

Masterarbeit

Informationen jenseits der „Lügenpresse“:

Warum suchen Rezipienten online nach alternativen Nachrichtenquellen zu den etablierten Medien?

vorgelegt von Friederike Wiemann

Matrikel-Nr. 20133531

vorgelegt am 31.08.2017

Erstprüfer: Dr. Uwe Breitenborn

Zweitprüfer: Prof. Dr. Renatus Schenkel

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Stellen sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Hannover, 15. August 2017

I Inhaltverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Definition Nachrichten	3
2	Medien in Deutschland	4
2.1	Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland	4
2.2	Rolle der Medien in der Demokratie	8
2.2.1	Primärfunktion	8
2.2.2	Sekundärfunktion	11
2.2.3	Tertiärfunktion	11
2.2.4	Veränderung der Rolle der Journalisten innerhalb der Funktionen	11
2.3	Mediennutzung in Deutschland	12
2.4	Medienwirkung	13
3	Vertrauen, Misstrauen, Medienkritik	16
3.1	Vertrauen in die Medien	16
3.2	Misstrauen und Kritik gegenüber den Medien	19
4	Gegenöffentlichkeit	22
4.1	Alternative Online-Angebote	24
4.2	Forderung nach alternativen Medienangeboten	26
5	Nutzerbefragung	30
5.1	Ziel der Befragung	30
5.2	Ablauf der Befragung und Darstellung der angefragten Medienangebote	30
5.2.1	Die freie Welt – Die Internet- & Blogzeitung für die Zivilgesellschaft	31
5.2.2	Die Freiheitsliebe (Dein Portal für kritischen Journalismus).....	32
5.2.3	Journal Alternative Medien	33
5.2.4	Konjunktion	35
5.2.5	NachDenkSeiten – Die kritische Website	36
5.2.6	NEOPresse	38
5.2.7	PI-NEWS (Politically Incorrect)	40
5.2.8	Politikstube.....	41
5.2.9	Contra Magazin	42
5.2.10	Extrem News – Die etwas anderen Nachrichten	43

5.3	Veröffentlichung der Nutzerbefragung	44
5.4	Fragebogen	44
5.5	Teilnehmer	45
5.6	Soziodemographische Merkmale der Teilnehmer	46
5.6.1	Alter	46
5.6.2	Geschlecht	47
5.6.3	Wohnort	48
5.6.4	Bildung.....	50
5.6.5	Politische Einordnung und Parteienpräferenz.....	50
5.6.6	Fazit Soziodemographische Daten der Umfrageteilnehmer	52
5.7	Mediennutzung	52
5.8	Erwartungen an Nachrichten	55
5.9	Kriterien zur Auswahl von Nachrichtenquellen	56
5.10	Medienvertrauen	59
5.11	Medienkritik	61
5.12	Nutzung alternativer Medien	63
5.13	Gründe für die Nutzung alternativer Medien	65
5.14	Beeinflussung der politischen Meinung durch die Nutzung alternativer Medien	68
5.15	Fazit	69
6	Auswirkungen auf die Demokratie.....	71
6.1	Problem für die Demokratie	71
6.2	Handlungsmöglichkeiten für Medien und Politik	72

II Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Generelles Medienvertrauen bei wichtigen Dingen (z. B. politischen Skandalen), eigene Darstellung	17
Abbildung 2: Vertrauen in die Medien 18- bis 34-Jöhrige, eigene Darstellung	17
Abbildung 3: Screenshot NEOPresse vom 13.08.2017 (URL: http://www.neopresse.com/gesellschaft/kommentar-wenn-akademiker-zu-verschwoerungstheoretikern-werden-die-strikte-ueberwachung/)	39
Abbildung 4: Screenshot der Veröffentlichung auf den NachDenkSeiten	44
Abbildung 5: Altersstruktur der Nutzer (eigene Befragung).....	46
Abbildung 6: Geschlechterstruktur der Nutzer (eigene Befragung).....	47
Abbildung 7: Wohnorte Ost-West der Nutzer (eigene Befragung)	48
Abbildung 9: Bildung der Nutzer (eigene Befragung).....	50
Abbildung 10: Parteipräferenzen der Nutzer (eigene Befragung)	51
Abbildung 11: Positionierung der Nutzer im politischen Spektrum (eigene Befragung).....	51
Abbildung 12: Mediennutzung (eigene Befragung).....	52
Abbildung 13: Erwartung an Nachrichten-Berichterstattung (eigene Erhebung).....	56
Abbildung 14: Kriterien der Nachrichtenauswahl (eigene Befragung).....	57
Abbildung 15: Freifeld-Kriterien der Nachrichtenauswahl (eigene Befragung)	58
Abbildung 16: Medienvertrauen nach Medienart (eigene Befragung).....	59
Abbildung 17: Kritikpunkte gegenüber den Medien (eigene Befragung).....	61
Abbildung 18: Nutzungshäufigkeit alternativer Medien (eigene Befragung)	63
Abbildung 19: genutzte Medien, die als alternativ eingeschätzt wurden (eigene Befragung)	64
Abbildung 19: Wie Nutzer auf alternative Medien aufmerksam geworden sind (eigene Befragung)	64
Abbildung 20: Gründe für die Nutzung alternativer Medien (eigene Befragung).....	65
Abbildung 21: Gründe für die Nutzung alternativer Medien, positiv formuliert gegenüber den alternativen (eigene Befragung).....	67

Abbildung 22: Gründe für die Nutzung alternativer Medien, negativ formuliert gegenüber den etablierten (eigene Befragung).....	67
Abbildung 23: Beeinflussung der politischen Meinung aufgrund der Nutzung alternativer Medien (eigene Befragung).....	68

III Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Funktionen der Medien nach STROHMEIER (2004), eigene Darstellung.....	8
Tabelle 2: Einstellungen zur Objektivität der Medien nach SAXER (2012), eigene Darstellung	9
Tabelle 3: eigens durchgeführte Google-Anfrage am 30.05.2017, 16:50 Uhr. Suchtext: alternative medien.....	25
Tabelle 4: Wohnorte der Nutzer nach Bundesländern (eigene Befragung)	49

IV Abkürzungsverzeichnis

ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
BBC	British Broadcasting Corporation, britische Rundfunkgesellschaft
bpb	Bundeszentrale für politische Bildung
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
taz	taz.die tageszeitung
ORF	Österreichischer Rundfunk
GEZ	Gebühreneinzugszentrale
RStV	Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (auch Rundfunkstaatsvertrag genannt)
TMG	Telemediengesetz
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

1 Einleitung

Es war eine Überschrift zu einer angeblichen Ungerechtigkeit zwischen Menschen ausländischer Herkunft und Deutschen, die mich erstmals auf eine der alternativen Seiten brachte. Nicht wie sonst ging es darum, dass Mitbürger mit Migrationshintergrund benachteiligt seien, sondern Deutsche. In dem Artikel auf der Seite *www.netzplanet.net* wurde beschrieben, dass ein türkischer Mitbürger aufgrund der „Eingliederungshilfe“ mehr Geld bekomme als ein deutscher „Hartz-IV-Empfänger“. Als Beweis wurde ein Bild einer Berechnung gezeigt. Den Begriff „Eingliederungshilfe“ hatte ich bereits im Studium gehört, allerdings nicht in Zusammenhang mit Eingliederung von Menschen anderer Herkunft sondern in Zusammenhang mit der finanziellen Unterstützung für Menschen mit Behinderung. Ein Wort, eine vielleicht sogar echte Berechnung wurde dort völlig aus dem Zusammenhang gerissen. Unter dem Artikel befanden sich viele Kommentare von vermutlich Deutschen, die sich benachteiligt fühlten im „eigenen Land“. Die Seite *Netzplanet* gibt es nicht mehr, auf der Facebook-Seite wurde nach dem Schließen der Seite auf *Politikstube* verwiesen. Ein ähnlicher Artikel zu diesem „Skandal allererster Güte“ ist noch auf der Seite *PI-NEWS* zu finden.¹ Darunter kann man viele rassistische Kommentare lesen. Hätten alle diese Personen einmal Sozialgesetzbuch XII und Eingliederungshilfe im Internet gesucht, wüssten sie, dass der Artikel auf falschen Behauptungen aufgebaut war, der Skandal kein Skandal gewesen ist und sie sich unnötig aufgeregt haben. Was ich interessant fand: Die Seite sah aus wie ein Nachrichtenmagazin, enthielt neben den Themen Wirtschaft, Politik und anderen auch das Thema Gesundheit. Das waren Themenbereiche, die auch bei *Spiegel Online* zu finden sind. Ich stellte mir die Frage, warum Nutzer diesen Medien vertrauen. Das war der Anstoß für diese Masterarbeit:

Informationen jenseits der „Lügenpresse“: Warum suchen Rezipienten online nach alternativen Nachrichtenquellen zu den etablierten Medien?

Um diese Frage zu beantworten zu können, müssen folgende Teilfragen untersucht werden:

- Wer sind die Nutzer alternativer Medien?
- Warum misstrauen die Nutzer den etablierten Medien?
- Welche Medien nutzen sie stattdessen?
- Nach welchen Kriterien wählen die Nutzer ihre Nachrichtenquellen aus?

Eine Anschlussfrage die sich stellt ist: Was bedeutet dieses Nutzerverhalten für unsere demokratische Gesellschaft?

¹ vgl. PI-NEWS, URL: <http://www.pi-news.net/4500-euro-pro-monat-fuer-asylbewerber/> [Stand: 09.08.2017]

Der Begriff *Lügenpresse* wurde 2014 zum Unwort des Jahres gewählt.² Häufig zu hören war er bei Veranstaltung der *PEGIDA* und anderen *-GIDA*-Bewegungen und wurde deshalb von Journalisten und der Fachliteratur aufgegriffen und diskutiert. Dabei stehen oft Medienkritik und das Fehlverhalten der Medien im Mittelpunkt. In dieser Arbeit steht nicht die Medienkritik, sondern die Medienkritiker im Mittelpunkt.

Die Arbeit ist in fünf Teile gegliedert. Der erste Teil stellt eine Einführung zu Medien in Deutschland dar. Es wird grob umrissen, wie unser heutiges Mediensystem entstanden ist und welche Rolle die Medien spielen. Im zweiten Teil geht es um das Vertrauen in und Misstrauen gegenüber den Medien. Die Weiterführung des Misstrauens, nämlich die Gegenöffentlichkeit wird im dritten Teil behandelt. Die Nutzer dieser Gegenöffentlichkeit werden im vierten Teil untersucht. Dafür wurde eine Umfrage durchgeführt. Da sich die Umfrage speziell an die Nutzer alternativer Medien richtete, weil sie bzw. ihre Einstellungen und Ideen Kern dieser Arbeit sind, wurden verschiedene Medien kontaktiert und gebeten, die Umfrage ihren Nutzern zur Verfügung zu stellen. Bedauerlicher Weise hat nur ein einziger Anbieter reagiert, die *NachDenkSeiten*. Die Umfrage und ihre Auswertung bildet also nur eine Teilgruppe der Nutzer alternativer Medien ab. Die Ergebnisse lassen sich nicht auf die Nutzer aller alternativen Nachrichtenseiten übertragen. Die Angebote und damit auch ihre Zielgruppen sind dafür zu verschieden. Es mag Schnittmengen geben, allerdings lassen sich diese nur vermuten und im Rahmen dieser Arbeit nicht nachweisen. Der fünfte Teil beschäftigt sich mit den Auswirkungen von alternativen Medien auf unsere Gesellschaft und welche Handlungsmöglichkeiten sich daraus ergeben.

² URL: <http://www.unwortdesjahres.net/index.php?id=35>

1.1 Definition Nachrichten

In der Fachliteratur wird der Begriff Nachricht beschrieben als eine Darstellungsform, die einem bestimmten formalen Aufbau folgt und objektiv über ein aktuelles Geschehen berichtet, das von allgemeinem Interesse ist.³ Das Wort Nachricht wird allerdings in verschiedenen Bedeutungen verwendet: einmal als journalistische Darstellungsform, eine kurz gehaltene Informationsvermittlung, aber auch als die Information selber.⁴ Da sich diese Masterarbeit mit den Erwartungen von Mediennutzern an Nachrichten beschäftigt, meint die Arbeit im Folgenden die in der breiten Öffentlichkeit wahrscheinlich verbreitete Definition der Internet-Enzyklopädie Wikipedia:

„Unter Nachrichten als Plural von Nachricht (oft auch synonym für Nachrichtensendung) ist die regelmäßige Berichterstattung über aktuelle politische, wirtschaftliche, soziale, kulturelle, sportliche und sonstige Ereignisse in komprimierter Form zu verstehen.“⁵

³ vgl. VON LA ROCHE (2008). S. 77

⁴ vgl. VON LA ROCHE (2008), S.79

⁵ URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Nachrichten> [Stand: 13.07.2017]

Die Nutzung von Wikipedia-Artikeln in wissenschaftlichen Arbeiten ist kritisch zu betrachten, an dieser Stelle aber bewusst eingesetzt worden. „Zirka vier Millionen Menschen nutzen täglich die deutschsprachige Wikipedia, weit häufiger als eine Million Mal pro Stunde wird sie von Usern besucht.“ (URL: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/wikipedia/> [Stand: 13.07.2017])

2 Medien in Deutschland

2.1 Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland

Anlass dieser Arbeit sind Veränderungen der Medienproduktion und -nutzung. Um verstehen zu können, welche Auswirkungen diese Veränderungen haben, muss man sich anschauen, wie die Entstehung des heutigen Mediensystems vorangegangen ist. Der Grundstein des Mediensystems der Bundesrepublik Deutschlands wurde gelegt, als auch der für unser heutiges Gesellschaftssystem, die Demokratie, gelegt wurde. Obwohl der Schwerpunkt dieser Arbeit auf den Onlinemedien liegt, wird im Folgenden auch auf andere Medienarten eingegangen. Erstens ist das Internet immer noch ein sehr junges Medium und nicht jedem vertraut, auch wenn es sich rasend schnell entwickelt und verbreitet. Zweitens können alle Mediennutzer immer zwischen allen Medienarten wählen, weshalb diese auch mit beachtet werden müssen, um Rückschlüsse ziehen zu können, warum ein Medium bevorzugt genutzt oder ihm mehr Vertrauen geschenkt wird.

Mit dem Ende des 2. Weltkrieges 1945 wurde auch das Mediensystem der Nationalsozialisten beendet. Eines der Ziele der Alliierten war die Entnazifizierung Deutschlands und so war es wichtig, auch Presse und Rundfunk, die wichtigsten Propagandamittel von Hitler und seinem Regime, neu zu ordnen. Die Neuordnung orientierte sich je nach Besatzungszone an dem System, welches bei den jeweiligen Besatzungsmächten herrschte. Das heutige System hat seinen Ursprung in den westlichen Besatzungszonen, weshalb an dieser Stelle nur darauf eingegangen wird.

Vorbild für das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem in Deutschland war die *BBC*, wodurch der Rundfunk staatsfern und selbstverwaltet organisiert werden sollte.⁶ In den Rundfunkräten (bzw. dem Fernsehrat des *ZDF*), die die Programmkontrolle des öffentlich-rechtlichen Fernsehens darstellen, sitzen auch Mitglieder von Parteien, sodass die Staatsferne angezweifelt werden kann. Die Rundfunkräte und der Fernsehrat sollen einen Querschnitt der Bevölkerung repräsentieren, insofern lässt sich erklären, warum auch Parteimitglieder Teil dieser Gruppe sind, stellen doch auch die Parteien in der Demokratie das Volk dar und werden regelmäßig als Volksvertreter gewählt. Nach der Klage des SPD-Politikers Kurt Beck⁷ im Jahr 2012, dass die Parteien zu großen Einfluss hätten, entschied das Verfassungsgericht, dass

⁶ vgl. STROHMEIER (2004), S. 240

⁷ Kurt Beck war zu dem Zeitpunkt Vorsitzender des ZDF-Verwaltungsrats.

die Zusammensetzung der Räte verändert werden müsse und die Anzahl der staatsnahen Mitglieder maximal ein Drittel betragen darf. Diese Regelung trat 2016 in Kraft.⁸

Die Rundfunkanstalten in Deutschland verbreiten ihr Programm über Radio- und Fernsehsender sowie über verschiedene Seiten im Internet und Apps für mobile Endgeräte. Der Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (RStV) regelt das Rundfunkrecht in Deutschland. So sind dort auch die Programmaufträge der öffentlich-rechtlichen Medien festgeschrieben: §11 RStV besagt, dass sie der individuellen und öffentlichen Meinungsbildung dienen sollen, um „die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen“.⁹ Das Angebot soll Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung abdecken sowie Kultur anbieten. In demselben Paragraphen steht auch, dass die Berichterstattung objektiv und unparteilich sein und die Meinungsvielfalt berücksichtigt werden soll. Kritiker werfen den öffentlich-rechtlichen Medien in Deutschland vor, diesen Paragraphen des RStV nicht zu erfüllen.

Durch das duale Rundfunksystem in Deutschland, was seit den 1980er Jahren mit Einführung der privaten Sender besteht, können auch private Unternehmen oder Vereine produzieren und veröffentlichen. Rechtliche Grundlage dafür sind die Landesmediengesetze. Die Frequenzen werden von den Landesmedienanstalten je nach Übertragungsart ausgeschrieben und vergeben.¹⁰

Auch die Presse wurde nach dem 2. Weltkrieg neu geordnet. So wurde mit Gesetz Nr. 191 der Alliierten im November 1944 zunächst das Erzeugen, Veröffentlichen, Vertreiben, Verkaufen und Verleihen von Zeitungen und Zeitschriften verboten. Dies galt für alle Besatzungsgebiete. Poesstätigkeiten waren von diesem Zeitpunkt an nur mit einer Lizenz möglich. Gänzlich ausgeschlossen von den Lizenzen sollten Altverleger sein, also alle diejenigen, die vorbelastet waren.¹¹ Die Lizenzen sollten dazu dienen, eine Presselandschaft aufzubauen, die eine demokratische Gesellschaft fördert. Es sollte Meinungsvielfalt gefördert und so eine Alleinherrschaft, wie sie in den Jahren davor galt, verhindert werden.

In der amerikanischen Besatzungszone wurden Lizenzen nur an Gemeinschaften vergeben, also an Zusammenschlüsse von verschiedenen Privatpersonen mit unterschiedlicher Parteiherkunft.¹² Als Beispiel sei hier die Frankfurter Rundschau genannt, deren sieben Lizenz-

⁸ Zusammensetzung des Fernsehrates ist im aktuellen ZDF-Staatsvertrag Siebzehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag §21 (1) nachzulesen

⁹ Rundfunkstaatsvertrag §11 (1)

¹⁰ vgl. ALTENDORFER (2001), S. 61 ff.

¹¹ vgl. ALTENDORFER (2001), S. 27

¹² vgl. ALTENDORFER (2001), S. 28

nehmer Sozialdemokraten, Kommunisten und Linkskatholiken waren.¹³ In der britischen Besatzungszone wurden sogenannte Parteirichtungszeitungen zugelassen. Der Lizenznehmer musste Mitglied oder Sympathisant einer Partei sein.¹⁴ So konnte darauf geachtet werden, dass die Presse gleichmäßig auf alle Parteien verteilt wurde. In der französischen Besatzungszone gab es keine einheitliche Regelung, es wurden sowohl Parteizeitungen als auch unabhängige Zeitungen zugelassen.¹⁵ In der Besatzungszone der UdSSR wurden keine Lizenzen an Privatpersonen vergeben, allerdings spielt das damals dort herrschende Mediensystem heutzutage zumindest für das Medienrecht keine Rolle mehr.

Die Vergabe der Lizenzen ist deshalb noch heute von Bedeutung, weil diese die Grundlage für unser jetziges Pressewesen sind. Lizenzen werden zwar nicht mehr benötigt, aber die Zeitungen und Zeitschriften, die damals entstanden, zählen zu den Leitmedien unserer Medienlandschaft und prägen die Meinungen unserer Gesellschaft immer noch.

Der Lizenzzwang wurde (außer in der Besatzungszone der UdSSR) im September 1949 aufgehoben und die Presse wird seit Mitte der 1960er Jahre durch die Landespressegesetze dezentral geregelt.¹⁶ Dass die Presse auf die verschiedenen Parteien aufgeteilt wurde, ist insofern wichtig, weil auch heute noch der Tendenzschutz für die Verleger gilt. So darf ein Verleger durchaus parteiisch berichten. Wenn man über die Objektivität der Presse diskutiert, ist das ein wichtiger Punkt, denn unsere Medienlandschaft insbesondere im Printbereich ist davon geprägt, dass Druckerzeugnisse eine politische Richtung positiver bewerten als eine andere.

Die wichtigste rechtliche Grundlage für die Medien in Deutschland ist Artikel 5 des Grundgesetzes, wodurch die freie Meinungsäußerung und -verbreitung, Informations-, Presse-, Rundfunk- und Filmfreiheit sowie die Freiheit von Zensur bestimmt ist.¹⁷

Doch die Presse hat nicht nur Rechte, sondern auch Pflichten: „Anerkennung der öffentlichen Aufgabe der Presse; Informationsanspruch der Presse, Sorgfaltspflicht der Presse, Gegendarstellungsanspruch, Entschädigung für fehlerhafte Auflage-Beschlagnahme, Zeugnisverweigerungsrecht der Presse, Einbeziehung der Nachrichtenagenturen und Pressekorrespondenzen“.¹⁸

¹³ vgl. ALTENDORFER (2004), S. 284

¹⁴ vgl. ALTENDORFER (2001), S. 28

¹⁵ vgl. ALTENDORFER (2001), S. 28

¹⁶ vgl. ALTENDORFER (2001), S. 38

¹⁷ vgl. ALTENDORFER (2001), S. 29 oder auch GG

¹⁸ ALTENDORFER (2001), S. 77

Eine weitere Vorgabe ist die Impressumspflicht. Diese ist sehr ähnlich in den verschiedenen Landespressegesetzen festgehalten. Es muss der Name und die Anschrift des Druckers, Verlegers und des verantwortlichen Redakteurs veröffentlicht werden. Dabei gilt für den verantwortlichen Redakteur, dass er sich in Deutschland aufhalten, bürgerliche Ehrenrechte besitzen und unbeschränkt geschäftsfähig sein muss und nur mit besonderer Zustimmung strafrechtlich verfolgt werden darf. Er ist auch dafür verantwortlich, Gegendarstellungen zu veröffentlichen.¹⁹

Auch für die Veröffentlichung in Onlinemedien gibt es Regelungen. Im Telemediengesetz (TMG) §5 findet sich beispielsweise auch die Impressumspflicht. Diese gilt allerdings nur für geschäftliche Seiten. Es gibt noch einen anderen Paragraphen, nämlich im Rundfunkstaatsvertrag, der sich auf §5 TMG bezieht: §55 besagt, „Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, [...], haben zusätzlich zu den Angaben nach den §§ 5 und 6 des Telemediengesetzes einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift zu benennen.“ Diese Vorgaben sind deutsche Gesetze. Die Angebote des Internets – world wide web – werden aber weltweit produziert. Hier zeigt sich ein erstes Problem im Bereich der rechtlichen Regelung: Da Onlinemedien international stattfinden, gelten nicht für alle in Deutschland zur Verfügung stehenden Websites auch die deutschen Gesetze. Ein Impressum ist dann zum Beispiel nicht immer zu finden. Dadurch ist beispielsweise nicht klar, wer die Inhalte produziert und verbreitet. Das heißt auch, dass man nicht wie in den anderen redaktionellen Medien eine Gegendarstellung erwirken kann, weil man gar nicht weiß, an wen man seine juristische Beschwerde richten soll. Für den Nutzer ist das ein klarer Nachteil, weil hier keine Transparenz geschaffen wird.

Onlinemedien unterscheiden sich noch in weiteren Kriterien deutlich von anderen Medien, was ihnen Vorteile beschafft: Der Produktionsaufwand kann sehr niedrig sein. Der Zugang zur Produktion als auch zur Nutzung ist niedrighschwellig. Die Verbreitung kann schnell und sehr breit erfolgen. Das Internet eignet sich demnach besonders gut für die Herstellung einer Gegenöffentlichkeit (s. Kapitel 4 ff.)

¹⁹ vgl. ALTENDORFER (2001), S. 264

2.2 Rolle der Medien in der Demokratie

Die mit Einführung einer Demokratie in Deutschland einhergehende Reformation des Mediensystems zeigt, welche bedeutende Rolle den Medien in der Demokratie zukommt. Die politische Funktion von Massenmedien, also Medien, die eine breite nicht begrenzte Öffentlichkeit erreichen, lässt sich in drei verschiedene Kategorien unterteilen:

Primärfunktion	Herstellung von Öffentlichkeit
Sekundärfunktion	Information und Kontrolle
Tertiärfunktion	Politisch Sozialisation und Integration, politische Bildung und Erziehung, politische Meinungs- und Willensbildung

Tabelle 1: Funktionen der Medien nach STROHMEIER (2004)²⁰, eigene Darstellung

2.2.1 Primärfunktion

Themen, die nicht in den Massenmedien aufgegriffen werden, bekommen keine oder ungenügende Aufmerksamkeit, um politisch relevant zu sein. Medien werden bzw. wurden deshalb auch als Gatekeeper bezeichnet, weil ihre Macher darüber entscheiden, welche Themen in die Öffentlichkeit rücken. Sowohl politische als auch kommerzielle Akteure versuchen auf unterschiedlichen Wegen (z. B. Pressemitteilungen und -konferenzen), die für sie relevanten Themen in den Medien zu platzieren. Schon bei dieser ersten Entscheidung bei der Medienproduktion zeigt sich, dass Objektivität von Medien nicht vollständig möglich ist, da die Themenauswahl ein subjektiver Prozess ist.

Allerdings ist die Herstellung von Öffentlichkeit nicht nur in der einen Richtung (Informationen von Politik oder Wirtschaft in Richtung der Bürger) möglich, sondern auch in der entgegengesetzten: Auch Bürger können sich an die Redaktionen wenden und auf Missstände, ihre politischen Ideen oder andere Themen aufmerksam machen. Diese Funktion ergibt dann die Sekundärfunktion.

2.2.1.1 Stichwort: Objektivität

Im Duden wird objektiv definiert als „unabhängig von einem Subjekt und seinem Bewusstsein existierend; tatsächlich“ und „nicht von Gefühlen, Vorurteilen bestimmt; sachlich, unvoreingenommen, unparteiisch“.²¹ Objektivität gehört zu den Vorsätzen einiger Medien. So ist dies beispielsweise im Rundfunkstaatsvertrag § 11 niedergeschrieben. Dabei wird die Möglichkeit

²⁰ vgl. STROHMEIER (2004), S. 71 ff.

²¹ Duden.de: objektiv. (o.J.)

der Objektivität aus verschiedenen Gründen in der Wissenschaft zum Teil in Frage gestellt.²² Ulrich Saxer beschreibt vier Auffassungen, die in der Diskussion von Objektivität in der Publizistik auftauchen:²³

1	Objektivität ist gewünscht und ohne Einschränkungen möglich.	Diese Einstellung ist in Codices zu finden (s. z. B. <i>ARD</i>)
2	Objektivität ist erwünscht und sollte die Norm sein.	Diese Einstellung wird von vielen Journalisten und Publizistikwissenschaftlern vertreten (eher 3).
3	Objektivität kann gewünscht, aber nicht verwirklicht werden. Möglich und gefordert sich stattdessen: Sachlichkeit und Wiedergabe verschiedener Meinungen.	
4	Objektivität ist weder möglich noch erwünscht.	Diese Haltung wird von radikalen und pluralismusfeindlichen Personen eingenommen, die zu politischen Randgruppen der Demokratie gezählt werden können (sowohl links als auch rechts).

Tabelle 2: Einstellungen zur Objektivität der Medien nach SAXER (2012), eigene Darstellung

Um Objektivität in der Publizistik zu beurteilen, nennt Saxer: Richtigkeit, Unparteilichkeit, Ausgewogenheit, Vollständigkeit und Verständlichkeit. Diese Merkmale ergeben sich daraus, dass Medien die Wirklichkeit unverzerrt wiedergeben sollten. Da diese Wiedergabe aber (außer bei einer Liveübertragung) eine Zusammenfassung eines Ereignisses ist, muss eine Reduktion stattfinden, die wiederum eine Strukturierung erfordert. Dadurch ist es keine reine Re-Produktion der Wirklichkeit, sondern auch eine Produktion.²⁴ Die Produktion ist eine aktive Handlung, durch die eine persönliche Einflussnahme auf das Endergebnis stattfindet. Allerdings sollte diese Einflussnahme keine Verzerrung beinhalten, sondern die Verhältnismäßigkeit beibehalten.²⁵ Es gibt aber auch journalistische Darstellungsformen, die diese Anforderungsmerkmale bewusst nicht einhalten: Kommentare beinhalten bewusst eine Parteilichkeit und bedürfen keiner Ausgewogenheit, müssen aber auch als solche gekennzeichnet

²² vgl. SAXER (2012), S. 12

²³ vgl. SAXER (2012), S. 12 ff.

²⁴ vgl. SAXER (2012), S. 20

²⁵ Als Beispiel sei hier eine Straßenumfrage genannt. Wenn zehn Personen befragt wurden, aber nur Sendezeit/Platz für drei ist, sollte das Verhältnis der Für- und Gegensprecher der drei ausgewählten auch denen entsprechen, die gesamt befragt wurden.

werden. Satire muss ebenfalls nicht dem Maxim der Richtigkeit oder Vollständigkeit folgen, hat aber beispielsweise keine Kennzeichnungspflicht. Allerdings hat Facebook die Kennzeichnung von Satire 2014 getestet, weil sich die Nutzer gewünscht haben sollen, Artikel besser einordnen zu können.²⁶ Auch eine Meldung der satirischen Website Der Postillon, zum G20-Gipfel in Hamburg mit der Überschrift „Zur Deeskalation: Hamburger Polizei fährt Atomrakete auf“²⁷ musste von der Polizei kommentiert werden²⁸, da einige Nutzer diese Meldung für ernst nahmen. Die Nutzer glaubten in diesem Fall, was wahrscheinlich zu ihrem Bild von der Veranstaltung in Hamburg passte.

*„Publizistische Objektivität kommt schließlich nur dann zustande,
wenn das Publikum fähig und willens ist, diese Art von Medienangebot
zu schätzen.“²⁹*

Verfügt das Publikum nicht über diesen Willen und die nötige Empathie, nutzt es nur die Informationen, die der eigenen Meinung entsprechen. Um dies zu verhindern, ist laut Saxer eine kritisch-verständnisvolle Mediennutzung nötig.³⁰

2.2.1.2 Stichwort: Nachrichtenwert

Medienmacher erhalten entweder gezielt Themen und Informationen oder recherchieren aktiv nach Themen, die aus ihrer Sicht für die eigene Zielgruppe interessant sind. Verschiedene Faktoren beeinflussen die Themenauswahl:³¹

- Nähe: Ein Ereignis in unmittelbarer Nähe ist wichtiger für die Rezipienten.
- Prominenz: Eine bekannte Persönlichkeit ist interessanter für die Rezipienten.
- Aktualität: Ein neueres Ereignis ist von größerem Interesse als eine alte Geschichte.
- Emotionalität: Ereignisse, die eine Emotion hervorrufen (unabhängig welche) sind spannender für die Rezipienten.

Außerdem werden Themen interessant, wenn sie außergewöhnlich sind. Die bekannte Regel dafür lautet, dass es sich nicht um eine Nachricht handelt, wenn ein Hund einen Mann beißt, hingegen aber, wenn ein Mann einen Hund beißt.

²⁶ vgl. FREUND, Nicolas: Facebook testet Satire-Hinweis (18.08.2014)

²⁷ der-postillon.com: Zur Deeskalation: Hamburger Polizei fährt Atomrakete auf (07.07.2017)

²⁸ vgl. twitter.com: Polizei Hamburg (07.07.2017)

²⁹ SAXER (2012), S. 46

³⁰ vgl. SAXER (2012), S. 46

³¹ vgl. MAST (2008), S. 265

2.2.2 Sekundärfunktion

Aus der Primärfunktion ergeben sich die weiteren Funktionen. So sollen Informationen an die Gesellschaft vermittelt aber auch politischen Akteure kontrolliert werden. Das Wort Kontrolle kommt aus dem Französischen und beinhaltet das Wort contre (deutsch = gegen).³² Die Medien stehen den anderen Mächten in der Demokratie entgegen und werden als vierte Macht in der Demokratie bezeichnet.

„Die freie Information ist der Sauerstoff der Demokratie.“³³

Es ist wichtig, dass die Gesellschaft sich informieren kann und dabei jeder selber wählen kann, welche Quelle er dafür nutzt. Das ist ein wesentlicher Punkt in der demokratischen Öffentlichkeit, da in anderen politischen Systemen sowohl die Informationswahl als auch die Kontrollfunktion zum Teil nicht oder nur eingeschränkt existiert. Dass die damit verbundenen Erwartungen der Nutzer an die Medien zum Teil nicht erfüllt werden, wird in Kapitel 3.2 sowie Kapitel 0 behandelt.

2.2.3 Tertiärfunktion

Die Tertiärfunktionen sind eine Folge der Sekundärfunktionen. Die Möglichkeit, dass durch Massenmedien alle auf dieselben Informationen zugreifen können, schafft eine gemeinsame Basis an Werten und eine gemeinsame Vorstellung davon, wie Politik funktioniert.³⁴ Aus diesen gewonnenen Informationen können Meinungen gebildet werden, die durch Wahlen wiederum einen Einfluss auf politische Entscheidungen haben können.

Die Auswirkungen werden zu einem nicht unwesentlichen Teil von dem Vertrauen in die Medien beeinflusst. Abhängig davon, welche Medien ausgewählt werden als Informationsvermittler und wie der Rezipient diese einordnet, bildet er sich seine Meinung.

2.2.4 Veränderung der Rolle der Journalisten innerhalb der Funktionen

Durch das Medium Internet entfällt die Rolle der Journalisten in diesen Funktionen zum Teil. Man braucht keine Journalisten mehr, um seine Information nach draußen zu tragen. Das kann jeder selbstständig durch die Veröffentlichung im Internet ohne viel Aufwand machen. Dadurch verliert der Journalist unter Umständen seine Gatekeeper-Funktion. Diese wird zur Gatewatcher-Funktion. Sie veröffentlichen also nicht mehr selber Informationen, sondern

³² vgl. duden.de: Kontrolle, die (o. J.)

³³ SCHIMMECK (2011), S. 17

³⁴ vgl. STROHMEIER (2004), S. 73 f.

sammeln, kommentieren, überprüfen die bereits veröffentlichten.³⁵ Hanna Suppa, ehemalige stellvertretende Chefredakteurin der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung, nun Chefredakteurin der Märkischen Allgemeinen sagte in einem Interview, dass es nicht mehr nur darum ginge, Geschichten zu schreiben, sondern auch die bereits kursierenden Geschichten zu überprüfen und unter Umständen zu widerlegen. Dies würde ihre Redaktion dann auch dort machen, wo sie die Falschinformationen gefunden habe, nämlich im Internet.³⁶ Damit übernehmen die Medien auch eine neue Kontrollfunktion. Es geht nicht mehr nur darum, die exekutive, legislative und judikative Macht kritisch zu betrachten, sondern auch die informationsproduzierende Macht der Masse, die durch das Internet ermöglicht wurde.

2.3 Mediennutzung in Deutschland

Die Informationsmasse im Internet führt allerdings nicht dazu, dass dies das meistgenutzte Medium ist, auch wenn es heutzutage auf den mobilen Endgeräten fast immer verfügbar ist. In Deutschland stehen Fernsehen und Radio in allen Erhebungen seit der ersten *ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation* 1964 an der Spitze bezüglich der Mediennutzungsdauer pro Tag.³⁷ So nutzen die Deutschen laut der *ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation* im Jahr 2015 208 Minuten/Tag den Fernseher und 173 Minuten Hörfunk. An dritter Stelle folgt das Internet mit 107 Minuten/Tag. Wird aber nur die junge Zielgruppe von 14 – 29 Jahre betrachtet, so steht das Internet an erster Stelle mit 187 Minuten, gefolgt von Fernsehen mit 144 Minuten und Hörfunk mit 137 Minuten/Tag. Die Tageszeitung wird durchschnittlich nur noch 23 Minuten/Tag bzw. 9 Minuten in der jungen Zielgruppe genutzt.

Allerdings dient das Internet auch zum Großteil der Kommunikation, der Informationssuche und „unspezifischem Surfen“. Seine mediale Nutzung beträgt nur 26 Minuten/Tag, bei der jungen Zielgruppe 48 Minuten/Tag. Dabei wird ein Anteil von 24 Prozent bzw. 35 Prozent in der jungen Zielgruppe für das Lesen von Nachrichten verwendet.³⁸

Bei der Nutzung des Internets wurde ein Unterschied zwischen den alten und den neuen Bundesländern festgestellt: Obwohl das Internet im Osten Deutschlands aufgrund der Infrastruktur weniger verbreitet ist, ist die Nutzungsdauer länger. Auch der Grund der Nutzung

³⁵ vgl. RENTSCH; MOTHES (2013), S. 90 nach BRUNS, Alex (2005): *Gatewaching. Collaborative online news production*. New York: Peter Lang.

³⁶ vgl. WIRNER, Stefan: „Fake News hießen früher Gerüchte“ (o. J.)

³⁷ vgl. ard-werbung.de: *ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015. Zusammenfassung der Ergebnisse*. (o. J.)

³⁸ vgl. ENGEL; BREUNING (2015), S. 316 f.

unterscheidet sich. So spielt die Informationsrolle des Internets eine höhere Rolle in den neuen Bundesländern, Entertainment in den alten.³⁹

2.4 Medienwirkung

Medien zu nutzen, wirkt sich nicht nur auf die Zeit jedes einzelnen aus, sondern auch auf weitere Aspekte. Strohmeister unterscheidet in drei verschiedene Arten der Medienwirkung: Wissen, Einstellung und Verhalten. Dabei stellt Wissen die geringste Wirkung dar, kann aber sowohl eine Einstellungs- als auch eine Verhaltensänderung bewirken. Die Verhaltensänderung ist die stärkste Wirkung, da sie eine Einstellung in die Tat umsetzt.⁴⁰

In diesem Abschnitt wird auf einige Ergebnisse der Medienwirkungsforschung eingegangen, die für die Beantwortung der Forschungsfrage von Bedeutung sind.

Elisabeth Noelle-Neumann hat den Begriff der Schweigespirale entwickelt und verbreitet. Ihre Theorie, die sie in verschiedenen Versuchen nachweisen konnte, besagt, dass ein Vertreter einer weniger verbreiteten Meinung weniger bereit ist, seine Meinung kundzutun und somit die verbreitetere Meinung noch lauter erscheint. Da somit noch weniger Vertreter der ersten Meinung bereit sind, diese zu vertreten, wird sie immer leiser.⁴¹ Noelle-Neumann macht aber eine weitere Beobachtung: Bei Diskussionspunkten, die nicht in den Medien thematisiert wurden, für die es keine fertigen Argumentationen gab, kam keine Diskussion zustande, beide Meinungen wurden nicht kundgetan.⁴²

Eine Spirale lässt sich in beiden Richtungen entlangfahren. Wird eine bisher unpopuläre Meinung plötzlich lauter dargestellt, so kann diese Meinung wieder Zustimmung generieren. Ein solches Phänomen ließ bzw. lässt sich eventuell gerade politisch in Deutschland beobachten. Rechts gerichtete politische Meinungen galten seit Ende des zweiten Weltkriegs als unpopulär, bekamen aber in den letzten Jahren mehr mediale Aufmerksamkeit und somit auch politische Zustimmung, wie sich an den Wahlergebnissen beobachten lässt.

Ob ein Medium sich auf die Meinungsbildung auswirkt oder nicht, hängt von der Meinung über die Quelle ab. Erscheint die Quelle besonders glaubwürdig, so beeinflusst sie die Meinung stärker als eine weniger vertrauenswürdig erscheinende Quelle.⁴³

³⁹ vgl. FREY-VOR; MOHR (2016), S. 406

⁴⁰ vgl. STROHMEIER (2004), S. 179

⁴¹ vgl. NOELLE-NEUMANN (1982), S. XIII

⁴² vgl. NOELLE-NEUMANN (1982), S. 247

⁴³ vgl. JÄCKEL (2005), S. 139 ff.

Ein Begriff, der häufig in Zusammenhang mit der Nutzung sozialer Medien bzw. dem Internet als Informationsquelle genannt wird, ist Filterblase oder -bubble. Gemeint ist ein scheinbar neues Phänomen: Aufgrund der Algorithmen von sozialen Netzwerken und Internetsuchmaschinen werden nur Nachrichten oder Informationen angezeigt, die den jeweiligen Nutzer interessieren könnten, weil sie seiner bisherigen Internetnutzung oder seinem Like-Verhalten entsprechen. Allerdings hat es auch schon vor der Ausbreitung des Internets Communities gegeben wie beispielsweise Cliques in Subkulturen, Stammtische und auch Parteien. Das heißt, Blasen, in denen man sich aufhält, sind nichts Neues. Einzig neu daran sein könnte der Aspekt, dass der Nutzer annehmen könnte, das Internet als Informationsquelle zeigt ihm ungefilterte, objektive Beiträge an. Solange man den Ad-Blocker seines Browsers nicht aktiviert hat, lässt sich schon alleine an der personalisierten Werbung erkennen, dass dem nicht so ist. Die beiden vorher genannten Ergebnisse der Medienwirkungsforschung haben mit diesen Blasen zu tun. Werden einem immer ähnliche Meinungen präsentiert, könnte man vermuten, dass es sich um die vorherrschende Meinung handelt, man dieser also nicht widerspricht oder sich ihr gar anschließt (Mitläufereffekt). Jedoch dürfte es laut den Ergebnissen der Medienwirkungsforschung, die sich auf den Kommunikator beziehen, egal sein, wie viele verschiedene Quellen mit unterschiedlichen Meinungen man nutzt, wenn man ohnehin zu der tendieren wird, die man für am glaubwürdigsten hält.

In Bezug auf die Fragestellung dieser Arbeit ist es deshalb zwar auch wichtig zu erfahren, welche Medien sie nutzen, aber noch wichtiger, wem die Leser der alternativen Medien trauen und wem gerade nicht.

Medien unterscheiden sich in ihrer Wirkung auch aufgrund ihrer Nutzung. Während man als Zuschauer oder Zuhörer des Rundfunkprogramms bei der Aufnahme der Informationen abhängig ist von der Reihenfolge der Informationen und der Schnelligkeit der Informationsvermittlung, kann man als Leser selber bestimmen, welchen Artikel man wann in welcher Zeit lesen möchte. Durch die Mediatheken der Sender ist es nach und nach immer mehr möglich, diese Selbstbestimmtheit auch beim Rundfunkprogramm zu realisieren. Das Informationsangebot im Internet hat noch einen weiteren Vorteil. Einzelne Wörter oder Wortgruppen können beispielsweise mit einem Link für weitere Erklärungen versehen werden und weiten so das Informationsangebot aus. Diese Selektionsmöglichkeit führt einmal zu mehr Selbstbestimmung, weshalb die Wirkung nicht so stark ist oder wahrgenommen wird. Andererseits führt sie unter Umständen aber auch zu mehr Ausblendung von Informationen, weil nur die für einen selbst interessanten Inhalte konsumiert werden.⁴⁴

⁴⁴ vgl. STROHMEIER (2004), S. 31

Strohmeier sieht die Gefahr des einseitigen Informationskonsums auch in der fehlenden Kontroll- und Kritikinstanz des Internet. Dadurch gäbe es viele Websites, auf denen falsche oder extreme politische Informationen angeboten werden, weshalb eine höhere Distanz der Nutzer nötig ist, um diesen (Primär)Quellen kritisch gegenüberstehen und sie einordnen zu können.⁴⁵

⁴⁵ vgl. STROHMEIER (2004), S. 55

3 Vertrauen, Misstrauen, Medienkritik

3.1 Vertrauen in die Medien

Vertrauen beschreibt die optimistische Haltung gegenüber dem, was ein Mensch, eine Institution oder auch ein Produkt in der Zukunft leisten wird.⁴⁶ Vertrauen wird gespeist aus dem, was wir wissen, weil es zum Beispiel schon passiert ist, aus unserer Erfahrung.

Unser Wissen erhalten wir von Beginn unseres Lebens an von Menschen, denen wir vertrauen, meistens sind das die Eltern.⁴⁷ Auch im weiteren Lebensverlauf ist dies der Fall: Lehrer, Familie, Freunde und andere Menschen, die uns nahe sind und zu denen wir direkten Kontakt haben. Ob eine Nachricht wahr ist oder nicht, können wir nur klar einordnen, wenn wir über das nötige Wissen verfügen, ansonsten müssen wir auf das vertrauen, was eine andere Person (ggf. über ein Medium) uns mitteilt. Wie wir dieses mitgeteilte Wissen einordnen, hängt also vom Vertrauen gegenüber dem Kommunikator ab.

Das Vertrauen in die Medien baut auf unseren Erfahrungen auf und ebenfalls auf die von den Menschen, denen wir Glauben schenken. Dieses Vertrauen ist auch deshalb wichtig, weil wir gar nicht in der Lage sind, alle Informationen, die wir benötigen, um Entscheidungen zu treffen, selber zu ermitteln. Wir können nicht alles selbst erleben, weshalb wir uns auf die Berichte anderer stützen müssen.

Vertrauen ist das Fundament der demokratischen Gesellschaft und Garant für die Stabilität der Zivilgesellschaft.⁴⁸ Indem man Politiker als Volksvertreter wählt, spricht man ihnen damit das Vertrauen für die nächste Legislaturperiode aus. Missbrauchen sie dieses Vertrauen und enttäuschen die Wähler, werden sie dieses Vertrauen nicht noch einmal bekommen. Vertrauen ist also ein Vorschuss.

Zum Vertrauen gegenüber den Medien gibt es etliche Studien, deren Ergebnisse ganz unterschiedlich sind. Bei Studien zum Vertrauen in die Medien ist deshalb zu hinterfragen, wer sich bereit erklärt, an diesen Studien teilzunehmen. Wenn jemand den etablierten Medien misstraut oder sie ablehnt, ist es fraglich, ob derjenige an einer Befragung teilnimmt, die von einem etablierten Medium in Auftrag gegeben wurde.

⁴⁶ vgl. JACKOB (2013), S. 106

⁴⁷ vgl. LIPPMANN (1989), S. 156

⁴⁸ vgl. JACKOB (2013), S. 106 nach PUTNAM (2000): *Bowling Alone: The collapse and revival of American community*. New YORK: Simon & Schuster

In einer Studie 2015 im Auftrag des *WDR* gaben 37 Prozent der Befragten an, dass ihr Vertrauen in die Medien in den letzten Jahren gesunken sei, 57 Prozent meinten, es hätte sich nicht verändert und nur sechs Prozent gaben an, dass Vertrauen sei gestiegen.⁴⁹

Ein deutlich größerer Anstieg konnte bei einer Studie 2016 im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz festgestellt werden. Allerdings ist auch das Misstrauen gestiegen, das heißt, diejenigen, die den Medien mit gemischten Gefühlen gegenüberstehen, sind weniger geworden.⁵⁰

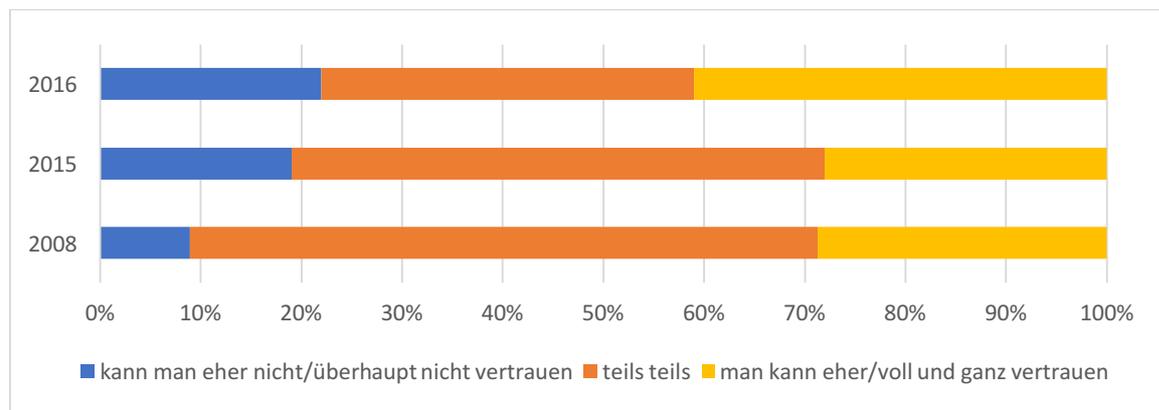


Abbildung 1: Generelles Medienvertrauen bei wichtigen Dingen (z. B. politischen Skandalen), eigene Darstellung

Die *Generation What?*-Umfrage aus demselben Jahr, die sich an jüngere Menschen gerichtet hat und vom *BR*, *SWR* und *ZDF* in Auftrag gegeben wurde, schlüsselt die Angaben etwas anders auf, wodurch die Gruppe, die den Medien vertraut nicht mehr ganz so groß erscheint. Generell scheint die junge Zielgruppe den Medien negativer gegenüber zu stehen.⁵¹

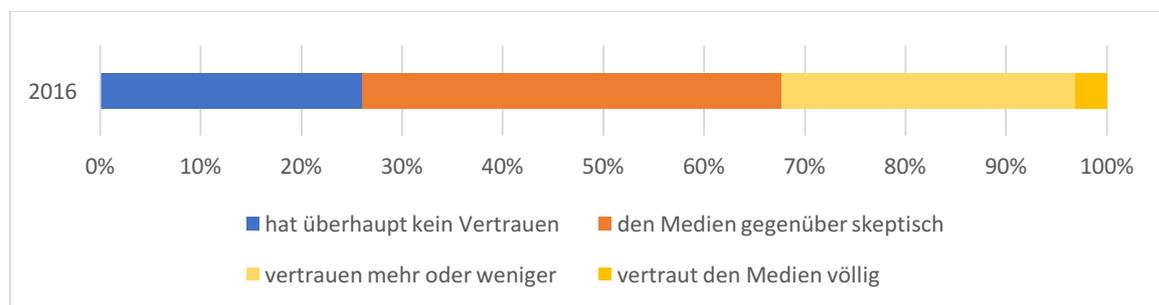


Abbildung 2: Vertrauen in die Medien 18- bis 34-Jährige, eigene Darstellung

⁴⁹ vgl. infratest-dimap.de: Glaubwürdigkeit der Medien (o. J.)

⁵⁰ vgl. SCHULTZ et al. (2017), S. 248

⁵¹ vgl. SINUS-INSTITUT (2016), S. 16

In einer Studie von 2009 zum Journalisten-Image erscheinen allerdings nicht nur die sehr Jungen sondern auch die Älteren ohne Vertrauen gegenüber den Medien. Sowohl die 18- bis 24-Jährigen als auch die 60+-Jährigen habe angegeben, den Medien eher nicht zu vertrauen: 74 Prozent bei der jüngeren, 70 Prozent bei der älteren Gruppe. Dem stehen 24 bzw. 23 Prozent, die Medien eher vertrauen, gegenüber. Es gibt nach dieser Studie nur eine Altersgruppe, die den Medien positiver gegenübersteht: Die 25- bis 44-Jährigen haben eher Vertrauen in die Medien (50 Prozent eher Vertrauen, 45 Prozent eher nicht).⁵²

Im Rahmen der *Generation What?*-Studie konnte festgestellt werden, dass Männer den Medien eher vertrauen als Frauen, ebenso wie hochgebildete eher als weniger gebildete. Aber nicht nur die soziodemographischen Unterschiede beeinflussen das Medienvertrauen, auch die Mediennutzung.⁵³ Dass die höher gebildeten Personen den Medien mehr Vertrauen entgegenbringen, konnten auch Donsbach et al feststellen.⁵⁴

In einer Studie von 2008 gaben 62 Prozent derjenigen, die das Internet viel nutzen, an, den Medien etwas zu vertrauen, bei den Befragten, die da Internet selten oder gar nicht nutzen, waren es 53 Prozent. Nicht so sehr vertrauen 29 Prozent der Vielnutzer und 35 Prozent der Selten- bzw. Nichtnutzer. Nur vier Prozent beider Gruppen hatten gar kein Vertrauen in die Medien. Sechs bzw. acht Prozent (Viel- bzw. Selten-/Nichtnutzer) vertrauen den Medien voll und ganz.⁵⁵ Dieselben Nutzer, die den Medien voll und ganz oder zumindest etwas vertrauen, wurden auch danach gefragt, warum sie dies tun. In beiden Gruppen stimmten viele der Aussage zu, dass Aktualität ein Grund sei (86 Prozent Vielnutzer, 90 Prozent Selten-/Nichtnutzer). Für 80 Prozent der Selten-/Nichtnutzer entsteht Vertrauen auch deshalb, weil die Medien meistens das berichten, was ihnen wichtig ist. Dem stimmten aber auch 58 Prozent der Vielnutzer zu. Am unwichtigsten für die Selten-/Nichtnutzer-Gruppe war die Aussage „weil man sich auf sie verlassen kann“. Für die Vielnutzer war am unwichtigsten, dass sich Medien für andere einsetzen.⁵⁶

Das Vertrauen gegenüber den Medien unterscheidet sich in den Medienarten. So konnte in der obengenannten vom *WDR* in Auftrag gegebene Studie 2015 festgestellt werden, dass die Glaubwürdigkeit der öffentlich-rechtlichen Radios am höchsten war, gefolgt von öffentlich-rechtlichem Fernsehen, Tageszeitung, privatem Radio, privatem Fernsehen und auf den letzten beiden Plätzen Internet und Boulevardpresse. Auf die Frage, wie oft Medien lügen

⁵² vgl. DONSBACH; RENTSCH; SCHIELICKE; DEGEN (2009), S. 66

⁵³ vgl. SINUS-INSTITUT (2016), S. 17

⁵⁴ vgl. DONSBACH; RENTSCH; SCHIELICKE; DEGEN (2009), S. 68

⁵⁵ Vgl. JACKOB (2013), S. 120

⁵⁶ Vgl. JACKOB (2013), S. 121

würden, gaben 37 Prozent „häufig“ und zwei Prozent „immer“ an. Diese Gruppe glaubt aber, dass nach der Boulevardpresse (47 Prozent) die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender am ehesten lügen (30 Prozent). Vom Internet behaupten das nur 16 Prozent.⁵⁷

Die vielen verschiedenen Studien zum Medienvertrauen zeigen, es gibt verschiedene Faktoren, die das Vertrauen in die Medien beeinflussen. Diese Faktoren sind einerseits von Eigenschaften der Nutzer abhängig (z. B. Alter, Bildung, Geschlecht), andererseits von den Medienarten. Sicherlich sind sie auch vom Zeitgeschehen beeinflusst, was einen Zusammenhang zum Faktor des Alters herstellt.

3.2 Misstrauen und Kritik gegenüber den Medien

Uwe Krüger sieht die Berichterstattung über die Ukraine im Frühjahr 2014 als Auslöser der Kritik gegenüber den „Mainstream-Medien“, „die in den ganz unterschiedlichen politischen Lagern und Milieus geteilt wird.“⁵⁸

Krüger meint, dass der Vorwurf des „Mainstream“ unter all den Bezeichnungen, die in der Medienkritik vom Publikum verwendet werden, der ist, der am ehesten taugt, um darüber zu debattieren. Der Begriff der „Lügenpresse“ ist seiner Meinung nach durch die Verwendung im Nationalsozialismus und aufgrund der Aggressivität gegenüber den Journalisten beispielsweise nicht geeignet.⁵⁹ In seinem Buch zitiert er verschiedene Journalisten und andere Medienmacher, die selber Erklärungen dafür suchen, warum die Berichterstattung teilweise eintönig auf die Rezipienten wirkt oder auch tatsächlich eintönig ist. An dieser Stelle sei die Medienkonzentration genannt. Dass es eine Konzentration von beispielsweise Tageszeitungen gibt, lässt sich ganz klar an den Zahlen erkennen, die zeigen, dass die Anzahl der Zeitungen zurückgegangen ist und die noch existierenden bei wenigen Verlagen veröffentlicht werden. Die Konzentration, die sich schwerer messen lässt, ist die inhaltliche. Wenn Journalisten nach Themen suchen oder zu einem bestimmten Thema recherchieren, stoßen sie automatisch auf das, was ihre Kollegen bereits veröffentlicht haben. Dieses Wissen fließt in die eigene Berichterstattung ein. Messen lässt sich das zum Beispiel daran, wie oft Medien von anderen zitiert werden.

„Lückenpresse“ ist ebenfalls ein Begriff, der verwendet wird. Dieser wirft den Medien nicht vor, falsche Informationen, also Lügen zu veröffentlichen, sondern Informationen wegzulassen, wodurch Lücken entstehen würden.

⁵⁷ vgl. infratest-dimap.de: Glaubwürdigkeit der Medien (o. J.)

⁵⁸ vgl. KRÜGER (2016), S.7

⁵⁹ vgl. KRÜGER (2016), S. 27

Vor der bewussten Entscheidung, welche Informationen veröffentlicht werden sollen, kommen schon andere Beschränkungen zum Tragen, die nicht qualitativ, sondern quantitativ sind: Die Zeit, die ein Redakteur hat, um die Informationen aufzunehmen und zu verarbeiten, der Platz auf einer Zeitungsseite, die Sendezeit usw. Aus diesem Grund bezeichnet Peter Klier den Nachweis, dass die politische Öffentlichkeit nicht ihre Aufgaben erfüllen kann, als „ein fast zu triviales und billiges Unterfangen“.⁶⁰ Gottfried Oy war 2001 der Meinung, aufgrund der vielen Medienangebote, die noch entstehen würden und die für viele auch zu nutzen sind, „kann kaum noch von zurückgehaltenen Informationen gesprochen werden“.⁶¹

Es müssen also nicht unbedingt nur die Medien gesehen werden, die Lücken lassen, sondern auch der Nutzer, der nur bestimmte Fragmente wahrnimmt. Dies tut er entweder, weil er sich nur einseitig informiert oder aber, weil er nur die Informationen zu sich durchdringen lässt, die zu dem passen, was seinem Weltbild entspricht. Wenn der Nutzer auf Informationen trifft, denen er nicht zustimmen möchte, dann nimmt er sie nicht wahr oder deutet sie um (Confirmation Bias). Allerdings werden nicht nur Informationen abgewiesen, sondern es wird in der Auseinandersetzung teilweise auch die bisher bestehende Meinung verstärkt (Backfire-Effekt).⁶²

Kritik gegenüber den Medien kommt nicht nur von den Nutzern, auch innerhalb der Medien findet Kritik durchaus statt: *ZAPP*, das wöchentlich ausgestrahlte Medienmagazin des *NDR*, befasst sich ebenfalls kritisch mit der Medienwelt, wobei auch die Sender der *ARD* kritisiert werden. In den Medienressorts verschiedener Zeitungen werden ebenfalls Kollegen kritisiert. Auch die Kritik der Nutzer wird aufgenommen, so wurde der Vorwurf der Lügenpresse in der *ARD*-Talkshow *Maischberger* aufgegriffen. Der Titel „Vorwurf "Lügenpresse" – Kann man Journalisten noch trauen?“ (Sendung vom 30.11.2016) beinhaltet eine Verallgemeinerung, die auch in der Medienkritik zu finden ist. So stellt Michal Jäckel fest:

„Trotz einer Vielzahl gedruckter und audiovisueller Angebote neigt man dazu, den Medien eine Verantwortung für bestimmte Entwicklungen zuzuschreiben.“⁶³

Der Bedarf nach Medienkritik ist da, Stefan Niggemeier und Boris Rosenkranz schreiben auf ihrer Seite *Übermedien*, sie sei wichtiger denn je. Sie begründen dies mit dem sinkenden Vertrauen in die Medien, aber auch damit, dass etablierte Medien sich schwertäten, mit Kritik

⁶⁰ KLIER (1990), S.33

⁶¹ OY (2001), S. 212

⁶² vgl. SCHAARSCHMIDT (2017), S. 26 f.

⁶³ JÄCKEL (2005), S.251

umzugehen. Beide Journalisten sind auch für etablierte Medien wie die *FAZ* oder den *NDR* tätig. Die Seite *Übermedien* haben sie ins Leben gerufen, um sich von Verlagen und Sendern unabhängig zu machen.⁶⁴ Den Anspruch der Unabhängigkeit haben auch viele Medien, die eine Gegenöffentlichkeit darstellen.

⁶⁴ vgl. uebermedien.de: Über Übermedien (o. J.)

4 Gegenöffentlichkeit

Gegenöffentlichkeit ist keine Nebenerscheinung vom Internet. Gegenöffentlichkeit gibt es so lange wie es auch Öffentlichkeit gibt, das Internet bietet nur eine größere Bühne. Freie Meinungsäußerung ist ein fester Bestandteil einer Demokratie. Diese kann einzeln erfolgen oder gemeinsam in einer Demonstration. Die Demonstration ist auch eine Form von Herstellung einer (Gegen-)Öffentlichkeit. Die Möglichkeit für alle, ihre Meinungsäußerung im Internet kundzutun, ist erst einmal eine Meinungsäußerung eines einzelnen, sie wird aber durch die Möglichkeit des Teilens kollektiv. Vor diesem Hintergrund ist dies eine Art dezentraler Demonstration, weil ihre Teilnehmer, also diejenigen, die den Beitrag teilen, sich wohlmöglich an verschiedenen Orten befinden, andererseits ist sie wie jede andere Demonstration zentral, weil sie an einem Ort stattfindet, im Internet. Eine Demonstration ist aber eindeutig als eine Präsentation einer subjektiven Einstellung zu sehen, weshalb die Verbreitung subjektiver Einstellungen im Internet ähnlich zu betrachten ist. Der Unterschied liegt jedoch darin, dass die Information, die innerhalb einer Demonstration verbreitet wird, nicht direkt, wortwörtlich wiedergegeben wird, sondern wie alle gesprochenen Informationen bei der Weitergabe entweder verstärkt oder abgeschwächt wird. Im Internet ist dies nicht der Fall. Die eigene Meinung steht dort geschrieben, wird nicht als Meinung gekennzeichnet und kann wortwörtlich von anderen übernommen werden, weshalb die einzelne Meinung vervielfacht und so verstärkt werden kann. Passiert dies unkontrolliert, so verbreiten sich nicht nur Meinungen auf diese Weise weiter, sondern auch Tatsachenbehauptungen oder Gerüchte.

Das Nichtvorhandensein von einer Zensur, also einem Einschränken bevor eine Veröffentlichung stattgefunden hat, ist ein wichtiger Aspekt der Pressefreiheit und in Artikel 5 des Grundgesetzes festgeschrieben. So können Gegenöffentlichkeiten überhaupt entstehen und einen Beitrag zur Verbesserung der Meinungsvielfalt und der Demokratiequalität leisten. Wo Freiheiten bestehen, ist es aber oft auch wichtig, eine spätere Kontrolle über diejenigen zu haben, die diese Freiheiten ausnutzen und beispielsweise falsche Behauptungen verbreiten. In den Landespressegesetzen (z. B. PresseG ST § 10) und den Landesmediengesetzen (z. B. MedienG LSA § 26) ist dieses Recht festgeschrieben. Nach § 56 RStV gibt es diese Möglichkeit eigentlich auch für alle Webangebote, die journalistisch-redaktionelle Inhalte verbreiten. Allerdings ist nicht jeder Website, auf die das zutrifft, zu entnehmen, wer für den Inhalt verantwortlich ist (dazu auch Kapitel 5.2.1 ff.).

Massenmedien bieten auch deshalb eine Grundlage für die Meinungsbildung, weil sie „umfassend, kontinuierlich und verbindlich über gesellschaftliches und politisches Geschehen informieren und dem Bürger damit soziale Orientierung sowie auch Entscheidungsfindung ermöglichen“.⁶⁵ Eine Form von Gegenöffentlichkeit im Internet sind Blogs und obwohl auch sie eine große Masse erreichen, können sie diese Art von Informationsverbreitung selten in dem gleichen Umfang leisten, weil sie oft von einzelnen Personen betrieben werden und ihnen somit personelle und finanzielle Ressourcen fehlen.⁶⁶

Das Anliegen von Blogbetreibern ist aber auch nicht dasselbe wie von Massenmedien. Sie möchten zu von ihnen ausgewählten Themenbereichen informieren und diese kommentieren. Nur fünf bzw. zehn Prozent sind verschiedenen Umfragen (in Deutschland und Amerika) zufolge daran interessiert, journalistisch zu handeln und Nachrichten aufzubereiten.⁶⁷ Das Kommentieren von schon vorhanden Nachrichten steht eher im Mittelpunkt.

Es wird also die eigene Meinung zu einem bestimmten Thema kundgetan. Das ist es auch, was Blogs auszeichnet: ihre Individualität und Subjektivität. Die Einseitigkeit von Themen und die Ungenauigkeit ihrer Bearbeitung ist deshalb keine Ausnahme.⁶⁸

Bisher wurden Blogs auch eher als Ergänzung zu den Massenmedien und nicht als Ersatz zu diesen angesehen.⁶⁹

Sie stellen aber immer öfter eine Gegenöffentlichkeit dar. Jede Form von Gegenöffentlichkeit ist auch eine Form von Medienkritik. Denn würden die Medien so berichten, wie alle es für richtig hielten, bräuchte es keine Gegenöffentlichkeit, da die bestehende Öffentlichkeit für alle befriedigend wäre.

„Zum einen wird unter praktischer Medienkritik weiterhin die „wahre“ Information und die „objektivere“ Berichterstattung verstanden, mit denen die Hoffnung auf eine fundamentale Gesellschaftsveränderung verbunden wird.“⁷⁰

Diese Aussage Oys stimmt für viele der alternativen Online-Angebote, denn nicht selten handelt es sich hierbei nicht nur um Medien-, sondern auch um Gesellschaftskritik.

⁶⁵ RENTSCH; MOTHES (2013), S. 76

⁶⁶ vgl. RENTSCH; MOTHES (2013), S. 76

⁶⁷ vgl. RENTSCH; MOTHES (2013), S. 76 f.

⁶⁸ vgl. RENTSCH; MOTHES (2013), S. 78

⁶⁹ vgl. REHTSCH; MOTHES (2013), S. 78

⁷⁰ OY (2001), S.100 – 101

4.1 Alternative Online-Angebote

Das Wort alternativ bedeutet erst einmal „zwischen zwei Möglichkeiten die Wahl lassend; eine andere, zweite Möglichkeit darstellend“.⁷¹ Auf das Medienangebot übertragen hieße das nichts weiter, als dass es mehr als einen Radio- oder Fernsehsender gibt, mehr als eine Tageszeitung und mehr als eine Internetseite, über die man an Informationen gelangt. Meinungsvielfalt ist in einer Demokratie vorgesehen. Das wäre also kein Anlass, sich mit dem alternativen Angebot zu beschäftigen. Die Definition laut duden.de geht aber noch weiter:

„2. a. eine Haltung, Einstellung vertretend, die besonders durch Ablehnung bestimmter gesellschaftlicher Vorgehens- und Verhaltensweisen (z. B. übermäßiger Technisierung, unbegrenzter Steigerung des wirtschaftlichen Wachstums o. Ä.) Vorstellungen von anderen, als menschen- und umweltfreundlicher empfundenen Formen des [Zusammen]lebens zu verwirklichen sucht

b. im Gegensatz zum Herkömmlichen stehend; anders im Hinblick auf die ökologische Vertretbarkeit o. Ä.“

Bei dieser Definition steht das Gegensätzliche im Mittelpunkt. Es geht also nicht nur darum, eine Ergänzung, eine weitere Wahlmöglichkeit anzubieten, sondern diese soll konträr gegenüber der bisherigen sein. Auch lehnt eine alternative Einstellung bestimmte gesellschaftliche Vorstellungen anderer ab. In einem Artikel in der ZEIT vom 6. Oktober 1978 mit der Überschrift „Was ist alternativ?“ wird deutlich, dass alternativ lange für eine ökologische Lebensweise, Ablehnung von Kapitalismus und für Antiautorität stand.⁷²

Im Februar 2013 wurde die Alternative für Deutschland gegründet. Eine Partei, die ihre Ursprünge in der Euro-Kritik hat, aber immer durch Äußerungen ihrer Mitglieder aufgefallen ist, die aufgrund ihrer Wortwahl und ihres Inhalts als rechtspopulistisch und fremdenfeindlich eingestuft werden. Sie selber definiert sich als konservativ und betont, dass Traditionen ihr wichtig sind.⁷³ Sowohl die Wortmarke konservativ als auch der Begriff Traditionen widersprechen dem, was laut duden.de alternativ bedeutet. Beides steht für das Herkömmliche und Althergebrachte.

⁷¹ duden.de: URL: [alternativ](http://duden.de/alternativ) (o. J.)

⁷² vgl. GERSTE, Margrit: Was ist alternativ? (06.10.1978)

⁷³ vgl. afd.de: Mut zu Deutschland. Freie Bürger, keine Untertanen. (o. J.)

Sucht man nun im Internet bei Google, der meistgenutzten Suchmaschine in Deutschland,⁷⁴ nach alternativen Medien, so finden sich folgende Ergebnisse:

1	www.journalalternativemedien.info/
2	http://www.spuelgel.de/wir-sind-nicht-allein/die-alternative-kanalliste-zu-den-mainstream-muellpropaganda-medien/
3	https://dasneuewissen.de.tl/Alternative-Medien.htm
4	https://www.contra-magazin.com/tag/alternative-medien/
5	http://www.alternativ.tv
6	https://volksbetrugpunkt.net.wordpress.com/tag/alternative-medien/
7	http://www.freiewelt.net/blog/oeffentliche-meinung-hat-sich-gespalten-mainstream-propaganda-gegen-alternative-medien-10069516/
8	http://quer-denken.tv/1968-usa-alternative-medien-auf-dem-vormarsch/
9	http://www.bessereweltlinks.de/index.php?cat=6014
10	http://www.mahnwache-hamburg.de/alternative-medien/

Tabelle 3: eigens durchgeführte Google-Anfrage am 30.05.2017, 16:50 Uhr. Suchtext: alternative medien

Ist man also auf der Suche nach Medien, die über eine ökologische, antikapitalistische Lebensweise informieren, wird man über Suchmaschinen nicht fündig. Es ist anzunehmen, dass sich das Verständnis des Begriffs alternativ verändert hat. Alternativ steht dem Herkömmlichen gegenüber, allerdings wird der Begriff nicht mehr nur bezüglich einer ökologischen, antikapitalistischen und somit eher linkspolitischen Einstellung verwendet.

⁷⁴ Mit 94,52% Marktanteil im Jahr 2016 können andere Suchmaschinenanbieter vernachlässigt werden.

Quelle: SEO-united, Marktanteile führender Suchmaschinen in Deutschland in den Jahren 2014 bis 2016, Statista, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167841/umfrage/marktanteile-ausgewaehlder-suchmaschinen-in-deutschland/> [Stand: 12.08.217]

Für die vorliegende Arbeit wird deshalb folgende Definition für den Begriff „alternative Medien“ vorgeschlagen:

Alternative Medien stehen den etablierten Medien, die schon länger in der Medienlandschaft verankert sind, gegenüber und positionieren sich mit Themen oder Meinungen, die in den etablierten nicht stattfinden.

Diese Definition ist unabhängig von der Einordnung der Medien in das politische Spektrum.

Das Konzept der alternativen Medien und einer Gegenöffentlichkeit ist allerdings eine Idee, die ihren Ursprung in der linkspolitischen Szene hat.⁷⁵ *taz.die tageszeitung* gab im Mai dieses Jahres 32 Sonderseiten zu „50 Jahre Gegenöffentlichkeit“ aus und schrieb darin, dass

„Gegenöffentlichkeit längst auch zum Kampfbegriff geworden ist: Linke wie rechte Bewegungen reklamieren unterdessen Gegenöffentlichkeit für sich, um gerade deswegen besonders glaubwürdig zu sein.“⁷⁶

Zu Zeiten der Studentenbewegung fand diese Gegenöffentlichkeit aber auch außerhalb der Medien statt, in einer direkten Kommunikation bei Protesten und öffentlichen Reden. Durch die direkte Kommunikation versprach man sich Authentizität und damit eine größere Wirkung der Aufklärung.⁷⁷ Der Punkt der Authentizität spielt unter Umständen auch heute noch eine große Rolle, so werden Artikel von alternativen Medien zum Beispiel über soziale Netzwerke im Internet geteilt. Dies trifft zwar auch auf etablierte Medien zu, jedoch werden diese zusätzlich an anderer Stelle beworben. Die alternativen Medien sind aber angewiesen auf das Teilen durch ihre Nutzer, um dadurch ihre Nutzerschaft zu vergrößern, da das Budget geringer sein dürfte als bei den etablierten Medien, die ihre Inhalte durch Werbemaßnahmen bekannter machen können und nicht auf soziale Netzwerke angewiesen sind.

4.2 Forderung nach alternativen Medienangeboten

Dass sich die Vorstellung dessen, was alternativ bedeutet, verändert hat, ist wichtig, wenn man die Literatur betrachtet, in der alternative Medien eine Rolle spielen oder diese gefordert werden.

⁷⁵ vgl. OY (2001), S. 99

⁷⁶ *taz.die tageszeitung*, Sonderseiten 24./25. Mai 2017, S. 1

⁷⁷ vgl. OY (2001), S. 131 f.

Albrecht Müller, verantwortlich für die Internetseite *NachDenkSeiten*, schrieb 2009:

„Journalisten, die sich dem Mainstream widersetzen,
müssen damit rechnen, isoliert zu werden.“⁷⁸

Er begründete dies unter anderem damit, dass Medien abhängig sind von „Beratungsunternehmen [...], die über große finanzielle Mittel und über die organisatorische Kapazität zur Gleichschaltung der Meinungen verfügen.“⁷⁹

Müller kritisiert die etablierten Medien, da sie „dominiert werden von Leitartikeln und Kommentatoren neoliberaler Prägung“ und hält den Journalisten vor, sich in „alten Stammtischdebatten in intellektuellem Gewand“ zu verlieren.⁸⁰ Diese Kritik äußern auch die Nutzer seines Onlineangebots (s. Kapitel 5.11 ff.).

Gottfried Oy sieht eine enge Verbindung von Gegenöffentlichkeit und alternativen Medien mit emanzipativen sozialen Bewegungen.⁸¹ Gegenöffentlichkeiten sind also nichts Neues, sondern gehören zur Politik dazu und beeinflussen diese. Sie scheinen jedoch nicht dauerhaft in Erscheinung zu treten. Das könnte daran liegen, dass eine Gegenöffentlichkeit sich etabliert und somit die nächste entstehende Gegenöffentlichkeit sich erst konträr dazu entwickelt. Ging die Gegenöffentlichkeit in den 1960er und 70er Jahren von Studierenden aus dem linkspolitischen Spektrum aus, ist die Gegenöffentlichkeit von heute eher im rechtspolitischen Raum und vorrangig außerhalb der Universitäten entstanden. Viele der alternativen Medien stehen der *AfD* positiv gegenüber (dazu auch Kapitel 5.2.1 ff.) Es stellt sich die Frage, ob neue politische Bewegungen – der politische Gedanke von *PEGIDA* und der *AfD* ist sicherlich nicht neu, aber er ist für die jüngere Vergangenheit untypisch – Gegenöffentlichkeiten hervorbringen oder ob diese Bewegungen durch die mediale Gegenöffentlichkeit gestärkt werden.

„In seiner Anlehnung an das Reeducation-Konzept der Alliierten in der Nachkriegszeit offenbart das Konzept der Gegenöffentlichkeit zudem seinen demokratischen Impetus. So wie die ersten lizenzierten Zeitungen den Kampf gegen nationalsozialistische Einstellungen aufnahmen, so sah die studentische Protestbewegung in ihrem Kampf gegen Springer eine notwendige Voraussetzung für die Reorganisation einer demokratischen Öffentlichkeit.“⁸²

⁷⁸ MÜLLER (2009), S. 14

⁷⁹ MÜLLER (2009), S. 14

⁸⁰ MÜLLER (2009), S. 367 f.

⁸¹ vgl. OY (2001), S. 188

⁸² OY (2001), S. 189

Auf diese Weise begründen auch die alternativen Onlinemedien ihre Tätigkeit. Sie sehen sich im Kampf für Meinungsppluralismus und Demokratie (s. Kapitel 5.2.1 ff.).

Oy teilt Gegenöffentlichkeiten als Medienkritik in drei Idealtypen ein: Gegenöffentlichkeit in Sorge um die Demokratie, authentische Kommunikation als Kritik der Massendemokratie und Interaktivität (verwirklichter Rückkanal).⁸³ Er verweist zudem auf einen weiteren von Kurt Weichler benannten Aspekt: Selbstverwaltung und den Abbau von Hierarchien.⁸⁴

Im ersten Konzept geht es darum, Gruppierungen, die gesellschaftlich ausgeschlossen sind oder scheinen, eine Stimme zu geben. Die Medienmacht, die nicht demokratisch bestimmt wurde, soll dadurch durchbrochen und demokratisiert werden und dies soll sich auf die Politik auswirken. Die zweite Vorstellung, in der es um Authentizität geht, basiert darauf, individuelle Meinungen zu kommunizieren, die im Gegensatz zu den Veröffentlichungen in den Massenmedien als wirklich und unverfälscht verstanden werden. Auch das selbst Erstellen und selbst Aktivwerden spielt hier eine Rolle. Diese Anforderung wurde von den etablierten Medien, besonders im Fernsehen, in einer Vielfältigkeit umgesetzt: Dokumentationen, Talkshows, usw. Das entspricht allerdings nicht dem, was die ursprüngliche Idee hinter dieser Forderung war.⁸⁵

Die dritte Idee, dass Rezipienten mit Produzenten direkt in Kontakt und Austausch stehen, spielt für die heutigen alternativen Medien weniger eine Rolle, da dieser Austausch auch in den etablierten Medien stattfinden kann. Ein Unterschied mag dennoch bestehen, nämlich in der Akzeptanz der Kommentare der Nutzer. So unterscheiden sich Kommentare, die zugelassen werden, in den etablierten von denen in den alternativen Medien. Spiegel Online lässt zu bestimmten Themen keine Kommentierung mehr zu, weil sich zu viele Nutzer nicht an die Netiquette halten und somit die Administrationsaufgabe zu groß wird. In den etablierten Medien sind also andere Ausdrucksweisen oder Meinungen zugelassen als in den alternativen. Solche Einschränkungen gelten aber für beide Richtungen, denn auch bei den alternativen Medien sind nicht alle Meinungen erwünscht (s. Kapitel 5.2.8).

Gottfried Oy ist der Meinung, dass es nicht um die reine Information geht, die von einer Gegenöffentlichkeit vermittelt wird, sondern auch um das damit zusammenhängende Gesellschaftsmodell. „Informationen für sich genommen werden, so kritisch sie auch gemeint sein mögen, unverstanden bleiben, solange sie in keine Erzählung eingebunden sind. In neuen alternativen Öffentlichkeitsmodellen ginge es darum, andere Erzählungen über die Gesell-

⁸³ OY (2001), S. 191 ff.

⁸⁴ OY (2001), S. 232

⁸⁵ vgl. OY (2001), S. 211

schaft zu etablieren.⁸⁶ Oy allerdings bezieht sich in seinen Ausführungen auf eine linke Gegenöffentlichkeit, die er als notwendig ansieht.⁸⁷

Alternative Medien haben sich dadurch ausgezeichnet, dass sie den Anspruch hatten, unabhängig von Kapitalgebern und Anzeigenkunden zu sein. Dadurch waren sie aber abhängiger von den Rezipienten. Eine weitere Unterscheidung war der Herstellungsprozess, so wurde auf eine Hierarchie verzichtet und die Produktion nicht aufgeteilt in verschiedene Gewerke. Die Einseitigkeit der Kommunikation sollte ebenfalls aufgehoben werden: Leser produzieren für Leser. Ein weiterer Punkt, der alternative Medien auszeichnet, ist der Inhalt, der alle Themen, auch diejenigen, die von den etablierten Medien außer Acht gelassen werden, behandelt.⁸⁸

⁸⁶ OY (2001), S. 215

⁸⁷ vgl. OY (2001), S. 214

⁸⁸ vgl. STAMM (1988), S. 144 ff.

5 Nutzerbefragung

5.1 Ziel der Befragung

Ziel der Befragung war es, die Motivation der Mediennutzer zu erfahren, die auf alternative Onlinemedien zugreifen. In den vorherigen Kapiteln wurde auf verschiedene Studien eingegangen, die sich mit dem Mediennutzungsverhalten und dem Vertrauen gegenüber Medien beschäftigen. Allerdings gab es bislang keine Untersuchungen der Nutzergruppe, die sich von den etablierten Medien abgewandt hat und alternativen Medien scheinbar mehr vertraut als den etablierten.

5.2 Ablauf der Befragung und Darstellung der angefragten Medienangebote

Um diese Zielgruppe zu erreichen, wurden die Herausgeber oder Redaktionen verschiedener alternativer Onlinemedien mit der Bitte kontaktiert, den Link zur Befragung für ihre Nutzer zu veröffentlichen. Zehn Anfragen wurden verschickt, eine wurde beantwortet. Vier der Medien haben keinen E-Mail-Kontakt veröffentlicht, die Kontaktaufnahme erfolgte über ein Kontaktformular auf der Seite. Drei der Medien haben keinen Ansprechpartner/ Verantwortlichen namentlich auf der Seite genannt.

Die Medien wurden danach ausgewählt, ob sie schnell über eine Google-Suchanfrage gefunden werden können, ob sie häufig auf anderen alternativen Seiten verlinkt waren sowie danach, ob sie noch aktiv betrieben wurden und kostenfrei nutzbar waren (es z. B. keinen Abo-Zwang gab). Außerdem sollten sie ein gemischtes Bild der alternativen Medien wiedergeben. In den folgenden Kapiteln werden die kontaktierten Medien vorgestellt.

5.2.1 Die freie Welt – Die Internet- & Blogzeitung für die Zivilgesellschaft

Webadresse: <http://www.freiewelt.net>

Impressum: Herausgeber: Sven von Storch
(Zivile Koalition e.V. Zionskirchstr. 3 10119 Berlin)

Kontaktversuch: E-Mail (redaktion@freiewelt.net)

Ältester Artikel: 16.12.2008

Rhythmus der Veröffentlichungen: ca. 10 Artikel pro Tag

Finanzierung: „Die Freiewelt.net ist eine Onlinezeitung, die sich allein aus Spenden finanziert.“⁸⁹

Linkliste zu anderen Medien: Im Footer wird auf verschiedene Medien hingewiesen, darunter auch etablierten Medien wie den öffentlich-rechtlichen Sendern oder die linke Tageszeitung *taz*, aber auch Blogs wie *Achse des Guten* von Hendryk M. Broder.

Kommentarfunktion: Ja. Es ist nicht ersichtlich, ob diese moderiert werden. Es gibt auch keine Informationen zu einer Netiquette.

Themen/Ressorts: Politik, Wirtschaft, Lebenswelt, Interviews, Reportagen, Im Fokus

Gegenöffentlichkeit: Die Seite bezeichnet sich im Header als „Internet- & Blogzeitung für die Zivilgesellschaft“. Außerdem schreibt sie unter ihrer Spenden-Seite: „Mit ihrer Spende unterstützen Sie ein effizientes Team von Redakteuren, Gestaltern, Optimierern, Programmierern und Visionären darin, aktuelle politische Themen zu beleuchten und an die breite Öffentlichkeit zu bringen. Durch die Mobilisierung der Zivilgesellschaft und aussagekräftige Kampagnen wird Druck auf Entscheidungsträger in Politik, Wirtschaft und Medien erzeugt, um Kursänderungen herbeizuführen, Fehlentscheidungen zu revidieren und neue, zukunftsorientierte Wege zu beschreiten.“⁹⁰ Es gibt verschiedene Beiträge zum Thema Mainstream-Medien, in denen diesen vorgeworfen wird, falsch zu berichten oder die Bürger getäuscht zu haben (z. B. „In der Flüchtlingskrise haben die Mainstream-Medien durch einseitige Berichterstattung die Bürger getäuscht“, 28.07.2017). Dem möchte die Seite wohl etwas entgegenzusetzen und „den Meinungsbildungsprozess in den unterschiedlichen Lebensbereichen in Deutschland bestärken“ sowie „dem aktiven Bürger die Möglichkeit geben, sich schnell, 24 Stunden am Tag – morgens, mittags, nachmittags und abends – über das aktuelle Geschehen in Deutschland und der Welt zu informieren. Durch die Auswertung von vielfältigen nati-

⁸⁹ URL: <http://www.freiewelt.net/spenden/> [Stand: 12.08.2017]

⁹⁰ ebd.

onalen wie internationalen Quellen will FreieWelt.net dem Nutzer ein möglichst objektives Bild des Gesamtgeschehens geben.“⁹¹

Der Herausgeber und auch Autor einiger Beiträge, wie des oben genannten, ist Sven von Storch, Ehemann der AfD-Politikerin Beatrix von Storch. Sie taucht auch in verschiedenen Beiträgen mit Videobotschaften auf. Auf den Seiten, bei denen man erwarten würde, dass diese Verbindung und die Nähe zu einer bestimmten Partei deutlich gemacht würde (z. B. Impressum oder die Spenden-Seite) geschieht dies nicht. Die Berichterstattung ist den Forderungen der AfD und ihren Politikern gegenüber positiv ausgelegt und kann deshalb nicht als objektiv bezeichnet werden.

5.2.2 Die Freiheitsliebe (Dein Portal für kritischen Journalismus)

Webadresse: <https://diefreiheitsliebe.de>

Impressum: Daniel Kerekeš, c/o Bürgerinnenbüro Niema Movassat

Movassat ist Mitglied vom *Die Linke* im Bundestag. Daniel Kerekeš ist Bundestagsdirektkandidat 2017 Essen-Nord/Ost für *Die Linke*.

Kontaktversuch: E-Mail (info@diefreiheitsliebe.de)

Ältester Artikel: 12. Dezember 2010. Im Jahr 2010 allerdings nur zwei Artikel, im Jahr 2011 ein Artikel, neun Artikel im Jahr 2012, vier Artikel in 2013, es ist allerdings möglich, dass ältere Beiträge gelöscht wurden.

Rhythmus der Veröffentlichungen: Fast täglich 1-2 Artikel.

Finanzierung: „Die Freiheitsliebe finanziert sich fast ausschließlich durch Spenden. Ehrlich gesagt: Bisher haben wir uns gar nicht finanziert, sondern waren fast ausschließlich ehrenamtlich unterwegs.“⁹² Allerdings findet sich auch Werbung auf der Seite.

Linkliste zu anderen Medien: Ja, linke (bzw. marxistische Angebote).

Kommentarfunktion: Ja. Diese scheinen aber freigeschaltet werden zu müssen.

Themen/Ressorts: Politik, Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur, Freiheitsliebe TV, Balkan21

Gegenöffentlichkeit: Daniel Kerekeš schreibt über sich auf der Redaktionsseite: „Ich möchte den Menschen eine Alternative Informationsquelle bieten, die frei von wirtschaftlichen Einflüssen ist.“⁹³ Auf der Redaktionsseite weist Daniel Kerekeš auch darauf hin, dass er Mitglied

⁹¹ URL: <http://www.freiewelt.net/impressum/> [Stand: 12.08.2017]

⁹² URL: <https://diefreiheitsliebe.de/spenden/> [Stand: 12.08.2017]

⁹³ URL: <https://diefreiheitsliebe.de/ueber-uns/> [Stand: 12.08.2017]

der Partei *Die Linke* ist, allerdings nicht auf seine Kandidatur bei der Bundestagswahl. Die Aufgabe von Journalisten ist ganz klar auch die Kontrolle der Politiker. Wie schon oft festgestellt, heißt das nicht, dass Journalisten keine politische Meinung haben dürfen, jedoch stellt sich die Frage, ab wann ein Journalist noch möglichst objektiv berichten kann und ab wann beispielsweise Daniel Kerekeš mehr Politiker als Journalist ist.⁹⁴

5.2.3 Journal Alternative Medien

Webadresse: <http://www.journalalternativemedien.info>

Impressum: „Journal Alternative Medien ist eine private Initiative. Anstatt den selben Weg zu gehen, wie viele andere private Blogs und zum Selbstschutz und zum Erhalt der Anonymität irgendeine Luftnummer in Südamerika anzugeben, verzichten wir einfach komplett auf ein Impressum.“⁹⁵ Die Seite ist über die Organisation „Domains By Proxy, LLC“ registriert, diese ermöglicht, dass keine persönlichen Daten über die Betreiber veröffentlicht werden.

Kontaktversuch: Kontaktformular

Älteste Veröffentlichung: 01.08.2016

Rhythmus der Veröffentlichungen: zwischen 1 und 5 pro Tag

Finanzierung: Die Seite finanziert sich laut eigener Angabe aus Werbeeinnahmen: „Um dem vorprogrammierten Aufschrei von vornherein entgegenzutreten: Der Betrieb einer Plattform wie dieser kostet nun einmal Geld und etwaige Einnahmen über die eingebaute Werbung wandern direkt in den Erhalt und Betrieb von Journal Alternative Medien.“

Unter den Beiträgen findet sich ebenfalls Werbung. Diese wird von den entsprechenden Redakteuren dort platziert und soll grundsätzlich zunächst einen Mehrwert als Hinweis auf weiterführende Informationen bieten. Weiter eröffnet dies den Redakteuren die Möglichkeit auf einen Ausgleich des mit der redaktionellen Arbeit verbundenen Aufwands und der entsprechend investierten Zeit.

Es steht jedem Leser bekanntlich frei, ob er auf die weiterführenden Links klickt und dann – Gott bewahre! – womöglich auch noch etwas kauft. Keine Sorge, reich wird hier niemand – höchstens unsere Leser, nämlich an Erkenntnissen.“⁹⁶

⁹⁴ dazu: URL: <http://www.akademie-fuer-publizistik.de/index.php?id=105> [Stand: 12.08.2017] oder URL <http://www.zeit.de/1980/12/mit-dem-parteibuch-befangen> [Stand: 12.08.2017]

⁹⁵ URL: <http://www.journalalternativemedien.info/ueber/> [Stand: 23.05.2017]

⁹⁶ ebd.

Linkliste zu anderen Medien: Da die Seite Inhalte verschiedener Quellen sammelt, weist sie auf deren Ursprünge.

Kommentarfunktion: Ja. Kommentare werden moderiert.

Themen/ Ressorts: Weltgeschehen, Politik, Finanzen, Geschichte, Gesundheit, Gesellschaft, Medien, Meinung, Videothek

Gegenöffentlichkeit: Die Seite definiert sich eindeutig als Gegenpart zu den etablierten Medien. Der Titel der Homepage „Ihr Medienportal abseits der Mainstream-Presse“ macht dies deutlich, auch auf der Seite „Über...“ beschreiben sich die Macher selber als „Gegengewicht zu den klassischen Leitmedien“.⁹⁷ Es werden hauptsächlich Inhalte von anderen Seiten übernommen. Die Macher versprechen den Lesern: „Auf diesem Weg ermöglicht Journal Alternative Medien Ihnen einen ausgedehnteren Blick auf das Tagesgeschehen, als Ihnen von den Leitmedien allein angeboten wird.“⁹⁸ Der Header der Seite ist in den Farben Schwarz, Weiß und Rot gestaltet, den Farben des deutschen Kaiserreiches und des Nationalsozialismus. Innerhalb der Themengebiete gibt es weitere Unterteilungen. Unter Geschichte findet sich auch ein Themengebiet „die ‚12 Jahre‘“: Dort sind Berichte in Zusammenhang mit dem 2. Weltkrieg zu finden, aus denen ersichtlich ist, dass die Verfasser die Taten verharmlosen. Beispiel: Ein Artikel mit der Überschrift „Lebenslängliche Haft für 95 jährigen Greis“ (veröffentlicht am 25.04.2017, 21.639 Views, Stand 12.08.2017) in dem die Verurteilung von einem früheren KZ-Wachmann zu einer vierjährigen Haftstrafe dargestellt wird, als sei dieses Urteil zu hart. Auch Kommentare der Leser wie „[...] glauben Sie denn wirklich immer noch, dass der Hohle Claus so stattgefunden hat, wie es uns erzählt wird?“ werden stehengelassen.⁹⁹ Die Farbgebung, Themenauswahl und Formulierungen lassen den Schluss zu, dass die Plattform eine rechtsnationalistische Ausrichtung hat.

Die Seite wurde ausgewählt, weil sie erstens schnell gefunden wird, wenn ein Nutzer das Bedürfnis nach alternativen Medien hat und zweitens, weil sie Artikel verschiedener Plattform sammelt und so einer größeren Leserschaft zugänglich macht. Einige Medien haben wohl ausdrücklich den Wunsch geäußert, nicht dort veröffentlicht zu werden, dazu zählen unter anderem *NEOpresse* (mehr dazu in Kapitel 5.2.6) und das *Contra-Magazin* (mehr dazu in Kapitel 5.2.9).¹⁰⁰ Die Seite hat laut eigener Aussage 324 Newsletter-Abonnenten (Stand: 12.08.2017).

⁹⁷ ebd.

⁹⁸ ebd.

⁹⁹ URL: <http://www.journalalternativemedien.info/geschichte/lebenslaengliche-haft-fuer-95-jaehrigen-greis/> [Stand: 12.08.2017]

¹⁰⁰ vgl. URL: <http://www.journalalternativemedien.info/ueber/> [Stand: 12.08.2017]

5.2.4 Konjunktion

Webadresse: <https://www.konjunktion.info>

Impressum: privates Projekt von Michael Lehner

Kontaktversuch: Kontaktformular

Ältester Artikel: Relaunch 30.11.2016, jedoch gab es die Seite vorher schon.

Rhythmus der Veröffentlichungen: 1 – 2 Artikel täglich

Finanzierung: Es gibt die Möglichkeit, über PayPal zu spenden.¹⁰¹

Linkliste zu anderen Medien: Verweis auf *NEOPresse* (mehr dazu in Kapitel 5.2.6), wo Artikel von Lehner veröffentlicht wurden. Ansonsten Quellennennung unter den Artikeln zu verschiedenen Medien.

Kommentarfunktion: Ja, Kommentare werden moderiert.

Themen/Ressorts: Blitzlicht, Buchtipp, Exklusiv-Artikel bei NeoPresse.com, Fundstück, Gastbeitrag, Kurz eingeworfen, Mainstreammedien, Politik, Seitenrelevantes, Unternehmen, Weltgeschehen, Wirtschaft, Wissenschaft, Zensur, Zitat des Tages

Gegenöffentlichkeit: Die Seite macht im Impressum deutlich, ein privates Projekt zu sein. Unter den Artikeln wird auch darauf hingewiesen: „Ein Artikel bildet zwangsweise die Meinung eines Einzelnen ab. In Zeiten der Propaganda und Gegenpropaganda ist es daher umso wichtiger, sich mit allen Informationen kritisch auseinander zu setzen. Dies gilt auch für die hier aufbereiteten Artikel, die nach besten Wissen und Gewissen verfasst sind. Um die Nachvollziehbarkeit der Informationen zu gewährleisten, werden alle Quellen, die in den Artikeln verwendet werden, am Ende aufgeführt. Es ist jeder eingeladen, diese zu besuchen und sich ein eigenes Bild mit anderen Schlussfolgerungen zu machen.“

Durch diese Aussage entbindet sich der Autor von jeder Objektivität. Es werden die Quellen veröffentlicht, um eine gewisse Transparenz zu kennzeichnen. Allerdings wird der Leser so unter Umständen auch nur auf Seiten verwiesen, die die Meinung von Lehner unterstützen.

Lehner schreibt in verschiedenen Artikel von der „Hochleistungspresse“.¹⁰² Durch diese Äußerung macht er zumindest deutlich, dass er von der etablierten Berichterstattung wenig hält. In verschiedenen Artikel äußert er sich deutlich prorussisch.

¹⁰¹ vgl. URL: <https://www.konjunktion.info/unterstuetzung/> [Stand: 12.08.2017]

Da sie sich mit aktuellem, internationalem politischen Geschehen beschäftigt, wurde die Seite kontaktiert. Viele Artikel haben nach einem Tag schon über 2.000 Aufrufe.

5.2.5 NachDenkSeiten – Die kritische Website

Webadresse: <http://www.nachdenkseiten.de>

Impressum: Albrecht Müller

„Initiative zur Verbesserung der Qualität politischer Meinungsbildung e.V.“

Kontaktversuch: E-Mail (redaktion@nachdenkseiten.de)

Ältester Artikel: 30. November 2003

Rhythmus der Veröffentlichungen: Täglich etwa 1-5 Artikel

Finanzierung: Förderverein und Spenden

Linkliste zu anderen Medien: Verschiedene, u. a. *BILD*blog, eher Wirtschaftsnachrichten oder Gewerkschaftsnahe Internetseiten und Magazine.

Kommentarfunktion: Nein. Leserbriefe werden veröffentlicht. Unklar, ob alle.

Themen/Ressorts: Agenda 2010, Audio-Podcast, Aufbau Gegenöffentlichkeit, Außen- und Sicherheitspolitik, Bildungspolitik, Demokratie, Energiepolitik, Europäische Union, Finanzen und Währung, Hinweise des Tages, Ideologiekritik, Innen- und Gesellschaftspolitik, Interviews, Länderbericht, Lobbyismus und politische Korruption, Medien und Medienanalyse, Meinungsmache, Ökonomie, Parteien und Verbände, Privatisierung, Rezensionen, Services, Sozialstaat, Staatsorgane, Überwachung, Umweltpolitik, Veröffentlichungen der Herausgeber, Wichtige Debatten

Gegenöffentlichkeit: Die Seite ist eine der wahrscheinlich ältesten Nachrichtenseiten, die eine Gegenöffentlichkeit herstellen möchten. Der Herausgeber hat dies auch in seinem Buch *Meinungsmache* (2009) geschrieben, in dem er auch für seine Internetseite wirbt und fordert, dass mehr kritische Öffentlichkeit hergestellt werden soll. Die *NachDenkSeiten* werden aber auch von Medienkritikern dafür kritisiert, dass sie sich so darstellen, als würden sie Themen aufgreifen, die in der etablierten Presse nicht stattfinden, obwohl dies passiert ist.¹⁰²

¹⁰² dazu z. B. URL: <https://www.konjunktion.info/2016/08/ukraine-kriegsvorbereitungen-laufen-auf-hochtouren-hochleistungspreise-bereits-im-kriegsmodus/> [Stand: 12.08.2017] oder auch <https://www.konjunktion.info/2015/07/kurz-eingeworfen-wo-bleibt-der-aufschrei-der-hochleistungspreise/> [Stand: 12.08.2017]

¹⁰³ vgl. NIGGEMEIER, Stefan: Keiner schreibt über die Privatisierung der Autobahnen!

Selber beschreiben die Macher das Ziel der Seite folgendermaßen: „NachDenkSeiten sollen eine gebündelte Informationsquelle für jene Bürgerinnen und Bürger sein, die am Mainstream der öffentlichen Meinungsmacher zweifeln und gegen die gängigen Parolen Einspruch anmelden.“¹⁰⁴ Damit macht sie deutlich, dass sie zur Gegenöffentlichkeit gehört.

NachDenkSeiten positioniert sich kritisch dem Neoliberalismus gegenüber und ist deshalb linkspolitisch einzuordnen. Das spiegelt sich auch an anderen Stellen der Selbstdarstellung wieder: „NachDenkSeiten werben für das friedliche Zusammenleben der Völker und den fairen Ausgleich zwischen armen und reichen Ländern.“

Die Macher möchten „hinter die interessengebundenen Kampagnen der öffentlichen Meinungsbeeinflussung leuchten“.¹⁰⁵ Allerdings beeinflussen sie auch die öffentliche Meinung. Die Seite veröffentlicht Montag bis Freitag mindestens einen *Hinweis des Tages*, der sich aus Einsendungen der Leser zusammensetzt.¹⁰⁶ Dort verweisen sie auf andere Quellen, darunter etablierte Medien (z. B. *Deutschlandfunk* oder *FAZ*) und andere alternative (z. B. *Makroskop*). Damit übernimmt sie die Position eines Gatekeepers für ihre Nutzer.

In verschiedenen Artikeln findet man zudem eine einseitige Berichterstattung. An dieser Stelle zwei Beispiele: Jens Berger schreibt einen Artikel über Lohngerechtigkeit, in dem nur eine Partei erwähnt wird: *Die Linke*. Die Forderungen anderer Parteien werden nicht erwähnt,¹⁰⁷ obwohl auch diese das Thema sogar auf Plakaten des Bundeswahlkampfs 2017 thematisieren. In einem anderen Artikel, in dem genau diese Wahlkampfplakate thematisiert werden, werden von Berger auch nur die Plakate von *Die Linke* positiv bewertet.¹⁰⁸

¹⁰⁴ URL: http://www.nachdenkseiten.de/?page_id=4 [Stand: 12.08.2017]

¹⁰⁵ http://www.nachdenkseiten.de/?page_id=4 [Stand: 12.08.2017]

¹⁰⁶ vgl. <http://www.nachdenkseiten.de/?p=31186> [Stand: 12.08.2017]

¹⁰⁷ vgl. BERGER, Jens: Was ist ein gerechter Lohn? (12.08.2017), URL: <http://www.nachdenkseiten.de/?p=39576> [Stand: 12.08.2017]

¹⁰⁸ vgl. BERGER, Jens: Zukunft ist gut für alle ... die paradoxe Parallelwelt der Wahlplakate (10.08.2017), URL: <http://www.nachdenkseiten.de/?p=39566> [Stand: 12.08.2017]

Verschiedene Politiker und andere Personen des öffentlichen Lebens (z. B. Konstantin Wecker), aber auch Journalisten loben zum 10-jährigen Bestehen der Seite, die Arbeit der Autoren.¹⁰⁹ Die Seite ist auch über die Internetgemeinde, die sich auf alternativen Plattformen informiert, hinaus bekannt.

Die *NachDenkSeiten* haben den Link zur Umfrage veröffentlicht, mehr dazu in Kapitel 5.3.

5.2.6 NEOPresse

Webadresse: <http://www.neopresse.com>

Impressum: verantwortlich ist Stefan Hofbauer (Sitz in Österreich)

Kontaktversuch: Kontaktformular

Ältester Artikel: 01.01.2012

Rhythmus der Veröffentlichungen: Zwischen Montag und Donnerstag etwa 3 Artikel

Finanzierung: Werbung und Unterstützung der Leser, Abonnenten sehen die Seite werbefrei.¹¹⁰

Linkliste zu anderen Medien: Es wird zu den Seiten der Blogger verlinkt, die hier veröffentlichen.

Kommentarfunktion: Ja, diese werden moderiert.

Themen/Ressorts: Politik, Europa, Wirtschaft, Finanzsystem, Gesellschaft (in der Menüleiste oben), ansonsten noch folgende Rubriken: Cartoons, Essen & Trinken, Europa, Finanzsystem, Gesellschaft, Medien, Musik & Film, Politik, Reisen, Satire, Sport, Technik, Umwelt, Unkategorisiert, Wirtschaft, Wissenschaft

Gegenöffentlichkeit: Die Seite beschreibt in ihrer Blattlinie, dass sie sich nicht auf Agenturmeldungen stützt, um „eine Beeinflussung sowie eine eventuelle Unausgewogenheit bei den thematischen Schwerpunkten“ zu vermeiden.¹¹¹ Aufgrund ihrer Beschreibung ist sie politisch als liberal einzuordnen („freies, offenes und unzensiertes Internet“, „Recht auf Individualismus für alle Menschen“ usw.). Der Punkt „Ein gerechtes Geld- und Wirtschaftssystem welches den größtmöglichen Gemeinnutzen stiftet.“ lässt auf ein linksliberales Medium schließen. Da eine Vielzahl an Autoren veröffentlicht, ist die Ausrichtung aber unter Umständen auch abhängig vom jeweiligen Autor. Medienkritik gegenüber den etablierten Medien ist

¹⁰⁹ vgl. URL: <http://www.nachdenkseiten.de/?p=19432#more-19432> [Stand: 12.08.2017]

¹¹⁰ vgl. URL: <http://www.neopresse.com/about/> [Stand: 12.08.2017]

¹¹¹ URL: <http://www.neopresse.com/impressum/> [Stand: 12.08.2017]

an verschiedenen Stellen zu finden, was nicht verwunderlich ist, sind hier doch Autoren verschiedener alternativer Medien versammelt. Es veröffentlichen neben Michael Lehner (s. Kapitel 5.2.4) unter anderem auch *Die Freiheitsliebe* (s. Kapitel 5.2.2) und Marco Maier (s. Kapitel 5.2.9). Insgesamt veröffentlichen laut eigener Angaben über 420 Blogger über die Seite.

Autoren werden mit der Beteiligung an den Werbeeinnahmen gelockt, wobei die Artikel auch woanders erscheinen dürfen. Die Kennzeichnung der Anzeigen ist allerdings kaum sichtbar (s. Abbildung 3).



Kommentar: Wenn Akademiker zu Verschwörungstheoretikern werden – Die strikte Überwachung

Jürgen Frankenberger in Gesellschaft | 29. Juni 2017

Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel am 14.08.2013 bei einer CDU Wahlka...

ANZEIGE

Schicksalsdatum 26ter: So will Schäuble Ihr Gold beschlagnahmen

WARNUNG: Die EU-Regierung hat klammheimlich eine neues „Gold-Gesetz“ verabschiedet... Als Besitzer von Gold, Silber und Platin stehen Sie ab dem 26. auf einer Stufe mit Terroristen und dem organisierten Verbrechen. Bitte nehmen Sie diese WARNUNG ernst!

Klicken Sie jetzt einfach [HIER](#) und erfahren Sie, wie es wirklich um Ihr Gold steht!

Die Welt sei für manche Bürger scheinbar aus den Angeln geraten, meinte die Kanzlerin und sorgte sich um die Mentalität ihrer Bürger, die Anlass zur Sorge gebe.

Gemeint hat sie sicher nicht das Prekariat, das so zufrieden und ruhig ist, wie lange nicht. Das sieht man auch daran, dass sich das Prekariat bereitwillig impfen lässt. Da ist das Bildungsbürgertum schon kritischer quasi „impfmüde“.

Abbildung 3: Screenshot NEOPresse vom 13.08.2017 (URL: <http://www.neopresse.com/gesellschaft/kommentar-wenn-akademiker-zu-verschwörungstheoretikern-werden-die-strikte-ueberwachung/>)

5.2.7 PI-NEWS (Politically Incorrect)

Webadresse: <https://www.pi-news.net>

Impressum: Es ist kein Impressum zu finden, vermutlich ist keines vorhanden.

Kontaktversuch: Kontaktformular

Ältester Artikel: 05.01.2006, allerdings sind aus der Zeit nur wenige Artikel zu finden.

Rhythmus der Veröffentlichungen: ca. 10 Beiträge täglich

Finanzierung: Werbung und Spenden über PayPal.

Linkliste zu anderen Medien: In den Artikeln werden die Quellen verlinkt.

Kommentarfunktion: Ja.

Themen/Ressorts: Videothek, Wahl 2017, Einwanderung, Kriminalität, Islam, Linke, Medien, Aktivismus (jeweils mit Untertiteln). Beispiel Medien: Fake News, Lügenpresse, Meinungsfreiheit.

Gegenöffentlichkeit: Die Seite beschreibt sich im Footer unter anderem mit „News gegen den Mainstream“. Außerdem bekennt sie sich an gleicher Stelle zu Amerika, Israel, Grundgesetz und Menschenrecht sowie „Gegen die Islamisierung Europas“. Es gibt eine Reihe mit dem Titel „Warum ich die AfD wähle!“.¹¹² Viele Artikel enthalten fremdenfeindliche Ausdrücke wie beispielsweise: „Dank des Asylanten-Tsunamis von vorwiegend jungen Männern im Alter von 18-35 Jahren gibt es in Deutschland im Jahr 2017 20 Prozent mehr Männer als Frauen. Abgeschoben werden Merkels Ficki-Ficki-Fachkräfte übrigens so gut wie nie.“¹¹³ Die Artikel in dem Themenbereich Kriminalität behandeln fast ausschließlich Straftaten von Menschen mit vermeintlich nicht deutschem und oftmals muslimischen Hintergrund. Somit wird ein verzerrtes Bild erzeugt, dass nur Menschen mit diesen Merkmalen Straftaten begehen würden. Die Seite ist mindestens rechtspopulistisch einzuordnen. Sie hat auf Facebook 1.254 Follower (Stand: 13.08.2017), viele Artikel haben schon nach einem Tag über 100 Kommentare.

¹¹² s. Z. B. URL: <http://www.pi-news.net/warum-ich-die-afd-waehle-13/> [Stand: 12.08.2017]

¹¹³ URL: <http://www.pi-news.net/niederoesterreich-40-jaehrige-in-wald-gelockt-und-vergewaltigt/> [Stand: 12.08.2017]

5.2.8 Politikstube

Webadresse: <https://politikstube.com>

Impressum: keine Angabe

Kontaktversuch: E-Mail (kontakt@politikstube.com)

Ältester Artikel: 09.03.2016

Rhythmus der Veröffentlichungen: Etwa 8 – 14 Artikel pro Tag

Finanzierung: Anzeigen

Linkliste zu anderen Medien: Nein, allerdings werden Quellen für die Beiträge genannt.

Kommentarfunktion: Ja, bis zu zwei Tagen nach Veröffentlichung des Artikels können Kommentare abgegeben werden. Die Kommentare werden moderiert.¹¹⁴ Nicht erlaubt sind beispielsweise „Kommentare von Systemschreibern bzw. Trolle“, d. h. inhaltlich unerwünschte Kommentare werden wahrscheinlich gelöscht.

Themen/Ressorts: Multikulti, Nachrichten, Panorama, Politik, Soziales, Wirtschaft mit Unterthemen (z. B. AfD bei Politik).

Gegenöffentlichkeit: Ähnlich wie *PI-NEWS* (s. Kapitel 5.2.7) positioniert sich die Seite mit ihren Artikeln eindeutig fremdenfeindlich. Im Themenbereich Multikulti werden Straftaten von Menschen mit vermeintlich nicht deutschem Hintergrund veröffentlicht. Es gibt eine eigene Rubrik für die *AfD*, wo die Partei ausschließlich positiv dargestellt wird. Auch hier ist die politische Richtung eindeutig erkennbar: Es handelt sich um eine mindestens rechtspopulistische Seite.

¹¹⁴ vgl. URL: <https://politikstube.com/kommentarregeln/> [Stand: 12.08.2017]

5.2.9 Contra Magazin

Webadresse: <https://www.contra-magazin.com>

Impressum: Der Medieninhaber hat seinen Sitz auf den Seychellen. Die Redaktionsadresse ist auf den Philippinen. Herausgeber ist Michael Steiner, Marco Maier ist Chefredakteur. Das Profilbild von Michael Steiner ist auch auf einer Seite von dem Hobbyfotografen Jan Bittger zu finden.¹¹⁵

Kontaktversuch: E-Mail (m.maier@contra-magazin.com)

Ältester Artikel: 25.10.2013

Rhythmus der Veröffentlichungen: ca. 10 Artikel pro Tag

Finanzierung: Spenden, Verkauf von e-Papern und e-Books sowie Werbung.

Linkliste zu anderen Medien: „Befreundete Portale“ und „Kooperationspartner“ werden im Footer verlinkt. Zu ersten zählen unter anderem *NEOPresse* (s. Kapitel 5.2.6) und *Extrem News* (s. Kapitel 5.2.10). In der zweiten Kategorie findet man unter anderem *RT Deutsch*.

Kommentarfunktion: Ja, außerdem werden Leserbriefe veröffentlicht.

Themen/Ressorts: Contra-Spezial, Politik, Wirtschaft & Finanzen, Gesellschaft, Wissen & Technik, Kunst & Kultur, Medien, Meinung

Gegenöffentlichkeit: Die Seite berichtet zum Teil einseitig positiv über die *AfD*, beispielsweise: „Das Thema Migrationskrise bewegt nach wie vor die Menschen. Doch die Politik hat diesbezüglich faktisch einen Schweigepakt geschlossen – bis auf die *AfD* thematisiert dies nämlich kaum jemand.“¹¹⁶ Außerdem finden sich mehrere Artikel, in denen die angebliche Islamisierung Europas kritisch beschreiben wird.¹¹⁷ Insofern ist es interessant, dass Marco Maier ebenfalls bei dem als eher linksliberal eingeschätzten Medium *NEOPresse* als Autor tätig ist. Stefan Winterbauer beschreibt die Seite in einem Artikel: „Contra bietet den üblichen Mix aus rechtspopulistischen Verdrehungen internationaler Nachrichten mit besonderem Augenmerk auf die aktuelle Flüchtlingskrise.“¹¹⁸

Contra Magazin hat 27.557 Follower bei Facebook (Stand: 13.08.2017).

¹¹⁵ s. URL: <https://www.jb-fotoworks-hagen.de/kuestler/> [Stand: 13.08.2017]

¹¹⁶ URL: <https://www.contra-magazin.com/2017/07/bundestagswahlkampf-der-schweigepakt-der-etablierten/> [Stand:12.08.2017]

¹¹⁷ s. z. B. URL: <https://www.contra-magazin.com/2017/08/frankreich-kirchen-verschwinden-moscheen-kommen/> oder auch <https://www.contra-magazin.com/2016/12/weihnacht-mit-gaesten-toleranz-bis-zum-abwinken/>

¹¹⁸ WINTERBAUER, Stefan: Kopp, Sputnik, Epoch Times & Co: Nachrichten aus einem rechten Paralleluniversum (18.03.2016)

5.2.10 Extrem News – Die etwas anderen Nachrichten

Webadresse: <http://www.extremnews.com>

Impressum: Stiftung Neue Perspektive Medien mit Sitz in London

Kontaktversuch: E-Mail (snpm@extremnews.com)

Ältester Artikel: 04.01.2004

Rhythmus der Veröffentlichungen: rund 40 Artikel pro Tag

Finanzierung: Werbung und Spenden¹¹⁹

Linkliste zu anderen Medien: verschiedene alternative und etablierte Medien, darunter *Telepolis*, *Junge Welt* und *Propagandaschau*

Kommentarfunktion: Nein.

Themen/Ressorts: Nachrichten, Berichte, Meinungen/Kommentare, Ratgeber, Erotik, Tipps & Tricks, Lifestyle jeweils mit Unterkategorien

Gegenöffentlichkeit: Die Seite schreibt über sich selber: „Die Redaktion setzt sich aus freiberuflichen Journalisten zusammen, die sich als Ziel gesetzt haben, mit einer alternativen und vollkommen unabhängigen Nachrichtenseite zur Medienvielfalt beizutragen: Es geht uns dabei um den echten und wahren Journalismus [sic!], der heutzutage leider in vielen Redaktionen anderen Interessen weichen mußte [sic!].“ Der Anspruch auf „echten“ und „wahren“ Journalismus ist typisch für alternative Medien (s. Kapitel 4). Viele der Artikel stammen aus anderen Quellen wie z. B. *Sputnik* oder *dts Nachrichtenagentur*. Das widerspricht dem seiteneigenen Ziel, „echten“ und „wahren“ Journalismus zu betreiben, denn die Übernahme von fremden Inhalten ist kaum als Journalismus zu bezeichnen. Aufgrund der Quellen ist eine prorussische Ausrichtung zu vermuten, allerdings ist ansonsten keine Linie zu erkennen, wonach Themen ausgewählt werden.

¹¹⁹ vgl. URL: <https://www.extremnews.com/in-eigener-sache/unterstuetzung/> [Stand: 12.08.2017]

5.3 Veröffentlichung der Nutzerbefragung

Veröffentlicht wurde der Link (LINK1¹²⁰) am 25. Juli 2017 auf der Seite *NachDenkSeiten*.¹²¹

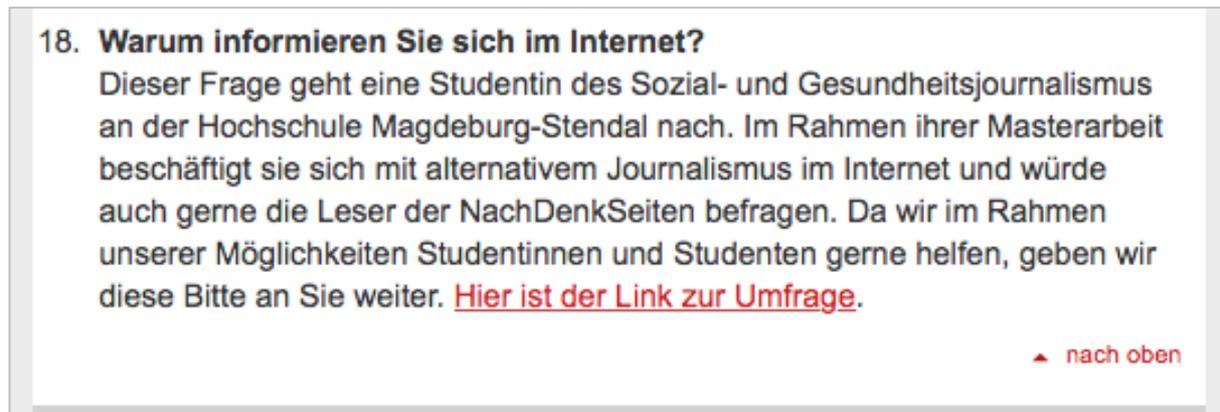


Abbildung 4: Screenshot der Veröffentlichung auf den NachDenkSeiten

Ein weiterer Link (LINK2¹²²) wurde zusätzlich in sozialen Netzwerken geteilt, um eine Kontrollgruppe zu erreichen. Aufgrund der unterschiedlichen Teilnehmeranzahl, sind diese Gruppen aber nicht zum Vergleich geeignet: LINK1 erreichte bis zum 29. Juli 2017 3.080 Teilnehmer, LINK2 nur 26.

Die Umfrage war bei beiden Links identisch. Es gab zwei Gründe, die für ein solches Vorgehen sprachen. Erstens wäre eine Vergleichbarkeit zwischen Nutzern, die sich auf alternativen Nachrichtenseiten bewegen und solchen, die dies zumindest nicht offensichtlich tun, interessant. Zweitens war nicht abzusehen, inwieweit die Umfrage manipuliert wird, wenn sie bei den Betreibern der Seiten auf Abwehr stößt.

Aufgrund der niedrigen Teilnehmerzahl der Vergleichsgruppe wird diese nicht zum Vergleich herangezogen, da sie nicht den Anspruch einer repräsentativen Umfrage erfüllt.

5.4 Fragebogen

Der Fragebogen beinhaltet verschiedene Frageformen, den Großteil machen dabei Multiple-Choice-Frage aus. Dabei bestand häufig auch die Möglichkeit, einen eigenen Text zu formulieren (Freifeld), damit auch Aussagen getätigt werden können, die nicht in den Antworten enthalten waren. Diese Möglichkeit wurde auch von den Teilnehmern genutzt.

¹²⁰ URL: <https://www.umfrageonline.com/s/altNachrE>

¹²¹ URL: <http://www.nachdenkseiten.de/?p=39331> [Stand:08.08.2017]

¹²² URL: <https://www.umfrageonline.com/s/altNachrI>

Im ersten Teil wurden die Teilnehmer gefragt, welche Medien sie nutzen und inwieweit sie Medien vertrauen. Sie wurden gefragt, welche Erwartungen sie an Medien haben und was sie kritisieren.

Der zweite Teil des Fragebogens bezog sich auf alternative Nachrichten. Deshalb wurde den Teilnehmern eine grobe Definition angeboten, die auch schon weiter oben angeführt wurde:

„Zu den etablierten Medien werden hier alle Medien gezählt, die schon länger in der Medienlandschaft verankert sind. Alternative Medien ergänzen dieses Angebot und positionieren sich mit Themen oder Meinungen, die in den etablierten selten oder gar nicht stattfinden.“

Die Definition benennt ausdrücklich nicht namentlich, welche Medien darunter zu fassen sind, um auch herausfinden zu können, welche Medien die Nutzer als alternativ einstufen würden und ob sie sich bewusst für alternative Medien entscheiden oder eher zufällig. Die Teilnehmer sollten nun die Kriterien nennen, nach denen sie ihre Nachrichtenquellen auswählen. Außerdem wurden sie gefragt, wie häufig sie sich über alternative Medien informieren. Je nach Antwort wurden sie nun weitergeleitet. Haben sie angegeben, keine alternativen Medien zu nutzen, wurden sie gefragt, ob sie welche kennen. Haben sie angegeben, alternative Medien zu nutzen, so wurden sie nach den Namen gefragt, warum sie diese nutzen und ob dies Einfluss auf ihre politische Meinung hat. Außerdem sollten sie angeben, wie sie auf diese Medien aufmerksam geworden sind.

Im letzten Teil wurden die Teilnehmer gebeten, Angaben zu ihren soziodemographischen Merkmalen zu machen (Alter, Wohnort, Bildung, politisches Interesse und politische Einstellung).

Am Ende gab es noch die Möglichkeit, in einem freien Kommentarfeld etwas mitzuteilen, was den Befragten wichtig ist und nicht abgefragt wurde. Wie auch schon bei den anderen Freifeldern beobachtet, wurde dies vielfach genutzt.

Der gesamte Fragebogen ist im Anhang nachzulesen.

5.5 Teilnehmer

Da die Teilnehmer der Umfrage nur von einer bestimmten Internetseite kommen, ist anzunehmen, dass die Gruppe sehr homogen ist. Inwieweit dies der Fall ist, wird im Folgenden aufgezeigt. Die Ergebnisse der Befragung lassen allerdings keine sicheren Rückschlüsse zu den Nutzern anderer alternativer Internetseiten zu, die einen ganz anderen soziodemographischen Hintergrund, ein anderes Nutzungsverhalten und andere Meinungen aufweisen

könnten. Trotzdem lässt die Befragung erkennen, warum Nutzer auf alternative Medien zurückgreifen und wie sie die Medienlandschaft wahrnehmen.

Von 3.080 Teilnehmer haben 2.507 Teilnehmer die Umfrage beendet. In der Auswertung werden nur diejenigen beachtet, die die Umfrage komplett durchlaufen haben.

5.6 Soziodemographische Merkmale der Teilnehmer

5.6.1 Alter

Das durchschnittliche Alter der Teilnehmer ist 53,64 Jahre, wobei folgende Werte als unwahrscheinlich angenommen werden: 0 (drei Mal), 2, 5, 100, 109, 120, 185, 200 und 1959. Werden diese bereinigt, ist der/die jüngste Teilnehmer/in somit 16, der/die älteste 95 Jahre alt, dadurch ergibt sich ein Durchschnitt von 52,76 Jahre. Damit ist die Leserschaft der Seite etwa zehn Jahre älter als der Bundesdurchschnitt, der 2015 bei 42,8 Jahren (Männer) bzw. 45,6 Jahren (Frauen lag).¹²³ Die unwahrscheinlichen Werte werden in der folgenden Aufschlüsselung für die Altersstruktur nicht beachtet.

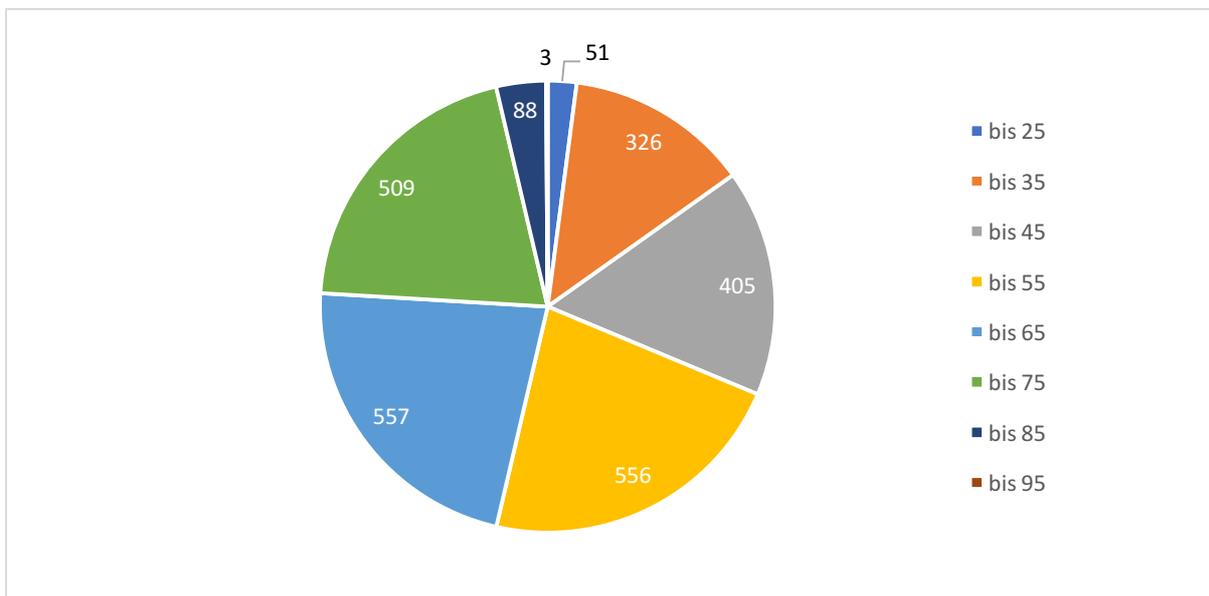


Abbildung 5: Altersstruktur der Nutzer (eigene Befragung)

Die drei größten Gruppen sind demnach Leser/innen zwischen 46 und 55 Jahren, 56 und 65 Jahren sowie zwischen 66 und 75 Jahren.

¹²³ bib-demografie.de: Durchschnittsalter der Bevölkerung (o. J.)

5.6.2 Geschlecht

Ein Großteil der Teilnehmer ist männlichen Geschlechts. Entweder trifft dies auch auf die Leserschaft der Seite zu oder aber die männlichen Leser sind eher bereit, an einer Umfrage teilzunehmen.

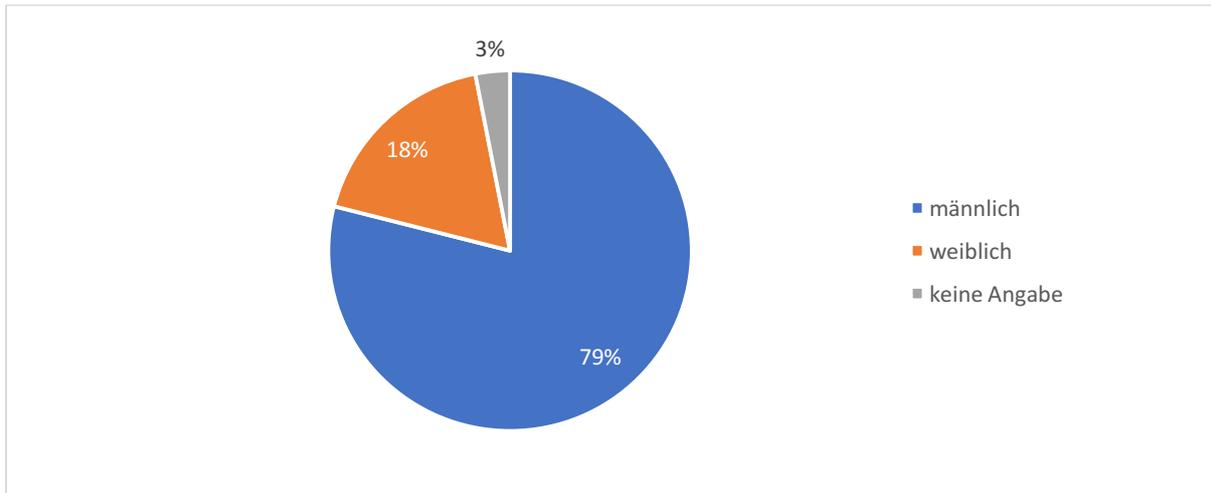


Abbildung 6: Geschlechterstruktur der Nutzer (eigene Befragung)

5.6.3 Wohnort

Schaut man sich an, woher die Nutzer der Seite kommen, stellt man fest, dass die meisten Umfrageteilnehmer aus den alten Bundesländern kommen. Das ist insofern bemerkenswert, als dass laut anderer Studien in den neuen Bundesländern mehr Menschen leben, die den Medien misstrauen, wohingegen die Bewohner der alten Bundesländer den Medien eher vertrauen. Es war deshalb anzunehmen, dass unter den Nutzern einer alternativen Nachrichtenseite mehr Bewohner der neuen Bundesländer zu finden sind. Wie bei allen Ergebnissen kann es natürlich sein, dass die Bewohner der neuen Bundesländer nicht bereit waren, an der Umfrage teilzunehmen, weil sie generell misstrauischer sind, ihre Daten (wenn auch anonymisiert) zu veröffentlichen.

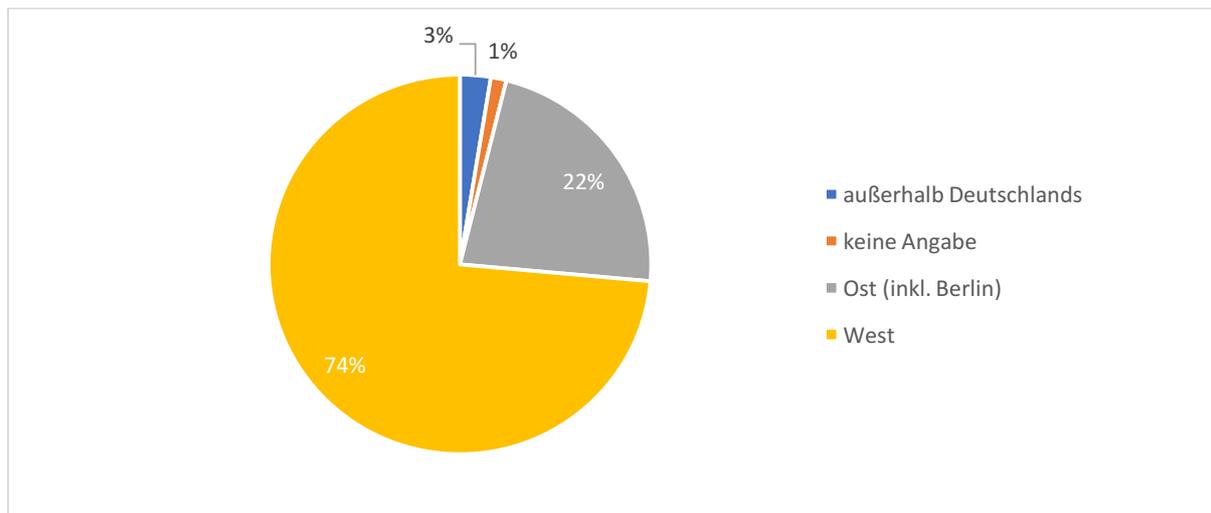


Abbildung 7: Wohnorte Ost-West der Nutzer (eigene Befragung)

Eine genauere Aufschlüsselung ist in der folgenden Tabelle zu sehen.

Bundesland	Anzahl	Einwohnerzahl (2015) ¹²⁴	Indexwert ¹²⁵
Baden-Württemberg	269	10.879.618	2,47
Bayern	339	12.843.514	2,64
Berlin	199	3.520.031	5,65
Brandenburg	71	2.484.826	2,86
Bremen	25	671.489	3,72
Hamburg	75	1.787.408	4,20
Hessen	191	6.176.172	3,09
Mecklenburg-Vorpommern	50	1.612.362	3,10
Niedersachsen	201	7.926.599	2,54
Nordrhein-Westfalen	516	17.865.516	2,89
Rheinland-Pfalz	117	4.052.803	2,89
Saarland	31	995.597	3,11
Sachsen	129	4.084.851	3,16
Sachsen-Anhalt	57	2.245.470	2,54
Schleswig-Holstein	80	2.858.714	2,80
Thüringen	58	2.170.714	2,67
außerhalb Deutschlands	65	–	–
keine Angabe	33	–	–

Tabelle 4: Wohnorte der Nutzer nach Bundesländern (eigene Befragung)

¹²⁴ destatis.de: Bundesländer mit Hauptstädten nach Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte am 31.12.2015, im Juli 2017 wegen korrigierter Fläche revidiert (31.12.2016)

¹²⁵ Indexwert = $\frac{\text{Anzahl Teilnehmer}}{\text{Einwohnerzahl (2015)}} \times 100.000$

5.6.4 Bildung

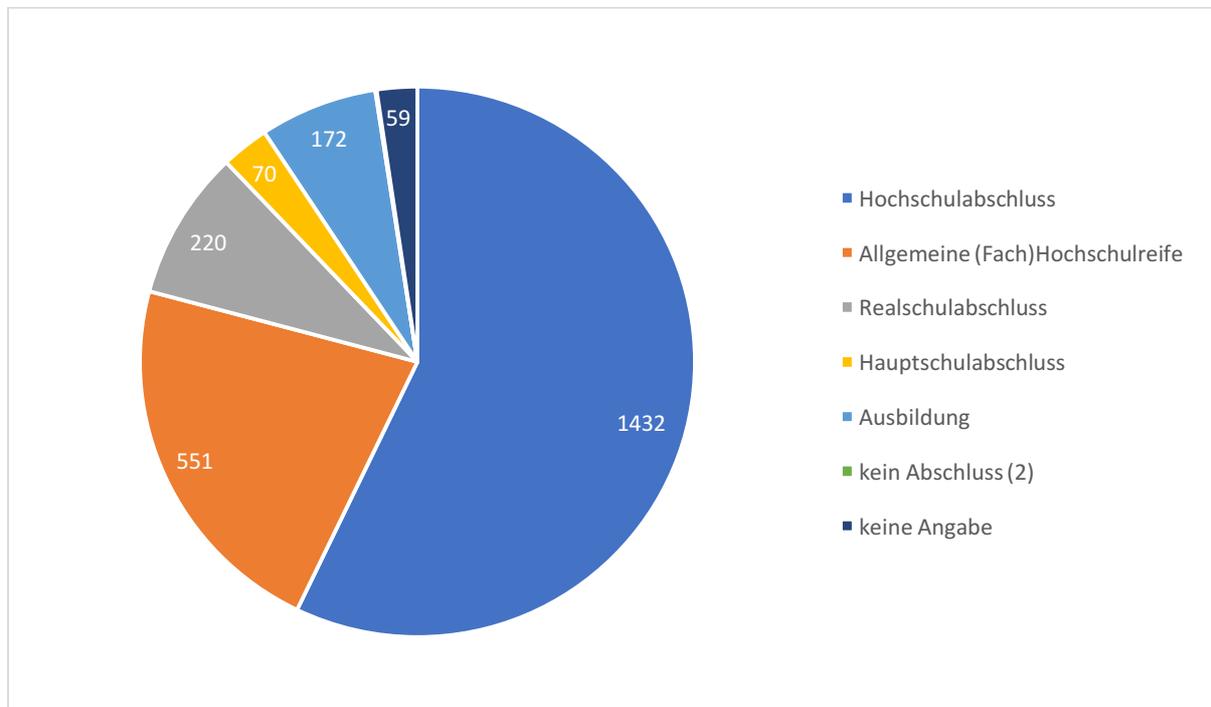


Abbildung 8: Bildung der Nutzer (eigene Befragung)

Die Teilnehmer haben einen hohen Bildungsgrad, 79 Prozent haben die Allgemeine (Fach)Hochschulreife oder einen Hochschulabschluss als höchsten Bildungsabschluss angegeben. Damit liegen sie weit über dem deutschen Durchschnitt: 27,3 Prozent haben die Allgemeine (Fach)Hochschulreife erreicht, 14,1 Prozent einen Hochschulabschluss.¹²⁶

5.6.5 Politische Einordnung und Parteienpräferenz

Politisch würde sich ein Großteil der Teilnehmer als links oder eher links einordnen. Deshalb verwundert es auch nicht, wenn die meisten der Teilnehmer angaben, sie würden *Die Linke* wählen. Allerdings gab es 29 Personen, die im letzten Kommentarfeld darauf hingewiesen haben, dass sie ihre politische Meinung nicht in links/rechts einordnen würde.

¹²⁶ vgl. Statistisches Bundesamt: Statistisches Jahrbuch 2013. In URL: <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61656/bildungsstand> [Stand: 04.08.2017]

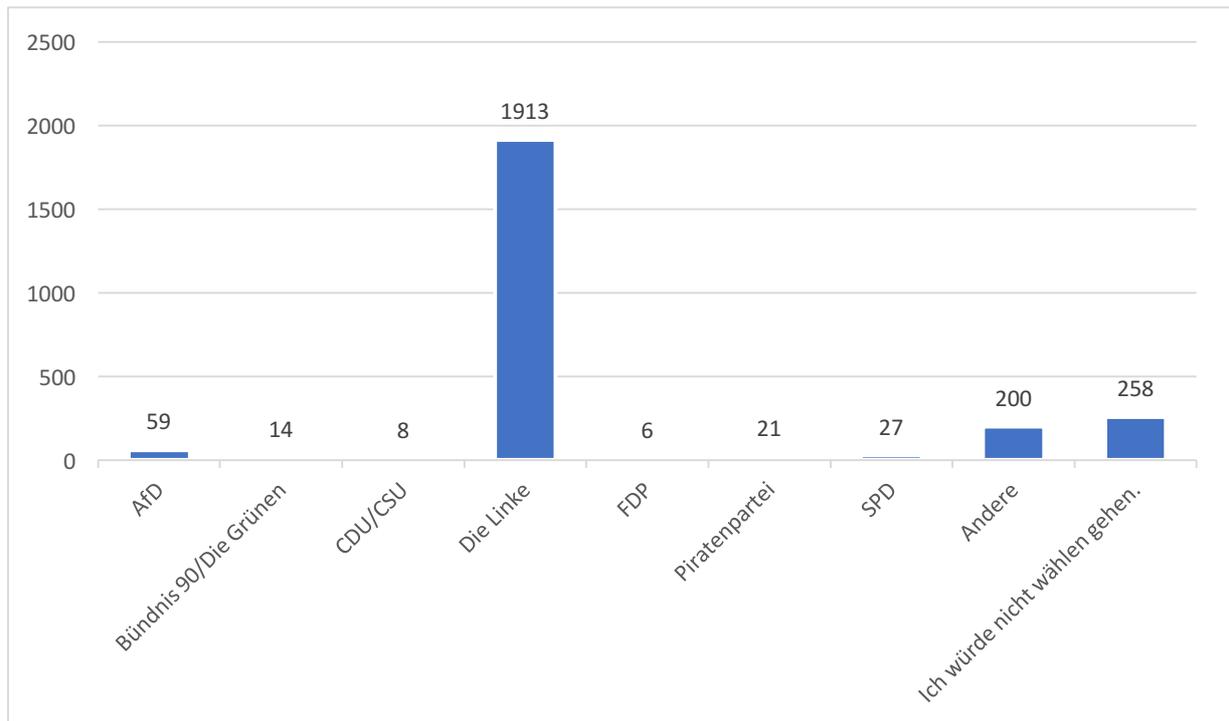


Abbildung 9: Parteipräferenzen der Nutzer (eigene Befragung)

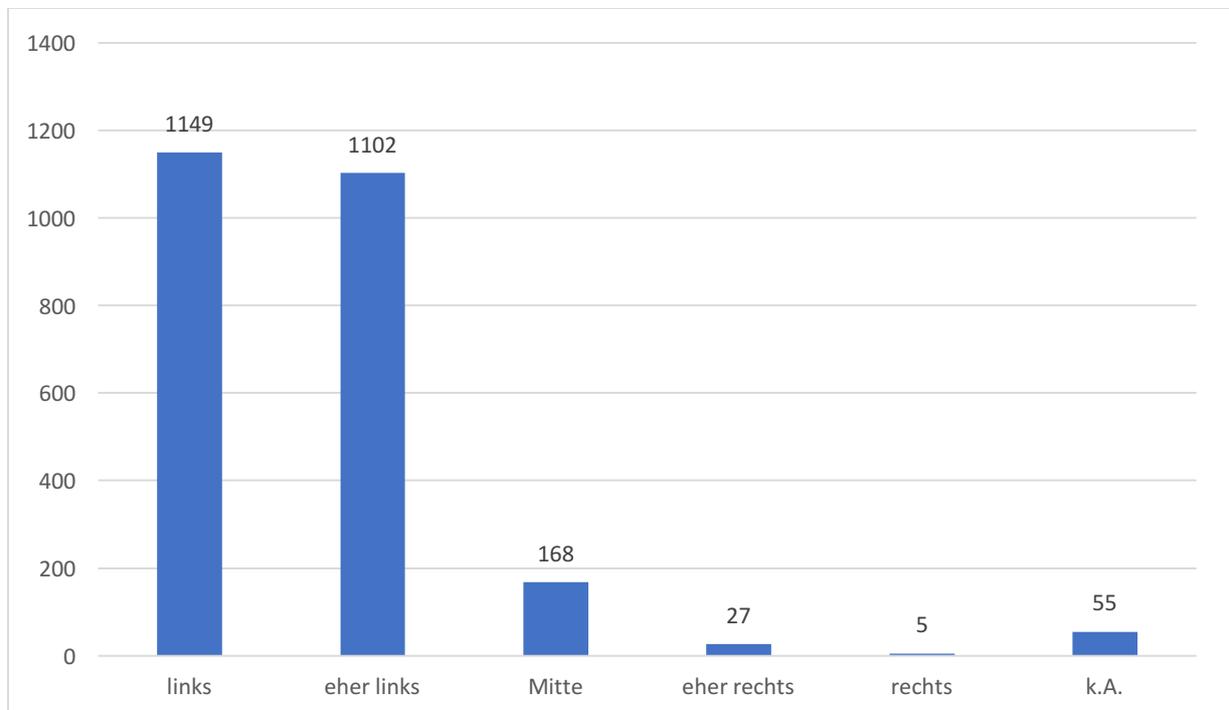


Abbildung 10: Positionierung der Nutzer im politischen Spektrum (eigene Befragung)

5.6.6 Fazit Soziodemographische Daten der Umfrageteilnehmer

Die Homogenität der Gruppe bestätigt sich in der Altersstruktur, der Bildung und der politischen Meinung. Der durchschnittliche Nutzer ist ein Mann in den 50ern mit sehr hohem Bildungsgrad, linkspolitischer Meinung. Er wird bei der nächsten Wahl *Die Linke* wählen und wohnt in einem der alten Bundesländer.

5.7 Mediennutzung

Die Umfrageteilnehmer wurden gebeten, die Medien namentlich zu nennen, die sie nutzen, „um sich über aktuelle politische Fragen zu informieren“. Diese Frage wurde von 2.430 Teilnehmern beantwortet. Da der Link zur Umfrage über die *NachDenkSeiten* veröffentlicht wurde, haben auch 2219 Teilnehmer diese Seite genannt. Weitere Medien, die von mindestens fünf Prozent der Nutzer (125 Personen) genannt wurden sind in der folgenden Abbildung zu sehen.

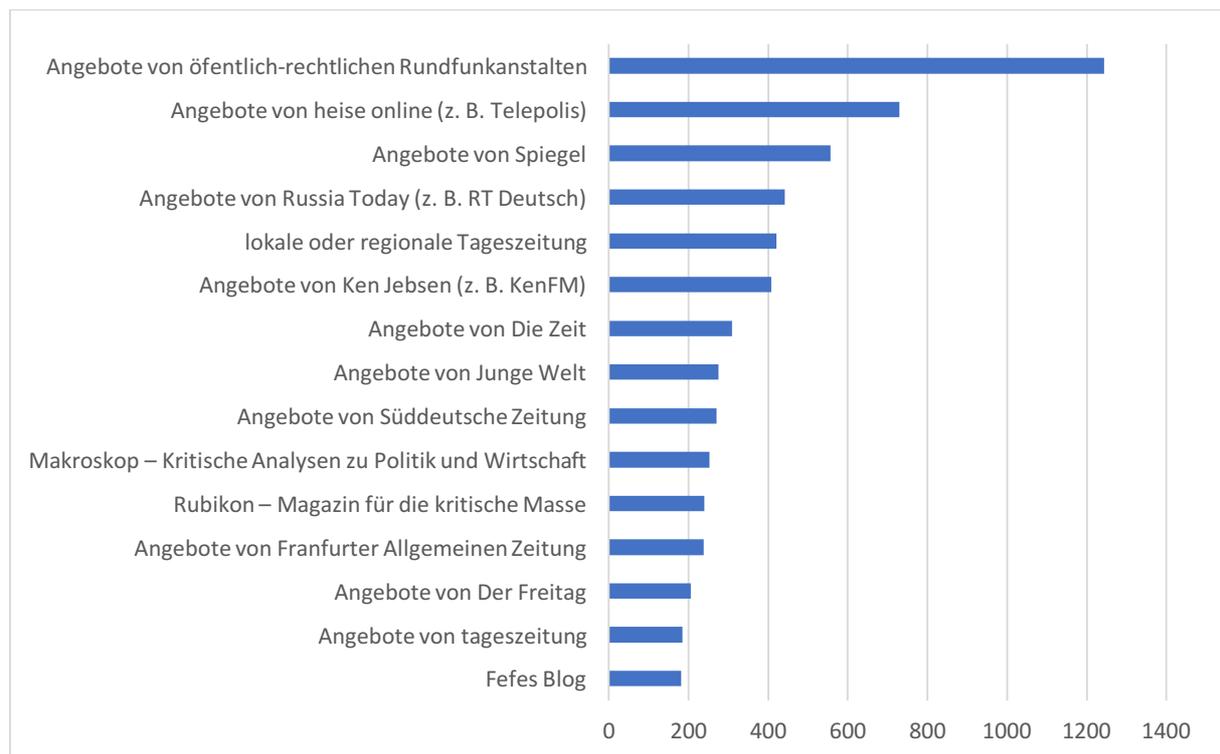


Abbildung 11: Mediennutzung (eigene Befragung)

Angebote des gleichen Mediums wurden unabhängig von ihrer Verbreitungsart zusammengezählt. Beispiel: Wurde *heute.de* als Informationsmedium genannt, so wurde dies den öffentlich-rechtlichen Angeboten zugeordnet. Diese Kategorie beinhaltet das gesamte deutschsprachige öffentlich-rechtliche Angebot, so auch Angebote des *ORF*.

Zum Teil haben die Nutzer ihr eigenes Verhalten kommentiert, um deutlich zu machen, dass sie die Medien nicht aus Überzeugung nutzen.

„ARD,ZDF,Phönix um zu wissen was ich denken soll.“

„Stern, Spiegel und Co nur um up to date zu bleiben,
wohin das Propagandaschiff fährt“

Von den 1.248 Nutzern, die Angebote des öffentlichen-rechtlichen Rundfunks nutzen, wiesen 102 Teilnehmer explizit darauf hin, dort die Kabarett-Sendung *Die Anstalt* zu sehen, teilweise mit Ablehnung des restlichen Programms der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten.

Viele der Umfrageteilnehmer nutzen Onlineangebote, die nicht nur selber keine Nachrichten produzieren – oder auch gar keine eigenen Nachrichteninhalte, sondern zu anderen Nachrichteninhalten verlinken. Die *NachDenkSeiten* nur als „Sprungbrett“ zu nutzen und den Link des *Hinweis des Tages* zu nutzen, um darüber auf andere Informationsquellen zu gelangen, nannten beispielsweise 57 Personen. Durch die Informationsmenge, die im Internet vorhanden ist, wird es für Nutzer immer schwieriger zu unterscheiden, welche Informationen richtig und relevant sind.¹²⁷ Diese Auswahl überlassen die Umfrageteilnehmer zum Teil Seitenbetreibern, denen sie anscheinend diese Aufgabe zutrauen. Damit übernehmen diese Anbieter die Funktion eines Gate-Keepers. Allerdings suchen sie nicht unbedingt verschiedene Informationen zu einem Thema, wie das klassischerweise bei der Recherche der Journalisten der Fall ist, sondern kommentieren einzelne, nicht unbedingt zusammenhängende Informationen bzw. Artikel und Beiträge auf anderen Seiten.

Die Teilnehmer geben zwar eine Vielzahl von Medien an, die sie nutzen, um sich über politische Nachrichten zu informieren, jedoch bestehen zwischen den einzelnen Medien auch Verbindungen wie Gastbeiträge eines Autors der einen Seite auf der anderen oder sie stehen sich gegenseitig als Interviewpartner zur Verfügung.

Erwähnenswert ist auch, dass manche der genannten Medien durch eine bestimmte Person oder eine kleine Personengruppe geprägt sind: Ken Jebsen der sich mit seinem Angebot auf Platz 6 der Rangliste (ohne *NachDenkSeiten*) befindet ist der größte Vertreter dieser Gruppe. Aber auch Tilo Jung (Formate: *jung&naiv, Aufwachen!*) wird von 4,7 Prozent als Informationsquelle genutzt. Ebenso wichtig ist Norbert Häring mit 4,4 Prozent.

An zweiter Stelle als Informationsquelle (ohne *NachDenkSeiten*) stellt sich das Angebot von *heise online* dar, insbesondere *Telepolis*. Verantwortlich dafür ist die *Heise Medien GmbH &*

¹²⁷ vgl. MAST (2008)

Co. KG, die eigentlich eher für IT-Themen bekannt ist. So sind in dem Verlag beispielsweise die Zeitschriften *c't Magazin* oder *Mac & i* beheimatet. Insofern ist es durchaus beachtlich, dass ein Medium dieses Anbieters auch als Informationsquelle für politische Informationen in diesem Umfang genutzt wird.

Die Informationsquelle auf Rang vier (ohne *NachDenkSeiten*) ist *Russia Today* und die deutschsprachige Version *RT Deutsch*, die von der *Bundeszentrale für politische Bildung* als eines der sichtbarsten Instrumente russischer Staatspropaganda in Deutschland bezeichnet werden.¹²⁸ Das andere so von der *bpb* eingeordnete Medium ist *Sputnik Deutschland*, deren Angebot von 4,9 Prozent der Teilnehmer als Informationsquelle angegeben wurde.

Rubikon – Magazin für Kritische Masse befindet sich laut eigener Aussage auf der Startseite noch im Entwicklungsstadium (Stand: 13.08.2017). Zu den Autoren gehören unter anderem Arnulf Rating, der auch des Öfteren in der Sendung *Die Anstalt* zu Gast ist, und der Historiker *Daniele Ganser*, dem vorgeworfen wird, Verschwörungstheorien zu verbreiten oder ihren Anhängern zumindest einen Nährboden zu bieten.¹²⁹ Herausgeber der Seite ist Jens Wernicke, der auch auf den *NachDenkSeiten* redaktionell aktiv war.

Makroskop – Kritische Analysen zu Politik und Wirtschaft wird herausgegeben von Heiner Flassbeck und Paul Steinhardt. Sie sehen sich auch als Gegenpol zu den etablierten Medien, wie sie in ihrer Selbstbeschreibung erklären: „[...] wir werden mit diesem Magazin genau das tun, was die etablierten Medien nicht mehr tun. Wir werden Fakten präsentieren, über die wirtschaftlich und politisch relevanten Zusammenhänge aufklären und die Hintergründe ausleuchten.“¹³⁰

Einordnung der weiteren Medien: Der Spiegel mit seinen Angeboten gilt als linksliberal. Einer der Miteigentümer des Verlags ist Jakob Augstein, der auch Eigentümer des Verlags von dem Wochenmagazin *Der Freitag* ist. Ebenfalls als linksliberal gilt *Die Zeit*. Die *Süddeutsche Zeitung* ist links von der Mitte einzuordnen. Die *tageszeitung* gehört zu den linkspolitischen Medien in Deutschland, ebenso die *Junge Welt*. Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* hingegen gilt als konservativer.¹³¹

Weitere Angaben, die durchaus beachtenswert sind: 98 Personen (3,9 Prozent) nutzen ein Angebot von *DIE WELT*, um sich zu informieren. Das Medium gehört zum Verlag Axel

¹²⁸ vgl. PÖRZGEN, Gemma: Informationskrieg in Deutschland? Zur Gefahr russischer Desinformation im Bundestagswahljahr (19.05.2017)

¹²⁹ S. z. B. URL: <https://www.woz.ch/-768a> [Stand: 13.08.2017] oder auch <https://www.nzz.ch/schweiz/debatte-um-den-historiker-daniele-ganser-der-meister-des-subtextes-ist-ein-balanceakt-fuer-die-hsg-ld.1292396> [Stand: 13.08.2017]

¹³⁰ URL: <https://makroskop.eu/was-wir-wollen/> [Stand: 13.08.2017]

¹³¹ vgl. MAURER; REINEMANN (2006), S. 129

Springer SE und steht somit den anderen genannten Medien gegenüber (Vergleichsbeispiele: *tageszeitung* [184], *Neues Deutschland* [108], *Le monde diplomatique* [62]). Von ausländischen Medien ist der *Guardian* hervorzuheben, den 4,1 Prozent nannten.

5.8 Erwartungen an Nachrichten

Um zu erfahren, was die Teilnehmer über Journalismus denken, wurden sie gebeten, verschiedenen Aussagen zuzustimmen (Mehrfachauswahl möglich). So sagten 2038 Teilnehmer, dass Journalismus objektiv sein soll. 908 stimmten auch der Aussage zu, dass Journalismus subjektiv sein darf und 769, dass Journalisten aber nicht ihre persönliche Meinung verbreiten dürfen. Diese beiden Punkte widersprechen sich, trotzdem haben 72 Personen beide angewählt. 590 Personen stimmten der Aussage zu, dass Zeitungen/Zeitschriften einer bestimmten Partei nahestehen dürfen.

Für die Frage „Was erwarten Sie von der Nachrichten-Berichterstattung?“¹³² wurden als Antwortvorschläge die Vorgaben des Programmauftrags der öffentlich-rechtlichen Sender gegeben: Information, Bildung, Beratung, Kultur und Unterhaltung.¹³³ (Positionen eins bis fünf in Abbildung 12) Zusätzlich gab es ein Freifeld, welches etwa 20 Prozent der Teilnehmer nutzten (524 Personen).

Da es um Erwartungen ging, also darum, was bestmöglich zu leisten ist, wurden die Kategorien der Freifelder positiv formuliert. Beispiel: „keine einseitige Berichterstattung“ wurde „verschiedene Perspektiven“ zugeordnet. Viele Antworten waren aber auch schon positiv formuliert. 22 haben negative Stichpunkte genannt, wie z. B. „in vielen Fällen Volksverdummung“ oder auch „gar nichts, Staatspropaganda [sic!]“. Diese Teilnehmer scheinen ein besonders gefestigtes negatives Bild der Medien zu haben, sodass sie nicht einmal positive Erwartungen an die Medien im Allgemeinen haben oder formulieren mochten.

*„von den gegenwärtigen eigentlich nichts, in einer idealen Welt:
ausgewogenen, möglichst neutrale Informationen“*

Weiterhin gab es Teilnehmer, die von Medien erwarten, dass diese kritisch über die Mainstream-Medien berichten („Aufdeckung von einseitiger Berichterstattung in den ‚Qualitätsmedien‘“). Auch sie scheinen keine Erwartungen mehr an die etablierten Medien zu haben, sondern erhoffen sich von den alternativen Medien Kritik an den etablierten.

¹³² Mehrfachauswahl war hier möglich.

¹³³ vgl. Rundfunkstaatsvertrag §11

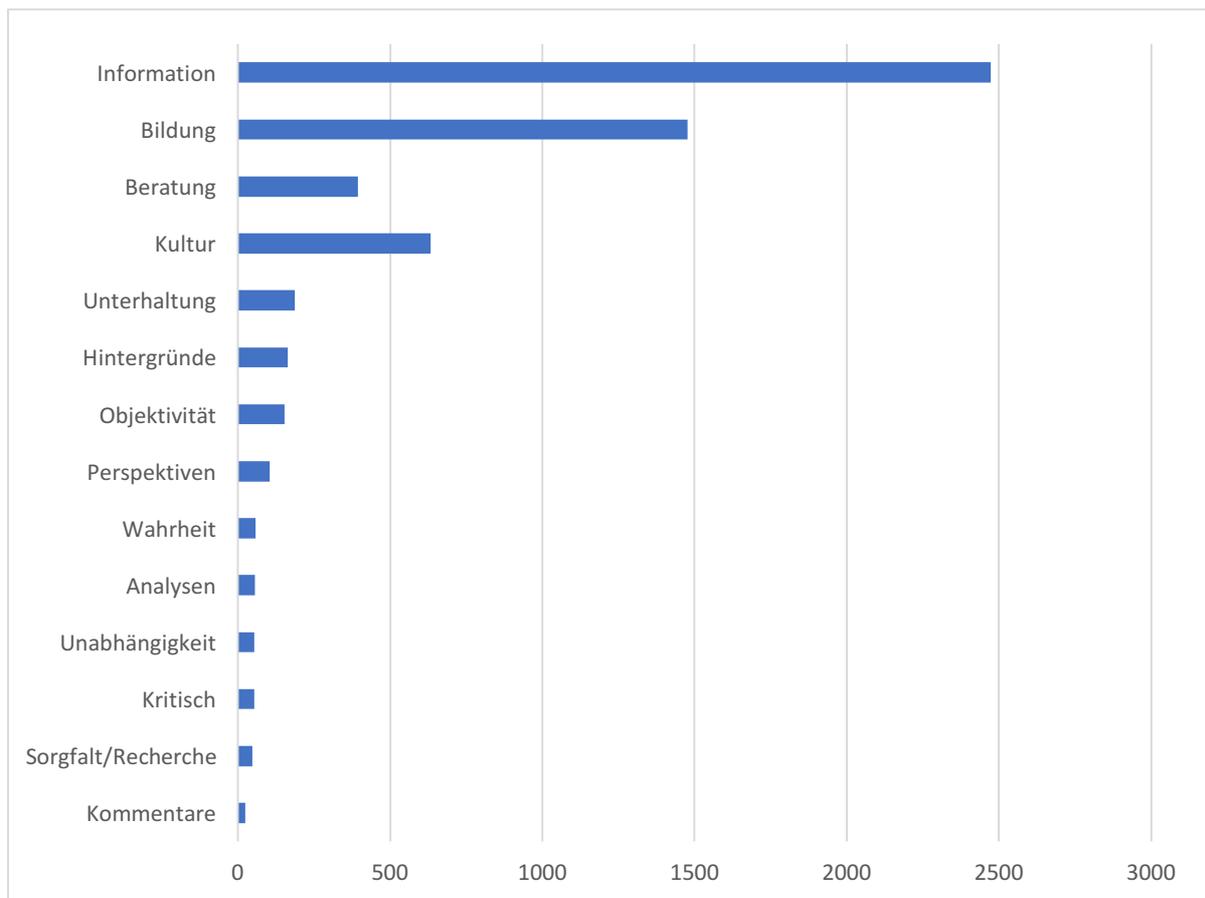


Abbildung 12: Erwartung an Nachrichten-Berichterstattung (eigene Erhebung)

5.9 Kriterien zur Auswahl von Nachrichtenquellen

Nachdem Erwartungen die Umfrageteilnehmer an die Medien bezüglich der Nachrichtenberichterstattung betrachtet wurden, soll nun gezeigt werden, nach welchen Kriterien die Nutzer ihre Nachrichten auswählen. Sie wurden gefragt: „Bitte vervollständigen Sie: Ich wähle meine Nachrichtenquellen nach folgenden Kriterien aus ... (Mehrfachauswahl möglich)“.

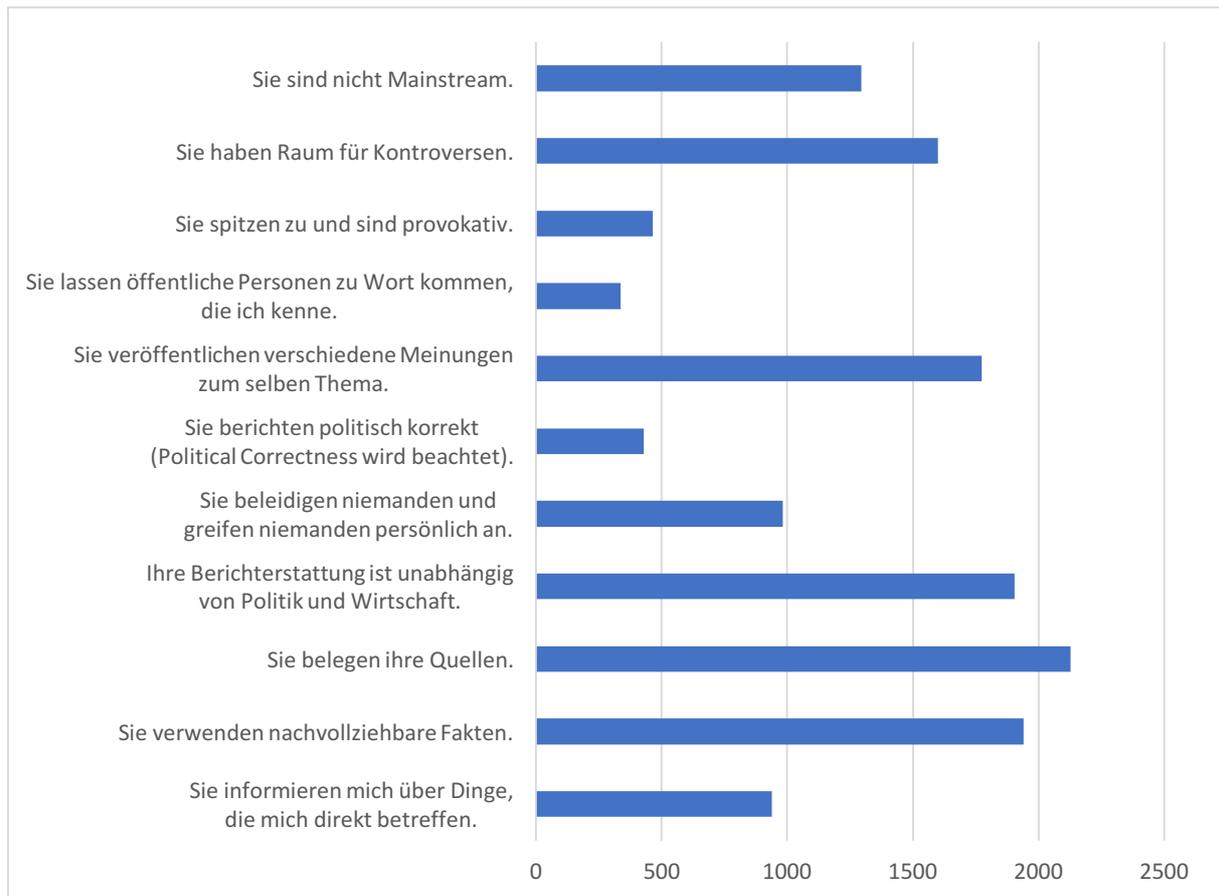


Abbildung 13: Kriterien der Nachrichtenauswahl (eigene Befragung)

Am wichtigsten ist den Nutzern demnach das Belegen von Quellen (2127). Dies könnte mit ihrem Misstrauen gegenüber den Medien zusammenhängen. Sie möchten ganz genau wissen, woher welche Information stammt, weil sie dem Journalisten nicht zutrauen, dass dieser sauber gearbeitet hat.

Auch mit Vertrauen hat der am seltensten ausgewählte Punkt zu tun: öffentliche, bekannte Personen kommen zu Wort. Dies steht auch im Widerspruch zu dem wichtigsten Kriterium, dem Belegen der Quellen. Originaltöne, Zitate von realen Personen, die bekannt sind (die man also in ihrer Meinung einordnen kann), gehören mit zu den Instrumenten, die ein Journalist hat, um seine Quelle kenntlich zu machen. Interviewpartner sind Primärquellen für den Journalisten. Was nicht heißt, dass der Journalist die Aussagen nicht gegenüberstellen oder einordnen muss. Dass dieser Punkt so selten ausgewählt wurde, hängt vermutlich damit zusammen, dass viele öffentliche Personen, die aus der Politik oder der Wirtschaft kommen, bei den Befragten nicht als vertrauenswürdig gelten.

Noch nicht einmal die Hälfte der Befragten hat angegeben, dass es um Dinge geht, die sie direkt betreffen. Das ist insofern interessant, dass zu den Auswahlkriterien, wonach Themen von Journalisten ausgewählt werden, die Nähe eine entscheidende Rolle spielt.

Dass knapp die Hälfte aller Befragten (1295) angibt, ihre Nachrichten danach auszuwählen, dass sie nicht Mainstream sind, erstaunt nicht und passt zusammen mit den wenigen Zustimmungen zum politisch korrekten Berichten (482). Interessant ist unter diesem Gesichtspunkt aber, dass auch Zuspitzung und Provokation selten ausgewählt wurde (464). Nicht Mainstream zu sein, ist ja eine Provokation oder dient zumindest häufig dazu.

Außerdem stand den Nutzern ein Freifeld zur Verfügung, um ihre eigenen Kriterien zu formulieren. Diese Möglichkeit nutzten 282 Personen. Die Aussagen lassen sich in folgende Kategorie einteilen:

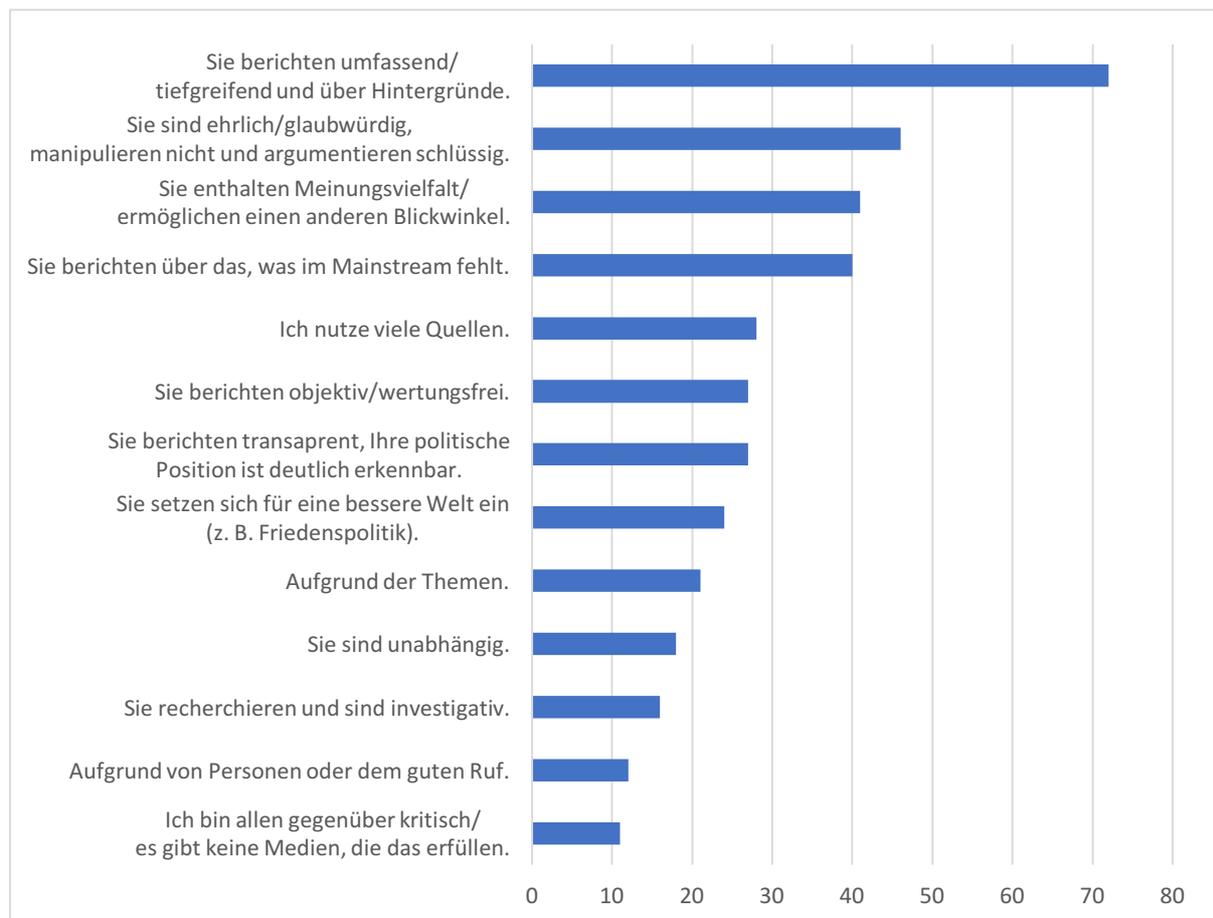


Abbildung 14: Freifeld-Kriterien der Nachrichtenauswahl (eigene Befragung)

Teilweise wiederholen sich die Aussagen zu dem der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten (z. B. Unabhängigkeit). Diese wurden trotzdem hier noch einmal aufgeführt, weil anzunehmen ist, dass den Nutzern dieses Argument besonders wichtig ist, sodass sie es in eigenen

Worten formuliert haben. Das am meistgenannte Kriterium ist die Tiefe und der Umfang der Berichterstattung. Hier schätzen die Teilnehmer die Ausführlichkeit. Laut Jakob sind Vielnutzer des Internets gebildete Personen, die auch bereit sind, Zeit in die Suche nach Informationen zu investieren.¹³⁴ Dies deckt sich mit der eigenen Umfrage aufgrund von zwei Tatsachen: Das schon erwähnte Kriterium der gebotenen Hintergründe sowie das Nennen von Quellen sowie die Verlinkung darauf und somit Nachprüfbarkeit für die Umfrageteilnehmer. Diese Punkte, die beide besonders gut im Internet möglich sind, da es dort weder eine Platz- noch Zeitbegrenzung gibt, erklären auch das Medienvertrauen bzw. Misstrauen der Nutzer.

5.10 Medienvertrauen

Die Umfrageteilnehmer bekamen die Medienarten auf den ersten fünf Positionen zur Auswahl sowie ein Freifeld, um zu äußern, welchen Medien sie vertrauen. Das Freifeld wurde von 948 Personen genutzt. Aus deren Aussagen ergaben sich die Kategorien Position sechs bis elf.

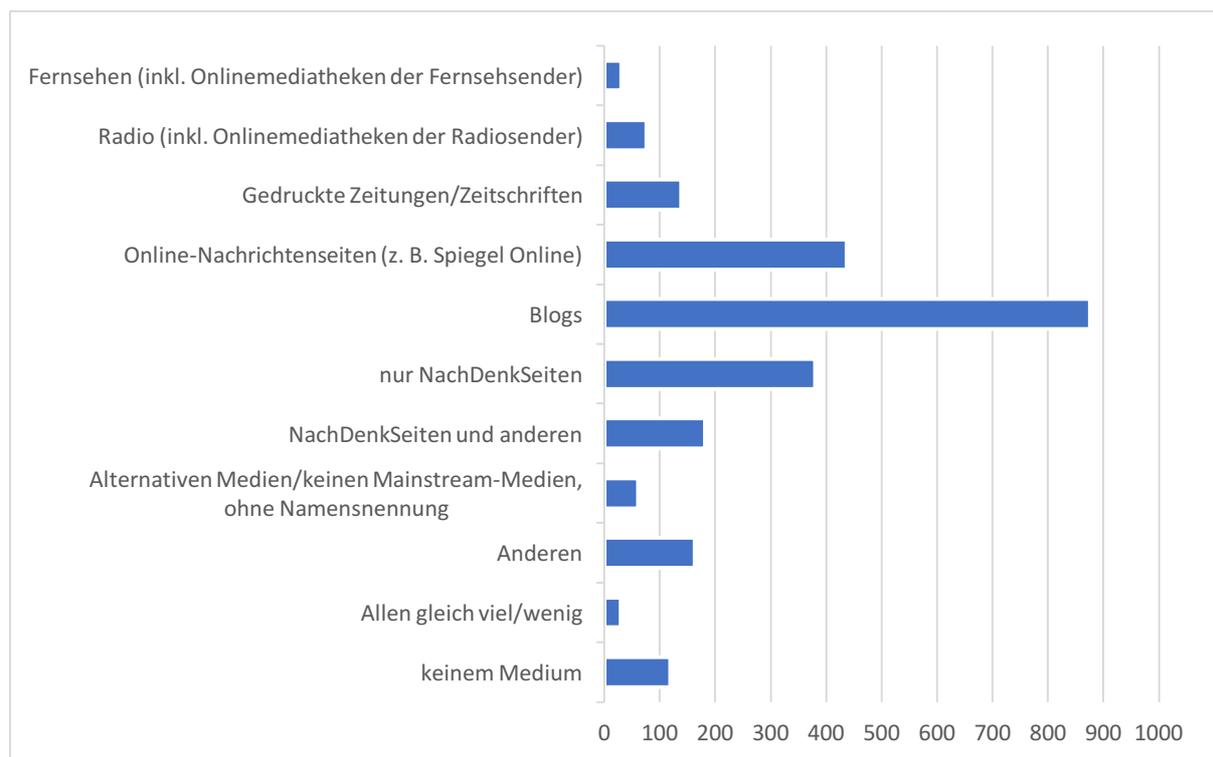


Abbildung 15: Medienvertrauen nach Medienart (eigene Befragung)

¹³⁴ vgl. JACKOB (2013), S. 131

Unter den Angaben, die „NachDenkSeiten und andere“ oder „andere“ nannten, wurden folgende Angebote am häufigsten genannt: Angebote von *Russia Today* (94), *KenFM* (43), *Telepolis* (34), *Rubikon* (20) und *Makroskop* (18).

Damit unterscheidet sich das Medienvertrauen der Umfrageteilnehmer stark von dem, was allgemein aus anderen Studien zu entnehmen ist. Internetangeboten, insbesondere Blogs wird besonders viel Vertrauen entgegengebracht. In Kapitel 3.1 wurde bereits eine Studie erwähnt, wonach das Vertrauen in das Medium Internet erst an sechster Stelle nach öffentlich-rechtlichem Radio und Fernsehen, Tageszeitungen, privatem Radio und Fernsehen folgte. Diese Studie wurde allerdings auch vom *WDR* in Auftrag gegeben, wobei dort dann unter Umständen eben nur Personen teilgenommen haben, die eben auch dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zumindest teilweise vertrauen.

Mit der Nennung bestimmter Namen verdeutlichen die Teilnehmer ihr Vertrauen in genau dieses eine bzw. ganz bestimmte wenige Medien. Die *NachDenkSeiten* erhalten von den Umfrageteilnehmern besonders viel Vertrauen, was daran liegen wird, dass eben dort die Umfrage verbreitet wurde. Dennoch ist es bemerkenswert, dass mindestens 15,1 Prozent der Teilnehmer nur einem ganz bestimmten Medium so sehr trauen, dass sie es namentlich nennen.

Dass sie nur alternativen Medien trauen bzw. den etablierten Medien nicht trauen, gaben 2,4 Prozent der Nutzer an.

Immerhin 3,8 Prozent aller Nutzer zählen das Angebot von *Russia Today* mit zu den vertrauenswürdigen. Dies ist interessant, wenn man sich anschaut, welche Kritik die Umfrageteilnehmer den Medien gegenüber äußern. So wird z. B. der Vorwurf der Manipulation und Propaganda genannt (s. folgendes Kapitel).

Dass das Medienvertrauen auch einen Einfluss auf die Medienwirkung hat, wurde in Kapitel 2.4 beschrieben. So wäre es möglich, dass besonders diejenigen Nutzer, die nur ganz bestimmten, wenigen Quellen trauen, alle anderen Informationen, die sie durch andere Medien erhalten, ausblenden bzw. umdeuten. Deshalb spielt es unter Umständen nur eine untergeordnete Rolle, ob sie überhaupt noch andere Medien nutzen. Dies zeigt sich auch daran, dass einige der Nutzer bei der Frage, über welche Medien sie sich informieren, angaben, einige nur deshalb zu nutzen, damit sie wissen, was sie glauben sollen (s. Kapitel 5.7).

5.11 Medienkritik

Die Teilnehmer wurden gebeten, die Punkte zu nennen, die sie an der Nachrichtenberichterstattung kritisieren. Dabei war eine Mehrfachauswahl möglich. Die ersten vier Positionen waren vorformuliert, außerdem gab es die Möglichkeit, ein Freifeld zu nutzen. Dies nahmen 688 Personen in Anspruch. Teilweise ließen sich die Kategorien aus dem Freifeld auch den vorgegebenen Kategorien zuordnen, sie werden aber noch einmal extra aufgeführt, da es den Teilnehmern wohl durch die (zusätzliche) eigene Beschreibung im Freifeld besonders wichtig war, diesen Punkt zu nennen. Gar nichts zu kritisieren, hatten 16 Personen angegeben. Rechnet man diejenigen heraus, die doch noch andere Punkte genannt haben, bleiben nur 9.



Abbildung 16: Kritikpunkte gegenüber den Medien (eigene Befragung)

Einige konkrete Begrifflichkeiten kommen wiederholt vor. Damit sind nicht einfache Begriffe wie *Lügen* oder *Einseitigkeit* gemeint, sondern zusammengesetzte Begriffe wie *Kampagnen-Journalismus* (10), *Lückenpresse* (6), *Hofberichterstattung* (7).¹³⁵ Diese Begriffe wurden z. T. auch in Anführungszeichen gesetzt, weshalb davon auszugehen ist, dass sie auch als Schlagwort bekannt sind und ebenso benutzt werden.

¹³⁵ Die Schreibweise der einzelnen Wörter variiert dabei (zusammengeschrieben, mit Bindestrich).

Es gibt sechzehn Teilnehmer, die als Kritikpunkt *Meinungsmache* nennen. Es gehört dazu, dass Medien meinungsbildend wirken. Das ist gewollt und dient der Wahlentscheidung in der Demokratie. Da es hier als Kritikpunkt genannt wird, ist aber davon auszugehen, dass damit gemeint ist, Meinungen würden aufgezwungen. Aus diesem Grund wird es der gleichen Gruppe zugeordnet wie *Manipulation* oder *Propaganda*.

Dass der Kritikpunkt der neoliberalen Berichterstattung öfter genannt wird, ist auf die Ausrichtung der Website zurückzuführen, auf der der Link veröffentlicht wurde.

Es gibt drei Kommentare, die darauf hinweisen, dass sich diese Einschätzung nicht auf alle Medien bezieht oder dass den vorherigen Kritikpunkten, die als Auswahl zur Verfügung standen, nur teilweise zugestimmt wird.

„trifft jedoch nicht immer zu“

„[...] Wichtig: natürlich gibt es auch immer geniale investigative Journalisten. Beispiel: Harald Schumann, Tagesspiegel. All meine Vorwürfe sollen Sie also nicht als pauschales Urteil betrachten. [...]“

„Herkömmliche Medien: Selbstüberschätzung, mangelnde Kritiktoleranz, Amateurhaftigkeit; Alternative Netzmedien: enger Focus, Einseitigkeit“

Dass diese Differenziertheit so selten ist, zeigt, wie gefestigt das negative Meinungsbild der Teilnehmer gegenüber der etablierten Presse ist.

5.12 Nutzung alternativer Medien

Nachdem den Nutzern vorher die Definition zu den alternativen Medien gezeigt wurde, sollten sie folgende Frage beantworten „Wie häufig informieren Sie sich über alternative Medien?“.

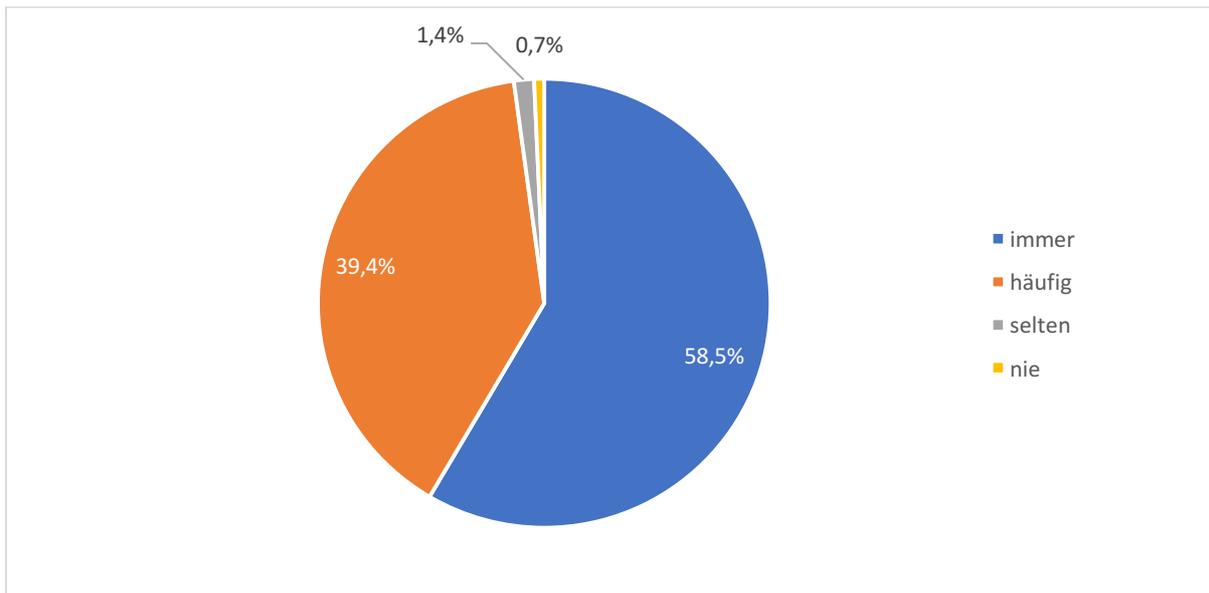


Abbildung 17: Nutzungshäufigkeit alternativer Medien (eigene Befragung)

Ein sehr großer Teil der Befragten gibt an, sich häufig oder sogar immer über alternative Medien zu informieren. 18 Personen gaben an, sich nie darüber zu informieren. Neun davon gaben sogar an, keine zu kennen. Allerdings nennen 15 von den Nichtnutzern die *NachDenkSeiten* als Medium, über das sie sich informieren. Vier nennen es sogar als Medium, dem sie am meisten vertrauen. Sie scheinen die Seite wohl nicht als alternatives Medium wahrzunehmen oder konnten mit der gegebenen Definition nichts anfangen.¹³⁶

Außer der Frage, welche Medien sie nutzen, wurden den Teilnehmern, die angaben, alternative Medien zu nutzen, zusätzlich folgende Frage gestellt: „Welche alternativen Medien nutzen Sie?“ Diese Frage diente dazu, herausfinden, ob die Nutzer die von ihnen genutzten Medien als alternativ einschätzen und wenn ja, welche davon. Über 250 der Nutzer zeigten sich in ihrer Antwort irritiert, weil sie die Frage aus ihrer Sicht schon beantwortet hatten und verwiesen auf die Antwort in der allgemeiner gestellten Frage. Das „Internet“ wurde von 377 Personen genannt, „Blogs“ von 271. Konkret wurden folgende zehn am häufigsten genannt:

¹³⁶ Ein Teilnehmer merkte dies im letzten Kommentarfeld an: „Ihre Definition alternativer Medien ist äußerst dürftig. Was soll unter "länger" verstanden werden? Ist z.b die jungewelt ein alternatives.medium?“ Unter den Teilnehmern, die *selten* angegeben haben, wiesen auch drei darauf hin, dass sie die Definition nicht ausreichend fanden.

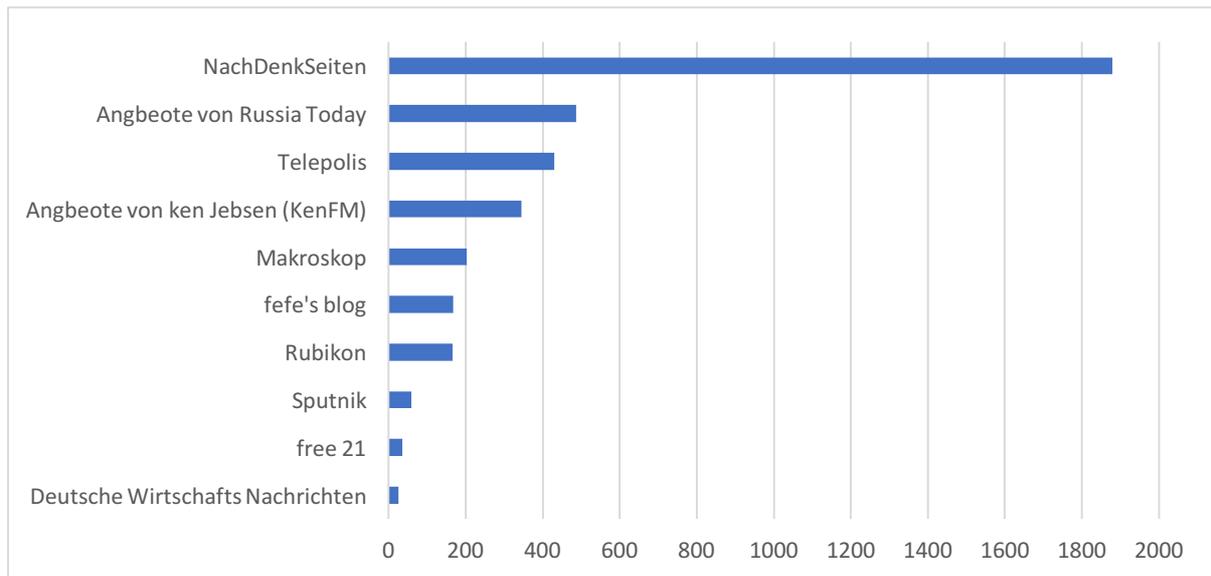


Abbildung 18: genutzte Medien, die als alternativ eingeschätzt wurden (eigene Befragung)

Insgesamt gibt es verschiedene alternative Medien, die von den Umfrageteilnehmern genutzt werden. Einige stehen in Verbindung zueinander, weil sie sich gegenseitig als Interviewpartner einladen oder Autoren auf mehreren der Seiten aktiv sind. Es ist anzunehmen, dass die Nutzer erst auf eines der Medien gestoßen sind, dieses als vertrauenswürdig erachtet haben (dazu mehr in Kapitel 5.10) und dann andere Medien mit ähnlicher Ausrichtung genutzt haben, wie im Folgenden gezeigt wird.

Auf die Frage, wie sie auf die alternativen Medien aufmerksam geworden sind, konnten die Teilnehmer mit einer Mehrfachauswahl antworten. Es gab vorgegebene Möglichkeiten sowie ein Freifeld und die Antwortmöglichkeit, dass man keine alternativen Medien kenne, was 15 Teilnehmer wählten (wobei bei dieser Frage auch die Nichtnutzer inbegriffen sind).

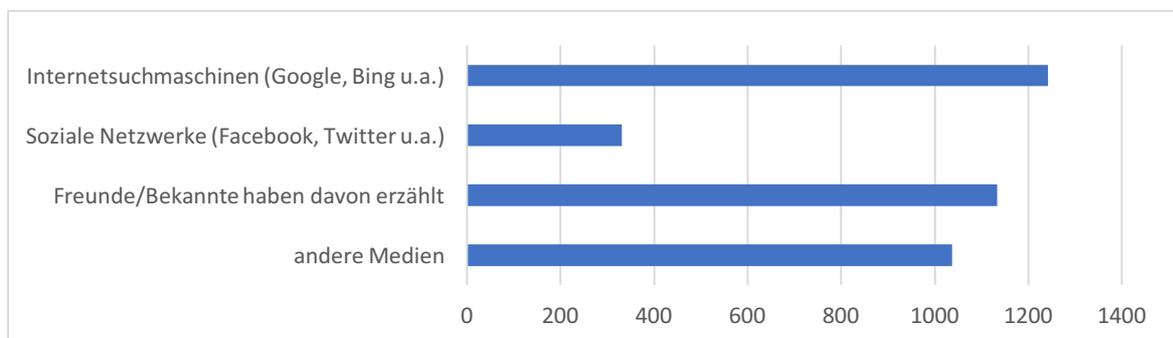


Abbildung 19: Wie Nutzer auf alternative Medien aufmerksam geworden sind (eigene Befragung)

Einige Teilnehmer nutzen das Freifeld, wodurch noch Bücher, Veranstaltungen, der Hinweis von bekannten Persönlichkeiten wie Kabarettisten genannt werden sowie die Verlinkungen untereinander oder in Foren und Leserkomentaren anderer Seiten.

5.13 Gründe für die Nutzung alternativer Medien

Die Teilnehmer wurden gefragt: „Warum informieren Sie sich über Politik in den alternativen Medien?“ Dabei hatten sie die Möglichkeit, zwischen verschiedenen vorgegebenen Antworten zu wählen und das Freifeld zu nutzen, was 834 Personen auch taten. Ein Großteil der Teilnehmer gab das Misstrauen gegenüber den etablierten Medien als Grund an. Der zweithäufigste Grund ist die andere Themenauswahl der alternativen Medien.

Dass sowohl Verständlichkeit, Langeweile bzw. Unterhaltung als auch Gestaltung selten ausgewählt wurden, hängt wahrscheinlich mit der überdurchschnittlich gebildeten Leserschaft zusammen. An dieser Stelle wären Teilnehmer, die eine andere Plattform nutzen, ein weiteres Mal interessant. Erstaunlich ist, dass Freunde/Bekannte und der Austausch mit ihnen eine so kleine Rolle spielen. Auch, wenn man bedenkt, dass die Themen laut der Teilnehmer interessanter sind, so könnte man annehmen, dass der direkte Austausch darüber mit nahestehenden Personen ebenso wichtig wäre.

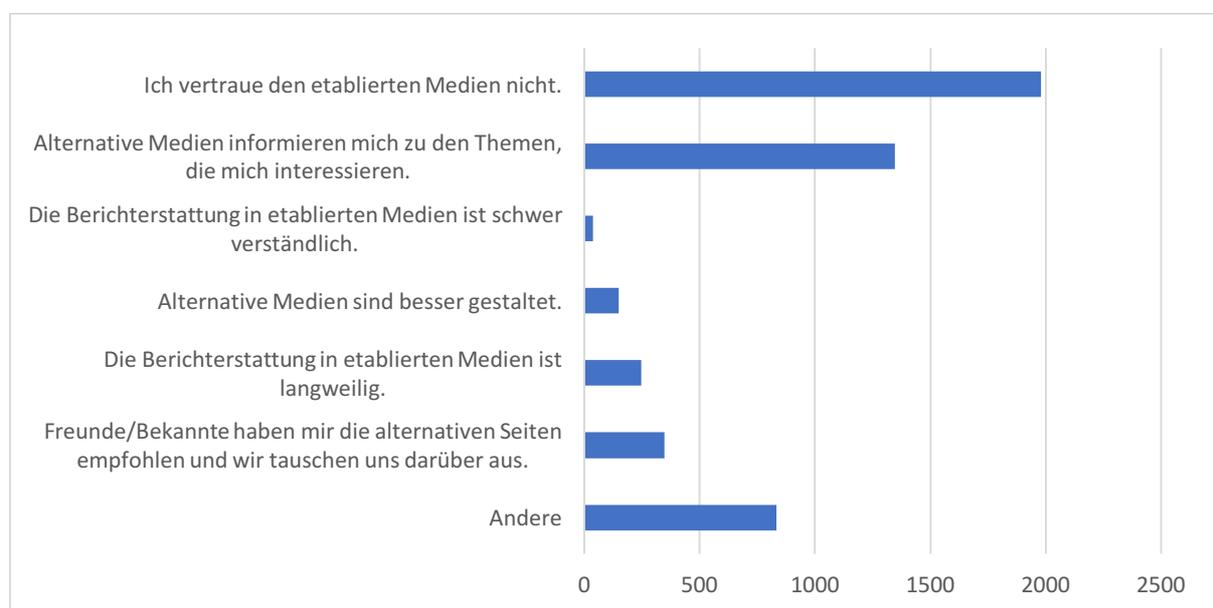


Abbildung 20: Gründe für die Nutzung alternativer Medien (eigene Befragung)

Bei der Auswertung der Freifeld-Angaben („Andere“, 834 Nutzer nahmen dies in Anspruch) wurde zunächst in zwei Kategorien unterteilt: die negative Einstellung gegenüber den etablierten Medien und die positive Einstellung gegenüber den alternativen Medien. Wobei natür-

lich ein negatives Argument gegenüber den etablierten Medien auch indirekt ein positives Argument für die alternativen beinhaltet, andersrum ebenso. Ein Teilnehmer schreibt beispielsweise: „Ergänzen die Auswahl der etablierten Medien“. Seine Aussage ist positiv gegenüber den alternativen Medien formuliert, beinhaltet aber auch den Vorwurf, dass die Auswahl der etablierten nicht ausreichend ist. Dennoch scheint seine Frustration nicht so hoch zu sein wie die eines zweiten Teilnehmers, der schreibt: „Etablierte Medien verschweigen manche Themen“. Er äußert sich negativ gegenüber den etablierten Medien, sein Vorwurf steht im Vordergrund, die „Ergänzung“, von der der erste Teilnehmer spricht im Hintergrund. Die Unterscheidung besteht also darin, ob man die alternativen Medien nutzt, weil man sie gut findet oder, weil man die etablierten einfach schlechter findet. Die Aussage eines weiteren Teilnehmers macht dies deutlich:

„Die etablierten Medien berichten über bestimmte Themen gar nicht oder einseitig oder voreingenommen oder nicht korrekt , da ich jedoch informiert werden will muss ich auf andere Medien zurück greifen“

Manche Aussagen beinhalten auch deutlich beide Argumentationsweisen: „Alternative Medien zeigen Zusammenhänge auf, die etablierte Medien oft nicht darstellen“.

Die Anzahl dieser Formulierungen kommt etwa gleich oft vor: Positive Formulierungen gegen den alternativen Medien 421 Mal, negative Formulierungen gegenüber den etablierten 399 Mal, wobei dort auch die einbezogen sind, die beiden zuzuordnen sind (52). 44 Personen äußerten sich generell medienkritisch.

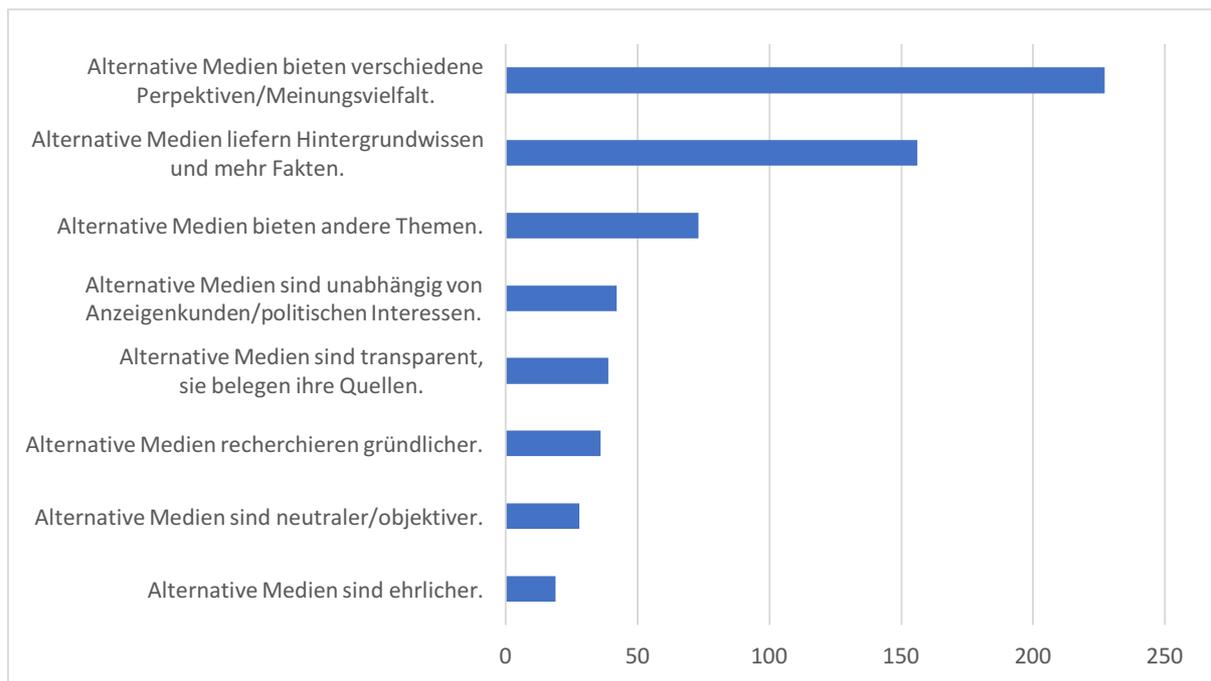


Abbildung 21: Gründe für die Nutzung alternativer Medien, positiv formuliert gegenüber den alternativen (eigene Befragung)

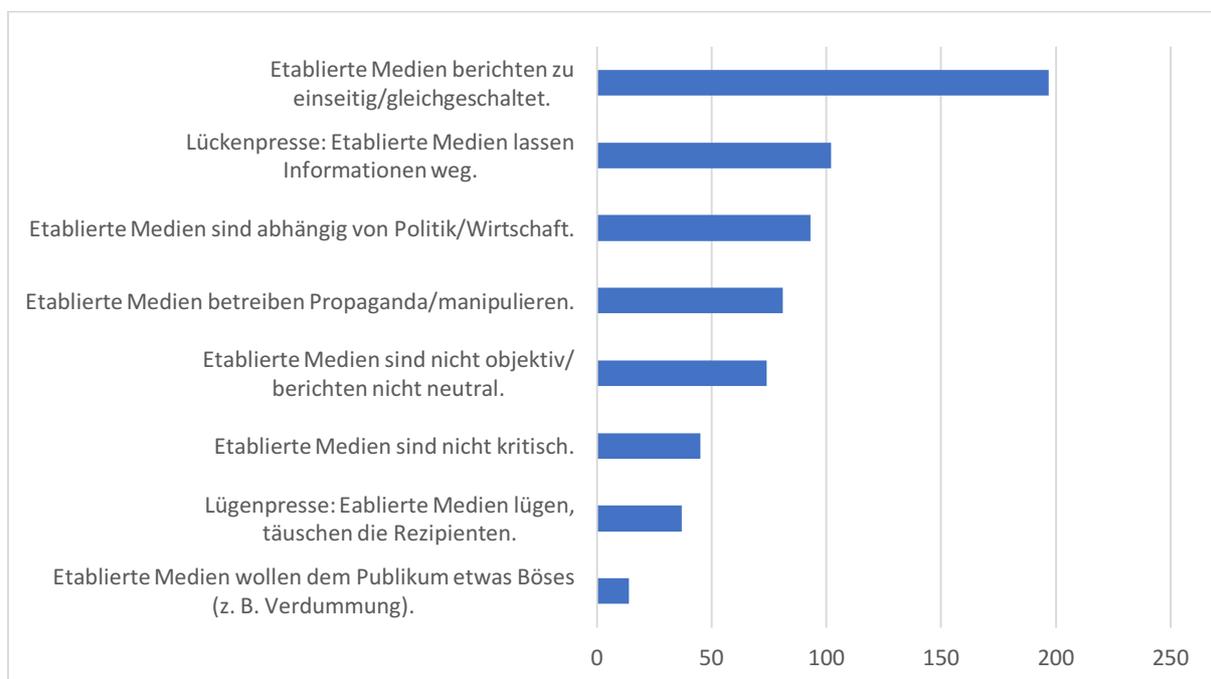


Abbildung 22: Gründe für die Nutzung alternativer Medien, negativ formuliert gegenüber den etablierten (eigene Befragung)

Außerdem gibt es Nutzer, die etablierten Medien nicht ablehnend gegenüberstehen, sondern die alternativen Medien als Ergänzung sehen und nicht als Ersatz für die etablierten Medien. Ein in dieser Teilnehmergruppe eher seltenes, aber sehr deutliches Beispiel:

*„IdR werden dort Meinungen vertreten, die ich überhaupt nicht teile.
Das hat auch seinen Reiz.“*

Unter den Umfrageteilnehmern waren solche Meinungen vereinzelt, jedoch könnte dies ein Hinweis darauf sein, dass nicht alle alternativen Medien ausschließlich auf Zustimmung ihrer Nutzer treffen. Diese Gruppe steht denen gegenüber, die bei anderen Fragen angaben, die etablierten Medien zwar zu nutzen, aber nur, um zu erfahren, was nach ihrer Einschätzung von oben diktiert wird, weshalb sie die Inhalte eigentlich ablehnen (s. Kapitel 5.7).

5.14 Beeinflussung der politischen Meinung durch die Nutzung alternativer Medien

Eine der Forschungsfragen, die diese Arbeit versucht zu beantworten, ist, wie sich die Nutzung alternativer Medien auf unsere Demokratie auswirkt. Dies ließe sich durch eine Längsschnittstudie verlässlicher messen, in der man über einen längeren Zeitraum wiederholt fragen würde, welche Einstellung die Nutzer zu bestimmten politischen Fragen haben. Da dies im Rahmen dieser Arbeit nicht möglich war, wurden die Nutzer gefragt, welcher Aussage sie hinsichtlich ihrer Meinungsentwicklung zum aktuellen Zeitpunkt zustimmen. Die Antworten entsprechen der subjektiven Einschätzung der Teilnehmer, es könnte also durchaus sein, dass die Wahrnehmung dazu nicht mit der Realität übereinstimmt.

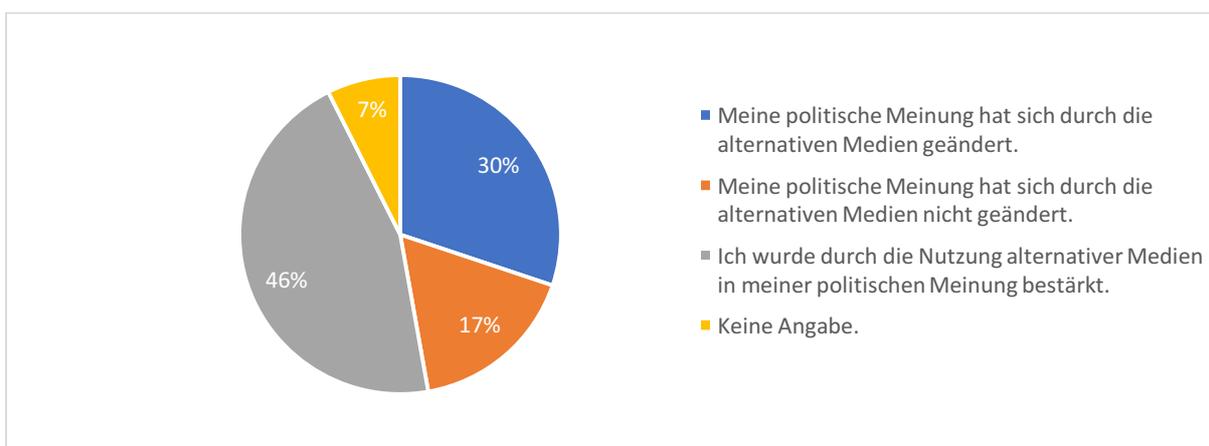


Abbildung 23: Beeinflussung der politischen Meinung aufgrund der Nutzung alternativer Medien (eigene Befragung)

Ein eher kleiner Teil meint, keine Änderung der politischen Meinung wahrgenommen zu haben. Dass sich die Meinung geändert habe, meinen 30 Prozent. Die Mehrheit meint, in ihrer

politischen Meinung bestärkt worden zu sein. Die Nutzung alternativer Medien hatte Einfluss auf die politische Meinung von 76 Prozent der Befragten. Die *NachDenkSeiten* gefällt 94.539 Personen bei Facebook (Stand: 03.08.2017). 60.000 Leser hatte die Seite 2012 täglich.¹³⁷ Das heißt sie beeinflusst demnach die politische Meinung von rund 45.600 Menschen.

5.15 Fazit

Wie bei den etablierten Medien gibt es bei den alternativen nicht die Medien, auch wenn einige der Nutzer alternativer Medien sich so in der Umfrage ausgedrückt haben ebenso wie die Autoren mancher alternativer Medien. Die Ergebnisse dieser Untersuchung zeigen nur eine begrenzte Stichprobe der Nutzer alternativer Medien. Deshalb lassen sich die Ergebnisse nicht auf alle Nutzer übertragen, sondern auf Teilgruppen der Befragten.

Eine Gruppe der Teilnehmer wird sich nicht erst seit Aufkommen des Internets im Bereich der Gegenöffentlichkeit informiert haben. Sie gehörten wohlmöglich in den 1970er schon zu den Studierenden, die sich gegen die breite öffentliche Meinung aufgelehnt haben und gehören somit schon länger zu einer Protestgruppe. Zumindest passt dies mit der politischen Einstellung, dem Alter und der Bildung der Befragten zusammen.

Die Teilnehmer befinden sich zumindest bezogen auf ihre Mediennutzung allerdings nicht in einer sogenannten Filterblase. Aufgrund der Ergebnisse der Medienwirkungsforschung heißt das aber nicht, dass sie auch alle Informationen, die sie nutzen, zu sich durchdringen lassen und hier nicht doch Effekte wie der Backfire-Effekt oder der Confirmation Bias wirken. Darauf lässt sich schließen, weil an verschiedener Stelle in den Antworten darauf hingewiesen wird, dass sie den etablierten Medien nicht trauen, sie aber nutzen, um informiert zu bleiben, was in der Öffentlichkeit an Information vorhanden ist.

Informationen sind etwas, das dieser Gruppe von Nutzern sehr wichtig ist. Deshalb legen sie großen Wert auf Quellenangabe bzw. -verlinkung, um eben diese Informationen selber noch einmal nachprüfen zu können. Dies könnte ein Hinweis auf die allgemein kritische Ansicht auf die gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen sein.

Dem widerspricht allerdings, dass ein wesentlicher Teil bei ihrer Mediennutzung auch auf Quellen zurückgreifen, die nur an eine Person gebunden sind. Diesen Personen überlassen sie die Auswahl der Themen – auch wenn sie dem in einer direkten Frage dazu wahrschein-

¹³⁷ vgl. LONGERICH, Melanie: Eine Frage der Ehre (19.04.2012)

lich widersprechen würden, da sich ein Großteil aufgrund ihrer eigenen Recherchetätigkeiten und Überprüfung der Informationen als deutlich eigenständiger einschätzen würde.

Vielen Nutzern ist wichtig, dass verschiedene Meinungen zum Thema aufgezeigt werden. Da ein Großteil der alternativen Medien aber eine deutliche politische Ausrichtung haben, ist das an vielen Stellen wahrscheinlich weniger gegeben. Allerdings kann es sein, dass die Nennung und Verlinkung zu verschiedenen Quellen für die Nutzer wirkt wie das Benennen verschiedener Standpunkte, obwohl diese ähnlich argumentieren.

Bei der Frage nach den Kriterien der Nachrichtenauswahl ist es deshalb erstaunlich, dass nur wenige Nutzer Wert darauflegen, dass bekannte Persönlichkeiten zu Wort kommen. Dabei ist genau das die Möglichkeit, sowohl verschiedene Perspektiven (z. B. aus unterschiedlichen Parteien) aufzuzeigen als auch eine Originalquelle heranzuziehen.

Im Gegensatz zu bekannten Studien vertrauen die Nutzer in dieser Studie hauptsächlich Blogs und Onlinemedien, wobei alternative Medien oft genannt wurden. Auch hier zeigt sich wieder, dass sie eher einzelnen Personen und deren persönlichen Meinungen trauen als einer größeren Redaktion, weil sie bei dieser nicht einschätzen können, inwieweit es eine Beeinflussung gegeben hat.

Im Widerspruch dazu stehen diejenigen, die angaben, dem Angebot von *Russia Today* am meisten zu vertrauen. Hier kommen auch wieder die aus der Medienwirkungsforschung bekannten Ergebnisse zum Tragen, nach denen die Informationen ausgewählt werden, die mit der eigenen Meinung übereinstimmen.

Den etablierten Medien werfen die Nutzer vor, voreingenommen und gleichgeschaltet zu sein. Sie scheinen andere Erwartungen an die etablierten Medien zu haben als an die alternativen, positionieren sich die alternativen doch sehr deutlich. Diese deutliche Positionierung schätzen die Nutzer zum Teil auch, weil sie so die Informationen einschätzen können, allerdings könnte man den alternativen Medien ebenso fehlende Objektivität vorwerfen. Der Vorwurf der Gleichschaltung beinhaltet auch, dass es eine höhere Macht gibt, die Einfluss übt. Die Unabhängigkeit ist vielen Nutzern wichtig, auch wenn sie ihre Informationen aufgrund der teilweise einseitigen Nutzung selber „gleichschalten“.

Insgesamt scheint es den Nutzen darum zu gehen, sehr viel Wissen zu einem Thema anzusammeln, obwohl nur wenige angegeben haben, dass sie alternative Medien nutzen, um sich mit Bekannten auszutauschen. Dadurch wird das Wissen exklusiv, was dem Nutzer unter Umständen ein Gefühl von Macht geben könnte, wodurch er sich selber vor der Einflussnahme anderer (etablierte Medien, Politik, Konzernen) zu schützen hofft.

6 Auswirkungen auf die Demokratie

6.1 Problem für die Demokratie

Die Skepsis gegenüber den Medien und die Suche nach anderen Informationen ist nicht neu. Mediennutzer haben auch schon vor dem Aufkommen des Internets ihre Informationsquellen danach ausgewählt, ob sie der eigenen Haltung entsprechen.¹³⁸ Durch die immer einfachere Möglichkeit, Internetseiten selber zu erstellen, wird es auch immer wahrscheinlicher, die Seite zu finden, auf der genau das beschrieben wird, woran man ohnehin schon glaubt und wodurch diese Überzeugung verstärkt wird. Die gemeinsame Informationsbasis geht auf diese Weise verloren. Gibt es keinen Informationsaustausch zwischen verschiedenen Gruppen, wird die Gesellschaft gespalten, da es schwieriger ist, Verständnis für eine andere Meinung aufzubringen, einen anderen Blickwinkel einzunehmen. Dadurch wird die Radikalisierung der Gesellschaft verstärkt. Diese Gefahr sah bereits Peter Glotz, SPD-Politiker und Kommunikationswissenschaftler, 1977 aufgrund der linken Studentenbewegung, als noch nicht einmal ansatzweise die Vielzahl der unterschiedlichen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten zur Verfügung standen wie heute. Zum damaligen Zeitpunkt beobachtete er das Vorhandensein von „zwei Kulturen“: Die Studierenden, die sich hauptsächlich durch Flugblätter und linke Printmedien informierten und die anderen, die ihre Informationen von Medien des Springer-Verlags, anderen Tageszeitungen und durch das Fernsehen erhielten.¹³⁹

„Wer drei Jahre lang in der Info-Kultur [Anm. d. Verf.: Info bezieht sich hier auf die Flugblätter] gelebt hat, der spricht eine ganz andere Sprache als die Leute der anderen Kultur, und auch die gemeinsamen Selbstverständlichkeiten werden zerstört.“¹⁴⁰

Auch Meyn teilt diese Meinung: „Weil jeder etwas anderes hört, sieht oder liest, nimmt der gesamtgesellschaftliche Diskurs Schaden.“¹⁴¹

Wenn Informationen nicht mehr vertraut wird, laufen Argumentationen ins Leere. Journalisten suchen, prüfen und verbreiten Informationen. Traut eine größere Gruppe der Gesellschaft weder diesen Journalisten noch den anderen Säulen der demokratischen Gesell-

¹³⁸ vgl. IYENGARD; HAHN (2009): Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. Journal of Communication, 59, 19-39. In: RENTSCH; MOTHES, S. 88

¹³⁹ vgl. GLOTZ (1978), S. 112, Auszug aus einem Artikel im Spiegel Nr.41, 3.10.1977

¹⁴⁰ GLOTZ (1978), S.112, Auszug Spiegel s. oben

¹⁴¹ MEYN (2001), S. 15. In: STROHMEIER (2004), S. 92

schaft, kann eigentlich keine Wahlentscheidung mehr stattfinden, da es keine Informationen gibt, auf denen sich Argumente aufbauen lassen.

6.2 Handlungsmöglichkeiten für Medien und Politik

Für die Medien als wichtigen Bestandteil der Demokratie und des Meinungsaustauschs geht es darum, die Nutzer wieder zu vereinen, nicht in derselben Meinung, aber in derselben Informationsbasis, damit überhaupt Diskussionen entstehen können. Glotz schrieb 1978 über das Zusammenkommen der von ihm beschriebenen zwei Kulturen:

„Es geht darum, zuzuhören und zu verstehen, worin die Zweifel begründet sind. Und es geht darum, diese Zweifel mit guten Argumenten zu versehen. Es geht um die erneute Anknüpfung eines Gesprächs, das abgerissen ist – und nicht um die Bestätigung der eigenen Meinung oder einer Art moderner Mutprobe, in deren Verlauf man beweist, daß man dasselbe, was man anderswo zahllose Mal verkündet hat, auch in den Hörsälen deutscher Hochschulen verkünden kann.“¹⁴²

Die Umfrage hat gezeigt, dass viele Nutzer durchaus bereit sind, einzelnen Personen zu vertrauen, deren politische und gesellschaftliche Haltung sie klar einordnen können. Derzeit versuchen Moderatoren von Talksendungen beispielsweise sich neutral zu verhalten gegenüber allen Beteiligten. Mehr Personen, die sich klar zu etwas bekennen, könnten eine Möglichkeit sein, diejenigen, die mangelnde Transparenz vorwerfen, wieder für sich zu gewinnen. Andererseits muss natürlich darauf geachtet werden, dass trotzdem möglichst alle Meinungen zu Wort kommen, sodass keine Manipulation vorgeworfen werden kann.

Die Schwierigkeit liegt sicherlich darin, die ablehnende Haltung, die sich entwickelt hat, aufzuweichen und das Vertrauen zurückzugewinnen.

Im Onlinebereich gibt es die Möglichkeit, auf andere Medien und Hintergründe zu verweisen. Diese Möglichkeit ist wahrscheinlich noch nicht ausgeschöpft. So kann jeder Nutzer für sich entscheiden, wie tiefgreifend er sich informieren möchte.

Hier bietet sich auch an, Medien mit anderen Meinungen zu verlinken. Damit stärken sie unter Umständen zwar die direkte Konkurrenz, jedoch zeigen sie den Rezipienten auf, dass es verschiedene Perspektiven gibt, wodurch sie auch wieder Nutzer gewinnen können, bevor noch mehr zu teilweise unseriöse Quellen wandern.

¹⁴² GLOTZ (1978), S. 110, Auszug aus einem Artikel aus der Frankfurter Rundschau vom 7.2.1978

Die Rundfunkmedien weisen immer öfter darauf hin, dass im Internet auf der Sendungsseite noch weitere Informationen zu finden sind. Dies ist vermutlich ein richtiger Schritt, um den Kritikern die Möglichkeit zu geben, sich weiter mit dem Thema und den Informationen zu beschäftigen. Aber auch in diesem Fall gilt wie bei der Nutzung der gesamten Medien, dass ein Angebot nur Erfolg haben kann, wenn der Nutzer erstens bereit ist, dieses überhaupt anzunehmen und dann auch die Informationen an sich heranzulassen und zu seiner Meinungsbildung heranzuziehen.

Insgesamt wäre eine bessere Regulierung im Internet wünschenswert. Hierbei ist die Politik gefragt, die die rechtlichen Gegebenheiten der Presse und des Rundfunks auf Online-Medien übertragen müsste. Dabei geht es auf keinen Fall darum, Zensur ausüben zu können. Ein Ziel sollte die Förderung von Transparenz sein (wie auch von den Nutzern gewünscht). Zum Beispiel könnte eine journalistisch-redaktionelle Website nur mit den Voraussetzungen zugänglich sein, wenn Namen und Kontaktmöglichkeit des Verantwortlichen vorhanden sind (wie bei den anderen Medien eben auch). Das zweite Ziel sollte die Möglichkeit der Korrektur sein. Hier geht es auch nicht darum, unerwünschte Meinungen zu verbieten, aber bei Falsch-Darstellung im Nachgang eine Gegendarstellung erwirken zu können. Wenn Macher alternativer Medien wirklich daran gelegen ist, einen ernstzunehmenden und eventuell besseren Journalismus zu machen, sollten diese beiden Punkte auch in ihrem Sinne sein, da es unseriösen Anbietern so zumindest erschwert werden könnte, Einfluss zu nehmen.

V Anhang

V.I Fragebogen

Frage 1: In welchen Medien informieren Sie sich am häufigsten über politische Nachrichten? (max. Auswahl: 2) *

- Gedruckte Zeitungen/Zeitschriften
- Radio (inkl. Onlinemediatheken der Radiosender)
- Fernsehen (inkl. Onlinemediatheken der Fernsehsender)
- Online-Nachrichtenseiten (z. B. Spiegel Online)
- private Blogs
- andere: [Freifeld]

Frage 2: Welchem dieser Medien vertrauen Sie am meisten? *

- Gedruckte Zeitungen/Zeitschriften
- Radio (inkl. Onlinemediatheken der Radiosender)
- Fernsehen (inkl. Onlinemediatheken der Fernsehsender)
- Online-Nachrichtenseiten (z. B. Spiegel Online)
- private Blogs
- andere: [Freifeld]

Frage 3: Was erwarten Sie von der Nachrichten-Berichterstattung? (Mehrfachauswahl möglich) *

- Information
- Bildung
- Beratung
- Kultur
- Unterhaltung
- anderes: [Freifeld]

Frage 4: Was kritisieren Sie an der Nachrichten-Berichterstattung? (Mehrfachauswahl möglich) *

- Intransparenz
- Voreingenommenheit
- Gleichschaltung
- Gar nichts
- anderes: [Freifeld]

Frage 5: Nennen Sie bitte die Namen der Medien, die Sie nutzen, um sich über aktuelle politische Fragen zu informieren. (Radiosender, Fernsehsender, Internetseiten, Zeitungen und Zeitschriften)

[Freifeld]

Hinweis:

In den nächsten Fragen geht es um etablierte und alternative Medien.

Definition: Zu den etablierten Medien werden hier alle Medien gezählt, die schon länger in der Medienlandschaft verankert sind. Alternative Medien ergänzen dieses Angebot und positionieren sich mit Themen oder Meinungen, die in den etablierten selten oder gar nicht stattfinden.

Frage 6: Bitte vervollständigen Sie: Ich wähle meine Nachrichtenquellen nach folgenden Kriterien aus ... (Mehrfachauswahl möglich) *

- Sie informieren mich über Dinge, die mich direkt betreffen.
- Sie verwenden nachvollziehbaren Fakten.
- Sie belegen ihre Quellen.
- Ihre Berichterstattung ist unabhängig von Politik und Wirtschaft.
- Sie beleidigen niemanden und greifen niemanden persönlich an.
- Sie berichten politisch korrekt (Political Correctness wird beachtet).
- Sie veröffentlichen verschiedene Meinungen zum selben Thema.
- Sie lassen öffentliche Personen zu Wort kommen, die ich kenne.
- Sie spitzen zu und sind provokativ.
- Sie haben Raum für Kontroversen.
- Sie sind nicht Mainstream.
- anderes: [Freifeld]

**Frage 7: Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?
(Mehrfachauswahl möglich)**

- Journalismus soll objektiv sein.
- Journalismus darf auch subjektiv sein.
- Journalisten dürfen nicht ihre persönliche Meinung verbreiten.
- Zeitungen/Zeitschriften dürfen einer bestimmten Partei nahestehen.
- Die etablierten Medien schreiben/berichten oft zu ähnlich.
- Ich finde die Berichterstattung in den etablierten Medien verständlich.

Frage 8: Wie häufig informieren Sie sich über alternative Medien? *

- immer (→ weiter zu Frage 10)
- häufig (→ weiter zu Frage 10)
- selten (→ weiter zu Frage 10)
- nie (→ weiter zu Frage 9)

Frage 9: Welche alternativen Medien kennen Sie?

[Freifeld] (→ danach weiter zu Frage 13)

Frage 10: Welche alternativen Medien nutzen Sie? *

[Freifeld]

Frage 11: Welcher Aussage stimmen Sie zu? *

- Meine politische Meinung hat sich durch die alternativen Medien geändert.
- Meine politische Meinung hat sich durch die alternativen Medien nicht geändert.
- Ich wurde durch die Nutzung alternativer Medien in meiner politischen Meinung bestärkt.
- Keine Angabe.

Frage 12: Warum informieren Sie sich über Politik in den alternativen Medien?

(Mehrfachauswahl möglich) *

- Ich vertraue den etablierten Medien nicht.
- Alternative Medien informieren mich zu den Themen, die mich interessieren.
- Die Berichterstattung in etablierten Medien ist schwer verständlich.
- Alternative Medien sind besser gestaltet.
- Die Berichterstattung in etablierten Medien ist langweilig.
- Freunde/Bekannte haben mir die alternativen Seiten empfohlen und wir tauschen uns darüber aus.
- anderes: [Freifeld]

Frage 13: Wie sind Sie auf die alternativen Medien aufmerksam geworden?**(Mehrfachauswahl möglich) ***

- Internetsuchmaschinen (Google, Bing u. a.)
- Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter u.a.)
- Freunde/Bekannte haben davon erzählt
- andere Medien
- Ich kenne keine alternativen Medien
- anderes: [Freifeld]

Zum Schluss möchte ich Sie um Angaben zu Ihrer Person bitten:**Wenn am Sonntag Bundestagswahl wäre, welcher Partei würden Sie Ihre Stimme geben? ***

- AfD
- Bündnis 90/Die Grünen CDU/CSU
- Die Linke
- FDP
- Piratenpartei
- SPD
- Andere
- Ich würde nicht wählen gehen.

*Sortierung nach alphabetischer Reihenfolge.***Alter:** * [Freifeld] Jahre**Wohnort:** * Auswahlliste (alle Bundesländer, außerhalb Deutschlands, keine Angabe)**Geschlecht:** * Auswahlliste (männlich, weiblich, keine Angabe)**Höchster Bildungsabschluss:** * Auswahlliste: (Hauptschulabschluss, Realschulabschluss, Allgemeine (Fach)Hochschulreife, Ausbildung, Hochschulabschluss, kein Abschluss, keine Angabe)**Im politischen Spektrum würde ich mich verorten:**

- links
- eher links
- Mitte
- eher rechts
- rechts

Ich bin an Politik interessiert. *

- stimme gar nicht zu
- stimme eher nicht zu
- stimme eher zu
- stimme voll zu

Vielen Dank für die Teilnahme!

Wenn Sie mir noch etwas mitteilen möchten, können Sie dies gerne über das folgenden Kommentarfeld machen.

[Freifeld]

VI Quellenverzeichnis

VI.I Eigenständig erschienen Quellen

ALTENDORFER, Otto: Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland. Band 1. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH, 2001.

ALTENDORFER, Otto: Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland. Band 2. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2004.

DONSBACH, Wolfgang; RENTSCH, Mathias; SCHIELICKE, Anne-Maria; DEGEN, Sandra: Entzauberung eines Berufs. Was die deutschen vom Journalisten erwarten und wie sie enttäuscht werden. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2009.

GLOTZ, PETER: „Nicht nur eine Frage von Kommunikationstechniken.“ In: HOFFMANN-AXTHELM, Dieter et al. (Hrsg.): Zwei Kulturen? Tunix, Mescalero und die Folgen. Berlin: Ästhetik & Kommunikation, 1987. S. 110 – 116.

JACKOB, Nikolaus: Internetnutzungsfrequenz, gesellschaftliches Vertrauen und politische Bildung. Befunde aus einer repräsentativen Querschnittsstudie. In: ROESSING, Thomas; PODSCHWEIT, Nicole (Hrsg.): Politische Kommunikation in Zeiten des Medienwandels. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH, 2013. S. 103 – 136.

JÄCKEL, Michael: Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, 2005.

KLIER, Peter: Im Dreieck von Demokratie, Öffentlichkeit und Massenmedien. Berlin: Duncker und Humblot, 1990.

KRÜGER, Uwe: Mainstream. Warum wir den Medien nicht mehr trauen. München: Verlag C.H.Beck, 2016.

LIPPMANN, Walter: Die öffentliche Meinung. Reproduktion. (1. Auflage des Originals: New York: The Macmillan Company, 1922. Deutsche Erstveröffentlichung: München: Rütten + Loening Verlag, 1964) Bochum: Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer, 1989.

MAST, Claudia (Hrsg.): ABC des Journalismus. Ein Handbuch. 11., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2008.

MAURER, Marcus; REINEMANN, Carsten: Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2006.

MEYN, Hermann: Massenmedien in Deutschland. In: Landeszentrale für politische Bildungsarbeit Berlin (Hrsg.), Sonderausgabe der Bayrischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit. Konstanz: UVK Medien, 2001.

MÜLLER, Albrecht: Meinungsmache. Wie Wirtschaft, Politik und Medien und das Denken abgewöhnen wollen. München: Droemer Verlag, 2009.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. Frankfurt/Wien/Berlin: Verlag Ullstein GmbH, 1982.

OY, Gottfried: Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik. Münster: Verlag Westfälisches Dampfboot, 2001.

(Gottfried Oy war Redakteur der Zeitschrift links und Mitbegründer von comme.une.farce)

RENTSCH, Mathias; MOTHES, Cornelia: Journalismus in der Selbstfindung.

Der Wandel der öffentlichen Kommunikation zwingt Journalisten zur Präzisierung ihrer Gesellschaftlichen Rolle.

In: ROESSING, Thomas; PODSCHWEIT, Nicole (Hrsg.): Politische Kommunikation in Zeiten des Medienwandels. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH, 2013. S. 71 – 102.

ROESSING, Thomas; PODSCHWEIT, Nicole (Hrsg.): Politische Kommunikation in Zeiten des Medienwandels. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH, 2013.

SAXER, Ulrich: Die Objektivität publizistischer Information.

In: WAGNER, Hans (Hrsg.): Objektivität im Journalismus. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2012. S. 11 – 62.

SCHIMMECK, Tom: Medien, Macht und Meinungsmacher. Situation und Funktion des Journalismus in der Krise.

In: VON RADEN, Rolf; JÄGER, Siegfried (Hrsg.): Im Griff der Medien. Krisenproduktion und Subjektivierungseffekte. Münster: UNRAST-Verlag, 2011.

SCHRÖTER, Detlef: Mitteilungs-Adäquanz. Studien zum Fundament eines realitätsgerechten journalistischen Handelns.

In: WAGNER, Hans (Hrsg.): Objektivität im Journalismus. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2012. S. 139 – 174.

STAMM, Karl-Heinz: Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen. Frankfurt/Main, New York: Campus Verlag, 1988.

STROHMEIER, Gerd: Politik und Massenmedien. Eine Einführung. Wiesbaden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2004.

VON LA ROCHE, Walther: Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland · Österreich · Schweiz. 18., überarbeitete Auflage. Berlin: Ullstein Buchverlage GmbH. 2008.

WAGNER, Hans (Hrsg.): Objektivität im Journalismus. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 2012.

VI.II Nicht eigenständig erschienene Quellen

ENGEL, Bernhard; BREUNING, Christian Breunig: Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich. Media Perspektiven: 7-8/2015. S. 310 – 322.

URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2015/07082015_Engel_Breunig.pdf [Stand: 12.08.2017]

FREY-VOR, Gerlinde; MOHR, Inge: Nutzung von Onlinemedien in den alten und den neuen Bundesländern. Media-Perspektiven: 7-8/2016, S. 401 – 411.

URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2016/07082016_Frey-Vor_Mohr.pdf [Stand: 12.08.2017]

SCHAARSCHMIDT, Theodor: Es fühlt sich so wahr an. Gehirn & Geist: 09/2017.

SCHULTZ, Tanjev; JACKOB, Nikolaus; ZIEGELE, Marc; QUIRING, Oliver; SCHEMER, Christian: Erosion des Vertrauens zwischen Medien und Publikum? Media-Perpektiven: 5/2017, S. 246 – 259. URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2017/0517_Schultz_Jackob_Ziegele_Quiring_Schemer.pdf [Stand: 12.08.2017]

SINUS-INSTITUT: Generation What? Abschlussbericht Deutschland. 2016.

TAZ.DIE TAGESZEITUNG: Sonderseiten gegen den strom (24./25. Mai 2017).

VI.III Internetquellen

FREUND; Nicolas: Facebook testet Satire-Hinweis (18.08.2014),

URL: <http://www.sueddeutsche.de/digital/soziales-netzwerk-facebook-testet-satire-hinweis-1.2093311> [Stand: 12.08.2017]

GERSTE, Margrit: Was ist alternativ? (06.10.1978, aktualisiert 21.11.2012), URL: <http://www.zeit.de/1978/41/was-ist-alternativ> [Stand: 30.05.2017]

LONGERICH, Melanie: Eine Frage der Ehre (19.04.2012), URL:

http://www.deutschlandfunk.de/eine-frage-der-ehre.862.de.html?dram:article_id=123978 [Stand: 12.08.2017]

NIGGEMEIER, Stefan: Keiner schreibt über die Privatisierung der Autobahnen! (01.06.2017), URL: <http://uebermedien.de/16340/keiner-schreibt-ueber-die-privatisierung-der-autobahnen/> [Stand: 12.08.2017]

PÖRZGEN, Gemma: Informationskrieg in Deutschland? Zur Gefahr russischer Desinformation im Bundestagswahljahr (19.05.2017), URL: <http://www.bpb.de/apuz/248506/informationskrieg-in-deutschland-zur-gefahr-russischer-desinformation-im-bundestagswahljahr?p=all> [Stand: 12.08.2017]

WINTERBAUER, Stefan: Kopp, Sputnik, Epoch Times & Co: Nachrichten aus einem rechten Paralleluniversum (18.03.2016), URL: <http://meedia.de/2016/03/18/kopp-sputnik-epoch-times-co-nachrichten-aus-einem-rechten-paralleluniversum/> [Stand: 12.08.2017]

VI.IV Internetquellen (o. A.)

afd.de: Mut zu Deutschland. Freie Bürger, keine Untertanen. (o. J.), URL: <https://www.afd.de/partei/> [Stand: 12.08.2017]

ard-werbung.de: ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015. Zusammenfassung der Ergebnisse. (o. J.), URL: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/studien/ardzdf-studie-massenkommunikation/> [Stand: 12.08.2017]

bib-demografie.de: Durchschnittsalter der Bevölkerung (o. J.), URL: http://www.bib-demografie.de/SharedDocs/Glossareintraege/DE/D/durchschnittsalter_bevoelkerung.html [Stand: 12.08.2017]

der-postillon.com: Zur Deeskalation: Hamburger Polizei fährt Atomrakete auf (07.07.2017), URL: <http://www.der-postillon.com/2017/07/g20-atomrakete.html> [Stand: 12.08.2017]

destatis.de: Bundesländer mit Hauptstädten nach Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte am 31.12.2015, im Juli 2017 wegen korrigierter Fläche revidiert (31.12.2016), URL: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/Aktuell/02Bundeslaender.html> [Stand: 12.08.2016]

duden.de: URL: alternative (o. J.), URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/alternativ> [Stand: 12.08.2017]

duden.de: Kontrolle, die (o. J.), URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Kontrolle> [Stand: 12.08.2017]

duden.de: objektiv. (o. J.), URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/objektiv> [Stand: 12.08.2017]

infratest-dimap.de: Glaubwürdigkeit der Medien (o. J.), URL: <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/glaubwuerdigkeit-der-medien/>
[Stand: 12.08.2017]

twitter.com: Polizeit Hamburg (07.07.2017), URL: <https://twitter.com/PolizeiHamburg/status/883318664619065345> [Stand: 12.08.2017]

uebermedien.de: Über Übermedien (o. J.), URL: <http://uebermedien.de/ueber-uns/>
[Stand: 12.08.2017]

VI.V Audiovisuelle Quellen

WIRNER, Stefan: „Fake News hießen früher Gerüchte“ (o. J.), hrsg. von: Bundeszentrale für politische Bildung, URL: <http://www.bpb.de/mediathek/246761/fake-news-hiessen-frueher-geruechte> [Stand: 12.08.2017]