

Medienmitteilung vom 23. August 2021

ZHAW Departement Angewandte Psychologie in Kooperation mit Swisscom

## **Jugendliche sind im Internet häufig mit Hassrede konfrontiert**

**Schweizer Jugendliche treffen im Internet häufig auf das Phänomen der Hassrede. Gemäss dem neusten JAMESfocus-Bericht der ZHAW und Swisscom gibt es grosse Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen in der Wahrnehmung und Bewertung von Hasskommentaren. Am häufigsten werden Personen online aufgrund ihres Aussehens diskriminiert.**

Rund die Hälfte der in der JAMES-Studie befragten Jugendlichen trifft mehrmals pro Woche oder häufiger auf Hasskommentare im Internet. Betroffen sind besonders die 16- bis 19-Jährigen. Auch in Bezug auf das Geschlecht sind die Unterschiede bemerkenswert: 53 Prozent der Mädchen treffen regelmässig auf Hassrede (engl. Hatespeech) im Internet, während dies nur bei 41 Prozent der Knaben der Fall ist. «Es ist jedoch schwierig zu beurteilen, ob Mädchen sich tatsächlich häufiger mit solchen Meldungen konfrontiert sehen oder ob es unterschiedliche Wahrnehmungen darüber gibt, was überhaupt als Hassrede empfunden wird», sagt ZHAW-Medienpsychologin Céline Külling. Ganz allgemein scheint es, dass die befragten Jugendlichen eine gewisse Sensibilisierung für das Thema zeigen und Hasskommentare im Vergleich zu anderen Phänomenen wie Falschinformationen eher als solche wahrgenommen werden.

### **Viel Diskriminierung aufgrund des Aussehens**

Die Mehrheit der Jugendlichen (71%) gibt an, dass Personen online vor allem aufgrund ihres Aussehens beleidigt werden. Rund die Hälfte hält zudem fest, dass sie auch Diskriminierungen aufgrund der sexuellen Orientierung oder der Herkunft sowie Hautfarbe beobachten. Mädchen und Jungen berichten hier ausserdem Unterschiedliches. 81 Prozent der Mädchen beobachteten, dass Personen oder Gruppen im Internet aufgrund ihres Aussehens beleidigt oder diskriminiert werden, bei den Knaben sind es nur 56 Prozent. Dies könnte allenfalls damit zusammenhängen, dass sich Mädchen stärker mit sozialen Netzwerken wie Snapchat und TikTok und dem Erstellen von Bildmaterial beschäftigen.

«Auch wenn das Aussehen einer Person in vielen gesellschaftlichen Bereichen eine grosse Rolle spielt, wird paradoxerweise dieser Form der Diskriminierung von institutioneller Seite bisher nur wenig entgegengewirkt», sagt Gregor Waller, Co-Autor der ZHAW-Studie. Gängiges Gleichstellungsmanagement zielt auf Merkmale wie Geschlecht, Behinderung, sexuelle Orientierung, religiöse Zugehörigkeit sowie nationale oder kulturelle Herkunft und vernachlässigt den Aspekt der physischen Attraktivität.

### **Ein Teil der Knaben empfindet Hasskommentare als unterhaltsam**

Fast alle Jugendlichen (94%) empfinden anonyme Hasskommentare als feige. Zudem betrachtet ein Grossteil die Beschäftigung mit Hasskommentaren als Zeitverschwendung. Allerdings gab ein Drittel der Knaben an, Hasskommentare interessant oder unterhaltsam zu finden, während bei den Mädchen nur 10 Prozent bzw. 14 Prozent dieser Haltung zustimmen. Zudem bringt fast die Hälfte der männlichen Befragten Verständnis für manche Hasskommentare auf. Es scheint in der Tendenz so, als würden Knaben solche Kommentare weniger ernst nehmen und ihnen sogar etwas Positives abgewinnen. Über mögliche Gründe können die Forschenden der ZHAW lediglich spekulieren. Céline Külling sagt dazu: «Zum einen



könnte es sein, dass sich Knaben an der Rolle des starken, dominanten Mannes orientieren, der auch mal einstecken können muss und dem solche Kommentare nichts anhaben können, sondern ihn sogar noch belustigen. Zum anderen zeigen Studien, dass Männer eher zur Täterschaft von Hasskommentaren zählen, was auch das Verständnis für solche Kommentare erhöhen könnte.»

### **Mädchen empfinden Hasskommentare stärker**

Bei der Reaktion auf Hatespeech unterscheiden sich Jungen und Mädchen noch markanter. Drei Viertel der Mädchen geben an, dass Hasskommentare sie entsetzen oder traurig machen. Bei den Jungen sind es nur zwei Fünftel. Die Angaben hängen wohl auch hier mit erwarteten Geschlechternormen zusammen. Es ist gesellschaftlich gesehen nach wie vor weniger üblich für Männer, über ihre Gefühle zu sprechen und auch hier könnte das Rollenbild des starken, dominanten Mannes dazu führen, dass Knaben weniger über ihr emotionales Befinden berichten.

Gesamthaft betrachtet Michael In Albon, Jugendmedienschutz-Beauftragter bei Swisscom, den fehlenden Respekt in manchen Bereichen der Online-Kommunikation als bedenklich für unsere Gesellschaft und riskant für die Kinder: «Viele Jugendliche lernen fälschlicherweise, dass es in Ordnung ist, im Netz respektlos zu kommunizieren. Daher bieten wir Betroffenen, Eltern und Lehrpersonen auf unserer neuen Ratgeberseite Tipps und Unterstützung an».

## **Wie kann man gut mit Hassrede umgehen bzw. darauf reagieren?**

### **Die Autoren der Studie geben Tipps:**

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

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

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

Tipps finden sich hier: <https://stophatespeech.ch/pages/wie-antworte-ich-auf-hate-speech>. Um humorvoll reagieren zu können, kann zudem auf die folgende Sammlung von Memes zurückgegriffen werden: <https://no-hate-speech.de/de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech/>

**Technische Hilfsmittel:** Aktuelle technische Tools wie der «Bot Dog» des Frauendachverbands Alliance F können dabei helfen, Hassrede im Netz aufzuspüren. Der



Algorithmus sucht nach möglichen Hassbotschaften im Netz und legt diese den Nutzenden zur Bewertung vor; sie sollen einschätzen, ob es sich tatsächlich um Hassrede handelt. Dadurch wird der Bot auf das Erkennen von solchen Inhalten trainiert. Das Tool verbindet somit technische Massnahmen mit Zivilcourage. Das Projekt wird von der ETH und der Uni Zürich wissenschaftlich begleitet und laufend weiterentwickelt. Mehr Informationen gibt es hier: <https://stophatespeech.ch>

**Unangebrachte Inhalte melden:** Auch wenn nur ein geringer Teil von Hassrede (zum Beispiel rassistische Aussagen) klar rechtlich geregelt ist, können auch andere Formen, die Einzelpersonen und Gruppen diskriminieren oder verletzen, gemeldet werden. Eine Zusammenstellung, wie man zum Beispiel in verschiedenen sozialen Netzwerken Kommentare melden kann, findet man hier: <https://no-hate-speech.de/de/wissen> oder im neuen Instagram-Guide von Swisscom: <https://www.instagram.com/swisscom/guide/mute-the-hate/17941343809530596/>. Es empfiehlt sich zudem die verbreitenden Personen bei der jeweiligen Plattform zu melden und sie zu blockieren.

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

**Weitere Informationen:**

- <https://www.netzcourage.ch>
- <https://www.jugendundmedien.ch>
- [www.swisscom.ch/hatespeech](http://www.swisscom.ch/hatespeech)

**Weitere Informationen zur Studie:**

[www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus](http://www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus)

[www.swisscom.ch/james](http://www.swisscom.ch/james)

**Kontakt**

Tanja von Rotz, Leiterin Kommunikation, ZHAW Departement Angewandte Psychologie, +41 58 934 84 08, [tanja.vonrotz@zhaw.ch](mailto:tanja.vonrotz@zhaw.ch)

Swisscom Mediendienst, Swisscom AG, 3050 Bern, +41 58 221 98 04, [media@swisscom.com](mailto:media@swisscom.com)



**Angewandte  
Psychologie**

### **JAMES-Studie und JAMESfocus-Bericht**

Seit 2010 werden in der JAMES-Studie von der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften im Auftrag von Swisscom alle zwei Jahre über 1000 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz zu ihrem Medienverhalten befragt. Die JAMESfocus-Reihe nutzt die Daten der JAMES-Studie und analysiert vertieft weitere Aspekte.

In diesem Jahr erscheint nebst diesem Bericht eine Jubiläumsausgabe der JAMES-Studie mit den Trends und Ergebnissen zur Mediennutzung der letzten 10 Jahre. Ein Bericht zum Thema «Informationsverhalten und psychisches Wohlbefinden in Krisenzeiten – Effekte des Corona-Shutdowns im Frühling 2020» ist bereits erschienen.

### **Departement Angewandte Psychologie der ZHAW**

Das ZHAW Departement Angewandte Psychologie ist das führende Kompetenzzentrum für wissenschaftlich fundierte Angewandte Psychologie in der Schweiz. Es besteht aus dem Psychologischen Institut und dem IAP Institut für Angewandte Psychologie. Mit dem Bachelor- und dem Masterstudiengang, dem Bereich Forschung & Entwicklung sowie dem Beratungs- und Weiterbildungsangebot wird wissenschaftlich fundiertes Wissen für Menschen und Unternehmen in ihrem Lebens- und Arbeitsumfeld nutzbar gemacht. [www.zhaw.ch/psychologie](http://www.zhaw.ch/psychologie)

### **Swisscom ist Kooperationspartnerin der ZHAW**

Swisscom engagiert sich seit vielen Jahren und mit verschiedenen Massnahmen für den Jugendmedienschutz und die Förderung der Medienkompetenz. So hat das Unternehmen seit 2001 knapp 5000 Schweizer Schulen ans Internet angeschlossen und bietet verschiedene Kurse zur Förderung der Medienkompetenz für Eltern, Lehrpersonen sowie Schülerinnen und Schüler an. Swisscom ist Auftraggeber der JAMES-Studie.

[www.swisscom.ch/medienkompetenz](http://www.swisscom.ch/medienkompetenz)