

HAMBURGER IMPULSE ZUR DEPOLARISIERUNG MEDIALER DEBATTEN

Eine ungebremste Polarisierung medialer Debatten droht der Demokratie Schaden zuzufügen: Die notwendige Auseinandersetzung zwischen verschiedenen Standpunkten kann in einen kommunikativen Grabenkampf feindlich gesinnter Gruppen umschlagen. Wie kann der Journalismus, wie können Moderator:innen in digitalen Netzwerken mit dieser Situation umgehen?

Die Hamburger Impulse, gemeinsam entwickelt von Wissenschaftler:innen und Vertreter:innen aus Journalismus, Community-Management und Zivilgesellschaft, wollen dazu Denkanstöße geben.

Wie Journalismus mit polarisierten Debatten umgehen kann:

Impuls 1: Journalismus sollte gesellschaftliche Konflikte und auch radikale Ideen aufgreifen – wenn diese relevante Probleme produktiv adressieren und nicht gegen Grundwerte der Demokratie verstoßen.

Impuls 2: Journalistische Berichterstattung sollte die gesamtgesellschaftliche Suche nach Lösungen für Probleme in den Vordergrund rücken, statt vor allem Konfliktpotential auszuloten.

Impuls 3: Journalistische Berichterstattung kann das Bewusstsein für die Dilemmata politischer Entscheidungen schärfen.

Impuls 4: Journalistische Berichterstattung sollte klar zwischen überprüfbaren Fakten und politischen Meinungen unterscheiden. Falsche Tatsachenbehauptungen sollten richtiggestellt oder erst gar nicht zitiert werden.

Impuls 5: Journalistische Berichterstattung über Polarisierung und Konflikte sollte wissenschaftliche Daten über Kontroverse und Konsens in einer Gesellschaft widerspiegeln.

Impuls 6: Journalistisches Erzählen sollte prüfen und offenlegen, ob die dargestellten Verhaltensweisen und Zusammenhänge repräsentativ für die jeweilige Gruppe sind oder einen verzerrten Blick auf die Welt eröffnen.

Impuls 7: Journalistisches Storytelling sollte den Lesenden nicht nur Identifikation, sondern auch Distanz ermöglichen.

Impuls 8: Medienorganisationen können über Berichterstattung hinausgehen und das Publikum ins Gespräch bringen.

Wie Community-Management mit polarisierten Debatten umgehen kann:

Impuls 1: Diskussionen müssen aktiv moderiert werden, damit sie nicht übermäßig polarisieren.

Impuls 2: Die polarisierende Dynamik in Kommentarbereichen und auf sozialen Medien ist weniger durch Echokammern als durch Grabenkämpfe gekennzeichnet. Moderation sollte versuchen, Grabenkämpfe zu entschärfen.

Impuls 3: Moderation sollte vielfältig erfolgen: regulierend, unterstützend, bestärkend und zuhörerorientiert.

Impuls 4: Für die Moderation braucht es professionelle Moderator:innen und Ressourcen.

Impuls 5: Der Erfolg der Moderation sollte evaluiert werden. Neben der Reichweite sollten Metriken zur Messung der Qualität der hervorgerufenen Diskussionen entwickelt werden.

Impuls 6: Menschliche Moderation hat ihre Grenzen. Deshalb ist der unterstützende Einsatz von KI sinnvoll – sofern er sich an grundlegenden gesellschaftlichen Werten orientiert.

Impuls 7: Moderation ist nur ein Gestaltungsmerkmal. Zusätzlich sollten Redaktionen mit anderen Maßnahmen experimentieren, die durchdachte und sachbezogene, statt nur schnelle emotionale Reaktionen fördern.

Autor:innen:

Michael Brüggemann (Universität Hamburg), **Hartmut Wessler** (Universität Mannheim), **Ashley Muddiman** (University of Kansas), **Fritz Breithaupt** (Indiana University), **Shota Gelovani** (Universität Mannheim), **Mike Farjam** (Universität Hamburg), **Hendrik Meyer** (Universität Hamburg), **Louisa Pröschel** (Universität Hamburg)

Wir bedanken uns herzlich bei den Teilnehmer:innen des Workshops, die im Rahmen dessen durch ihre Denkanstöße, fachliche Expertise und kritisches Feedback die Entstehung der Hamburger Impulse zur Depolarisierung medialer Debatten maßgeblich unterstützt haben.

Workshop-Teilnehmer:innen:

Elisabeth Weidinger (Das NETTZ - Vernetzungsstelle gegen Hate Speech), **Jeremie Gagné** (More in Common), **Stefan Schmitt** (DIE ZEIT), **Friedemann Schulz von Thun** (Schulz von Thun-Institut für Kommunikation in Hamburg), **Anja Reschke** (ARD), **Judith Kösters** (Hessischer Rundfunk), **Marie-Luise Goldmann** (WELT), **Thomas Klein** (Hessischer Rundfunk), **Marc Ziegele** (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf), **Thomas Schnedler** (Netzwerk Recherche), **Vivian Pein** (Social Media und Community Management), **Inka Zimmermann** (Mitteldeutscher Rundfunk), **Florian Zinner** (Mitteldeutscher Rundfunk), **Lena Bäcker** (ZEIT Online), **Katharina Schiele** (Norddeutscher Rundfunk), **Jan-Hinrik Schmidt** (Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut), **Felix Victor Münch** (Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut), **Leonie Sanke** (Süddeutsche Zeitung), **Friederike Gräff** (taz)

Bei Fragen und Rückmeldungen wenden Sie sich bitte an

Prof. Dr. Michael Brüggemann (michael.brueggemann@uni-hamburg.de) oder
Louisa Pröschel (louisa.proeschel@uni-hamburg.de)