

## HAMBURGER IMPULSE ZUR DEPOLARISIERUNG MEDIALER DEBATTEN

Aktuelle mediale Debatten um Themen wie Klimaschutz, Einwanderung oder den Nahostkonflikt sind von Aggression und extremen Stimmen geprägt. Auf digitalen Netzwerken, aber auch in der journalistischen Berichterstattung erscheinen gesellschaftliche Verständigung und eine gemeinsame Suche nach Lösungen für gesellschaftliche Probleme kaum mehr möglich. Wenn öffentliche Debatten politische Entscheidungsfindung verunmöglichen, statt Politik kritisch und konstruktiv zu begleiten, dann nimmt auch die Demokratie Schaden. Zunehmend geben Menschen ihrer Frustration dadurch Ausdruck, dass sie rechtsextreme, antidemokratische Parteien wählen. Die mediale Vermittlung von Politik in Form polarisierender Debatten trägt ihren Teil dazu bei, dass Politik nicht als gemeinsame Suche nach Lösungen, sondern als ritueller Schlagabtausch extremer Stimmen wahrgenommen wird.

An diesem Problem setzten die Hamburger Impulse zur Depolarisierung medialer Debatten an. Auf Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse und praktischer Erfahrungen haben Wissenschaftler:innen, Journalist:innen, Community-Manager:innen und Vertreter:innen zivilgesellschaftlicher Organisationen Empfehlungen entwickelt, wie journalistische Berichterstattung und Moderation zu einer besseren Debattenkultur beitragen können. Diese Ideen sind als Denkanstoß gedacht, als Einladung, die eigene Rolle zu reflektieren und zu je eigenen Schlüssen für die persönliche Berufspraxis zu kommen. Ausgangspunkt dieses Papiers sind die Arbeit des Programms „[Depolarizing Public Debates: Developing the Tools for Transformative Communication](#)“ und ein gemeinsamer Workshop am The New Institute in Hamburg. Ziel ist die Depolarisierung von Debatten, ohne die Vielfalt und den Wettstreit verschiedener Ideen zu beschneiden.

Polarisierung bedeutet die Spaltung der Gesellschaft in Gruppen, die in den grundlegendsten gesellschaftlichen Fragen nicht übereinstimmen und sich gegenseitig nicht mehr als legitime Teilnehmer:innen an einer gemeinsamen Debatte betrachten. Dies ist besonders dann ein Problem, wenn die Themen alle betreffen und gemeinsame Lösungen verlangen. Übermäßige Polarisierung erschwert oder blockiert politische Problemlösung, was wir aktuell besonders bei Debatten zum Klimaschutz beobachten können.

Polarisierung im Sinne der Entwicklung von klaren Alternativen, die von bestimmten Akteuren vertreten werden, ist produktiver Teil von Demokratie. Kontroverse Debatten, über die journalistisch berichtet wird, oder die sich in digitalen Netzwerken oder den Kommentarspalten der Medien entfalten, gehören zur Demokratie. Für bestimmte Herausforderungen, wie den Klimaschutz, liegen Lösungen auch nicht irgendwo in der Mitte zwischen zwei Extremen: Ein bisschen Klimaschutz wird nicht reichen. Man muss also auch radikale Ideen diskutieren. Auch dass in der Auseinandersetzung Emotionen hochkochen können, ist unvermeidlicher Teil von engagierter Auseinandersetzung.

Was eine demokratische Kultur nicht befördert, ist eine übermäßige affektive Polarisierung. Diese zeigt sich in zunehmenden Anfeindungen zwischen Gruppen, dem Ausblenden von moderaten Stimmen oder dem Ignorieren von kreativen Lösungen jenseits einer zugespitzten Pro- und Contra-Debatte. In derartigen Debatten wählen die Teilnehmenden und das Publikum jeweils ihre Seite und ignorieren oder dämonisieren dann die jeweils andere. An diesen Fehlentwicklungen setzen unsere Vorschläge an.

Das Ziel sollte ein lebendiger Austausch sein, der sich durch Zuhören auszeichnet und es Mediennutzenden ermöglicht, über gegensätzliche Positionen nachzudenken und sich mit ihnen auseinanderzusetzen. Das kann zu einer Übereinstimmung in Teilfragen führen oder zu begründetem Dissens. Demokratisches Zuhören kann auch den gegenseitigen Respekt fördern und so schädliche Formen der Polarisierung abschwächen.

**Wie sollte Journalismus mit hoch polarisierten Debatten umgehen, sowohl in der Berichterstattung als auch in der Rolle als Moderator:in von Debatten, zum Beispiel in den Kommentarspalten von Online-Artikeln? Was sollten Plattform-Anbieter tun?**

Polarisierung ist ein Prozess des Auseinanderbrechens, der durch mediale Kommunikation befeuert oder eingeehrt werden kann. Polarisierend sind mediale Debatten, die nicht den Anliegen anderer Gruppen, sondern dem provozierenden Auftreten ihrer extremsten Vertreter:innen die meiste Aufmerksamkeit widmen. Nicht nur die Politik, sondern auch der Journalismus prägt Debatten durch Framing (Um was geht es, welche Probleme und Lösungen werden diskutiert?) und Narration (Welche und wessen Geschichten werden erzählt?). Betreiber von digitalen Netzwerken und Foren können durch Ranking, Löschen oder Moderieren in Debatten eingreifen. Vieles passiert auch schon: Plattformen und Medienhäuser engagieren sich beim Löschen illegaler Inhalte oder durch Fact-Checking und der Identifikation von Falschinformationen. Vieles, was wir hier fordern, wird schon gemacht. Wir sind aber auch der Überzeugung, dass noch mehr geht. Zumindest können die folgenden Impulse als Ermunterung gelesen werden, dass man bereits auf dem richtigen Weg ist.

Dieses Dokument versteht sich nicht als letzte Wahrheit, sondern als Sammlung von Impulsen zur konstruktiven Gestaltung von medialen Diskussionen und journalistischer Berichterstattung. Wir sind an der Verbesserung und Ergänzung der hier gelisteten Vorschläge interessiert und bitten um konstruktive Kritik. Wir werden im Jahr 2025 eine überarbeitete Version dieser Vorschläge erstellen.

## Wie Journalismus mit polarisierten Debatten umgehen kann:

**Impuls 1:** Journalismus sollte gesellschaftliche Konflikte und auch radikale Ideen aufgreifen – wenn dieser relevante Probleme produktiv adressiert und nicht gegen Grundwerte der Demokratie verstößt.

Bestehende Konflikte und weitreichende, vermeintlich zu radikale Positionen in Debatten einfach auszublenden, ist kein geeignetes Mittel zur Depolarisierung. Denn Wahrheit und Lösungen liegen nicht immer in der Mitte (Boudana, 2015). Konfliktträchtige normative Fragen, wie die der Verteilungsgerechtigkeit oder die von Freiheit und moralischen Pflichten, sind zwar Triggerpunkte für Polarisierung (Mau et al., 2024), lassen sich aber nicht einfach ausblenden. Politische Probleme lassen sich nicht auf rein technische Fragen und Lösungen reduzieren (Pepermans & Maesele, 2016). Die Diskussion radikaler Lösungsvorschläge findet allerdings da ihre Grenzen, wo sie Werte wie Menschenwürde und Grundrechte verletzen.

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

Berichterstattung erfolgt häufig durch Konflikt-Framing: Prominente Stimmen stehen sich mit aggressiven Statements gegenüber (Semetko & Valkenburg, 2000; Wagner & Gruszczynski, 2018). „Polarizing figures“ (Slater & Arugay, 2018) oder „Polarisierungsunternehmer“ (Mau et al., 2024) werden durch mediale Aufmerksamkeit belohnt. Stattdessen kann Berichterstattung gezielt den Akteuren eine Stimme geben, die Brücken bauen und Problemlösungen vorschlagen. Der Lösungs-Frame diskutiert vor allem das „wie und nicht das ob“, bei allgemein geteilten Zielen wie dem Klimaschutz oder Asylrecht. Das erlaubt eine pluralistische, kontroverse, aber auch konstruktive Debatte.

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

Hinter eskalierenden Debatten stehen manchmal Wertkonflikte, bei denen zwischen verschiedenen Gütern abgewogen werden muss (zum Beispiel, wenn eine Bahnstrecke durch ein Naturschutzgebiet führen soll). Journalismus kann diese Dilemmata politischen Handelns deutlich machen und so den Mediennutzenden ermöglichen, ein besseres Verständnis für den politischen Entscheidungsprozess zu entwickeln (Pörksen & Schulz v. Thun, 2020). Das Ergebnis von politischen Güterabwägungen lässt sich trotzdem auch kritisieren.

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

Der Forschungsprozess mit seiner kritischen Diskussion von Unsicherheiten wird zuweilen als Versagen von Wissenschaft oder als Duell konkurrierender Wissenschaftler:innen dargestellt (Beispiel: Covid-19). Stattdessen lassen sich wissenschaftliche Debatten auch als „Pluralist search for consensus“ (Fahy, 2018) framen. Zum Teil werden Fakten auch zu Meinungen reduziert, bei denen man dann auch „die andere Seite“ (Leugner:innen von Fakten) zu Wort kommen lässt. Dies führt zu „False Balance“ (Boykoff & Boykoff, 2004). Alternativen sind eine kontextualisierende Berichterstattung („interpretive reporting“, Brüggemann & Engesser, 2016) und die explizite Benennung von Falschinformation und wissenschaftlichem Konsens (Merkley, 2020).

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

Medienberichterstattung beschreibt die Gesellschaft zuweilen als tief gespalten zwischen immer extremeren Gruppen. Dies trifft aber so allgemein formuliert auf die deutsche Gesellschaft nicht zu (z. B. Mau et al., 2024). Selbst in stärker polarisierten Gesellschaften wie den USA gibt es das Phänomen der „false polarization“: Durch mediale Debatten werden falsche Wahrnehmungen verbreitet, z. B. dazu wie extrem Einstellungen von Gruppen auseinanderliegen (Levendusky & Malhotra, 2016; Wilson et al., 2020). Journalismus sollte also auch hier die Fakten recherchieren und kann auch auf Bereiche des Konsenses in der öffentlichen Meinung hinweisen (auch auf spielerische Weise: Quiz über die öffentliche Meinung: Was glauben Sie, wie viel Prozent der Republikaner den Klimawandel leugnen?, Scacco et al., 2016).

**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.

Der berichtete Fall des oder der Einzelnen mag sachlich richtig sein, impliziert aber oft eine falsche Verallgemeinerung. „Zwei Klima-Kleber fliegen im Urlaub nach Bali – so scheinheilig sind alle von denen.“ Dies führt dazu, dass Konflikte affektiv aufgeladen werden (Gottschalk, 2017) und über sympathische oder unsympathische Personen geurteilt wird, statt über faktische Zusammenhänge zu sprechen (Bloom, 2016).

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

Menschen neigen bei Konflikten dazu, schnell Partei für eine der beteiligten Personen zu ergreifen und sich mit ihr zu identifizieren. Das führt zu einseitiger Aufmerksamkeit und dem Ignorieren anderer Perspektiven (Woodward et al., 2024; Simas et al., 2020; Breithaupt, 2017). Es wird empfohlen, eine Geschichte nicht nur aus einer Perspektive zu erzählen, vorsichtig mit schematischen Erzählmustern (etwa Opfernarrativ; Heldengeschichte) umzugehen und auch mögliche Gemeinsamkeiten zwischen verschiedenen Perspektiven darzustellen.

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

Viele Redaktionen sehen ihre Aufgabe im Community Engagement, um das Publikum an die eigene Marke zu binden. Sie können aber auch Nutzer:innen ins Gespräch miteinander bringen, auf individueller oder lokaler Ebene (z. B. My Country Talks/Deutschland spricht). Dies kann Verständigung ermöglichen und die Bindung an die journalistische Marke stärken.

## Wie Community-Management mit polarisierten Debatten umgehen kann:

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

Um schädlichen Polarisierungstendenzen in Diskussionen entgegenzuwirken, braucht es engagierte und konsequente Community-Moderation. Diese sollte klare Richtlinien aufstellen, die an die Kommunikationsgepflogenheiten der jeweiligen Zielgruppe und Plattform angepasst sind und von Moderationsteams konsequent umgesetzt werden. Eine solche Community-Moderation kann auch dem Trend entgegenwirken, dass sich Menschen mit gemäßigter Meinung zunehmend aus Online-Diskussionen zurückziehen (Das NETTZ, 2024; Ziegele et al., 2019).

**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.

Polarisierte Mediennutzende lassen sich ihre Meinung von Gleichgesinnten bestätigen, schotten sich aber von gegenläufigen Informationen nicht komplett ab. Sie nehmen die online prominenten extremen Stimmen der anderen Seite wahr und begegnen diesen feindlich (Brüggemann et al., 2020; Bail, 2021). In solchen Grabenkampf-Situationen reicht es nicht aus, polarisierten Mediennutzenden Informationen mit gegenteiliger Meinungstendenz zuzuspielen. Wegen der feindlichen Stimmung in Grabenkämpfen können Informationen der jeweiligen Gegenseite die Polarisierung der Nutzenden sogar noch verstärken, statt sie abzuschwächen (Karlsen et al., 2017; Bail et al., 2018; Törnberg, 2022).

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

Gute Moderation kann mehr, als strafrechtlich relevante Äußerungen zu entfernen. Studien belegen die Relevanz von vielfältigen Moderationsstilen (Ksiazek & Springer, 2020; Ziegele et al., 2018/2019), um wünschenswerte Verhaltensweisen in der Community zu verstärken. Eine Fokusverschiebung weg von einer Moderation, die primär problematische Äußerungen sanktioniert (regulierend), hin zu einer unterstützenden und bestärkenden Moderation konstruktiver Beiträge wirkt sich positiv auf die wahrgenommene Diskursqualität aus (Masullo et al., 2022; Ziegele et al., 2021). Moderator:innen können zudem mit Moderationsstilen experimentieren, die demokratisches Zuhören fördern, indem sie zum Beispiel gegenläufige Informationen mit Anreizen zum Zuhören begleiten, Nutzende zu inhaltlicher Auseinandersetzung und Perspektivenübernahme sowie zum Austausch persönlicher Erfahrungen selbst in hitzigen Debatten ermutigen.

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

Community-Management ist keine Aufgabe, die nebenbei erledigt werden kann. Es ist ein klar definiertes Aufgabenprofil (Pein, 2016), das entsprechende Kompetenzen und Ressourcen voraussetzt (Riedl, 2023). Die Arbeitgebenden müssen sicherstellen, dass Menschen in diesen Rollen mindestens über eine Grundausbildung in Moderation verfügen und regelmäßig geschult werden. Darüber hinaus muss das psychologische Gefährdungspotential der Moderation von hasserfüllten und grenzverletzenden Beiträgen (siehe z. B. Newton, 2019 oder BVCM Studie, 2023) arbeitsschutzrechtlich berücksichtigt werden.

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

Die Reichweite eines Beitrages ist für sich genommen kein adäquater Messwert, um den Erfolg der Moderation oder die Qualität von Online-Diskussionen zu beurteilen. Vielmehr müssen hier Metriken entwickelt werden, die den Beitrag der Community-Moderation für einen ausgewogenen Diskurs nachweisen und eine qualitative Beurteilung der hervorgerufenen Diskussion ermöglichen. Dazu gehören beispielsweise der Polarisierungsgrad, das Maß des respektvollen Austauschs und des gegenseitigen Verständnisses. Vorschläge aus der Journalismus- und Deliberationsforschung können Ausgangspunkt für Kooperationen zwischen Medienorganisationen und Wissenschaft sein, die eine umfassendere Evaluation von Online-Diskussionen ermöglichen (Risch et al., 2020; Behrendt et al., 2024).

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

Künstliche Intelligenz kann das Community-Management bei der Skalierung von Moderation unterstützen, indem sie Kommentare vorsortiert, eindeutig rechtswidrige Kommentare verbirgt oder meldet, Antwortoptionen vorschlägt sowie auffällige Nutzende und Verhaltensweisen erkennt (Wojcieszak et al., 2021; Wilms et al., 2024). Dabei ist sowohl aus technischen als auch ethischen Gründen ein kritischer Umgang mit KI notwendig. Zum Beispiel müssen Trainingsdaten und Algorithmen bekannt sein und die Interventionen der KI müssen regelmäßig durch Menschen überprüft werden. Darüber hinaus ist ein transparenter Umgang mit dem Einsatz von KI gegenüber der Community wünschenswert.

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

Moderator:innen können kreativ werden, um neue Formen der Diskussion zu erproben. Zum Beispiel könnten klassische, emotional aufgeladene Reaktionsknöpfe durch Schaltflächen ersetzt werden, die auf das Zuhören ausgerichtet sind. Hier sind Buttons möglich, durch die beispielsweise Respekt für eine andere Meinung (Stroud et al., 2017) oder Dankbarkeit für eine wertvolle Anregung bekundet werden kann. So werden Praktiken des Zuhörens in Online-Diskussionen besser sichtbar gemacht. Dieser Ansatz, nicht den Ausdruck schneller Emotionen, sondern das „Hören“ zu markieren, könnte auch ein Kriterium für das Ranking von Beiträgen sein.

**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 Bäuker** (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](mailto:michael.brueggemann@uni-hamburg.de)) oder  
Louisa Pröschel ([louisa.proeschel@uni-hamburg.de](mailto:louisa.proeschel@uni-hamburg.de))

## Quellenverzeichnis

Anderson, A. A., Brossard, D., Scheufele, D. A., Xenos, M. A., & Ladwig, P. (2014). The “nasty effect”: Online incivility and risk perceptions of emerging technologies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *19*, 373–387.

Argyle et al. L.P., Bail, C.A., Busby, E.A., Gublera, J.R., Howe, T., Rytting, C., Sorensen, T., & Wingate, D. (2023). Leveraging AI for democratic discourse: Chat interventions can improve online political conversations at scale. *PNAS*, *120*(41). <https://doi.org/10.1073/pnas.2311627120>

Bail, C.A., Argyle, L.P., Brown, T.W., Bumpus, J.P., Chen, H., Fallin Hunzaker, M.B., Lee, J., Mann, M., Merhout, F., & Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *PNAS*, *115*(37), 9216–9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>

Behrendt, M., Wagner, S. S., Ziegele, M., Wilms, L., Stoll, A., Heinbach, D., & Harmeling, S. (2024). AQuA--Combining experts' and non-experts' views to assess deliberation quality in online discussions using LLMs. *arXiv preprint arXiv:2404.02761*.

Bloom, P. (2017). *Against empathy: The case for rational compassion*. Random House.

Bode, L., & Vraga, E. K. (2015). In related news, that was wrong: The correction of misinformation through related stories functionality in social media. *Journal of Communication*, *65*, 619–638. <https://doi.org/10.1111/jcom.12166>

Boudana, S. (2015). Impartiality is not fair: Toward an alternative approach to the evaluation of content bias in news stories. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884915571295>

Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: Global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, *14*(2), 125–136. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001>

Breithaupt, F. (2017). *Die dunklen Seiten der Empathie*. Suhrkamp.

Breithaupt, F. (2022). *Das narrative Gehirn: Was unsere Neuronen erzählen*. Suhrkamp.

Breithaupt, F., Li, B., & Kruschke, J. K. (2022). Serial reproduction of narratives preserves emotional appraisals. *Cognition & Emotion*, *36*(4), 581–601.

Brüggemann, M., & Engesser, S. (2017). Beyond false balance: How interpretive journalism shapes media coverage of climate change. *Global Environmental Change*, *42*, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2016.11.004>

Das NETTZ; Kompetenznetzwerks gegen Hass im Netz (Hrsg.) (2024). *Lauter Hass – leiser Rückzug. Wie Hass im Netz den demokratischen Diskurs bedroht. Ergebnisse einer repräsentativen Befragung*. Berlin. [https://kompetenznetzwerk-hass-im-netz.de/download\\_lauterhass.php](https://kompetenznetzwerk-hass-im-netz.de/download_lauterhass.php)

Evertz, K., & Evertz, S. (2023). *Social Media und Community Management – BVCM-Studie 2023*. Nordkirchen: Bundesverband Community Management e. V. – für Social Media und digitale Kommunikation.

Fahy, D. (2018). Objectivity as trained judgment: How environmental reporters pioneered journalism for a “post-truth” era. *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, *12*(7), 855–861. <https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1495093>

Farjam, M., & Bravo, G. (2024). Do you really believe that? The effect of economic incentives on the acceptance of real-world data in a polarized context. *Royal Society Open Science*, 11(4), 240252.

Gottschall, J. (2021). *The story paradox: How our love of storytelling builds societies and tears them down*. Basic Books.

Jackson, S. J., & Kreiss, D. (2023). Recentering power: Conceptualizing counterpublics and defensive publics. *Communication Theory*, 33(2-3), 102-111.

Jennings, J., Stroud, N. J., & Van Duyn, E. (2018). Chicago news landscape. *Center for Media Engagement*. <https://mediaengagement.org/research/chicago-news-landscape/>

Karlsen, R., Steen-Johnsen, K., Wollebæk D., & Enjolras, B. (2017). Echo chamber and trench warfare dynamics in online debates. *European Journal of Communication*, 32(3), 257–273. <https://doi.org/10.1177/0267323117695734>

Kashima, Y. (2000). Maintaining cultural stereotypes in the serial reproduction of narratives. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(5), 594-604.

Ksiazek, T. B., & Springer, N. (2020). *User comments and moderation in digital journalism: Disruptive engagement*. Routledge.

Levendusky, M., & Malhotra, N. (2016). Does media coverage of partisan polarization affect political attitudes? *Political Communication*, 33(2), 283–301. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1038455>

Masullo, G. M., Riedl, M. J., & Huang, Q. E. (2022). Engagement moderation: What journalists should say to improve online discussions. *Journalism Practice*, 16(4), 738-754.

Masullo, G. M., Tenenboim, O., & Lu, S. (2021). “Toxic atmosphere effect”: Uncivil online comments cue negative audience perceptions of news outlet credibility. *Journalism*, 24, 101–119. <https://doi.org/10.1177/14648849211064001>

Masullo, G. M., Gonçalves, J., Weber, I., Laban, A., Torres da Silva, M. & Hofhuis, J. (Juni, 2021). How the public views deletion of offensive comments. *Center for Media Engagement*. <https://mediaengagement.org/research/how-the-public-views-deletion-of-offensive-comments>

Mau, S., Westheuser, L., & Lux, T. (2024). Triggerpunkte: Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft. *Suhrkamp*.

Meyer, H., Rauxloh, H., Farjam, M., & Brüggemann, M. (2023). From disruptive protests to discursive polarization? Comparing German news on Fridays for Future and Letzte Generation. *OSF Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/jkaw8>

Muddiman, A. (2024). Robust comment sections need robust resources. *Journal of Media Ethics*, 39(2), 135–136. <https://doi.org/10.1080/23736992.2021.1976646>

Newton, C. (2019). The trauma floor: The secret lives of Facebook moderators in America. *The Verge*. <https://www.theverge.com/2019/2/25/18229714/cognizant-facebook-content-moderator-interviews-trauma-working-conditions-arizona>

Pein, V. (2016). Bundesverband für Community Management e.V. Stellenprofil für Community Manager. <https://www.bvcm.org/wp-content/uploads/2021/11/160226-Whitepaper-Stellenprofil-Community-Manager.pdf>

Pepermans, Y., & Maesele, P. (2016). The politicization of climate change: Problem or solution? *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 7(4), 478–485. <https://doi.org/10.1002/wcc.405>

Pradel, F., Zilinsky, J., Kosmidis, S., & Theocharis, Y. (2024). Toxic Speech and Limited Demand for Content Moderation on Social Media. *American Political Science Review*. Published online 2024:1-18. <https://doi.org/10.1017/S000305542300134X>

Quiz Creator. *Center for Media Engagement*. <https://mediaengagement.org/quiz-creator/>

Relevanz von Community Management: Wie moderierende Publisher das Engagement von Nutzenden steigern – dfV Marktstudie 2024. [https://dfv-strapa.japi.dev/uploads/240613\\_dfv\\_Marktstudie\\_Relevanz\\_von\\_Community\\_Management\\_ba3367448a.pdf](https://dfv-strapa.japi.dev/uploads/240613_dfv_Marktstudie_Relevanz_von_Community_Management_ba3367448a.pdf)

Riedl, M. J. (2023). Journalism as a profession of conditional permeability: A case study of boundaries in a participatory online news setting. *Journalism*, 24(4), 691-708.

Risch, J., Stoll, A., Wilms, L., & Wiegand, M. (September, 2021). Overview of the GermEval 2021 shared task on the identification of toxic, engaging, and fact-claiming comments. In *Proceedings of the GermEval 2021 shared task on the identification of toxic, engaging, and fact-claiming comments*, 1-12.

Scacco, J. M., Muddiman, A., & Stroud, N. J. (2016). The influence of online quizzes on the acquisition of public affairs knowledge. *13(4)*, 311–325. <https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1230920>

Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>

Simas, E. N., Clifford, S., & Kirkland, J. H. (2020). How empathic concern fuels political polarization. *American Political Science Review*, 114(1), 258-269.

Stroud, N. J., Muddiman, A., & Scacco, J. M. (2017). Like, recommend, or respect? Altering political behavior in news comment sections. *New Media & Society*, 19, 1727–1743. <https://doi.org/10.1177/1461444816642420>

Stroud, N. J., Scacco, J. M., Muddiman, A., & Curry, A. L. (2015). Changing deliberative norms on news organizations' Facebook sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20, 188–203. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12104>

Thier, K., & Lin, T. (2022). How solutions journalism shapes support for collective climate change adaptation. *Environmental Communication*, 16(8), 1027–1045. <https://doi.org/10.1080/17524032.2022.2143842>

Törnberg, P. (2022). How digital media drive affective polarization through partisan sorting. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119(42), e2207159119. <https://doi.org/10.1073/pnas.2207159119>

Van Duyn, E., & Collier, J. (2019). Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluations of News Media. *Mass Communication and Society*, 22(1), 29–48. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1511807>

Wagner, M. W., & Gruszczynski, M. (2018). Who gets covered? Ideological extremity and news coverage of members of the U.S. congress, 1993 to 2013. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(3), 670–690. <https://doi.org/10.1177/1077699017702836>

Wegner, D. M., & Gray, K. (2017). *The mind club: Who thinks, what feels, and why it matters*. Penguin.

Wilms, L. K., Gerl, K., Stoll, A., & Ziegele, M. (2024). Technology acceptance and transparency demands for toxic language classification—interviews with moderators of public online discussion fora. *Human–Computer Interaction*, 1-26.

Wilson, A. E., Parker, V. A., & Feinberg, M. (2020). Polarization in the contemporary political and media landscape. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 34, 223-228.

Wojcieszak, M., Thakur, A., Ferreira Gonçalves, J. F., Casas, A., Menchen-Trevino, E., & Boon, M. (2021). Can AI enhance people’s support for online moderation and their openness to dissimilar political views? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(4), 223-243.

Woodward, C., Hiskes, B., & Breithaupt, F. (2024). Spontaneous side-taking drives memory, empathy, and author attribution in conflict narratives. *Discover Psychology*, 4(1), 1-13.

Ziegele, M., Heimbach, D. (2021). Konstruktive Online-Debatten fördern durch bestärkende Moderation.

Ziegele, M., Jost, P., Bormann, M., & Heimbach, D. (2018). Journalistic counter-voices in comment sections: Patterns, determinants, and potential consequences of interactive moderation of uncivil user comments. *SCM Studies in Communication and Media*, 7(4), 525-554.

Ziegele, M., Jost, P., Frieß, D., & Naab, T. (2019). Aufräumen im Trollhaus: Zum Einfluss von Community-Managern und Aktionsgruppen in Kommentarspalten. *DIID-Précis*.