

SPRINT COMMUNITY MANAGEMENT

Wo beginnt eigentlich Hassrede?

Hate Speech kommt aus dem Englischen und bedeutet übersetzt „Hassrede“. In menschenverachtenden Aussagen werden Einzelne oder Gruppen abgewertet. Die sprachlichen Angriffe können auf Merkmale wie Hautfarbe, Herkunft, Sexualität, Geschlecht, Alter, Behinderung oder Religion von Menschen zielen. Diese Abwertungen basieren auf der Annahme, dass bestimmte Menschengruppen weniger wert als andere seien. Damit werden ihnen gegebenenfalls auch gleiche Rechte abgesprochen – schlimmstenfalls das Recht zu leben. (Quelle: Amadeu-Antonio-Stiftung)

Wie reagieren wir als Unternehmen auf Hassrede? Welche technischen Optionen gibt es?

Wer sind unsere Adressaten und was wollen wir erreichen?

- Für wen kommentieren wir? Für die stillen Mitlesenden (machen ca. 90% der Reichweite aus)
- Konstruktive User motivieren, Likes und Kommentare dazulassen
- Präsenz und Haltung zeigen, Netiquette durchsetzen
- Diskussionen mit Infos anreichern, Fakes entlarven
- Humor, Emojis und GIFs nutzen
- Beleidigungen unterbinden, damit sich alle auf dem Kanal wohlfühlen

Aktion – Reaktion

- Sachlich bleiben, mit Quellen unterfüttern
- Falschinformationen widerlegen
- Auf Kritik eingehen, aber nicht auf alle Punkte, wenn es zu viele sind.
- Nicht in langwierige Diskussion verstricken lassen
- Nicht auf alles reagieren (Community selbst diskutieren lassen)
- Schweigen wird als Zustimmung gewertet, daher Falschinformationen widerlegen
- Kommentare verbergen statt löschen
- Löschen, wenn nicht regelkonform
- Bei themenfremden Kommentaren wieder auf das Thema verweisen, im Zweifel verbergen
- Nutzer:in sperren, wenn Spam oder mehrfacherer Regelverstoß (mit Verweis auf Netiquette); Achtung: gerichtsfest blocken geht nur mit vorhergehender Verwarnung
- Gern auch positiv auf Nutzer:innen eingehen: „Vielen Dank für Ihren sehr guten Beitrag zur Diskussion.“

Tipp aus einem Seminar: Kommunikations-Sandwich

Lage 1: eigene Werte, Haltung oder Fakten zum Thema an den Anfang stellen

Lage 2: auf die Lüge, den Vorwurf bzw. Löschgrund eingehen

Lage 3: mit eigener Haltung, Werten oder Fakten enden

Serviette: ggfs. Link zu weiterführenden Infos hinzufügen.

Keine Falschaussagen wiederholen, sondern positiv formulieren (am besten kurz und knackig)

Allgemein

- Wir haben das Hausrecht und legen die Regeln für die Diskussion fest. Wir müssen nichts stehen lassen, was wir nicht unterstützen wollen.
- Sensibilität bei Content-Planung (Wo viel Kritik erwartet wird, nicht kurz vor Feierabend oder am Wochenende)
- Mehr-Augen-Prinzip bei Unsicherheiten

- Textbausteine helfen in der Argumentation, sie sollten aber in der Antwort „personalisiert“ werden.
- Es gibt immer auch eine „Hidden Agenda“ bei Hatern und Kritikern. Versuchen, die herauszufinden und darauf zu reagieren.

Technische Optionen:

Facebook:

- Verbergen / Löschen / Blockieren /Melden / Filter

Instagram:

- Verbergen mittels Wortfilter / Löschen / Konten einschränken/blockieren

Welche Strategien haben sich bewährt?

Zeitfenster

- Die erste Stunde nach kritischem Post beobachten, dann sieht man etwa wie die Reaktionen verlaufen werden.

Bei Shitstorm:

- Kurzfristige Krisenmeetings
- Ggf. Kommentarfunktion einschränken, aber mit großer Vorsicht und wenn möglich mit Hinweis
- Wortfilter der Plattformen nutzen

Welche Organisationen kann ich um Hilfe bitten?

- Bei strafrechtlicher Anzeige: <https://hassmelden.de/> & <https://hateaid.org/> & <https://demokratiezentrum-bw.de/demokratiezentrum/vorfall-melden/>
- Infos: <https://helpdesk.neuemedienmacher.de/> & <https://www.kleinerfuenf.de/de> (auch bei Verschwörungsmaythen)
- Ggf. als NGO hier um Unterstützung bei Kommentierung bitten (eigentlich bei Kanälen ab 100.000 Follower) <https://www.ichbinhier.eu/ich-bin-hier>