
Herkunft – Ankunft – Zukunft

Denkwerkstatt 03

Kommunikation und Information

28. April 2016, Schader-Forum, Darmstadt

Protokoll und Bericht: Vera Elena Albrecht und Natascha Riegger M.A.

Inhalt

Einleitung	3
Zur Rolle von Medien und Kommunikation	3
Medien als Bildungs- und Rechtsfeld	7
Berichterstattung für Geflüchtete	8
Berichterstattung aus Erstaufnahmeeinrichtungen	8
Pressekodex	8
Medienvielfalt und Macht	9
Resümee	10

Einleitung

Die Zuwanderung nach Deutschland und Europa ist auch ein Thema von hoher medialer Aufmerksamkeit. Die dritte Denkwerkstatt widmet sich den Fragen nach der Rolle von Kommunikation und Medien bei der Integration Geflüchteter.

Alexander Gemeinhardt, Vorstand der Schader-Stiftung, leitet mit einem Zitat von Friedrich Stoltze, das 1879 im Frankfurter Intelligenzblatt erschienen ist, in das Thema Integration ein: „Unter einem Frankfurter ist nicht allein der zu verstehen, welcher in Frankfurt geboren und erzogen ist, oder gar nur der, welcher als echtes Vollblut den Stammbaum seiner Frankfurter Familie sowohl väterlicher- als auch mütterlicherseits auf viele Generationen zurückführen kann. Nein, ein Frankfurter ist auch der, welcher unter uns wohnt und weilt, sich in unsere Verhältnisse, in unsere Denkungsart und Gefühlsweise hinein gelebt hat und zu Frankfurt stehen will in Freud und Leid.“ Hier wird in der historischen Dimension deutlich, dass das Thema Migration und Integration kein gänzlich neues ist. Es steht jedoch außer Frage, dass der vermehrte Zuzug von Geflüchteten Deutschland vor eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung stellt. Mittelfristig spielt auch die mediale Aufbereitung des Themas eine große Rolle bei dem Umgang mit Geflüchteten. Medien tragen auch in der mittel- und langfristigen Perspektive eine herausragende Verantwortung in der Entwicklung eines reflektierten Umgangs mit Zuwanderung und Integration.

Prof. Dr. Christian Brütt, stellvertretender Leiter des Instituts für Soziale Arbeit und Sozialpolitik der Hochschule Darmstadt, gibt mit verschiedenen Beobachtungen einen Rahmen für die Diskussion vor. Die Berichterstattung zum Thema Flucht und Geflüchtete hat sich im Laufe der Zeit stark gewandelt, so Christian Brütt. Er unterscheidet grob drei Phasen der medialen Aufarbeitung des Themas: In der ersten Phase wurde vermehrt über die Umstände von Flucht berichtet, ein Fokus lag dabei auf dem Elend, das sich im Mittelmeer abspielt. Bemerkenswert in dieser Phase waren nach Christian Brütt die geringen Reaktionen von politischer Seite. Die zweite Phase war geprägt von der Berichterstattung über die Willkommenskultur in Deutschland und das große zivilgesellschaftliche Engagement. Auch international fand die deutsche Willkommenskultur Beachtung. Doch wurde in dieser Phase beispielsweise auch von Anschlägen auf Flüchtlingsunterkünfte berichtet, die deutlich machten, dass die deutsche Gesellschaft nicht geschlossen hinter einer Willkommenskultur steht. Die dritte Phase der Berichterstattung widmet sich vor allem einer Frage: Wie können wir das schaffen? Dabei stehen sowohl die quantitative Aufnahmekapazität als auch die Frage nach Qualität und menschenwürdiger Unterbringung im Raum. Christian Brütt beobachtet ein Abklingen dieser Phase, was er auf die Schließung der Grenzen zurückführt. Aus diesen Beobachtungen ergeben sich verschiedene Fragen, die in diesem Zusammenhang diskutiert werden müssen: Was sind die Grundlagen einer solchen Form von Medienberichterstattung? Wie sehen Praxis und Arbeitsbedingungen von Journalistinnen und Journalisten aus und wie beeinflusst dies die mediale Aufbereitung? Welche Wechselverhältnisse bestehen? Christian Brütt weist auf das Zusammenspiel von Medien mit Zivilgesellschaft, Politik und Verwaltung aber auch der Rechtsprechung hin. Er geht davon aus, dass die Medien sowohl die Bevölkerung beeinflussen als auch durch sie beeinflusst werden. Über welche Medien sprechen wir? Welche Rolle spielen die sogenannten neuen Medien in der Kommunikation und in der Informationsweitergabe und -verarbeitung?

Zur Rolle von Medien und Kommunikation

Den wissenschaftlichen Input zur Denkwerkstatt gibt Prof. Dr. Wolfgang Schweiger vom Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Hohenheim. Er vertritt die These, dass Soziale Medien, insbesondere Facebook, die AfD und Pegida mitunter erst groß gemacht haben, beziehungsweise diese Bewegungen vielleicht erst ermöglicht hat. Facebook sieht er in diesem Zusammenhang als exemplarischen Vertreter für die sozialen Medien.

Um diese These einordnen zu können, muss man sich, so Wolfgang Schweiger, zunächst mit den Grundlagen der Demokratie befassen: Eine Demokratie braucht informierte Bürgerinnen und Bürger, da nur diese kompetent wählen können. Meinungen und Informationen können über journalistische Medien bezogen werden. Informationen, die zur Verfügung gestellt werden, reichen allein allerdings nicht aus. Vielmehr braucht es ein System von Öffentlichkeit, das Meinungsbildung ermöglicht. Dies kann nur in Diskussionen und öffentlichen Diskursen geschehen, in denen man die eigene Meinung artikulieren kann und darf. In Deutschland ist dieses System verfassungsrechtlich durch Informationsfreiheit, Meinungsfreiheit, Versammlungsfreiheit und Pressefreiheit gesichert. In der Regel entsteht in einem solchen System der Öffentlichkeit eine Mehrheitsmeinung und eine Minderheitsmeinung zu jedem Thema. Ihre Verteilung kann sich allerdings im Laufe der Zeit recht schnell ändern. Beispielsweise wäre zu hinterfragen, so Wolfgang Schweiger, ob die Menschen, die eine sogenannte Willkommenskultur in Deutschland vertreten, immer noch in der Mehrheit sind.

Die Herstellung von Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit hat sich durch das Aufkommen der sozialen Medien stark verändert. Traditionell wird die Öffentlichkeit vor allem über journalistische Medien gebildet. Diese Medien sind zum Großteil unabhängig, da sie auf eigene Einnahmen zurückgreifen können und daher nicht unter Einflussnahme von Investoren stehen. Professionelle Journalisten können demnach im Prinzip unabhängig, ausgewogen und korrekt über Fakten berichten. Im Gegensatz zu journalistischen Medien transportieren alternative Medien meist Meinungen statt Fakten. Zwischen den Medienangeboten steht, so Wolfgang Schweiger, die öffentliche Bürgerkommunikation.

In einer herkömmlichen Definition zählten zu den journalistischen Medien nur Radio, Fernsehen, Tageszeitungen und Magazine. Alternative Medien waren dagegen in Form von Plakaten und Flugblättern, offenen Kanälen und rechts- wie linksalternativen Journalen verfügbar. Damit waren diese Medien relativ unprofessionelle Nischenangebote und somit leicht von journalistischen Medien unterscheidbar. Als klassische Informationsquellen für Bürgerinnen und Bürger wurden vorwiegend die journalistischen Medien genutzt. Dies hat sich durch das Aufkommen der sozialen Medien stark verändert. So nutzen mittlerweile knapp 40 Prozent der Bevölkerung Facebook als Informationskanal. Journalistische Inhalte können zwar immer noch über die klassischen Kanäle bezogen werden, finden sich aber auch auf sozialen Medien wieder und sind zusätzlich über Suchmaschinen im Internet zu finden. Gleiches gilt auch für alternative Medien, die sich stark verbreitet haben. Diese sind auf verschiedenen Internetseiten, etwa in Blogs, angesiedelt. Vermehrt lässt sich feststellen, dass alternative Medien neben Meinungen auch gefälschte Fakten verbreiten. Auch ihre Gestaltung hat sich verändert: Während sie früher klar als alternative Medien erkennbar waren, hat die Professionalität in der Gestaltung so zugenommen, dass für Laien journalistische und alternative Medien kaum noch unterscheidbar sind. Auch die Bürgerkommunikation hat sich in diesem Zuge verändert: Früher fand Bürgerkommunikation vor allem an Stammtischen oder in Bürgerinitiativen statt und hatte demnach eine relativ geringe Reichweite, war lokal verortet. Durch den Transfer von Bürgerkommunikation in sozialen Medien hat sich deren Reichweite enorm verstärkt. Festzustellen ist also eine Vermischung von alternativen und journalistischen Medien sowie von Bürgerkommunikation.

Wolfgang Schweiger geht davon aus, dass die Bevölkerung von der Informationsmenge, -vielfalt und vor allem -vermischung stark überfordert ist. Vermehrt steht die Frage im Raum, welche Medien verlässliche Quellen sind und welche nicht. Medienmarken wie etwa „Der Spiegel“, die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ oder die „Tagesschau“ sind „Vertrauensanker“, auf die Medienkonsumenten sich eher verlassen können. Jüngst leiden auch diese Medien unter einem Vertrauensverlust, was zu einer stärkeren Selektivität bei der Medienauswahl führt. Bürgerinnen und Bürger wählen Medien vermehrt nach ihrer politischen Orientierung. Auch das ist eine Erklärung für die stärkere Nutzung von sozialen Medien als Informationsquelle. Denn dort können Inhalte sehr einfach auf die eigene Meinung abgestimmt werden. Nutzerinnen und Nutzer können beispielsweise Angebote auswählen, die sie dauerhaft beziehen wollen. Außerdem arbeiten viele Systeme mit Personalisierung. „Likes“ und angeklickte

Links werden ebenso wie besuchte Seiten oder gekaufte Produkte gespeichert, um ein Profil über Nutzerpräferenzen zu bilden. Damit werden Nutzerinnen und Nutzern von sozialen Medien automatisch Inhalte angezeigt, die ihren Präferenzen entsprechen. So entsteht laut Wolfgang Schweiger eine Art „Filterblase“ der Interessen und Meinungen. Nutzer befinden sich unbemerkt in dieser Filterblase und bekommen kaum noch Inhalte angezeigt, die andere Meinungen als die eigene vermitteln. Hierdurch wird der Eindruck vermittelt, die gesamte Bevölkerung teile die eigene Meinung. Es entsteht eine „Echo-Kammer“, in der geteilte Meinungen verstärkt werden. Durch solche Filterblasen erklärt sich nach Wolfgang Schweiger auch die Entstehung von Pegida. Denn diese Bewegung hat sich fast ausschließlich über das Internet formiert, insbesondere Facebook hat eine große Rolle gespielt. So hat Pegida bis heute keine Webseite, sondern veröffentlicht Informationen ausschließlich auf Facebook. Unterstützerinnen und Unterstützer von Pegida sehen in ihrer Filterblase die eigene Meinung bestärkt. Auch das Phänomen des Vorwurfs der „Lügenpresse“ lässt sich so erklären. Wer auf sozialen Medien immer nur mit Informationen konfrontiert wird, die der eigenen Weltanschauung entsprechen, bekommt schnell den Eindruck, dass journalistische Medien Unwahrheiten verbreiten. Wolfgang Schweiger zieht ein vorläufiges Fazit mit der These, dass sich alle Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Medien in einer Filterblase befinden. Diese kann je nach Nutzungsverhalten mehr oder weniger stark ausgeprägt sein. In diesen Filterblasen werden Einstellungen polarisiert. Es ist deswegen wichtig, so Wolfgang Schweiger, Informationen von unabhängigem und ausgewogenem Journalismus zu beziehen. Die Unterscheidungsschwierigkeit zwischen Journalismus und alternativen Medien stellt hierbei eine große Schwierigkeit dar.

Pitt von Bebenburg, Korrespondent der Frankfurter Rundschau, gibt mit seinem Input einen Einblick in die Praxis der journalistischen Medienwelt. Er geht davon aus, dass sich weniger die Medien selbst verändert haben, als vielmehr die Wahrnehmung der Medien. Neu ist, so Pitt von Bebenburg, dass Medien bewusst als Medien wahrgenommen werden. Erst mit der Bewusstwerdung, dass Informationen immer medial vermittelt sind – ob durch Journalisten oder Bürgerinnen und Bürger auf sozialen Medien –, kommt die Frage auf, ob man dem Medium an sich trauen möchte. Auf diese Weise hat sich auch der Vorwurf der „Lügenpresse“ gebildet. Hinzu kommt, laut Pitt von Bebenburg, dass Medien unter Generalverdacht gestellt werden: Es herrscht eine undifferenzierte Wahrnehmung der Medien. Medienkritik an sich ist nichts Neues. Allerdings generierte bislang eher das linke und linksliberale politische Lager Medienkritik gegenüber einzelnen Medienvertretern. So erinnert Pitt von Bebenburg an die Kritik der 1968er Generation gegenüber dem Springer-Verlag und der „Bild“-Zeitung. Aktuell wächst dagegen die Medienkritik von rechts gegen das gesamte „etablierte“ Mediensystem. Rezipienten erwarten, so eine Beobachtung von Pitt von Bebenburg, das zu lesen, was ihrer eigenen Wahrnehmung entspricht. Diese Erwartung kann bis zu einem bestimmten Punkt erfüllt werden, wenn Leserinnen und Leser sich die Medien ihrer Einstellung entsprechend aussuchen. Entfernt sich die eigene Wahrnehmung allerdings zu weit von der Realität, lassen sich diese Erwartungen nicht mehr erfüllen. Auch dies trägt zu Phänomenen wie dem Misstrauen gegenüber den Medien bei.

Medien stehen immer und insbesondere in der Flüchtlingsfrage in einer doppelten Verantwortung, die eine ständige Abwägung von Seiten der Medienmacher verlangt. So haben sie die Hauptaufgabe, wahrheitsgemäß und neutral über Fakten zu berichten. In der Praxis wird jedoch bei jedem Thema ausgewählt, ob darüber berichtet wird sowie in welcher Art und Länge der Bericht ausfallen soll. Dies ist immer eine Frage der Abwägung von Journalistinnen und Journalisten, eine gewisse Subjektivität lässt sich nicht vermeiden. Daneben steht zusätzlich eine gesellschaftliche Verantwortung, denn Berichterstattungen haben Einfluss auf die Meinungsbildung der Bevölkerung. Bei Suizidfällen besteht beispielsweise ein weithin tragfähiger Konsens zwischen Polizei und Medien, keine Berichte zu veröffentlichen, um Nachahmer zu vermeiden. Auch der Pressekodex, eine Selbstverpflichtung von Journalisten und Verlegerverbänden, der ethische Grundlagen des Journalismus festlegt, zielt auf eine gesellschaftliche Verantwortung ab. Dort ist beispielsweise vermerkt, dass man sich bei der Berichterstat-

tung über Straftaten nur dann auf religiöse, ethnische oder andere Merkmale eines Täters bezieht, wenn dies notwendig für das Verständnis des berichteten Vorgangs ist.

Um die Qualität von Medien beurteilen zu können, müssen die Voraussetzungen, unter denen Journalisten arbeiten, verstanden werden, so Pitt von Bebenburg. Es bleibt oftmals unbeachtet, dass Journalisten auf zuverlässige Informationen der Behörden und anderen Stellen angewiesen sind. In nahezu allen Formen der Berichterstattungen müssen Journalistinnen und Journalisten auf Informationen anderer Stellen zurückgreifen. Informieren die Behörden die Medien falsch, kann schnell ein Image-Schaden der Medien entstehen. Bei den Übergriffen auf Frauen in der Silvesternacht in Köln ist dies beispielsweise geschehen. Der Vorteil von Medienberichterstattung ist jedoch, so der Beitrag, dass sie flexibel ist. Falschmeldungen und übersehene Meldungen können schnell korrigiert oder nachgeholt werden. Positiv bewertet Pitt von Bebenburg in diesem Zusammenhang, dass sich jüngst vor allem prominente Journalisten und Journalistinnen öffentlich gegen den Vorwurf einer „Lügenpresse“ wehren. Es gilt, zwischen Fehlern in der Berichterstattung und absichtlich verbreiteten Lügen zu unterscheiden.

Aus einer anderen Perspektive berichtet Andre Wolf von Mimikama / ZDDK („Zuerst denken, dann klicken“) in seinem Input. Der gemeinnützige Verein zur Aufklärung über Internetmissbrauch wurde 2011 gegründet. Seitdem widmen sich zwei hauptamtliche und fast 20 ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den Anfragen von Internet-Usern. Hauptsächlich werden bei den Anfragen auf Facebook verbreitete Meldungen auf ihre Echtheit und ihren Wahrheitsgehalt geprüft. Mimikama veröffentlicht Blogbeiträge über Meldungen, zu denen sie viele Anfragen erhalten. Andre Wolf hebt hervor, dass der Verein nicht journalistisch arbeitet. Der große Unterschied zu journalistischen Medien besteht nach seiner Definition darin, dass Mimikama rückwärts arbeitet, also nur bereits getätigte Meldungen überprüft und keine eigenen Meldungen schaltet. Man kann Mimikama als eine Art „Filterblasenbrecher“ bezeichnen, stellt Andre Wolf den Bezug zum Beitrag von Wolfgang Schweiger her. Zum einen begründet er das mit der großen Zahl an Followern von Mimikama. Durch sie werden Beiträge aus unterschiedlichen Filterblasen an den Verein herangetragen. Zum anderen besitzt Andre Wolf selbst etwa mehrere Facebook-Profile, mit denen er durch das Anklicken von verschiedenen Inhalten bewusst verschiedene Filterblasen baut.

Mimikama widmet sich allen verbreiteten Inhalten auf Facebook, ist aber zunehmend mit Meldungen zur Flüchtlingsfrage konfrontiert. Andre Wolf berichtete von der Erfahrung, dass in den sozialen Medien ein Bild von Geflüchteten erzeugt wird, das entweder bewusst positiv oder bewusst negativ gezeichnet ist. Dabei spielen auch bewusste Fälschungen eine große Rolle. Beispielsweise werden Falschmeldungen über Geschehnisse verbreitet, in denen sich Geflüchtete positiv verhalten haben. Diese werden mit echten Bildern belegt, um das Klischee der „Lügenpresse“ zu untermauern. Leserinnen und Leser haben immer mehr Schwierigkeiten zwischen echten Meldungen und falschen Meldungen zu unterscheiden und werden zusätzlich durch die Fälschung von Medienlogos oder Quellenangaben geblendet.

Andre Wolf zufolge gibt es drei verschiedene Charaktere, die im Internet einen Beitrag zu einem negativ besetzten Bild von Geflüchteten leisten. Dies sind „Störerprofile“, die gezielt Falschmeldungen oder störende Kommentare verbreiten. Dazu kommen alternative Medien und vereinzelt journalistische Medien. Als ein Beispiel für die sogenannten „Störerprofile“ stellt Andre Wolf das Profil von Bastian Hertl auf Facebook vor. Dieses Profil verbreitet dauerhaft, etwa im Abstand von 40 Minuten, zweifelhafte Meldungen. Dazu zählen regierungsfeindliche und Putin-freundliche Meldungen, aber vor allem Meldungen, die Hetze gegen Geflüchtete enthalten. Diese Inhalte werden außerdem von dem Profil in unterschiedlichen Facebook Gruppen verbreitet. Zusätzlich werden Beiträge von anderen Menschen, Medien oder Ähnlichem durch gezielte Kommentare gestört. Aufgrund der Frequenz der Beiträge geht Andre Wolf davon aus, dass dieses Profil beruflich von einer Person oder Personengruppe betätigt

wird und hinterfragt, ob ein solcher Einsatz ohne eine beschäftigungsähnliche Funktion zu leisten wäre.

Auch für die Arbeit von alternativen Medien gibt Andre Wolf ein Beispiel: PI-News (Politically Incorrect) ist ein Internet Blog, der gezielt islamfeindliche Inhalte verbreitet. Dies lässt sich anhand der Wortwahl belegen. So verwenden sie Wörter wie „Rapefugees“, die vermitteln sollen, dass alle männlichen Geflüchteten zumindest potentielle Vergewaltiger sind. Zusätzlich bauen sie ein sehr negativ besetztes Bild von „linken Gutmenschen“ auf. Hierfür werden „Hybrid-Meldungen“ genutzt, also echte Meldungen, die auf den Kern reduziert und mit anderen Inhalten vermengt werden. Ein weiteres Beispiel nennt Andre Wolf mit dem Anonymous-Kollektiv. Diese Seite arbeitet gezielt mit dem Namen Anonymous, wird aber nicht von Anonymous betrieben. Um nicht auf Facebook gesperrt zu werden, arbeitet dieses gefälschte Anonymous-Kollektiv auf VK, dem russischen Pendant zu Facebook. Versucht man die Quellen der Seite zu verifizieren, landet man zunächst auf VK, dann auf noch.info und zuletzt auf einem bulgarischen Blog. In diesem Blog werden dann die sozialen Medien als Quelle für geschaltete Meldungen genannt. Diese Seite arbeitet also mit unseriösen Quellen, was für Laien nur schwer nachzuvollziehen ist.

Doch auch von Seiten der journalistischen Medien gibt es Meldungen, die ein tendenziöses Bild über Geflüchtete zeichnen. So arbeitet beispielsweise der „Fokus“ vermehrt mit Überschriften, die ein falsches Bild auf Facebook vermitteln. Auch wenn der Inhalt der Überschrift im Text revidiert wird, wirkt dies sehr manipulativ, so Andre Wolf, da viele Facebook Nutzer lediglich Überschriften lesen. Solche Meldungen sind dem sogenannten Clickbait-Journalismus geschuldet, der darauf ausgelegt ist, dass Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Medien andere Seiten anklicken.

Bei vielen Meldungen ist es sehr schwer zu unterscheiden, ob es sich um echte Meldungen oder um Fälschungen handelt, so Andre Wolf. Deswegen ist es umso wichtiger, genau zu überprüfen, auf welche Quelle sich diese beziehen. In diesem Zusammenhang appelliert er mit einem eindrücklichen Bild an den Journalismus: Inhalte sollen wie ein Glas Wasser dargestellt werden: transparent und eindeutig. Sie sollen nicht verfälscht werden in eine braun klebrige Cola, denn journalistische Inhalte müssen nicht schmecken, sondern ehrlich sein.

Medien als Bildungs- und Rechtsfeld

In der anschließenden Diskussion herrscht Einigkeit darüber, dass Bürgerinnen und Bürger besser über die Vielfalt, Funktion und Dimension der Medien aufgeklärt werden müssen. Es kann, pflichtet Wolfgang Schweiger bei, niemals völlige Objektivität in der Berichterstattung geben. Umso wichtiger erscheint eine gesunde Kritikfähigkeit allen Medien gegenüber. Die Gesellschaft muss lernen, so die Forderung, alles zu hinterfragen und zusätzliche Quellen einzuholen.

Eine Teilnehmerin fragt, welche Konzepte genutzt werden können, um der „Verblendung“ durch alternative Medien entgegen zu arbeiten. Wie können Ministerien, Behörden oder auch zivilgesellschaftliche Akteure einem absichtlich falsch gezeichneten Bild in den Medien entgegenwirken? Gerade bei radikaleren Gruppierungen stellt sich die Frage, wie die Menschen überhaupt noch in ihrer Filterblase erreicht werden können. Dazu ist es unerlässlich zu wissen, welche Personengruppen zu Anhängern von Pegida oder ähnlichen Gruppierungen zu zählen sind. Andre Wolf berichtet, dass dort kaum Jugendliche vertreten sind. Diese weisen ein anderes Nutzungsverhalten von sozialen Medien auf und sind kaum politisch aktiv. Im Weiteren argumentiert Wolf mit einer Hypothese, die er auf eigene Beobachtungen stützt: Menschen, die Hassbotschaften oder Antisemitismus auf sozialen Medien verbreiten, sind meist älter als 25 Jahre. Viele von ihnen stammen aus bildungsferneren Schichten, was oft anhand der Rechtschreibung nachvollziehbar ist. Männer und Frauen sind darunter gleichermaßen vertreten.

Oft werden außerdem neben oder in Hassbotschaften latente Ängste mitgeteilt. So haben viele Menschen Angst um ihre Kinder oder in einer paternalistischen Form um „ihre“ Frauen. Doch wie kann man als Privatperson gegen Hassbotschaften vorgehen? Ein Teilnehmer vertritt die These, dass durch einzelne differenzierte Antworten auf negative Kommentare oder Falschmeldungen in Zusammenhang mit der Flüchtlingsfrage kein großes Resultat entstehen kann. Stattdessen ist es wichtig, so ein Konsens der Teilnehmenden, Medienkompetenzen schon in den Schulen zu vermitteln. Die Verschärfung von Diskursen in sozialen Medien bringt außerdem die Forderung nach mehr Polizeipräsenz hervor. Es bleibt zu hoffen, dass zukünftig Gerichtsentscheidungen ein öffentliches Bewusstsein für die Strafbarkeit der Verbreitung unseriöser und strafrechtlich relevanter Inhalte in sozialen Medien wecken. Andre Wolf ergänzt, dass ein Schutz von Individuen in sozialen Medien praktisch nicht gegeben ist. Er plädiert dafür, dass auch Betreiber wie Facebook dagegen angehen müssen. Denn gerade die Anonymität auf solchen Seiten ermöglicht Kriminalität. Eine Frage bleibt unter den Teilnehmenden ungeklärt: Welche wirksamen strategische Ebenen gibt es, um gegen Straftaten in sozialen Medien vorzugehen? Wie wirken Aufklärung und Bildungsangebote und welches sind wirkmächtige Vorbilder?

Berichterstattung für Geflüchtete

In der Diskussionsrunde wird ein weiterer Aspekt des Themenkomplexes Medien und Integration beleuchtet: Wie können sich Migrantinnen und Migranten und insbesondere Geflüchtete in Deutschland über Zustände oder aktuelle Entwicklungen informieren? Ein Teilnehmer merkt an, dass es sehr wichtig ist, aktuelle Meldungen auch in anderen Sprachen zugänglich zu machen. Geflüchteten, die die deutsche Sprache noch nicht erlernt haben, können nur so die Funktionsweise der deutschen Politik und Gesellschaft verstehen. Auch Defizite, die sie beispielsweise in Erstaufnahmeeinrichtungen beobachten, können nur verstanden werden, wenn deutlich wird, welche Probleme in Deutschland bestehen und wie die Wirtschaftslage ist. Geflüchteten muss also ermöglicht werden, Beobachtungen in einen Gesamtzusammenhang einzuordnen. Es gibt bereits vereinzelte arabische Medienangebote, wie beispielsweise die Deutsche Welle. Allerdings sind solche Angebote, so ein Teilnehmer, bisher kaum bekannt und werden deswegen nur in geringem Maße genutzt. Generell lässt sich aber eine Verbesserung hinsichtlich eines fremdsprachigen Medienangebots beobachten, so der Beitrag. Dabei geht es sowohl um Medienangebote in der Sprache der Geflüchteten durch staatliche und nichtstaatliche Akteure, als auch um selbst produzierte Materialien von Geflüchteten in Deutschland.

Berichterstattung aus Erstaufnahmeeinrichtungen

Obgleich die Flüchtlingsfrage durch den vermehrten Zuzug von Geflüchteten in den letzten Monaten große mediale Aufmerksamkeit fand, gab es nur stark eingeschränkte Berichterstattungen aus den Erstaufnahmeeinrichtungen. Dies wurde überwiegend mit der Privatsphäre von Geflüchteten begründet. Ein Teilnehmer merkt an, dass diese Handhabung kontraproduktiv für die Berichterstattung war. Bei den vereinzelten Besuchen von Pressevertreterinnen und Pressevertretern kamen meist diejenigen Geflüchteten zu Wort, die das größte Klagebedürfnis hatten. Es war so nicht möglich, ein allgemeines Bild von Geflüchteten innerhalb der Erstaufnahmeeinrichtungen zu erlangen. Allerdings hat sich diese Art der Abschottung verbessert, so der Beitrag. Der Zugang zu Erstaufnahmeeinrichtungen wurde teilweise erleichtert. So gibt es vermehrt Gruppentermine für Journalistinnen und Journalisten. Außerdem ist es möglich, über die jeweils federführenden Behörden eine Terminanfrage in einer Erstaufnahmeeinrichtung zu stellen. Alle Besuche sind dabei organisiert, es gibt keine Möglichkeit für Journalistinnen und Journalisten, unangemeldet eine Erstaufnahmeeinrichtung zu betreten.

Pressekodex

Bezugnehmend auf den Beitrag von Pitt von Bebenburg fragt eine Teilnehmerin, ob der Pressekodex hinsichtlich der eingeschränkten Nennung von Religion und Nationalität von Straftätern wirklich eingehalten wird. Sie verweist auf einen Artikel auf der Titelseite einer Tageszeitung, der über die Ortung eines gestohlenen Handys in eine Flüchtlingserstaufnahmeeinrichtung berichtete. Offensichtlich wurde über diesen Diebstahl nur ein solcher Artikel verfasst, weil die Täterin oder der Täter mit hoher

Wahrscheinlichkeit in einer Erstaufnahmeeinrichtung wohnt. Die Teilnehmerin gibt zu bedenken, dass Artikel mit solchen Inhalten auf einer Titelseite negative Meinungen in der Bevölkerung unterstützen können. Der Umgang mit einer solchen Berichterstattung ist allerdings schwierig, eine Einflussnahme von Seiten der Politik wäre nicht in Einklang mit der Pressefreiheit zu bringen. Auch Pitt von Bebenburg bestätigt, dass es von staatlicher Seite nicht möglich ist, auf Berichterstattungen einzuwirken. Dies gilt auch für ethische Vorbehalte. Außerdem gibt er zu bedenken, dass eine mediale Aufmerksamkeit darauf, was Geflüchtete im Positiven wie im Negativen tun, eine Berechtigung hat. Die deutsche Gesellschaft ist daran interessiert, welche Menschen hierher flüchten und wie sie sich in Deutschland zurechtfinden. Dennoch ist der Pressekodex nach Meinung von Pitt von Bebenburg ein bislang weitgehend wirksames Instrument. Durchgehend sei die Wirkung von Berichten zu bedenken.

Medienvielfalt und Macht

Die verschiedenen Beiträge zum Thema haben übereinstimmend hervorgehoben, dass es zwischen professionellem Journalismus und alternativen Medien zu unterscheiden gilt. Dies wird jedoch unter den Teilnehmenden kontrovers diskutiert: Eine Teilnehmerin merkt an, dass auch journalistische Medien nicht immer neutral berichten. Zum einen gibt es bewusste Bildkonstruktionen, auch Fälschungen von Bildinhalten, die vermuten lassen, dass professioneller Journalismus nicht ausnahmslos die Wahrheit berichtet. Beispielsweise können Tageszeitungen als Medien des professionellen Journalismus meist einem bestimmten Spektrum zugeordnet werden. Ein weiteres Beispiel ist die Art und Weise, wie über Flucht berichtet wird. Die Wortwahl verschiedener journalistischer Medien zeugt, so der Beitrag, von einem unsensiblen Umgang mit dem Sprachgebrauch. Die Verwendung von Worten wie etwa „Flüchtlingsströme“ oder „Flüchtlingswelle“ kann die Meinungsbildung deutlich beeinflussen. In diesem Zusammenhang zeigt sich die Herausforderung des Neutralitätsanspruchs journalistischer Information. Was unterscheidet alternative Medien qualitativ von dieser Art des Journalismus? Wolfgang Schweiger stellt klar, dass es unter den journalistischen Medien auch Ausnahmen gibt. Dennoch lässt sich ihm zufolge der Großteil dieser Medien durch eine neutrale Berichterstattung oder eine Transparenz der Hintergründe definieren. Wenn Fehler von Journalistinnen und Journalisten gemacht werden, geschieht dies in den meisten Fällen nicht vorsätzlich. Klassische Nachrichtenmedien müssen außerdem unparteiisch sein, um ihr Geschäftsmodell zu erhalten zu können. Denn im Gegensatz zu alternativen Medien werden sie nicht durch Sponsoren finanziert und dadurch beeinflusst. Pitt von Bebenburg ergänzt, dass Journalistinnen und Journalisten als Kernkompetenz Recherche und Quellennutzung lernen. Dies unterscheidet sie deutlich von Autorinnen und Autoren der alternativen Medien. Außerdem lässt sich aktuell immer deutlicher beobachten, so der Beitrag, dass „Blattlinien“, also die Zuordenbarkeit von Tageszeitungen zu bestimmten politischen Spektren kaum noch vorhanden ist. Diese werden sich inhaltlich immer ähnlicher, da sie es sich nicht leisten können, Leserinnen und Leser zu verlieren.

Auch die Frage der Macht muss in einer Diskussion um die Medienvielfalt berücksichtigt werden, hebt ein Teilnehmer hervor. Macht ist nicht generell negativ zu bewerten, so der Beitrag. Vielmehr braucht es Machtverteilungen in einer Demokratie, da damit auch die Interessensvertretungen zusammenhängen. Allerdings ist eine gerechte Machtverteilung, in der alle Interessensvertreterinnen und Interessensvertreter die gleiche Chance auf Meinungsäußerung haben, wesentlich. Diese Wunschvorstellung vom Pluralismus hat sich jedoch noch nicht etabliert. Die angesprochene Nivellierung der „Blattlinien“ von Medien ist demnach mit Schwierigkeiten verbunden. Denn eine Demokratie braucht Pluralismus, der Vertretung unterschiedlicher Interessen spiegelt. In diesem Zusammenhang lassen sich auch die sozialen Medien in ein positiveres Licht rücken: Sie bieten die Möglichkeit sinnvolle und gute Informationen zu verbreiten und somit auch den Pluralismus zu befördern. Ein Beispiel für die Reichweitenstärke sozialer Medien ist der Arabische Frühling, der ohne die Verbreitung von Meinungen und den Austausch auf sozialen Medien nicht hätte entstehen können.

Resümee

Medienbildung wird aufgrund der aktuellen Entwicklungen immer wichtiger. Gerade anhand der medialen Aufmerksamkeit für das Thema Einwanderung von Geflüchteten wird deutlich, wie stark sich die Medienlandschaft insbesondere im digitalen Zeitalter verändert hat. Das verstärkte und undurchsichtige Auftreten von alternativen Medien fördert die Verbreitung radikaler Einstellungen und Meinungen, wie das Beispiel der Pegida-Bewegung aufzeigt. Deutlich wird dies anhand von Filterblasen, in denen sich alle Internet-Nutzenden befinden. Ein reflektierter Umgang mit den Inhalten sozialer Medien muss vor allem der jüngeren Bevölkerung vermittelt werden, um zu vermeiden, dass Meinungsmedien die sachliche Berichterstattung der journalistischen Medien überdecken. Auch muss gegen die fremdenfeindliche Hetze auf sozialen Medien seitens der Betreiber von Webseiten konsequenter vorgegangen werden. Zusätzlich ist das deutsche Rechtssystem in dieser Hinsicht gefragt, so ein Resultat der Denkwerkstatt. Dennoch sind mit den aufstrebenden sozialen Medien auch positive Aspekte verbunden: Inhalte können der breiten Bevölkerung zugänglich gemacht werden und auch die Bürgerkommunikation profitiert davon.

Ein Zusammenhang zwischen der Flüchtlingsfrage und medialer Aufbereitung besteht aber nicht nur bei der Meinungsbildung der Aufnahmegesellschaft. Vielmehr ist ein wichtiger Aspekt der Integration von Geflüchteten auch deren Zugang zu Informationen. Deswegen appellieren die Teilnehmenden, vermehrt Medienangebote auch in den Sprachen Geflüchteter vorzuhalten. So können sich Geflüchtete bereits in den Erstaufnahmeeinrichtungen über Verhältnisse und aktuelle Ereignisse der Ankunftsgesellschaft informieren.