

jetzt relevant: Polarisierung & Medien



Welchen Journalismus brauchen wir,
um der Polarisierung etwas
entgegenzusetzen?

**Eine Frage:
28 Antworten.**

Wir sind relevant.



...eine Plattform für lösungsorientierten Journalismus.

Angehts von Kriegen, Krisen und Katastrophen fällt es schwer, an positive Veränderungen zu glauben, dabei setzen sich Menschen täglich dafür ein.

Weil Wegschauen keine Option ist, ändern wir die Art des Hinschauens. Lösungsorientierter Journalismus erzählt die ganze Geschichte - von Problemen und den Bemühungen, sie zu lösen.

relevant. berichtet darüber, wie Menschen versuchen, wichtige gesellschaftliche Probleme zu lösen und fragt, was wir aus ihren Erfolgen und Misserfolgen lernen können.

Wie kann es weitergehen? Laut Forschung helfen Handlungsperspektiven das Gefühl der Hilflosigkeit zu überwinden: wer von Lösungen hört, glaubt eher an Veränderung und setzt sich für sie ein.

Wir wollen herausfinden, was alles möglich ist - denn es gibt viel zu tun.

relevant.news

jetzt relevant: Das Debattenformat.

Bei jetzt relevant. stellen wir eine Frage, auf die es weder eine einfache noch eine pauschale Antwort gibt. Deswegen fragen wir Menschen, von denen wir glauben, dass sie zu dieser Frage eine relevante Perspektive einbringen. Zur Inspiration schicken wir einen Introtext, der das Thema aufmacht. Die Antworten veröffentlichen wir ungekürzt. Mit einer perspektivreichen Rundschau wollen wir die Debatte anregen.

neugierig. kritisch. konstruktiv.



jetzt relevant:

Welchen Journalismus brauchen wir, um der Polarisierung etwas entgegenzusetzen?

Liebe Leserin, Lieber Leser,

Zum Tag der Pressefreiheit am 3. Mai 2024 widmen wir uns dem Thema Polarisierung und Medien.

Um dieses aktuelle und brisante Thema aus möglichst vielen Blickwinkeln zu beleuchten, haben wir uns an ca. 160 Akteur:innen im deutschsprachigen Raum gewendet.

Die Einladung ging an die Mediensprecher:innen aller Fraktionen im österreichischen Parlament, freie Medienschaffende und solche von großen und kleinen Medien mit unterschiedlichen Ausrichtungen und Hintergründen sowie Forschende aus relevanten Disziplinen.

Die Kalender sind voll, umso dankbarer sind wir den Expert:innen, die ihre Perspektive mit uns geteilt haben - auch die vielen freundlichen Absagen haben uns motiviert.

Mit jedem Beitrag, der uns erreichte, kam ein weiterer Aspekt auf, der zum Denken und Diskutieren anregt. Dazu erreichten uns Statements verschiedener Textsorten - vom pointierten Kurzkomentar bis zum Essay - wie nun damit umgehen?

Nachdem wir in den vergangenen Wochen das Vergnügen hatten, uns mit jedem neuen Beitrag neu mit unserer Frage auseinanderzusetzen, haben wir entschieden, dieses Erlebnis mit den Leser:innen zu teilen und die Beiträge in der Reihenfolge ihres Eintreffens zu veröffentlichen.

Eine Frage: 28 Antworten.

Der [Artikel](#) hat eine Lesedauer von 31 Minuten und wir finden, dass sich jede einzelne lohnt. 28 Expert:innen haben sich die Zeit genommen, ihren Blick auf diese Frage mit uns allen zu teilen. Wir würden uns wünschen, dass diese perspektivreiche Rundschau die Debatte öffnet und anregt- und laden herzlich dazu ein, den Artikel zu teilen, zu kommentieren, weiterzudenken und ins Gespräch zu kommen.



Viele
Grüße,

Das
relevant.
Team

Indra Jäger



Nina Schnider

Inhalt

6 Intro von Teseo La Marca

Welchen Journalismus brauchen wir, um der Polarisierung etwas entgegenzusetzen?

9 Matthias Karmasin,

Direktor des Instituts für Vergleichende Medien- und Kommunikationswissenschaft (CMC) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Universität Klagenfurt

10 Barbara Junge

Chefredakteurin taz, ehemalige Korrespondentin des Tagesspiegels in Washington

11 Klaus Unterberger

Journalist, Leiter der ORF-Stabstelle „Public Value“

12 Jonathan Widder

Squirrel News

12 Corinna Drumm

Geschäftsführerin beim Verband Österreichischer Privatsender

13 Eva Blimlinger

Abgeordnete zum Nationalrat, Mediensprecherin der Grünen

14 Andreas Lesch

Chef vom Dienst der Verlagsgruppe Bistumspresse

15 Meret Baumann

Korrespondentin NZZ in Wien

16 Stephan M. Schweighofer

Universität Salzburg

17 Katharina Wiegmann

Chefredakteurin von perspective daily

18 Lukas Bayer

freier Journalist, Vorstand des Netzwerk Klimajournalismus Österreich und Host der 5vor12 Klima-Briefings.

19 Konrad Weber

Strategieberater und Coach im Bereich der digitalen Transformation

20 Judith Belfkih

Journalistin und Philosophin

21 Damita Pressl

Journalistin und Moderatorin, bei der NZZ und freischaffend

21 Katia Wagner

Journalistin, Kolumnistin, Moderatorin krone.at, Info-Chefin krone.tv

23 Luis Paulitsch

Österreichischer Presserat

24 Gabriele Falboeck

Dozentin FH St. Pölten, Lehrbeauftragte am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien

Inhalt

25 Walter Mayer

war u.a. Chefredakteur von Tempo, BZ, und Bild am Sonntag, freier Autor

29 Ian Banerjee

Stadt- und Zukunftsforscher, TU Wien, Kunstuniversität Linz

30 Klaus Candussi

Social Entrepreneur mit journalistischer Vergangenheit

31 Maren Urner

Neurowissenschaftlerin, HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft

32 Evelyn Hemmer

Chief Operating Officer bei Hashtag Media und ehemalige Leiterin der Wiener Medieninitiative

33 Julia Breitkopf

PR-Expertin, Journalistin und Podcasterin bei INSELMILIEU Reportage

34 Lucie Černá

Solutions Journalism Trainerin & Mentorin, Transitions Magazine

35 Elena Kountidou

Geschäftsführerin Neuen deutsche Medienmacher*innen

36 Svenja Schäfer

Assistenzprofessorin für Kommunikationswissenschaften, Wageningen University & Research (NL)

37 Katharina Biringer

Junior Scientist am Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung an der ÖAW; Obfrau von Radio Orange

38 Bianca Kriel

leitende Redakteurin Good News, (Podcast-)Redakteurin Good Impact, moderiert das Dialogformat "Good Talk" und forscht als Fellow am Media Lab Bayern zu konstruktiver Nachrichtenberichterstattung

Welchen Journalismus brauchen wir, um der Polarisierung etwas entgegenzusetzen?

Spalten ist einfacher als Brücken zu bauen – und zumindest kurzfristig rentiert es sich auch. Nicht nur für Boulevard-, sondern auch für Qualitätsmedien. Kann Journalismus die Gesellschaft wieder zusammenbringen?



von Teseo La Marca

Rechts und links entfernen sich voneinander, die Ablehnung gegenüber Andersdenkenden wird größer, im schlimmsten Fall gefährdet das unsere Demokratie. Wer ist schuld daran?

Das wäre eine schöne Recherchefrage. Sie setzt einen klaren Schuldigen voraus, den wir finden müssen, wie in einem Krimi. Sie suggeriert eine Spannung zwischen Gut und Böse und entwirft zugleich ein Schreckensszenario, das tiefsitzende, archaische Emotionen im Menschen anspricht. Aus dieser Recherchefrage könnte ein Text entstehen, der garantiert gut geklickt wird und die Umsätze seines Medienhauses ankurbelt. Es wäre aber auch ein Text, der selbst zur Polarisierung beiträgt – durch Schwarz-Weiß-Muster, Feindbilder und Dramatisierung.

Ein Beispiel, wie Journalisten immer wieder in diese Falle tappen, ist ausgerechnet ein Flaggschiff des westlichen Qualitätsjournalismus, die New York Times. Nach der Jahrtausendwende hatte auch die „Gray Lady“, wie die Zeitung wegen ihrer sachlichen und nüchternen Berichterstattung auch genannt wird, mit Umsatzeinbußen zu kämpfen. Selbst Paywall und Abo-Modell schafften zunächst keine Abhilfe.



Die Wende kam erst mit dem sogenannten „Trump Bump“. Ausgerechnet Donald Trump, der wegen seines kreativen Umgangs mit Fakten und seinen polternden Slogans in einen Dauer-Clinch mit etablierten Medien geriet, verschaffte der New York Times unverhoffte Umsatzrekorde. Allein im letzten Quartal 2016 – also nach Trumps Wahl zum Präsidenten – hat die New York Times mehr als 250.000 Digital-Abos vergeben. Ihr Umsatz stieg 2017 um acht Prozent und 2018 um weitere vier Prozent.

Was war geschehen? Offensichtlich profitierten von Trumps Popularität nicht nur seine Gefolgsleute, sondern auch jene, die sich zur stärksten Antithese des notorischen Faktenverdrehers profilierten: New York Times, Washington Post und Co. Durch ihre Anti-Trump-Position konnten die Qualitätsmedien millionenfach Trump-Gegner, die um das Ende der Demokratie fürchteten, als neue Abonnenten mobilisieren. Die neuen Abonnenten wiederum erwarteten einen noch aktivistischeren, kämpferischen Kurs gegen Trump und seine Anhänger. Die Polarisierung – und damit auch die Zersetzung des demokratischen Konsenses in den USA – schritt ungehindert voran.

Heute gilt der „Trump Bump“ als ein Paradebeispiel dafür, wie Medien – zumindest kurzfristig – von Negativität, Untergangsstimmung und Polarisierung profitieren. Und er zeigt in Bezug auf das Verhältnis zwischen Medien und einer gespaltenen Gesellschaft drei unangenehme Wahrheiten auf:

- 1.** Geschichten, die auf Konflikte und Feindbilder, Moralisierung und Emotionalisierung setzen, verkaufen sich besser – nicht nur in Hollywood, sondern auch in den Nachrichten.
- 2.** Dieser Versuchung können auch Qualitätsmedien erliegen. Es braucht keine schrillen Überschriften, keine Panikmache als Geschäftsmodell, um die Realität zugunsten einer „guten Geschichte“ zu verzerren. In anderen Worten: Nicht nur rücksichtslose Boulevard-Blätter, auch seriöse Medien können in die Falle der Schwarz-Weiß-Muster, der Feindbilder und Dramatisierung tappen.
- 3.** Polarisierung wird von allen Seiten vorangetrieben. Auch linke oder liberale Medien, wie die New York Times, können eine der treibenden Kräfte der Spaltung der Gesellschaft sein.

Das, was Trump für die US-Medien ist, waren für deutschsprachige Medienhäuser in den letzten Jahren andere Themen: Corona und die Impfung, der Klimawandel, die Einwanderung, Integration, der Krieg in der Ukraine, der Nahostkonflikt. Die Steine des Anstoßes haben sich in den letzten Jahren gefühlt wie Sand am Meer vermehrt. Und auch deutschsprachige Medien haben dies für sich genutzt, haben die Tatsachen dramatisiert, Positionen moralisiert und Menschen zu Feindbilder gemacht.

Das Problem dabei: Kurzfristig mag sich die Spaltung der Gesellschaft für die Medienhäuser rentieren. Aber wenn diese Entwicklung langfristig zu illiberalen Regierungen führt, könnte dies auch das Ende einer freien Presse bedeuten. Es liegt also im Interesse des Journalismus selbst, der Polarisierung etwas entgegenzusetzen, Brücken zu bauen statt sie einzureißen.

Nur: Wie gelingt das konkret? Ist das – auch kurzfristig – überhaupt rentabel? Und welches Ausmaß von Polarisierung ist für eine Demokratie vielleicht auch ganz nützlich?

Welchen Journalismus brauchen wir, um der Polarisierung etwas entgegenzusetzen?

**Das haben wir führende
Medienmacher:innen,
Journalist:innen und Forschende
aus dem deutschsprachigen Raum
gefragt:**



© C. Scheriau

Matthias Karmasin

Direktor des Instituts für Vergleichende Medien- und Kommunikationswissenschaft (CMC) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Universität Klagenfurt

(Wirtschaftlich wie politisch) unabhängigen, gut ausgestatteten, investigativen, qualitätsgesicherten, glaubwürdigen, professionellen und integren faktenbasierten Journalismus - auf vielen Plattformen, in vielen Formen und auf vielen Kanälen.

Nebstbei: Ich denke (auch die Forschung am CMC zeigt es): es gibt Triggerpunkte der Auseinandersetzung, es gibt Versuche der Destabilisierung demokratischer Öffentlichkeiten - aber das Narrativ der generellen Polarisierung lässt sich sozialwissenschaftlich und empirisch nicht ganz rekonstruieren.

Als Hinweis: Der Blick in die sogenannten „sozialen“ Medien ist ein Zerrspiegel - kein Spiegel der Gesellschaft.

“Democracy dies in Darkness”

Washington Post

”

Wenn sich die New York Times und die Washington Post als Gegengewicht zum düsteren Trumpismus aufgestellt haben, dann aus dem journalistischen Motiv heraus, die Demokratie zu verteidigen. Weil Demokratien in der Dunkelheit sterben, wie es die Post in ihrem Claim „Democracy dies in darkness“ ikonografisch festhielt, mit Medien als Scheinwerfer der Demokratie. Das entsprach zugleich einer Sehnsucht der Leser:innen nach Stabilität und lief nicht unter dem Motto „Polarisation Sells“.

Die Form der Polarisierung, die wir derzeit erleben, Polarisierung an deren einem Ende Menschen nicht mehr über Fakten erreichbar sind, unterspült die Demokratie. Qualitätsjournalismus, der sich der Demokratie und dem Erhalt der menschlichen Lebensgrundlagen verpflichtet sieht, hat deshalb nicht wirklich die Wahl zwischen verkaufsfördernder Polarisierung oder Brückenbauen ohne Sex-appeal. Das Polarisieren übernehmen schon andere.

Das Ziel für Qualitätsjournalismus muss es jedoch sein, Polarisierung verstehbar zu machen und ihre Treiber sichtbar, ihren Ursprüngen nachzugehen, den Unsicherheiten und Verlustängsten und diese noch viel stärker in den gesellschaftlichen Diskurs einzuspeisen.

Und wenn es dann auch noch gelänge, Lösungen für ganz konkrete Probleme, Unsicherheiten und Ängste in den Mittelpunkt zu stellen, einen konstruktiven Dialog nämlich auf Sachebene anzustiften, wäre viel gewonnen.

Barbara Junge

Chefredakteurin taz
ehemalige Korrespondentin des
Tagesspiegels in Washington





Klaus Unterberger

Journalist, Leiter der ORF-
Stabstelle „Public Value“

1. Qualitätsjournalismus muss sein elitäres Selbstverständnis radikal hinterfragen. Wenn sich viele Menschen im öffentlichen Diskurs nicht wahrgenommen und berücksichtigt fühlen, leidet Relevanz und Glaubwürdigkeit der Medien zurecht. Daher muss das Herrschaftswissen der Medien durch Bürgernähe, kritische Selbstreflexion und deutlich mehr Partizipation ersetzt werden.
2. Kritischer Journalismus ist nicht nur die – im schlimmsten Fall am Parteienproporz ausgerichtete - Administration von Nachrichten. Daher muss er überprüfbar aus dem Einflussbereich von Parteien und wirtschaftlichen Interessen befreit werden und seine ursprüngliche Rolle als vierte Gewalt in der Demokratie beleben, um Politik und Wirtschaft zu kontrollieren und nicht umgekehrt. Dafür muss der Journalismus seine zum Teil als Nischen betriebenen Bereiche der Dokumentation, der Reportage, der Bürger:innensendungen sowie der gesellschaftskritischen Unterhaltung deutlich aufwerten.
3. Journalismus, der autoritären und populistischen Bestrebungen in Politik und Gesellschaft entgegenwirken will, braucht erheblich mehr Provokation und Irritation, Widerspruchsgeist, Kreativität und Mut zum Konflikt. Qualitätsjournalismus ist nie brav und adaptiv, sondern immer neu und neugierig, hinterfragend und konfliktfreudig, antiautoritär und aufmüpfig.
4. Antipopulistischer Journalismus muss populär sein und als Diskursraum der Gesellschaft eine Plattform der öffentlichen Auseinandersetzung sein. Dafür sind insbesondere die digitalen Kommunikationstechnologien zu nützen. Es braucht daher nicht-kommerzielle, ggf. öffentlich-rechtliche Social Media-Angebote und ein vertrauenswürdigeres Internet jenseits der unkontrollierbaren Macht der digitalen Konzerne.



Jonathan Widder

Gründer und Chefredakteur von
[Squirrel News](#)

Polarisierung an sich muss nicht schlecht sein.

In Diskussionen prallen nun mal gegensätzliche Argumente aufeinander und unterschiedliche Haltungen bilden sich heraus. Genauso wichtig ist es aber auch, gemeinsam nach Lösungen zu suchen. Das klappt nicht, wenn sich Journalismus hauptsächlich daran aufgeilt, gegensätzliche Meinungen aufeinanderprallen zu lassen, und sich so ständig im Kreis dreht, wie es viele Talkshows derzeit tun. Guter Journalismus dagegen würde konsequent konstruktive Fragen stellen und viel öfter Menschen einladen, die zu nachhaltigen Lösungen etwas beizutragen haben.

Die Spaltung unserer Gesellschaft nimmt spürbar zu. Schuld daran sind zu einem wesentlichen Teil die großen Online-Plattformen:

Ihre Algorithmen halten die User:innen in deren eigener Meinungsblase und sie bemühen sich gar nicht erst um Qualität oder Ausgewogenheit.

Guter, ernsthafter Journalismus ist gleichsam der Gegenpol dazu. Er bietet Seher:innen, Hörer:innen oder Leser:innen eine Vielfalt an Meinungen, er ordnet Informationen ein und fördert den öffentlichen Diskurs.

Objektivität und Faktentreue sind dabei wichtige Leitsterne. Beispiele hierfür sind die Nachrichtensendungen der großen Privatsender oder auch Diskussionssendungen wie „Wild Umstritten“ auf PULS24 oder „Links. Rechts. Mitte.“ auf Servus TV.

Hierfür sind gut ausgebildete Journalist:innen, verbindliche Redaktionsstatute und interne Kontroll- und Qualitätssicherungsmechanismen erforderlich. Um gute Redaktionen im kleinen Medienmarkt Österreich auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten finanzieren zu können, braucht es öffentliche Förderungen. Analog zur Einführung der „Qualitätsjournalismusförderung“ für Print-Verlage ist jetzt eine korrespondierende Erhöhung des Privatrundfunkfonds dringend notwendig.

Corinna Drumm

Geschäftsführerin beim Verband
Österreichischer Privatsender



Journalismus soll zunächst dazu beitragen, über die unterschiedlichsten Bereiche verständlich, nachvollziehbar und quellenbasiert zu informieren.



Eva Blimlinger

Abgeordnete zum Nationalrat,
Mediensprecherin der Grünen

Schon das „Wir“ in der gestellten Frage gibt es aus meiner Sicht nicht – denn damit beginnt eigentlich eine Polarisierung oder ich sage vielleicht treffender „die differenten Positionen“.

Einer der Gründe der immer wieder ins Treffen geführten Polarisierung ist, dass die als Fakten ausgegebenen Fakes im Gewand des Seriösen, des Journalistischen daherkommen und dies nicht sind. Sie stehen dann auf den ersten Blick gleichwertig neben seriösen Inhalten. Und auch wenn Journalistinnen und Journalisten sich an alle Regeln halten, wunderbar recherchiert haben, sind journalistische Beiträge – unabhängig auf welchem Weg sie in die Öffentlichkeit gelangen – leider muss ich sagen, lediglich ein kleiner Teil der veröffentlichten Information.



Ich bin Andreas Lesch, Chef vom Dienst der Verlagsgruppe Bistumspresse. Mit unserer Zentralredaktion produzieren wir die überregionalen Seiten für 17 katholische Magazine und Zeitungen. Privat schreibe ich einen konstruktiven Newsletter zum Thema „Veränderung als Chance“. Was genau zu Ihrem Thema passt.



© Stephanie Jegliczka

Andreas Lesch

Chef vom Dienst der Verlagsgruppe
Bistumspresse

Denn um der Polarisierung etwas entgegenzusetzen, muss der Journalismus sich verändern.

Er braucht eine neue Haltung, ein neues Rollenverständnis, einen neuen Blick auf die Welt.

Er sollte nicht mehr nur den Streit beleuchten, sondern auch die Einigkeit; nicht nur das, was Menschen trennt, sondern auch das, was sie verbindet; nicht nur Probleme, sondern auch Lösungen. Er sollte Wege suchen, um gegensätzliche Meinungen miteinander ins Gespräch zu bringen. Die Menschen sind überfordert, weil die Krisen sich türmen. Sie wollen gesehen werden in ihrer Not, sie sehnen sich nach Perspektiven. Ein Journalismus, der diese Bedürfnisse bedient, würde manch eine Verspannung lösen.

Mein Newsletter: [Veränderung_|_Andreas_Lesch_|_Substack](#)



Wir brauchen fairen, sachlichen und unvoreingenommenen Journalismus, der bereit ist, alle Seiten anzuhören und vor allem auch, über die eigene Bubble hinauszuschauen.



© NZZ

Meret Baumann
Korrespondentin NZZ in Wien

Dafür sind seriöse Recherche und Expertise erforderlich – und damit Zeit und Ressourcen. Wenn auch der Staat solche an Medienunternehmen zuweist, sollte dies auf Basis klarer Kriterien bezüglich Reichweite und Qualität geschehen.

Stephan M. Schweighofer

Universität Salzburg



Misstrauet und empöret euch

Sind wir tatsächlich so gespalten? Nein, sagt auch Steffen Mau in seinem neuen Buch.

Die Gesellschaft ist nicht grundsätzlich in unterschiedliche Lager aufgeteilt, sondern nur bei bestimmten Triggerpunkten uneins.

Grenzöffnungen, Sprachreformen, Quoten: Das ist, wo es oft kracht.

Medien spielen bei der Polarisierung an diesen ‚Triggerpunkten‘ eine tragende Rolle. Zu oft wird auf öffentliche Erregung gesetzt, weil Clickbait und Co. die Kassen klingeln lassen – die Finanzierung muss ja gesichert werden. Apropos Finanzierung: Wie gut funktioniert eigentlich die staatliche Medienförderung? Gut, anderes Thema.

Die zunehmende Orientierung an den Emotionen der Konsument:innen nährt das Bild der zerrissenen Gemeinschaft. Und im schlimmsten Fall führt das zur Erosion der Demokratie.

Unser demokratisches Lebensmodell hängt nicht zuletzt an unabhängigem und qualitativem Journalismus. Lassen wir nicht zu, dass ausschnitthafte und polarisierende Berichterstattung dazu führt, dass wir uns gespaltener sehen als wir es tatsächlich sind.



Katharina Wiegmann

Chefredakteurin von perspective daily

Die traurige Wahrheit ist: Polarisierung ist ein gutes Geschäftsmodell. Mit Schlagzeilen, die zuspitzen, verärgern, Ängste wecken, lässt sich Geld verdienen.

Gründe dafür gibt es viele. Zum einen ist unser Gehirn darauf gepolt, Gefahren zu erkennen; schlicht und einfach, um zu überleben. Zum anderen springen wir darauf an, wenn uns etwas empört. Hier kommen politische Identitäten ins Spiel.

Empört sind wir nämlich dann, wenn wir unsere Werte verletzt sehen. Klima-Kleber vs. Pendler. Woke-Warrior vs. Gender-Gegner. Choose your fighter. Dabei ist es im wahren Leben nie so einfach.

Diese Komplexität muss Journalismus abbilden, indem er Grautöne zulässt, Perspektiven aufzeigt, empathisch ist. Journalismus kann Brücken bauen, indem er Menschen mehr sein lässt als Schablonen, und sie nicht zwanghaft "der einen" oder "der anderen" Seite zuordnet. Medienschaffende müssen aber auch klar benennen, wenn Menschenrechte infrage gestellt werden und sensibel dafür sein, welche Begriffe oder Framings sie in ihrer Berichterstattung reproduzieren.

Konstruktiver Journalismus setzt Polarisierung etwas entgegen, indem er in die Zukunft blickt, anstatt sich immer weiter in den Problemen zu suhlen. Er erkennt, dass wir in Zeiten multipler Krisen zwar die Probleme durchdringen und verstehen müssen, es aber nicht dabei belassen dürfen.

Und schließlich macht sich dieser Journalismus am besten unabhängig von Anzeigen und Werbekund:innen, sondern begibt sich auf Augenhöhe mit denen, die ihn finanzieren – den Leser:innen.

Lukas Bayer

freier Journalist, Vorstand des
Netzwerk Klimajournalismus
Österreich und Host der 5vor12
Klima-Briefings



5 Handlungsschritte für den Journalismus in Zeiten des Klimawandels

Zwei Drittel der Bevölkerung interessieren sich für Klimanews, doch jede zweite Person fühlt sich nicht ausreichend darüber informiert. Gleichzeitig vermeiden immer mehr Menschen regelmäßig den Konsum von Nachrichten. Einer der Gründe: zu negativ, zu deprimierend – ein Dilemma für den Klimajournalismus. So zeigt etwa eine Studie der Universität Graz, die derzeit in Peer Review ist, dass in Österreichs Zeitungen die prominentesten Klimathemen „überdurchschnittlich negativ“ dargestellt werden. Zudem trage Klimaberichterstattung zur Polarisierung bei und sie werde von Haltungen und Vorurteilen beeinflusst – sowohl von Mediengestaltenden als auch von Lesenden.

Daraus ergeben sich meines Erachtens fünf Handlungsschritte, um der Polarisierung entgegenzuwirken:

1. **Mehr Klimaberichterstattung:** Derzeit nimmt diese je nach Studie 1,5 bis 1,9 Prozent der Gesamtberichterstattung in Tageszeitungen ein. Doch Klima ist ein Querschnittsthema für jedes Ressort, wie es das Netzwerk Klimajournalismus im Klima-Kodex formuliert.
2. **Mehr Ausbildung:** Jede Journalist:in ist auch Klimajournalist:in, doch nicht alle können tief in das Thema eintauchen. Deshalb braucht es gezielte Fortbildungen, um etwa mit Vorurteilen und Halbwissen aufzuräumen.
3. **Mehr Kooperation und Austausch:** Wenn Medienschaffende unterschiedlicher Ressorts, Medien und Länder stärker zusammenarbeiten, ist die Chance größer, Menschen aus ihren Echokammern zu holen und eine breite Leserschaft anzusprechen. Gelungene Beispiele sind etwa das Correctiv.Lokal-Netzwerk in Deutschland und zahlreiche investigative Recherche-Kooperationen.
4. **Mehr konstruktive Berichterstattung:** Lesende wollen nicht nur informiert, sondern auch unterhalten, inspiriert, überrascht oder in eine positive Stimmung versetzt werden. Sagen was ist, bedeutet auch, über positive Entwicklungen zu berichten – vor allem, wenn diese eher schlechend geschehen.
5. **Mehr finanzielle Unabhängigkeit:** Medien dürfen nicht von Inseraten der Regierung und fossilen Industrie oder von großen Geldgebern abhängig sein, da sie unabhängig über diese berichten sollten. Es braucht eine breite Debatte, wie sich der Journalismus in Krisenzeiten finanziell neu aufstellen kann.

Um der gesellschaftlichen Polarisierung entgegenzuwirken, benötigen wir einen qualitativ hochstehenden Journalismus. Ähnlich wie ein regelmäßigen Gesundheitscheck für den Körper, ist die journalistische Berichterstattung ein Frühwarnsystem für gesellschaftliche Veränderungen.

Doch um der Polarisierung und Spaltung der Gesellschaft vorwegzukommen, benötigen wir heute mehr denn je eine andere Art der Berichterstattung – ein Journalismus, der auf Ausgewogenheit, Tiefgang und Verantwortungsbewusstsein setzt.

Wichtig ist die Förderung eines sachlichen Dialogs, der verschiedene Sichtweisen und Stimmen berücksichtigt, ohne dabei in Schwarz-Weiss-Malerei oder Sensationslust zu verfallen.

Ein solcher Journalismus setzt sich für mehr Zugänglichkeit und Austausch auf Augenhöhe ein, indem er komplexe Themen verständlich aufbereitet und Debatten anschlussfähig macht.

Das gelingt allerdings nur, wenn Medienschaffende täglich von Neuem ihre journalistische Praxis reflektieren, sich regelmäßig mit ihren Nutzer:innen auseinandersetzen und bereit sind, eigene Denkmuster zu reflektieren.

Dazu gehört auch, bewusst auf eine inklusive Sprache zu achten, konstruktiven Ansätzen mehr Raum zu bieten und integrierende Plattformen und Communities zu entwickeln. Solche Ansätze unterstützen schließlich nicht nur das Verständnis für unterschiedliche Perspektiven, sondern fördern längerfristig auch das Verständnis, dass Antworten auf die großen Herausforderungen unserer Zeit nur gemeinsam entwickelt werden können.



© Adrian Graf

Konrad Weber

ist Strategieberater und Coach im Bereich der digitalen Transformation. Er berät Geschäftsleitungen bei der Entwicklung und Implementation neuer Strategien und Prozesse



Judith Belfkih

Journalistin und Philosophin

Ein Kunst-Magazin hier, ein Grätzl-Newsletter dort, dazu ein Philosophie-Podcast. Innovative Medienformate entstehen derzeit an jeder Ecke. Das ist an sich eine gute Nachricht. Es bildet die wachsende Pluralität unserer Gesellschaft ab.

Die Schattenseite: Diskurs zerfällt dabei in immer kleinere, oft Agenda-getriebene Echokammern. Polarisierung ist dabei längst nicht mehr das zentrale - demokratiepolitische - Problem, sondern die Zersplitterung von Öffentlichkeit in viele parallele, teils abgeschottete Universen.

Journalismus, der hier entgegenwirken will, muss seine Rolle neu finden in dieser digitalen redaktionellen Gesellschaft. Es braucht Journalismus nicht, um einen Diskurs zu führen oder Themen vorzugeben. Der Diskurs ist schon da. Es geht vielmehr darum, ihn zu fassen in seiner Komplexität und ihn zu moderieren.

Journalismus, der hier entsteht, begreift Userinnen und User als kompetenten Teil des redaktionellen Prozesses. Dafür braucht es neue, zeitgemäße Strukturen und eine unabhängige Finanzierung.

Dann ist eine Rückbesinnung auf die ureigenste zutiefst demokratische Aufgabe von Journalismus möglich: Einen Ort zu schaffen, an dem alle gemeinsam an einem besseren Morgen bauen können.

Mein Name ist Damita Pressl und ich bin Journalistin und Moderatorin, bei der NZZ und freischaffend.

Zunächst ist wichtig, solche Diskussionen faktenbasiert zu führen: Laut Österreichischem Demokratiemonitor sind wir gar nicht so polarisiert. Das heisst, es gibt nicht etwa zwei Lager, sondern es spiesst sich vor allem bei bestimmten Themen - am stärksten bei Migration und Klima.

Gerade bei solchen Themen ist es wichtig, zwischen Fakt und Meinung zu differenzieren. Journalisten dürfen nicht in die Falle tappen, "alle Positionen" repräsentieren zu wollen, um vermeintlich Polarisierung zu vermeiden, und dabei die Fakten zu vergessen.

Dass die Erde sich erwärmt, ist Fakt. Dass es Länder gibt, wo 93% es falsch finden, die Ehefrau zu schlagen, und Länder, wo nur 4% das falsch finden, ist auch Fakt.



© Janic Wernuth

Damita Pressl

Journalistin und Moderatorin

Wie wir der Klimakrise am besten begegnen, und wie viele Menschen aus Kulturen, wo Freiheit und Gleichheit wenig bedeuten, wir unter uns aufnehmen können und wollen, sind Meinungsfragen.

Katia Wagner

Journalistin, Kolumnistin,
Moderatorin krone.at,
Info-Chefin krone.tv



An der Polarisierung ist nicht der Boulevard schuld

Wahrscheinlich denken Sie sich: Nicht noch ein Text über die Auswirkungen der Polarisierung auf unsere Gesellschaft! Zu Recht – es wurde immerhin schon viel Richtiges gesagt. Lassen Sie mich dennoch die Sicht einer Boulevard-Journalistin ergänzen...

Oft heißt es, wenn von Polarisierung gesprochen wird, dass der Boulevard schuld oder zumindest zu einem guten Teil mitschuld sei, immerhin seien die Titel reißerisch, die Texte verkürzt und die zugehörigen Onlineportale lediglich auf Klicks aus. Der Endbefund lautet: Neben der Politik

und den sozialen Medien ist der Boulevard-Journalist der große Mittäter an unserer gesellschaftlichen Spaltung. Damit wurden die Schuldigen detektiert und der Fall ist geschlossen.

Gute und Böse Journalisten

Diese Erzählung hat aber einen genauso langen Bart wie sie falsch ist. Sie sorgt außerdem für genau das, was sie anprangert: für die billige Einteilung in „gute“ und „böse“ Journalisten und damit für Polarisierung. Das hebt die „Guten“ in Zeiten eines hart umkämpften Medienmarktes ab, man erhofft sich damit neben der Selbsterhöhung wohl auch Leserströme zu den selbsternannten „Qualitätsmedien“. Den Schaden hingegen, dass nach außen hin das Bild einer gespaltenen Zeitungswelt entsteht, nehmen die Schubladisierer schulterzuckend in Kauf.

Wer der wahre Feind unserer Gesellschaft ist

Dabei sollte gerade diese Branche im Kampf gegen eine gesplante Gesellschaft geeint zusammenstehen. Der Feind ist nämlich nicht der Branchenkollege, sondern das diffuse Konglomerat aus einer verunsicherten Grundstimmung und einer verstummen Diskussion. Wer nämlich das Gefühl hat, nicht mehr offen aussprechen zu können, was er denkt, kapselt sich vom Kollektiv ab und sucht sich Gleichgesinnte. Und hier wird es gefährlich.

Vorsicht, Rattenfänger!

Denn natürlich lauern hier mitunter Rattenfänger, die mit Verständnis und Zugehörigkeit locken. Deren Absichten sind nicht immer hehre, sondern oft auch bewusst destruktiv. Je größer nämlich die Gefolgschaft ist, desto größer ist die Macht in der Gruppe – und das Auseinanderdriften unserer Gesellschaft. Es ist eine einfache Rechnung auf Kosten unseres Zusammenhaltes.

Was wir Journalisten tun können

Umso wichtiger ist es, den wahren Feind zu erkennen und als Medienlandschaft geschlossen dagegen vorzugehen. Das Mittel der Heilung ist es, hinzuhören und auch noch so diffuse Meinungen auszuhalten. Wir Journalisten können diesen schweren Prozess mit einer größtmöglichen Nüchternheit unterstützen. Unsere Berichterstattung muss objektiv, umfassend und frei von persönlicher Färbung sein. Unsere Kolumnen oder Glossen müssen breit und vielseitig sein, auch wenn uns nicht jeder Text eines Kollegen gefällt. Und, was viele Medienhäuser vergessen: der gute, alte Leserbrief muss wieder an Bedeutung gewinnen. Nur so lässt sich herausfiltern, bei welchem Thema es besonderen Diskussionsbedarf gibt und wie unsere Gesellschaft tickt. Man kann der Polarisierung nur mit maximaler Offenheit begegnen. So einfach es auch klingt.

Luis Paulitsch

Österreichischer Presserat



© Thomas Dalby

Mein Name ist Luis Paulitsch, seit 2019 bin ich Referent beim Österreichischen Presserat. Als Jurist und Zeithistoriker befasse ich mich seit vielen Jahren mit dem Schutz der Pressefreiheit.

Die Digitalisierung hat unsere Kommunikation stark verändert und zu einer Flut von Desinformation und „Fake News“ geführt, zahlreiche Akteur:innen attackieren unabhängige Medien. Umso wichtiger ist professioneller Journalismus, der den Overkill an medialen Inhalten für uns kompetent einordnet.

Die Einhaltung medienethischer Standards – sorgfältige Recherche, Ausgewogenheit oder Persönlichkeitsschutz – ist die Grundlage für die Glaubwürdigkeit klassischer Medien.

Es sollte daher auch auf Feindbilder und Zuspitzungen verzichtet werden, um die aktuell aufgeheizte Stimmung nicht zusätzlich zu befeuern.



Zeit, Nähe, Status, Dynamik (u.a. Überraschung), Valenz (Konflikt, Kriminalität, Schaden, Erfolg) und Identifikation – diese Dimensionen von Nachrichtenwerten postulierte Winfried Schulz anno 1990. Die Tauglichkeit dieses Konzepts zur Erklärung von journalistischen Auswahlprinzipien hat sich bis in die Gegenwart und auch zur Erklärung von Content in Sozialen Medien bewährt. Bad News, Konflikte sowie Unerwartetes stehen ganz oben auf der Hitliste journalistischer Aufmerksamkeitsgeneratoren, insbesondere in Zeiten, in denen die auch nur kurze Rezeption ein heiß umkämpftes, weil zur Monetarisierung dienendes und damit wahrlich teures Gut ist.

Ein kurzer Blick auf die obenstehende Liste macht es nochmal deutlich: Eine polarisierende Darstellung bedient die Nachrichtenwerte – denn es gilt: je mehr, desto besser – absolut. Dabei lässt sich der Kriterienkatalog auch anders umsetzen. Der Journalismusforscher Horst Pöttker hat es meiner Meinung nach sehr verständlich formuliert: “Wir brauchen eine Vielfalt von Perspektiven, die uns helfen, die Welt in ihrer Komplexität zu verstehen und uns auch auf andere Wirklichkeiten einzulassen. (...) Wenn wir nur auf unserem kleinen Tisch arbeiten und nichts anderes kennen, dann wird unsere Perspektive begrenzt bleiben.”

Dynamik respektive Überraschung kann man auch durch das Einholen von verschiedenen, möglichst vielfältigen Perspektiven auf ein Thema erzeugen.

Was bedeutet Migration für Kriegsflüchtlinge, für Binnenmigrant:innen, für eine:n Bürgermeister:in, für Alte, für Junge, für Arbeitgeber:innen und Beschäftigte, für politisch Rechts- und Linksstehende...? Das Erfahren dieser vielen Perspektiven eröffnet Raum für Nähe, Identifikation, zeigt Konflikte anders auf. Auch sollte das Wort Status insbesondere jener des Expert:innenstatus neu begriffen werden.

Denn: Ist nicht (auch) der:die Expert:in, der:die mit Situationen täglich konfrontiert ist? Exemplarische Streiflichter sind in österreichischen Medien bereits zu erhaschen: Ich denke zum Beispiel an die Rubrik „Wie es ist...“ oder „Ökonometer“ im Magazin Datum. Um Polarisierung entgegenzuwirken, sollte man die Leute an einen Tisch holen und den Diskurs suchen, im journalistischen Verständnis als Debatte oder als Bereitstellen einer Plattform, um die Erzählungen von Living Books nachlesen zu können.

Vielleicht besteht die Leistung der medialen Berichterstattung von Journalist:innen künftig auch darin einzuladen, zu fragen, zu motivieren und schließlich den O-Ton in die richtige Form zu bringen.



Gabriele Falböck

Dozentin FH St. Pölten, Lehrbeauftragte am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien

Walter Mayer

war unter anderem
Chefredakteur von Tempo, BZ,
und Bild am Sonntag, freier
Autor



Achtung, dieser Text will polarisieren!

Es war 1979, das Jahr, in dem Sony den Weltmarkt mit dem allerersten Walkman und eine Band namens Village People die Ohren der Discogänger mit dem Song "YMCA" erschütterte. Gleichzeitig wurde die Deregulierungs-Queen Margaret Hilda Thatcher Premier in Großbritannien und zeigte, wie gut entfesselter Kapitalismus und Female Empowerment miteinander klarkommen. Eine aufregende Zeit. Und ich hatte gerade mit Not, Mühe und einigen Tricks, die hier jetzt nicht weiter beschrieben werden, die Matura am Musisch-pädagogischen Realgymnasium in Salzburg geschafft. Nach dieser Verbeugung vor der Leistungsgesellschaft sollte nun der Mythos Freiheit umarmt werden. Also: ab nach Berlin. Mit einer Freundin stoppte ich per Anhalter in die geteilte Stadt, in der, das wollte man damals in der österreichischen Provinz jedenfalls fest glauben, nahezu alles möglich war.

Wir testeten die imaginierten Möglichkeiten jedoch nicht aus, sondern hielten uns ans klassische Touristenprogramm, besichtigten Zoo, Wannsee und die Mauer (zunächst von der harmlosen, westlichen Seite). Nach einer anstrengenden, aber die Verheißung von Entgrenzung und Extase nicht erfüllenden, Disco Nacht in Kreuzberg unternahmen wir einen Ausflug rüber in den Osten, nach "Berlin, Hauptstadt der DDR".

Unter den strengen Augen der bewaffneten Organe der Arbeiter- und Bauernmacht enterten wir also via Checkpoint Charlie das Land, das dreißig Jahre zuvor auf dem Boden der sowjetischen Besatzungszone gegründet worden war und sich seit 18 Jahren durch eine tödliche, Stacheldraht bewahrte Mauer vor dem Zerfall schützte. Die Grenzer blickten böse. Die Hunde knurrten fleischeslustig. Obwohl Bürger des neutralen Österreichs schienen wir irgendwie verdächtig. Ich hatte meine Haare hennarot gefärbt und trug Cowboystiefel. Meine Begleiterin duftete nach der Kreuzberger Nacht und ein paar Sprühstößen Chanel Nr. 5 (hatte sie im Kadewe geklaut) und drückte während der Passkontrolle die "Cherry Coke"-Dose, die ihr ein Promo Team der Coca Cola Company auf der Westseite der Grenze aufgedrängt hatte, fest an ihre Brüste. Ich hatte den "stern" dabei - ich weiss nicht mehr, was die Titelgeschichte war, aber ich erinnere mich, dass das Coverfoto eine Nacktbadende zeigte, die den Betrachtenden ihren wellenumspülten Hintern entgegenstreckte. Die Illustrierte wurde mir abgenommen.

Eingeschüchtert schauten wir in die auf uns gerichteten Gewehrmündungen, passierten endlich die Grenzanlagen und liefen über die Friedrichstraße an Neuer Wache und Oper vorbei Richtung Alexanderplatz. Zweitaktige Trabants tuckerten und Simson-Mopeds beförderten Studenten zum Hauptgebäude der Humboldt Uni. Unser Ziel war das Pressecafé des Berliner Verlages. Dort gab es dünnen Kaffee und, so hatten mir es Salzburger Bekannte vom "Kommunistischen Studentenverband", mit schwärmerischen Timbre in der Stimme versprochen, sämtliche, wirklich alle Tages- und Wochenzeitungen und sonstigen Druckerzeugnisse der sozialistischen Republik sowie der DDR wohlgesonnene Publikationen aus dem globalen Osten. Die wollte ich studieren, um mir ein eigenes, objektives Bild von dem "anderen Deutschland" zu machen.

Draussen regnete es schüchtern, meine Freundin hatte sich nach einem Glas bulgarischen Rotweins dennoch ins nasse Grau verabschiedet, sie wollte sich das Pergamon-Museum anschauen; und ich machte es mir in in einem der Kunststoff-Schalensessel der zwei etagigen, im Stil des Ost Futurismus gebauten, Gaststätte so bequem wie möglich und blätterte durch Zeitungen, die ich nie zuvor in Händen gehalten hatte: Neues Deutschland, Neue Zeit, Junge Welt, Freies Wort, Der Morgen, Leipziger Volksstimme und zwei Dutzend weitere Gazetten. Hinter mir saß ein mittelalter Herr mit sehr vollem Haar und einer breiten, quergestreiften Krawatte, die man heute vielleicht modisch finden würde. Er trank Weinbrand oder ähnliches und ich bildete mir ein, dass er mich genauestens beobachtete. Sonst war das Lokal weitgehend leer. Wahrscheinlich war das wirklich nur eine Einbildung, er starrte wohl eher nur ins Leere, Zeitung las er jedenfalls keine.

In den Blättern, die ich zur Hand nahm, bot sich eine geordnete Welt dar, in der es so still und so unaufregend war, wie hier im Pressecafe. Ich las Botschaften aus einer Gesellschaft, die keine Widersprüche aufzuweisen schien. Keine Skandale, kein Verbrechen, keine Konflikte. Die Vielfalt der Presseerzeugnisse konnte nicht über die Einfalt der Inhalte täuschen. All diese DDR-Tageszeitungen waren mit den gleichen oder ähnlichen Überschriften und gleichlautenden Stories erschienen. Wenn der erste Sekretär des Zentralkomitees der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands und Vorsitzende des Staatsrats der Deutschen Demokratischen Republik, Erich Honecker, irgendwem die Hand geschüttelt hatte, stand das in allen Blättern in gleicher Größe und immer mit seiner kompletten, komplizierten Amtsbezeichnung. Unterschiede gab es nur in Typographie und Layout. Nur Konsens, null Nonsense. In all den Blättern keine Abweichung. Frieden, Freundschaft - und ein Hoch auf den super fortschrittlichen Fünfjahresplan. Ich empfand diese künstliche Harmonie als pure Gewalt, die Phrasen taten mir weh.

Ein Blatt habe ich mitgenommen und bis heute aufgehoben. Es war die "Neue Zeit" vom Montag, den 7. Juli 1979 und die Schlagzeile lautete tatsächlich: "Erholsamer Urlaub für Millionen Werktätige". Honecker hatte tags zuvor wohl frei, denn er kam nicht vor. Weitere Headlines auf Seite Eins der Ausgabe "Neue EDV-Anlage serienreif", "Die Besten erhielten Diplome" und ebenso unfasslich: "Friedeninitiative begrüsst".

Nicht einmal gegen den Westen/USA/Imperialismus etc. wurde gehetzt. Dass es eine Welt jenseits der Mauer gab, blieb weitgehend ausgeblendet!

Keine "Polarisierung" nirgends.

Es waren Sätze wie Gitterstäbe.

Ich dachte, ich ersticke beim Lesen.

Und merkte: Widerspruch ist der Sauerstoff, nachdem ich mich sehnte.

Ohne Widerspruch wirst Du erst müde, dann gleichgültig, wehrlos und irgendwann bist Du: tot!

Warum erinnerte ich mich blitzartig an diesen so lange zurückliegenden Ausflug in das Ostberliner Pressecafe (das später ein Steakhaus wurde) als mich Indra Jäger von "relevant" um einen Beitrag zum Thema Polarisierung bat?

Was hat die Einöde des untergegangenen Partei Journalismus mit unserer modernen Medienwelt zu tun? Und was die eingehegten Meinungen der untätigst schreibenden Genossen mit der polarisierenden Hetze in den sozialen Medien von heute?

Der Besuch des Cafes am Alexanderplatz und die Lektüre der gleichgeschalteten Presse hat mitgeholfen, mein Weltbild zu konstituieren und meine Haltung zum Journalismus geformt. Wenn es ums Schreiben und Blattmachen geht, befürworte ich vier einfache Prinzipien - und mehr muss man, glaube ich, auch nicht zum Thema "Polarisierung" sagen:

1. Die Wahrheit darf wehtun.
2. Langweiler werden nicht gelesen.
3. Neugier ist der Motor der Aufklärung.
4. Der Berichterstatter darf parteiisch sein (das lässt sich eh nie ganz vermeiden), aber bitte kein Aktivist.

Wie soll man denn bitte nicht polarisieren, wenn man über die Welt schreibt?

Waffenlieferungen für die Ukraine? Sie Polarisieren! Israels Kampf gegen die Hamas? Polarisiert! Gaza-Solidarität? Polarisiert mindestens ebenso! Gendern in der ZiB2 ? Polarisiert! Genderverbot in NÖ? Polarisiert natürlich genauso! Die Aktionen der Klimakleber und die Leitkulturkampagne? Megapolarisierung! Nehammer, Babler, Kickl - unsere Chef-Polarisierer!

Wer Jan Böhmermann sagt, der muss auch Julian Reichelt sagen. Und umgekehrt.

Freiheit braucht Wahrheit und Widerspruch - beides kann verletzen und polarisieren, natürlich. Wenn der Zugang zur Welt offen ist, nona, dass man sich dann an ihren Kanten stößt.

Polarisieren darf, muss manchmal sein. Ich bin selbstverständlich für faires, respektvolles, undiffamierendes, aber hartes und (wenn gelungen, dann gerne auch) polemisches Polarisieren. Ich bin ein Freund des gediegenen Gefechts. Vor allem aber bin ich ein Feind von Langeweile und Friedhofsruhe.

Leuchttürme der Zukunft



Ian Banerjee

Stadt- und Zukunftsforscher,
TU Wien, Kunstuniversität Linz

Die Verschärfung der sozialen und politischen Polarisierung ist das Ergebnis eines komplexen sozio-technischen Wandels.

Meine Idee, wie Journalisten der Polarisierung entgegenwirken können, möchte ich mit 25 Zeichen ausdrücken: mehr Zukunftsorientierung.

Nicht Polarisierung, sondern die Suche nach einer gemeinsamen Zukunft und neue Zukunftserzählungen müssen die übergeordneten Themen des kritischen Journalismus werden. Er darf sich nicht mehr nur als demokratisches Kontrollorgan der Macht sehen, sondern auch zur Problemlösung in der Welt beitragen.

In der Tat gibt es in Dänemark eine journalistische Denkschule - constructive journalism, die in diese Richtung weist. Wie der Name schon sagt, geht es dabei um lösungsorientierten Journalismus. Die wilde, auf Web 2.0 basierende Social-Media-Landschaft, deren polarisierende Kraft nicht mehr zu bändigen ist, ist im Paradigma dieser Denkschule mitberücksichtigt.

Die erste große Abhandlung über die Gefahren der Polarisierung stammt aus Nordafrika aus dem 14. Ausgehend von den Erfahrungen des damals 500 Jahre alten Reiches und des Goldenen Zeitalters des Islam stellte Ibn Khaldun (1332-1406), ein weitgereister Diplomat aus Tunis, nach 1500 Seiten akribischer Beobachtungen etwas Interessantes fest: Der Aufstieg und Fall einer Gesellschaft hängt vom sozialen Zusammenhalt dieser Gesellschaft ab. Er nannte dies aşabiyyah.

Im Zeitalter der deep fakes wird aşabiyyah eine ziemliche Herausforderung werden. Aber es scheint fast magisch - wenn immer mehr Polarisation Labs, Social Systems Labs, Museums of the Future, Co-Creative Labs - wie kleine Leuchttürme der Zukunft - unmerklich in vielen Teilen der Welt auftauchen. Journalisten sollten öfter über sie berichten.

Qualitätsmedien sehen sich gemeinhin in einer wichtigen Rolle zur Sicherung eines demokratischen Gemeinwesens. Dieser an sich richtigen Selbsteinschätzung werden sie jedoch in hohem Maße nicht gerecht, solange sie ihre zur allgemeinen Meinungsbildung wichtigen Informationen und Kommentare lediglich einem bestimmten Segment der Bevölkerung zugänglich machen.

Laut der repräsentativen Leo-Studie der Uni Hamburg kommunizieren Qualitätsmedien (ebenso wie Behörden und Unternehmen) auf einem komplexen Sprachniveau, das für mehr als 50 Prozent der Menschen nicht decodierbar ist.

Während sie diesem Vorhalt immer noch – durchaus mit Recht – mit Argumenten zur Sprachästhetik zu parieren versuchen, übersehen sie geflissentlich, dass ihnen längst KI-basierte Lösungen zur Verfügung stehen, ihre elaborierten Texte mit geringem Aufwand zeitgleich in vereinfachter, verständlicher Form zu publizieren.

Willkommen im Zeitalter der Digitalisierung!

Qualitäts-Medien spielen eine wichtige Rolle bei der Sicherung einer Gesellschaft, in der jeder eine Stimme hat. Jedoch erfüllen sie ihre Rolle nicht vollständig, wenn sie wichtige Informationen und Kommentare nur einem bestimmten Teil der Bevölkerung zugänglich machen.

Diese Informationen und Kommentare sollten für alle zugänglich sein. Einer Studie der Universität Hamburg zufolge verwenden folgende Gruppen eine komplexe Sprache, die von mehr als 50 Prozent der Menschen nicht verstanden wird:

- Qualitätsmedien
- Behörden
- Unternehmen.

Sie berufen sich gerne auf die Schönheit der Sprache, übersehen aber, dass es bereits Lösungen mit Künstlicher Intelligenz gibt, um ihre Texte gleichzeitig in einfacher und verständlicher Form zu veröffentlichen. Willkommen im Zeit-Alter der Digitalisierung!

© capito.eu

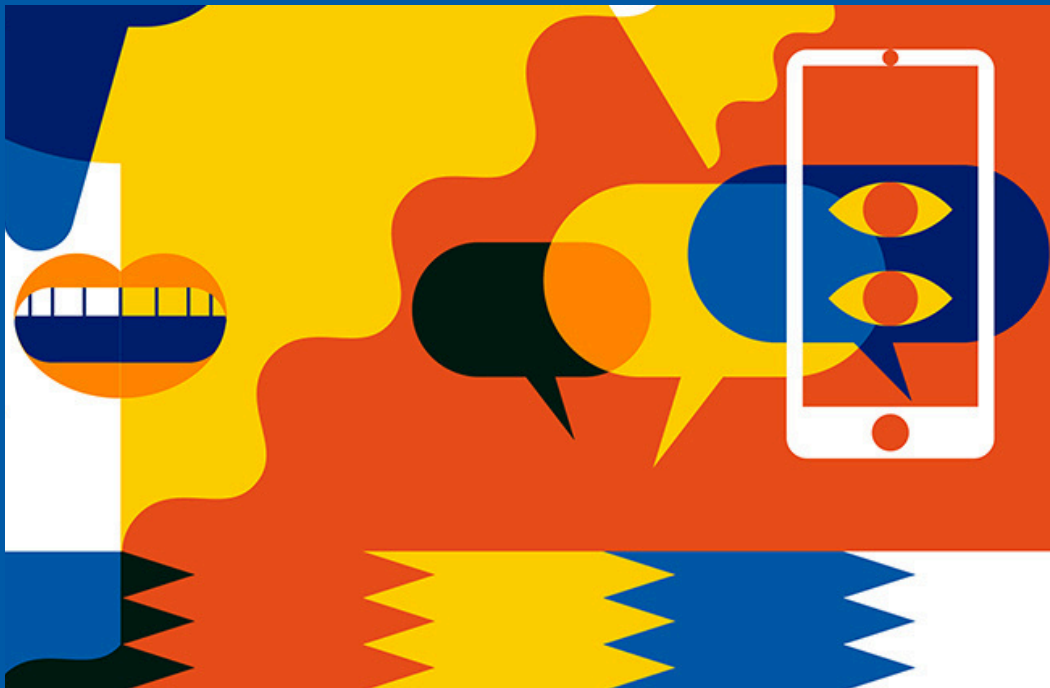


Klaus Candussi

Social Entrepreneur mit
journalistischer Vergangenheit

Anmerkung: Während der Originaltext die Kriterien für Verständlichkeit auf dem Sprachniveau B1 zu weniger als 10 Prozent erfüllt, erreicht die vereinfachte Fassung diesbezüglich 85 %.

Bearbeitungszeit: < 60 Sekunden für KI-Vorschlag
zuzüglich 2 Minuten für post-editorial Check und
Nachbearbeitung



Wir brauchen einen Journalismus, der immer und übergeordnet fragt: Was jetzt? Wie wollen wir weitermachen?



Maren Urner

Neurowissenschaftlerin, HMKW
Hochschule für Medien,
Kommunikation und Wirtschaft

Nur dann kann er seiner Verantwortung gerecht werden, Menschen zu informieren und handlungsfähig zurückzulassen. Beides ist notwendig, damit wir als Gesellschaft radikal ehrlich über die Herausforderungen – egal ob Pandemien, Klimanotfall oder Konflikte – unserer Zeit sprechen können und dabei gemeinsam Lösungen diskutieren können. Alles andere ist nicht nur ermüdend sondern selbstzerstörerisch!

[Maren Urners neues Buch "Radikal Emotional. Wie Gefühle Politik machen" erscheint am 02. Mai 2024.](#)



Evelyn Hemmer

Chief Operating Officer bei Hashtag Media
und ehemalige Leiterin der Wiener
Medieninitiative

Der Wettbewerb um unsere Aufmerksamkeit wird in Medien mittlerweile mit einer Brutalität geführt, für die der Begriff Polarisierung verharmlosend wirkt.

Nicht Inhalt und Einordnung stehen im Fokus, sondern Absenderin und Absender. Ich kann also leider sehr gut nachvollziehen, wenn Menschen am gesellschaftlichen Wert und der demokratischen Notwendigkeit von Journalismus zweifeln.

Als Medienschaffende können wir diesem Zweifel etwas entgegensetzen. Indem wir unsere Medienorganisationen entlang den Bedürfnissen unserer Zielgruppen ausrichten. Indem wir unsere Kanäle interaktiver und integrativer gestalten. Indem wir Formate und Inhalte entwickeln, die mit den Realitäten unserer Zielgruppen tatsächlich etwas zu tun haben. Um so unserer Gesellschaft einen Journalismus anzubieten, den sie braucht.



Julia Breitkopf ist PR-Profi, Journalistin und interessiert sich für das Außergewöhnliche im Alltäglichen. Gemeinsam mit der Fotografin Jana Mack produziert sie den multimedialen Reportage-Podcast INSELMILIEU.

Per Podcast und Fotoreportagen, mittels Veranstaltungen und Social Media geben die Medienmacherinnen Einblicke in vielfältige Wiener Lebensrealitäten.

Um der wachsenden Polarisierung entgegenzuwirken, brauchen wir einen Journalismus, der Raum für vielfältige Stimmen schafft und einen Dialog fördert, der Gemeinsamkeiten statt Konfrontation in den Mittelpunkt stellt. Wir brauchen mehr Geschichten, die Menschen ermächtigen und empowern, die Mut machen, anstatt Angst und Sorge zu verbreiten.

Ich finde es wichtig anzuerkennen, dass vollständige Objektivität im Journalismus unerreichbar ist, da wir alle unsere eigenen Weltanschauungen und Vorannahmen mitbringen. Viel wichtiger ist es, eigene Unsicherheiten transparent zu machen, sich selbstkritisch zu hinterfragen und Fehler offenzulegen. In unserem Podcast INSELMILIEU Reportage haben wir mit einem "Deep Dive"-Format einen Rahmen für (Selbst)Kritik und Perspektivenvielfalt geschaffen

Für mich ist es unverzichtbar, dass journalistische Beiträge die Vielfalt der Gesellschaft abbilden.

Ich wünsche mir eine Medienbranche, die darüber reflektiert, wem mediale Aufmerksamkeit zuteil wird, um sicherzustellen, dass verschiedene Sichtweisen und Anliegen gleichermaßen gehört werden.



© Viktoria Morgenstern

Julia Breitkopf

PR-Expertin, Journalistin und Podcasterin bei INSELMILIEU Reportage

Manche Medien geben dem Publikum, was es will: einen Konflikt, bei dem „unser Team“ auf der richtigen Seite steht.



Lucie Černá

Solutions Journalism Trainerin &
Mentorin, Transitions Magazine

Ist das Ganze aber nicht ein bisschen komplizierter? Und was passiert, wenn die Medien ihre Narrative auch ein bisschen verkomplizieren?

Menschen haben nämlich mehr gemeinsam, als sie denken. Und Journalist:innen können ihrem Publikum helfen, das zu sehen.

In ihrem bahnbrechenden Essay Complicating the Narratives zeigt Amanda Ripley, was die Journalist:innen von professionellen Mediatoren:innen lernen können. Die Techniken der Konfliktvermittlung können dabei helfen, über Verschiedenheiten hinweg zu arbeiten. So ein Zugang kann stärkere, viel inklusivere Geschichten über polarisierende Themen bringen und hilft dem Publikum, gegensätzliche Ansichten zu verstehen – und sich stärker mit den Nachrichten zu beschäftigen. Dadurch kann eine gesündere gesellschaftliche oder politische Debatte geführt werden, und im Endeffekt eine gesündere Demokratie verstärkt werden.



Seit Gründung der Neuen deutschen Medienmacher*innen vor 15 Jahren ist die deutsche Medienlandschaft diverser geworden. Trotzdem werden Mediendiskurse aktuell verstärkt von Antidemokrat*innen bestimmt.

Gerade in Zeiten von Spaltung sollte Journalismus Empathie fördern statt Hass.

Statt Antidemokrat*innen und ihren Positionen Schlagzeilen und Sendeplätze zu widmen, müssen mehr Betroffene rechter, antisemitischer und rassistischer Gewalt zu Wort kommen. Wir brauchen klare menschenrechtsbasierte Haltungen in Redaktionen statt Slogans für Vielfalt.

Die deutsche Medienlandschaft benötigt echte Repräsentanz und Perspektivenvielfalt, damit sich alle Mitglieder unserer pluralistischen Gesellschaft in der Berichterstattung wiederfinden. Journalismus muss für alle da sein, sonst verliert er an Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Dazu gehört auch, Kolleg*innen, die Diskriminierungen erleben, zu stärken und gegen Anfeindungen innerhalb der Redaktion sowie in der Öffentlichkeit zu schützen.

Anstatt unzählige Meinungen, braucht der Mediendiskurs vor allem gute Recherchen und Analysen, die sich auf Expertise stützen. Journalismus muss informieren, nicht polarisieren. In Zeiten von Kriegen braucht es Strategien gegen Hass im Netz und Aufklärung zu Desinformationen, am besten mehrsprachig. Denn guter Journalismus bedeutet, Alternativen zu radikalierenden Social-Media-Debatten zu bieten, anstatt sie zu reproduzieren.

Elena Kountidou

Geschäftsführerin Neuen
deutsche Medienmacher*innen



Clickbait wirkt. Deshalb ist es auch verständlich, dass selbst etablierte Medien im Angesicht der Finanzierungs Krise darauf zurückgreifen und dabei Sachverhalte reißerischer darstellen, als es für die Vermittlung von Nachrichten notwendig ist. Doch dadurch werden Gräben tiefer und das Vertrauen in den Journalismus leidet. Was kann der etablierte Journalismus tun, um dem etwas entgegenzusetzen?

Eine unaufgeregte, aber wirksame Strategie ist, sich auf die klassischen Qualitätskriterien zu besinnen: Wir brauchen einen Journalismus, der objektiv ist und verschiedene Perspektiven vertritt, jedoch nur solche, die sich mit den Grundsätzen einer Demokratie auch vereinbaren lassen. Außerdem sollten trotz des Aktualitätsdrucks nur verlässliche Informationen veröffentlicht werden, um das Vertrauen in der Gesellschaft nicht aufs Spiel zu setzen. Wenn man doch mal über den Tellerrand schauen und Nachrichten anders erzählen möchte, lohnt ein Blick auf Techniken des konstruktiven Journalismus.



Svenja Schäfer

Assistenzprofessorin für
Kommunikationswissenschaften,
Wageningen University & Research
(NL)

Liegt der Fokus nicht nur auf Drama und Krisen, sondern auch auf hoffnungsvollen Entwicklungen und inspirierenden Geschichten, fühlen sich Menschen besser und blicken auch in Krisenzeiten positiver in die Zukunft.

Ein solcher Perspektivenwechsel kommt bei dem Publikum gut an – und könnte auch der zunehmenden Polarisierung etwas entgegenwirken.

Community Medien können wesentlich der Polarisierung etwas entgegensetzen. Sie bieten interessierten Bürger*innen die Möglichkeit, selbst Sendungen zu gestalten. Mit ihrem starken Fokus auf in den Medien unterrepräsentierte Gruppen tragen sie zur Meinungspluralität bei. Außerdem fungieren die in Österreich 18 zum Freien Rundfunk zählenden TV- und Radiosender als Medienbildungseinrichtungen.

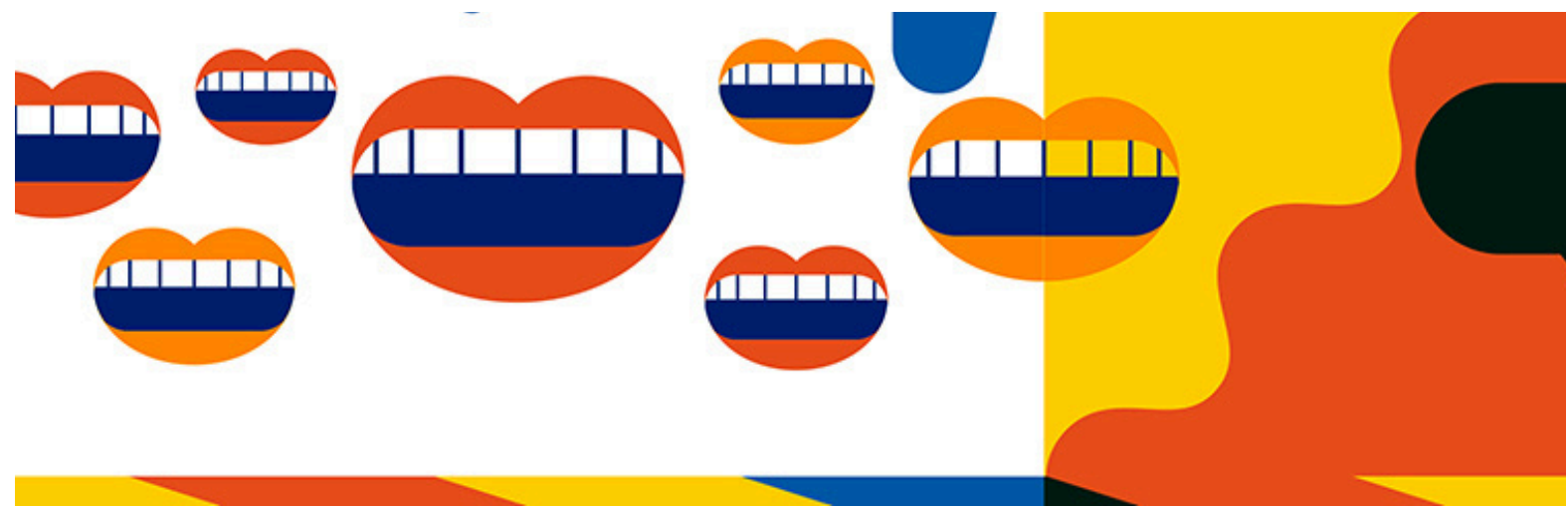
Sie vermitteln in Kursen, Workshops, Veranstaltungen und bei der selbständigen Gestaltung einer Sendung Medienkompetenz. Diese ist notwendig, um Nachrichten adäquat beurteilen und verarbeiten zu können und eröffnet einen neuen Blickwinkel auf die Logik des Mediensystems und darüber hinaus. Durch Medienkompetenz wird es den Individuen möglich, selbstbestimmt ihre Mediennutzung zu hinterfragen. Das kann beispielsweise das Ausbrechen aus Echokammern oder das einfachere Erkennen von Desinformationen ermöglichen.

**So kann mittels aktiver
partizipativer Medienarbeit
Polarisierung
entgegengewirkt werden.**



Katharina Biringer

Junior Scientist am Institut für
vergleichende Medien- und
Kommunikationsforschung an der
ÖAW; Obfrau von Radio Orange





Die endgültige Antwort auf die Frage, welchen Journalismus wir brauchen, um der Polarisierung entgegenzuwirken, kenne ich leider auch nicht. Aber wer weiß, vielleicht ist genau diese Haltung hilfreich:

Als Journalist:in nicht allwissend zu schreiben, von oben herab zu sprechen oder belehrend aufzutreten.

Außerdem, das mag banal klingen, scheint mir aber förderlich: Menschen machen Journalismus für Menschen – deshalb fände ich es sinnvoll, wenn wir mehr Perspektiven abbilden und unsere Redaktionen vielfältiger besetzen würden. Und schließlich: Wenn wir mehr konstruktive Dialoge mit unseren Leser:innen, Hörer:innen, Zuschauer:innen führen würden. Immer gut: transparent sein.



© Linda Schleier

Bianca Kriel

leitende Redakteurin Good News, (Podcast-)Redakteurin Good Impact, moderiert das Dialogformat "Good Talk" und forscht als Fellow am Media Lab Bayern zu konstruktiver Nachrichtenberichterstattung.

Wir würden uns wünschen, dass diese perspektivreiche Rundschau die Debatte öffnet und anregt- und laden herzlich dazu ein, den Artikel zu teilen, zu kommentieren, darüber zu sprechen und vor allem weiterzudenken.

Da zu diesem Thema längst nicht alles gesagt sein kann, freuen wir uns über Ihren Kommentar zur Frage “Welchen Journalismus brauchen wir, um der Polarisierung etwas entgegenzusetzen?": team@relevant.news



instagram

In Kontakt bleiben.

Unser Newsletter: Für alle, die an einem offenen Austausch darüber interessiert sind, welche Lösungszugänge es da draußen gibt.

Neugierig, kritisch, konstruktiv.



facebook

LinkedIn



www.relevant.news

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber ist: relevant Verein für lösungsorientierten Journalismus | ZVR-Zahl: 1719765375

Vorstand: Nina Schnider, Georg Schön, Lisa Binderberger

Team: Teseo La Marca (freier Autor, Introtext), Indra Jäger (Redaktion) Irma Tulek (Illustration), Fiona Walatscher (Grafik), Nina Schnider (Herausgeberin)



relevant.

Antworten auf die wichtigen
Gesellschaftsfragen