics following hate speech attacks. The internal and external conditions for hate speech against journalists in Austrian media organisations are shown on the basis of Media Governance. Expert interviews surveyed the conditions in media organisations. Employed journalists have to be protected by law from work related physical and psychological diseases by their employer. Other laws regarding Hate Speech against journalists are criminal law and federal constitutional law on national level and human rights on international levels. Social Media Companies and NGOs try to establish general regulations against Hate Speech but regulations on Hate Speech against journalists rely on media organisations and personal strategies of journalists. Media organisations facilitate their online channels and react to Hate Speech individually. The amount of support mechanisms in media organisations for journalists attacked by Hate Speech are various. It ranges from support limited to chats with colleagues to full service by professional staff. An explanation for this situation could be journalist's and society's lack of awareness of Hate Speech against journalists as a problem.