

Wie wird das Problem des sexuellen Kindesmissbrauchs auf YouTube thematisiert?

Nicola Döring^a

Einleitung: Sexueller Kindesmissbrauch (SKM) ist ein weit verbreitetes und gravierendes gesellschaftliches Problem. Eine verbesserte Problemlösung im Sinne wirkungsvoller Prävention und Intervention hängt von vielen Faktoren ab – nicht zuletzt davon, wie die Medien die breite Öffentlichkeit und die Politik über das komplexe Problem informieren. Aus diesem Grund wurde bereits mehrfach untersucht, wie SKM in Presse und Fernsehen, Büchern und Kinofilmen dargestellt wird.

Forschungsziele: Die vorliegende Studie betrachtet erstmals, wie sexueller Kindesmissbrauch auf der Videoplattform YouTube thematisiert wird. Die Untersuchung von YouTube ist besonders relevant, da es sich national wie international um die reichweitenstärkste Social-Media-Plattform handelt.

Methoden: Auf der Basis einer Analyse von $N=300$ deutschsprachigen sowie ausgewählten englischsprachigen SKM-bezogenen YouTube-Videos wird herausgearbeitet, 1) von wem diese Videos stammen, 2) welche Form und welche Inhalte sie haben, 3) wie ihre Qualität einzuschätzen ist, und 4) welche Nutzungsweisen ihre Social-Media-Metriken erkennen lassen.

Ergebnisse: Im Vergleich zur massenmedialen Behandlung von SKM zeigen sich in der SKM-Thematisierung auf YouTube spezifische Stärken (z. B. verstärkte Beteiligung Betroffener am Diskurs), aber auch neue Schwächen (z. B. ideologische Instrumentalisierung des Missbrauchsproblems). Ebenso zeigen sich Differenzen in der Repräsentation des Missbrauchsproblems zwischen der deutsch- und der englischsprachigen YouTube-Sphäre.

Schlussfolgerung: Viele Forschungslücken zur SKM-Thematisierung auf YouTube sind noch zu schließen. Die pädagogische, beraterische und journalistische Praxis sind gefordert, die SKM-Thematisierung auf YouTube konstruktiv mitzugestalten.

Schlüsselwörter: Gewaltprävention; Medien und sexueller Missbrauch von Kindern und Jugendlichen; Missbrauchsmythen; sexueller Missbrauch von Kindern und Jugendlichen; YouTube

How is the Issue of Child Sexual Abuse Represented on YouTube?

Introduction: Child sexual abuse (CSA) is a widespread and serious social problem. Improved problem-solving in terms of effective prevention and intervention

^a Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft, Technische Universität Ilmenau

depends on many factors – not least on how the media inform the general public and policy makers about this complex problem. Several scientific studies have therefore been conducted on how the issue of CSA is represented in the press and on television, in books and in movies.

Objectives: This study looks for the first time at how child sexual abuse is addressed on the video platform YouTube. Investigating YouTube is particularly relevant because it is the social media platform with the highest reach, both nationally and internationally.

Methods: Based on an analysis of $N=300$ German-language and selected English-language CSA-related YouTube videos, the following was analyzed: 1) who these videos originate from, 2) what form and what content they have, 3) how their quality is to be assessed, and 4) what patterns of use can be seen in their social media metrics.

Results: Compared to the mass media treatment of CSA, the representation of CSA on YouTube shows specific strengths (e.g. increased participation of people affected by CSA in the discourse), but also new weaknesses (e.g. ideological instrumentalization of the abuse problem). There are also differences in the representation of CSA between the German- and English-speaking YouTube spheres.

Conclusion: There are many research gaps concerning CSA-related YouTube discourses to be closed. Educational, counselling and journalistic practice are called upon to play a constructive role in shaping CSA-related YouTube discourses.

Keywords: abuse myths; child and youth sexual abuse; media and child and youth sexual abuse; violence prevention; YouTube

Sexueller Kindesmissbrauch (kurz: SKM; engl. *Child Sexual Abuse*: CSA) ist ein weit verbreitetes gesellschaftliches Problem, das große Gesundheitsrisiken für betroffene Menschen birgt (Fegert et al. 2013). Angesichts der Komplexität des Sachverhalts existieren unterschiedliche sozialwissenschaftliche, klinisch-therapeutische und juristische Definitionen von sexuellem Kindesmissbrauch (Fegert 2007; Jud 2015). Im Kern besteht Einigkeit darüber, dass „sexueller Kindesmissbrauch“ vorliegt, wenn Minderjährige (also nicht nur Kinder im engeren Sinne) durch sexuelle Handlungen, denen sie nicht zustimmen oder entwicklungsbedingt gar nicht zustimmen können, viktimisiert werden. Sexuelle Viktimisierung von Kindern und Jugendlichen kann durch Gleichaltrige erfolgen sowie durch Erwachsene aus dem sozialen Umfeld oder durch Fremde. Missbrauchstaten werden mehrheitlich von Jungen und Männern begangen (ca. 80–90%), es gibt aber auch Missbrauchstäterinnen (ca. 10–20%; BKA 2017). Im Unterschied zum breiteren Begriff der sexuellen bzw. sexualisierten Gewalt, der Erwachsene einbezieht, ist der SKM-Begriff spezifisch auf Minderjährige bezogen und wird deswegen hier genutzt.

Laut einer aktuellen Metaanalyse sind weltweit 15% der Mädchen und 8% der Jungen von sexuellem Missbrauch betroffen, dabei 9% der Mädchen und 3% der Jungen von schwerem Missbrauch einschließlich Penetration (Barth et al. 2013: 476). In einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage in Deutschland berichteten 13% der Erwachsenen retrospektiv, als Kind sexuell missbraucht worden zu sein (Häuser et al. 2011; für eine kritische

Diskussion der Häufigkeitsangaben zu sexuellem Missbrauch siehe Jud et al. 2016).

Sexueller Kindesmissbrauch als Thema in den Medien

Wie wir gesellschaftlich mit dem Problem des sexuellen Kindesmissbrauchs umgehen, hängt von vielen Faktoren ab (Buchanan 1996), etwa dem Rechtssystem, dem Bildungssystem, dem Gesundheitssystem und nicht zuletzt dem Mediensystem, das durch die Konstruktion und Verbreitung von Mediendarstellungen über sexuellen Kindesmissbrauch¹ das Problem auf die öffentliche und politische Agenda bringt (engl. *Agenda Setting*) und jeweils in einem bestimmten Interpretations- und Bedeutungsrahmen (engl. *Frame*) behandelt.

Gemäß dem kommunikationswissenschaftlichen *Framing*-Ansatz prägen Mediendarstellungen über sexuellen Missbrauch von Kindern und Jugendlichen unsere Vorstellungen von typischen Tätern, Opfern und Tatkonstellationen, Ursachen und Folgen, sowie sinnvollen Präventions- und Interventionsansätzen (Dorfman et al. 2011; Kitzinger 2004; Scheufele 2005). Dabei sind sowohl nicht-fiktionale Medienformate relevant (z. B. Presse-, Radio-, Fernseh- und Online-Nachrichten; siehe z. B. Scheufele 2017) als auch fiktionale (z. B. Romane, Fernsehserien und Kinofilme; siehe z. B. Stompe 2017).

Aus der Perspektive der Medien- und Kommunikationsforschung (Lonne und Parton 2014), der journalistischen Praxis (Dorfman et al. 2011) sowie der mit SKM befassten Fachberatungspraxis (Wildwasser e. V. Berlin 2007) wird die Rolle der Medien im Zusammenhang mit Aufklärung über und Bekämpfung von sexuellem Kindesmissbrauch sehr zwiespältig beurteilt.

Stärken der SKM-Berichterstattung in Massenmedien

Es wird in Forschung und Praxis gewürdigt, dass Medien zur Enttabuisierung, Aufdeckung und Bekämpfung von sexuellem Kindesmissbrauch in unterschiedlichen Kontexten (z. B. in Familien oder Institutionen) einen wichtigen Beitrag leisten (können). Interviewstudien haben gezeigt, dass SKM-Betroffene sich nicht selten durch Medienberichterstattung ermutigt fühlen, das Schweigen über ihren eigenen sexuellen Missbrauch zu brechen, insbesondere wenn Betroffene als positive Rollenmodelle in den Medien auftreten (Kitzinger 2001). Weiterhin ist anzuerkennen, dass der

¹ Mediale Darstellungen *über* das Problem des sexuellen Kindesmissbrauchs sind abzugrenzen von Missbrauchsbildern im Sinne medialer Abbildungen *von* realen Missbrauchstaten. Derartige Missbrauchsbilder fallen in Deutschland juristisch unter illegale Kinder- und Jugendpornografie und sind nicht Gegenstand der vorliegenden Analyse. Wenn hier abkürzend von „SKM-Darstellungen“ oder „SKM-bezogenen Medienbeiträgen“ gesprochen wird, sind immer Darstellungen über das Missbrauchsproblem gemeint.

professionelle Journalismus mehrfach dazu beigetragen hat, systematischen Missbrauch in renommierten Institutionen aufzudecken und auf die Tragweite des Problems aufmerksam zu machen, teilweise mit weitreichenden Folgen: Bereits im Jahr 1999 legte die „Frankfurter Rundschau“ erstmals systematischen sexuellen Missbrauch an der Odenwaldschule offen (Schindler 1999), was zunächst ohne große Resonanz in der Medienöffentlichkeit blieb², bevor dann einige Jahre später ein weiterer Beitrag desselben Journalisten (Schindler 2010) aus Sicht des selbst betroffenen und für Aufklärung eintretenden Andreas Huckele einen medialen „Tsunami“ auslöste (Dehmers 2011: 13): Die gesamte deutsche Presse berichtete im Jahr 2010 umfassend über den Missbrauch an der Odenwaldschule, die 2015 geschlossen wurde. Als die „Berliner Morgenpost“ im Jahr 2010 über sexuellen Kindesmissbrauch am Berliner Jesuitengymnasium Canisius-Kolleg berichtete, war der Skandal angesichts weiterer Fälle in pädagogischen Einrichtungen (v. a. Odenwaldschule) so groß, dass die Politik den Runden Tisch „Sexueller Kindesmissbrauch“ und das Amt einer/eines *Unabhängigen Beauftragten für Fragen des sexuellen Kindesmissbrauchs* (UBSKM) einrichtete (Görgen und Fangerau 2017). Die „Berliner Morgenpost“ wurde für ihre politisch folgenreiche Berichterstattung über sexuellen Kindesmissbrauch mit dem Wächterpreis der Tagespresse ausgezeichnet.³ Auch international ist die Presse aufklärerisch aktiv: Der „Boston Globe“ wurde für seine Berichterstattung über sexuellen Missbrauch in der katholischen Kirche im Jahr 2003 mit dem Pulitzer-Preis geehrt.

Schwächen der SKM-Berichterstattung in Massenmedien

Trotz nachweislicher einzelner Aufklärungsleistungen werden Medien seit Dekaden dafür kritisiert, dass sie das gesellschaftliche Problem des sexuel-

² Es gibt unterschiedliche Thesen (und vermutlich auch unterschiedliche Ursachen) für die im Rückblick unverständliche Resonanzlosigkeit des ersten Beitrags in der „Frankfurter Rundschau“. So wird argumentiert, dass damals womöglich noch die Sensibilität für das Problem des institutionellen Missbrauchs zu gering war und man das Ausmaß unterschätzte, dass in journalistischen Kreisen das Ansehen von Odenwaldschule und Reformpädagogik zu groß war, um Grundsatzkritik zu üben, und/oder dass der hauptbeschuldigte ehemalige Schulleiter Gerold Becker einflussreiche Freund_innen in Redaktionen hatte, die eine weitere Berichterstattung zunächst verhindern konnten (Simon und Willeke 2010). Zu beachten ist weiterhin, dass im Herbst 1999 nahezu zeitgleich die CDU-Spendenaffäre bekannt wurde und aufgrund ihres hohen Nachrichtenwerts sofort die Medienagenda in ganz Deutschland beherrschte – auf Kosten von Recherchen und Berichten über andere Themen einschließlich des Missbrauchsskandals an der Odenwaldschule (Görgen und Fangerau 2017: 985).

³ Die Recherchen und Berichte der „Berliner Morgenpost“ und deren Folgen sind anlässlich der Verleihung des Wächterpreises der Tagespresse in einer Online-Dokumentation zusammengefasst: <http://www.anstageslicht.de/themen/misswirtschaft-machtmissbrauch/sexueller-missbrauch-deutschland/ueberblick-ueber-das-tabuthema-sexueller-missbrauch/>.

len Kindesmissbrauchs zu oft vernachlässigen oder es in verzerrter, reißerischer und regelrecht schädlicher Weise behandeln. Es existieren mehr als 20 deutsch- und englischsprachige Leitfäden für den Journalismus, die anlässlich der identifizierten Missstände praktische Hinweise zu einer verbesserten Berichterstattung über sexualisierte Gewalt einschließlich SKM geben. Sie stammen teils von Fachorganisationen des Journalismus (z.B. Dart Centre Europe 2016), teils von Fachorganisationen der Gewaltprävention (z.B. AÖF 2014; MNCASA 2013). Eine aktuelle Umfrage unter Betroffenen in Deutschland zeigt, dass sie ganz ähnliche Kritikpunkte vorbringen (Nagel und Kavemann 2018).

So wird als große Schwäche moniert, dass die massenmediale Berichterstattung sich oft zu einseitig auf besonders spektakuläre Einzelfälle und auf die Täterbestrafung konzentriert, sodass die Verbreitung des Problems und insbesondere die notwendigen Präventionsmaßnahmen zu kurz kommen (Dorfman et al. 2011; Mejia et al. 2012). Wünschenswert seien deswegen Medienbeiträge, die Hilfsangebote wie Fachberatungsstellen und Selbsthilfe-Initiativen, unterschiedliche Therapieansätze sowie Finanzierungsmöglichkeiten für Therapien, Schutzkonzepte für Institutionen usw. aufgreifen. In Medieninhaltsanalysen wird also immer wieder ein *episodisches Framing* festgestellt, d.h., Missbrauch wird nur sporadisch anhand von Einzelfällen mit hohem Nachrichtenwert (z.B. Fällen mit Prominenten, Fällen mit besonderer Grausamkeit) behandelt. Angemessener wäre jedoch ein *thematisches Framing*, das SKM als Thema dauerhaft auf der medialen Agenda hält und sexuellen Kindesmissbrauch als gesamtgesellschaftliches Problem behandelt (Cheit et al. 2010; Weatherred 2015, 2017).

Weiterhin wurde vielfach nachgewiesen, dass die Medienberichterstattung das Problem des sexuellen Kindesmissbrauchs in Wort und Bild oft stereotypisierend darstellt und nicht selten regelrechte Missbrauchsmymen verbreitet (Cromer und Goldsmith 2010): Täter werden stereotyp als „Fremde“ (*stranger danger*), „Monster“, „Kinderschänder“ oder „Pädophile“ dargestellt, obwohl sie faktisch oft gar nicht pädophil sind, obwohl es auch Täterinnen gibt, obwohl Missbrauch für Kinder keine „Schande“ darstellt, und obwohl das Bild des „Monsters“ davon ablenkt, dass sexueller Missbrauch oft von Personen begangen wird, die nach außen völlig normal und freundlich erscheinen, ja oft sogar gesellschaftliches Ansehen genießen und aus dem sozialen Nahraum des Kindes stammen. Ebenso stereotypisierend ist das mediale Bild der von SKM betroffenen Menschen. Sie werden oft einseitig als bemitleidenswerte Opfer dargestellt, möglichst mit Tränen in Großaufnahme, deren „Leben für immer zerstört“ wurde, die „Mord an der Seele“ erlitten haben. Damit wird negiert, dass Missbrauchstaten zwar zerstörerisch wirken können, aber individuell sehr unterschiedliche Folgen haben, dass eine Verarbeitung der Traumatisierung unter bestimmten Umständen möglich ist. Vermisst wird die Botschaft, dass SKM-Betroffene nicht lebenslang hilflose Opfer sind, sondern mutige Akteur_innen, die Missbrauch öffentlich machen, ihr Leben trotz mehr oder minder folgenreicher Traumatisierung selbstbestimmt gestalten wollen und können sowie auch politische Forderungen haben (Hölling 2007).

Zur Verhinderung stereotypisierender Darstellungen und Missbrauchsmythen wird mehr Rückbezug auf Statistiken und Forschungsergebnisse sowie Expertise von Fachkräften und Betroffenen gefordert. An der bisherigen Medienberichterstattung ist jedoch zu kritisieren, dass von SKM betroffene Menschen zu selten mit ihren Erfahrungen und Forderungen zu Wort kommen und teilweise sehr unsensibel und geradezu reviktimisierend bzw. retraumatisierend mit ihnen umgegangen wird. Sei es, dass Medien identifizierende Informationen preisgeben und damit Persönlichkeitsrechte von Betroffenen verletzen (Jones et al. 2010), in voyeuristischer Weise Tatdetails ausbreiten (Martinius 2009) oder bei Interviews unnötig belastende intime Fragen stellen und Grenzen der Gesprächsbereitschaft, des Respekts und der Würde nicht wahren (Bea und Fröhling 2007; Kitzinger 2004; Müller und Nicolai 2007).

SKM als Thema in Sozialen Medien

Die bisherigen öffentlichen und fachlichen Debatten über Stärken und Schwächen der medialen Thematisierung des Missbrauchsproblems beziehen sich auf die klassischen Massenmedien wie Presse und Fernsehen, teilweise werden auch Bücher und Kinofilme in den Blick genommen. Soziale Medien sind bislang dagegen kaum untersucht worden. Dabei ist spätestens mit der im Jahr 2017 auf Twitter gestarteten Hashtag-Kampagne „#MeToo“, in deren Rahmen Betroffene Erfahrungen mit sexualisierter Gewalt einschließlich SKM öffentlich machen, die Bedeutung Sozialer Medien für die Auseinandersetzung mit dieser Form von Gewalt deutlich geworden (Mendes et al. 2018). Die an der internationalen „#MeToo“-Kampagne Mitwirkenden wurden in ihrer Funktion als *Silence Breakers* vom „Time Magazine“ kollektiv als *Person of the Year 2017* geehrt. Von sexuellem Kindesmissbrauch betroffene Menschen in Deutschland berichten, dass sie neben Massenmedien auch Soziale Medien nutzen, um sich über Fragen des sexuellen Missbrauchs zu informieren (Nagel und Kavemann 2018).

Forschungsfragen zur SKM-Thematisierung auf YouTube

Vor dem Hintergrund des bisherigen nationalen und internationalen Forschungsstandes zur Behandlung von SKM in den Medien widmet sich der vorliegende Beitrag der Thematisierung von sexuellem Kindesmissbrauch in Sozialen Medien am Beispiel der Videoplattform *YouTube* (gegründet 2005, aktuell im Besitz von *Google LLC*). Denn laut *Alexa-Ranking* (<https://www.alex.com/topsites>) handelt es sich bei YouTube um die national wie international meistbesuchte *Social-Media*-Plattform. Häufiger besucht als YouTube wird im Internet nur die Suchmaschine *Google*. Die besondere Relevanz von YouTube im Kontext der SKM-bezogenen öffentlichen Kommunikation ergibt sich zum einen aus der großen Reichweite der Plattform: SKM-bezogene Botschaften, die auf YouTube verbreitet werden, finden potenziell ein großes und auch ein sehr junges Publikum. Das ist gerade

unter Präventionsgesichtspunkten wichtig, da Informationen über SKM den betroffenen Minderjährigen helfen können, Missbrauchssituationen frühzeitig zu erkennen, von vornherein selbst abzuwenden und/oder gegenüber Vertrauenspersonen zu offenbaren und somit Hilfe zu finden.

Zum anderen ergibt sich die Relevanz von YouTube für die öffentliche Kommunikation über SKM aus den Besonderheiten der Social-Media-Kommunikation. So können auf YouTube typische Schwächen der massenmedialen Kommunikation über SKM prinzipiell überwunden werden: Für Menschen, die von SKM betroffen sind, bietet YouTube eine Plattform, um sich vergleichsweise niedrigschwellig und selbstbestimmt öffentlich äußern zu können, ohne ein „Ausschlachten“ der eigenen Geschichte durch Medienunternehmen befürchten zu müssen. Auch Fachkräfte und Fachberatungsstellen, die auf SKM-bezogene Prävention und Intervention spezialisiert sind, können YouTube als Medium der Öffentlichkeitsarbeit nutzen, ohne darauf angewiesen zu sein, Journalist_innen zu einer Berichterstattung über ihre Arbeit bewegen zu müssen. Inwiefern diese und weitere Potenziale einer verbesserten öffentlichen Kommunikation über SKM auf YouTube tatsächlich genutzt werden und positive Wirkungen entfalten, ist zu klären. Ebenso ist zu prüfen, ob im Zuge von YouTube-Kommunikation über SKM alte und neue Probleme auftauchen und es womöglich zu einer unangemessenen und destruktiven Auseinandersetzung kommt. Derartige Einschätzungen zu Medieneffekten sind darauf angewiesen, zunächst die Thematisierung von SKM auf YouTube zu erkunden.

Obwohl die Forschung zu YouTube-Inhalten insgesamt boomt, sind viele Fragen zur Repräsentation gesundheits-, sexual- und gewaltbezogener Themen noch offen (Döring 2016, 2017a). Ziel der vorliegenden Pilotstudie war es deswegen, erste Antworten auf folgende vier Forschungsfragen zu liefern: F1) Von wem stammen SKM-bezogene YouTube-Videos? F2) Welche Form und welche Inhalte haben SKM-bezogene YouTube-Videos? F3) Wie ist die Qualität von SKM-bezogenen YouTube-Videos einzuschätzen? F4) Welche Nutzungsweisen von SKM-bezogenen YouTube-Videos zeigen sich in den Social-Media-Metriken?

Methodik zur Untersuchung der SKM-Thematisierung auf YouTube

Das methodische Vorgehen umfasste folgende vier Schritte: Die Zusammenstellung des untersuchten Video-Materials, die Entwicklung und Prüfung des Instruments, die Datenerhebung sowie die Datenanalyse.

Zusammenstellung des Video-Materials

Das Spektrum der SKM-bezogenen Videos auf YouTube wurde zunächst gesichtet. Dazu wurden einschlägige Stichworte (z. B. „sexueller Kindesmissbrauch“, „Missbrauch“, „missbraucht“) in die YouTube-Suchmaske eingegeben und bei den Suchtreffern auch die vom YouTube-Algorithmus zusätzlich vorgeschlagenen ähnlichen Kanäle und Videos geprüft. Die Methodik

Tab. 1 Stichprobenziehung von $N=300$ SKM-bezogenen YouTube-Videos zum Suchbegriff „Sexueller Kindesmissbrauch“.

YouTube-Suchfilter Relevanz	YouTube-Suchfilter Uploaddatum	YouTube-Suchfilter Aufrufzahl	Gesamtzahl der Videos im Sample
Top-100-Treffer	Top-100-Treffer	Top-100-Treffer	$N=300$

ähnelt dem Vorgehen bei einer früheren Analyse, die Sexualaufklärung auf YouTube zum Gegenstand hatte (Döring 2017b). Während für Sexualaufklärung auf YouTube mehr als 30 deutschsprachige YouTube-Kanäle identifiziert werden konnten, die regelmäßig Videos zum Thema Sexualaufklärung publizieren, lassen sich nur sehr wenige deutschsprachige YouTube-Kanäle identifizieren, die über längere Zeit hinweg ausschließlich oder schwerpunktmäßig das Thema SKM behandeln. Die Betrachtung SKM-bezogener deutschsprachiger YouTube-Inhalte erfolgt somit im vorliegenden Beitrag überwiegend auf der Ebene einzelner Videos.

Zur Stichprobenbildung wurden gezielt die $N=300$ ersten YouTube-Treffer zum Stichwort „sexueller Kindesmissbrauch“ untersucht, indem jeweils die Top-100-Videos der drei gebräuchlichsten Filter der YouTube-Suchfunktion in das Sample aufgenommen wurden (**Tab. 1**). Hinter dieser Vorgehensweise steht die Überlegung, dass YouTube-Nutzende ihrerseits typischerweise über die YouTube-Suchmaske an die SKM-bezogenen Videos gelangen und dabei die ersten Suchtreffer der populärsten Filter die größte Sichtbarkeit haben (Zugang im *Pull*-Modus). Daneben gelangen YouTube-Nutzende auch im *Push*-Modus an SKM-bezogene Videos, etwa wenn YouTube-Stars, denen sie regelmäßig folgen, das Thema aufgreifen oder wenn der YouTube-Algorithmus ihnen SKM-bezogene Videos vorschlägt.

YouTube als internationales Soziales Medium ist in hohem Maße globalisiert. So orientieren sich deutschsprachige YouTuber_innen oft an englischsprachigen YouTube-Kanälen und greifen Themen und Darstellungsformate auf. Auch YouTube-Nutzende in Deutschland beschränken sich oft nicht auf das deutschsprachige Angebot, sondern schauen sich englischsprachige Videos an und folgen internationalen YouTube-Stars, welche deswegen in der vorliegenden Studie mitbetrachtet werden. Grundlage der Vergleiche von Missbrauchsdarstellungen in deutsch- und englischsprachigen YouTube-Videos ist eine systematische Sammlung und Inhaltsanalyse von $N=1400$ englischsprachigen YouTube-Videos zum Thema „Child Sexual Abuse“, die im Wintersemester 2017/2018 im Rahmen eines kommunikationswissenschaftlichen Forschungsseminars unter Leitung der Autorin erarbeitet wurde.

Entwicklung und Prüfung des Instruments

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde deduktiv anhand des Forschungsstandes und induktiv anhand des Materials ein Codebuch mit fünf Kategorienblöcken entwickelt.

1. Der erste Block des Codebuchs enthält formale Kategorien: Datum der Codierung, Videotitel, Videolink, Uploaddatum des Videos, Länge des Videos, Kanalname und Videodoublette. Doubletten kommen zustande, wenn dasselbe Video auf unterschiedlichen YouTube-Kanälen hochgeladen wird oder wenn dasselbe Video vom selben Kanal bei unterschiedlichen Suchfiltern unter den Top-100-Treffern auftaucht.
2. Der zweite Block des Codebuchs dient der Beantwortung von Forschungsfrage 1 und enthält die Kategorie Anbietendentyp: 1) Medienunternehmen, 2) Fachleute aus dem Kontext SKM-bezogener Prävention und/oder Intervention, 3) SKM-Betroffene, 4) bekannte YouTuber_innen (ab 10 000 Kanal-Abonnements), 5) andere Personen/Organisationen. Codiert wird dabei, wer das Video produziert hat und nicht, wer das Video publiziert hat (so können z.B. TV-Dokumentationen von TV-Sendern ebenso wie von Privatpersonen verbreitet werden, als Anbietendentyp wird hier jedoch immer Medienunternehmen codiert).
3. Der dritte Block bezieht sich zur Beantwortung von Forschungsfrage 2 auf Form und Inhalt der SKM-bezogenen Videos. Für die Hauptformate der Videos sind anbietendenspezifische binäre Kategorien entwickelt worden: für die SKM-Videos von Medienunternehmen nicht-fiktionale (z.B. Dokumentation) versus fiktionale (z.B. Krimi) Formate; für Videos von SKM-Fachleuten Veranstaltungsmitschnitte (z.B. Aufzeichnungen von Therapiesitzungen oder Fachkonferenzen) versus genuiner Medien-Content; für Videos von Betroffenen *Character-* versus *Non-Character-*Formate (bei *Character-*Videos zeigen sich die Betroffenen selbst mit Gesicht vor der Kamera, während sie bei *Non-Character-*Videos ihre Erfahrungen teilen, ohne sich selbst zu zeigen, etwa indem sie beschriftete Karteikarten in die Kamera halten oder rein computergenerierte Texte und Bilder zeigen; Fowlds 2014; Lewis et al. 2011); für Videos von bekannten YouTuber_innen Selbstoffenbarungs- versus Nicht-Selbstoffenbarungsformate (in ersteren thematisieren YouTube-Persönlichkeiten eigene Missbrauchserfahrungen, in zweiteren sprechen sie über Dritte). Für die heterogene Gruppe der anderen Anbietenden wurden vier Formate codiert (Informations-, Kunst-, Werbe- und Ideologieformat).
4. Der vierte Block des Codebuchs ist zur Beantwortung von Forschungsfrage 3 der Qualität der Videos gewidmet. Neben der Produktionsqualität der Videos (z.B. Bild- und Tonqualität) ist hier vor allem die Inhaltsqualität entscheidend. Ebenso wie die Hauptformate der Videos sind auch die zentralen Qualitätsdimensionen anbietendenspezifisch und wurden binär codiert: Bei Medienunternehmen das Vorhandensein einer reißerischen Darstellung, bei SKM-Fachleuten die erkennbare oder fehlende formale Qualifikation, bei Betroffenen das Verbreiten triggernder Inhalte ohne Triggerwarnung, bei bekannten YouTuber_innen wiederum eine

reißerische Darstellung und bei anderen Anbietendentypen eine ideologische Vereinnahmung des Themas.

5. Der fünfte und letzte Block des Codebuchs enthält die Social-Media-Metriken zur Beantwortung von Forschungsfrage 4: Anzahl der Videoaufrufe, Anzahl der positiven Videobewertungen (Likes / Daumen hoch), Anzahl der negativen Videobewertungen: (Dislikes / Daumen herunter), Anzahl der Freitext-Kommentare, Wortlaut des populärsten Videokommentars (sog. Top-Kommentar).

Bei allen Kategorien in Block 1 und 2 handelt es sich um objektive Merkmale, sodass die Ausprägungen direkt aus YouTube herauskopiert werden können, während die Kategorienausprägungen in Block 2, 3 und 4 durch manuelle Codierung zustande kommen. Um die Messgenauigkeit der manuell codierten Kategorien zu prüfen, wurde der gesamte Datensatz doppelt codiert und die *Inter-Coder*-Übereinstimmung für jede Kategorie berechnet. Der Cohens Kappa-Koeffizient variierte zwischen $\kappa=.95$ und $\kappa=.39$, die prozentuale Übereinstimmung zwischen 100% und 76%, was gute Messgenauigkeit belegt. Messgenaue Merkmale bleiben im Ergebnisteil unberücksichtigt.

Datenerhebung, Datenanalyse und Forschungsethik

Die Datenerhebung erfolgte im Mai 2018. Die Codierung der $N=300$ Videos samt zugehöriger Videokommentare erfolgte mit einer Dateneingabemaske im Statistikprogramm SPSS, mit dem auch die quantitative Datenanalyse erfolgte.

Alle qualitativen Analysen bestehen in einer verbalen Zusammenfassung von bewusst ausgewählten Videos und Videokommentaren. Die Gründe für die jeweilige Auswahl werden im Text erläutert. Die qualitativen Zusammenfassungen des Materials basieren auf einer vollständigen Sichtung des Materials durch die Autorin und wurden alle von einem unabhängigen Zweitcodierer überprüft. Für alle fünf betrachteten Anbietendengruppen deutschsprachiger SKM-Videos werden jeweils vergleichend und einordnend zentrale Befunde der Analyse des englischsprachigen Video-Samples berichtet.

Die Sammlung und Analyse von öffentlich frei zugänglichen YouTube-Videos und Videokommentaren gilt forschungsethisch als unbedenklich.

Ergebnisse zur SKM-Thematisierung auf YouTube

Die Ergebnisse zu den vier Forschungsfragen werden in den folgenden Abschnitten sowohl im Überblick über die Gesamtstichprobe als auch jeweils getrennt für die SKM-Videos der fünf Anbietendentypen berichtet.

Tab. 2 Verteilung der $N = 300$ SKM-bezogenen YouTube-Videos im Sample auf verschiedene Typen von Videoproduzierenden.

Typen von Videoproduzierenden	Anzahl der Videos	Anteil der Videos	Anzahl Dubletten
1. Medienunternehmen	141	47 %	63
2. SKM-Betroffene	52	17 %	15
3. Fachleute im SKM-Kontext	43	14 %	10
4. Bekannte YouTuber_innen	8	3 %	3
5. Andere Videoproduzierende	56	19 %	17
Summe	$N = 300$	100 %	108

Beschreibung der Gesamtstichprobe

Die 300 Videos in der Gesamtstichprobe stammen aus den Jahren 2006 bis 2018, wobei rund die Hälfte der Videos zwischen 2016 und 2018 veröffentlicht wurde. Auffällig ist, dass teilweise auch zwölf Jahre alte Videos unter den Top-Treffern erscheinen. Von den 300 Videos im Sample sind 108 (36%) Dubletten (**Tab. 2**) und somit Videos, die besonders häufig unter den ersten Treffern gefunden werden.

Um Forschungsfrage 1 zu beantworten, wurde das Gesamtsample nach Anbietertypen unterteilt (**Tab. 2**).

Die Ergebnisse decken sich insofern mit den Befunden der Analyse zur Sexualaufklärung auf YouTube (Döring 2017b), als auch beim Thema Sexualaufklärung die Massenmedien, die Betroffenen bzw. Beteiligten, die Fachkräfte und Fachinstitutionen sowie bekannte YouTuber_innen (z. B. aus der Entertainmentbranche) Hauptquellen der Inhalte sind. Während beim Thema Sexualaufklärung zusätzlich noch die Erotikbranche als Videoanbieterin auftritt, ist dies beim gewaltbezogenen Thema SKM nicht der Fall. Dafür ist hier eine mit 19% recht große Restgruppe der „anderen Videoproduzierenden“ vertreten. Hierbei handelt es sich um Einzelpersonen oder Organisationen, die nicht in die vorgenannten vier Gruppen passen und deren Zusammensetzung später noch genauer beschrieben wird.

Social-Media-Metriken erlauben Rückschlüsse auf das Publikumsverhalten und dienen der Beantwortung von Forschungsfrage 4 nach den Nutzungsweisen. Sie sind in **Tab. 3** für die Gesamtstichprobe sowie für die fünf Gruppen von Videoproduzierenden dargestellt.

Auffällig ist, dass es bei den SKM-bezogenen Videos sowohl innerhalb als auch zwischen den fünf Typen von Videoproduzierenden sehr große Unterschiede hinsichtlich des Zuschauendenengagements gibt: Das Spektrum reicht von 0 Reaktionen bis zu Reaktionszahlen im hohen sechsstelligen Bereich (z. B. 864 821 Videoaufrufe). Die mit Abstand größte Resonanz erzielten die SKM-Videos bekannter YouTuber_innen. Dabei zeigen sich typische Reaktionsmuster: Je mehr Aufrufe ein Video erhält, umso mehr positive ($r = .90$, $p < .001$) und negative Bewertungen ($r = .88$, $p < .001$) und

Tab. 3 Social-Media-Metriken für die N= 300 YouTube-Videos (obere Zeile: Minimum – Maximum; untere Zeile: Medianwert; Stand: Mai 2018).

Typen von Videoproduzierenden	Videoaufrufe	Likes	Dislikes	Kommentare
1. Medien- unternehmen	2 – 727977 4822	0 – 13920 17	0 – 467 2	0 – 1508 3
2. SKM-Betroffene	0 – 419339 2768	0 – 786 24	0 – 311 1	0 – 178 7
3. Fachleute im SKM- Kontext	29 – 82465 1802	0 – 4173 15	0 – 125 1	0 – 348 1
4. Bekannte YouTuber_innen	11106 – 864821 39833	277 – 67868 1694	12 – 1565 17	37 – 6493 120
5. Andere Videoproduzierende	9 – 66277 2802	0 – 377 13	0 – 92 1	0 – 439 1
Gesamtstichprobe	0 – 864821 3894	0 – 67868 18	0 – 1565 2	0 – 6493 3

Kommentare ($r = .80$, $p < .001$) erhält es gleichzeitig auch. Wie üblich dominieren die positiven Videobewertungen (Likes) deutlich über die negativen (Dislikes): Von allen Videobewertungen im Sample waren 85 % positiv.

SKM-bezogene Videoinhalte von Medienunternehmen

Nahezu die Hälfte (47%) aller SKM-bezogenen YouTube-Videos unter den ersten dreihundert Suchtreffern enthalten massenmedialen Content (Forschungsfrage 1; **Tab. 2**). Dabei sind von öffentlich-rechtlichen TV-Sendern (ARD, ZDF, MDR etc.) produzierte Sendungen prominent vertreten. Aber auch private Fernsehsender (z.B. *ProSieben*) und Nischensender wie *RT Deutschland* (ehemaliger Name: *Russia Today*) oder *ERF MenschGott* (Evangeliums-Rundfunk) sind mit vielgeklickten Videos sichtbar. Weiterhin sind Radiosender und Verlage (*BILD*, *Die Welt*, *Der Spiegel*) mit SKM-bezogenen Videos auf YouTube präsent. Teils werden die Inhalte von den Medienunternehmen selbst auf YouTube veröffentlicht, teils laden Privatpersonen Aufzeichnungen auf ihren eigenen Kanälen hoch.

Die massenmedialen YouTube-Videos zum Thema sexueller Kindesmissbrauch haben vielfältige Formen und ein breites Spektrum von Inhalten (Forschungsfrage 2): Stark vertreten sind nicht-fiktionale Formate (Nachrichten, Berichte, Reportagen, Dokumentationen, Interviews, Talkshows, Übertragungen von Bundestags-Debatten etc.). Inhaltlich werden dabei ganz unterschiedliche Arten von sexuellem Kindesmissbrauch angesprochen (z.B. intrafamiliär, durch Fremde, in Institutionen, durch Täter oder durch Täterinnen) und auch verschiedene Perspektiven eingenommen (z.B. Folgen und Hilfe für Betroffene, präventive Arbeit mit potenziellen

Täter_innen). Beispiele sind YouTube-Videos mit folgendem massenmedialen Content: „Das dunkle Geheimnis – Missbrauch in der Familie“ (ZDF, „37 Grad“, 2018, 30 Min.), „Sexueller Missbrauch in Sportvereinen: Wo die Selbstkontrolle versagt“ (ARD, „Panorama“, 2011, 9 Min.), „Sexueller Missbrauch – das lange Schweigen der Opfer“ (ARD, „Beckmann“, 2013, 71 Min.). Fiktionale Beiträge wie der TV-Thriller „Operation Zucker“ über Kinderprostitution (2012, 90 Min.) tauchten nur einmal unter den ersten Suchtreffern auf.

Hinsichtlich ihrer Qualität (Forschungsfrage 3) weisen die massenmedialen Beiträge auf YouTube die typischen Qualitätsmerkmale auf, die eingangs beschrieben wurden: Einerseits sind Stärken erkennbar, etwa indem das tabuisierte Thema überhaupt behandelt wird und die Anliegen von Betroffenen zur Sprache kommen. So thematisiert der TV-Beitrag „Ich will zurück ins Leben! Entschädigung für Missbrauchsoffer“ (WDR, „FrauTV“, 2016, 7 Min.) faktenbasiert und sensibel, wie wichtig es für SKM-Betroffene ist, aus dem Opferentschädigungsfond Mittel für die notwendige Psychotherapie zu erhalten (da Krankenkassen nur 100 Stunden übernehmen), und auf welche Hürden sie dabei stoßen (z.B. Antragsformular mit vielen potenziell retraumatisierenden Fragen, sehr lange Bearbeitungszeiten), und dass doch eigentlich eine Stellungnahme durch die bereits behandelnden Psychotherapeut_innen ausreichend sein müsste. Andererseits zeigen sich die bekannten Schwächen bei massenmedialem Content, etwa wenn das Thema SKM reißerisch aufbereitet und Täter undifferenziert mit „Pädophilen“ gleichgesetzt werden (z.B. BILD, „Sexueller Missbrauch von Kindern wird verniedlicht – die Pädophilen-Jäger von Frankfurt“, 2017, 2 Min.). Bei einer zukünftigen Qualitätsanalyse muss berücksichtigt werden, dass auf YouTube zwei gegensätzliche Selektionsmechanismen greifen: Einerseits werden offenbar besonders wichtige und hochwertige massenmediale Inhalte verstärkt sichtbar, da sie hier zum Teil mehrfach veröffentlicht werden und auf die oberen Plätze von Trefferlisten gelangen. Gleichzeitig können aber auch fragwürdige und reißerische Beiträge, die große Resonanz auslösen, besondere Sichtbarkeit erlangen.

Ordnet man den massenmedialen Content auf YouTube nach Zuschauerengagement (Forschungsfrage 4; **Tab. 3**), so zeigen sich drei Spitzenreiter:

1. Das von ProSieben hochgeladene Video „Sexueller Missbrauch statt Modelvertrag“ (ProSieben, „taff“, 2015, 6 Min.) fand mit über 700 000 Videoaufrufen die größte Resonanz beim Publikum. Berichtet wird von einem sehr jungen (aber zum Tatzeitpunkt nicht mehr minderjährigen) Model, das beim Casting nach eigenen Aussagen mit K.o.-Tropfen betäubt und vergewaltigt wurde und die Tat angezeigt hat. Die 515 Video-Kommentare sind sehr heterogen, teils wird der Betroffenen Mitgefühl ausgesprochen und für ihren Mut gratuliert („Sowas ist schrecklich und das wünscht man niemandem. Aber echt klasse von ihr, dass sie so stark war und zur Ärztin gegangen ist und rechtliche Schritte eingeleitet hat“), teils wird ihr selbst die Schuld an der Tat zugeschrieben und der Model-Beruf als riskant dargestellt („Willkommen in der Modelwirklichkeit abseits

- von GNTM“). Die Machart der Sendung wird wegen widersprüchlicher und fragwürdiger Aussagen und unpassender Musikuntermalung kritisiert. Immer wieder werden auch Wut und Rachedgedanken artikuliert („Ich bin der Meinung, dass er und alle anderen Vergewaltiger zerstückelt werden sollten“).
2. Hinsichtlich Reichweite folgt im Sample das ebenfalls mehr als 700 000 Mal geklickte Video „Opfer von rituellem Missbrauch: Ich wurde als Kind hunderte Stunden lang vergewaltigt.“ (RT Deutschland, „InTheNow“, 2016, 6 Min.), in dem die Belgierin Anneke Lucas ihre Erfahrungen mit rituellem sexuellen Missbrauch in einem „elitären Pädophilen-Ring“ schildert. In der Videobeschreibung wird dazu aufgerufen, sich für einen Gesetzesvorschlag zur Bekämpfung von Menschenhandel durch verstärkte Kontrollen von Hotels einzusetzen. In den 1 508 Videokommentaren bringt das Publikum Abscheu und Rachedgedanken angesichts der Gewalttaten zum Ausdruck, spekuliert aber auch mit verschwörungstheoretischen Anklagen über die Täter: „Im Fall MARC DUTROUX war die gesamte Belgische Regierung involviert, genau wie diese Frau sagt: Die höchsten Spitzen der Gesellschaft – Minister, Regierungsbeamte, Richter, Spitzenmanager etc. – sind die Täter.“
 3. Auf Platz drei hinsichtlich Publikumsinteresse steht mit mehr als 600 000 Videoaufrufen die ARD-Dokumentation „Mama, hör auf damit“ (ARD, „Die Story im Ersten“, 2012, 44 Min.), die sich dem oft ignorierten Problem von Müttern als SKM-Täterinnen widmet und ausführlich zwei Betroffene (Andrea und Axel) zu Wort kommen lässt. In den 804 Kommentaren zum Video werden Mitgefühl mit und Hochachtung vor den Betroffenen sowie Wut, Hass, Ekel und Rachedgedanken gegenüber den Täterinnen („Monster-Mütter“) geäußert. Mehrfach merken Kommentator_innen an, dass sexueller Kindesmissbrauch als Straftatbestand nicht verjähren sollte.

Blickt man hinsichtlich massenmedialer SKM-Videos vergleichend in die englischsprachige YouTube-Sphäre, die stark durch Beiträge aus den USA geprägt ist, so zeigen sich einige Unterschiede. So haben sich in den USA sehr bekannte Medienprofis wie beispielsweise die populären TV-Moderatorinnen Oprah Winfrey und Ellen DeGeneres öffentlich als SKM-Betroffene zu erkennen gegeben, entsprechende TV-Interviews sind auf YouTube zu finden. Ebenso finden sich zahlreiche Fernsehübertragungen aus dem Gericht: Im Rahmen des Strafprozesses gegen den inzwischen rechtskräftig verurteilten ehemaligen Teamarzt der US-Turnerinnen Larry Nassar, der jahrzehntelang Hunderte von minderjährigen Athletinnen unter dem Vorwand medizinischer Untersuchungen sexuell missbraucht hatte, entschieden sich im Januar 2018 mehr als 150 zum Teil immer noch minderjährige Opferzeuginnen vor Gericht zu medien- und internetöffentlichen *Victim Impact Statements*. Diese fanden über YouTube weltweite Verbreitung und große Anerkennung und ermutigten weitere Betroffene, ihren Missbrauch anzuzeigen. Die im US-Fernsehen beliebten und auch auf YouTube breit vertretenen Talkshows (z. B. „Dr. Phil“) setzen indessen oft auf Polarisierung

und behandeln auch das Thema SKM quotenträchtig wie ein Spektakel, bei dem sich Betroffene, (mutmaßliche) Täter_innen und Moderator gegenseitig lautstark mit Anschuldigungen überziehen.

SKM-bezogene Videoinhalte von Betroffenen

In dem Sample der 300 SKM-bezogenen Videos stammen 17% von Menschen, die sich als von sexuellem Missbrauch in Kindheit und Jugend Betroffene zu erkennen geben (Forschungsfrage 1; **Tab. 2**). Viele von ihnen bleiben anonym und äußern sich nur einmalig, andere kommunizieren unter Klarnamen und behandeln das Thema SKM teilweise mehrfach. Sowohl in der deutsch- als auch in der englischsprachigen YouTube-Sphäre sind bislang vor allem weibliche Betroffene mit selbst produzierten Videos sichtbar – vom Teenager- bis zum Erwachsenenalter.

Hinsichtlich Form und Inhalt der Videos von Betroffenen (Forschungsfrage 2) sind zwei Gruppen von Videos zu unterscheiden, die sog. Non-Character-Videos (35%) und die Character-Videos (65%): Non-Character-Videos, die anonym mittels Karteikarten, Symbolbildern und Computerschrift von Missbrauchserfahrungen erzählen, sind häufig sehr düster und legen den Fokus auf Schmerz und Traumatisierung, thematisieren nicht selten Suizidgedanken und selbstverletzendes Verhalten wie Ritzen. Ein Beispiel ist das Video einer jungen Frau, die sich den Namen „verlorene Kinderseele“ gegeben hat und in ihrem Video „Meine Vergangenheit-sexueller Missbrauch“ (5.11.2017, 5 Min.) auf Karteikarten erzählt, dass sie als Kind jahrelang schwer sexuell missbraucht wurde. Obwohl sie inzwischen in therapeutischer Behandlung ist, geht es ihr immer noch sehr schlecht: „Ich hasse jeden Körperteil. Ich hasse alles an mir“, stellt sie fest, „Schlaflosigkeit, Dissoziationen und Flashbacks sind mein Alltag [...], Suizidgedanken begleiten mich jeden Tag.“

In Character-Videos ist die betroffene Person vor der Kamera zu sehen, erzählt ihre Geschichte und thematisiert typischerweise auch Fragen der Verarbeitung. Im deutschsprachigen Raum gibt es nicht nur Einzelvideos, sondern auch einige YouTube-Kanäle von Betroffenen. Der Kanal „Bewegwas“ (18 Videos seit 2013) wird von einer jungen Frau betrieben, die selbst im Grundschulalter von einem Familienmitglied sexuell missbraucht wurde und den Täter angezeigt hat. Sie informiert über das Vorgehen bei Anzeige und Strafverfahren, bespricht aber auch Ess- und Schlafstörungen oder das erste Mal Sex nach dem Missbrauch. Der Kanal „Mia Lu“ (5 Videos seit 2013) stammt von einer jungen Frau, die von ihrem Vater missbraucht wurde und ihn ebenfalls angezeigt hat. Sie berichtet in den Character-Videos ihres Kanals davon, wie sie heute mit dem Missbrauch und seinen Folgen umgeht. Astrid von der Osten betreibt einen Videokanal, der sich vor dem Hintergrund eigener Missbrauchserfahrungen mit der Verarbeitung von Missbrauch befasst („Astrid VonderOsten“, 18 Videos seit 2016).

Im Zusammenhang mit der Qualität (Forschungsfrage 3) der Videos von SKM-Betroffenen werden in der Fachliteratur v.a. triggernde Inhalte

problematisiert (Lewis et al. 2011). Im Sample fanden sich zwei Videos einer Betroffenen mit Triggerwarnungen („Seelenmord (sexueller Missbrauch) VORSICHT TRIGGERT STARK!!!!!!“; 2009, 6 Min.). Potenziell triggernde Inhalte fanden sich vor allem in den Non-Character-Videos. Auch wenn Videos, die traumatisierende Gewalterfahrungen und deren Folgen aus erster Hand schildern, Risiken bergen mögen, so sind doch auch die möglichen Chancen einer öffentlichen Thematisierung nicht zu vernachlässigen (Döring 2016, 2017a). So kann es durchaus hilfreich für Betroffene sein zu erfahren, dass sie mit ihrem Leiden nicht allein sind. Die video-basierte Auseinandersetzung mit Traumatisierungsfolgen wie selbstverletzendem Verhalten kann zur Heilung beitragen (Lewis und Seko 2016). Jenseits der möglichen Videowirkungen ist es auch als Qualitätsmerkmal zu werten, dass SKM-Betroffene auf YouTube die Möglichkeit haben, ihre Gedanken und Gefühle in genau der Weise öffentlich zu machen, wie sie es zum jeweiligen Zeitpunkt können und für richtig halten. Das Spektrum reicht von betroffenen Teenagern, die ihren Schmerz in melancholischen Non-Character-Videos ausdrücken, bis zu betroffenen Erwachsenen, die SKM im gesellschaftlichen Kontext reflektieren und eigene Fachvorträge auf YouTube hochladen, wie z.B. Andreas Huckele – Autor des 2011 unter dem Pseudonym Jürgen Dehmers erschienenen Buches „Wie laut soll ich denn noch schreien? Die Odenwaldschule und der sexuelle Missbrauch“ – auf seinem YouTube-Kanal „Andreas Huckele“.

Betrachtet man die Publikumsbeteiligung (Forschungsfrage 4), so zeigen die Aufrufzahlen, dass SKM-bezogene Videos von Betroffenen beim YouTube-Publikum auf Interesse stoßen (**Tab. 3**). Die Inhalte der Videokommentare deuten dabei nicht selten eher auf hilfreiche, denn auf schädliche Aneignungsweisen und Effekte hin: Es ist nicht untypisch, dass Zuschauerende in den Videokommentaren eigene Missbrauchserfahrungen teilen („Bei mir war's auch jemand in meiner Familie [...] und ich begegne ihr mindestens einmal in der Woche [...], es ist so schwer!“), sich gegenseitig Mut machen („Ich stecke gerade selbst in einem Gerichtsverfahren, aber deine Videos geben mir Hoffnung“), Anerkennung zollen („Meinen Respekt, du bist eine Heldin!“), Fürsorge zeigen („Hast du mittlerweile jemanden zum Reden gefunden?“), Informationen über hilfreiche Therapieangebote oder Anlaufstellen im Internet austauschen („Wenn du jemand kennst, der sachlich und fachlich korrekt bei dem Thema helfen kann, würde ich mich freuen“). Es sind aber auch unpassende und feindselige Videokommentare zu finden („Das ist so dumm, sowas ins Internet zu stellen, das hilft niemandem“; „Boah, ist das langweilig“).

SKM-bezogene Videoinhalte von Fachleuten

Mit einem Anteil von 14% der Videos im Sample sind Fachleute und Fachinstitutionen aus dem Bereich der SKM-bezogenen Prävention und Intervention unter den ersten YouTube-Treffern nicht unbeträchtlich vertreten (Forschungsfrage 1; **Tab. 2**). Wie bei allen Fachdiskursen stellt sich auch

im Kontext SKM die Frage, wem Fachexpertise zuzuschreiben ist und wem nicht. Teils finden sich auf YouTube Videos von etablierten Fachinstitutionen, etwa von *Wildwasser e. V.*, vom *UBSKM* oder vom Präventionsnetzwerk *Kein Täter werden* der Charité. Auch YouTube-Kanäle, die von ausgebildeten Sexualpädagogen betrieben werden, z. B. „61 Minuten Sex“ oder „Jungsfragen“ (Döring 2017b), behandeln zuweilen sexuellen Missbrauch in Kindheit und Jugend. Teils finden sich auf YouTube indessen auch Videos von Therapeut_innen, Coaches oder Heiler_innen, deren genaue Qualifikationen nicht direkt erkennbar oder einzuordnen sind. Diese Problematik zeigt sich in der deutsch- und in der englischsprachigen YouTube-Sphäre gleichermaßen.

Bei den von Fachleuten produzierten YouTube-Videos zum Thema SKM handelt es sich u. a. um Kampagnenbotschaften, um Dokumentationen über Facheinrichtungen, Interviews mit Fachleuten oder Tipps für Betroffene und Angehörige, also um Inhalte, die medial aufbereitet wurden (79%). Eine Minderheit der Videos (21%) stellen Mitschnitte von Tagungen oder Behandlungssitzungen dar (Forschungsfrage 2). Oftmals dienen die Videos den Fachleuten und Fachinstitutionen dazu, ihre Arbeit bekannt zu machen und auch für ihre Produkte (z. B. Bücher) und Dienste (z. B. Coachings, Seminare) zu werben.

Bei der Qualitätsbewertung der Videos (Forschungsfrage 3) ist die formale Qualifikation der Fachleute ein wichtiger Faktor, ebenso die Spezialisierung der Fachleute auf Prävention oder Intervention bei SKM. Übliche Qualitätsstandards im Bereich der Online-Gesundheitsinformationen verlangen ein Offenlegen der Qualifikationen (Döring 2017b), was auf YouTube oftmals nicht gegeben ist: Bei weniger als der Hälfte der Videos der Fachleute im Sample (49%) war eine entsprechende formale Qualifikation der Person oder Institution erkennbar. Hinsichtlich Beurteilung der Inhaltsqualität ist festzuhalten, dass es nicht schwerfällt, manchen Expertenvideos hohe Inhaltsqualität zuzuschreiben (z. B. Aufzeichnung einer Fachkonferenz), während bei anderen grundlegende Zweifel aufkommen, z. B. wenn im Video „Sexuellen Missbrauch heilen“ (2017, 28 Min.) von der Fachfrau empfohlen wird, die „fremde Energie“ von Missbrauchstäter_innen als „schwarze Wolke“ aus dem eigenen Energiefeld zu ziehen oder wenn im Video „Hypnose aufdeckend: Missbrauch in der Kindheit (Kurzfassung)“ (2016, 18 Min.) vom Fachmann unter Hypnose nahegelegt wird, die Klientin sei nunmehr in Sicherheit, denn sie habe den Missbrauchstäter „einfach umgebracht“.

Die Kommentare auf derartige Videos sind überwiegend positiv bis enthusiastisch („Ich bewundere Ihre großartige Arbeit“; „Danke, das Video ist wie Balsam“). Es gibt aber auch kritische Stimmen („Jemandem in einem hypnotischen Zustand zu suggerieren, jemanden umzubringen ist nicht wirklich förderlich“). Um genauer einzuschätzen, wie das Publikum sich die Videos aneignet (Forschungsfrage 4; **Tab. 3**), sind neben umfassenden Kommentar-Analysen in Zukunft auch Befragungen notwendig. Ebenso wären hier genauere Qualitätsanalysen der Videos durch ausgebildete Traumatherapeut_innen sinnvoll.

SKM-bezogene Videoinhalte von bekannten YouTuber_innen

Bekannte YouTuber_innen sind Medien-Profis, die nicht nur professionelle Videos bieten, sondern mit ihren Zuschauenden und Fans auf verschiedenen Social-Media-Kanälen ständig in engem Austausch stehen. Ihre Videos erzielen deswegen hohe Reichweiten und viele Nutzendenreaktionen. Im vorliegenden Sample sind zwar nur acht Videos von bekannten YouTuber_innen vertreten (Forschungsfrage 1), sie gehören aber zu den SKM-bezogenen Videos mit der größten Resonanz (**Tab. 3**).

Bei den acht Videos von bekannten YouTuber_innen im Sample handelt es sich durchgängig um Formate, die das Thema bei Dritten verorten und keine Offenbarung eigener Betroffenheit beinhalten (Forschungsfrage 2). Dabei sind Inhalt und Aufbereitung der Videos zur Hälfte reißerisch (Forschungsfrage 3), was vom Publikum teils goutiert, teils kritisiert wird (Forschungsfrage 4): Der YouTuber „LeFloid“ (3.1 Mio. Kanal-Abonnements) greift in seinen wöchentlichen Videos stets aktuelle Geschehnisse auf und ermuntert das Publikum zum Diskutieren in den Kommentaren. Sein Video „Axt-Attacke im Zug & Sexueller Missbrauch auf YouNow“ hat über 860 000 Aufrufe und sein Video „Sexueller Missbrauch über Whatsapp // Videospiel mit echtem Krieg verwechselt“ knapp 800 000 Aufrufe. In beiden Fällen wird SKM reißerisch angesprochen, wobei das Publikum teils zustimmend kommentiert, teils aber auch den „Bildzeitungs-Stil“ der Videos kritisiert. Die YouTuberin Jenny Define (41 000 Kanal-Abonnements) thematisiert in ihren Videos normalerweise Lifestyle-Themen, geht aber anlässlich der Zuschrift einer Zuschauerin auf sexuelle Gewalt ein. In dem Video „Sexueller Missbrauch und Vergewaltigung“ (11 000 Aufrufe) verliert sie die Zuschrift, die nicht nur einen Übergriff beschreibt, sondern auch Präventions- und Interventionsmöglichkeiten anspricht. In der Videobeschreibung sind zusätzlich Fachberatungsstellen verlinkt. Dieses Video gehört zu den 50% nicht-reißerischen, sachlichen Beiträgen dieser Anbietendengruppe. In den Videokommentaren wird sehr gelobt, dass die YouTuberin ein so wichtiges Thema strukturiert und empathisch aufgreift. In den Kommentaren werden weitere Tipps zur Prävention sexueller Gewalt geteilt („Ich hab letztes einen Selbstverteidigungs-Schnupperkurs gemacht, das war sehr interessant und hilfreich. Der wurde von meiner Krankenkasse gesponsert.“). Für das junge YouTube-Publikum sind die bekannten YouTuber_innen aus den Genres Nachrichten, Unterhaltung, Comedy, Beauty usw. wichtige Rollenmodelle. In einer separaten Studie könnte untersucht werden, wie speziell diese Gruppe von Videoproduzierenden sexuelle Gewalt und SKM thematisiert.

In den USA wird das Thema SKM von bekannten YouTuber_innen u. a. in Form von *Pranks* (Streichen) und *Social Experiments* (Sozialen Experimenten) behandelt. Dabei werden Missbrauchs-Szenarien inszeniert, angeblich unter dem Vorzeichen der Aufklärung. Der US-YouTuber Coby Persin (4.2 Mio. Kanal-Abonnements), zeigt in dem Video „The Dangers of Snapchat (Child Predator Experiment)“ (13 Mio. Aufrufe), wie er sich als junger Erwachsener auf der Messenger-App *Snapchat* als Teenager ausgibt und Treffen mit Min-

derjährigen verabredet. Wenn diese zum Treffen erscheinen, macht er ihnen vor laufender Kamera Vorwürfe wegen ihres Leichtsinns, schließlich hätten sie an einen Missbrauchstäter geraten können. Andere Videos versuchen, „Pädophile“ in die Falle zu locken oder inszenieren Entführungen. SKK ist ein YouTuber aus Deutschland (1.1 Mio. Kanal-Abos), der sich offenkundig an US-Vorbildern orientiert und in seinem Video „Mädchen wird entführt!“ (1.3 Mio. Aufrufe) mit mehreren männlichen Bekannten die Entführung seiner anscheinend ahnungslosen Freundin als Prank bzw. soziales Experiment inszeniert. Die Darstellung, wie das verzweifelt schreiende Mädchen gefesselt, sexuell aggressiv beschimpft und in den Kofferraum eines Autos gestoßen wird, während der Freund in die Kamera grinst, ist hinsichtlich seines Aufklärungswertes fragwürdig. In den Videokommentaren wird Kritik geäußert („Ich finde das ist kein Prank mehr! Hast du eigentlich nen Gehirnschaden!? An Janas Stelle hätte ich dich angezeigt!“; „Die Message ist misslungen“). Doch das Video hat 65 000 Likes und nur 5 000 Dislikes.

Da bekannte YouTuber_innen von ihren jungen Fans als Stars angesehen und bewundert werden, besteht die Gefahr des Machtmissbrauchs. Tatsächlich wurde bereits eine Reihe von YouTube-Stars beschuldigt, minderjährige Fans sexuell belästigt und missbraucht zu haben. Insbesondere im Jahr 2014 wurden mehrere solcher Fälle in Großbritannien diskutiert. Zu dem sog. „YouTube Sexual Abuse Scandal“⁴ gibt es diverse YouTube-Videos. Besonders bekannt ist das Video „Sam Pepper Exposed“ (mehr als 5 Mio. Videoaufrufe) der Sexuaufklärerin Lacy Green, in dem sie dem bekannten YouTuber Sam Pepper nicht nur seine sexuell belästigenden Pranks (z.B. „Ass Pinching Prank“), sondern auch sexuellen Missbrauch mehrerer Fans vorwirft, die sich bei ihr gemeldet hätten.

SKM-bezogene Videoinhalte von anderen Videoproduzierenden

Als fünfte und letzte Gruppe bleibt die der „anderen Videoproduzierenden“ zu beschreiben, von denen immerhin 19% der SKM-bezogenen Videos im Sample stammen (Forschungsfrage 1; **Tab. 2**). Rückschlüsse auf die Videoproduzierenden sind anhand der Videos selbst (z.B. Vorspann oder Abspann), der Videobeschreibungen, der Kanalnamen (sofern die Videoproduzierenden ihr Material auf eigenen YouTube-Kanälen hochladen) und der jeweiligen Kanalinfo möglich. Diese Hintergrundinformationen sind jedoch vor allem in der hier betrachteten Gruppe von Videoproduzierenden mit vielen Unschärfen verbunden. Aus den vorhandenen Informationen lässt sich dennoch schließen, dass es sich überwiegend um Einzelpersonen oder Organisationen handelt, die SKM-bezogene Videos in vier zentralen Formaten produzieren (Forschungsfrage 2): Videos im Werbeformat werben für illegale Download-Portale, auf denen man u.a. SKM-bezogene Fachliteratur bekommt (13% der 56 Videos in der Gruppe der „anderen Videoproduzie-

⁴ <https://knowyourmeme.com/memes/events/the-youtube-sexual-abuse-scandal>.

renden“). Videos im Kunstformat bieten eine künstlerische Auseinandersetzung mit dem Thema SKM (z. B. über Kurzfilme, Songs; 14%). Videos im Informationsformat wollen über SKM informieren und bereiten das Thema in unterschiedlicher Weise auf (über Statistiken, Interviews, Gesprächsrunden, Kommentare, *Science-Slam*-Vorträge; 30%). Videos im IdeologiefORMAT bilden die größte Untergruppe und behandeln das Thema SKM im Kontext einer Weltanschauung oder Ideologie (43%).

Betrachtet man insbesondere die ideologischen Videos genauer, so zeigt sich, dass diese SKM anführen, um eine anti-islamische, anti-christliche oder neurechte Ideologie zu untermauern. Derartige Videos sind teilweise im Stil von Nachrichtensendungen gestaltet, welche das Ziel haben, von den „Mainstream-Medien“ angeblich verschwiegene Wahrheiten ans Licht zu bringen. Ein solcher neurechter Kanal ist „klagemauerTV“ (über 44 000 Kanal-Abos), der im Video „Dramatische Folgen von Kindesmissbrauch“ (2017, 2 Min.) im Format einer Nachrichtensendung behauptet, dass der „Genderismus“ eine „möglichst frühzeitige Sexualisierung von Kindern“ fordere, die mit schädlichem Kindesmissbrauch gleichgesetzt wird. Der Kanal „Al Hayat TV Net“ (knapp 9 000 Kanal-Abos) besteht laut Kanalbeschreibung als „private Initiative und wurde von orientalischen Christen und Ex-Muslimen in Deutschland ins Leben gerufen“ mit dem Ziel der „Islam-Aufklärung“. Im Video „Sexueller Missbrauch im Islam“ (2016, 6 Min.) wird wiederum in der Aufmachung einer Nachrichtensendung argumentiert, „der Islam ist und bleibt ohne jeglichen Zweifel ein Förderer des Kindesmissbrauchs“.

Hinsichtlich der Qualitätsbewertung (Forschungsfrage 3) ist einerseits festzustellen, dass z. B. die ideologisch gefärbten Videos teilweise eine recht hohe Produktionsqualität aufweisen und auf den ersten Blick mit seriösen Nachrichtensendungen verwechselt werden könnten. Hinsichtlich der Inhaltsqualität wäre noch genauer zu analysieren, in welchem Maß die Videos zum einen falsche Behauptungen über SKM und zum anderen feindselige Positionen gegenüber unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen verbreiten.

Bezüglich Zuschauerengagement (Forschungsfrage 4; **Tab. 3**) zeigen sich große quantitative Unterschiede. So hat das oben genannte Video vom Kanal „klagemauerTV“ knapp 3 000 Aufrufe und 23 Kommentare (z. B. „Dieser Genderscheiß ist so schädlich für die kleine Kinderseele. Und der Schritt zur Pädophilie ist winzig.“). Das Video von „Al Hayat TV Net“ verzeichnet dagegen über 44 000 Aufrufe und 263 Kommentare (z. B. „Islam ist eine maßgeschneiderte Ideologie für Sadisten, Psychopathen & Menschen-schlächter. Je mehr man diese ‚Brüder‘ hätschelt, ihnen Moscheen & Koranschulen hinklotzt, desto mehr Gewalt & Hass erntet man!“). Insgesamt weisen die Videos dieser Gruppe jedoch im Vergleich zu den anderen vier Anbietendentypen die geringste Resonanz auf (**Tab. 3**). Die Beobachtung, dass das Missbrauchsproblem in öffentlichen Debatten teilweise ideologisch instrumentalisiert wird (Görgen und Fangerau 2017), trifft offenbar auch auf YouTube zu, wobei hier Extrempositionen besonders drastisch geäußert werden, und zwar sowohl in den Videos als auch den Videokommentaren.

Schlussfolgerungen für Forschung und Praxis

Wer auf YouTube nach „sexuellem Kindesmissbrauch“ oder nach „Child Sexual Abuse“ sucht, findet mehr als 17 000 deutschsprachige und 3.6 Millionen englischsprachige Videos (Stand: Mai 2018). Die vorliegende Pilotstudie hat Hinweise auf die Beschaffenheit der Videos geliefert, die unter den ersten 300 deutschsprachigen Suchtreffern auftauchen.

Die Aussagekraft der vorliegenden Studie unterliegt einigen Limitationen: Die Stichprobengröße der Videos ist begrenzt, die Analyse der Videos auf einzelne Aspekte beschränkt, und die Videokommentare wurden nur cursorisch betrachtet. Anschlussstudien könnten größere Stichproben von Videos bilden, bei der Videoauswahl heterogenere Suchbegriffe und bei der Videoauswertung ein breiteres Spektrum an Merkmalen qualitativ und/oder quantitativ untersuchen. Zudem sind Fragen der Nutzung und subjektiven Wirkung SKM-bezogener YouTube-Videos auch durch Befragungsstudien (Interview, Fragebogen) zu klären. Nicht zuletzt wären experimentelle Studien nützlich, die differentielle Effekte unterschiedlicher Videos messen. Weiterhin könnten Methoden und Befunde der Forschung über Social-Media-Kommunikation zu Vergewaltigungen (Stubbs-Richardson et al. 2018; Zaleski et al. 2016) fruchtbar gemacht werden.

Für die journalistische, beraterische und pädagogische Praxis lassen sich folgende Handlungsempfehlungen ableiten: Der Umstand, dass Mitschnitte massenmedialer Inhalte auf YouTube von den Nutzenden teilweise selbst hochgeladen und vergleichsweise oft angeklickt werden, kann Medienunternehmen und Journalist_innen ermutigen, ihre Beiträge gezielter auch über YouTube auszuspielen. Weiterhin wäre es wichtig, populäre SKM-bezogene Themen und Argumentationsmuster aus der YouTube- und sonstigen Online-Kommunikation journalistisch aufzugreifen. Ein Beispiel wäre das Thema ritueller bzw. organisierter sexueller Missbrauch (engl. *Ritual Abuse*; *Organized Abuse*), da es sich hier um Missbrauchsformen handelt, zu denen zwar Betroffenenberichte (z.B. zu rituellem Missbrauch in einer satanischen Sekte: Fröhlich 2015) und vereinzelte Interviewstudien mit Betroffenen existieren (Salter 2012), aber insgesamt sehr große Forschungslücken beklagt werden. Das Thema ritueller Missbrauch lässt sich leicht skandalisieren, politisch instrumentalisieren und spielt im Kontext aktueller Verschwörungstheorien eine große Rolle: Insbesondere „höchste Regierungskreise“ werden pauschal verdächtigt, „elitären Pädophilenringen“ anzugehören und rituellen oder organisierten Missbrauch zu begehen (z.B. *Pizzagate*, eine seit 2016 verbreitete Verschwörungstheorie, dergemäß die ehemalige US-Präsidentschaftskandidatin Hillary Clinton im Keller einer Washingtoner Pizzeria einen „Kinderpornoring“ betreibt, der rituellen Missbrauch und rituelle Morde begeht; vgl. Kline 2017). Auf YouTube kursieren Tausende von deutsch- und englischsprachigen Videos, die diese Verschwörungstheorie verbreiten (z.B. Hagen Grell: „Pizzagate – die pädophilen Eliten haben Angst“, 2016, 5 Min., 170 000 Aufrufe). Andererseits wurde das Thema ritueller bzw. organisierter Missbrauch in der öffentlichen Debatte oft pauschal negiert und als Hexenjagd oder Moralpanik abge-

tan (Salter 2017). Somit wäre eine faktenbezogene mediale Aufklärung über rituelle und organisierte Missbrauchsformen – jenseits von alarmistischen Verschwörungstheorien einerseits und pauschaler Verleugnung andererseits – besonders wichtig.

Fachberatungsstellen sind bereits vereinzelt mit SKM-bezogenem Content auf YouTube vertreten. Hier wäre ein größeres Engagement wünschenswert. Die Hürden bestehen jedoch bislang darin, dass Fachberatungsstellen personell und finanziell meist nicht auf regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit in Sozialen Medien eingestellt sind. Perspektivisch muss hier aber ein Wandel stattfinden, insbesondere um jüngere Zielgruppen zu erreichen.

YouTube fügt dem bisherigen öffentlichen Diskurs über sexuellen Kindesmissbrauch einen neuen Kommunikationsraum mit reduzierten Zugangshürden hinzu. Das betrifft die Produktion und Verbreitung von Videos sowie die Teilnahme am Diskurs über Videokommentare. Die Effekte sind zum jetzigen Zeitpunkt am besten mit der Metapher des „zweischneidigen Schwerts“ zu beschreiben: Einerseits sind potenziell nützliche Inhalte zu verzeichnen (z. B. hochwertige Dokumentationen aus dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen; authentische und Mut machende Beiträge von Betroffenen samt unterstützenden Videokommentaren), andererseits auch hochproblematische Videos und Kommentare. Im Rahmen pädagogischer Arbeit ist es deswegen sinnvoll, nicht nur besser über sexuellen Missbrauch an Kindern und Jugendlichen aufzuklären, sondern auch über den konstruktiven Umgang mit SKM-bezogenen YouTube-Videos und sonstigen Social-Media-Inhalten zu sprechen.

Literatur

- [AÖF] Verein Autonome Österreichische Frauenhäuser, Hrsg. *GewaltFREI Leben: Verantwortungsvolle Berichterstattung für ein gewaltfreies Leben. Anregungen zur medialen Prävention von Gewalt an Frauen und ihren Kindern*. Wien: AÖF 2014 [Als Online-Dokument: https://www.autonome-frauenhaeuser-zif.de/sites/default/files/report_attachment/interaktives_pdf_final_gewaltfrei_verantwortungsvolle_berichterstattung_a4_web.pdf]
- Barth J, Bermetz L, Heim E, Trelle S, Tonia T. The Current Prevalence of Child Sexual Abuse Worldwide: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Int J Public Health* 2013; 58: 469–483
- Bea M, Fröhling U. Wieder nur eine Skandalgeschichte? Zwischen Redaktionsalltag und den Wünschen Betroffener. In: Wildwasser e.V. Berlin, Hrsg. *Respekt und Würde: Sexuelle Gewalt als Thema in den Medien*. Bonn: Mebes & Noack 2007; 65–81
- [BKA] Bundeskriminalamt. *Auszug aus der Polizeilichen Kriminalstatistik 2016*. Wiesbaden: BKA 2017 [Als Online-Dokument: https://beauftragter-missbrauch.de/fileadmin/Content/pdf/Pressemitteilungen/2017/26_April/2_PKS_Laendervergleich-2016.pdf]
- Buchanan A. *Cycles of Child Maltreatment: Facts, Fallacies and Interventions*. Wiley Series in Child Care & Protection. Chichester: Wiley 1996
- Cheit RE, Shavit Y, Reiss-Davis Z. Magazine Coverage of Child Sexual Abuse, 1992–2004. *J Child Sex Abus* 2010; 19: 99–117
- Cromer LD, Goldsmith RE. Child Sexual Abuse Myths: Attitudes, Beliefs, and Individual Differences. *J Child Sex Abus* 2010; 19: 618–647
- Dart Centre Europe. *Covering Child Sexual Abuse*. New York, NY: Dart Centre 2016. [Als Online-Dokument: https://dartcenter.org/sites/default/files/covering_child_sexual_abuse_0.pdf]
- Dehmers, J. *Wie laut soll ich denn noch schreien? Die Odenwaldschule und der sexuelle Missbrauch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2011

- Dorfman L, Mejia P, Cheyne A, Gonzalez P. Case by Case: News Coverage of Child Sexual Abuse, 2007–2009. Berkeley, CA: Berkeley Media Studies Group 2011 [Als Online-Dokument: http://www.bmsg.org/sites/default/files/bmsg_issue19.pdf]
- Döring N. Die Bedeutung von Videoplattformen für die Gesundheitskommunikation. In: Rossmann C, Hastall M, Hrsg. Handbuch Gesundheitskommunikation: Kommunikationswissenschaftliche Perspektiven. Heidelberg: Springer 2016
- Döring N. Gesundheitskommunikation auf YouTube: Aktueller Forschungsstand. In: Scherenberg V, Pundt J, Hrsg. Digitale Gesundheitskommunikation. Zwischen Meinungsbildung und Manipulation. Bremen: Apollon University Press 2017a; 323–344
- Döring N. Online-Sexualaufklärung auf YouTube: Bestandsaufnahme und Handlungsempfehlungen für die Sexualpädagogik. Z Sexualforsch 2017b; 30: 349–367
- Fegert JM. Sexueller Missbrauch an Kindern und Jugendlichen. Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz 2007; 50: 78–89
- Fegert JM, Hoffmann U, Spröber N, Liebhardt H. Sexueller Missbrauch von Kindern und Jugendlichen. Aktuelle (fach-)politische Diskussion und Überblick über Definitionen, Epidemiologie, Diagnostik, Therapie und Prävention. Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz 2013; 56: 199–207
- Fowlds K. Shared Experiences and Collective Production: Note Card Confessions on YouTube. Master's thesis, College Station, TX: A & M University 2014 [Als Online-Dokument: <http://oaktrust.library.tamu.edu/handle/1969.1/154161>]
- Fröhlich U. Vater unser in der Hölle. Inzest und Missbrauch eines Mädchens in den Abgründen einer satanischen Sekte. München: mvg 2015
- Görgen A, Fangerau H. Deconstruction of a Taboo: Press Coverage of Sexual Violence against Children in Pedagogical Institutions in Germany 1950–2013. Media Cult Soc 2017; 57: 1–19
- Häuser W, Schmutzer G, Brähler E, Glaeser H. Misshandlungen in Kindheit und Jugend: Ergebnisse einer Umfrage in einer repräsentativen Stichprobe der deutschen Bevölkerung. Dtsch Arztebl Int 2011; 108: 287–294
- Hölling I. Empfehlungen für die Berichterstattung über sexuelle Gewalt. Im Mittelpunkt: Sensibler Umgang mit Frauen und Mädchen, die sexuelle Gewalt erlebt haben. In: Wildwasser e. V. Berlin, Hrsg. Respekt und Würde: Sexuelle Gewalt als Thema in den Medien. Bonn: Mebes & Noack 2007; 143–147
- Jones LM, Finkelhor D, Beckwith J. Protecting Victims' Identities in Press Coverage of Child Victimization. Journalism (Lond) 2010; 11: 347–367
- Jud A. Sexueller Kindesmissbrauch – Begriffe, Definitionen und Häufigkeiten. In: Fegert JM, Hoffmann U, König E, Niehues J, Liebhardt H, Hrsg. Sexueller Missbrauch von Kindern und Jugendlichen. Berlin, Heidelberg: Springer 2015; 41–49
- Jud A, Rassenhofer M, Witt A, Münzer A, Fegert JM. Häufigkeitsangaben zum sexuellen Missbrauch: Internationale Einordnung, Bewertung der Kenntnislage in Deutschland, Beschreibung des Entwicklungsbedarfs. Berlin: UBSKM 2016 [Als Online-Dokument: https://beauftragter-missbrauch.de/fileadmin/Content/pdf/Pressemitteilungen/Expertise_H%C3%A4ufigkeitsangaben.pdf]
- Kitzinger J. Transformations of Public and Private Knowledge: Audience Reception, Feminism and the Experience of Childhood Sexual Abuse. Fem Media Stud 2001; 1: 91–104
- Kitzinger J. Framing Abuse: Media Influence and Public Understanding of Sexual Violence against Children. London: Pluto Press 2004
- Kline J. C. G. Jung and Norman Cohn Explain Pizzagate: The Archetypal Dimension of a Conspiracy Theory. Psych Perspectives 2017; 60: 183–195
- Lewis SP, Heath NL, St Denis JM, Noble R. The Scope of Nonsuicidal Self-Injury on YouTube. Pediatrics 2011; 127: e552–e557
- Lewis SP, Seko Y. A Double-Edged Sword: A Review of Benefits and Risks of Online Nonsuicidal Self-Injury Activities. J Clin Psychol 2016; 72: 249–262
- Lonne B, Parton N. Portrayals of Child Abuse Scandals in the Media in Australia and England: Impacts on Practice, Policy, and Systems. Child Abuse Negl 2014; 38: 822–836
- Martinius J. Macht der Medien und ihrer Informanten. Monatsschr Kinderheilkd 2009; 157: 456–460
- Mejia P, Cheye A, Dorfman L. News Coverage of Child Sexual Abuse and Prevention, 2007–2009. J Child Sex Abus 2012; 21: 470–487
- Mendes, K, Ringrose, J, Keller, J. #MeToo and the Promise and Pitfalls of Challenging Rape Culture through Digital Feminist Activism. Eur J Women's Stud 2018; 25(2): 236–246

- [MNCASA] Minnesota Coalition against Sexual Assault. Reporting on Sexual Violence: A Guide for Journalists. St. Paul, MN: MNCASA 2013 [Als Online-Dokument: <http://gbvaor.net/wp-content/uploads/2015/03/Reporting-on-sexual-violence-A-guide-for-journalist-2013-.pdf>]
- Müller N, Nicolai EM. Zwischen gelungener und misslungener Kooperation: Unterschiedliche Sichtweisen auf die Zusammenarbeit mit einer Zeitung. In: Wildwasser e.V. Berlin, Hrsg. Respekt und Würde: Sexuelle Gewalt als Thema in den Medien. Bonn: Mebes & Noack 2007; 111–118
- Nagel, B., Kavemann, B. Umfrage zu Erwartungen von Betroffenen sexuellen Missbrauchs in Kindheit und Jugend an die Unabhängige Kommission zur Aufarbeitung sexuellen Kindesmissbrauchs. Ergebnisse der zweiten Fragebogenerhebung. Berlin: SoFFI F. 2018 [Als Online-Dokument: http://erwartungaufarbeitung.de/sites/default/files/users/user16/Ergebnisse_zweiter%20Fragebogen_Studie_Erwartungen_an_Aufarbeitung.pdf]
- Salter M. The Role of Ritual in the Organised Abuse of Children. *Child Abuse Rev* 2012; 21: 440–451
- Salter M. Organised Sexual Abuse in the Media. In: Pontel H, Hrsg. *Oxford Research Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice*. Oxford: Oxford University Press 2017; doi 10.1093/acrefore/9780190264079.013.113
- Scheufele B. Sexueller Missbrauch: Mediendarstellung und Medienwirkung. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2005
- Scheufele B. Sexueller Missbrauch und Medien – Ausgewählte Fragen aus Sicht der Kommunikationswissenschaft. In: Stompe T, Schanda H, Hrsg. *Sexueller Kindesmissbrauch und Pädophilie: Grundlagen, Begutachtung, Prävention und Intervention – Täter und Opfer*. 2. Auflage. Berlin: Medizinisch Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft 2017; 417–454
- Schindler J. Der Lack ist ab. *Frankfurter Rundschau* 17.11.1999
- Schindler J. Sexueller Missbrauch an Elite-Schule: „Sexuelle Dienstleister“. *Frankfurter Rundschau* 06.03.2010
- Simon J, Willeke S. Missbrauch am Odenwald-Internat. Das Schweigen der Männer. *DIE ZEIT* 25.03 2010
- Stompe T. Sexueller Kindesmissbrauch im Film. In: Stompe T, Schanda H, Hrsg. *Sexueller Kindesmissbrauch und Pädophilie: Grundlagen, Begutachtung, Prävention und Intervention – Täter und Opfer*. 2. Auflage. Berlin: Medizinisch Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft 2017; 399–416
- Stubbs-Richardson M, Rader NE, Cosby AG. Tweeting Rape Culture: Examining Portrayals of Victim Blaming in Discussions of Sexual Assault Cases on Twitter. *Fem Psychol* 2018; 28: 90–108
- Weatherred JL. Child Sexual Abuse and the Media: A Literature Review. *J Child Sex Abus* 2015; 24: 16–34
- Weatherred JL. Framing Child Sexual Abuse: A Longitudinal Content Analysis of Newspaper and Television Coverage, 2002–2012. *J Child Sex Abus* 2017; 26: 3–22
- Wildwasser e.V. Berlin, Hrsg. Respekt und Würde: Sexuelle Gewalt als Thema in den Medien. Bonn: Mebes & Noack 2007
- Zaleski KL, Gundersen KK, Baes J, Estupinian E, Vergara A. Exploring Rape Culture in Social Media Forums. *Comput Hum Behav* 2016; 63: 922–927

Korrespondenzadresse

Prof. Dr. phil. Nicola Döring
 Technische Universität Ilmenau
 Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft
 Ehrenbergstr. 29 (EAZ 2217)
 98693 Ilmenau
 Nicola.Doering@tu-ilmenau.de