DAS PROGRESSIVE ZENTRUM

IN KOOPERATION MIT

ndm neue deutsche medienmacher*innen

COUNTERING POPULISM IN PUBLIC SPACE

ERFAHRUNGSSAMMLUNG

ZUR FÖRDERUNG EINER DEMOKRATISCHEN DEBATTENKULTUR

Der Umgang von Medienschaffenden mit demokratiefeindlichen PopulistInnen

1. HINTERGRUND 2
2. ERFAHRUNGSSAMMLUNG 3
   A. DER MEDIALE STRUKTURWANDEL UND SEINE FOLGEN 3
   B. DIE JOURNALISTISCHE ARBEIT IN DER AUSEINANDERSETZUNG MIT DEMOKRATIEFEINDLICHEN POPULISTINNEN 5
   C. HANDLUNGSLEITFÄDEN IN DER EIGENEN REDAKTION 7
   D. BESONDERE HERAUSFORDERUNGEN IM BEREICH SOCIAL MEDIA 8
   E. DER UMGANG MIT SPRACHE UND SPRACHBILDERN 11
   F. DER BEDARF AN FACT-CHECKING 11
3. LEKTÜREEMPFEHLUNGEN 12
4. ÜBER DIE AUTORINNEN | IMPRESSUM 13

COUNTERING
POPULISM IN PUBLIC SPACE

DAS PROGRESSIVE ZENTRUM

IN KOOPERATION MIT
NEUE DEUTSCHE MEDIENMACHER

ERFAHRUNGSSAMMLUNG ZUR FÖRDERUNG EINER DEMOKRATISCHEN DEBATTENKULTUR

1. HINTERGRUND

Das Progressive Zentrum will unter besonderer Berücksichtigung junger Medienschaffender den Erfahrungsaustausch zum journalistischen Umgang mit demokratiefeindlichem Populismus und dessen VertreterInnen in der Öffentlichkeit fördern. Dieses Papier baut auf der Expertise und den Erfahrungen von Medienschaffenden auf: Im Rahmen der *„Wegweiser-Werkstatt zur Förderung einer demokratischen Debattenkultur"* am 14. Dezember 2018 in Berlin haben sie Herausforderungen identifiziert, Probleme benannt und Lösungen diskutiert. Diese Lösungsvorschläge haben keinen allgemeingültigen oder Vollständigkeits-Anspruch, sondern zeigen unterschiedliche Wege und Entscheidungen auf, die zusammengeführt, begründet und in dieser Erfahrungssammlung festgehalten wurden. Weitere Informationen und hilfreiche Tipps mit Anschauungsmaterialien finden Sie unter: **www.countering-populism.de**

Im Rahmen des Projekts *„Countering Populism in Public Space"* erarbeiteten etwa 20 Medienschaffende aus Hörfunk, Fernsehen, Print- und Online-Zeitungen sowie Blogs, mit Unterstützung von *Das Progressive Zentrum,* diese Erfahrungssammlung zum souveränen und bewussten Umgang mit demokratiefeindlichen PopulistInnen in der Öffentlichkeit. Dieses Projekt wird gefördert durch das *Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend* (BMFSFJ) im Rahmen des Bundesprogrammes *"Demokratie leben!"*. Wir danken darüber hinaus den *Neuen deutschen Medienmachern* für die inhaltliche Unterstützung.

Medienschaffenden wird in unserer demokratischen Gesellschaft eine sachlich informierende und zugleich kritisch kontrollierende Funktion zugesprochen. Sie sollen der Öffentlichkeit Informationen bereitstellen, auf deren Basis die Bevölkerung Entscheidungen fällen kann. Andererseits sollen sie aber auch subjektive Perspektiven und den Wettstreit verschiedener politischer Positionen vermitteln, um den BürgerInnen Grundlagen für eine politische Meinungsbildung anzubieten. Politische Informationen umfassen dabei nicht nur eine Nachrichtenberichterstattung, sondern auch die Diskussion und das Hinterfragen zentraler politischer AkteurInnen wie zum Beispiel der Bundesregierung oder der verschiedenen Parteien.

In den vergangenen Jahren standen Medienschaffende vor größeren Herausforderungen, als sie es bislang im deutschen Kontext gewohnt waren. Einige AkteurInnen haben bestehende Medienformate für ihre Selbstinszenierung ausgenutzt, respektvolle Umgangsformen bewusst ignoriert sowie den gesellschaftlichen Diskurs auf bestimmte Themen reduziert. Sie haben menschenfeindliche Aussagen und Geschichtsrevisionismus salonfähiger gemacht und als Konsens geglaubte Werte und Definitionen relativiert. In der Folge nahmen negative Phänomene im Diskurs zu: Falschaussagen, gezielte Provokationen, Verharmlosung von rechtsextremer Gewalt, pauschale Schuldzuweisungen an MigrantInnen und die Verherrlichung der Idee eines „homogenen Volkes" sowie die Polarisierung zwischen vermeintlichem „Volk" und „Elite" („Die da oben"). Diese Charakteristika bilden gemeinsam das Wesen des demokratiefeindlichen Populismus. Die TreiberInnen dieser Entwicklung nennen wir im Folgenden „demokratiefeindliche PopulistInnen".

2. ERFAHRUNGSSAMMLUNG

A. DER MEDIALE STRUKTURWANDEL UND SEINE FOLGEN

Wie hat sich das journalistische Selbstverständnis durch die lautstarken demokratiefeindlichen PopulistInnen verändert? Das war die erste Frage, mit der sich die Teilnehmenden der Arbeitsgruppe auseinandergesetzt haben.

„JOURNALISTINNEN KÄMPFEN HEUTZUTAGE WAHRSCHEINLICH MEHR ALS FRÜHER EINEN INNEREN KAMPF: EINERSEITS IST DA DER PERSÖNLICHE GERECHTIGKEITSSINN UND DAS BEDÜRFNIS, GEGENWIND ZU GEBEN, UND ANDERERSEITS DIE JOURNALISTISCHE NEUTRALITÄT."

DAS ARBEITSUMFELD DER MEDIENSCHAFFENDEN HAT SICH IN DEN LETZTEN JAHREN RAPIDE VERÄNDERT – SO AUCH DAS SELBSTVERSTÄNDNIS DES JOURNALISMUS.

Der technische und soziale Wandel hat die Medienbranche voll getroffen. Neben einem erstarkten Populismus sind maßgeblich grundsätzliche Veränderungen der Medienlandschaft und des Nachrichtenkonsums dafür verantwortlich. Die Folge ist ein „medialer Strukturwandel". Social Media lässt alte Sender-Empfänger-Modelle erodieren. Die Teilnehmenden beobachten zunehmend, dass ZuschauerInnen nicht mehr „zum Sender gehen" und sich dort ihre „Inhalte abholen", sondern sie erwarten, dass die Sender ihre Inhalte in den „Feeds" der ZuschauerInnen (zum Beispiel auf Facebook oder Instagram) platzieren. Was an welcher Stelle und mit welcher Sichtbarkeit angezeigt wird, unterliegt in sozialen Medien allerdings nicht länger allein redaktionellen Entscheidungen der Medienschaffenden, sondern auch dem Algorithmus der jeweiligen Plattform. So konkurrieren auf den Plattformen journalistische AkteurInnen direkt mit anderen um Aufmerksamkeit – auch mit demokratiefeindlichen PopulistInnen. Während die Kontrolle über die Art und Weise der Verbreitung des eigenen Beitrags verloren gegangen ist, kommt gleichzeitig das Kalkül hinzu, dass polarisierende Beiträge mit viel Interaktion von der Plattform bevorzugt und mit einer weiteren Sichtbarkeit „belohnt" werden, ohne dass es sich dabei notwendigerweise um einen inhaltlich wahren Beitrag mit Informations- bzw. Nachrichtengehalt oder journalistischem Mehrwert handelt.

Die Kommunikationsweise demokratiefeindlicher PopulistInnen wird von manchen Medienschaffenden sogar übernommen, indem sie Buzzwords und populistische Formulierungen einsetzen, um Aufmerksamkeit und Reichweite für die eigenen Beiträge zu generieren (siehe: **„Die Schwierigkeit, dem Quoten-Anreiz zu widerstehen"**). Allerdings berichteten die Teilnehmenden, dass die Entwicklung auch positive Folgen zeige: Weil PopulistInnen derart vehement Medienschelte betreiben würden, würden heutzutage mehr JournalistInnen ihre eigene Arbeitsweise selbstkritisch hinterfragen. Außerdem vertrat ein Teilnehmender der Werkstatt die Auffassung, dass sich im Zuge der „Demokratisierung" der Medienlandschaft durch eine Ausweitung des Nachrichtenangebots (u. a. mittels Blogs und Bürgerjournalismus) der Wunsch nach professionellem Journalismus mit „handwerklichen Standards" und gesicherten Informationen erhöht habe.

Trotz der Veränderungen im Selbstverständnis sind sich die Medienschaffenden einig: Medien bilden **nach wie vor die Vierte Gewalt** und tragen Verantwortung als Kontrollinstanz gegenüber der Legislative, Judikative und Exekutive – auch bei veränderten Rahmenbedingungen journalistischer Praxis. Diskussionswürdig ist allerdings, wie sicher sich Medienschaffende in der Ausführung ihrer Arbeit sind. Die Anforderungen an eine zeitgemäße Berichterstattung seien gestiegen, zum Beispiel bei den Recherchefähigkeiten und der Recherchequalität in Zeiten von „Fake News", aber auch beim exakten Formulieren, dem so genannten Wording. Oft entstehe daraus eine übermäßige Unsicherheit und Vorsicht bei der Berichterstattung. Diese sei nicht zielführend, so die Teilnehmenden der Arbeitsgruppe.

„VIELE JOURNALISTINNEN HABEN DIE KRITIK-FLUT ERNSTER GENOMMEN BZW. NÄHER AN SICH HERANGELASSEN, ALS ES NÖTIG GEWESEN WÄRE. JETZT IST MAN JEDOCH EINEN SCHRITT WEITER: ES WIRD SELBSTBEWUSST ENTSCHIEDEN, WAS BERICHTET WIRD UND WAS NICHT."

Die Verunsicherung von Medienschaffenden wurde auch in der Arbeitsgruppe deutlich: So haben sich einige Teilnehmende gefragt, ob etwas an dem Vorwurf dran sei, dass JournalistInnen eine **„linke Elite"** bildeten, wie von demokratiefeindlichen PopulistInnen häufig behauptet. So sei es durchaus

möglich, dass sich eine Mehrheit der Medienschaffenden als Privatperson einem eher liberalen, linken oder progressiven Spektrum zuordne. Ein größerer Teil der Arbeitsgruppe befindet, es sei dem Berufsfeld Journalismus, unabhängig der politischen Orientierung der JournalistInnen, schlichtweg inhärent, dass aufgrund der Funktion der Systemkritik und der Kritik an den „Herrschenden" und dem „Bestehenden" strukturell weniger „stramm Konservative" den Beruf des Journalisten / der Journalistin ergreifen würden. Zudem läge in der Natur der Sache, dass Medienschaffende aus der Perspektive *demokratiefeindlicher PopulistInnen* „Linke" seien; tatsächlich aber ist, wer demokratische Grundrechte verteidige, weder links noch rechts, sondern einfach DemokratIn. Weitere Teilnehmende wiesen außerdem darauf hin, dass es durchaus bekannte und einflussreiche konservative Medienschaffende gebe, weshalb die politische Verortung der gesamten Berufsgruppe als „links" ohnehin pauschalisierend und falsch sei.

ALS MENSCH STAATSBÜRGERIN – IM BERUF JOURNALISTIN

Die Medienschaffenden betonen die funktionale Trennung zwischen der persönlichen Rolle als BürgerIn und der beruflichen Funktion als Medienschaffender. So könne man als BürgerIn zwar selbstverständlich privat an einer Demonstration teilnehmen, solle aber die eigene politische oder aktivistische Tätigkeit von der professionellen Praxis klar trennen. So hilfreich eine **Trennung von Privatem und Beruflichem** auch scheint, so schwierig ist sie allerdings einzuhalten (beispielsweise auf Twitter). Für JournalistInnen ist es oftmals notwendig, auch in anderer Richtung die journalistische Praxis von der persönlichen Haltung abzugrenzen: So kann ein Gespräch mit demokratiefeindlichen PopulistInnen in vertrauter Atmosphäre im Rahmen der eigenen Arbeit notwendig sein, ohne dass ein solches „konstruktives Gespräch" eine politische Nähe zum/r InterviewpartnerIn darstellen muss.

DIE EIGENE ARBEIT NACHVOLLZIEHBAR MACHEN

Medienschaffende aus Print- und Online-Journalismus sowie Aktive der BloggerInnen- und YouTuberInnen-Szene vertraten die Überzeugung, dass Teile der Bevölkerung das Vertrauen gegenüber Medienschaffenden verlieren oder dieses bereits gänzlich verloren haben. Als Lösungsansatz angesichts pauschaler Vorbehalte gegen Medienschaffende wurden von den Teilnehmenden Maßnahmen vorgeschlagen, die eine größere Nachvollziehbarkeit der eigenen Arbeit ermöglichen.

„UM DEM AUS TEILEN DER BEVÖLKERUNG ENTGEGENGEBRACHTEN MISSTRAUEN ENTGEGENZUWIRKEN, MÜSSEN JOURNALISTINNEN DEUTLICH MEHR IHRE ARBEIT UND IHRE FORMATE ERKLÄREN: WAS IST EIN KOMMENTAR? WAS IST EINE REPORTAGE? WO IST MEINUNG ERWARTBAR, WO NICHT? ES MUSS AUFKLÄRUNG DARÜBER ERFOLGEN, WIE MEDIEN ARBEITEN."

Größere Transparenz und Nachvollziehbarkeit könne zum Beispiel durch eine „Wie arbeiten wir?"-Unterseite auf der Web-Präsenz erreicht werden. Somit werden Einsichten in die Grundsätze und Grundlagen der eigenen Arbeit angeboten: „Das Medienhaus wird zum Glashaus". Als Vorbilder wurden Transparenzblogs genannt, wie sie etwa von der **Tagesschau**[1] oder von **ZEIT Online**[2] angeboten werden. Ein weiterer Vorschlag, inspiriert durch eine lokale Redaktion in den USA, sah vor, unter Online-Artikeln alle dafür verwendeten Quellen aufzuführen. Leider erreichen diese Portale sowie spätere Korrekturen von Nachrichten im Allgemeinen nur einen Bruchteil des Publikums, das sich mittels originärer Meldungen erreichen lasse. Hingegen könne die breite Förderung der allgemeinen sowie online-spezifischen Medienkompetenz der BürgerInnen zu einem besseren Verständnis journalistischer Arbeit beitragen. Bereits in der Schule müsse man dort ansetzen.

JOURNALISTINNEN-ETHIK UND THEMENPLANUNG

Von den Medienschaffenden wurde angeregt, dass sich die **Themenplanung** nicht nur am aktuell polarisierendsten Thema orientieren solle, sondern auch an Fragen, die das alltägliche Leben der Bevölkerung stärker betreffen (zum Beispiel Pflege, Bildungspolitik, Klimaschutz oder Infrastruktur). So könne einer „Verzerrung der Realität" entgegengewirkt werden, die durch die ständige Wiederholung eines einzelnen Themas durch demokratiefeindliche PopulistInnen entstehe. Dies führte zu der Frage, ob JournalistInnen neue Strategien benötigen, um die „tatsächliche" Relevanz von Themen festzulegen. Laut einer Teilnehmerin komme es darauf an, zu einer Diversifizierung der Thematiken über bloßen Sensationalismus hinaus beizutragen, sodass im öffentlichen Raum nicht nur jene Themen diskutiert werden, die demokratiefeindliche PopulistInnen auf die Agenda setzen. Außerdem wurde die Empfehlung geäußert, noch deutlicher als bisher

1. Der Tagesschau-Blog will „Nachrichten hinter den Nachrichten" und Einblicke in den Arbeitsalltag bieten. Online: https://blog.tagesschau.de/uber-uns/

2. Der Glashaus-Blog „will interne[n] Debatten über unsere Arbeit hin und wieder nach außen tragen". Online: https://blog.zeit.de/glashaus/2016/12/06/transparenz-blog-glashaus-selbstreflexion-journalismus-kritik/

Meinungen und Aussagen in ihren historischen oder politischen Kontext zu setzen und Hintergründe zu erfragen (siehe **„Die Pflicht zur Kontextualisierung"**).

Eine Teilnehmerin stellte zudem die Forderung auf, dass Menschenfeindlichkeit in demokratisch geprägten Medien keinesfalls normalisiert werden dürfe. Dazu zählt zum Beispiel die Diskussion darüber, ob es sinnvoll sei, ertrinkende Menschen zu retten.

Darüber hinaus wurde eine **„lösungsorientierte Berichterstattung"** vorgeschlagen. So sei es nicht die Aufgabe von Medienschaffenden, Fatalismus zu schüren, sondern neben der Problemdarstellung und -einordnung auch nachhaltige Lösungsansätze zu diskutieren. Eine Berichterstattung, die nach vorne blickt und Lösungswege für aktuelle Herausforderungen erfragt, setze ein progressives journalistisches Selbstverständnis an die Stelle einer primär negativen, defizitorientierten und problemzentrierten Berichterstattung. Die verstärkte Diskussion praktikabler Lösungen könne auch der Attraktivität simplistischer, oftmals menschenfeindlicher „Lösungen" von demokratiefeindlichen PopulistInnen entgegenwirken, wie zum Beispiel dem Vorschlag, die vielschichtige Herausforderung illegaler Einwanderung durch den Bau einer Mauer oder eines Grenzzauns zu bewältigen.

B. DIE JOURNALISTISCHE ARBEIT IN DER AUSEINANDERSETZUNG MIT DEMOKRATIEFEINDLICHEN POPULISTINNEN

Die teilnehmenden Medienschaffenden besprachen sowohl negative als auch positive Erlebnisse im direkten Umgang mit demokratiefeindlichem Populismus. Zudem sammelten sie Hinweise für einen souveränen Umgang mit herausfordernden GesprächspartnerInnen.

DER VORWURF, MORALISIEREND ZU ARGUMENTIEREN

„MORALISIEREN SPIELT DENEN IN DIE KARTEN."

Provokationen von demokratiefeindlichen PopulistInnen greifen mit Rechtfertigungen nach dem Muster „Das wird man ja wohl noch sagen dürfen" oft die moralischen Grundlagen unserer freiheitlichen Demokratie und offenen Gesellschaft an. Eine übersteigerte, also „moralisierende Reaktion" wird folglich als emotional statt sachlich wahrgenommen. Im Zuge dessen wird Argumenten oftmals ihre Gültigkeit abgesprochen. Eine **ausschließlich moralisierende Grundhaltung** von Medienschaffenden gegenüber InterviewpartnerInnen sei ohnehin der falsche Weg, so die Arbeitsgruppe. Ein abwägender, argumentativer, ruhiger und deutlicher Zugang zu kritischen Fragen wäre dagegen erfolgversprechend. Als Negativbeispiel wurde das **Stern-Interview mit Thilo Sarrazin**[3] aus einer September-Ausgabe 2018 angeführt, das in starkem Maße emotional und vorwurfsvoll geführt worden sei. Als Positivbeispiel hingegen erwähnten einige Teilnehmende das **ZDF-Sommerinterview mit dem AfD-Fraktionsvorsitzenden Alexander Gauland**.[4] Insgesamt habe sich in puncto sachlicher Argumentation in den vergangenen Jahren ein Lernprozess im deutschen Journalismus vollzogen.

Die Arbeitsgruppe kam zudem zu dem Konsens, dass es ein Trugschluss wäre, demokratiefeindliche PopulistInnen lediglich in einer bestimmten Partei zu verorten. Vielmehr müssen Aussagen und Positionen im Einzelfall geprüft werden.

DIE BEEINFLUSSUNG DER EIGENEN ARBEITSWEISE

„ICH ENTWICKLE EINE ART ANGST DAVOR, NICHT-GUTES ODER GERADE-GUTES ÜBER POPULISTINNEN ZU SCHREIBEN. ES VERÄNDERT DIE ARBEIT, WENN DU DIE SORGE HAST, DASS DU DICH FÜR EINE ARBEIT ERKLÄREN MUSST."

Diskutiert wurde auch, inwiefern demokratiefeindlichen PopulistInnen bei der Ausübung der eigenen Arbeit „gedanklich Raum eingeräumt werden soll". Ist es angebracht in Reaktion auf die populistische Herausforderung die eigene Arbeitsweise anzupassen?

„WARUM SOLLTEN WIR POPULISTINNEN ANDERS BEHANDELN? DU HAST DEINE VORHERIGEN JOURNALISTISCHEN ENTSCHEIDUNGEN JA AUCH NICHT EINFACH LEICHTFERTIG GETROFFEN, SONDERN HATTEST IMMER GRÜNDE. DAS IST ETWAS, WAS ICH EXTREM GEFÄHRLICH FINDE. DASS SIE EINEN SOLCHEN EINFLUSS NEHMEN [AUF UNSERE ARBEIT]."

3. Stern-Gespräch (08.09.2018): *„Hassprediger oder Aufklärer? Thilo Sarrazin über seine umstrittenen Thesen zum Islam"*, von Arno Luik, https://www.stern.de/politik/deutschland/thilo-sarrazin--interview-ueber-seine-thesen-zum-islam-und-sein-neues-buch-8347588.html
4. ZDF-Sommerinterview (12.08.2018): *„Gauland hält Klimapolitik für sinnlos"*, von Dominik Rzepka, https://www.zdf.de/nachrichten/heute/alexander-gauland-im-zdf-sommerinterview-100.html

Nein, stattdessen sollten die üblichen redaktionellen Kriterien darüber entscheiden, ob und wie über PopulistInnen berichtet wird, so ein Vorschlag. Bei redaktionellen Entscheidungen solle kein Kriterium angesetzt werden, bei dem es allein darum geht, sich für oder gegen eine Partei zu entscheiden.

Einige Teilnehmende meinten, ein **„Sonderstatus für PopulistInnen"** entwerte die bisherigen, grundlegenden journalistischen Prinzipien, Arbeitsweisen und Kriterien. So müsse bei Unklarheiten seit jeher im Interview gezielt nachgehakt werden. Kritisch angemerkt wird jedoch, dass ein „stures Besinnen auf handwerkliche Standards" kritischen Journalismus zum Teil erschwere, da es „berechenbar" mache und möglicherweise auch „ausgenutzt" werden könne.

„ES IST KEINE NEUE HERAUSFORDERUNG, DASS ES ZUR AUFGABE VON JOURNALISTINNEN GEHÖRT, AUF SPRACHE ZU ACHTEN, WORTKONSTRUKTE ZU ENTLARVEN UND KLARHEIT IN PROPAGANDISTISCHE AUSSAGEN ZU BRINGEN."

DIE PFLICHT ZUR KONTEXTUALISIERUNG

Auch bei faktisch richtigen Aussagen sollte man sich als JournalistIn stets fragen, ob eine Kontextualisierung notwendig ist – also ob eine Meldung in einen historischen, politischen oder faktischen Zusammenhang gesetzt werden sollte.

So bringt eine Meldung über einen Sachverhalt dem Leser keinen Mehrwert, wenn sie isoliert betrachtet ein grob konträres Bild im Vergleich zu einer weitreichenderen Betrachtung vermittelt. Als "schwierige Situation" wurde zum Beispiel die Berichterstattung über "gute Taten" von PopulistInnen in bestimmten Politikfeldern (z.B. Verkehrspolitik) angeführt, welche jedoch grundlegend demokratiefeindliche Positionen vertreten. Die **Kontextualisierung** eines Sachverhalts sei dann notwendig, wenn eine einfache Meldung über einen Sachverhalt den/die LeserIn nicht ausreichend über die Gründe des Geschehens aufklärt.

DIE FRAGE, WER WANN ZU WAS SPRECHEN KANN

„WIR SIND IN DER VERANTWORTUNG, FRAMES ZU ENTLARVEN!"

Kontrovers diskutierten die Medienschaffenden, ob die Strategie des „inhaltlichen Entlarvens" von demokratiefeindlichen PopulistInnen (zum Beispiel als „reine Ein-Themen-Gruppierung") zielführend sei. Als Beispiel wurde ein Interview zum Thema "Digitalisierung" genannt, bei welchem der/die befragte demokratiefeindliche PopulistIn kein Programm und keine Positionen vorbringen konnte. Dieses „Bloßstellen" wurde von einigen als sinnvoll, von anderen als nicht zielführend beurteilt. Letztere argumentierten, dass das „Entlarven" von demokratiefeindlichen PopulistInnen nichts bringe, weil populistische Parteien nicht aufgrund ihrer *fachlichen* Kompetenz gewählt würden, sondern wegen ihrer *emotionalen* Herangehensweise an die Themen Asyl, Migration, Flucht und Sicherheit. Die Frage danach, **wer zu welchen Themen zu befragen sei**, wurde rege diskutiert. Einerseits befanden die Medienschaffenden, dass es wichtig sei, gerade AgitatorInnen nicht immer nur zu ihren „Heimspiel-Themen" einzuladen. Andererseits aber könnten Personen ohne Meinung, Kenntnis oder Programmatik zu einem Thema auch keinen sinnvollen Beitrag leisten, zum Beispiel in Talkrunden zur Frage des Pflegenotstands.

„PARTEIEN, DIE BUNDESPOLITISCHE SPRECHER IN ALLEN AUSSCHÜSSEN UND THEMENBEREICHEN HABEN, SOLLTEN AUCH ZU DIESEN EINGELADEN UND BEFRAGT WERDEN."

„ABER MAN BESETZT EINE TALKSHOW JA NICHT NACH PARLAMENTARISCHEN STRUKTUREN."

Die Einladung einer Person in eine Talkshow zu einem Fachthema kann entweder aufgrund einer fachlichen Expertise erfolgen oder aufgrund politischer Verantwortung in einem Aufgabenbereich. Beides ist legitim. Wenn eine Partei oder Person den Anspruch erhebt, das „ganze Volk" und eine verantwortungsvolle politische Position zu vertreten, müsse sie folglich zu unterschiedlichen Themenbereichen Stellung beziehen können. Könne sie dies nicht, dann sei auch das eine wertvolle Erkenntnis für die Bevölkerung.

VIDEO-INTERVIEWS

Eine konkrete Herausforderung bei **Video-Interviews** sei, dass demokratiefeindliche PopulistInnen oftmals von MitarbeiterInnen begleitet werden, die sowohl das Interview als auch das Interview-Team parallel mitfilmen – ein Verhalten, dass als Einschüchterungs- und Kontrollversuch gewertet werden kann. In diesem Kontext entstehe **„Rechtfertigungsdruck"** für jede redaktionelle Entscheidung. Oftmals gehen Beschwerden über das Herausschneiden von Sequenzen ein – ein vollkommen üblicher redaktioneller Vorgang, zum Beispiel wenn PolitikerInnen an den besagten Stellen nicht auf die Frage antworten. Die PopulistInnen wiederum veröffentlichen ein eigenes Video und werfen der Redaktion „Meinungsmache" und „Manipulation" vor. Auch sie schneiden das Material, nutzen jedoch in entkontextualisierter Weise besonders „überzeugend" klingende Aussagen. Sinnvoll ist es hier, die redaktionelle Entscheidung zu begründen und die journalistischen Kriterien dafür zu erläutern – schließlich besteht journalistische Arbeit nicht nur aus dem Draufhalten einer Kamera, sondern zeichnet sich gerade durch eine aufklärende Auswahl der Informationen aus. Eine weitere Herausforderung sei die Kritik von linken ZuschauerInnen, dass überhaupt demokratiefeindliche PopulistInnen in Dokumentarsendungen zu Wort kämen. Es wurde angeregt, in Antwort auf solche Vorwürfe kurz und nüchtern die Auswahl zu begründen, sofern der Ton des Kommentars dies zulasse.

WO IST DIE „ROTE LINIE" EINES DEMOKRATISCHEN DISKURSES?

In der Diskussion um den direkten Umgang mit demokratiefeindlichen PopulistInnen kam immer wieder die Frage auf, wie weit die Bemühungen der „Gleichbehandlung nach journalistischen Standards" aufrecht erhalten werden müssten, wenn eine „rote Linie" überschritten worden sei. Wann ist der Punkt erreicht, demokratiefeindliche PopulistInnen als akute Gefahr für die demokratische Ordnung einzustufen und dementsprechend zu berichten? Die Medienschaffenden konnten hierzu keinen Konsens finden. Stattdessen fand der Einwand breite Zustimmung, dass JournalistInnen mehr denn je das Grundgesetz, die Grund- und Menschenrechte und die freiheitlich-demokratischen Werte verinnerlichen und sich historische Kontexte vor Augen führen müssten.

C. HANDLUNGSLEITFÄDEN IN DER EIGENEN REDAKTION

DIE SINNHAFTIGKEIT VON LEITFÄDEN

Die Arbeitsgruppe diskutierte kontrovers, ob es Leitlinien innerhalb der eigenen Organisation für den Umgang mit demokratiefeindlichem Populismus brauche. Im Hinblick auf bereits bestehende Leitfäden regten die Medienschaffenden an, dass diese (ggf. in regelmäßigen Abständen) gemeinsam neu ausgehandelt werden müssten.

„LEITFÄDEN BEHINDERN DIE QUALIFIZIERTE UND AUSGEWOGENE FALL-ZU-FALL-ENTSCHEIDUNG."

„JOURNALISTISCHE LEITLINIEN SIND HILFREICH DABEI, REDAKTIONELLE ENTSCHEIDUNGEN TRANSPARENT UND NACHVOLLZIEHBAR ZU MACHEN."

ERFAHRUNGEN MIT UND OHNE LEITFADEN

Mehrere Medienschaffende berichteten von der Existenz von Leitfäden zum Umgang mit demokratiefeindlichen PopulistInnen. Diese zwei- bis dreiseitigen Dokumente seien jedoch innerhalb der eigenen Organisation nur bedingt bekannt und würden deshalb auch nur eine geringe Wirkung entfalten. Angeregt wurde, Leitfäden nicht nur als einzelne Maßnahme zu begreifen, sondern in einen Prozess einzubetten, zu dem auch organisationsweite Schulungen gehören. Ohnehin seien **Leitfäden als Empfehlung**, nicht als Vorgabe zu verstehen. Andere führten an, dass es in ihrer Organisation zwar keine schriftlichen Leitlinien gebe, aber ein weitestgehend geteiltes Verständnis für die oben genannten Herausforderungen bestehe. Den mündlichen Austausch, ob auf dem Gang oder bei Themenkonferenzen, erachteten alle Teilnehmenden als wirksames Mittel, um einen nachhaltigen Konsens zu formen.

„WIR HABEN AUS DER NOTWENDIGKEIT HERAUS ETWAS VERSCHRIFTLICHT, WEIL SICH VIEL UM DEMOKRATIEFEINDLICHKEIT UND POPULISMUS DREHT. BEI UNS GIBT ES VIELE „DO'S AND DON'TS". KONKRET BEDEUTET DER LEITFADEN: WIR MACHEN NICHT DIE ARBEIT DER RECHTEN."

Ein Teilnehmer berichtete von einem hilfreichen Leitfaden[5], der mit dem Redaktionsteam zusammen besprochen wurde und für alle abrufbar in einem laufenden Prozess evaluiert und aktualisiert werde. So würde er auch bereits jedem/r Praktikanten/in als Hilfestellung an die Hand gegeben. Einige Punkte des Leitfadens seien:

- Es wird versucht, Betroffene und nicht TäterInnen in den Mittelpunkt der Berichterstattung zu rücken.
- Aussagen werden grundsätzlich immer einem Faktencheck unterzogen.
- Eine Berichterstattung über „gezielte Provokationen", wie zum Beispiel einen bewusst menschenverachtend formulierten Tweet, soll ausschließlich kontextualisiert und eingeordnet erfolgen.

BEDARF AN LEITFÄDEN, ANLEITUNGEN UND AUSTAUSCH

Es bestand große Einigkeit darüber, dass Leitfäden oder Weiterbildungsmöglichkeiten zu den Themen Online-Moderation, Community-Management und Hate Speech sehr zu begrüßen wären. Diese Themen fänden nicht genug Berücksichtigung und es fehlten auch oft die Ressourcen für eine angemessene Betreuung der Online-Kanäle.

VertreterInnen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beschrieben ihre Situation als ein Spannungsfeld zwischen dem Auftrag, politische Bildung zu vermitteln und die demokratische Kultur zu stärken, sowie zum anderen der Verpflichtung, „neutral" zu berichten – auch über demokratiefeindliche PopulistInnen.

„DIESES SPANNUNGSVERHÄLTNIS STELLT FÜR VIELE MITARBEITERINNEN DES ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN RUNDFUNKS EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG IN DER ALLTÄGLICHEN JOURNALISTISCHEN PRAXIS DAR. DAHER WÜNSCHEN SICH VIELE EINE ART LEITLINIE ODER EMPFEHLUNG."

Andere Medienschaffende berichteten ihrerseits von einem großen Diskussionsbedarf, wenn die Redaktionsleitung mitteile, dass demokratiefeindliche PopulistInnen wie alle anderen AkteurInnen zu behandeln seien.

D. BESONDERE HERAUSFORDERUNGEN IM BEREICH SOCIAL MEDIA

Worin bestehen besondere Herausforderungen in sozialen Medien im Umgang mit Online-Diskussionen, kritischem Feedback und auch Anfeindungen? Diese Fragen wurden in der zweiten Phase des Workshops diskutiert.

EIN SELBSTVERSTÄNDNIS ALS GRUNDLAGE

Die Medienschaffenden regten an, dass Online-Redaktionen zunächst für sich selbst die Fragen „Wer sind wir?" und „Was möchten wir über Social Media erreichen?" beantworten sollen. Aus dieser Bestimmung des eigenen Selbstverständnisses könne im Anschluss eine Strategie dafür entwickelt werden, wie online – zum Beispiel bei eigenen Posts und Kommentaren – kommuniziert werden solle (eher förmlich und distanziert oder nahbar und persönlich).

MEHR ZEIT FÜR INTERAKTION BENÖTIGT

Die Medienschaffenden plädierten für mehr Interaktion zwischen ihnen und den KonsumentInnen der Medien. Zum einen sei dieser Austausch gewünscht, zum anderen auch notwendig. Kommentarspalten, E-Mails, Tweet-Verlinkungen und Shares mit eigenen Botschaften seien zwar schneller und einfacher zu gestalten als ein klassischer LeserInnen-Brief, die Zeit für Reaktionen der Redaktion und **Austausch mit den LeserInnen/ZuschauerInnen** sei jedoch zu knapp bemessen. Für Rücksprachen zum Moderationsverhalten in Diskussionsfeldern unter Artikeln („Wem antworte ich? Wem nicht? Welche Reaktion ist angemessen etc.?") sei ebenfalls deutlich zu wenig Raum im Alltagsgeschäft von Redaktionen. Falls es die Ressourcen zuließen, könne eine Online-Spalte „Blick hinter die Kulissen", die die eigene journalistische Arbeit erläutert, die Beziehung zwischen Lesenden und Medienschaffenden fördern (siehe **„Die eigene Arbeit nachvollziehbar machen"**).

Es ist gängige Praxis (vor allem im Ehrenamt), dass AutorInnen die Kommentarspalten ihrer eigenen Beiträge moderieren. Dies sei jedoch problematisch, vor allem mit Blick auf den Selbstschutz. Moderieren andere KollegInnen die Diskussion, so treffen mögliche Hassbotschaften nicht den/die

5. Beispielhaft hier der Redaktionskodex von BuzzFeed News: https://www.buzzfeednews.com/article/shani/the-buzzfeed-editorial-standards-and-ethics-guide

AutorIn direkt. Die Teilnehmenden hoben hervor, dass eine enge Interaktion in den Kommentarspalten eine Bindung schaffe, indem eine **„Community"** von KommentatorInnen aufgebaut werde. Diese Community sei beim Erscheinen von Trollen und hasserfüllten Kommentaren ebenfalls zur Stelle, unterstütze argumentativ und solidarisiere sich im Falle von Angriffen.[6] Somit entstehe ein Raum für konstruktive und demokratische Debatten. Dies funktioniere jedoch meistens erst, nachdem die BetreiberInnen einer Seite in Vorleistung gegangen seien, in Form einer aktiven und integrierenden Moderation.

„DURCH KONTINUIERLICHE UND RESPONSIVE INTERAKTION IN DER KOMMENTARSPALTE KÖNNEN LESERINNEN UND ZUSCHAUERINNEN MOTIVIERT WERDEN, SICH SELBST AN DER DISKUSSION ZU BETEILIGEN."

Die in vielen Medienhäusern fehlende Sensibilität darüber, dass der Social Media-Bereich eine hohe Relevanz trägt und darum ebenso wie der Offline-Bereich zeitlicher und personeller Ressourcen bedarf, wird von allen Teilnehmenden kritisiert. Ein Hebel für mehr Ressourcen könne sein, die vielen Kommentare und Handlungen während der Arbeitszeit in den sozialen Medien akribisch zu dokumentieren und den EntscheidungsträgerInnen vorzulegen, um so das Verständnis für die Wichtigkeit der Aufgabe zu fördern.

„DAS IST EIN 24/7-JOB, WIRD ABER IN DER BUDGETIERUNG NICHT GESEHEN, INSBESONDERE IN ETABLIERTEN UND KOMPLEXEREN STRUKUREN WIE DEM ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN RUNDFUNK."

HATESTORMS, BOTS UND FAKE-PROFILE ALS HERAUSFORDERUNGEN

„AN DEM PUNKT, WO DER TROLL KEIN MENSCH MEHR IST, SONDERN PROGRAMMIERTE MEINUNGSMACHE, KANN DIE MODERATION NICHTS MEHR MACHEN. DA KANNST DU NICHT MEHR ARGUMENTIEREN, SONDERN NUR NOCH LÖSCHEN."

Notwendig seien entweder gute Schulungen oder viel Erfahrung in der Moderation auf Social Media, um organisierte Hate- und Shitstorms als solche zu erkennen. Tatsächlich steht hinter vielen Hass-Kommentaren im Netz nur eine verschwindend kleine Minderheit der NutzerInnen.[7] So kommt es für Medienschaffende in den Online-Redaktionen darauf an, zu differenzieren, wie viele tatsächliche Personen sich daran beteiligen, ob ernstgemeinte Kritik unter der Hassrede ist und wie Fake-Accounts schnell identifiziert und gesperrt werden können. Als ein gängiges Problem werden **„Bot-Floodings"** beschrieben: spezifisch gesteuerte Angriffe auf einen bestimmten Inhalt („Content"). Die Identifikation von Bots sei nicht immer einfach, da sie sich in ihrer Rechtschreibung und Formulierung oftmals nur unwesentlich von einigen tatsächlichen SympathisantInnen demokratiefeindlicher PopulistInnen unterschieden. Doch nicht nur die Identifikation durch die MedienmacherInnen sei relevant. Auch die LeserInnenschaft sollte möglichst zügig erkennen können, ob sie es mit Bots oder mit menschlichen MitdiskutantInnen zu tun hat.

Als problematische Plattform wird **YouTube** angesehen, da dort sehr rege und oft mit Fake-Profilen Hasskommentare unter Videos gepostet werden. Gleichzeitig beschrieben die Teilnehmenden YouTube als einen Kanal mit sehr jungen NutzerInnen, die oftmals noch keine hohe Medienkompetenz hinsichtlich politischer Debatten online und dem Umgang mit Hatespeech besäßen. Wenn diese sich auf YouTube ein Bild von politischen Diskussionen machen, könnten sie schnell auf die Idee kommen, dass die rechten Trolle in der Kommentarspalte die Mehrheit der Bevölkerung repräsentieren.

6. Hier ist der Online-Helpdesk der *Neuen deutschen Medienmacher* zu empfehlen. Dieser bietet viel praktische Hilfe beim konkreten Umgang mit Hate Speech im Netz: https://helpdesk.neuemedienmacher.de/

7. Fünf Prozent der bei Hateful-Speech aktiven Accounts generieren 50 Prozent der Likes für herabwürdigende Kommentare, Vgl.: Philip Kreißel, Julia Ebner, Alexander Urban, Jakob Guhl (2018): *„Hass auf Knopfdruck. Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierter Hasskampagnen im Netz"*, Institute for Strategic Dialogue (ISD), http://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/07/ISD_Ich_Bin_Hier_2.pdf

„ES IST EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG ZU LERNEN, DASS BEI 2.500 KOMMENTAREN MANCHMAL 2.000 KOMMENTARE VON ACCOUNTS KOMMEN, DIE GERADE ERST GEGRÜNDET WURDEN."

Die Teilnehmenden beschrieben eine automatische Identifikation und Kennzeichnung von Bots bzw. „realen Personen" als mögliche Lösung. Als menschlich verifizierte Profile könnten durch einen „kleinen Haken" oder Ähnliches erkennbar gemacht werden.

Als wichtigste Hilfe im Umgang mit Shitstorms nannte die Arbeitsgruppe jedoch die **Solidarität** untereinander. Wo eine Person unter einem Artikel persönlich angefeindet werde, verbale Verletzungen bis hin zu Drohungen geäußert werden und kein sachlicher Austausch entstehen könne, komme es darauf an, sich mit der angegriffenen Person zu solidarisieren.

DER TON DER MODERATION

Für eine pragmatische und gelungene Online-Moderation sei dringend Humor nötig, so einige Teilnehmende der Arbeitsgruppe. Dadurch bekämen „Pöbler keine Opferrolle angeboten" und es könne „auch mal locker", wenn auch wohlmeinend, geantwortet werden.

Die Organisation sollte eine klare Absprache treffen oder eine Strategie entwerfen, wenn es um menschenfeindliche und strafbare Äußerungen auf den eigenen Webseiten geht. In der Regel sind diese Äußerungen der jeweils genutzten Online-Plattform zu melden und die Profile der verletzenden NutzerInnen zu sperren. Während Rückmeldungen oder konstruktive Beiträge von Seiten der Redaktion mit einer inhaltlichen Antwort „honoriert werden", erhielten destruktive Kommentare lediglich den Hinweis auf die Netiquette. Ein Teilnehmer widersprach und regte an, soweit möglich, kein „Tone-Policing" zu betreiben: Wenn ein Kommentar mit „Du Vollidiot" beginne, aber danach eine inhaltliche Kritik folge, solle man auch dieses „Gesprächsangebot" nicht mit einem Verweis auf den richtigen Ton ablehnen.

„WENN EIN GESPRÄCHSANGEBOT WEGGEWISCHT WIRD, NUR WEIL DIE FORM NICHT STIMMT, FINDE ICH DAS SCHWIERIG."

DEN AUSTAUSCH AUF SOCIAL MEDIA PROGRESSIV BEGREIFEN

Einige Teilnehmende sehen es als großes Versäumnis an, dass der Austausch mit LeserInnen und ZuschauerInnen in sozialen Medien meist durch eine „Problemperspektive" betrachtet wird. So werden potenzielle Möglichkeiten des direkten Austauschs und der effektiven, unmittelbaren politischen Bildung nicht wahrgenommen. Sie regten an, die Kommentare unter einem eigenen Beitrag als eine Art „Gesprächsangebot" anzusehen. Nach der Veröffentlichung eines Beitrags stehe die Redaktion in der Pflicht, diesen zu moderieren und im Austausch zu bleiben.

„EIN PROGRESSIVES VERSTÄNDNIS VOM ONLINE-AUSTAUSCH WÄRE ES, DIE KOMMENTARSPALTEN EXEMPLARISCH ALS ORTE DER MÖGLICHKEIT DER POLITISCHEN BILDUNG ZU BEGREIFEN, ANSTATT DIESE IMMER NUR AUS EINER „BRÄNDE-LÖSCHEN"-PROBLEMPERSPEKTIVE ANZUSEHEN."

„MEINUNGSBILDUNG, DIREKTE INTERAKTION UND EIN ORT, AN DEM MENSCHEN SICH ZU THEMEN ÄUSSERN UND SICH MITEINANDER AUSTAUSCHEN KÖNNEN. EIGENTLICH GEHT ES HIER UM POLITISCHE BILDUNG."

DIE SCHWIERIGKEIT, DEM QUOTEN-ANREIZ ZU WIDERSTEHEN

Die meisten Teilnehmenden befanden, dass die polarisierenden Themenzugänge sowie die angriffslustige Sprache der demokratiefeindlichen PopulistInnen einen kommerziellen Anreiz bieten würden. Zum Beispiel verspreche eine populistisch gesetzte Story über Geflüchtete eine größere Reichweite als die nüchterne Recherche über Umweltschutz. Das Problem sei, dass populistische Zugänge zu Themen meist mehr Aufmerksamkeit generieren. Tendenziell mehr Menschen lesen den Artikel und mehr Menschen reden darüber. Über die Qualität, Richtigkeit und Wichtigkeit der Schlagzeile sage diese Quantität jedoch nichts aus. Zudem verfasse selten der/die AutorIn eines Artikels auch die dazugehörige Überschrift des Beitrags, sondern jemand anderes in der (Social Media-)Redaktion. Diese entscheide aber maßgeb-

lich darüber, ob der Artikel unter Lesenden viel Beachtung finde. Spitzt ein Social Media-Redakteur die Überschrift des Artikels einer Autorin so zu, dass er häufig angeklickt wird, verfälscht diese Überschrift gegebenenfalls den nüchternen und qualitativ hochwertigen Inhalt des Textes – zum Unmut der AutorIn.

E. DER UMGANG MIT SPRACHE UND SPRACHBILDERN

FRAME-CHECKING: SPRACHE ANALYSIEREN UND „WÖRTER ÜBERSETZEN"

Ein grundlegendes Verständnis bezüglich der Funktionsweise von Frames sei für Medienschaffende unabdingbar. Wünschenswert seien außerdem weiterführende Kenntnisse über die verschiedenen „Stoßrichtungen" von politischen Sprachrahmen und -bildern. So implizieren konservative Frames ein anderes Weltbild als progressive. Die eigene Sprache und deren Assoziationen müssen dabei ebenso reflektiert werden, wie die der anderen. Ein „neutrales Framing" sei zwar niemals möglich, man könne sich aber für ein faires und demokratisches entscheiden. Zudem lasse sich ein „politisches Framing" (zur Beförderung einer politischen Agenda) von einem „journalistischen Framing" unterscheiden. Letzteres soll mit Hilfe von Metaphern eine Erklärungshilfe für das Publikum darstellen. Insbesondere bei Themen wie Integrationsproblemen beschrieben die Teilnehmenden es als eine Herausforderung, in einer Sprache zu schreiben, welche Probleme offen benenne, gleichzeitig aber lösungsorientiert sei und keine pauschale negative Abwertung gegen Menschengruppen darstelle. Ist zum Beispiel unklar, wie eine bestimmte Gruppe von Menschen bezeichnet werden soll, kann es u. a. helfen, die betroffene Gruppe selbst bezüglich einer adäquaten Gruppenzuschreibung zu konsultieren.

Große Uneinigkeit herrschte zudem über die Frage nach der sprachlichen Zugewandtheit. So wurde diskutiert, inwieweit beispielsweise „gefühlte Ängste" berücksichtigt werden sollten. Es standen sich die Positionen „Wir müssen die Leute abholen" (und auch gefühlte Ängste ernst nehmen) einerseits und „Wir sind doch keine Missionare" (weder Überzeugungsarbeit noch Seelenfriede seien journalistische Aufgaben) andererseits gegenüber. Dieses Spannungsfeld zwischen der Verantwortung für Sprache und dem Anreiz der hohen Aufmerksamkeit muss kritischer und ehrlicher besprochen werden, damit es aufgelöst werden kann.

F. DER BEDARF AN FACT-CHECKING

„FACT-CHECKING MACHT MAN VOR, WÄHREND UND NACH EINEM BERICHT."

Das Fact-Checking, also die Überprüfung von wörtlichen und schriftlichen Aussagen gegenüber recherchierten Fakten, wurde von den Teilnehmenden als zentraler Bestandteil journalistischer Arbeit beschrieben. Auf diese Weise werden Falschaussagen korrigiert und korrekte Aussagen gegebenenfalls mit zusätzlichen Informationen unterfüttert. Innerhalb der Gruppe bestand Konsens darüber, dass im Rahmen des Strukturwandels der Medienlandschaft die zur Verfügung stehende Zeit für kontinuierliches und zugleich gründliches Fact-Checking geringer werde.[8] Außerdem wurde auf das Problem hingewiesen, dass Korrekturen von Aussagen kaum dieselbe Aufmerksamkeit erhielten wie die vorausgegangene fälschliche Aussage.

„DIE ARBEIT AM TEXT LÄUFT AUCH NACH VERÖFFENTLICHUNG WEITER."

Vor einem Interview helfe es, im digitalen Umfeld der Interviewperson zu recherchieren. Es können Fragen geklärt werden wie: „Mit welchen Aussagen/Positionen/Statements ist zu rechnen? Sind diese zu belegen? Sind diese zu widerlegen?". Insbesondere in einer immer stärker fragmentierten Medienlandschaft sei es für JournalistInnen wichtig, sich in der gesamten Breite der Debatte durch das Beobachten der verschiedenen Teil-Öffentlichkeiten zu informieren. So müsse eine zeitgemäße Presseauswertung neben den klassischen Zeitungen, Portalen und Magazinen auch weniger offensichtliche, aber von einigen Bevölkerungsteilen stark frequentierte Plattformen im Blick haben.

„MAN MUSS SICH AUCH IN DER LEBENSWELT DER PROTAGONISTEN BEWEGEN. WAS FÜR MEDIEN, INFORMATIONEN UND BLOGS BEZIEHEN DIE WAHRSCHEINLICH? WENN ICH MIT EINEM POPULISTEN ÜBER DAS THEMA MIGRATION REDE, KÖNNTE ES EIN AKTUELLER BEITRAG AUF „TICHYS EINBLICK" ODER SO SEIN, DEN ER ODER SIE MIR UM DIE OHREN HAUEN MÖCHTE."

8. Dieses Problem wird ausführlich auch im Bericht „Mediating Populism", siehe **Lektüreempfehlungen**, beschrieben.

Die Teilnehmenden stimmten darin überein, dass es legitim sei, Falschaussagen aus einem Interview nicht zu publizieren. Anderenfalls müssen diese zum Beispiel durch schriftliche Anmerkungen im Beitrag, ein Pausieren und Einblenden einer Richtigstellung im Video oder einer der falschen Aussage angehängten Gegenstimme eingeordnet werden.

„MIT DEN PUNKTEN, DIE WIR HIER AUFFÜHREN, KANN MAN DEMOKRATIEFEINDLICHEN POPULISTEN BEIKOMMEN."

3. LEKTÜREEMPFEHLUNGEN

- Neue deutsche MedienmacherInnen (2018): **„Glossar der Neuen deutschen Medienmacher*innen. Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland."**, https://www.neuemedienmacher.de/Glossar_Webversion.pdf

- Neue deutsche MedienmacherInnen (2017): **„Wetterfest durch den Shitstorm. Leitfaden für Journalist*innen zum Umgang mit Hass im Netz"**, https://no-hate-speech.de/de/video/neues/leitfaden-fuer-journalistinnen-zum-umgang-mit-hass-im-netz/

- Philip Kreißel, Julia Ebner, Alexander Urban, Jakob Guhl (2018): **„Hass auf Knopfdruck. Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierter Hasskampagnen im Netz"**, Institute for Strategic Dialogue (ISD), http://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/07/ISD_Ich_Bin_Hier_2.pdf

- Sophie Gaston, Peter Harrison-Evans, Philipp Sälhoff, Joris Niggemeier (2018): **„Mediating Populism"**, https://www.progressives-zentrum.org/mediating-populism-studie/

- **Mediendienst Integration vom Rat für Migration e.V.** unterstützt JournalistInnen bei der Recherche zur differenzierten und rassismuskritischen Berichterstattung, https://mediendienst-integration.de/

4. ÜBER DIE AUTORINNEN

Die *„Erfahrungssammlung zur Förderung einer demokratischen Debattenkultur - Umgang von Medienschaffenden mit demokratiefeindlichen PopulistInnen"* entstand in einer Zusammenarbeit von *Das Progressive Zentrum* und den *Neuen deutschen Medienmachern*. In einer Werkstatt mit ca. 20 Medienschaffenden aus Print, Online, Hörfunk, Fernsehen sowie Blogs und YouTube-Kanälen wurde in Arbeitsgruppen über bekannte Herausforderungen und mögliche Lösungsansätze gesprochen.

PROJEKTVERANTWORTLICHE

Paulina Fröhlich
Projektmanagerin
Das Progressive Zentrum

KONTAKT
paulina.froehlich@progressives-zentrum.org

Das Progressive Zentrum ist ein unabhängiger und gemeinnütziger Think-Tank mit Sitz in Berlin. Ziel der Organisation ist, neue Netzwerke progressiver Akteure unterschiedlicher Herkunft zu stiften und eine tatkräftige Politik für den ökonomischen und gesellschaftlichen Fortschritt mehrheitsfähig zu machen. Dabei bezieht *Das Progressive Zentrum* besonders junge VordenkerInnen und EntscheidungsträgerInnen aus Deutschland und Europa in progressive Debatten ein.

Die Veröffentlichungen stellen keine Meinungsäußerung des BMFSFJ oder des BAFzA dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autoren/die Autorinnen die Verantwortung.

IMPRESSUM

Alle Rechte vorbehalten. Abdruck oder vergleichbare Verwendung von Arbeiten des Progressiven Zentrums auch in Auszügen ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung gestattet.

© Das Progressive Zentrum e.V., 2018

V.i.S.d.P.: Dominic Schwickert
c/o Das Progressive Zentrum e.V.
Werftstraße 3, 10577 Berlin

Vorstand: Dr. Tobias Dürr, Michael Miebach, Katarina Niewiedzial
Geschäftsführer: Dominic Schwickert

www.progressives-zentrum.org
mail@progressives-zentrum.org
www.facebook.com/dasprogressivezentrum
twitter: @DPZ_Berlin

Foto-Credits:
S. 1: Per Jacob Blut
S. 12: ©Rawpixel, Unsplash.com

Grafikdesign & Layout: Daniel Menzel

Gefördert vom
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms
Demokratie leben!

WWW.COUNTERING-POPULISM.DE

DAS PROGRESSIVE ZENTRUM

IN KOOPERATION MIT

ndm
neue deutsche medienmacher*innen