

Von der Schwarmintelligenz zur Schwarmbosheit

Ein Appell aus gegebenem Anlass. *Von Stephan Weichert*

Abstract Polemik, Provokation und Volksverhetzung geraten in den sozialen Netzwerken schnell zu einem explosiven Gemisch. Journalisten, denen an einer sachlichen Moderation gelegen ist, wird eine hohe Frustrationstoleranz abverlangt, um der Kritik von Trollen und Hatern zu begegnen. Der Essay geht unter anderen folgenden Fragen nach: Wie bewältigen Redaktionen das massiv wachsende Feedback ihrer User? Und welche Verantwortung tragen die Medien, aber auch die Zivilgesellschaft in der Ausgestaltung eines konstruktiven öffentlichen Diskurses?

359 Likes zählte der „Facebook“-Post von Timon Ruge, dem Onlinechefredakteur der „Lübecker Nachrichten“, nachdem er am 12. Juni 2015 sekundiert hatte, dass die Redaktion der Regionalzeitung ab sofort keine Beiträge zur Flüchtlingsproblematik mehr posten würde: aus Sorge vor weiteren übersäumenden Hasstiraden seiner „Facebook“-Gemeinde, die sich als Reaktion auf die Berichterstattung über eine Lübecker Erstaufnahme-Einrichtung für 600 Flüchtlinge in Befürworter und Gegner spaltete. „Diese polemischen Exzesse“, hieß es in dem Post, „widersprechen unserer Netiquette und auch der ansonsten freundlichen und sachlichen Gesprächskultur auf diesem Kanal, die wir weiter pflegen wollen.“ (Ruge 2015) Grund für den plötzlichen Kommentarstopp sei die Masse der justiziablen Anfeindungen, die „einfach nicht mehr zu handhaben“ gewesen seien.

Immerhin: 359 Leser zeigten sich öffentlich einverstanden, dass ihre Lübecker Heimatzeitung derlei Verbalattacken nicht mehr dulden wollte und streckten ihren „Facebook“-Daumen als öffentliches Zustimmungsbekanntnis nach oben. Doch die meisten der 176 Kommentare und der Aberhundert Ko-Kommentare, die sich immer noch unter Ruges „Facebook“-Eintrag finden, lassen schnell erahnen, wie die Stimmung auf der Social-Media-Repräsentanz des Lübecker Verlagshauses in

Prof. Dr. Stephan Weichert ist Professor für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in Hamburg und leitet den Weiterbildungsstudiengang „Digital Journalism“ an der Hamburg Media School.

den vergangenen Monaten zeitweise gekippt sein muss. Vor allem die sogenannte „Lügenpresse“ überschüttet der Social-Media-Pöbel auch diesmal mit reichlich Häme und Kritik: Von „Problemen totschweigen“ und „dem Hass nachgeben“ ist in den Kommentaren die Rede, von einem „breiten Kreuz“, das der Redaktion offenbar fehle und davon, dass „Journalismus anders geht“ (ebd.).

Beinahe stoisch antwortet Ruges Mannschaft immer wieder auf ätzende Kommentare, dass die Redaktion selbstverständlich weiter auf der Homepage¹ berichte, nur eben nicht auf der eigenen „Facebook“-Seite². Alleine, es nutzt nichts: Weiter wird verbal auf die Redaktion eingepöbeln, die Vorwürfe der Selbstzensur mehren sich eher noch. Emotional gelassen bleibt kaum ein Mitdiskutant.

Dass Leser zu etlichen Themen immerwährend Stellung beziehen, indem sie das Daumen-Symbol bei „Facebook“ anklicken, kommentieren, Beiträge teilen, retweeten und liken, um sich damit gegenseitig Zuneigung oder Antipathie zu bekunden, ist nichts Neues. Doch die Stammtischbildung in der „Digitalen Mediapolis“ (Weichert et al. 2010) hat sich zugespitzt: Die Töne in den Echokammern der „Filter Bubble“ (Pariser 2011) werden rauer, ungefilterter, justiziabler. Mithin haben sich auch die Intensität und die Geschwindigkeiten des Nutzer-Feedbacks verändert, sodass das Einhegen des öffentlichen Diskurses für viele Redaktionen zum Lackmustest wird – auch weil die technischen Systeme im Umgang mit Störern an ihre Grenzen geraten: Gegen *Like-Kartelle* und vermeintliche *Trollfabriken* ist bisher kein redaktionelles Kraut gewachsen.

Schon sehen die einen durch diesen Trend das publizistische Ökosystem gestört. Andere wittern einen Angriff auf die Professionalität des Journalismus oder fürchten zumindest eine schleichende Abnahme der eigenen Relevanz. Irgendwo dazwischen liegt die Wahrheit. Dass die Einschläge näher kommen, merken unmittelbar solche Journalisten, die sich an der Social-Media-Front durchzukämpfen versuchen: Die Einbindung der Nutzer kann zeitraubend sein. Sie kann für Störungen im geordneten Redaktionsbetrieb sorgen und Journalisten von ihrer eigentlichen Arbeit abhalten.

1 Vgl. <http://www.ln-online.de> (zuletzt aufgerufen am 22.10.2015).

2 Vgl. <https://www.facebook.com/LNOnline?ref=nf> (zuletzt aufgerufen am 22.10.2015).

Ist die Dialogisierung mit dem Publikum gescheitert?

Es ist daher schon lange ein offenes Berufsgeheimnis, dass Journalisten im Umgang mit ihren Lesern und Zuschauern verzweifeln, dass die Distanz zum Publikum eher größer wird, statt sich zu verringern (vgl. Weichert et al. 2015). Bloß laut auszusprechen, dass sich viele von ihnen vielleicht verrannt haben und inzwischen an einem dialogischen Motivationstiefpunkt angekommen sind, traut sich kaum jemand. Dass das Niveau in den Kommentarspalten gerade der journalistischen Angebote so drastisch ins Bodenlose abdriftet, hatte niemand in Erwägung gezogen. Auch nicht, dass es für Journalisten so aufreibend werden könnte, sich einem echten Publikumsdialog zu stellen. Die Hoffnung, dass das Gros der Nutzer zur Raison zu bringen wäre, war wohl größer als die Befürchtung, dass die Dialogisierung scheitern könnte.

Auf der anderen Seite nimmt das Publikum seine Rolle als Kritik- und Kontrollinstanz der Medien vergleichsweise wenig und allenfalls selektiv wahr, weshalb auch das neomodische Paradigma vom Publikum als der „fünften Gewalt“ ins Leere greift (vgl. Hamann 2015). So sehr diese Floskel in Gelehrtenkreisen einigen rhetorischen Charme entfalten mag, ist sie doch realitätsfern: Eine neue publizistische Gewaltenteilung, in der sich Nutzer zu Kontrolleuren der Journalisten aufschwängen, wäre erst gegeben, wenn es überhaupt eine kritische Masse gäbe, die sich, erstens, weniger punktuell in den öffentlichen Diskurs einbringen würde und, zweitens, die Masse der hämischen Kommentatoren nicht wie in der Flüchtlingsdebatte derart überwöge.

Die meisten Nutzer wollen in Debatten vor allem den eigenen Standpunkten Sichtbarkeit verleihen. Und dafür scheint ihnen jedes Mittel recht – Hauptsache geräuschvoll und provokant. An einer sachlichen Argumentation ist nach wie vor nur ein Bruchteil interessiert. Zugleich werden die Beteiligungsoptionen für Nutzer noch zu wenig vom Publikum her gedacht: Es fehlen offenkundig konkrete Vorschläge, welche Formen der Partizipation im Journalismus gefördert und gefordert werden. Erst hinter wenigen Angeboten wie der userfreundlichen Crowdfunding-Plattform der „Krautreporter“ und der stiftungsfinanzierten Redaktion „Correctiv“, aber auch jugendaffinen Angeboten wie „ZDF heute +“, „bento“ oder „ze.tt“ stecken junge kluge Köpfe, die sich solide Strategien zum Publikumsdialog überlegt haben.

Doch die gelebte Praxis ist zäh: Gerade bei Reizthemen wie Syrien, Pegida oder der aktuellen Asylpolitik der Bundesregierung hat der öffentliche Diskurs einen gehörigen Schluckauf. Immer wieder kommt es zu überschäumenden Verbalexzessen. Oft jagt ein Shitstorm den nächsten, zahlreiche Anfeindungen sind in jeder Hinsicht grenzwertig, sodass vor allem kleineren Redaktionen schnell Puste und Personal ausgehen: In der Regel scheitert es daran, dass bei nachrichtlichen Großlagen gar nicht alle Kommentare gesichtet, geschweige denn nach einer Systematik gewichtet werden können. Und dieses Dilemma gilt für fast alle Redaktionen.

Aus dem Traum von der Schwarmintelligenz ist ein Albtraum der Schwarmbosheit geworden. Vor allem bei antisemitischen oder ausländerfeindlichen Netzdebatten zeigt sich, dass es in den Kommentaren nur so von Unwissen und etlichen Verschwörungstheorien wimmelt. In der aktuellen Flüchtlingsdebatte gipfeln die fehlenden redaktionellen Ressourcen und Filtermöglichkeiten in einer perfiden Spielart der digitalen Volksverhetzung (Weichert 2015).

Der prototypische Netznutzer ist anscheinend aus einem anderen Holz gemacht als der, den sich viele Redakteure gerne geschnitzt hätten.

Der prototypische Netznutzer ist anscheinend aus einem anderen Holz gemacht als der, den sich viele Redakteure gerne geschnitzt hätten: Einer, der nicht nur motzt, sondern der engagiert mitdenkt, mitdiskutiert und im besten Fall auch noch bereit ist, für sein selbstloses Mittun Geld zu bezahlen. Eine Batterie eierlegender Wollmilchsäue, die Redakteuren einen Teil ihrer Arbeit abnimmt und sie am Ende dafür honoriert – das war die Idealvorstellung vieler Journalisten, bevor sie sich in die Abgründe der sozialen Netzwerke begeben haben, dorthin, wo gepöbelt, gestänkert und gemobbt wird – je kontroverser das Thema, desto lauter das Gezänk.

Verrohung der Sitten im Netz

Viele Redaktionen denken deshalb neuerdings über Frühwarnsysteme gegen Shitstorms und Kritikwellen nach, um den *Looser-Generated-Content* von Trollen und Störern einzudämmen und dem qualifizierten User-Feedback mehr Raum zu geben. Sie erarbeiten interne Verhaltenskodizes, denken über neue Belohnungssysteme für ihre Communities nach und wollen „Trust-Faktoren“ für Nutzer einführen. Doch ein wirksames Rezept gegen die neuen Pathologien der digitalen Debattenkultur hat bislang offenbar noch niemand entwickelt.

Weil sich die Medientechnologien rascher entwickeln, als dass die Redakteure mit adäquaten Regelwerken hinterherkämen, sind die hergebrachten Netiquettes vielmehr obsolet geworden und in den meisten Fällen nur noch reine Kosmetik. Ein Beispiel: Waren bis vor einem halben Jahr „Snapchat“ oder „WhatsApp“ kaum Thema, brennen viele Redaktionen heute darauf, diese Plattformen als Vertriebskanäle zu nutzen. Und mit diesen Kanälen ändert sich schlagartig auch die Debattenstruktur im Netz – und damit ihre Qualität (vgl. Weichert 2014).

Immerhin gibt es in einigen Redaktionen inzwischen Bestrebungen, ihren generischen Verhaltenskodex für Debatten in sozialen Netzwerken in feste Richtlinien zu gießen: Das Social-Media-Team des NDR versucht etwa, den Umgang mit „Kritikwellen und Shitstorms“ mittels eines internen Memos in den Griff zu bekommen. In Ergänzung zu den bestehenden Guidelines, die auf der Website zu finden sind (vgl. NDR.de), werden

*Einer der Gründe für die dissoziale Debat-
tenkultur ist, dass öffentliche und private
Sphäre der Absender von Kommentaren
nicht mehr auseinanderzuhalten sind.*

Kommentarstrategien für NDR-Mitarbeiter empfohlen, um einen möglichst zivilisierten Diskurs zu gewährleisten: „Geht eine Redaktion transparent, sachlich und freundlich mit Kritik um, verlaufen Debatten erfahrungsgemäß zivilisierter und ebbenschnel-

ler ab“, heißt es in dem Memo.³ Und weiter: „Offensichtliche Kampagnen für Themen, die nicht im Programm stattgefunden haben, insbesondere Verschwörungstheorien und Hatespeech, können gelöscht werden.“ Es steht zu hoffen, dass die Redaktionen durch derlei – zweifellos gut gemeinte – Guidelines die leidigen Verbalattacken allmählich in den Griff bekommen. Immerhin, ein Anfang ist gemacht.

Um die Nutzer behutsam zu zivilisieren, aber nicht zugleich ihre Debattierfreudigkeit im Keim zu ersticken, muss das Übel bei der Wurzel gepackt werden. Einer der Gründe für die dissoziale Debattenkultur im Netz ist offenbar, dass öffentliche und private Sphäre der Absender von Kommentaren in den sozialen Foren nicht mehr eindeutig auseinanderzuhalten sind: Jeder Kommentar eines Privatnutzers ist zugleich für alle anderen Nutzer öffentlich einsehbar. Aber auch jeder private Tweet eines Politikers bemüht sich meist um ein politisches Agenda Setting, jeder „Facebook“-Post eines Journalisten ist niemals nur Privatsache – oder etwa doch?

3 Nicht-öffentliches Memo, das dem Verfasser des Beitrags vorliegt.

Gerade diese Grauzone, was öffentlich, was Privatsache ist, kann als eine der Hauptursachen für die Verrohung der Sitten im Netz gelten. Weil nur noch wenige Nutzer es überhaupt für notwendig halten, ein Blatt vor den Mund zu nehmen, sich also gar nicht erst bestimmten Benimmregeln unterwerfen, ist die Tonlage rauer und der Schlagabtausch härter geworden.

Insofern ist vielen Beobachtern klar, dass es für die Etablierung einer intakten Debattenkultur nicht ausreicht darauf zu hoffen, dass irgendwann von alleine Ruhe in den Kommentarspalten einkehrt. Den Draht zum Publikum von Redaktionsseite einfach zu kappen, wäre jedoch ein zu radikaler, wenn auch nachvollziehbarer Schritt – hätte er nicht so fatale Auswirkungen: Schließlich ist der Zensurvorwurf unter Nutzern ein Dauerbrenner, die Unterbindung der freien Rede und vor allem der Gegenrede wird von vielen als Eingriff in die Meinungsfreiheit und damit als Angriff auf unseren demokratischen Wertekanon interpretiert, der mehr Hetze und Pöbelei hervorruft und letztlich der Diskussion um die „Lügenpresse“ neuen Auftrieb gibt.

Auf andere Nutzer wirkt es so, als knickten die Redaktionen vor den Trollen ein (womit sie nicht ganz falsch liegen) oder als bewiesen diese kein publizistisches Rückgrat, kein „breites Kreuz“ gegenüber denjenigen, die einen engagierten Diskurs vorsätzlich unterwandern, wie es zuletzt auch den „Lübecker Nachrichten“ vorgeworfen wurde. Gegenüber der Trollfraktion, so bemängeln diese Nutzer, würden sie eine Schwäche zeigen, die den gegenteiligen Effekt einer Debatte auf Augenhöhe habe: Statt den Störern mit Sachargumenten zu begegnen, zensierten sich die Redaktionen kurzerhand selbst. Enttäuscht sind am Ende, wen wundert, beide Lager innerhalb der Community. Und die Redaktionen gewinnen nichts. Im Gegenteil riskieren sie, dass sich Leser und Zuschauer von ihrem angestammten Medienangebot dauerhaft abwenden.

Erwarten Journalisten also zu viel von ihrem Publikum? Wahrscheinlich. Gibt es konstruktive, inspirierende, geistreiche Nutzerbeiträge im Netz? Natürlich. Aber vermutlich weniger, als Journalisten es sich wünschen. Aber was erhoffen sich die Redaktionen dann eigentlich von der Nutzerpartizipation? Steht der Dialog auf Augenhöhe im Vordergrund, der Journalisten zu bedingungslosen User-Verstehern macht und sie scheinweise ihrer Autonomie beraubt? Oder geht es darum, Nutzer davon zu überzeugen, für die exklusive Teilhabe zu bezahlen – Stichwort „Club-Kultur“?

Lösungsansätze zur Entstörung der Debattenkultur

Die gestörte Debattenkultur kann auch anders entstört werden: Abhilfe schaffen könnte eine Erziehung der Nutzer zur Selbsthygiene. Damit eine neue Vertrauensbasis (auch zwischen Usern und Journalisten) entstehen kann, braucht es eine aktive Mitwirkung am zivilgesellschaftlichen Diskurs über den Wert der öffentlichen Meinung. Ansatz einer solchen digitalen Medienethik wäre, die Verantwortung an das Publikum zu übertragen in dem Sinne, dass es seine neue Rolle konstruktiv annehmen und einen Entwicklungsbedarf vorrangig auch bei sich erkennen muss. Die Crux könnte somit die kommunikative Nähe sein: Sobald es Medienschaffenden gelingt, ihre Nutzer nicht von oben herab zu behandeln und – seis drum – sich vielleicht hin und wieder auf das Niveau und die Tonlage der Diskussionen herabzulassen, ohne respektlos zu werden, wird sich etwas ändern.

Eine beherzte Moderation, die in Debattenforen von „Bild.de“ über „Spiegel Online“ bis „Zeit Online“ inzwischen üblicher wird, ist eine weitere nachhaltige Maßnahme: Trolle werden demotiviert und trollen sich, seriöse Diskutanten fühlen sich in ihrer Mitwirkung bestärkt. Ähnliches gilt für den kreativen Direktaustausch mit dem Nutzer schon bei der redaktionellen Ideen- und Themenfindung wie bei „heute+“. Was ebenfalls zu funktionieren scheint, sind selbstironisierende Zugänge wie die der „Facebook“-Page „Der ‚Die Welt‘ Praktikant“, einem Spin-off der „Welt“-Gruppe, der im mutigen und mitunter zynischen Umgangston selbst den übelsten Kommentatoren auf die Schliche kommt⁴.

Vielleicht ist das Durchgreifen aber noch nicht radikal genug gedacht: Ein dritter, zu entwickelnder Weg könnte die automatisierte Kanalisierung von Nutzerfeedback mittels technologischer Filtersysteme sein, sprich: eines Algorithmus, der per Sprach- oder Syntaxerkennung die guten von den schlechten Kommentaren trennt, aussortiert und letzten Endes löscht. Dies wirft freilich ethische Fragen des Einflusses von Algorithmen auf unser Nachrichten-Ökosystem auf, die in der Redaktionspraxis jedoch längst gang und gäbe sind.

Ein Weg könnte die automatisierte Kanalisierung von Nutzerfeedback mittels technologischer Filtersysteme sein.

4 Vgl. Der „Die Welt“ Praktikant auf „Facebook“: <https://www.facebook.com/weltpraktikant> (zuletzt aufgerufen am 22.10.2015).

Clevere Entwickler der Datenjournalismus-Agentur „Open Data City“ haben ein solches Tool mit dem lustigen Namen „Trolldrossel“ getestet, mit dem Störenfriede nicht nur identifiziert, sondern verbannt werden konnten (vgl. Neumann/Kreil 2013). Michael Kreil und Linus Neumann forderten auf einem Blog Trolle zur Eingabe von Captchas – Sicherheitscodes zur Unterscheidung von Mensch und Maschine – auf, und obwohl diese Eingaben womöglich korrekt waren, wurden die Trolle immer wieder zur erneuten Eingabe aufgefordert – bis sie vor lauter Frustration aufgaben.

Eine weitere Versuchsanordnung dieser „Trolldrossel“ war das so genannte „Hellbanning“: Den per Texterkennung als Trolle identifizierten Nutzern wurden ausschließlich Beiträge von anderen Trollen – der Kommentarröhle – angezeigt, so dass sie wegen ausbleibender Reaktionen vom Rest der Community irgendwann freiwillig das Weite suchten. Diese Form der intelligenten Gettoisierung scheint eine nicht ganz redliche, jedoch ungemein effektive Variante zu sein.

Nach allem, was Psychologen bisher über das Verhalten von Trollen und Hatern herausgefunden haben, könnte auch ein System von Belohnung (seriöser) und Bestrafung (beleidigender Wortbeiträge) erfolgreich sein: Feldversuche zeigen, dass solche lernpsychologischen Stimulationen antisoziales Verhalten in Kommentarfeldern tatsächlich reduzieren helfen. Entzieht man Trollen getreu der Maxime „Don't feed the trolls!“ also ihre Bühnen der öffentlichen Denunziation, verlieren sie die Lust zu stänkern, wohingegen ein übermäßig rauhes Kommunikationsklima in den Foren deren unliebsame Aktivitäten noch verstärkt.

Öffentlicher Strukturwandel: Von der Digitalkultur zur Monokultur

„Das World Wide Web scheint freilich mit der Internetkommunikation die Schwächen des anonymen und asymmetrischen Charakters der Massenkommunikation auszugleichen, indem es den Wiedereinzug interaktiver und deliberativer Elemente in einem unregulierten Austausch zwischen Partnern zulässt, die virtuell, aber auf gleicher Augenhöhe miteinander kommunizieren“, lobte Jürgen Habermas (2008, S. 161) das Potenzial des Netzes noch vor einigen Jahren. Dennoch musste er schon damals einräumen, dass das Publikum „im virtuellen Raum in eine riesige Anzahl von zersplitterten, durch Spezialinteressen zusammengehaltenen Zufallsgruppen“ zerfalle. „Auf diese

Weise“, so Habermas weiter, „scheinen die nationalen Öffentlichkeiten eher unterminiert zu werden. Das Web liefert die Hardware für die Enträumlichung einer verdichteten und beschleunigten Kommunikation, aber *von sich aus kann es der zentrifugalen Tendenz nichts entgegensetzen*“ (ebd. S. 162; kursiv durch den Verf.).

Damit mahnt der Sozialphilosoph vor allem die Schwierigkeiten dieser Zentrifugalkräfte als unmittelbarer Folge des digitalen Strukturwandels an, die nun auch den Journalismus auf seine vielleicht wichtigste Probe stellen: „Vorerst fehlen im virtuellen Raum die funktionalen Äquivalente für die Öffentlichkeitsstrukturen, die die dezentralisierten Botschaften wieder auffangen, selegieren und in redigierter Form synthetisieren“ (ebd.). Folgt man diesen luziden Gedanken, zeichnen sich Publikations- und Publikumserfolge vor allem dort ab, wo Journalisten erfolgreich gegen soziale Zerfallsprozesse arbeiten.

Doch bleibt die Presse auf lange Sicht wirklich unverzichtbar für die digitalisierte Zivilgesellschaft, wie wir alle hoffen (Jarren 2015)? Wie anpassungsfähig wird sich der „neue Journalismus“ (Weichert 2011) gegenüber den Gewohnheiten und Gepflogenheiten der Social Media Crowd in Zukunft zeigen müssen? Und wie können Redaktionen den Individualisierungstendenzen entgegenwirken, verursacht durch einen permanent online-vernetzten Lebenswandel (vgl. Vorderer 2015)?

Egal, um welche Kompromisse es in Zukunft gehen wird: Fast alle Redaktionsverantwortlichen beteuern, dass sie am Dialog mit den Nutzern festhalten, ihn weiter fördern und die Kommentarmöglichkeit keinesfalls abschaffen wollen (vgl. Lilienthal et al. 2014, S. 131ff.). *Blacklists*, auf denen gesperrte Nutzernamen gesammelt werden, sind aus ihrer Sicht keine Lösung. Vielmehr geht es um bessere Filtersysteme, um Hate-Speeches und Shitstorms unter Kontrolle zu bekommen. Es geht um Steuerungs- und Systemisierungsfunktionen, um versteckte Qualitätsbeiträge kenntlicher zu machen. Sie wollen den Verbalterror stoppen, der sich regelmäßig bei „Facebook“- und „Twitter“-Diskussionen über ihre journalistischen Inhalte entleert. Und sie möchten den konstruktiven Teildiskussionen, die sich in Kommentaren, Leserbriefen, Forumsbeiträgen und Social-Media-Posts entfesseln, einen redaktionellen Ankerplatz bieten.

Redaktionsverantwortliche beteuern, dass sie am Dialog mit den Nutzern festhalten und die Kommentarmöglichkeit keinesfalls abschaffen wollen.

Die verfehlte Flüchtlingsdebatte symbolisiert in dieser Hinsicht eine Kommunikationskrise, die vor allem rechte Störer und Trolle ständig befeuern – eine Art Phantomschmerz, der der gescheiterten Vision eines egalitären, eines kommunitären Diskurses geschuldet ist. Wenn wir als Gesellschaft unter dem Siegel der Digitalisierung zu einer partizipativen Selbstbestimmung finden wollen, muss unsere Zivilgesellschaft – schon im eigenen Interesse – einen öffentlichen demokratischen Diskurs fördern. Die Sensibilität, die Journalisten derzeit gegenüber Hetzern abverlangt wird, aber auch der Krieg *Jeder gegen Jeden* ist symptomatisch für eine anstrengende, aber hoffentlich lohnende Debattenkultur. Sie wird dann zum politischen Problem, wenn es niemandem mehr gelingt zu vermitteln, dass die Bürger eine erhebliche Mitverantwortung tragen, wenn sie die digitalen Partizipationsmöglichkeiten nutzen. Und nichts Geringeres ist doch die Aufgabe des Journalismus.

Literatur

- Habermas, Jürgen (2008): *Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie*. In: Habermas, Jürgen: *Ach, Europa. Kleine politische Schriften*. Frankfurt a.M., S. 138-191.
- Hamann, Götz (2015): *Alles Lügen? Der Journalismus steckt in einer Glaubwürdigkeitskrise. Woher kommt das neue Misstrauen gegen die Medien?* In: *Die Zeit vom 25.6.*, S. 8-9. <http://www.zeit.de/2015/26/journalismus-medienkritik-luegenpresse-vertrauen-ukraine-krise> (zuletzt aufgerufen am 29.9.2015).
- Jarren, Otfried (2015): *Journalismus – unverzichtbar?* In: *Publizistik*, 60. Jg., H. 2, S. 113-122.
- Lilienthal, Volker et al. (2014): *Digitaler Journalismus. Dynamik – Teilhabe – Technik*. Leipzig.
- NDR.de (o.A.): *Kommentar- und Foren-Richtlinien*. http://www.ndr.de/service/technische_hilfe/Kommentar-und-Foren-Richtlinien,richtlinien101.html (zuletzt aufgerufen am 22.10.2015).
- Neumann, Linus/Kreil, Michael (2013): *re: Fefe. Erkenntnisse der empirischen Trollforschung*. Vortrag im Rahmen der re:publica 2013. <https://www.youtube.com/watch?v=ZG4FawUtYPA> (zuletzt aufgerufen am 22.10.2015).
- Pariser, Eli (2011): *The Filter Bubble. How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. New York.
- Ruge, Timon (2015): *In eigener Sache*. Facebook-Seite der Lübecker Nachrichten Online. <https://www.facebook.com/LNOnline/posts/10152869539382231> (zuletzt aufgerufen am 29.9.2015).
- Vorderer, Peter (2015): *Der mediatisierte Lebenswandel. Permanently online, permanently connected*. In: *Publizistik*, 60. Jg., H. 3, S. 259-276.

- Weichert, Stephan/Kramp, Leif/Welker, Martin (2015): *Die Zeitungsmacher. Aufbruch in die digitale Moderne*. Wiesbaden.
- Weichert, Stephan/Kramp, Leif/von Streit, Alexander (2010): *Digitale Mediapolis. Die neue Öffentlichkeit im Internet*. Köln.
- Weichert, Stephan (2011): *Der neue Journalismus*. In: *Publizistik*, 56. Jg., H. 4, S. 363-371.
- Weichert, Stephan (2014): *Demokratie als Shitstorm? Implikationen zur politischen Debattenkultur durch Social Media*. In: *Communicatio Socialis*, 47. Jg., H. 2, S. 203-213.
- Weichert, Stephan (2015): *Das Böse im Schwarm*. In: *Die Welt vom 20.8.*, S. 2.