



Hasspostings gegen JournalistInnen in Österreich

<https://ipi.media>

August 2017



International
Press
Institute

Hasspostings gegen JournalistInnen in Österreich

August 2017

Autor Jonas Vogt
Redakteure Javier Luque und Scott Griffen
Herausgeber Internationales Presseinstitut (IPI)
Übersetzer (englische Version) Michael Kudlak



Die Produktion dieses Berichts wurde durch die Finanzierung von Google ermöglicht.



OnTheLine ist das Projekt von IPI zur systematischen Überwachung von Online-Belästigungen und digitalen Angriffen gegen Journalisten. Unsere Mission ist es, Leitlinien aufzubauen, um der Online-Belästigung entgegenzuwirken und den Opfern von digitalen Angriffen technische und rechtliche Unterstützung zu geben.



International
Press
Institute

Bilder von links nach rechts von oben nach unten: Olja Alvir, Teresa Havlicek, Verena Bogner, Oona Kroisleitner, Jelena Gucanin, Florian Klenk, Hanna Herbst, Christian Burger.

“Hasspostings gegen JournalistInnen in Österreich” ist unter der Creative Commons Attribution 4.0 International Lizenz lizenziert.

<https://ipi.media>



4	Executive summary
5	1. Einführung
5	2. Methodik
6	3. Ergebnisse
6	3.1. Welche JournalistInnenbeschimpfungen treten auf?
6	3.2. Wie treten JournalistInnenbeschimpfungen auf?
6	3.3. Wo treten JournalistInnenbeschimpfungen auf?
7	3.4. Wer ist besonders betroffen?
7	3.5. Wie empfinden es die einzelnen Betroffenen?
7	3.6. Wie gehen die einzelnen JournalistInnen damit um?
8	3.7. Welche Maßnahmen ergreifen Medienhäuser?
8	4. Fazit
8	4.1. Etablierung eines professionellen, von der Redaktion getrennten Community-Managements
9	4.2. Internes Thematisieren des Problems
9	4.3. Die Probleme nicht auf die einzelnen JournalistInnen abwälzen
9	4.4. Bildung von unterstützenden Strukturen
10	5. Annex
10	5.1. Wie österreichische Medien mit Hasspostings gegen JournalistInnen umgehen
14	5.2. Onlinebeschimpfungen von Journalisten während der österreichischen Präsidentschaftswahlen
18	5.3. „Du Nutte, geh sterben“: Fünf Journalistinnen über Beschimpfungen im Netz
21	About IPI

Executive summary

Der vorliegende Report fasst die Ergebnisse des dreimonatigen „OnTheLine“-Projekts in Österreich zusammen. Im Rahmen des Projekts wurden Beschimpfungen und Bedrohungen gegen JournalistInnen erhoben, erfasst und analysiert. Das Ziel war es, einen groben Überblick über Art, Quantität, Qualität, Auftreten und Ziele von JournalistInnenbeschimpfung zu bekommen. Während des dreimonatigen Projekts wurden weitgehend zwei Erhebungsmethoden verwendet: Social-Media-Monitoring und qualitative Interviews. Für die Interviews wurden verschiedene ExpertInnen befragt, aber auch eine große Bandbreite an von Hasspostings und -nachrichten betroffene JournalistInnen, sowohl sehr bekannte als auch einfache RedakteurInnen.

Die in der Datenarbeit erhobenen JournalistInnenbeschimpfungen teilten sich vor allem auf zwei Kategorien auf: „Abusive Behavior“ und „Threats of Violence“. Den größten Anteil an den vorliegenden Fällen nahmen dabei „verbal abuses“ ein, also alles von klassischen Schimpfwörtern bis zum negativen Bezug auf Intelligenz oder körperliche Erscheinung. In wenigen Fällen wurden JournalistInnen auch implizit oder explizit gedroht. Die Beschimpfungen treten fast immer themenbezogenen auf, vor allem bei kontroversen, emotional belegten Themen wie Zuwanderung oder Feminismus. Sie treffen JournalistInnen nicht zufällig und gleichmäßig, sondern einzelne Betroffene werden von der Community herausgepickt und teilweise über einen langen Zeitraum immer wieder attackiert. Die Beschimpfungen treten durchweg in allen Gattungen und auf allen Plattformen, öffentlich wie per privater Nachricht, auf. Vor allem Facebook ist relevant. Meist sind die Beschimpfungen im Privaten (also durch E-Mail und Facebook-Message) stärker als im Öffentlichen. Eine Sonderrolle nehmen in Österreich die Facebook-Pages der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ), wo zahlreiche beleidigende und bedrohende Userkommentare unter den kritischen Postings von FPÖ-Politikern erscheinen. Quantitativ tritt aufgrund dieser Quelle ein großer Teil der Beschimpfungen im Zusammenhang mit dem Politikbereich auf.

Die JournalistInnen geben weitgehend an, dass zwar keine „Selbstzensur“ stattfindet. Allerdings liefe die Gefahr eines „Shitstorms“ durchaus immer irgendwo im Hintergrund mit. Die Betroffenen empfinden die Beschimpfungen als unterschiedlich invasiv. Viele Journalisten empfinden es eher als lästig, vor allem in den Phasen intensiver Beschimpfung. Viele Journalistinnen, die qualitativ wie quantitativ stärker von Beschimpfungen betroffen sind, empfinden die starken Phasen allerdings als sehr belastend. Vor allem, wenn die Option, den Reaktionen auszuweichen, begrenzt ist, weil sie per Privatnachricht oder auf Twitter kommen oder weil die Communitybetreuung und die Redaktion nicht getrennt ist.

Der Umgang der JournalistInnen mit den Beschimpfungen variiert, aber die meisten der befragten JournalistInnen haben in irgendeiner Weise das Bedürfnis, zumindest die als sehr schlimm empfundenen Postings „weitergeben“ zu müssen. Viele lesen sie sich in der Redaktion gegenseitig vor. Manche veröffentlichen Screenshots von besonders extremen Fällen auf ihren Privatprofilen. Manche versuchen auf die Hassposter zu reagieren, manche zeigen die sie mit wechselndem Erfolg bei den Behörden an. Viele, vor allem Journalistinnen, schränken aber ab irgendeinem Punkt ihre Präsenz in den sozialen Netzwerken ein.

Auch wenn österreichische Medienhäuser in den letzten Jahren durchaus Maßnahmen ergriffen haben, ihr Community-Management zu professionalisieren und betroffenen JournalistInnen Unterstützung anzubieten, ist das Bewusstsein dafür noch nicht ausreichend ausgeprägt. Es fehlt in den meisten Redaktionen Österreichs vor allem an Strukturen und klar kommunizierten Guidelines, wie mit Hass auf JournalistInnen umgegangen wird.

1. Einführung

Im Jahr 2016 erlangte das Thema „Hass im Netz“ und besonders die Kategorie „JournalistInnenbeschimpfung im Netz“ auch in Österreich endlich die mediale Aufmerksamkeit, die es verdiente. Im Sommer erschien die Stadtzeitung Falter mit vier prominenten Journalistinnen und dem Spruch „Uns reicht’s!“ auf dem Cover und trat so eine Debatte los, die schnell in vielen anderen Medien, aber auch in der Politik Wellen schlug. Während die Betroffenen mit der Problematik zuvor über Jahre hinweg weitgehend alleine gelassen worden waren, gingen sie zunehmend an die Öffentlichkeit und erhielten die moralische und gesetzliche Unterstützung. Doch bislang gab es im Bereich „JournalistInnenbeschimpfung im Netz“ wenig Forschung, nur viele Anekdoten. Ziel des Projekts war es daher, einen Überblick über Ausmaß und Charakteristik der JournalistInnenbeschimpfung im Netz in Österreich zu bekommen.

2. Methodik

Über drei Monate (September-Anfang Dezember 2016) hinweg wurde ein Monitoring der sozialen Netzwerken Facebook und Twitter betrieben und die identifizierten Fälle in eine Datenbank eingetragen. Die Beschimpfungen wurden dabei in Kategorien eingeteilt („Abusive Behaviour“, „Threats“, „Technical Interference“). Der Ressourceneinsatz ließ allerdings kein vollständiges Monitoring zu. Der Fokus wurde dort gelegt, wo nach den ersten Ergebnissen und ExpertInnengesprächen die höchsten Fallzahlen zu erwarten waren. Die Ergebnisse sind also qualitativ zu verstehen und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Relativ schnell kristallisierte sich heraus, dass die Beschimpfungen in Österreich vor allem im Politbereich auftreten. Dort speziell rund um die Freiheitliche Partei Österreichs (FPÖ), also auf ihren direkten Facebook-Pages und denen, die der Partei nahe stehen. Dieser Effekt wurde noch einmal dadurch verstärkt, dass in dem Beobachtungszeitraum die Wiederholung des zweiten Wahlgangs der Bundespräsidentenwahl lag, bei der der freiheitliche Kandidat Hofer antrat und auch zu Gast in TV-Sendungen war. Speziell bei kontroversen TV-Auftritten wurden die Kommentare unter Facebookpostings von großen FPÖ-Seiten analysiert und kategorisiert.

Neben der Datenarbeit wurden auch qualitative Interviews mit betroffenen Personen und ExpertInnen geführt. Daraus entstanden vier Case Studies mit unterschiedlichem Fokus (Beschimpfungen von jungen Journalistinnen; Beschimpfungen unter FPÖ-Postings im Vorfeld der Bundespräsidentenwahl; Strategien der österreichischen Medienhäuser, mit der Problematik umzugehen; eine Einzelfallschilderung) und eine Reihe von fünf Videointerviews.

3. Ergebnisse

3.1. Welche JournalistInnenbeschimpfungen treten auf?

Insgesamt wurden im Beobachtungszeitraum 115 Fälle von Beschimpfungen oder Bedrohungen erfasst. Dabei nimmt „Verbal Abuse“ mit 107 Fallzahlen den mit Abstand größten Anteil an den vorliegenden Fällen ein. Inhaltlich waren es vor allem klassische Beschimpfungen per Schimpfwort, negativer Bezug auf Intelligenz oder körperliche Erscheinung. Die Fälle von Bedrohungen waren überwiegend implizierte Drohungen.

3.2. Wie treten JournalistInnenbeschimpfungen auf?

Die Ergebnisse zeigen, dass Beschimpfungen fast immer themenbezogenen erfolgen. Sowohl die RedakteurInnen als auch das Community-Management geben an, im Vorfeld recht genau zu wissen, bei welchen Themen mit problematischen Postings und Angriffen zu rechnen ist. In den letzten beiden Jahren stechen dabei vor allem die emotional besetzten Themen Zuwanderung und Islam hervor. Aber auch feministische Themen oder Artikel, die sich mit der Sexualität der Frau beschäftigen, rufen starke Reaktionen hervor. Die Attacken sind weitgehend nicht koordiniert, allerdings werden kritische Artikel gelegentlich in Foren oder Messageboards gepostet, was dann die Fallzahlen stark erhöht. Die Beschimpfungen richten sich dabei durchaus auch an „die Presse“ oder ein konkretes Medium. Betrifft es einzelne JournalistInnen, ist es nicht zufällig und gleichmäßig verteilt. Einzelne JournalistInnen werden von der Community klar herausgepickt. Und unter diesen trifft es Journalistinnen qualitativ und quantitativ noch einmal besonders deutlich.

3.3. Wo treten JournalistInnenbeschimpfungen auf?

Die Beschimpfungen treten durchweg in allen Gattungen und Plattformen auf. Die Kommentare auf den eigenen Medienseiten sind dabei eher zu vernachlässigen. Auch wenn geballte Kritik dort für JournalistInnen sehr belastend sein kann, ist die Einflussmöglichkeit durch technisches oder manuelles Community-Management dort verhältnismäßig hoch. Sehr relevant sind Facebook und Twitter, wo Kommentare sofort erscheinen und wo viele Medien aufgrund der Ressourcenlage kein Live-Monitoring anbieten können. Kommentare erscheinen dabei sowohl bei den Postings des eigenen Mediums. Deutlich relevanter sind allerdings kritische Postings von größeren Seiten von Dritten. Auch Mails und vor allem Facebook-Messages sind eine relevante Quelle für Hass. Die Beschimpfungen auf Twitter sind qualitativ stark, aber zahlenmäßig zu vernachlässigen.

3.4. Wer ist besonders betroffen?

Auch im vorliegenden Zeitraum zeigt sich klar, dass Journalistinnen besonders im Fokus stehen. Journalistinnen sind qualitativ wie quantitativ stärker von Beschimpfungen betroffen. Sie werden anders beschimpft. Ihnen wird häufiger jede Kompetenz abgesprochen und sie häufiger in ihrer körperlichen Unversehrtheit bedroht, was die Möglichkeiten, offen mit den Drohungen umzugehen, schwieriger macht.

3.5. Wie empfinden es die einzelnen Betroffenen?

Die Betroffenen empfinden es als unterschiedlich invasiv. Besonders Journalisten geben an, dass es ihnen relativ egal ist. Viele Journalistinnen empfinden die Phasen der intensiven Beschimpfungen als äußerst invasiv. Vor allem, wenn die Option, den Reaktionen auszuweichen, begrenzt ist. Weil sie per Privatnachricht oder auf Twitter kommen oder weil die Communitybetreuung und die Redaktion nicht getrennt ist und die Journalistinnen so gezwungen sind, alle Reaktionen zu ihren eigenen Artikeln oder denen von Kolleginnen zu lesen. Zusätzlich wird auch der Angriff auf ProtagonistInnen von Geschichten als Angriff auf sich selbst empfunden.

3.6. Wie gehen die einzelnen JournalistInnen damit um?

Die meisten der befragten JournalistInnen haben in irgendeiner Weise das Bedürfnis, zumindest die als sehr schlimm empfundenen Postings „weitergeben“ zu müssen. Viele lesen sie sich in der Redaktion gegenseitig vor. Manche veröffentlichen Screenshots von besonders extremen Fällen auf ihren Privatprofilen oder thematisieren sie journalistisch. Die darauf häufig folgenden Gesten der Solidarität werden als positiv empfunden, egal ob sie auf dem eigenen Profil oder unter einem Artikel geäußert werden. Es fällt auf, dass zahlreiche der JournalistInnen irgendwann auf irgendeine Weise ihren Auftritt in den sozialen Netzwerken einschränken, wenn die Attacken häufiger und regelmäßiger werden.

Viele JournalistInnen geben an, auf Hassnachrichten nur spärlich zu reagieren, wenn überhaupt. Nur eine Minderheit tritt mit den Schreibern der Hassnachrichten in Kontakt. Die Anzeigebereitschaft ist in Österreich nur bedingt ausgeprägt. Manche JournalistInnen zeigen relativ schnell an. Andere sind aus persönlichen oder praktischen Gründen (Zeitmangel, keine Erfolgserwartung) eher sehr zurückhaltend. Die Unterstützung der Behörden wird als unterschiedlich stark empfunden. Während gerade bekannte JournalistInnen angeben, dass die Polizei relativ schnell auf Anzeige von Hasspostings reagiert, gibt es auch zahlreiche Fälle, wo gerade junge und weniger bekannte JournalistInnen (vor allem weibliche) lange Zeit auf eine Reaktion der Behörden warten mussten.

3.7. Welche Maßnahmen ergreifen Medienhäuser?

Medienhäuser haben in den letzten Jahren Mechanismen entwickelt, wie sie mit konkreten Beschimpfungen und der abstrakten Gefahr eben dieser umgehen. Diese variieren anhand der Größe, der Ausrichtung, der Struktur des Publikums und den eingesetzten Ressourcen. Die Medienhäuser haben vielfach in professionelles Community-Management investiert. In vielen Bereichen haben sich auch Strukturen herausgebildet, zum Beispiel die frühzeitige Meldung der Redaktionen an das Community-Management, wenn ein problematischer Artikel online geht. Vor allem bei kleineren Medien kommt die Aufgabe der Social-Media-Betreuung aber häufig noch bei den ReakteurInnen selbst zu, was von diesen vielfach als sehr störend empfunden wird. In den Onlineredaktionen selbst wird das Thema zunehmend stärker thematisiert, aber es fehlt häufig noch an klaren AnsprechpartnerInnen, Abläufen und formellen Hilfestellungen.

4. Conclusions

Ingesamt lässt sich sicher sagen, dass auch die JournalistInnen in Österreich stark vom Hass im Netz betroffen sind. Er ist vor allem politisch motiviert und sehr themenbezogen. Seine Schlagkraft erhält er vor allem durch die Quantität, besonders wenn die Attacken koordiniert sind, also in bestimmten Foren oder Plattformen auf einzelne Artikel hingewiesen wird.

Es zeigt sich aber auch, dass sich der Hass in Österreich auf Facebook überwiegend in klassischen Beschimpfungen zeigt. Das wird vor allem im Vergleich mit anderen Ländern wie der Türkei, wo die expliziten Drohungen gegen die körperliche Unversehrtheit einen viel größeren Teil ausmachen, klar. Inwieweit die Drohungen in Österreich verstärkt über persönliche Nachrichten kommen, lässt sich qualitativ erfragen, aber schwer systematisch erheben.

Aus den vorliegenden Gesprächen können folgende generelle Empfehlungen für Medienhäuser und Redaktionen abgeleitet werden.

4.1. Etablierung eines professionellen, von der Redaktion getrennten Community-Managements

JournalistInnen empfinden den Zwang, sich mit Beschimpfungen auseinandersetzen zu müssen, häufig als sehr belastend. Auch wenn es die Arbeit von KollegInnen trifft. Sie sind dafür auch meist nicht ausgebildet und betreiben Community-Management

wenn eher nebenbei. Unterm Strich profitieren sowohl JournalistInnen als auch das Medium und seine Community von einem professionellen Community-Management. Allerdings darf nicht vergessen werden, dass die Arbeit auch für Community-Manager belastend sein kann.

4.2. Internes Thematisieren des Problems

Betroffene JournalistInnen berichten, dass Solidarität von Seiten des Arbeitgebers und der KollegInnen als sehr hilfreich empfunden wird. Man habe das Gefühl, man sei nicht alleine. Viele, insbesondere in Printredaktionen, sprechen das Thema allerdings intern nicht an. Gerade, weil JournalistInnen ungleich davon betroffen sind, herrscht bei den Betroffenen oftmals das Gefühl vor, KollegInnen hätten ein mangelndes Bewusstsein für die Problematik. ArbeitgeberInnen und Vorgesetzte sollten das betriebsinterne Bewusstsein schaffen, dass ein Angriff auf eine JournalistIn auch ein Angriff auf das gesamte Medium und die Redaktion ist. Darüber hinaus sollten sie klar kommunizieren, dass einzelne Mitglieder von Redaktionen unterschiedlich stark betroffen sind. Und dass nur, weil man selbst keine Hassnachrichten erhält, das nicht unbedingt für die KollegIn am Nebentisch gilt.

4.3. Die Probleme nicht auf die einzelnen JournalistInnen abwälzen

Jede JournalistIn ist unterschiedlich stark von der Problematik betroffen. Sowohl von den Fallzahlen als auch vom persönlichen Umgang. Von manchen, vor allem Alpha-Journalisten in Machtpositionen, wird der Hass im Netz eher als störend empfunden. Manche ziehen daraus sogar eine Befriedigung. Für andere, vor allem Frauen, die in ihrer körperlichen Unversehrtheit attackiert werden und deren Möglichkeit, offen den Fehdehandschuh aufzunehmen, begrenzt ist, sind die Attacken sehr belastend. Generell können zwei Journalistinnen dieselben Attacken als unterschiedlich invasiv empfinden. Betroffene berichten, dass sie Hemmungen haben, ihr Probleme zu kommunizieren und sich unter Rechtfertigungsdruck sehen. Sie hätten das Gefühl, dadurch Schwäche zu zeigen. ArbeitgeberInnen sollten die klare Regel kommunizieren, dass die einzelne JournalistIn entscheidet, was sie als invasiv und bedrohlich empfindet.

4.4. Formation of support structures

Die meisten betroffenen JournalistInnen bilden informelle Netzwerke in den Redaktionen, das heißt sie lesen sich besonders schlimme Postings oder Nachrichten vor oder veröffentlichen sie auf ihren privaten Social-Media-Profilen. Es gibt in den Redaktionen aber kaum institutionelle Unterstützung, also klar kommunizierte AnsprechpartnerInnen, an die man sich im Fall eines Problems wenden kann oder Supervisionsprogramme, die Betroffene in Anspruch nehmen können. Redaktionen sollten Guidelines entwickeln, wie sie die Problematik im Vorfeld kommunizieren, wie sie JournalistInnen währenddessen schützen und wie sie ihnen bei der Verarbeitung helfen. Diese Guidelines und die Ansprechpartner sollten offen kommuniziert werden.

5. Annex

5.1. Wie österreichische Medien mit Hasspostings gegen JournalistInnen umgehen

Author: IPI Contributor Jonas Vogt, IPI Staff. Published: Apr. 10, 2017.

Auch wenn das Thema „Hasspostings“ (gegen JournalistInnen, aber auch gegen Dritte oder abstrakte Gruppen) erst im Jahr 2016 eine erhöhte mediale Aufmerksamkeit bekam, kämpfen Medien schon seit Längerem damit. Alle digital tätigen Medienhäuser mussten sich in den letzten Jahren Gedanken machen, wie sie mit diesen Herausforderungen umgehen. Dahinter stehen neben den moralischen Überlegungen (Schutz der MitarbeiterInnen und Dritter), den gesetzlichen Vorgaben (nach dem Mediengesetz haften Medien für Kommentare, die auf ihren Plattformen abgesetzt werden) auch praktische Gedanken: Für JournalistInnen (insbesondere weibliche), aber auch Community-ManagerInnen bedeuten Hasspostings einen zusätzlichen psychischen Belastungsfaktor, der Probleme hervorrufen und einen negativen Einfluss auf Leben und Arbeit haben kann.

Genauso wie einzelne JournalistInnen persönlich haben auch Medien ihre Mechanismen, wie sie mit konkreten Beschimpfungen und der abstrakten Gefahr ebendieser umgehen. Das IPI hat bei größeren und kleineren Medienhäusern nachgefragt, wie sie ihr Community-Management organisieren, welche Strukturen sie aufbauen und wie sie die Herausforderungen allgemein beurteilen. Die Angaben variieren anhand der Größe, der Ausrichtung, der Struktur des Publikums und den eingesetzten Ressourcen. Aber drei Punkte ziehen sich durch alle Antworten.

Zum einen wissen die RedakteurInnen, aber auch die Chefetage und das Community-Management mittlerweile recht genau, bei welchen Themen mit einem verstärkten Aufkommen von problematischen Postings zu rechnen ist. Vor allem das Flüchtlingsthema bildete in den letzten anderthalb bis zwei Jahren die Basis für viele Beschimpfungen. Die Medien haben große Überschneidungen bei den umstrittenen Themen, obwohl die Ausrichtung und die Community da durchaus nochmal eine Rolle spielen. „Bei uns ist es vor allem das Thema Islam, das extrem emotional besetzt ist“, sagt Aleksandra Tulej von Biber.

Darüber hinaus trifft es die einzelnen JournalistInnen nicht zufällig und gleichmäßig. Die Community pickt sich ihre speziellen KandidatInnen heraus. „Wir haben einige Journalistinnen und Journalisten, das sind so drei, vier, die vor allem unter ihren Kommentaren beschimpft werden“, sagt Stefan Kaltenbrunner, Chefredakteur von kurier.at. Das bestätigt auch Christian Burger von derstandard.at. „Oft trägt man einzelnen JournalistInnen Formulierungen noch Jahre nach.“

Ein weiterer Punkt, der sich in den Gesprächen zeigt: Die konkrete Ausformung der Beschimpfungen durchaus auch von redaktionellen Entscheidungen ab.

Je prominenter eine AutorIn genannt oder dargestellt wird, desto höher ist grundsätzlich die Chance, dass er oder sie persönlich attackiert wird. In Fällen, wo die Redaktion als Absender auftritt oder die AutorInnenrolle eher kleiner dargestellt wird, werden die Angriffe grundsätzlicher. „Bei uns werden weniger einzelne Journalisten oder Journalistinnen attackiert, sondern mehr wir als Medium insgesamt“, sagt Clemens Pilz, Leiter des Community-Managements bei heute.at. Auch die gesamte Branche wird häufiger unter Schlagworten wie „Lügenpresse“ angegriffen.

Maßnahmen

Das ist alles nicht völlig neu. Die Medienhäuser haben in den letzten Jahren Lehren daraus gezogen aufgebaut, um mit den Herausforderungen so gut als möglich umgehen zu können. Einige der Lehren daraus können grob generalisiert werden.

Erstens ist professionelles Community-Management kein Allheilmittel, hilft aber durchaus. Der Standard ist mit seinem „User Generated Content“-Team von neun Leuten, die sich allerdings nicht nur um Forenbetreuung, sondern zum Beispiel auch um Gastkommentare von Usern kümmern, in Österreich Vorreiter – was natürlich auch mit der Größe der Foren und den daraus resultierenden Ressourcen zu tun hat. Bei heute.at sind drei MitarbeiterInnen für das Community-Management zuständig. Aber auch die meisten anderen Medienhäuser sind dabei, die entsprechenden Abteilungen zu professionalisieren oder haben das bereits getan. „Das ist aber natürlich auch ein Manpower-Problem“, sagt Kaltenbrunner. Sprich: Es ist teuer, und jedes Medium kann nur begrenzt Ressourcen dafür zu Verfügung stellen. Bei heute.at und kurier.at übernehmen RedakteurInnen in den Randstunden auch Aufgaben im Bereich Community-Management, was aber natürlich bedeutet, dass sie für andere Aufgaben fehlen. Bei kleineren Medien wie Biber sind überhaupt wenig bis keine Ressourcen für MitarbeiterInnen frei, die sich ausschließlich dieser Aufgabe widmen.

Zweitens können Strukturen helfen. Wenn JournalistInnen und RessortleiterInnen im Vorfeld wissen, welche Artikel problematisch sind und mit dem Community-Management in einem Austausch stehen, kann man sich auf das potentielle Ausmaß der Kommentarwelle vorbereiten beziehungsweise gegensteuern. Das passiert in den großen Medienhäusern mittlerweile ziemlich planmäßig. In den kleineren ist es weniger geplant, aber durch den kurzen Dienstweg wissen die MitarbeiterInnen schon meist, was passieren kann. Insgesamt machen es strukturell geplante Abläufe unwahrscheinlicher, dass Medien von Wellen an Hasskommentaren „überrascht“ werden.

Drittens lassen sich Diskussionen bis zu einem gewissen Grad durch Eingreifen steuern. Gerade bei Der Standard werden die RedakteurInnen angehalten, sich bei Diskussionen im Forum zu Wort zu melden. Auch andere Medien ziehen da mittlerweile nach. Dahinter steckt eine Doppelstrategie. „Wir zeigen damit unseren Usern, dass wir ihre Meinung schätzen“, sagt Burger. Aber eben auch, dass das Medium die Foren im Auge hat und niemand dort im unbeobachteten Raum agiert.

Viertens gibt es neben dem manuellen Eingreifen auch technologische Lösungen.

Filtersoftware, die Postings mit bestimmten Wörter herausfiltern und zur manuellen Überprüfung schicken, wird in fast allen größeren Medienhäusern eingesetzt. Bei kurier.at werden die Foren zwischen 22 Uhr und 6 Uhr, wenn kein Community-Management stattfindet, grundsätzlich abgeschaltet. Bei Der Standard gehen die technischen Überlegungen aktuell noch weiter. „Wir haben bislang relativ viel Energie darein gesteckt, den kleine, sehr destruktiven Part unserer Community unsichtbarer zu machen“, erklärt Burger. „Wir wollen uns jetzt mehr darauf konzentrieren, den viel größeren, konstruktiven Part hervorzuheben.“ Doch all die technischen Überlegungen haben das Problem, dass sie nur auf den eigenen Webseiten möglich sind. Je mehr sich die Diskussion von den Kommentarbereichen weg in die sozialen Netzwerke verlagert, desto weniger Kontrolle haben Medien darüber. Auf Facebook kann man Kommentare nur nachträglich löschen oder unsichtbar machen, nicht vorab anschauen. Die Plattform verlangt also eigentlich arbeitsintensives Live-Monitoring.

Fünftens ist es wichtig, die MitarbeiterInnen mit dem Problem nicht alleine zu lassen. Und damit sind nicht nur die JournalistInnen gemeint, die natürlich im Fokus stehen, weil sie mit ihrem Namen für kritische Geschichten einstehen. Medien dürfen aber die Belastung, die man den JournalistInnen abnimmt, nicht einfach nur auf das Community-Management übertragen. Viele berichten von einzelnen Community-ManagerInnen, die dem Druck trotz intensiver Gespräche nicht mehr standgehalten und das Unternehmen verlassen haben. „Die ganze Branche muss lernen, mit den Community-Managern und Social-Media-Betreuern wirklich direkt zu kommunizieren und sie nicht alleine zu lassen mit dem, was sie den ganzen Tag tun“, sagt Kaltenbrunner. Das sei eine große Aufgabe, die noch auf alle zukommen werden. Genau wie bei betroffenen JournalistInnen behelfen sich die Community-ManagerInnen meist durch informelle Kontakte, lesen sich zum Beispiel besonders schlimme Postings vor. An formalen Strukturen und der Kommunikation derselben (an wen wenden sich MitarbeiterInnen in solchen Fällen, und wie wird das kommuniziert?) mangelt es in den Medienhäusern meist noch. Das ist natürlich nicht nur eine Frage des Willens, sondern auch der Ressourcen. Insgesamt sind die Strukturen der formellen Unterstützung in österreichischen Medien noch unterentwickelt.

Sechstens stoßen alle Maßnahmen irgendwann an eine Grenze, wo auch die besten technischen und gesetzlichen Maßnahmen nicht mehr helfen. „Wir haben auf kurier.at ein relativ strenges Anmeldeprocedere mit Telefonnummer“, erzählt Kaltenbrunner. Ein gewisses Grundrauschen an Beschimpfungen sei auch dadurch nicht zu verhindern. Die Leute seien da. Deshalb glaubt er auch nicht, dass strengere Gesetze helfen. „Wir zeigen seit einem Dreiviertel Jahr alles an, was auch nur ansatzweise gegen Gesetze verstößt. Wir haben mittlerweile 40 bis 50 Kommentare der Staatsanwaltschaft gemeldet.“ Alles könne man aber nicht verhindern. Es drängt sich allerdings ohnehin der Eindruck auf, dass die staatlichen Stellen auch nicht in allen Fällen gleich schnell reagieren. Während prominente JournalistInnen wie Florian Klenk oder Christa Zöchling von einer sehr schnellen Reaktion der Behörden in Fällen von Hasspostings berichten, erzählt Tulej vom Biber eine andere Geschichte. Sie hätte einen Poster, der sie immer wieder auf allen Kanälen beschimpft und bedroht habe, angezeigt und lange keine Reaktion erhalten.

Fazit

Die österreichischen Medien haben sich in den letzten Monaten und Jahren in der Thematik verbessert. Die Redaktionen haben die Probleme vermehrt selbst erkannt und waren – vielleicht auch durch die erhöhte Aufmerksamkeit für das Thema – besser in der Lage, die Dringlichkeit an die Geschäftsführung heranzutragen.

Trotzdem hakt es noch an allen Ecken und Enden in unterschiedlichem Ausmaß. Dessen sind sich die Verantwortlichen zumindest weitgehend bewusst. „Wir haben in allen Belangen noch massives Verbesserungspotential“, spricht es Kaltenbrunner stellvertretend für die gesamte Branche aus. Gerade RedakteurInnen in kleinen Medien sind auf informelle Hilfen angewiesen – was nicht aus Böswilligkeit, sondern Ressourcenmangel resultiert. Auch in den größeren Medienhäusern fehlt es an formellen Strukturen, mit den Problemen umzugehen. Und die zunehmende Bedeutung von Facebook erschwert vieles noch einmal, weil auf Fremdplattformen die eigenen technischen Lösungen nicht zur Verfügung stehen.

5.2. Onlinebeschimpfungen von Journalisten während der österreichischen Präsidentschaftswahlen

Author: IPI Contributor Jonas Vogt, IPI Staff. Published: Dec. 2, 2016.

Im Vorfeld der österreichischen Wahlen zum Bundespräsidenten am 4. Dezember sehen sich die Anhänger eines Kandidaten Anschuldigungen ausgesetzt, Online-Übergriffe auf Journalisten zu verüben. Die Wahl ist ohnehin alles andere als Routine: Die Kandidaten der Volksparteien schafften es nicht in die Stichwahl und schieden im ersten Wahlgang im April aus. Übrig blieben ein nominell Unabhängiger und ein Mitglied der rechtspopulistischen Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ).

Der unabhängige Kandidat Alexander Van der Bellen, ehemals Vorsitzter der Grünen, besiegte seinen Gegenkandidaten Norbert Hofer im Mai um Haaresbreite. Das Ergebnis wurde allerdings vom Verfassungsgericht aufgrund von Irregularitäten aufgehoben. Der zunächst für den 2. Oktober angesetzte erneute zweite Wahlgang wurde wegen Problemen mit den Wahlkarten auf Dezember verschoben.

Im Wahlkampf wurden immer wieder Vorwürfe laut, die FPÖ würde auf ihren starken Social-Media-Kanälen kritische Journalisten gezielt angehen und diese dadurch den Beschimpfungen ihrer Anhänger – angefangen von einfachen Beleidigungen bis hin zu impliziten und expliziten Drohungen – aussetzen.

Um diese Anschuldigungen zu überprüfen, hat das International Press Institute (IPI) von Anfang September bis Mitte Oktober eine Case Study durchgeführt. Es zeigte sich, dass die gesonderte Kritik an einzelnen JournalistInnen seitens FPÖ-PolitikerInnen – auch wenn sie fair und im Rahmen der freien Meinungsäußerung blieb – gewalttätige und beleidigende Reaktionen der UserInnen nach sich zog.

Die digitale Kommunikationsstrategie der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) gilt gemeinhin als die beste der österreichischen Parteien. Die FPÖ hat in den sozialen Netzwerken starke Marken aufgebaut und bringt damit und mit eigenen Medien wie FPÖ TV auf Youtube die eigene Message ohne den Filter unabhängiger Medien in die Öffentlichkeit. Im Politometer-Ranking, das für PolitikerInnen einen Social-Media-Score aus ihren Social-Media-Accounts errechnet, gehören vier der Top 10-PolitikerInnen zu den Freiheitlichen.

Die freiheitlichen Politiker nutzen Facebook aber nicht nur, um Links, Videos oder Live-Streams zu kommunizieren, sondern auch um Kritik an politischen GegnerInnen oder auch AkteurInnen zu üben, die nicht dem direkten Politbereich zuzuordnen sind. Darunter auch JournalistInnen.

Die FPÖ verkauft sich selbst als die Underdogs, die in einem Spannungsverhältnis zum „System“ stehen. Diesem Narrativ folgend ist das Verhältnis zwischen der FPÖ und professionellen JournalistInnen gespannt, aber auch ambivalent: FPÖ-PolitikerInnen nehmen an Diskussionsrunden in ORF und dem Privatfernsehen

teil, geben den meisten Online/Printmedien Interviews, fallen aber auch immer wieder mit massiver Kritik an „Systemmedien“ im allgemeinen und bestimmten Medien oder JournalistInnen im Speziellen auf. Diese Kritik findet oft auf ihren Facebookchannels statt.

Teil der Strategie ist es, die Medien als Teil des Systems darzustellen, das man angibt zu bekämpfen. Auch andere Parteien sind gegenüber Medien gegenüber kritisch eingestellt. In der TV-Sendung „Klartext“ antwortete Bundeskanzler Kern auf inhaltliche Fragen immer wieder mit Sätzen wie „Das interessiert doch nur die politischen Beobachter, nicht die, die Politik machen wollen“. Aber die Kritik anderer Parteien ist selten aggressiv und personalisiert. Vielen davon passiert darüber hinaus im Dunkeln und am Telefon. Die FPÖ ist die einzige Partei, die einzelne JournalistInnen gezielt auf Facebook vor Publikum angeht.

Die Case Study

Die Daten wurden im Zeitraum von Anfang September bis Mitte Oktober 2016 erhoben. Die Case Studykonzentrierte sich vor allem auf die Facebookpage von FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache, die eine zentrale Rolle in der digitalen Strategie der FPÖ einnimmt. Auch, weil sie dazu genutzt wird, die wichtigen Postings anderer FPÖ-Seiten zu teilen und damit deren Reichweite zu erhöhen. Die verifizierte Page hat mit Stand Ende Oktober über 430.000 Fans. Das sind mehr als fünf Mal so viele wie die knapp 78.000 Fans der offiziellen Fanpage der FPÖ.

Die Case Study erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Abgrenzung, wo legitime Kritik aufhört und Beschimpfung beginnt, ist nicht immer leicht. Des Weiteren wurden Postings, die sich kritisch mit Social-Media-Aktivitäten von JournalistInnen auseinandersetzen und nur peripher mit deren professioneller Arbeit zu tun haben, nicht berücksichtigt.

Im fraglichen Zeitraum setzte „HC Strache“ zehn Postings ab, die einen Journalisten oder eine Journalistin (in einem Fall zwei) gezielt und gesondert angingen. Insgesamt wurden im fraglichen Zeitraum 92 Fälle von klaren Beleidigungen und Drohungen gegenüber JournalistInnen in Kommentaren auf Straches Facebook-Page identifiziert. Diese Zahl erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Ebenfalls unklar ist, ob Kommentare gelöscht wurden.

Von diesen 92 Fällen wurden 86 als „abusive behaviour“, also im Wesentlichen beleidigende Aussagen gegenüber einer Person oder ihrer körperlichen Erscheinung, bewertet. Sechs waren implizite oder explizite Drohungen, die – wie einige der Beleidigungen auch – bei einer entsprechenden Anzeige auch strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen könnten.

IPI hat versucht, die FPÖ für einen Kommentar zu erreichen. Die Partei zog es vor, an sie gestellte Fragen nicht zu beantworten.

Die Kommentare unter den Postings gingen sehr stark in die Richtung von voreingenommen, parteinahen „Systemmedien“, die der FPÖ gegenüber feindlich eingestellt seien. Dieses Narrativ wird auch immer wieder in den Postings selbst

bedient („Armin Wolf betreibt als ‚Journalist‘ Politik gegen die FPÖ“).

Die Beschimpfungen unter den Postings selbst reichten von impliziten und expliziten Drohungen („Frau Thurnher bekommt auch noch mal die Rechnung präsentiert“, „merkt euch dieses Gesicht, prägt es euch ein“, „wo die hingehören wissen wir ...‘Verbrechen gegen das eigene Volk‘ sollten in Europa riguros und mit aller Härte bestraft werden“) über Infragestellen der geistigen Gesundheit („Der ist ein Fall für den Psychiater“, „Sie braucht bald fachärztliche Unterstützung“) bis zu simplen Kommentaren über die äußere Erscheinung („Hat die Frau schon mal in den Spiegel geschaut? Sie ist hässlich wie die Nacht!“).

Die Postings wurden des Öfteren auch von anderen, reichweitenstarken FPÖ-nahen Seiten geteilt und damit weiter verbreitet. Sie reichten vom Teilen eines Artikels der FPÖ-nahen Seite Unzensuriert („Klenk und Wolf: Linke Journalisten treiben Verfassungsrichter in die Selbstdemontage“) bis zu gezielter Kritik an einzelnen Journalisten („mehr als unwürdig und völlig inakzeptabel“) in Textpostings. In manchen Fällen brauchte es keine explizite Kritik durch die FPÖ-nahe Page. Es reichte aus, ein Interview vom Vortag zu teilen, um ausfallende Kommentare gegen den oder die JournalistIn zu triggern.

Des Weiteren zeigt sich ein klarer gender bias: 75 der 92 Fälle richteten sich an Journalistinnen. Das ist besonders auffällig, weil insgesamt mehr Journalisten in Postings kritisch angegangen wurden. Im Fall von Journalisten wurde eher die Arbeit kritisiert und die Unabhängigkeit angezweifelt (in teilweise sehr extremer Wortwahl), Beleidigungen und Drohungen trafen aber eher die Journalistinnen. Unter den Fällen von „abusive behaviour“ richteten sich 84 Prozent (69 von 86 Fällen) an Journalistinnen.

In einem Fall schnitt die FPÖ aus alten Ausgaben von ORF-Sendungen wie Im Zentrum oder Runder Tisch ein Video mit unvorteilhaften Gesichtsausdrücken von Ingrid Thurnher zusammen, die laut Angaben der FPÖ während Wortmeldungen ihrer PolitikerInnen aufgetreten wären und teilte es mit dem Titel „Ein Blick sagt mehr als Tausend Worte“. Das Video rief sehr starke Reaktionen unter den Fans hervor, in denen die betroffene Moderatorin intensiven negativen Reaktionen ausgesetzt war. Ähnlich war es im Fall von Christa Zöchling, einer Journalistin vom Profil. Strache teilte einen Artikel von Unzensuriert mit einem Vorschaubild, auf dem die Journalistin gerade ein Handyfoto machte und dem Titel „Profil-Schreiberin Zöchling bei Foto-Safari bei FPÖ-Wahlkampf-Auftakt: Auf der Suche nach ‚hässlichen Menschen?“. Die Überschrift spielte auf eine Kontroverse um einen alten Artikel von Zöchling an. Allein dieses Posting generierte 175 Kommentare, die sich zu einem beträchtlichen Ausmaß um das äußere Erscheinungsbild der Journalistin drehten.

Wie vielfach in Studien bestätigt, waren die Kommentare im Fall von Journalistinnen deutlich körperlicher („Ich schau mir das Weib nicht mehr an den da ekelt es mich von Kopf bis Fuß“, „I mog diese funsn net die ist einfach nur Respektlos“).

Der Impact auf die JournalistInnen

Die betroffenen JournalistInnen geben überwiegend an, die Facebookpage von

Strache nicht genau zu verfolgen und von den Postings nur indirekt zu erfahren. „Ich merke das ausschließlich daran, das plötzlich auf meiner Facebook-Seite jede Menge ähnlich klingender Kommentare auftauchen, die meistens unter einem Posting stehen, mit dem sie nichts zu tun haben“, erzählt Armin Wolf. Er schaue dann kurz nach, welches Posting Strache ihm gewidmet habe. Die Kommentare auf Straches Seite selbst lese er nicht. „Ich rechne da mit eher wenig konstruktiver Kritik.“

Ähnliches bestätigt auch Florian Klenk. „Ich merke, dass ich irgendwo auf einer rechten Seite thematisiert werde, wenn die E-Mails anschwellen.“ Manchmal suche er dann den Ursprung, manchmal sei es ihm aber auch einfach egal. „Im Grunde ist das ja kindisch. Strache und (FPÖ-Vize) Gudenus erzeugen in einer eigenen Echokammer Lärm“, sagt Klenk. „Da wird dann in diesem digitalen Keller herumgebrüllt. Manchmal geht die Tür auf, und es dringt etwas nach außen.“ Er müsse sich diesen Keller allerdings nicht jede Woche antun. Auch Zöchling gibt an, von den Hasspostings auf Unzensuriert und dem Posting von Strache erst durch Dritte erfahren zu haben.

Die Phase des intensiven Hasses nach solch einem Postings dauere normalerweise nur kurz an. Trotzdem beschreiben die betroffenen JournalistInnen das Phänomen als außerordentlich invasiv, von „lästig“ über „belastend“ bis zu „angsteinflößend“. Einem Opfer wurde während der Intensivphase sogar Polizeischutz angeboten. Doch auch in den weniger heftigen Fällen besteht immer die Möglichkeit, dass sich JournalistInnen von einzelnen Kanälen zurückziehen. Nicht mal zwingend aus Angst vor den Kommentaren, sondern auch, weil es sehr viel Zeit und Nerven koste. „Ich bin unter anderem wegen solcher Erfahrungen selbst in den sozialen Netzwerken selten bis kaum aktiv“, erzählt Zöchling.

5.3. „Du Nutte, geh sterben“: Fünf Journalistinnen über Beschimpfungen im Netz

Author: IPI Contributor Jonas Vogt. Published: Oct. 5, 2016.

Frauen erleben Beschimpfungen im Netz in anderer Quantität und Qualität. Das gilt auch für JournalistInnen. Für das „OnTheLine“-Projekt haben wir fünf junge Frauen getroffen, die in Österreich journalistisch arbeiten und mit ihnen über ihre Erfahrungen mit Reaktionen gesprochen, die weit über sachliche Kritik hinausgehen. Teilgenommen haben Verena Bogner (Broadly), Teresa Havlicek (Wienerin), Solmaz Khorsand (Wiener Zeitung), Oona Kroisleitner (Der Standard) und Olja Alvir, die als freie Journalistin arbeitet.

Zwei Schlüsse ziehen sich ganz klar durch alle Gespräche. Erstens sind die Beschimpfungen, vor allem wenn sie die Journalistinnen in den sozialen Netzwerken ungefiltert treffen, außerordentlich invasiv. Zweitens hängen Qualität und Quantität der Beschimpfungen sehr stark von der Themenwahl ab. Alle befragten Journalistinnen geben an, jeweils im Vorfeld zu wissen, ob ein Artikel besonders kontrovers ist und viele Reaktionen hervorrufen wird.

Besonders zwei Themenbereiche rufen heftige Reaktionen hervor: Berichte zur Flüchtlingsthematik und feministische Themen. Alles, wo es „um Frauen geht, und wo man sich als Frau das Recht herausnimmt, eine Meinung zu haben“, sagt Bogner. Vor allem die Verbindung von Flüchtlings- und Feminismusthemen sei besonders heikel. Die Benachteiligung von Frauen, auch die bloße Feststellung, dass Phänomene wie Flucht Frauen anders betreffen oder Sexismus auch unter autochonen Österreichern verbreitet sei, emotionalisiert sehr stark. Laut den befragten Journalistinnen hat das durch die Flüchtlingskrise und den österreichischen Präsidentschaftswahlkampf eher noch zugenommen.

Die Qualität der Beschimpfungen variiert mit dem Kanal und auch der Leserschaft. In Leserbriefen oder im Forum auf derstandard.at, das über ein Filtersystem verfügt, werden die Beschimpfungen zwar persönlich, verzichten aber auf Schimpfwörter oder Drohungen. „Die Leser stellen die Frage, ob ich ein verwöhntes Gör sei, dass ich mich mit solchen Problemen beschäftige“, erzählt Kroisleitner. Oder es wird mit Codes gearbeitet: Der Vorwurf der „Frustration“ wird Feministinnen sehr schnell gemacht und steht dabei meist für sexuelle Frustration. Die befragten Journalistinnen berichten, dass bestimmte LeserInnen immer wieder ihren (vermeintlichen oder realen) Migrationshintergrund oder persönliche Dinge aus ihrer Vergangenheit thematisieren, die sie nach Meinung der BeschwerdeführerInnen davon abhalten würde, objektiv über ein Thema zu berichten. Auch sei der Grad der Beschimpfungen vom Wissen der LeserInnen über die Autorin abhängig: Wenn ein Foto bei einem Artikel zeige, dass die Autorin eine junge Frau sei, seien die Reaktionen ganz andere und gingen schnell in die „Tussi“- oder „junges Ding“-Richtung.

Vor allem in den sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter sind die

Kommentare wenig zurückhaltend. „Ich habe manchmal das Gefühl, dass sich die User auf Facebook gegenseitig sogar anstacheln“, sagt Bogner. Die Bandbreite der Beschimpfungen geht von der Aberkennung der Kompetenz über Kritik an der körperlichen Erscheinung bis hin zu „Du Nutte, geh sterben“. Beim Flüchtlingsthema kommt auch immer wieder die implizite Drohung „Ihr solltet mal von einem Flüchtling vergewaltigt werden“ oder der Vorwurf, man werde als Frau schon sehen, was man davon habe. Gerade der Konjunktiv, die indirekten Drohungen seien schwieriger zu handeln, weil sie in den sozialen Medien auch nach Meldung oft nicht verschwinden würden.

Besonders heftig seien die Reaktionen auf Themen wie Flüchtlinge oder rechte Politik dann, wenn die Artikel über den Kreis der üblichen Leserschaft hinaus reichen oder in Foren und Medien der rechten Szene darauf aufmerksam gemacht würde. Immer wieder wird in diesem Zusammenhang unzensuriert.at, eine Webseite mit FPÖ-Nähe, genannt. Als die Wienerin die Haltung von Norbert Hofer zum Thema Abtreibung thematisierte, schrieb Unzensuriert einen Artikel mit dem Titel „Hysterisches Frauenmagazin kontert Hofer“.

„Da kam ein riesiger Schwall an Beschimpfungen“, erzählt Havlicek. „Vor allem von Männern, die sonst nie unter unseren Artikeln diskutieren.“

Auch Alvir erzählt von mehreren Fällen, wo Unzensuriert ihre Person zum Thema machte, was die Quantität der Beschimpfungen kurzfristig enorm erhöhte.

Die Beschimpfungen werden als invasiv empfunden, vor allem in den Phasen, wenn ein besonders kritischer Artikel erschienen ist. Vor allem, wenn die Option, den Reaktionen auszuweichen, begrenzt ist. Weil sie per Privatnachricht oder auf Twitter kommen oder weil die Communitybetreuung und die Redaktion nicht getrennt ist und die Journalistinnen so gezwungen sind, alle Reaktionen zu ihren eigenen Artikeln oder denen von Kolleginnen zu lesen. Zusätzlich wird auch der Angriff auf ProtagonistInnen von Geschichten als Angriff auf sich selbst empfunden.

Die Onlinebeschimpfungen haben laut Selbsteinschätzung keinen direkten Einfluss auf die Themenwahl und den Output der befragten Journalistinnen. Zumindest nicht im Sinne einer Selbstzensur. Eher trete eine „Jetzt erst recht“-Haltung auf, nach der die heftigen Reaktionen ein Beweis dafür seien, dass es richtig sei, die Themen zu behandeln. Es sei allerdings schwierig, eventuell auftretende unbewusste Selbstbeschränkungen zu erfassen. „Die Reaktionen der UserInnen laufen im Hintergrund immer mit“, sagt Havlicek. Über manche Formulierungen denke man deshalb zumindest deutlich länger nach.

Bei den befragten JournalistInnen unterscheidet sich nicht nur der Grad, wie stark die Beschimpfungen empfunden werden, sondern auch die Mechanismen, wie man damit umgeht. „Es gibt keinen ‘richtigen’ Weg, mit Beschimpfungen umzugehen“, erzählt Alvir. Man könne auch keine immergültigen Ratschläge geben, weil nicht nur jeder Mensch anders sei, sondern auch jeder mögliche „Shitstorm“ eine eigene Dynamik habe.

Erste AnsprechpartnerInnen sind für alle befragten Journalistinnen die KollegInnen,

vor allem die, die unter ähnlichen Problemen leiden. Der offene Umgang in der Redaktion hilft dabei, die Beschimpfungen nicht zu sehr an sich heran zu lassen. Als positiv wird vielfach die Möglichkeit empfunden, sich nur bei Bedarf mit extrem negativen Reaktionen auf die eigene Arbeit zu beschäftigen. Im analogen Bereich filtert vielfach das Sekretariat oder die Ressortleitung die schlimmsten Leserbriefe heraus. Ähnliche Möglichkeiten gibt es auch digital: Bei der standard.at haben die AutorInnen zum Beispiel die Möglichkeit, die Postings zu lesen (auch die, die gar nicht erst freigeschaltet wurden), müssen es aber nicht. Als problematisch wird empfunden, dass es zwar je nach Größe und Problembewusstsein des Unternehmens Mechanismen gibt, die Journalistinnen im Vorfeld von Beschimpfungen abzusichern, aber meist keine zentrale AnsprechpartnerIn, die offen kommuniziert als Schaltstelle gilt, falls es zu Problemen mit Onlinebeschimpfungen kommt.

Manche der befragten JournalistInnen haben gute Erfahrung mit der eigenständigen Thematisierung von Beschimpfungen gemacht. Sie veröffentlichen Screenshots von besonders extremen Fällen auf ihren Privatprofilen. Einerseits, um auf das Problem aufmerksam zu machen. Andererseits aber auch, um einen gewissen seelischen Ballast los zu werden. „Da ist schon eine gewisse Erleichterung“, sagt Bogner. „Ich würde nicht sagen Genugtuung, aber es macht mich schon ein bisschen zufrieden.“ Auch Alvir erzählt, dass sie früher immer wieder ihre Audience auf besonders schlimme Beschimpfungen auf Twitter aufmerksam gemacht und zum Melden aufgerufen habe. Auch kleine Gesten von Solidarität und Ermutigung werden von den befragten Journalistinnen als positiv empfunden, egal ob sie auf dem eigenen Profil oder unter einem Artikel geäußert werden.

Es fällt auf, dass viele der befragten Journalistinnen auf irgendeine Weise ihren Auftritt in den sozialen Netzwerken eingeschränkt haben. Olja Alvir hat seit Jahren kein privates Facebookprofil mehr und auch die Einstellungen auf Twitter so verändert, dass sie nur noch Reaktionen von Leuten sieht, denen sie auch folgt. „Es ist mir irgendwann zu viel geworden, ich wollte den toxischen Einfluss auf meinen Alltag nicht mehr“, erzählt sie. Teresa Havlicek verzichtet bewusst weitgehend auf Twitter, und Oona Kroisleitner hat ihre Facebook-Einstellungen sukzessive so verändert, dass sie immer weniger Reaktionen von Menschen, mit denen sie nicht befreundet ist, erreichen. Das wird teilweise als Selbstermächtigung empfunden, hat aber den Nachteil, dass bestimmte Stimmen in Teilen der Debatte nicht mehr oder nur leiser vorkommen.

IPI: Verteidigung der Pressefreiheit für mehr als 60 Jahre

Das in Wien ansässige IPI ist ein weltweites Netzwerk von Redakteuren, Medienexecutives und führenden Journalisten, die sich der Förderung und Sicherung der Pressefreiheit widmen, den freien Nachrichten- und Informationsfluss fördern und die Praxis des Journalismus verbessern. Gegründet 1950 an der Columbia University von 34 führenden Redakteuren aus 15 Ländern in der Überzeugung, dass eine freie Presse zur Schaffung einer besseren Welt beitragen würde, hat IPI heute Mitglieder in mehr als 100 Ländern und hat Beraterstatus im Europarat und den Vereinte Nationen.

Kontakt-Details:

:

Internationales Presseinstitut (IPI)

Spiegelgasse 2

A-1010 Wien, Österreich

Tel: +43 1 512 90 11

Fax: + 43 1 512 90 14

Email: info@ipi.media



International
Press
Institute

IPI

