

Polarisierung und Extremismus aus der Berufsperspektive

Veranstaltung: „Medienwandel und Medienkonvergenz: Polarisierung“

Eberhard Karls Universität Tübingen

Dr. Bernd Zywietz, 06.12.2021

Worum geht es:

- Extremismus(propaganda) und Hass im Internet als „Berufsfeld“
(am Beispiel Jugendmedienschutz)
- Propaganda, Hass u. Hetze zwischen Wissenschaft/Forschung
und Praxis

Deshalb:

- BZ: Aus „Wissenschaft“* in die „Praxis“**
- Was ist/macht jugendschutz.net?
- Herausforderungen
 - der Praxisarbeit
 - des Konnex Wissenschaft & Praxis
- Nutzen & Chancen Wissenschaft & Praxis

* „Wissenschaft“ = v.a. Kommunikation-, Medienwissenschaft, Rhetorik etc., nicht: Islamwissenschaft, Politologie, Sozialpädagogik, Geschichtswissenschaft

** „Praxis“ = Extremismusprävention, Jugendmedienschutz, Medienpädagogik, weniger: Deradikalisierung, polizeiliche oder juristische Praxis

Begriffe:

„Radikalisierung“: Prozess, relativ zu herrschender ideologischer Ordnung (Gleichberechtigung, Demokratie), nicht zwangsläufige militant

„Extremismus“: Endpunkt v. Radikalisierung, gegen elementare Grundwerte verstoßend, intolerabel (extreme Mittel u./o. extreme Ziele)

„Propaganda“: ideologische „Werbung“, oft negativ konnotiert (diskurs-unethisch)

„Hass“ / „Hassrede“: kommunikative Gewalt gegen Individuum od. Menschengruppe

„Hetze“ / „Verhetzung“: Aufwiegelung, Anstiftung zum Hass

„Hass im Netz“: Sammel- u. Programmbegriff:

- . hasslegitimierende, -begründende Propaganda
- . Hetze
- . Hass

Bernd Zywietz:

Studium Publizistik u. Filmwissenschaft (Magister) in Mainz

Promotion in Tübingen: „Terrorismus im Spielfilm“ (2016)

-> Terrorismus, Extremismus & Medien

-> Netzwerk Terrorismusforschung e.V. (-> auch Praxis)

seit 2014: Beschäftigung mit (Video-)Propaganda des „Islamischen Staats“

2015–2020: Projektvorbereitung, -beantragung, -start u. -lauf „Dschihadismus im Internet“ (Institut für Ethnologie und Afrikastudien, Uni Mainz, Förderung: BMBF)

seit 2020: Leiter des Bereichs Politischer Extremismus bei jugendschutz.net

daneben (seit 2018): Herausgeber Buchreihe „Aktivismus- und Propagandaforschung“ (Springer VS)

jugendschutz.net:



gegründet 1997

gemeinsames Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für
Jugendschutz im Internet

angesiedelt an der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) -
Organ der Landesmedienanstalten;

finanziert durch Länder (LMAs, OLJB) u. Bund (BMFSFJ)

Beschäftigung mit u.a. Cybergrooming, Cybermobbing, Abofallen,
selbstgefährdendes Verhalten, sexualisierte Gewalt gegen Kinder,
Kinderpornografie, extremist. Inhalte

Bereich PolEx

8-10 Mitarbeitende; Schwerpunkte: Rechtsextremismus und Islamismus

gefördert als Teil des neuen „Kompetenznetzwerks gegen Hass im Netz“ im Rahmen von „Demokratie leben!“ (BMFSFJ) (zusammen mit HateAid, Neue Deutsche Medienmacher*innen und Das NETTZ)

gesetzlicher Auftrag gem. Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) u. Jugendschutzgesetz (JuSchG)

- Hinwirken auf Restriktion oder Löschung von Inhalten
- Beobachtung, Informierung, Aufklärung (Publikationen, Vorträge, Workshops etc.)
- Meldetest bei bestimmten Diensteanbietern



Womit befassen wir uns?

„Inhalte“ = Bilder, Videos, Schrifttexte (Blogbeiträge, Postings, ...)
(-> „Medien“, „Schriften“ -> „Texte“ im semiotischen Sinne)

„Angebote“ = Websites, Blogs, Profile, Kanäle ...

Womit befassen wir uns?

- . **Unzulässige (-> strafrechtliche relevante) Inhalte (§ 4 (1) JMStV)**
- . Jugendgefährdende Inhalte (§ 4 (2) JMStV (Entwicklungsgefährdung))
- . **Entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte („EB“) (§ 5 JMStV)**

§ 4

Unzulässige Angebote

(1) Unbeschadet strafrechtlicher Verantwortlichkeit sind Angebote unzulässig, wenn sie

1. **Propagandamittel** im Sinne des § 86 des Strafgesetzbuches darstellen, deren Inhalt gegen die freiheitliche demokratische Grundordnung oder den Gedanken der Völkerverständigung gerichtet ist,
 2. **Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen** im Sinne des § 86a des Strafgesetzbuches verwenden,
 3. **zum Hass** gegen Teile der Bevölkerung oder gegen eine nationale, rassische, religiöse oder durch ihr Volkstum bestimmte Gruppe **aufstacheln, zu Gewalt- oder Willkürmaßnahmen** gegen sie **auffordern** oder die **Menschenwürde** anderer dadurch **angreifen**, dass Teile der Bevölkerung oder eine vorbezeichnete Gruppe **beschimpft, böswillig verächtlich gemacht oder verleumdet werden**,
 4. eine **unter der Herrschaft des Nationalsozialismus begangene Handlung** der in § 6 Abs. 1 des Völkerstrafgesetzbuches bezeichneten Art in einer Weise, die geeignet ist, den öffentlichen Frieden zu stören, **leugnen oder verharmlosen**, oder den öffentlichen Frieden in einer die Würde der Opfer verletzenden Weise dadurch stören, dass die **nationalsozialistische Gewalt- und Willkürherrschaft gebilligt, verherrlicht oder gerechtfertigt** wird,
- + Gewalt- u. Kriegsverherrlichung, Verstoß gegen die Menschenwürde, Zugänglichmachen indizierter Angebote etc.

§ 4

Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote

- (1) Sofern Anbieter Angebote, die geeignet sind, die **Entwicklung** von Kindern oder Jugendlichen zu einer **eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit** zu beeinträchtigen, verbreiten oder zugänglich machen, haben sie dafür Sorge zu tragen, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufen sie üblicherweise nicht wahrnehmen. (...)

Altersstufen: ab 6, 12, 16, 18 Jahren.



Alternativ:

Videos oder Texte, in denen unterhalb der Strafbarkeitsschwelle Menschengruppen abgewertet werden, fundamentale Demokratieprinzipien (-> Freiheitlich demokratische Grundordnung) infrage gestellt werden (z.B. Propaganda für einen „Gottesstaat“) etc.

Unterscheidung:

Unzulässige Angebote -> **Inhalte**

-> unabhängig vom Alter

-> unabhängig vom Einbindungskontext – jedoch nicht vom Verwendungszweck:

Verbotene Kennzeichen u. Propagandamittel dürfen zugänglich gemacht, wenn sie dienen der:
„staatsbürgerlichen Aufklärung, der Abwehr verfassungswidriger Bestrebungen, der Kunst oder der Wissenschaft, der Forschung oder der Lehre, der Berichterstattung über Vorgänge des Zeitgeschehens oder der Geschichte oder ähnlichen Zwecken (...)" (§ 86 (3) StGB).

Entwicklungsbeeinträchtigende **Angebote**

-> Gesamtkontext des Angebots zu beachten, z.B. relativierende Gegenpositionen, Abstraktionsgrad

-> Zugangsbeschränkung für gewisse Altersgruppen

Anknüpfungspunkte für Medienwissenschaft

- **Medienwirkungs- und -nutzungsforschung** (finden Berücksichtigung auch bei Indizierungsentscheidungen der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien – BPjM – jetzt bei der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz)
- **Medienästhetik, Genretheorie, Film- und Fernsehgeschichte**
- generell natürlich: **Medienpädagogik**

Kriterien für die Aufsicht im Rundfunk und in den Telemedien

A.	EINLEITUNG	4
A.1	Vorwort	4
A.2	Definition der Bewertungseinheit	5
A.2.1	Bewertungseinheit im Rundfunk	5
A.2.2	Bewertungseinheit in Telemedien	5
B.	ENTWICKLUNGSBEEINTRÄCHTIGUNG UND ENTWICKLUNGSGEFÄHRDUNG	5
B.1	Definition.....	5
B.2	Wirkungsfaktoren	7
B.2.1	Rezipientenspezifische Wirkungsfaktoren.....	7
B.2.2	Angebotsspezifische Wirkungsfaktoren	9

B.2.1 Rezipientenspezifische Faktoren:

„Bei der **Einschätzung der Wirkungen** von Medienangeboten gehören der **soziale Kontext**, **das Alter** und **das Geschlecht** zu den wichtigsten Wirkungsfaktoren auf der Rezipientenseite, wobei der soziale Kontext im aktuellen wissenschaftlichen Diskurs zunehmend an Bedeutung gewinnt.“

Soziale Kontext:

- . soziale oder soziokulturell benachteiligte Situation
- . Erfahrung von Gewalt und anderen problematischen Verhaltensweisen als legitimes (und Erfolg versprechendes) Mittel
- . keine Erfahrungsgrundlage, um in den Medien angebotene Handlungsmodelle überprüfen zu können.

B.2.2 Angebotsspezifische Faktoren:

Realitätsgrad

problematisch:

- . fiktional, aber Realität suggerierend (z.B. Scripted Reality, Doku-Soap)
- . real, aber mit Darstellungstechniken fiktionaler Formate (Nachstellen von Gewalthandeln, dramaturgische Hervorhebung mittels Kameraeinstellungen oder Musik) -> z.B. Emotionalisierung
- . erkennbar fiktional, aber realitätsnah gestaltet (realistische Geschichte im Film, realistische Geschichte im Computerspiel); Übertragbarkeit der fiktionalen Handlung auf die reale Welt nahelegend (z.B. Katastrophen- bzw. Kriegssetting)

Hingegen: erkennbar unrealistische Filmhandlung oder Setting in fantastischen Spielwelten ->
Distanzierungsmöglichkeiten

B.2.2 Angebotsspezifische Faktoren:

Alltagsnähe

„Es ist davon auszugehen, dass problematische Inhalte, die einen engen Bezug zur Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen (Schule, Kindergarten, Familie, Freunde, körperliches Wohlbefinden, Tiere etc.) haben, eher eine negative Wirkung (Ängstigung, Verunsicherung) entfalten als jene, die ihren Alltag wenig tangieren.“

„Bei Kindern und Jugendlichen, die solche Inhalte oft rezipieren (Vielseher), besteht die *Gefahr, dass negative (z. B. angstbesetzte) Einstellungen gegenüber der Realität gefördert werden.*“ -> Kultivierungshypothese (George Gerbner et al.)

B.2.2 Angebotsspezifische Faktoren:

Grundstimmung

z.B. düstere, bedrohliche oder ausschließlich negative Grundstimmung

Identifikationsanreize u. lebensweltliche Orientierungsmuster

z.B. positiv besetzte Figuren mit hohem Attraktivitätsgrad als potenzielle Vorbildfiguren

(Identifikationsanreize: Aussehen, Alter, Habitus, Geschlecht, physische u. psychische Fähigkeiten u. Merkmale, sozialer Status, biografischer Hintergrund)

- . Themen der Selbstfindung, Abgrenzung von der Erwachsenenwelt
- . Einbettung in Jugendkulturen
- . (vermeintlich) von Kindern und Jugendlichen selbst erstellt
- . kinder- und jugendaffine Gestaltung des Angebots bzw. „in Gestaltung auf Wahrnehmungsfähigkeiten sowie Rezeptionsgewohnheiten jüngerer Nutzer zugeschnitten“.

B.2.2 Angebotsspezifische Faktoren:

Interaktivität

(ggf. Interaktionsrisiken: beschimpft oder beleidigt werden ...)

Immersion

= wahrnehmungsbezogenes Eintauchen in eine medial vermittelte Welt:

- . glaubwürdiges Setting
- . hochauflösende Darstellung
- . Feedback-Elemente (z.B. Vibrationen)
- . hoher Interaktionsgrad

(-> verschiedene Dimensionen: wahrnehmungspsychologisch, -physiologisch, soziokulturell ...)

B.3 Gewalt

Gewalterwartung: Sind die Gewaltdarstellungen typisch oder untypisch für ein Angebot?

Handlung:

- . Nachvollziehbarkeit der Handlung (Kohärenz, Chronologie)
- . Adäquanz u. Logik (erkennbare Gründe, Selbstzweckhaftigkeit)

Ausprägung im Gesamtkontext und in Einzeldarstellung

- . Quantität
- . Qualität
- . Relevanz (Lebensweltbezug)
- . Intensität (Brutalität, Detailfreude, Ausgespieltheit)

Gewaltfolgen

- . Realismus

Spannung

- . Entspannende Elemente (Humor); Spannungsabbau (Happy End)

Subjekte der Gewalt

Angebotsinterne Bewertung von Gewalt

- . Gewalt als probates Mittel der Konfliktlösung? Sanktionierung, Legitimierung

B.3.11

Formale Gestaltung

„Neben dem Inhalt spielen die Art der Inszenierung, die dramaturgischen Verläufe sowie die **formal-ästhetischen Gestaltungsmittel** bei der Bewertung eines Angebots eine Rolle. So können z. B. inszenatorische Formen, dramaturgische Effekte und **filmtechnische Gestaltungsmittel** die Wirkungsmacht von Gewaltdarstellungen verstärken oder abschwächen. Hierzu können z. B. eine **hohe Schnittfrequenz**, **Zeitlupen-, Detail- oder Nahaufnahmen**, die **akustische Unterlegung** sowie die **Farb- und Lichtgestaltung** beitragen.“




Anschlussfähigkeit an eigene Forschung

Ansatz zur Analyse von IS-Videos

. **Neoformalismus** (Filmwissenschaft -> „historische Poetik“; Einsatz von Gestaltungsmitteln bzw. -verfahren: Kameraeinstellung, Schnitt/Montage, Musik)

. **(Medien-)Rhetorik** (Ethos, Pathos, Logos etc.)

. **Multimodalität** (Zusammenspiel verschiedener sensueller, semiotischer u. sonstiger Modalitäten)

Bild	Ton / Rede [Off: Voice-over]
	<p>„Es ist ein Staat, der auf der prophetischen Methodologie aufgebaut wurde. Der danach tratet, dem Koran und der Sunna* zu folgen,</p> <p><small>* Sunna سنة (Pl. Sunan, سنن), „Brauch“, überlieferte Lebens- und Handlungsweisen (des Propheten)</small></p>
	<p>nicht einem (<i>sic!</i>) säkulären (<i>sic!</i>) Staat, der auf menschengemachten Gesetzen aufgebaut ist.“</p>
	

„Formen und Formate“

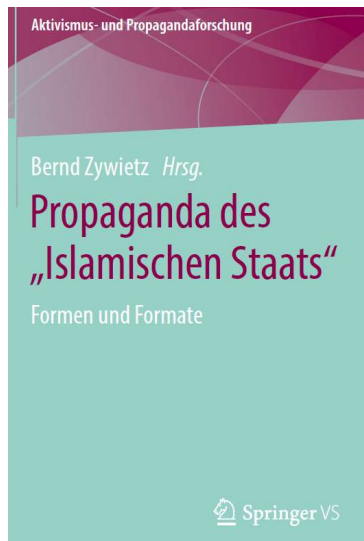
„Form“ = mediale Gestaltung, Formalästhetik

„Format“ = a) technische (Datei-)Formate: PDF, MP3, AVI

b) Diensteformate: Tweets, Snaps, ...

c) Medienformate: Bild (Zeichnung, Foto), Video, Games

d) Gattungen, Genres, Textsorten: Let's Plays, Memes, Podcasts ...



Mediale Formen und Formate der IS-Propaganda. Ein Analyseansatz und Überblick

Bernd Zywietz

Zusammenfassung

Um dem Facettenreichtum etwa hinsichtlich der Multimodalität, der rhetorischen und ästhetischen Funktionen, der Gattungs- und sonstigen Erscheinungsvielfalt der Propaganda des ‚Islamischen Staats‘ Rechnung zu tragen, entwickelt der Beitrag ‚Form‘ und ‚Format‘ als Kernbegriffe eines möglichen Untersuchungsansatzes. Davon ausgehend werden ein umfassender

„Formen und Formate“ **im Praxiskontext:**

mediale Gestaltung, Formalästhetik

technische (Datei-)Formate: PDF, MP3, AVI

Diensteformate: Tweets, Snaps, ... -> Report „Flüchtige Inhalte“

Medienformate: Bild (Zeichnung, Foto), Video, **Games**

Gattungen, Genres, Textsorten: **Let's Plays, Memes, Podcasts ...**



Was kann die Praxis gebrauchen?

V.a. empirische **biografische und alltagsethnografische Erkenntnisse** zu tatsächlichen Online-Nutzungen und Gratifikationen (von Radikalisierten, von Zielgruppe allgemein, von Gefährdeten)

Soziale Netzwerkanalyse (Social Graphs)

Begriffsarbeit: z.B. *praxis*-diskursanalytisches Klären neuer / zu operationalisierender Begriffe wie „Hass(rede)“ und „Desinformation“; praktikable Definitionen ->

Praxistaugliche (auch gegebenen aktuelle Phänomene anwendbare)
Kategorienbildung und -schärfung ->

Digitale Tools / Maschinelles Lernen: semantische Sprach- und (v.a. Bewegt-)Bildererkennung: (halb-)automatisierte Detektion von Hassrede, verbotenen Kennzeichen etc.

Was kann die Praxis *weniger* gebrauchen?

- . Medienpsychologische Experimente u.a. Forschung mit wenig Aussagekraft aufgrund
 - . Testgruppenauswahl (z.B. Studierende)
 - . Methode und Setting (Laborbedingungen, Darbietungsform des Testmaterials)
 - . Testmaterial (veraltet, zu milde)
- . ‚Medienphilosophische‘ oder übertheoretisierte Begriffshuberei (z.B: Propaganda als „Kommunikationsform“)
- . Falsche Erwartungen bzgl.
 - . Praxisbedarfe („Bildungsmaterialien“)
 - . Interesse u. Ressource der Praxis

und ...

Was kann die Praxis weniger gebrauchen?

Mit Blick auf „**Praxiskooperationen**“: Falsche Vorstellungen bzgl.

- . *Praxisbedarfe* (z.B. „Bildungsmaterialien“)
- . Verfügbare *Ressourcen* und *Interesse* der Praxis
- . Vermitteln / zu Verfügung stellen von
 - . *Kontakten zu Klientel* (Betroffene, Aussteiger:innen etc.)
 - . *Material*:
 - > Datenschutz u. andere rechtliche sowie ethisch-moralische Hindernisse
 - > Aufwand (Zusammenstellen, Anonymisieren)
 - > Aufbereitung, Menge

=> Gesammelte Inhalte von jugendschutz.net u.A. wird **nicht für wissenschaftliche Forschungszwecke** (z.B. Diskurs- oder Inhaltsanalysen) **gesammelt**, erfasst u. verarbeitet, sondern für die je eigenen Praxiszwecke (z.B. Dokumentation u. Verfolgung von Verstößen)

Schreiben / Präsentieren für

Praxis

vs.

Wissenschaft

Verwertbarkeit wissenschaftlicher Ergebnisse und Ergebnisvermittlung

Im Alltag wenig Zeit für wissenschaftliche Texte -> wenig Geduld für akademische Format‘folklore‘ (Aufbereiten des Forschungsstands, Begriffsklärungen über mehrere Seiten, Methoden- und Daten-Kleinklein, überkomplexe Diagramme, Kapitelzusammenfassungen)

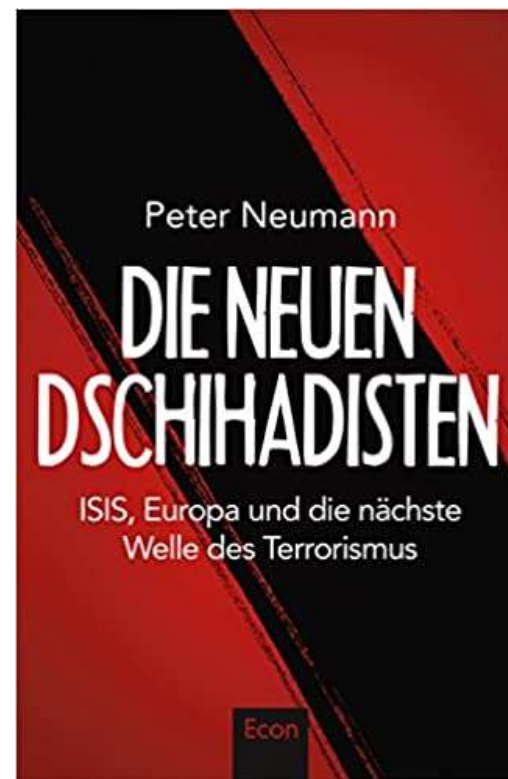
- . kurze prägnante Texte (ggf. mit Executive Summary bei mehr als 7 bis 10 Seiten)
- . unkomplizierter Aufbau
- . klare, einfache, allgemeinverständliche u. selbstgenügsame Aussagen
 - . kurze Sätze
 - . möglichst Fremdworte vermeiden
 - . keine Fachtermini wider den Alltagsgebrauch etablieren versuchen („Text“)
 - . Keine Fremdsprachenkenntnisse voraussetzen (auch nicht Englisch)
 - . reduzierte, zielorientierte Belegen / Referenzieren

Verwertbarkeit wissenschaftlicher Ergebnisse und Ergebnisvermittlung

- . kein „zu Tode“ differenzieren und relativieren! Denn:
- . es geht immer einfacher und zugespitzter – oder aber:
- . es wird von Anderen explizit oder implizit (auch ohne bösen Willen) vereinfacht oder zugespitzt

Aber auch: ...

Nicht unterschätzen: Wert von vermeintlich alten, vermeintlich bekannten oder vermeintlich simplen Konzepten, Theorien, Ergebnissen für die Praxis (und Allgemeinheit)!





Herausforderungen (1)

- . Psychische Belastungen / Konfrontationsrisiken im Umgang mit Material

-> Unterschied „Sachbearbeiter:innen“ vs. Wissenschaftler:innen, Künstler:innen

- . Arbeitssituation

- . Zielstellung / Auftrag

- . temporäre vs. fortgesetzte Konfrontation

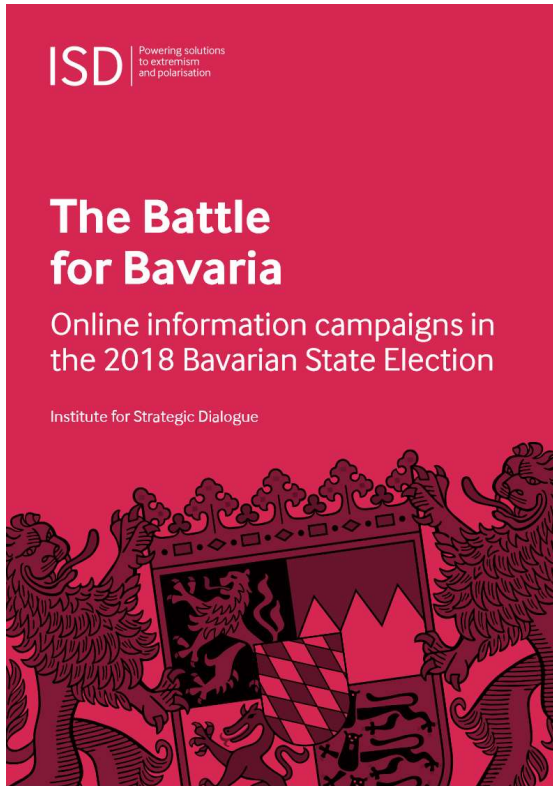
- . Distanzierungsmöglichkeit

Staff-Welfare-Konzepte (bis hin zu: Entlastungs- u. Trauma-Beratung)

Herausforderungen (2)

Folgen und Phänomene der **Grenzverwischung / Verunklarung** zwischen bzw. von

- . Akteursrollen („*propgandist*“ / „*propagandee*“)
- . Verblendung und „Kritik“, (Schein-)Aufklärung (Propaganda-Vorwurf als Waffe) -> Rechtsextremismus und Rechtspopulismus
- . Extremismus und (legitimen) Aktivismus, Protest (z.B. im Islamismus)
- . Ernsthaftigkeit (Eigentlichkeit) / Ironie, Parodie (Uneigentlichkeit)



<https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2019/02/The-Battle-for-Bavaria.pdf>



Figure 4 (left) 'Our Vision for Bavaria'— fake, satirical Green Party campaign poster smearing the Greens.⁴⁰ **Figure 5** (right) Fake, satirical Green Party campaign poster smearing the Greens.⁴¹

Strategisches Vorgehen:

- Eigene Inhalte erstellen u. verbreiten
- Unliebsame Politiker, Parteien und Aktivisten diskreditieren
- Zweifel an Durchführung und Ergebnis der Wahl bekunden

Auf 4chan: Anleitung u. Material (z.B. Meme-Sammlung, Fake-Wahlkampfplakate, tlw. mit Falsch-Zitaten), Aufruf zu Schmutzkampagnen, auf 4chan

In diesem Zusammenhang (nicht jugendschutzrelevant, trotzdem interessant):

Neu seit Ende 2020: Medienstaatsvertrag (MStV)

darin:

§ 19: Sorgfaltspflichten

(1) Telemedien **mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten**, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden, **haben den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen**.² Gleiches gilt für andere geschäftsmäßig angebotene, **journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien**, in denen regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen enthalten sind und die nicht unter Satz 1 fallen. **³Nachrichten sind vom Anbieter vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Inhalt, Herkunft und Wahrheit zu prüfen.**

(2) Bei der Wiedergabe von Meinungsumfragen, die von Anbietern von Telemedien durchgeführt werden, ist ausdrücklich anzugeben, ob sie repräsentativ sind.

(3) ¹Anbieter nach Absatz 1 Satz 2, die **nicht der Selbstregulierung durch den Pressekodex und der Beschwerdeordnung des Deutschen Presserates unterliegen, können** sich einer nach den Absätzen 4 bis 8 anerkannten **Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle** anschließen. (...)

Neue Regeln für Online-Medien

Liebesgrüße von der Medienaufsicht

Gastbeitrag von Dr. Frederik Ferreau

25.02.2021



SFIO CRACHO - stock.adobe.com

Seit Kurzem dürfen die Medienanstalten gegen Sorgfaltsverstöße von Online-Medien vorgehen. Sowohl die Rechtsgrundlage als auch ihre Anwendung werfen verfassungsrechtliche Fragen auf, wie *Frederik Ferreau* zeigt.

LANDESMEDIENANSTALTEN PRÜFEN

Warum Ken Jebsen ein Mahnschreiben bekommt

VON ANJA ZIMMER - AKTUALISIERT AM 17.02.2021 - 10:10



ÜBER MEDIEN

„Blauer Bote“

Gefahr für den „öffentlichen Meinungsprozess“? Medienanstalt untersagt Blog-Eintrag

von [Stefan Niggemeier](#) | 27. November 2021

Nicht zu vergessen (ohne zu verharmlosen oder falsche „Hufeisen“-Theorie zu vertreten):

Andere, u.a. gegenläufige, diskursethisch nicht ganz „sauberere“ Formen u. Phänomene von Polarisierung und Populismus ...

. **inflationärer, unreflektierter Einsatz** von Wörter wie „Hass“, „Desinformation“, „Rassismus“ etc. als **Kampfbegriffe**

. **Internet als Hochrisikoraum** (für Einzelne:n, für Demokratie ...) ->

- . Kritik vs. kulturpessimistische Digitalfeindlichkeit
- . Digitale Zivilität / Umgangsformen: fehlender Konsens oder falsche Konsenserwartungen
- . Nicht aus dem Blick verlieren: positiven Möglichkeiten, Chancen z.B. der Teilhabe

. **Dämonisierung großer Internetdiensteanbieter** ->

- . zu unterscheiden: Sozial Infrastruktur vs. Wirtschaftsunternehmen
- . „Verkaufen von User:innen-Daten“ -> offenes, legitimes Geschäftsmodell
- . Negative Folgen, Verantwortung, aber: keine böse Agenda
- . eher individuelle Echokammer statt Filter Bubble
(-> „Filter Clash“, B. Pörksen)

=>

Einschätzung, ob/was/wann etwas „extrem“, „illegitim“, „propagandistisch“ ist, ist stark subjektiv und standortgebunden

Vielen Dank!

Dr. Bernd Zywietz
bz@jugendschutz.net

Twitter: @onpropfor