

„Lügenpresse, halt die Fresse!“

Eine Untersuchung der Kommunikation auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden im Hinblick auf Medienkritik und den Umgang mit Medien

MASTERARBEIT IM STUDIENGANG JOURNALISTIK

Erstprüfer: Prof Dr. Henrik Müller

Zweitprüfer: Prof. Dr. Frank Lobigs

Vorgelegt von:

Laura Döing (Matrikel-Nr. 128954) und

Noelle O'Brien-Coker (Matrikel-Nr. 128903)

Abgabe: 1. März 2018

institut für
journalistik



Eidesstattliche Versicherung

Name, Vorname

Matr.-Nr.

Ich versichere hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit/Masterarbeit* mit dem Titel

selbstständig und ohne unzulässige fremde Hilfe erbracht habe. Ich habe keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt sowie wörtliche und sinngemäße Zitate kenntlich gemacht. Die Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegen.

Ort, Datum

Unterschrift

*Nichtzutreffendes bitte streichen

Belehrung:

Wer vorsätzlich gegen eine die Täuschung über Prüfungsleistungen betreffende Regelung einer Hochschulprüfungsordnung verstößt, handelt ordnungswidrig. Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße von bis zu 50.000,00 € geahndet werden. Zuständige Verwaltungsbehörde für die Verfolgung und Ahndung von Ordnungswidrigkeiten ist der Kanzler/die Kanzlerin der Technischen Universität Dortmund. Im Falle eines mehrfachen oder sonstigen schwerwiegenden Täuschungsversuches kann der Prüfling zudem exmatrikuliert werden. (§ 63 Abs. 5 Hochschulgesetz - HG -)

Die Abgabe einer falschen Versicherung an Eides statt wird mit Freiheitsstrafe bis zu 3 Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

Die Technische Universität Dortmund wird gfls. elektronische Vergleichswerkzeuge (wie z.B. die Software „turnitin“) zur Überprüfung von Ordnungswidrigkeiten in Prüfungsverfahren nutzen.

Die oben stehende Belehrung habe ich zur Kenntnis genommen:

Ort, Datum

Unterschrift

Abstract

Die vorliegende Arbeit hatte das Ziel, die PEGIDA-Bewegung hinsichtlich ihrer Medienkritik („Lügenpresse“) zu untersuchen. Kernstück war eine qualitative Inhaltsanalyse, die mittels eines synthetischen und hierarchisch zerlegten Kategoriensystems textbasierte Kommentare auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden e. V. aus dem Zeitraum zwischen dem 11. und 17.12.14 sowie dem 11. und 17.12.15 untersuchte. Ziel war es, die unter dem Begriff der „Lügenpresse“ versammelte Kritik auszudifferenzieren und daraus Erkenntnisse für Journalist*innen und Redaktionen zu gewinnen.

Ein bemerkenswertes Ergebnis war das paradoxe Verhältnis der Kommentierenden zu klassischen Medien: Während gerade diese bewusst gemieden und überwiegend negativ kritisiert wurden, wurden sie aber offenbar auch am häufigsten genutzt. Klassischen Medien wurden häufig Tendenzberichterstattung und eine negative Haltung gegenüber PEGIDA unterstellt – generell wurde eine Haltung von Journalist*innen in der Berichterstattung deutlich negativ bewertet.

Die negative Medienkritik speiste sich zu rund 20 Prozent aus Äußerungen, die Verschwörungstheorien zuzuordnen waren. Es wurde ein wenig quellenkritischer Medienumgang deutlich; besonders positiv wurden alternative Medien bewertet.

Gegen den deutlich in den Kommentaren hervortretenden Vertrauensverlust in die klassischen Medien legen die Autorinnen der Arbeit Redaktionen neue Formate, mehr Transparenz, eine bessere Fehlerkultur, sorgfältigeres Arbeiten, mehr Pluralität und Diskussionen über das eigene Rollenbild nahe. Um über die Charakteristika von klassischen in Abgrenzung zu alternativen Medien aufzuklären, schlagen die Autorinnen verpflichtende Medienbildung im schulischen Kontext vor.

INHALTSVERZEICHNIS

Eidesstattliche Versicherung.....	I
Abstract.....	II
Abbildungsverzeichnis.....	III
Tabellenverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis.....	V
Vorbemerkungen.....	VII
1 Einleitung	1
2 Öffentlichkeit, Medien und Demokratie im digitalen Zeitalter	3
2.1 Öffentlichkeit, Medien, Bürger*innen und Demokratie.....	4
2.1.1 Die Bedeutung von Medien für die Öffentlichkeit.....	4
2.1.2 Die Aufgaben von Medien in der Demokratie.....	5
2.1.3 Die Rolle von Journalist*innen	6
2.2 Der deliberative Diskurs nach Habermas.....	8
2.3 Demokratisierung der Kommunikation durch das Web 2.0?.....	10
2.3.1 Merkmale von Online-Kommunikation in den Augen der Cyberoptimist*innen.....	10
2.3.2 Enttäuschte Hoffnungen im Web 2.0.....	11
2.4 Fazit.....	18
3 Journalistische Qualität und Vertrauen	20
3.1 Journalistische Qualität in der Wissenschaft: Das Publikum als Maßstab?.....	20
3.2 Publikumsakzeptanz und Vertrauen.....	24
3.2.1 Publikum und Akzeptanz: Was wird gemessen?.....	24
3.2.2 In der Vertrauenskrise? Die Sicht des Publikums.....	25
3.2.2.1 Vertrauen und Glaubwürdigkeit.....	26
3.2.2.2 Medienvertrauen und andere persönliche Einstellungen.....	28
3.2.2.3 Misstrauen gegenüber Medien – aktuelle Werte in der BRD.....	30
3.3 Fazit.....	32
4 Das Phänomen PEGIDA	34
4.1 PEGIDA-Chronologie	36
4.2 Was ist bisher über PEGIDA bekannt?.....	40
4.2.1 Themen und Einstellungen.....	41
4.2.2 Unzufriedenheit mit den Medien	43
4.2.2.1 PEGIDA und alternative Medien	46
4.2.3 Fazit.....	49
4.3 PEGIDA bei Facebook.....	49
4.3.1 Soziodemografische Merkmale.....	52
4.3.2 Interaktion.....	52

4.3.3 Art der Kommunikation.....	53
4.3.4 Inhalte.....	53
4.3.5 Links.....	53
4.3.6 Echokammer	54
4.3.7 Radikalisierung und Nähe zum Rechtsextremismus.....	54
4.4 Fazit	57
5 Methodik und Untersuchungsdesign	61
5.1 Inhaltsanalyse und Online-Diskurse.....	61
5.2 Untersuchungsmaterial und Forschungsobjekte.....	63
5.2.1 Aufbereitung der Daten.....	63
5.2.1.1 Beschaffung und Dokumentation.....	63
5.2.1.2 Grundgesamtheit und Erhebungsgesamtheit.....	64
5.2.1.3 Korpusbildung: Bewusste Stichprobenauswahl.....	65
5.2.1.3.1 Zeitliche Eingrenzung.....	66
5.2.1.3.2 Bereinigung des Datensatzes.....	67
5.2.1.3.3 Fazit.....	68
5.3 Kategoriensystem.....	68
5.3.1 Analyseeinheit I.....	70
5.3.1.1 Allgemeine formale Kategorien.....	70
5.3.1.2 Kategorie I: Explizite Mediennutzung.....	70
5.3.1.2.1 Explizite Mediennutzung:	
Unterkategorien und Operationalisierung.....	70
5.3.1.3 Kategorie II: Kollektive Identität.....	71
5.3.1.3.1 Kollektive Identität:	
Unterkategorien und Operationalisierung.....	71
5.3.1.4 Kategorie III: Deliberatives Potenzial.....	71
5.3.1.4.1 Deliberatives Potenzial:	
Unterkategorien und Operationalisierung.....	71
5.3.2 Analyseeinheit II.....	72
5.3.2.1 Kategorie IV: Implizite Mediennutzung.....	72
5.3.2.1.1 Implizite Mediennutzung:	
Unterkategorien und Operationalisierung.....	73
5.3.3 Analyseeinheit III.....	73
5.3.3.1 Kategorie V: Medienkritik.....	73
5.3.3.1.1 Medienkritik: Unterkategorien und Operationalisierung.....	73
5.4 Die Erhebung – Pretests und Feldphase.....	74
5.4.1 Reliabilität.....	74
5.4.2 Validität	74

6.5 Hohe Inferenzvalidität der Ergebnisse.....	121
7 Und jetzt? Einordnung der Analyseergebnisse	126
7.1 Nicht nur PEGIDA kritisiert.....	127
7.2 Studien-Ergebnisse über die Berichterstattung in der „Flüchtlingskrise“	128
7.3 Vorschläge für die Praxis.....	130
7.3.1 Neue Formate.....	130
7.3.2 Mehr Vertrauen schaffen!.....	133
7.3.2.1 Distanzabbau.....	133
7.3.2.2 Mehr Transparenz.....	134
7.3.2.3 Bessere Fehlerkultur.....	135
7.3.2.4 Sorgfältiges Arbeiten.....	137
7.3.3 Journalistisches Rollenverständnis klären.....	139
7.3.4 Mehr Pluralität im Redaktionsbetrieb.....	142
7.3.5 Mehr Medienbildung.....	145
7.3.6 Staatliche und institutionelle Intervention.....	147
7.4 Fazit.....	149
Quellenverzeichnis	152
Anhang A: Filterworte für Stichprobe der FB-Kommentare	VIII
Anhang B: Link zu allen analysierten FB-Kommentaren	XIII
Anhang C: Codebuch	XIV
Anhang D: Nachcodierungen für Medien (med1, med2)	XXV
Anhang E: Nachcodierungen für Journalist*innen (journ1, journ2)	XLV
Anhang F: Nachcodierungen für szenetypisches Vokabular (vok)	LVIII
Anhang G: Nachcodierungen für Wirtschaftsthemen (thema1, thema2)	LX
Anhang H: Nachcodierungen für Urheber*innen von Bewertungen (urh)	LXI
Anhang I: Link zu allen Codierungen	LXII
Anhang J: Überblick über empirische Studien zu PEGIDA	LXIII
Anhang K: CD-ROM mit analysierten FB-Kommentaren und Codierungen	LXV

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2.1: Medial bedingter Wandel des intermediären Systems.....	5
Abbildung 5.1: Hierarchisch zerlegtes Kategoriensystem.....	69
Abbildung 6.1: Berichterstattungsthemen genannter und verlinkter Medien im Jahresvergleich .	82
Abbildung 6.2: Meist genannte und verlinkte Berichterstattungsthemen im Jahr 2014.....	83
Abbildung 6.3: Meist genannte und verlinkte Berichterstattungsthemen im Jahr 2015.....	84
Abbildung 6.4: Kritik an klassischen und alternativen Medien.....	93
Abbildung 6.5: Ausrichtung der Kommentare im Jahresvergleich.....	110
Abbildung 6.6: Faktenorientierung der Kommentare im Jahresvergleich.....	111
Abbildung 6.7: Emotionalität der Kommentare im Jahresvergleich.....	112
Abbildung 6.8: Umgangston der Kommentare im Jahresvergleich.....	112
Abbildung 6.9: Die Zugehörigkeit der Kommentare im Jahresvergleich.....	117

Tabellenverzeichnis

Tabelle 3.1: Operationalisierung der vier Dimensionen von Vertrauen in Journalismus.....	27
Tabelle 6.1: Top 15 der meist genannten und verlinkten Medien 2014 und 2015.....	78
Tabelle 6.2: Top 10 der meist genannten und verlinkten alternativen Medien 2014 und 2015.....	80
Tabelle 6.3: Top 15 der am meisten negativ kritisierten Medien 2014 und 2015.....	89
Tabelle 6.4: Top 15 der am meisten positiv kritisierten Medien 2014 und 2015.....	92
Tabelle 6.5: Top 10 der Gründe für negative Kritik 2014 und 2015.....	95
Tabelle 6.6: Gründe für negative Kritik an Berichten mit dem Thema PEGIDA 2014 und 2015.	98
Tabelle 6.7: Kritikgründe in Bezug auf Medienvertrauen 2014 und 2015.....	100
Tabelle 6.8: Top 5 der Gründe für negative Kritik im Jahresvergleich.....	102
Tabelle 6.9: Gründe für positive Kritik 2014 und 2015.....	103
Tabelle 6.10: Differenziertheit der Kritik in den Jahren 2014 und 2015.....	105
Tabelle 6.11: Top 5 des szenetypischen Vokabulars 2014 und 2015.....	119
Tabelle 6.12: Top 5 des szenetypischen Vokabulars im Jahresvergleich.....	120
Tabelle 6.13: Szenetypisches Vokabular mit Medienbezug 2014 und 2015.....	121

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
AfD	Alternative für Deutschland
alt.	alternativ
Anh.	Anhang
Antifa	Antifaschistische Aktion
ARD	Erstes Deutsches Fernsehen
Art.	Artikel
BDZV	Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger
BfV	Bundesamt für Verfassungsschutz
BR	Bayerischer Rundfunk
BRAGIDA	Braunschweig gegen die Islamisierung des Abendlandes
BRD	Bundesrepublik Deutschland
Bsp.	Beispiel
BVerfGE	Bundesverfassungsgericht
bzw.	beziehungsweise
CSV	Comma-separated values
DDfE	Direkte Demokratie für Europa
DDR	Deutsche Demokratische Republik
DE	Deutschland
DJV	Deutscher Journalisten Verband
DLF	Deutschlandfunk
DÜGIDA	Düsseldorf gegen die Islamisierung des Abendlandes
DWN	Deutsche Wirtschafts Nachrichten
ebd.	ebenda
et al.	und andere
etc.	et cetera
e. V.	eingetragener Verein
f.	folgende
FF 2.1, ...	Forschungsfrage 2.1, ...
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FB	Facebook
FDDV	Freiheitlich Direktdemokratische Volkspartei
ff.	(und) fortlaufend folgende
GG	Grundgesetz
gg.	gegen
ggf.	gegebenenfalls
ggü.	gegenüber
Herv. i. O.	Hervorhebung im Original
HF	Hörfunk
i. d. R.	in der Regel
i. S. v.	im Sinne von
jmdn.	jemanden
JSON	JavaScript Object Notation
k. A.	keine Angabe

Kap.	Kapitel
kl.	klassisch
KÖGIDA	Köln gegen die Islamisierung des Abendlandes
LEGIDA	Leipzig gegen die Islamisierung des Abendlandes
LF	Leitfrage
LfM	Landesanstalt für Medien
MDR	Mitteldeutscher Rundfunk
MIK	Ministerium für Inneres und Kommunales des Landes Nordrhein-Westfalen
n. d.	nicht definierbar
NetzDG	Netzwerkdurchsetzungsgesetz
NPR	National Public Radio
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
o. ä.	oder ähnlich
OBS	Otto Brenner Stiftung
o. Jg.	ohne Jahrgang
PEGIDA	Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes
RT	Russia Today
S.	Seite
s.	siehe
s. a.	siehe auch
SLM	Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien
s. o.	Siehe oben
SPON	Spiegel Online
SZ	Süddeutsche Zeitung
Tab.	Tabelle
taz	taz.die tageszeitung (Eigenschreibweise)
usw.	und so weiter
VDZ	Verband Deutscher Zeitschriftenverleger
vgl.	vergleiche
VK	Vkontakte.ru, bzw. В Контакте (russisches Facebook-Pendant)
WDR	Westdeutscher Rundfunk
z. B.	zum Beispiel
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen
zit. n.	zitiert nach

Vorbemerkungen

Zusammenarbeit

Die vorliegende Arbeit ist ein Gemeinschaftswerk der Autorinnen. Die Zusammenarbeit erleichterte das Erstellen eines differenzierten Codebuchs, ermöglichte das Codieren des so umfangreichen Materials und verbesserte die Möglichkeiten, die Reliabilität des Instruments zu überprüfen. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Masterarbeit wurden gemeinschaftlich entwickelt, die FB-Kommentare gleichermaßen von beiden Autorinnen codiert und die Ergebnisse im Dialog ausgewertet. Hauptverantwortlich für das Ausarbeiten war Laura Döing für die Kapitel 2, 4 und 7, Noelle O'Brien-Coker für Kapitel 3,5 und 6.

Gendering

Im Sinne des geschlechtergerechten Sprachgebrauchs wird bei dieser Arbeit das sogenannte Gender-Sternchen verwendet. Es soll als sprachliches Darstellungsmittel aller sozialen Geschlechter und Geschlechtsidentitäten dienen.

Selbstbezeichnung

Dem wissenschaftlichen Standard entsprechend treten die Autorinnen der vorliegenden Arbeit hinter dieselbe zurück und werden, wo notwendig, in der dritten Person als „die Autorinnen“ erwähnt.

Danksagung

Besonderer Dank gilt Gerret von Nordheim für die Beratungen, sowie Hannes Munzinger (und dem gesamten Datenteam der SZ), Hannes Bajohr, Gregor Weichbrodt, Lars Koppers, Johannes Frohnhofen, Stefan Theers für die Beschaffung und Aufbereitung der für diese Arbeit benötigten Daten.

1 Einleitung

„Presstituierte“, „ARD-ZDF-GEZ-Terrornetzwerk“, „Lügenpresse“ – die Bezeichnungen für Journalist*innen bei PEGIDA sind vielfältig. Doch ist es die Medienkritik, die womöglich dahinter steckt, auch?

Seit mehr als drei Jahren bringen PEGIDA-Anhänger*innen ihre Medienkritik auf der Straße und im Netz zum Ausdruck. Während PEGIDA zu Spitzenzeiten rund 25.000 Menschen versammelte (vgl. Polizei Sachsen 2015), waren es zum dreijährigen Jubiläum am 28.10.17 bis zu 2800 Demonstrierende in Dresden (vgl. Durchgezählt 2017c). Bei Facebook hatte die Bewegung zu Hochzeiten 200.000 Unterstützer*innen (vgl. Sächsische Zeitung 2016), aktuell zählt das Profil von PEGIDA Dresden rund 50.600 Likes¹.

Wenn sich all diese Menschen, vorausgesetzt, es steckt auch online hinter jedem Profil eine reale Person, von den klassischen Medien abwenden, entsteht ein systemtheoretisches Problem: Ohne sein Publikum kann der Journalismus seiner Funktion als Entscheidungshilfe und orientierende Kraft in der Demokratie nicht mehr nachkommen. Es scheint also sinnvoll, sich die Medienkritik von PEGIDA-Anhänger*innen näher anzuschauen und daraus Konsequenzen für den journalistischen Alltag zu ziehen.

Die vorliegende Arbeit leistet dies in einer qualitativen Inhaltsanalyse von textbasierten Kommentaren auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden e. V. und schließt damit eine Forschungslücke. Denn keine der gerade zu den Anfängen von PEGIDA vielfältig erschienenen Studien hat bisher qualitativ und in vergleichbarem Umfang die Ausprägungen der Medienkritik von PEGIDA ausgewertet – sei dies in Form von Befragungen, Fokusgruppen oder Analysen der PEGIDA-Facebook-Community.

Es werden explizit in der Facebook-Gruppe von PEGIDA getätigte Äußerungen untersucht, weil die Gemeinschaft online größer als ihr Pendant auf der Straße ist und die Analyse schriftlicher Kommentare aufgrund von ausbleibender Reaktivität vielversprechend scheint.

Die Autorinnen nähern sich der Auswertung und Reflexion der Medienkritik in den FB-Kommentaren zunächst über eine Ausarbeitung der Beziehung zwischen Öffentlichkeit, Medien, Bürger*innen und Demokratie. Kapitel 2 und damit der gesamten Arbeit ist die Leitfrage nach den Auswirkungen der Ablehnung PEGIDAS gegenüber den klassischen Medien für die Gesellschaft vorangestellt. Diese Zusammenhänge sind essentiell für die Grundidee der Arbeit, dass Journalist*innen aus systemtheoretischer Sicht die Medienkritik eines Teilpublikums nicht gleichgültig sein kann.

Kapitel 2 bereitet in theoretischer Hinsicht auch die Bewertung der Frage vor, wie auf der PEGIDA-FB-Seite Argumente ausgetauscht werden. Denn neben der Frage, wie die Medienkritik

¹ Stand: 28.01.18

von PEGIDA geartet ist und wie Journalist*innen darauf reagieren können, fragt die vorliegende Arbeit auch nach der Güte des Diskurses auf der FB-Seite von PEGIDA. Diese soll im Hinblick auf die Habermas'schen Kriterien der deliberativen Demokratietheorie bewertet werden, die ebenfalls in Kapitel 2 vorgestellt werden. Werden auf der untersuchten Seite die Möglichkeiten des Web 2.0 genutzt, um gleichberechtigt Argumente auszutauschen? Oder hat sich dort bereits eine Echokammer mit inhaltlich ähnlichen Positionen gebildet, in der es keinen Raum für einen rationalen Argumentaustausch gibt? Diesen Fragen liefert Kapitel 2 den theoretischen Unterbau.

Kapitel 3 widmet sich der Frage, ob und wie die Medienkritik eines (Teil-)Publikums generell die Vorstellungen journalistischer Qualität beeinflussen kann und sollte. Im Hintergrund steht hier die Auseinandersetzung mit der Überlegung, ob Journalist*innen die Medienkritik PEGIDAS nicht vielleicht auch einfach ignorieren könnten und beispielsweise eher die Bewertung ihrer Arbeit durch die Wissenschaft oder durch ihre Kolleg*innen zum Maßstab nehmen sollten. Da die Akzeptanz journalistischer Arbeit und deren Einschätzung durch das Publikum eng mit der Frage des Vertrauens in die Medien verbunden ist, richtet Kapitel 3 ebenfalls den Fokus auf aktuelle Studien zum Medienvertrauen in Deutschland und ordnet das von PEGIDA-Anhänger*innen geäußerte Misstrauen in die gesamtdeutsche Situation ein.

Kapitel 4 fasst sämtliche Studienergebnisse zu PEGIDA zusammen und bildet so eine Grundlage für die weitere Einordnung der Bewegung in der eigenen Forschungsarbeit. Bei den Ausführungen steht die FB-Präsenz von PEGIDA im Zentrum des Interesses, da diese im Mittelpunkt der qualitativen Inhaltsanalyse steht.

Kapitel 5 gibt einen Überblick über die Methodik der Analyse der FB-Kommentare. Hierbei werden nicht nur Beschaffung, Aufbereitung und Auswahl der Datensätze besprochen, sondern ebenfalls die einzelnen Analyse-Kategorien des Codebuchs erläutert, die sich der expliziten Mediennutzung, der kollektiven Identität der Kommentierenden, dem deliberativen Potenzial in den Kommentaren, der Mediennennung und -verlinkung und der Medienkritik zuwenden.

Kapitel 6 stellt die Analyse-Ergebnisse in den einzelnen Kategorien beider Erhebungszeiträume vor und greift die – im theoretischen Teil der Arbeit optisch in Kästen abgesetzten – Forschungsfragen wieder auf.

Kapitel 7 ordnet die gewonnenen Erkenntnisse anhand einer weiteren Studie der Otto Brenner Stiftung ein, die die Leistung der klassischen Medien in der Berichterstattung während der sogenannten Flüchtlingskrise untersucht hat, und zeigt auf, welche Konsequenzen Redaktionen und Journalist*innen aus den vorliegenden Forschungsarbeiten ziehen können. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf die Rückgewinnung von Vertrauen des Publikums gelegt. Allerdings werden auch Maßnahmen aufgezeigt, die über die journalistische Arbeit hinausgehen und staatliche bzw. Landes-Institutionen in die Pflicht nehmen, um langfristig zu verhindern, dass Medien ihre demokratierelevante Funktion und das dafür entscheidende Publikum verlieren.

2 Öffentlichkeit, Medien und Demokratie im digitalen Zeitalter

Wenn PEGIDA-Anhänger*innen klassischen Medien² nicht vertrauen, sie meiden oder beleidigen, ist das ihr Problem und möglicherweise auch eines der kommerziellen Medien, wenn diese einen Teil ihres Publikums verlieren, könnte man unbedarft meinen. Doch so einfach ist es nicht.

Blöbaum (1994) beschreibt die Beziehungen zwischen Massenmedien, Demokratie und Öffentlichkeit als ein Dreieck, in dem Massenmedien³ die Demokratie „sowohl herstellen als auch darstellen“ (322) und fasst zusammen: „In der modernen Gesellschaft bedingen sich Öffentlichkeit und Journalismus: ohne Journalismus keine Öffentlichkeit, ohne Öffentlichkeit kein Journalismus.“ (ebd.: 327f.)



LF 1: Was passiert also mit der Beziehung zwischen Öffentlichkeit, Massenmedien und Demokratie, wenn Bürger*innen klassischen Medien als die Institution der Öffentlichkeit schlechthin ablehnen?

Um beurteilen zu können, welche theoretischen Folgen die Betrachtung der Presse als „Lügenpresse“ hat, müssen zunächst einige Begrifflichkeiten geklärt werden. In Kapitel 2.1 soll deshalb das Gefüge von Öffentlichkeit, Medien, Journalist*innen, Bürger*innen und Demokratie unter die Lupe genommen werden.

Idealtypischerweise greifen Medien Diskurse auf und bieten allen Positionen in der Medienöffentlichkeit ein Forum. Bei PEGIDA hat sich dies als schwierig herausgestellt: PEGIDA-Vertreter*innen haben die Presse nicht nur öffentlich diffamiert, sondern auch Interviews und Stellungnahmen verweigert und Anhänger*innen dazu geraten, nicht mit Pressevertreter*innen zu sprechen (s. Kap. 4.2.2). Doch wie steht es um den Diskurs innerhalb der PEGIDA-Welt bei Facebook? In Kapitel 2.2 werden die Gütekriterien erläutert, die Jürgen Habermas an einen Diskurs und seine Teilnehmer*innen stellt, um später in der Inhaltsanalyse Aussagen über die Qualität des Diskurses auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden treffen zu können.

² Klassische Medien werden in der vorliegenden Arbeit gemäß der Definition von Schweiger (2017) nicht in Abgrenzung zu sozialen Medien, sondern als Gegenpol zu alternativen Medien betrachtet. Demnach stehen alternative Medien „für eine *Gegenöffentlichkeit* zu Mainstream-Medien“ (46; Herv. i. O.). „Sie wollen Interessen durchsetzen und sind gekennzeichnet durch Kritik am Mainstream, einen Fokus auf oppositionelle oder radikale Politik, das Aufgreifen vernachlässigter Themen, marginalisierter Gruppen und sozialer Bewegungen (Rauch 2015: 126). Sie berichten auch deshalb nicht ausgewogen und neutral, um der vermeintlichen Meinungsdominanz der Mainstream-Medien etwas entgegenzusetzen.“ (ebd.: 46). Zum Hintergrund alternativer Medien s. Kap. 4.2.2.1.

³ Unter „Massenmedien“ werden in dieser Arbeit sämtliche publizistische Medien gefasst, die dazu geeignet sind, medienvermittelte öffentliche Kommunikation zu betreiben und zu verbreiten (vgl. Beck 2013a: 196).

Habermas begreift die Mediendemokratie als ein teils defizitäres System, eine „vermachtete[] Arena“ (Habermas 1990: 28), die seinen Kriterien des Diskurses nicht genügt und hegt Hoffnungen, dass das Internet diese Schwächen ausgleichen kann. Gemeinsam mit den Cyberoptimist*innen hofft Habermas auf eine Öffnung der Öffentlichkeit und eine Demokratisierung durch das Internet. In Kapitel 2.3 soll deshalb das Demokratisierungspotenzial des Web 2.0 ausgelotet werden. Mit Blick auf PEGIDA wägt dieser Abschnitt die Chancen für die Demokratie durch das Netz gegen die Gefahren einer digitalen Parallelwelt ab.

2.1 Öffentlichkeit, Medien, Bürger*innen und Demokratie

2.1.1 Die Bedeutung von Medien für die Öffentlichkeit

Begreift man die Öffentlichkeit als ein intermediäres System (vgl. Eilders 2006: 263; Pfetsch/Bossert 2013: 249), dessen Ebenen wie eine Pyramide⁴ aufgebaut sind (vgl. Jarren/Donges 2011: 104ff.; Neidhardt 1989: 25ff.), bilden Massenmedien die Spitze, die einflussreichste Ebene. Die Bürger*innenkommunikation an der Basis der Pyramide ist in Zeiten des Internets zwar in der Lage, Druck auf die professionellen Medienmacher*innen auszuüben, kann die Vormachtstellung der Medien im öffentlichen Diskurs allerdings nicht verhindern (vgl. Schweiger 2017: 16, 105, 133). Luhmann (1996) spitzt die Bedeutung der Medien für die öffentliche Kommunikation zu: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (9).

Medien fungieren somit als Gatekeeper (vgl. Beck 2013b: 100). Moderne Gesellschaften werden deshalb oft als „Mediengesellschaften“ bezeichnet (vgl. Saxer 1998: 53; Sarcinelli 2012: 282; Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 11).

Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudien verdeutlichen die mediale Prägung der Gesellschaft in Deutschland: Lag die tägliche Fernseh-Nutzungsdauer der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland 2000 noch bei 203 Minuten, betrug sie 2014 240 Minuten⁵. Die Nutzung des Internets verzeichnet einen rasanten Nutzungsanstieg von durchschnittlich 17 Minuten pro Tag im Jahr 2000 auf 149 Minuten im Jahr 2017. Davon wurde 2017 rund eine dreiviertel Stunde auf die Mediennutzung verwenden (vgl. Koch/Frees 2017: 439). Allein die Hörfunk-Nutzungsdauer hat leicht abgenommen⁶.

⁴ Die Bedeutung für die politische Kommunikation nimmt innerhalb der Pyramide von unten nach oben zu; genauso die Selektion der Themen. Spontane öffentliche Kommunikation wie z. B. Gespräche in einer Kneipe bilden dabei die Basis, die „Encounter-Ebene“. Die mittlere Ebene bilden „Themen- oder Versammlungsöffentlichkeiten“ wie öffentliche Veranstaltungen oder Demonstrationen (vgl. Jarren/Donges 2011: 104ff.). Schweiger (2017) fasst beide als „öffentliche Bürgerkommunikation“ (16) zusammen.

⁵ Mittlerweile wird in der ARD/ZDF-Onlinestudie nicht mehr explizit nach Mediengattungen erhoben (vgl. Koch/Frees 2017: 434).

⁶ 2000: 205 Minuten; 2014: 192 Minuten (vgl. van Eimeren/Frees 2014: 392)

Die Präsenz von Medien ist so groß und ihre Nutzung so verbreitet, dass diese im Öffentlichkeits-Gefüge nicht mehr gleichwertig neben Akteuren wie Parteien, Verbänden und Bürgerinitiativen stehen, sondern sich zwischen diese, Bürger*innen und politische Entscheidungsträger (s. Abb. 2.1) schieben. So sind Bewegungen wie PEGIDA auf ihre Vermittlungsleistung angewiesen (vgl. Jarren/Donges 2011: 126).

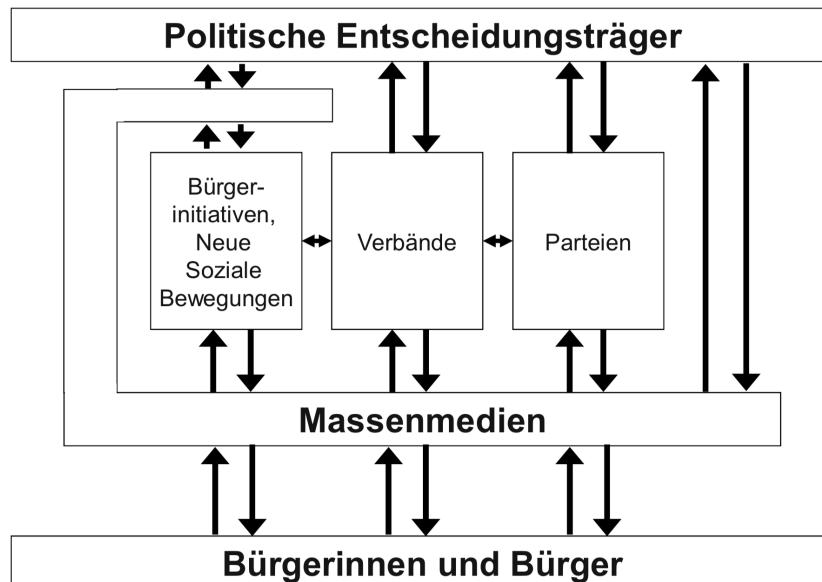


Abb. 2.1: Medial bedingter Wandel des intermediären Systems (Quelle: Jarren/Donges 2011: 126)

Auch wenn PEGIDA versucht hat, sich von der klassischen Medienöffentlichkeit zu emanzipieren (s. Kap. 4.2.2), lässt sich die Bewegung ohne Massenmedien weder erklären noch verstehen (vgl. Hagen 2016: 208).

2.1.2 Die Aufgaben von Medien in der Demokratie


Wenn PEGIDA die Massenmedien als Öffentlichkeitsmittler ablehnen und ihre Positionen nicht über die klassischen Medien verbreiten möchten, heißt das auch, dass die Medien ihre Funktion für die Demokratie nicht mehr einnehmen können – denn dabei sind sie auf ihr Publikum angewiesen. Das Bundesverfassungsgericht hat die Aufgabe der Medien in der Demokratie besonders deutlich im sogenannten *Spiegel-Urteil* beschrieben:

"Soll der Bürger politische Entscheidungen treffen, muß er umfassend informiert sein, aber auch die Meinungen kennen und gegeneinander abwägen können, die andere sich gebildet haben. Die Presse hält diese ständige Diskussion in Gang; sie beschafft die Information, nimmt selbst dazu Stellung und wirkt damit als orientierende Kraft in der öffentlichen Auseinandersetzung. In ihr artikuliert sich die öffentliche Meinung; die Argumente klären sich in Rede und Gegenrede, gewinnen deutliche Konturen und erleichtern so dem Bürger Urteil und Entscheidung" (BVerfGE Beschl. v. 05.08.1966, BVerfGE 20, 162 (35)).

Kurz: Medien haben die „Pflicht, Bürger in Demokratien mit ihrer Berichterstattung zur gesellschaftlichen Teilhabe zu ermächtigen“ (Gerhards/Schäfer 2007: 210).


In Zeiten einer zunehmend von Politikunzufriedenheit geplagten Bevölkerung sieht Sarcinelli (2012) die Medien als die Institution, die durch Kommunikation mit den Bürger*innen die „'gefühlte' Legitimität“ (275) und die Akzeptanz demokratischer Entscheidungen erhöhen kann.

Medien bilden ein Sprachrohr der Bevölkerung, vertreten ihre Anliegen und spiegeln der Politik die Stimmung des Volkes als Grundlage für politische Entscheidungen – ebenso spiegeln sie aber auch die Bevölkerung und stoßen so Lernprozesse in der Öffentlichkeit an (vgl. Branahl 2013: 247; Sarcinelli 2012: 283). Zusätzlich kommt den Medien eine Kontrollfunktion zu: Sie sollen als Watchdog den Mächtigen auf die Finger schauen (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 13; Branahl 2013: 247).

	FF 2.1: Ist die Medienkritik der PEGIDA-Anhänger*innen davon getragen, dass sie der Presse die Nichterfüllung ihrer Aufgaben in der Demokratie vorwerfen?
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.1.3 Die Rolle von Journalist*innen

Durch die Themenwahl sowie das Erwähnen einzelner Akteur*innen beeinflussen Journalist*innen, wie Themen in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden (vgl. Pfetsch/Bossert 2013: 249). Die Auswahlkriterien sind beispielsweise professionelle Regeln wie die Wertigkeit von Nachrichten (vgl. Eilders 2006: 264). Journalist*innen sind idealtypisch im Auftrag des Publikums tätig; Politiker*innen wenden sich an die Medien, wenn sie die Bürger*innen erreichen möchten (vgl. Blöbaum 1994: 330). Doch genau hier scheint es einen Bruch gegeben zu haben – zumindest wenn man das Publikum der PEGIDA-Anhänger*innen betrachtet: Diese fühlen sich nicht mehr durch Journalist*innen verkörpert – zumindest nicht durch die Medien, denen sie vorwerfen, den „Linksfaschisten, Gutmenschen und Islamverharmloser[n]“ „das Gehirn gewaschen“, zu haben, wie es am 17. Dezember 2014 auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden zu lesen war.

	FF 2.2: Hat eine mögliche Parteinahme gegen PEGIDA in der Berichterstattung die Kommentierenden erzürnt?
-------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------

Das Bundesverfassungsgericht befand 1981, dass bestehende Meinungen „im Rundfunk in möglicher Breite und Vielfalt Ausdruck“ (BVerfGE Beschl. v. 16.06.1981, BVerfGE 57, 295 (104)) finden sollen. Es gebe zwar keine Garantie einer so erreichten „gleichgewichtige[n]

Vielfalt“ (BVerfGE Beschl. v. 16.06.1981, BVerfGE 57, 295 (110)), doch müsse der gesetzlich geordnete Rundfunk so arbeiten, dass eine „hinreichende Wahrscheinlichkeit“ (ebd.) auf eine solche Meinungsvielfalt bestehe.

Das Rollenverständnis der einzelnen Journalist*innen ist bei der Ausübung des Berufes allerdings auch von Bedeutung: Übermittler*in von Informationen, Kontrolleur*in der Mächtigen oder Analytiker*in – das Selbstbild von Journalist*innen differiert. Dabei ist die Versuchung, sich in politische Aufgaben einzumischen, ohne demokratisch legitimiert zu sein, oft groß (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 52).



FF 2.3: Hat ein solches Verhalten den Unmut der PEGIDA-Anhänger*innen ausgelöst und ist grundlegend für deren Medienkritik in den Kommentaren auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden?

In öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist der journalistische Alltag zwar reglementiert durch Gesetze und Programmauftrag, doch auch hier definiert kein Statut ein ideelles Rollenbild von Journalist*innen im Detail und auf alle Alltagssituationen bezogen. Tatsächlich kann jeder und jede, ohne eine Prüfung abzulegen oder einen Abschluss in Händen zu halten, Journalist*in sein. So will es das Grundgesetz:

„Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt“ (GG Art. 5, Abs. 1).

Journalist*in ist kein geschützter Beruf. Und auch keiner mit hohem Ansehen: Auf der Skala des Instituts für Demoskopie Allensbach, die das Prestige von Berufen in der Bevölkerung einordnet, hat sich das Ansehen von Journalist*innen 1993 bis 2006 fast halbiert (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 15). 2013 rangierte es auf konstant niedrigem Niveau: Gerade einmal 13 Prozent der Befragten zählten Journalist*innen zu den fünf Berufen, die sie am meisten schätzen. Zum Vergleich: Ärzt*innen wurden von 70 Prozent genannt und versammelten das meiste Ansehen auf sich (vgl. IfD Allensbach 2013). Im *Trust in Professions Report 2016* des GfK Vereins vertrauten gerade einmal 36 Prozent der Befragten Journalist*innen; diese belegten damit einen der hinteren Plätze im Vertrauensvergleich mit anderen Berufen. Feuerwehrleute und Sanitäter*innen führten das Ranking an (vgl. GfK Verein 2016). In den Kommentaren auf der Facebook-Seite von PEGIDA findet sich dieses schlechte Ansehen von Journalist*innen in Begriffen wie „Journaille“⁷ wieder.

⁷ Kommentar auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden vom 13.12.2014.



FF 2.4: Wie ist das Image der Berufsgruppe der Journalist*innen bei den Anhänger*innen von PEGIDA und anderen Kommentator*innen auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden geprägt? Wer steht im Fokus der Kritik: Journalist*innen, Medienhäuser oder bestimmte Themen der Berichterstattung?

2.2 Der deliberative Diskurs nach Habermas

Laut Habermas sind in einer Demokratie politische Entscheidungen nicht nur durch freie Wahlen, sondern auch durch öffentliche Diskurse legitimiert. In seinem Konstrukt einer idealen Diskurs-Öffentlichkeit kommen Bürger*innen und unterschiedliche Interessengruppen an öffentlichen Orten und in den Medien zusammen, um über Probleme zu diskutieren, die für die Gesellschaft wichtig sind. Die Akteur*innen ringen um Macht und Einfluss und wollen das Verhalten der Bürger*innen durch die Kommunikation in der Öffentlichkeit beeinflussen (vgl. Habermas 1990: 27f. und Habermas 2008b: 138).

Der idealtypische Diskurs in der Öffentlichkeit folgt Regeln, die den Zugang (Input), den Ablauf (Throughput) und das Resultat (Outcome) bestimmen (vgl. Schweiger 2017):

- Input: Der Zugang soll offen für alle sein; alle sollen am Diskurs über alle möglichen Themen mit allen möglichen Meinungen teilnehmen können. Die Debatten sollen herrschaftsfrei verlaufen. Das heißt: Nicht die soziale Stellung der Diskutant*innen zählt, sondern nur das bessere Argument (vgl. ebd.: 56).
- Throughput⁸: Im Verlauf der Debatte soll nicht vom Thema abgelenkt und sich gegenseitig zugehört werden. Forderungen sollen sachlich mit Argumenten dargebracht werden und Akteur*innen gegenseitig auf die Argumente der anderen Bezug nehmen. Es zählt, mit Rationalität zu überzeugen, nicht zu täuschen oder zu manipulieren (vgl. ebd.).
- Outcome⁹: Im Idealfall entsteht Konsens unter den Diskursteilnehmer*innen; zumindest aber das Wissen über alle vorgebrachten Argumente. Dies soll wiederum die Basis für die eigene politische Meinung bilden – sowohl bei den Diskutant*innen als auch bei den Zuhörer*innen (vgl. ebd.: 57).

Habermas (1992) definiert Öffentlichkeit als ein gesellschaftliches Warnsystem, das Druck auf

⁸ Die von Jakobs (2014) entwickelten Items zur Bewertung des deliberativen Potentials nach Habermas zielen gerade auf den Ablauf eines idealtypischen Diskurses ab (s. Kap. 5).

⁹ Da die von den Autorinnen analysierten Kommentare durch die Reduktion auf Beiträge mit Medienbezug aus ihrem Kontext gerissen wurden (s. Kap. 5), kann in der Bewertung ihrer diskursiven Qualität im Hinblick auf den Konsens als Outcome eines Diskurses keine Aussage gemacht werden. Schweiger (2017) zufolge enden Online-Diskussionen allerdings „so gut wie nie“ (60) im Konsens. Damit bliebe eine von Habermas aufgestellte Forderung unerfüllt.

die Politik ausübt, indem es Probleme identifiziert, thematisiert und so auf sie aufmerksam macht, sodass diese von politischen Entscheidungsträgern übernommen und bearbeitet werden (vgl. 435). Massenmedien beherrschen die Öffentlichkeit und strukturieren diese gleichzeitig. Sie vermitteln zwischen staatlichen Arenen und den Wähler*innen (vgl. Habermas 2008a: 136). Allerdings zeigt Habermas auch die Schwachstellen der Massenkommunikation auf:

Medien können seine Anforderungen an einen idealisierten Diskurs in der Regel nicht vollständig erfüllen. Denn der Input im Mediensystem ist beschränkt: Die Zahl der Themen, der Zugang für Akteur*innen, die Wahl der Argumente sind limitiert. Massenkommunikation wird meist von Eliten angestoßen und getragen (vgl. ebd.: 166). Das Gatekeeping der Medien ist zwar deshalb sinnvoll, weil durch sie wirklich Wichtiges herausgesucht und so die Komplexität reduziert wird, allerdings sind Sender und Zeitungen von (ökonomischen) Zwängen abhängig, was die Chancengleichheit der Akteur*innen und ihrer Argumente gefährdet (vgl. ebd.: 177). Ansichten von ressourcenschwachen Personen ohne Macht, politisches Amt, Geld und Einfluss, die nicht in Interessengruppen organisiert sind, werden so selten gehört und vornehmlich massenattraktive, wenig komplexe, boulevardeske Inhalte publiziert, was ein Legitimationsproblem in der Demokratie darstellt (vgl. Schweiger 2017: 57).

Auch Nuernbergk (2013) betont, dass nicht alle Akteur*innen über die gleichen Chancen verfügen, Zugang zur klassischen Medienöffentlichkeit zu erlangen. So ist davon auszugehen, „dass bestimmte Perspektiven auf ein Thema innerhalb der durch Presse und Rundfunk hergestellten Öffentlichkeit gar nicht bereitgestellt werden“ (94). Laut Schmitt-Beck und Pfetsch (1994) würde gerade den Perspektiven von „nicht-etablierten 'Herausforderern'“ (133) durch die Medien kein Forum geboten.

Das Internet könnte nach der Ansicht von Habermas (2008b) Abhilfe schaffen und eine ideale Plattform für den Diskurs bilden. Er unterstellt ihm das Potenzial, „die Schwächen des abstrakten und asymmetrischen Charakters¹⁰ der Massenkommunikation auszugleichen, indem es den Wiedereinzug interaktiver und deliberativer Elemente in einen unreglementierten Austausch zwischen Partnern zulässt, die virtuell, aber auf gleicher Augenhöhe miteinander kommunizieren“ (161).



FF 2.5: Inwieweit entspricht die Kommunikation auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden den Habermas'schen Kriterien eines Diskurses und führt unterschiedliche Meinungen in einer Diskussion zusammen?

¹⁰ „Abstrakt“ sind die Massenmedien deshalb, weil sie ohne die physische Anwesenheit eines Publikums auskommen, das mit Gesten, Blicken und Meinungsäußerungen auf das Publierte reagiert. „Asymmetrisch“ sind sie, weil die Rollen von Sprecher*innen und Publikum in der Massenkommunikation klar verteilt sind und den Adressat*innen eine passive Rolle zukommt. Die Sprecher*innen müssen nicht direkt Rede und Antwort stehen (vgl. Habermas 2008b: 158ff.).

2.3 Demokratisierung der Kommunikation durch das Web 2.0?

Erfüllt das Web 2.0 die von Habermas formulierten Hoffnungen an eine ideale Diskurs-Plattform? Die Zugangsbeschränkungen zur Teilnahme an Diskursen im Internet sind zwar gering, es ist allerdings durch das Internet auch so leicht wie noch nie, sich mit ähnlich denkenden Menschen zu umgeben, dissonante Kommunikationsräume zu meiden und die Meinungen der „Peer-Group“ (Peter/Brosius 2013: 465) auf die gesamte Gesellschaft zu übertragen.

Um die Kommunikation auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden einordnen zu können, soll im folgenden Kapitel deshalb ein Blick darauf geworfen werden, wie Forscher*innen das Potenzial von Online-Kommunikation einschätzen.

2.3.1 Merkmale von Online-Kommunikation in den Augen der Cyberoptimist*innen

Das Internet hat sich seit den 1990er Jahren von einem Kommunikationsmedium, das vor allem aus Texten bestand, zu einer interaktiven und multimedialen Mitmach-Plattform gewandelt (vgl. van Eimeren/Frees 2014: 385).

Als O'Reilly in seinem Aufsatz *What Is Web 2.0* die neuen Möglichkeiten des Internets auf sozialer, technischer, rechtlicher und wirtschaftlicher Ebene reflektierte und so den Begriff des „Web 2.0“ (O'Reilly 2005) prägte, brach ein regelrechter „Cyberoptimismus“ (Schulz/Rössler 2013: 209) aus.

Gerhards und Schäfer (2007) fassen die Erwartungen der Cyberoptimist*innen an das Web 2.0 wie folgt zusammen:

„Man hofft, dass im Internet als einem frei zugänglichen Medium mit geringen Zugangsbarrieren andere, vor allem ressourcenschwache Akteure etwa aus der Zivilgesellschaft einen Zugang zur Öffentlichkeit erhalten, der ihnen bei den ‚alten‘ Medien verwehrt bleibt. Man hofft weiterhin, dass im Internet alternative, eher nicht hegemoniale Deutungen von Themen vermittelt werden und dass die Verbreitung von und der Zugang zu Informationen dezentralisiert wird.“ (211f.)

Tatsächlich können durch das Internet Individuen, definierte Gruppen oder auch eine anonyme Masse an Menschen sowohl Sender*in als auch Empfänger*in einer Botschaft sein (vgl. Emmer 2005: 26). Öffentliche Kommunikation ist in den klassischen Massenmedien fast immer professionelle Kommunikation – vermittelt durch Journalist*innen oder PR-Leute als Gatekeeper. Online gewinnt die Laienkommunikation erheblich an Bedeutung und weicht das Gatekeeper-Monopol auf (vgl. Neuberger 2009: 21 und 38f.). Die Laienkommunikation verändert die Auswahl der Informationen. Sie kann auch Gegenpositionen zu denen von den Massenmedien vertretenen Meinungen einnehmen. So können im Internet Fehler von Journalist*innen „leicht aufgedeckt und mit weiteren Quellen und Darstellungen Dritter verlinkt werden“ (Nuernbergk 2012: 5).

Neuberger und Lobigs (2010) untersuchten, ob es online eine größere Vielfalt an Fakten, Positionen und Akteur*innen gibt als in klassischen Medien. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass die Vielfalt im Internet tatsächlich größer ist (vgl. 94). Besonders soziale Netzwerke und Communitys¹¹ zeigten eine größere Vielfalt, wenn es um unterschiedliche Positionen ging. Bei den Fakten boten allerdings die Internet-Angebote der Rundfunksender eine breitere Vielfalt (vgl. ebd.: 95).

Zu den Eigenheiten des Internets gehört ebenfalls, dass das Bereitstellen von Informationen an sehr geringe Hürden finanzieller und rechtlicher Art gebunden ist. Zudem bietet das Internet keine Beschränkungen, was den Umfang von Publikationen angeht, und ist unabhängig vom Aufenthaltsort nutzbar, was Informationsbestände global zugänglich macht (vgl. Gerhards/Schäfer 2007: 211).

Auch scheint das Internet Nutzer*innen politischer werden zu lassen: Erkenntnisse aus einer mehrjährigen Panelbefragung von Seifert (2012) legen nahe, dass die Internetnutzung bei Bürger*innen mit wenig politischem Interesse zu mehr Gesprächen über Politik geführt hat – online wie offline. Damit besitzt die Internetnutzung das Potenzial, bisher politikferne Schichten an Politik heranzuführen (vgl. 204).

Analog zur ökonomischen Theorie des Web 2.0, die besagt, dass es Unternehmen erst durch das Web 2.0 möglich geworden ist, den Long Tail, also kleine Kundengruppen, effizient anzusprechen, ermöglicht das Web 2.0 auf der sozialen Ebene die Netzwerkbildung fragmentierter Gruppen. Einzelne User*innen können sich unabhängig von Ort und Zeit zu sonst vielleicht weniger beachteten Themen zusammenfinden (vgl. Hagen 2016: 216 und Rucht/Yang/Zimmermann 2004: 6).

Das Web 2.0 hat nach diesem Prinzip auch Gleichgesinnte unter dem Label PEGIDA zusammengeführt und zu einer Bewegung gemacht. Hagen (2016) bestätigt, dass die Facebook-Seite PEGIDA erweitert und stabilisiert hat (vgl. 217).

Die als *Arabischer Frühling* bekannt gewordenen Revolutionen, die im Dezember 2010 in Tunesien begannen, sowie die *Occupy*-Bewegungen 2011 haben den Cyberoptimisten weiteren Aufschwung gegeben (vgl. Kneuer/Richter 2015: 28).

2.3.2 Enttäuschte Hoffnungen im Web 2.0

Es gibt allerdings auch Gegenstimmen, die den Argumenten der Cyberoptimist*innen die negativen Effekte der Internetnutzung entgegenstellen. So beispielsweise der

¹¹ Zu sozialen Medien oder Social Media werden in der vorliegenden Arbeit gemäß der Definition von Margetts et al. (2016) folgende Angebote gezählt:

„Internet-based platforms that allow the creation and exchange of user-Generated content, usually using either mobile or web-based technologies. They can take many forms, including blogs and micro blogs [...]; social networking sites [...]; content-sharing sites [...]; social bookmarking sites [...]; projects to produce online goods [...]; and virtual worlds for gaming or socializing [...].“ (5-6)

Rechtswissenschaftler und Internetaktivist Pariser. In seinem viel zitierten Buch *The Filter Bubble. What the Internet Is Hiding from You* beschreibt Pariser das Phänomen der Filterblasen: „Algorithmische Beobachter“ (Pariser 2012: 11), wie *Google, Yahoo, YouTube, Microsoft Live* und *Facebook* sie beispielsweise nutzen, lesen die Interessen der Internetnutzer*innen mit und filtern dann gemäß der Vorlieben der User*innen Informationen¹². Dadurch entsteht, so Pariser, „ein ganz eigenes Informationsuniversum“ (ebd.: 16f.), eine immer enger werdende, endlose „Ich-Schleife“ (ebd.: 24), ein „Informationsdeterminismus“ (ebd.). Der digitale Raum wird „immer mehr zu einem einseitigen Spiegel, der [die] persönlichen Interessen reflektiert“ (ebd.: 11).

Pariser gibt zu, dass Menschen auch vor der Nutzung des Internets bestimmte, ihren Interessen entsprechende Medien konsumiert haben. Er sieht allerdings durch das Web 2.0 die Dynamik der Filterblase deutlich verstärkt (vgl. ebd.: 17f.):

- So ist man in der digitalen Blase allein. Anders als bei einem Special Interest-Magazin beispielsweise filtern die Algorithmen deutlich individueller. Dadurch wird selten ein Bezugsrahmen von mehreren Benutzer*innen geteilt.
- Zudem wird für die Internetnutzer*innen nicht deutlich, nach welchen Kriterien gefiltert wird.
- Weiterhin begibt man sich nicht freiwillig in eine Filterblase. Nutzer*innen wissen oft nicht einmal, dass sie nur bestimmte Informationen angezeigt bekommen – anders als beispielsweise beim Kauf einer politisch konservativ oder links ausgerichteten Zeitung.

Pariser geht sogar so weit, zu behaupten, dass die Filterblase dadurch identitätsverändernd wirkt, dass sie einige Handlungs- und Entwicklungsoptionen zeigt und andere ausblendet. Dies beeinflusst individuelle Entscheidungen und somit die Identität (vgl. ebd.: 121).

Pariser gibt zu bedenken, dass die Filterblase durch Facebooks Like-Button – und nicht etwa einen Wichtig-Button – vor allem eine „emotionale Welt“ (ebd.: 159) kreiert. Die Erweiterungen, die Facebook Anfang 2016 unter dem Namen *Facebook Reactions* einführt, haben diese Entwicklung noch verstärkt: Als weitere Reaktionen stehen nun neben dem Like-Button „Love“, „Haha“, „Wow“, „Sad“ und „Angry“ zur Verfügung (vgl. Berger 2016).

Pariser (2012) sieht ein besonders schwerwiegendes Problem darin, dass die Filterblase eine öffentliche Debatte erschwert: Über Facebook könnten Informationen gezielt bestimmten Gruppen zugespielt werden – sind Medienvertreter*innen davon ausgeschlossen, können sie diese Informationen schwerlich in ihre Meinungsbildung mit einbeziehen und deren Wahrheitsgehalt prüfen. Algorithmische Filterung, so Pariser, behindert folglich auch journalistische Arbeit (vgl.

¹² Als wichtigste Selektionsstrategie der Personalisierung in sozialen Netzwerken stellt Schweiger (2017) die „Beziehungsstärke“ (86) heraus: Beiträge von anderen Nutzer*innen in sozialen Netzwerken werden einer Nutzer*in mit größerer Wahrscheinlichkeit angezeigt, je enger sie mit ihnen verbunden ist – über Interaktion wie Nachrichtenschreiben, Liken, Followen etc. (vgl. ebd.: 86).

163f.).

Wegen der fehlenden gemeinsamen Sicht auf die Welt und der daraus resultierenden fehlenden Grundlage für einen Dialog in der Gesellschaft sieht Pariser auch die Demokratie durch die personalisierte Informationsfilterung gefährdet (vgl. ebd.: 171). Die Filterblase schafft einen „manipulierten öffentlichen Raum“ (ebd.: 173), der im Widerspruch zu allem steht, was Cyberoptimist*innen einst vom Web 2.0 erwarteten.

Von Nordheim hat bei seiner Untersuchung der Twitter-Aktivität nach dem Amoklauf in München am 19. Mai 2016 eben diese von Pariser gefürchtete Blase erkennen können und „zwei beinahe isolierte“ (von Nordheim 2016) Cluster an diesem Tag twitternder Accounts identifiziert.

Andere Autor*innen mildern Parisers Bedenken bezüglich der Filterblasen ab. Der Journalist Sixtus wirft ein, dass die Filterblasen meist durch das Folgen und Liken der User*innen und nicht durch rein technische Individualisierung entstehen. Sie seien also durchaus selbst gemacht und User*innen ihnen nicht schutzlos ausgeliefert (vgl. Sixtus 2016).

Die Nutzung von Facebook stagniert in Deutschland laut der aktuellen ARD/ZDF-Onlinestudie von 2017: 21 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland nutzen täglich Facebook; 33 Prozent mindestens wöchentlich, was eine Abnahme von jeweils einem Prozentpunkt im Vergleich zum Vorjahr darstellt (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2017: 8).

Laut dem *Reuters Institute Digital News Survey 2017* ist für rund die Hälfte die Altersgruppe der 18- bis 34-Jährigen das Internet Nachrichtenquelle Nummer eins (vgl. Hölig/Hasebrink 2017: 20)¹³. Insgesamt sind für diejenigen, die angaben, Nachrichten hauptsächlich aus dem Internet zu beziehen, die Online-Angebote klassischer Nachrichtenproduzenten aus dem Rundfunk und Print-Bereich am wichtigsten. Dabei kommen die Nutzer*innen am häufigsten über den gezielten Aufruf einer Marke zu den Nachrichten – dies kann entweder direkt über einen Ausspielweg des Unternehmens oder über die gezielte Eingabe der Nachrichten-Marke in einer Suchmaschine geschehen. Rund 39 Prozent kommen laut der Studie rein algorithmisiert zu den Nachrichten – entweder über die Eingabe eines Themas in einer Suchmaschine, Social Media oder Nachrichten-Aggregator (vgl. Hölig/Hasebrink 2017: 32).

Hier sieht Schweiger (2017) eine große Gefahr der Desinformation: Je mehr Bürger*innen sich auf Nachrichten-Aggregatoren beschränken, desto leichter kommen sie mit Falschmeldungen und Halbwahrheiten in Kontakt (vgl. 153).

Dazu kommt noch ein Problem: Medienhäuser posten ihre Beiträge in Online-Netzwerken oft nicht, weil sie für die Gesellschaft relevant sind, sondern weil bei ihnen die Wahrscheinlichkeit besteht, dass sie möglichst viel Aufmerksamkeit und Nutzer*innen-Reaktionen bekommen (vgl.

¹³ Für den Durchschnitt in Deutschland gilt allerdings: Das Fernsehen ist für die Allgemeinheit der erwachsenen Internetnutzer*innen in Deutschland die Hauptquelle für Nachrichten (vgl. Hölig/Hasebrink 2017: 20).

Schweiger 2017: 183)

Facebook wäre eigentlich ein idealer Draht von Nutzer*innen in die Redaktion, um Journalist*innen zu korrigieren, nachzufragen und Anregungen zu geben. Doch Studien zeigen, dass die meisten Facebook und das Internet mit seinen Partizipationsmöglichkeiten lediglich passiv nutzen:

Laut *Reuters Institute Digital News Survey 2017* beteiligt sich der größte Anteil der erwachsenen Onliner*innen in Deutschland in keiner Weise an der Nachrichtenberichterstattung: kommentiert und bewertet nicht, teilt keine Artikel, schreibt keinen Blog, nimmt nicht an Umfragen von Nachrichtenportalen teil (vgl. Hölig/Hasebrink 2017: 44ff.).

Das deckt sich mit den Erkenntnissen der ARD/ZDF-Online-Studie 2016 zur Partizipationsfreudigkeit der deutschen Internetnutzer*innen, nach denen lediglich drei Prozent der Befragten an Internetforen teilnahmen (vgl. Koch/Frees 2016: 429).¹⁴

Auch Rucht, Yang und Zimmermann (2004) kommen eher zu pessimistisch stimmenden Ergebnissen, wenn es um die Frage geht, ob das Internet sonst eher passive Akteur*innen einbinden kann, und legen nahe, dass das Internet in seiner Funktion, politisch zu mobilisieren, überschätzt wird (vgl. 4).

Gerhards und Schäfer (2007) kommen bei ihrem Vergleich der öffentlichen Kommunikation im Internet und in den Printmedien zu dem Ergebnis, dass „sich auf der Akteurs- und auf der Inhaltsebene kaum Indizien dafür finden lassen, dass das Internet einen demokratischeren, egalitäreren Kommunikationsraum konstituiert als die Printmedien“ (224).

Viele Forscher*innen sehen also die Tendenz, dass im Web 2.0 wenig Diskurs, Austausch und Erweiterung des öffentlichen Raumes stattfindet. Jedoch machen sie dafür, anders als Pariser, nicht nur die personalisierenden Algorithmen, sondern vielmehr das menschliche Verhalten verantwortlich.

Dieses sehen vor allem die zum Zeitpunkt ihrer Studie für Facebook arbeitenden Forscher*innen Bakshy, Messing und Adamic (2015) für ausschlaggebend, wenn es um ein einstellungskonformes Umfeld geht (vgl. 1132). In der Studie, die auch das Science Magazine veröffentlicht hat, haben sie für den US-amerikanischen Raum untersucht, in welchem Maß Facebook mit seinen Algorithmen für politische Filterblasen verantwortlich ist. Gemäß ihren Untersuchungen erhöhe der Facebook-Algorithmus gerade einmal um fünf Prozent bei konservativen User*innen und um acht Prozent bei Liberalen den Anteil einstellungskonformer

¹⁴ Diese Erkenntnisse zur Partizipation im Web 2.0 decken sich mit älteren Studien: So zeigte auch die ARD/ZDF-Onlinestudie von 2012, dass die meisten User*innen das Internet eher passiv konsumierend und nicht aktiv gestaltend nutzen (vgl. van Eimeren/Frees 2012: 365). Zur „Digitale[n] Avantgarde“ (ebd.: 370) zählten 2012 demnach gerade einmal ein Prozent aller Internetnutzer*innen in Deutschland. Diese zeichnet sich dadurch aus, dass sie neben sozialen Netzwerken auch „aktiv informationsgetriebene Social-Media-Angebote wie Blogs und insbesondere Twitter“ (ebd.) nutzt. Twitter nutzten laut der aktuellen ARD/ZDF-Onlinestudie von 2017 gerade einmal drei Prozent der Befragten mindestens wöchentlich (vgl. Koch/Frees 2017: 444).

Posts (vgl. ebd.: 1131).

Also ist Facebook schuldlos am Phänomen der Filterblasen? Schweiger (2017) glaubt dies nicht. Er sieht „eine Kombination aus menschlichem Verhalten in konkreten Situationen und deren algorithmische Verstärkung“ (103) als Ursache für ein einstellungskonformes Online-Universum.

Individuen neigen dazu, Informationen zu suchen, wahrzunehmen, zu interpretieren und zu erinnern, die ihrer Meinung entsprechen und diese bestätigen, um kognitive Dissonanz zu vermeiden (vgl. Peter/Brosius 2013: 467). Auch dieses Verhaltensmuster trägt dazu bei, die theoretischen Potenziale des Web 2.0 zu limitieren. Dieses Phänomen wird Confirmation Bias oder auch Bestätigungsfehler genannt (vgl. ebd.). Die Neigung, bestehende Einstellungen zu multiplizieren, haben Del Vicario et al. (2015) bei ihrer Untersuchung zur Online-Verbreitung von Wissenschaftsmeldungen und Verschwörungstheorien bestätigt. Ihren Erkenntnissen nach, werden Informationen bei Facebook vornehmlich unter Gleichgesinnten geteilt. Dieses Zirkulieren von Informationen beschreiben die Forscher*innen als „Echokammern“¹⁵ (554), ein Begriff, den bereits 2001 Sunstein geprägt hat.

Für die USA hat das Pew Research Center (2016) über zwanzig Jahre hinweg die Einstellungen von Demokraten und Republikanern untersucht und konnte belegen, dass der ideologische Graben zwischen beiden ab 2004 deutlich tiefer geworden ist (vgl. 5ff.). Dass das Auseinanderdriften gerade ab 2004 zu verzeichnen ist, kann mit der zeitgleichen massenhaften Verbreitung des Internets in den USA zusammenhängen (vgl. Schweiger 2017: 152f.).

Dass die sozialen Medien polarisieren und sich User*innen zumeist in ihren ideologischen Echokammern aufhalten, konnten Flaxman, Goel und Rao (2016) bei der Untersuchung des Browsings von 50.000 Nutzer*innen feststellen: Diese tendierten ganz im Sinne der Vermeidung kognitiver Dissonanz dazu, eher ideologisch ähnliche Publikationen zu lesen: Dies war unabhängig davon der Fall, wie die User*innen Nachrichten konsumierten – ob über die sozialen Medien, aggregiert über Google News, über die gezielte Suche in einer Suchmaschine oder direkt über eine Nachrichtenhomepage. Die Wissenschaftler resümieren: „In this sense, many – indeed nearly all – users exist in so-called echo chambers“ (317).



FF 2.6: Fungiert auch die Facebook-Seite von PEGIDA Dresden als Echokammer? Ist sie dazu geeignet, zu polarisieren, oder ist dort ein Austausch zwischen PEGIDA-Anhänger*innen und -Gegner*innen zu beobachten?

¹⁵ Bakshy, Messing und Adamic (2015) grenzen den Begriff der “echo chambers“ (1130) wie folgt von dem der Filterblase ab: Echokammern sind digitale Räume, in denen Individuen lediglich Informationen von Gleichgesinnten ausgesetzt werden, Filterblasen hingegen beschreiben die Personalisierung von Informationen durch Algorithmen gemäß dem individuellen Nutzungsverhalten (vgl. ebd.).

Enttäuscht das Web 2.0 also nicht nur die Hoffnungen der Cyberoptimist*innen, sondern schafft auch noch weniger Raum für Austausch als Face-to-Face-Begegnungen? Untersuchungen des Pew Research Research Centers haben ergeben, dass diejenigen, die in Face-to-Face-Diskussionen polarisierende politische Themen meiden, auch in sozialen Medien keine größere Gesprächsbereitschaft zeigen (vgl. Hampton et al. 2014: 2f.).

Die Forscher*innen konnten auch den Effekt der Schweigespirale¹⁶ nachweisen: Sie stellten fest, dass die Gesprächsbereitschaft steigt, wenn davon ausgegangen werden kann, dass das Publikum die eigene Meinung teilt. Dies gilt sowohl online als auch offline. Hampton et al. vermuten, dass die Schweigespirale sich vom digitalen ins analoge Leben überträgt: Wenn es ein die eigene Meinung bestärkendes Online-Umfeld gibt, ist auch in persönlichen Diskussionen der Wille größer, die eigenen Einstellungen mitzuteilen (vgl. ebd.: 2).

Was den Umgangston und die gegenseitige Achtung von Diskussionsteilnehmer*innen in Online-Kommunikationen angeht, hat eine Forsa-Umfrage im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW (2016) interessante Ergebnisse geliefert. Das Institut hat deutschsprachige, private Internetnutzer*innen ab 14 Jahren in Deutschland dazu befragt, ob sie schon einmal mit Hate Speech¹⁷ im Internet konfrontiert worden sind. Die beunruhigende Erkenntnis: Rund zwei Drittel der Befragten sind ihr bereits begegnet; jede*r Vierte sogar schon häufig oder sehr häufig. Zwischen 14 und 24 Jahren trifft Letzteres sogar auf jede*n Zweite*n zu (vgl. 3) – diese Zahlen sollten Cyberoptimist*innen beunruhigen.

Die Anonymität im Internet kann dazu führen, dass User*innen, die gegen die Netiquette einer Gruppe verstoßen, oft nichts zu befürchten haben und unerkannt beleidigen, hetzen und pöbeln. Die Asynchronität beim Kommentieren in Online-Netzwerke führt dazu, dass die Sanktionsmöglichkeiten im Internet generell als gering wahrgenommen werden (vgl. Schulz/Rössler 2013: 95). In der Sozialpsychologie spricht man deswegen von einem „Online-Enthemmungseffekt“ (Schweiger 2017: 62).

Das SIDE-Modell (Social Identity Mode of Deindividuation Effects) geht nicht davon aus, dass Anonymität per se aggressives Verhalten fördert¹⁸, hält es aber für wahrscheinlich, dass

¹⁶ In ihrem Konstrukt der Schweigespirale beschrieb Noelle-Neumann, dass Menschen fürchten, isoliert zu werden, wenn ihre Meinung der in der Öffentlichkeit dominanten widerspricht und deshalb schweigen. Laut Noelle-Neumann (1980) schätzen Menschen das gesamtgesellschaftliche Meinungsklima mithilfe eines „quasistatistische[n] Organ[s]“ (164) ein: „Indem die einen laut reden, öffentlich zu sehen sind, wirken sie stärker als sie wirklich sind, die anderen schwächer, als sie wirklich sind. Es ergibt sich eine optische oder akustische Täuschung für die wirklichen Mehrheits-, die wirklichen Stärkeverhältnisse, und so stecken die einen andere zum Reden an, die anderen zum Schweigen, bis schließlich die eine Auffassung ganz untergehen kann.“ (Noelle-Neumann 1995: 378 f.)

Noelle-Neumann unterstellt den Medien eine große Wirkung bei dieser Dynamik: Nur diejenigen, die sich vom Medientenor unterstützt fühlen, sind bereit, in der Öffentlichkeit zu reden und Position zu beziehen (vgl. Noelle-Neumann 1996: 297).


¹⁷ Meibauer (2013) definiert Hate Speech sprachwissenschaftlich als „sprachliche[r] Ausdruck von Hass gegen Personen oder Gruppen [...] insbesondere durch die Verwendung von Ausdrücken, die der Herabsetzung und Verunglimpfung von Bevölkerungsgruppen dienen.“ (1)

¹⁸ Im Gegensatz zum mittlerweile überholte Ansatz der *Deindividuation* (vgl. Schulz/Rössler 2013: 101).


Anonymität die Verhaltensorientierung an beobachtbaren Normen verstärkt (vgl. Spears/Lea 1994). Denn eine kollektive Anonymität macht eine Gruppe homogener, sodass gruppenspezifische Normen noch deutlicher hervortreten. Gleichartiges Verhalten wird wichtig, um nicht negativ aufzufallen.

Für die Facebook-Seite von PEGIDA heißt das wiederum: Wenn Pöbeln, Hetzen und Beleidigen zur Norm werden, werden sich User*innen daran orientieren.

Dieser Effekt kann noch verstärkt werden, wenn Individuen die kollektive Identität durch beispielsweise gruppenspezifische Symbole oder Farben in ihren Profilbildern verstärken und sich so entindividualisieren (vgl. Schweiger 2017: 62).

	FF 2.7: Herrscht in den untersuchten Kommentaren eine kollektiv empfundene Identität unter den Kommentator*innen? Dies möchten die Autorinnen anhand dessen analysieren, ob die Personalpronomen „wir“ oder „uns“ genutzt werden, um sich als Teil der PEGIDA-Bewegung kenntlich zu machen.
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Die Gruppenidentität wird genauso durch einen einheitlichen Deutungsrahmen geprägt, der sich in einem einheitlichen Vokabular ausdrücken kann, sowie von einer Abgrenzung der Ingroup zur Outgroup durch ablehnende Klischeebilder von Nicht-Mitgliedern. Hier kann von einem von der Gruppe geschaffenen Frame, einem bestimmten Bezugsrahmen gesprochen werden, der die Sicht auf ein Thema in bestimmter Weise strukturiert und damit zur Meinungsbildung beiträgt (vgl. Scheufele 2013: 96).

	FF 2.8: Liegt ein einheitlicher Deutungsrahmen in den analysierten Kommentaren vor, der sich durch ein ähnliches Vokabular erkennen lässt?
-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Die Entwicklung einer kollektiven Identität ist auch ein zentraler Bestandteil der Bewegungstheorie. Dass sich PEGIDA als eine solche sieht, ist auch in den von den Autorinnen analysierten Kommentaren zu lesen.¹⁹ Eine Konsonanz der Gefühle ist für eine Protestbewegung besonders wichtig (vgl. Castells 2012: 14f.). Kneuer und Richter (2015) unterstreichen, dass eine solche durch die offene Kommunikation über Facebook schnell herzustellen ist, da Facebook „eine selbstreferentielle Blasen-Bildung homogener Gefühlslagen“ (65) befördert.

Durch diese selbstreferentielle Identität hat sich PEGIDA, so Schweiger (2017) zu einer Gruppe entwickelt, deren Mitglieder „demokratische Werte und Spielregeln ablehnen, einen Verstoß gegen sie erlauben oder sogar für nötig erachten“ (63). Schweiger spricht von einer

¹⁹ Zur Einordnung von PEGIDA als Bewegung in der Wissenschaft s. Kap. 4.

Radikalisierung der Gruppe – sowohl online als auch offline (vgl. ebd.).



FF 2.9: Inwieweit hat eine Radikalisierung stattgefunden? Um dies zu ermitteln, haben die Autorinnen den Umgangston in den Kommentaren erhoben.

2.4 Fazit

Im Alltag ist das Internet in Deutschland immer präsenter: Von 1997 bis 2016 ist der Anteil der Menschen²⁰, die das Internet zumindest selten nutzen, von 6,5 auf 89,8 Prozent gestiegen²¹ (vgl. Koch/Frees 2017: 435). Die Gesamtbevölkerung verbrachte 2017 im Schnitt mehr als zwei Stunden pro Tag im Netz. Der größte Teil der Nutzung entfiel dabei auf Tätigkeiten wie Surfen, Shoppen und Spielen. Einen etwas kleineren Anteil an der Nutzungsdauer hatte die Kommunikation, gefolgt von der medialen Nutzung (vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2017: 4).

Theoretisch spricht viel für die auch von Habermas geäußerte Hoffnung, dass die Online-Kommunikation das Potenzial hat, die Gesellschaft demokratischer zu gestalten, Diskurse zu erweitern und bisher ungehörten Akteur*innen in der Öffentlichkeit ein Forum zu schaffen. Allerdings entsprechen die Erkenntnisse zur Polarisierung und Fragmentierung der Gesellschaft in Echokammern, zur Wirksamkeit der Schweigespirale in Online-Diskursen, die Daten zu Hate Speech und der potenziellen Radikalisierung von Online-Communitys durch Anonymität und der schwachen gesamtgesellschaftlichen aktiven Partizipation im digitalen Raum nicht dem Habermas'schen Idealbild einer herrschaftsfreien Kommunikation und dem Austausch rationaler Argumente mit dem Ziel, einen Konsens oder zumindest einen Wissensaustausch zu schaffen. Zusammenfassend muss man wohl zu dem Schluss kommen, dass das Internet in der Realität oft alles andere als eine ideale Plattform für deliberative Diskussionen ist.

Ob dies auch für die Facebook-Gruppe von PEGIDA Dresden gilt, wird die Inhaltsanalyse der dort verfassten Kommentare in Kapitel 6 zeigen.

Durch die massenhafte Nutzung des Internets hat die Bürger*innenkommunikation im Vergleich zur Medienöffentlichkeit deutlich an Bedeutung gewonnen. Möglicherweise überschätzen PEGIDA-Anhänger*innen mit ihrer Kritik am Medienmainstream also den realen Einfluss der „Lügenpresse“. Doch allein der Vorwurf hat Auswirkungen – was wieder zu der Ausgangsfrage des Kapitels *Öffentlichkeit, Medien und Demokratie im digitalen Zeitalter* führt. Die Ausführungen über die Strukturen und Akteur*innen im Öffentlichkeitsgefüge machen deutlich: Ohne sein Publikum hat der Journalismus ein Problem und kann seiner Funktion als Entscheidungshilfe und orientierende Kraft nicht mehr nachkommen.

²⁰ Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland.

²¹ „Ab 2017 wird die Internetnutzung neu erfasst: Als berechneter Wert aus 15 Internettätigkeiten; davor: pauschale Abfrage 'Internet genutzt'.“ (Koch/Frees 2017: 435)

Eine zentrale Aufgabe der klassischen Medien muss in Zukunft deshalb sein, das Vertrauen der Bevölkerung und insbesondere der populistischen Strömungen wie PEGIDA wieder zurückzugewinnen. Ob oder mit welchen Maßnahmen das gelingen kann, soll der Ausblick dieser Arbeit in Kapitel 7 skizzieren.

Zunächst soll allerdings besprochen werden, welche Rolle aus theoretischer Sicht die Medienkritik von PEGIDA, also die Sicht eines Teilpublikums, bei der Bewertung journalistischer Qualität überhaupt spielen kann und wie diese Kritik greifbar gemacht werden könnte.

3 Journalistische Qualität und Vertrauen

Mit dem Vorwurf der „Lügenpresse“ drücken PEGIDA ihre Unzufriedenheit mit der Arbeit der Medien in der Bundesrepublik unmissverständlich aus. Ohne auf spezifische Gründe eingehen zu müssen, wird deutlich, dass PEGIDA das Funktionieren der Medien als vermittelnde Instanz in der Demokratie (s. Kap. 2.1.1) offen anzweifeln. Diese Skepsis kann als bedrohlich für das Funktionieren der Öffentlichkeit in einer demokratisch verfassten Gesellschaft gesehen werden.

Für die genaue Betrachtung der Medienkritik PEGIDAS in den FB-Kommentaren stellen sich zunächst weitere theoretische Fragen. Es soll untersucht werden, inwiefern PEGIDA als Teilpublikum und medienkritische Instanz ernst genommen werden muss und kann. Dies geschieht zunächst mit einem kurzen Überblick über die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit journalistischer Qualität: Welche Kriterien der Qualität legt sie an den Journalismus an und welche Rolle spielt das Publikum dort ganz allgemein für die Begründung von Qualitätskriterien (s. Kap. 3.1)? Dies kann zum einen als Basis dienen, die empirischen Befunde der Inhaltsanalyse im Sinne der Wissenschaft zu bewerten und weitere Überlegungen für den Umgang mit jener Kritik anzustellen (s. Kap. 6 und 7); zum anderen soll kritisch betrachtet werden, welche Rolle dem Publikum von Seiten der Theorie bisher zugeschrieben wurde. Müssen journalistische Qualitätskriterien im Hinblick auf die Bedürfnisse des Publikums neu bewertet werden – und inwiefern ist dies überhaupt möglich?

Im zweiten Abschnitt (Kap. 3.2) rückt das Publikum als medienkritische Instanz in den Vordergrund. Zunächst soll gezeigt werden, welche Probleme sich beim Umgang mit dem Begriff des Publikums ergeben (s. Kap. 3.2.1.). Aufgrund der Schwierigkeit, die Qualitätsansprüche des Publikums zu ermitteln, das keine homogene Einheit darstellt, werden hier keine einzelnen kritisierenden Stimmen exemplarisch dargestellt. Stattdessen wird der Frage nach dem Vertrauen des Publikums in den Journalismus nachgegangen. Vertrauen dient als Element, das die Kritik verschiedener Teilpublika in einem Charakteristikum verbindet – so auch bei PEGIDA, deren Medienkritik dann in Kapitel 4.2.2 so weit herausgearbeitet wird, wie es die bisherige Studiengrundlage zulässt.

3.1 Journalistische Qualität in der Wissenschaft: Das Publikum als Maßstab?

Die Frage nach journalistischer Qualität beschäftigt die Wissenschaft spätestens seit Entstehung des dualen Rundfunksystems in den 80er Jahren (vgl. Haller 2010: 348) und gehört seit den frühen 90er Jahren „zum festen Forschungskanon der Journalistik“ (Rau 2007: 89). Die verschiedenen Strömungen unterscheiden sich hierbei weniger in den schließlich formulierten Qualitätskriterien, als vielmehr bei der Herleitung derselben²². Im Rahmen dieser Arbeit ist es vor

²² Eine knappe Übersicht verschiedener Traditionen findet sich in Haller (2010: 354ff). Auch in Rau (2007: 83-111) werden verschiedene Ansätze der Qualitätsdebatte anschaulich dargestellt und diskutiert.

allem die Herleitung aus Publikumsansprüchen, der besondere Aufmerksamkeit zukommen soll. Dass das Publikum für die Etablierung von Qualitätsbegriffen aus Sicht der Theorie eine gewisse Rolle spielt, sollen die folgenden Beispiele zeigen; zugleich offenbart sich, dass dieser Rolle möglicherweise noch nicht ausreichend Gewicht gegeben worden ist.

Pöttker ist einer deontologischen Strömung zuzuordnen, die sich also aus einem historisch hergeleiteten Verständnis journalistischer Berufsethik speist (vgl. Haller 2010: 355; Mehlis 2014: 259). Er teilt seine gleichberechtigten Qualitätsdimensionen in „[v]ier mehr auf den Gegenstand bezogene Qualitäten“ (2000: 382) (Richtigkeit, Vollständigkeit (Relevanz), Wahrhaftigkeit, Verschiedenartigkeit (Universalität)) und in „[v]ier mehr zum Publikum gewendete Qualitäten“ (vgl. ebd.: 385) (Unabhängigkeit, Zeitigkeit (Aktualität), Verständlichkeit, Unterhaltsamkeit). Mit „dem Publikum zugewendet“ ist jedoch nicht gemeint, dass die Beiträge den Rezipient*innen gefallen oder ihnen in irgendeiner Form nützen müssen (vgl. ebd.: 380; vgl. auch Rau 2007: 104). Denn für die zentrale Aufgabe von Journalismus – die Herstellung einer größtmöglichen Öffentlichkeit und das Erreichen möglichst aller Personen einer Gesellschaft – können der persönliche Geschmack und Nutzen nur Mittel zum Zweck darstellen, nicht jedoch Ziel und Zweck selbst (vgl. Pöttker 2000: 387).

Dem Ruf der „Lügenpresse“ an sich kann zunächst nur eine große Unzufriedenheit entnommen werden, inwiefern diese jedoch über ein bloßes Nicht-Gefallen hinausgeht, bzw. über ein Unverständnis für eine Berichterstattung, die nicht der eigenen Meinung entspricht (also dem eigenen Standpunkt nicht nützt), soll in der vorliegenden Arbeit zumindest teilweise geklärt werden. Sollte sich die genannte Motivation hinter den Rufen verbergen, kann davon ausgegangen werden, dass jene Kritik nach Pöttker ungeachtet bleiben muss:

„Journalisten sind keine Pädagogen. In gewisser Weise läßt sich der Journalismus sogar als Gegenteil von Pädagogik auffassen. Journalisten [...] können ihre berufliche Aufgabe nur erfüllen, wenn sie ihre Leser, Hörerinnen und Zuschauer im Prinzip für vernunftbegabte, selbständige, also fertig sozialisierte Wesen halten, die mit der ungeschminkten Wahrheit konfrontiert werden dürfen“ (Pöttker 2000: 380).



FF 3.1: Verbirgt sich konkrete Medienkritik hinter den „Lügenpresse“-Rufen der PEGIDA? Um dies herauszufinden, haben wir medienkritische Aussagen in den Kommentaren auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden e. V. inhaltsanalytisch untersucht.

Schatz und Schulz (1992) stehen in einer hermeneutischen Tradition und etablieren ihre Kriterien auf der Basis von „einschlägigen Rechtsgrundlagen“ (Haller 2010: 355), also aus Gesetzestexten und laufender Rechtsprechung. Wie bei Pöttker stellen sie das Publikum und dessen „subjektive[n] Bedürfnisse“ (Weiß 1997: 195) für eines ihrer Qualitätskriterien in den Mittelpunkt: für das Kriterium der Akzeptanz (von Berichterstattung durch die Rezipient*innen).

Als weitere Kriterien definieren sie: Vielfalt, Relevanz, Professionalität und Rechtmäßigkeit (vgl. Schatz/Schulz 1992: 693). Sie stellen dabei fest, dass die Interessen des Publikums für das Qualitätsverständnis in Rundfunkstaatsvertrag und in der Rechtsprechung kaum Beachtung fänden (vgl. ebd.: 705).

Während es Schatz und Schulz gelingt, die anderen Kriterien (Vielfalt, Relevanz etc.) aus den genannten Quellen abzuleiten, so gilt dies nicht für das Kriterium der Akzeptanz (vgl. ebd.: 692f.; sie verzichten dann jedoch auf eine anderweitige Herleitung der Qualitätsdimension der Akzeptanz, die sich also aus anderen Quellen als den rechtlichen speist). Dies könnte wiederum mit der von den Autoren allgemein als unzureichend beurteilten Forschung zu Publikumsakzeptanz zusammenhängen. Diesen Mangel führen sie – neben forschungsökonomischen Faktoren – auf ein (damals) in Deutschland herrschendes „Mißtrauen gegenüber dem Geschmack des Publikums“ (ebd.: 705f.) zurück, das auch für die mangelnde Beachtung desselben in den medienrechtlichen Grundlagen eine Rolle spiele. Sie sprechen sogar von einer „in Deutschland üblichen Abwertung des Publikumsgeschmacks“ (ebd.: 706).



FF 3.2: Findet sich die akademische Kritik daran, das Publikum bei der Frage nach journalistischer Qualität eher außen vor zu lassen, auch in der Medienkritik der PEGIDA-FB-Kommentare wieder? Um dies herauszufinden, überprüfen wir die Ergebnisse der Inhaltsanalyse vor dem Hintergrund der erläuterten wissenschaftlichen Qualitätsbegriffe.

Bis heute zieht sich die Kritik einer mangelnden Beachtung des Publikums bei Fragen zu Medienkritik und Qualität durch die Literatur. Als Ursprung bzw. Vorantreiber einer in der Medienkritik verbreiteten „medienzentrierte[n] Perspektive“ (Sutter 2010: 22) werden die Kritische (Medien-)Theorie und deren prominentester Vertreter Adorno identifiziert, der in *Kann das Publikum wollen?* zu einer vernichtenden Antwort auf seine selbst formulierte Frage kommt (vgl. Adorno 1963; Neuberger 1997: 170ff; Mehlis 2014: 256f.; Oy 2001: 30; Sutter 2010: 20).

Erst mit der Zeit wurde auch der Rezipient*innenseite Einfluss auf den Prozess der (Massen-)Kommunikation zugestanden. Als zentral können dafür die Arbeit der Cultural Studies und deren prominentester Vertreter Stuart Hall gesehen werden (vgl. etwa Jäckel 2011: 105; Oy 2001: 68f.; Sutter 2010: 24f.). Dieser ging in seinem Encoding-Decoding-Modell von einer grundsätzlichen Textoffenheit von Aussagen aus, die den Rezipient*innen und deren subjektiven, sozialen Hintergründen die Interpretation dieser Aussagen überlässt (vgl. Hall 2006; Sutter 2010: 24). Im Zeitalter sozialer Medien kann sogar so weit gegangen werden, das Publikum „nicht mehr nur als konsumierende Rezipienten [...], sondern eben auch als aktive Produzenten“ zu verstehen (Jakobs 2014: 192; s. a. Kap. 2.3).

Doch die Spuren der Kritischen Theorie sind hinsichtlich ihres Medienverständnisses heute

noch in der Forschungspraxis erkennbar (Jäckel 2011: 105), auch in der Qualitätsfrage. Dies wird etwa erkennbar, da Qualität „in der Regel am Produkt und mittels einer inhaltsanalytischen Prüfung hinsichtlich zuvor definierter Kriterien“ (Mehlis 2014: 256) betrachtet wird, obwohl auch in der Wissenschaft die Erkenntnis inzwischen verbreitet sei, dass die Qualität eines Gegenstands stark von den jeweiligen Nutzer*innen abhängt (vgl. ebd.).

Gleichzeitig herrscht in der Wissenschaft die Ansicht vor, dass Medienkritik die „Stimme des Publikums stärken“ (Weßler 1997: 24) müsse. Das Spannungsfeld zwischen berufsethischen Normen und vermuteten Publikumsansprüchen erfährt mehr Berücksichtigung: Qualitätsmodelle werden komplexer und dynamischer (vgl. Rau 2007: 83-117).

Bezogen auf einen journalistischen Qualitätsbegriff schlägt Streitböger beispielsweise vor, die Aspekte *Aufmerksamkeitsattraktivität* und *Interessantheit* in das Qualitätsverständnis aufzunehmen und diesen in der journalistischen Ausbildung mehr Bedeutung zukommen zu lassen (vgl. 2014: 135f.). Während durch Aufmerksamkeitsattraktivität die Aufmerksamkeit von Rezipient*innen geweckt werde, werde durch die Interessantheit das Interesse am Produkt gehalten (vgl. ebd.: 136). Beide Dimensionen werden zunächst aus betriebswirtschaftlicher Perspektive begründet, Streitböger nennt aber eine weitere Legitimierung, die auch in einen normativ-demokratischen Begründungszusammenhang Geltung beanspruchen kann²³:

„Journalisten unterscheidet von Parlamentariern, dass niemand sie gewählt hat, sie also keinerlei Mandat haben, Gesetze zu erlassen oder Entscheidungen für Staat und Gesellschaft zu treffen. Ihre Leser, Zuhörer, Zuschauer, User aber erteilen ihnen das Mandat, stellvertretend für sie, also als ihre Repräsentanten, die Überfülle an Informationen und Kommunikation [...] 'zu systematisieren, einzuordnen und zu bewerten'. Journalisten erringen dieses Mandat täglich aufs Neue – und zwar mit *Aufmerksamkeitsattraktivität* und *Interessantheit*.“ (2014: 139f.; Herv. i. O.)

Als Beispiel dafür, wie Aufmerksamkeitsattraktivität zu erreichen sei, führt Streitböger einerseits Methoden des Boulevards an, die auf instinktive Reize ausgelegt seien: „auf akustische Lautstärke, sexuelle Signale, Gewaltdarstellungen, Erschrecken und viele[s] mehr“ (ebd.: 137). Andererseits werde Aufmerksamkeit für Qualitätszeitungen gesichert, „indem sie das Vertrauen der Leser gewinnen, die von ihnen gewünschten Qualitätsmerkmale zu erfüllen“ (ebd.: 138).

Während diese vom Publikum gewünschten Qualitätsmerkmale von Nutzer*in zu Nutzer*in variieren dürften, manifestiert und vereinheitlicht sich Medienkritik in ein und demselben Charakteristikum für alle Rezipient*innen: dem Vertrauen. Die Frage nach der Medienkritik der Rezipient*innen lässt sich schwer von der Frage nach dem Vertrauen bzw. Misstrauen in die Medien trennen (s. Kap. 3.2.1). Sowohl im wissenschaftlichen Diskurs, als auch in der aktuellen Publikumsforschung zeigt sich, dass das Vertrauen in die Medien eine zentrale Rolle für die Akzeptanz derselben spielt, die wiederum essenziell für die Funktionalität von Medien in einer Demokratie ist (s. Kap. 2.1.2). Dieses soll daher im Folgenden im Fokus stehen, um die Seite des

²³ Und die außerdem geeignet wäre, die bei Schatz und Schulz noch fehlende alternative Herleitung ihrer Qualitätsdimension Akzeptanz zu ergänzen.

Publikums hinsichtlich dessen Medienkritik betrachten zu können.

3.2 Publikumsakzeptanz und Vertrauen


3.2.1 Publikum und Akzeptanz: Was wird gemessen?

Nur selten beschäftigte sich die Forschung bisher konkret mit journalistischer Qualität aus Rezipient*innensicht (vgl. Mehlis 2014: 256). Zu einem möglicherweise noch vorherrschenden „Mißtrauen gegenüber dem Geschmack des Publikums“ (Schatz/Schulz 1992: 705) kommt die Schwierigkeit, eine repräsentative Stichprobe an Proband*innen zu ermitteln, um sich so sinnvoll auf Forderungen und Bedürfnisse „des Publikums“ beziehen zu können (vgl. Alsdorfer 2007: 26f.; Rau 2007: 104). Das Publikum als kaum festlegbare Entität dürfte sich als höchst heterogen darstellen und potentiell unendlich viele „Anspruchsgruppen“ (Mehlis 2014: 256) hervorbringen. Die Ergebnisse empirischer Publikumsforschung sind also immer in Bezug der Gruppe der Bezugspersonen und im Hinblick auf jeweils kontextabhängige Merkmale zu betrachten.

Hinzu kommt die Frage danach, was genau erhoben werden müsste: Geschmack oder Wertschätzung des Publikums? Studien legen nahe, dass „das Publikum“, bzw. die in diesem Fall befragten Personen durchaus differenzieren zwischen dem, was sie selbst gerne konsumieren und was sie an journalistischen Produkten ansonsten als wertvoll einschätzen (vgl. Mehlis 2014: 257; Rau 2007: 104). Wie bereits Schatz und Schulz annahmen, sind insofern auch quantitative Methoden wie Quoten und Auflagenzahlen nur begrenzt geeignet, einen publikumsgestützten Begriff von publizistischer Qualität bzw. Publikumsakzeptanz herzuleiten (vgl. 1992: 706). Das Verständnis von Journalismus als meritorischem Gut, dem also unabhängig von seiner Nachfrage gesellschaftliche Bedeutung zukommt, haben also sowohl akademische Akteur*innen (vgl. Neuberger 1997: 172; Streitböcker 2014: 132) als auch Lai*innen.

Weitere Studienergebnisse gehen noch über die Unterscheidung zwischen „Quote und Qualität“ (Mehlis 2014: 257) hinaus, wenn es darum geht, einen Zusammenhang zwischen einem wissenschaftlich-normativen Qualitätsbegriff und Qualitätseinschätzungen von Rezipient*innen herzustellen: In einem Experiment von Jungnickel (2011) wurde deutlich, dass die Teilnehmer*innen in der Lage waren, journalistischen Artikeln wissenschaftliche Qualitätskriterien zuzuordnen. Weiterhin stimmten die Bewertung der Qualität aus wissenschaftlicher Sicht mittels Inhaltsanalyse und die Urteile der Teilnehmer*innen in hohem Maß überein (vgl.: 371). Auch in der Studie von Mehlis zeigt sich, dass „Aspekte wie Wahrheit, Vielfalt und Aktualität [...] offenbar als klassische Normvorstellung fest in den Köpfen von Rezipienten verankert sind“ (2014: 261). Dies gelte im Übrigen aus der Sicht der Befragten gleichermaßen für Offline- und Online-Inhalte. Ihre Ergebnisse untermauert Mehlis mit weiteren Studien, die eine weite Übereinstimmung von Berufsnormen und Rezipient*innenurteilen zum Vorschein brachten (vgl. ebd.: 257). Darüber hinaus richteten die Proband*innen jedoch durchaus

unterschiedliche, dem jeweiligen Format entsprechende Anforderungen an den getesteten Beitrag, womit ersichtlich wird, „dass sich Qualität auch aus Sicht der Nutzer aus verschiedenen Dimensionen zusammensetzt, die je nach Bewertungsgegenstand unterschiedlich gewichtet sein können“ (ebd.: 261).

	FF 3.3: Weisen die in den Facebook-Kommentaren ermittelten Qualitätsansprüche Überschneidungen mit den beschriebenen akademischen Qualitätsbegriffen auf? Um dies herauszufinden, überprüfen wir die Ergebnisse der Inhaltsanalyse vor dem Hintergrund der erläuterten wissenschaftlichen Qualitätsbegriffe.
-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.2.2 In der Vertrauenskrise? Die Sicht des Publikums

Während ein systematisches, erschöpfendes Aggregat an Qualitätskriterien „des Publikums“ aus den beschriebenen Hemmnissen bisher ausbleibt (und als solches wohl auch künftig nicht zu erreichen sein dürfte), konstituiert sich Publikumsakzeptanz im Grad des Vertrauens in die Glaubwürdigkeit von Berichterstattung (vgl. Gleich 2012: 107; Kohring/Matthes 2007: 231f.; vgl. auch: Schulz 2008: 144). Andersherum kann den Medien entgegengebrachtes Misstrauen als Zeichen nicht erfüllter Qualitätsanforderungen seitens des Publikums gewertet werden. In der Auseinandersetzung der PEGIDA mit Medien zeigte sich bereits ein bemerkenswertes Vertrauensdefizit. So macht der Ausruf „Lügenpresse“ eines ganz deutlich: den Glauben daran, von Medien und Journalist*innen belogen zu werden, ihnen also nicht trauen zu können. Falls sie nicht lügen und Fakten doch korrekt wiedergeben sollten, bleibt immerhin die Einordnung von Fakten durch die Journalist*innen eine geeignete Quelle für Misstrauen. Denn neben „Lügenpresse“-Rufen ist aus den Reihen der PEGIDA-Demonstrant*innen außerdem die Kritik zu vernehmen, dass deren Stimmen nicht gehört, ihre Themen nicht wiedergegeben und ihre Ansprüche nicht bedient würden (s. Kap. 4.2.2). Dass über PEGIDA hinaus eine breite gesellschaftliche Debatte über das Medienvertrauen des Publikums geführt wird (s. Kap. 3.2.2.3), zeigt, wie ernst die Medienbranche die Frage nach der Publikumsakzeptanz insgesamt nimmt.

Regelmäßig wird Vertrauen als Ersatz für Wissen definiert (Kohring/Matthes 2007: 238; Schulz 2008: 143). Die vertrauende Instanz geht in Bezug auf ihre Erwartungen an die vertraute Instanz ein gewisses Risiko ein: „Trust is the expectation that the interaction with the trustee will lead to gains, rather than losses“ (Tsfati 2010: 23). Ob sich diese Erwartungen erfüllen, ist vorab nicht überprüfbar – andernfalls kann davon ausgegangen werden, dass Wissen an die Stelle von Vertrauen getreten ist.

„Nach wie vor sind Informationsgüter überwiegend so genannte Vertrauensgüter“ (Schulz 2008: 143): Die Versorgung mit Information ist in den meisten Fällen damit verbunden, dass sich diese nicht zweifellos überprüfen oder selbst beschaffen lassen (vgl. ebd.: 143) – so ist der

Kernbereich von journalistischen Medien a priori an die Notwendigkeit des Vertrauens der Adressat*innen gekoppelt. Vertrauen in Medien sei außerdem unabdingbar für das Funktionieren einer demokratischen Gesellschaft (vgl. etwa Kohring/Matthes 2007: 231; Leiterer 2014; Roberts 2010: 44; Vogel et al. 2015: 314). Erst durch Vertrauen ist gewährleistet, dass Medien als demokratische Kontrollinstanz (vierte Gewalt, Watchdog; s. Kap. 2.1.2) nachhaltig agieren können; jegliche Kritik und Kontrolle, die nicht beim Publikum ankommt, bzw. von diesem nicht geglaubt und ernst genommen wird, verhält mehr oder weniger folgenlos. Ohne Vertrauen können und werden sich Bürger*innen nicht informieren oder zumindest nicht informiert fühlen (vgl. Vogel et al. 2015: 314). Mangelndes Vertrauen in Medien konnte in verschiedenen Studien beispielsweise in Zusammenhang gebracht werden mit mangelnder politischer Beteiligung, mit kollektiven Fehleinschätzung der öffentlichen Meinung, mit der Ablehnung von Minderheiten, der Ablehnung demokratisch gefällter Entscheidungen und einem mangelnden Vertrauen in die Demokratie allgemein (vgl. Arpan/Nabi 2011: 5; Matthes 2011: 2).



FF 3.4: Wird Medien in den FB-Kommentaren explizit Vertrauen oder Misstrauen ausgesprochen? Um dies herauszufinden, haben wir als eine von mehreren Gründen von Medienkritik die Ausprägung „Direkte Äußerung über das eigene Medienvertrauen“ aufgenommen.

3.2.2.1 Vertrauen und Glaubwürdigkeit

Kohring und Matthes (2003) stellten fest, dass die Forschung zu jenem Zeitpunkt noch kein standardisiertes Instrument zur Messung von Vertrauen in die Medien bot, woraufhin sie selbst ein solches Instrument zu erstellen und validieren suchten (vgl. Kohring/Matthes 2003; Kohring/Matthes 2004). Die Autoren wiesen zudem darauf hin, dass bisher keine Klarheit darüber bestanden habe, was Vertrauen und was Glaubwürdigkeit seien und dass beide Begriffe teilweise synonym verwendet wurden (vgl. Kohring/Matthes 2007: 231f.; vgl. auch Vogel et al. 2015: 313). Sie plädieren für den ausschließlichen Gebrauch des Begriffs Vertrauen, welcher anschlussfähig sei an Vertrauensstudien aus anderen Forschungsbereichen wie etwa der Soziologie (vgl. Kohring/Matthes 2007: 232). Wie Vogel et al. (2015) halten die Autorinnen es für sinnvoll, bei der Auseinandersetzung mit dem Vertrauensbegriff auch etwaige Forschung und Literatur zum Thema Glaubwürdigkeit zu berücksichtigen, auch wenn beide Phänomene von der Bedeutung her nicht gleichbedeutend sein mögen (vgl. 313).

Kohring und Matthes kommen zu dem Schluss, dass Vertrauen in Medien ein Konstrukt sei, das aus vier Dimensionen besteht: Vertrauen in die Auswahl von Themen (Themenselektivität); in die Auswahl der zu einem Thema genannten Fakten (Faktenselektivität); in die Richtigkeit von nachprüfbaren Fakten (Richtigkeit von Beschreibungen); und in die journalistische

Einordnungsfähigkeit (Explizite Bewertungen) (vgl. Kohring/Matthes 2004: 378f.).


„Der theoretische Ausgangspunkt für die Analyse von Vertrauen in (medial vermittelten) Journalismus ist nicht Objektivität oder Wahrheit, sondern Selektivität, anders ausgedrückt: Vertrauen in Journalismus ist Vertrauen in dessen spezifische Selektivität.“ (Kohring/Matthes 2003: 10)

Die genannten Dimensionen wurden anhand von je vier Items operationalisiert, die aus Aussagen über die Berichte zu einem festgelegten Thema (hier Arbeitslosigkeit) bestehen und denen die Befragten auf einer siebenstufigen Skala zustimmen oder die sie ablehnen konnten (vgl. Kohring/Matthes 2004: 382; s. Tab. 3.1).

Tab. 3.1: Operationalisierung der vier Dimensionen von Vertrauen in Journalismus (Quelle: Kohring/Matthes 2004: 382)

Dimensionen von Vertrauen	Items
Themenselektivität	<ul style="list-style-type: none"> – Dem Thema Arbeitslosigkeit wird die nötige Aufmerksamkeit geschenkt. – Dem Thema Arbeitslosigkeit wird der angemessene Stellenwert zugewiesen. – Die Häufigkeit, mit der über Arbeitslosigkeit berichtet wird, ist angemessen. – Über das Thema wird in der erforderlichen Regelmäßigkeit informiert.
Faktenselektivität	<ul style="list-style-type: none"> – Die wesentlichen Punkte werden berücksichtigt. – Wichtige Dinge stehen im Vordergrund – Zum Thema Arbeitslosigkeit werden mir wichtige Informationen geboten. – Die Berichterstattung erfolgt aus mehreren Blickwinkeln.
Richtigkeit von Beschreibungen	<ul style="list-style-type: none"> – Die Angaben in der Berichterstattung würden einer Überprüfung standhalten. – Die mitgeteilten Informationen sind wahr. – Die Berichte geben die Fakten so wieder, wie sie sind. – Ich erhalte korrekte Daten über Arbeitslosigkeit.
Explizite Bewertungen	<ul style="list-style-type: none"> – Wenn Kritik geäußert wird, geschieht das in angemessener Weise. – Die Meinungen der Journalisten sind gut begründet. – In den Kommentaren zur Arbeitslosigkeit werden gut überlegte Schlüsse gezogen. – Die journalistischen Bewertungen zum Thema Arbeitslosigkeit empfinde ich als nützlich.

Beim Beantworten der Fragen sollten sich die Proband*innen als Referenzmedium jenes Medium vorstellen, das sie hauptsächlich nutzten (vgl. Kohring/Matthes 2004: 383). Der Grad der Zustimmung oder Ablehnung gibt Auskunft über das Vertrauen in die Berichterstattung zum angeführten Thema. Das hier erstellte Instrument bezieht sich demnach auf alle drei möglichen Bezugspunkte von Vertrauen: auf den Inhalt einer Aussage selbst, die Quelle der Aussage und den Kanal (vgl. Vogel et al. 2015: 313). Inhalt und Quelle sind durch die von Kohring und Matthes erstellten Items angesprochen (s. Tab. 3.1), der Kanal durch das Referenzmedium.

	FF 3.5: Wie viel Vertrauen bringen die Aussagen in den analysierten FB-Kommentaren medialer Berichterstattung zu? Um diese Frage zu beantworten, haben wir die Dimensionen von Vertrauen in Journalismus nach Kohring und Matthes für die Inhaltsanalyse operationalisiert.
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.2.2.2 Medienvertrauen und andere persönliche Einstellungen

Generell scheinen die Bedingungen für Vertrauen in Medien nicht nur auf medienspezifischen Faktoren zu beruhen, wie Lee 2010 in einer Übersichtsstudie in den USA herausfand. Vielmehr spielten auch politische und sozioökonomische Rahmenbedingungen eine Rolle: „Sind die Menschen mit ihrer aktuellen Situation eher zufrieden, schenken sie auch den Medien mehr Vertrauen.“ (Gleich 2012: 108). Es zeigte sich genauer, dass Vertrauen in Medien offenbar positiv zusammenhängt mit dem Vertrauen in die Regierung (Lee 2010: 12). Ein Befund, den die bisherigen Erkenntnisse über PEGIDA bestätigen könnten: Unter den dort Befragten zeigen viele neben einem geringen Medienvertrauen ein ausgeprägtes Misstrauen gegenüber den politischen Repräsentanten (s. Kap. 4.2.1).

„Signifikante Prädiktoren für das Vertrauen in die Regierung wiederum waren einerseits eine günstige Beurteilung der aktuellen Wirtschaftslage und andererseits ein persönliches Merkmal, nämlich wie sehr man anderen Menschen im Allgemeinen vertraut.“ (Gleich 2012: 108)

Ein weniger signifikantes, aber häufig beachtetes Ergebnis erzielte Lee bei der Hypothese, dass die Zugehörigkeit zur Republikanischen Partei, bzw. Konservatismus dazu führe, dass Medien weniger vertraut würde (vgl. Gleich 2010: 12; Vogel et al. 2015: 314).

Vertrauen und Glaubwürdigkeit spielen auch im Umgang mit dem Internet eine besondere Rolle (vgl. Lucassen/Schraagen 2012: 567). Aktuelle Forschungsergebnisse legen nahe, dass das Vertrauen in das Internet als Medium wächst und teilweise mit Offline-Medien gleichauf liegt (vgl. Vogel et al. 2015: 314). Wobei zu bedenken gilt, dass „das Internet“ kaum als ein einzelnes Medium auftreten kann, sondern sich dahinter im Einzelnen konkrete Medienhäuser und andere

Medienschaffende verbergen. Die Frage nach dem Vertrauen in „das Internet“ als Ganzes muss daher kritisch betrachtet werden.

Zum Zusammenhang zwischen der angenommenen Glaubwürdigkeit von Online- versus Offline-Nachrichten machten Burns Melican und Dixon 2008 bemerkenswerte Befunde: Zunächst kritisieren die Autoren, dass in der vorangegangenen Vertrauens- und Glaubwürdigkeitsforschung zwar zwischen Online- und Offline-Berichterstattung unterschieden worden sei, nicht aber zwischen den verschiedenen Quellen, die Online-Berichterstattung haben kann (vgl. Burns Melican/Dixon 2008: 152). Was auf das oben angesprochene Problem der Frage nach Vertrauen in „das Internet“ als Ganzem verweist. Ihre Forschungsfrage, ob Online-Berichterstattung, die einem klassischen und etablierten Muttermedium angehört, als glaubwürdiger eingeschätzt wird als Berichterstattung von Medien, die ausschließlich im Internet agieren, konnte in der Studie signifikant positiv beantwortet werden (vgl. ebd.: 161f.). „Für die Beurteilung der Glaubwürdigkeit von Online-Nachrichtenangeboten ist es in den Augen der Nutzer offensichtlich wichtig, ob sie mit den traditionellen Medien assoziiert sind“ (Gleich 2008: 645; s. a. Kap. 2.3.2). Ein besonderes Interesse der Forscher galt dabei der Frage, was Personen charakterisiert, die diesem generellen Verhalten nicht entsprechen, die also auch reine Online-Nachrichtenangebote als sehr glaubwürdig einschätzen. Im Vorfeld fassen sie zusammen:

„The theory of selective exposure tells us that people generally choose to expose themselves to ideas that support their beliefs. Research on media credibility tells us that the more people use a medium, the more credible they tend to find it.“ (Burns Melican/Dixon 2008: 157)

Die Hypothese der Studie zielt auf einen Zusammenhang zwischen rassistischen Einstellungen und dem Vertrauen in alternative Online-Medien²⁴ ab: Wer klassischen Medien, bzw. deren Online-Ablegern stärker vertraue, habe weniger rassistische Einstellungen, während umgekehrt Personen, die alternative Online-Medien für glaubwürdig hielten, eher rassistisch eingestellt seien (vgl. ebd.: 158).

„The underlying assumption is that people who consume more news from nontraditional news sites may also be consuming more racist content. The resulting hypothesis is that people who find traditional sources of news more credible will score lower on a scale of modern racism than those people who find nontraditional Internet sources more credible.“ (ebd.: 162)

Diese Hypothese konnte im Versuch bestätigt werden. Proband*innen, die reine Online-Nachrichtenangebote als sehr glaubwürdig einschätzten, „zeichneten sich gegenüber den anderen

²⁴ Die Autor*innen verwenden den Begriff der alternativen Online-Medien (nontraditional news sites) für Nachrichtenseiten, die kein Offline-Pendant haben und keinem etablierten Unternehmen unterstehen. Sie kritisieren, dass der Begriff der „nontraditional news sites“ weiterer Forschung und möglicherweise auch anderer Formen der Kategorisierung benötige (vgl. Burns Melican/Dixon 2008: 164). Ein detailliertes Modell der Charakteristika von Vertrauen in Online-Journalismus in Abgrenzung zu Offline-Journalismus beschrieben Grosser et al. (2016: 53-73). Zur Definition des Begriffs der Alternativen Medien, wie er dieser Arbeit zugrunde gelegt wird, siehe Kapitel 2.

Probanden durch eine geringere Bildung sowie durch extremere politische Einstellungen aus“ (Gleich 2008: 645). Die Autor*innen der Studie sehen in nicht-journalistischen Online-Angeboten daher eine potentielle Gefahr der Verstärkung von Ressentiments durch selektive Informationssuche (selective exposure; vgl. Burns Melican/Dixon 2008: 156f.). Entscheidend für ihre Argumentation ist die Annahme, dass professionelle Medienangebote, die journalistischen Standards der Ausgewogenheit, Fairness usw. auch im Netz i. d. R. erfüllen. Demgegenüber könnten nicht-professionelle Online-Angebote mangels des journalistischen Handwerks einem stärkeren, etwa rassistischen Bias unterliegen (vgl. ebd.: 156).

Zu ähnlichen Erkenntnissen gelangt Tsfati (2010), der zunächst feststellt, dass die Eigenschaften des Internets (er nennt: Verbindungsfähigkeit, Interaktivität, Grenzenlosigkeit, Hierarchiefreiheit; s. a. Kap. 2.3.1) in Konflikt stehen können mit journalistischen Praxen und dass viele Inhalte, die online zu finden sind, vorher keinem professionellen redaktionellen Prozess zugeführt worden sind (vgl. Tsfati 2010: 24ff.; vgl. auch: Grosser et al. 2016: 62-66). Untersucht wurden Zusammenhänge zwischen einer skeptischen Haltung gegenüber Mainstreammedien und der Nutzung von Online-Angeboten. Es zeigte sich, dass höheres Medienvertrauen positiv korreliert mit dem Konsum von Websites etablierter Medien, während allgemeines Medienmisstrauen mit der Nutzung von alternativen Online-Angeboten in Zusammenhang stehe (vgl. Tsfati 2010: 38; Tsfati/Cohen 2013: 4). Um herauszufinden, wie die Kommentator*innen zu verschiedenen Medienunternehmen stehen, unterscheiden wir bei der Erhebung genutzter und verlinkter sowie kritisierter Medien zwischen klassisch und alternativ (s. FF in Kap. 4.2.2.1).

Generell scheinen soziodemografische Charakteristika von Online-Nutzer*innen – anders als bei Offline-Medien – weniger starken Einfluss darauf zu haben, wie viel Vertrauen sie in Online-Quellen haben. Eine höhere Bedeutung könnten womöglich dem individuellen allgemeinen Medienverhalten zugeschrieben werden, sowie den Merkmalen der spezifischen Situation, also beispielsweise dem Thema des zu vertrauenden Beitrags (vgl. Grosser et al. 2016: 62). Noch wurden diese Faktoren jedoch nicht ausreichend untersucht (vgl. ebd.).²⁵

3.2.2.3 Misstrauen gegenüber Medien – aktuelle Werte in der BRD

Glaubwürdigkeit von Medien und Vertrauen in Berichterstattung sind seit 2015, also kurz nach Beginn der PEGIDA-Protteste, ein viel diskutiertes Thema in Deutschland (vgl. Schweiger 2017: 77; Hasebrink/Hölig 2016: 36). Im Zuge dessen gab es dazu eine Vielzahl von Bevölkerungsbefragungen, nicht selten von Medienhäusern selbst in Auftrag gegeben²⁶. Diese

²⁵ Neben persönlichen Einstellungen wurden außerdem Wahrnehmungsphänomene erforscht, die mit mangelndem Vertrauen in Medien in Zusammenhang stehen sollen. Zu nennen seien hier nur kurz: Hostile Media Effect (HME), erstmals beschrieben durch Vallone et al. (1985); Third-Person-Effect (vgl. etwa Choi et al. 2011: 23); zu nennen ist außerdem das Konzept der selective exposure (s.o.; vgl. auch Peter/Brosius 2013: 467).

²⁶ Hier können spezifisch genannt werden: Eine im Mai 2015 von *infratest dimap* durchgeführte Befragung im Auftrag der *Zeit* (vgl. Hamann 2015); eine 2015 durchgeführte Umfrage im Auftrag des *Sterns* (vgl. Stern Online 2015); eine im Auftrag des WDR ebenfalls 2015 von *infratest dimap* durchgeführte

gelangten teilweise zu sehr unterschiedlichen Bewertungen ihrer Ergebnisse.

Ende 2015 sorgten beispielsweise zwei Befragungen für irritierte Reaktionen: Eine vom *Stern* beauftragte *Forsa*-Umfrage ergab, dass 44 Prozent der Befragten der Meinung waren, der Begriff der „Lügenpresse“ sei zutreffend (vgl. Stern Online 2015). Im selben Zeitraum kam eine *infratest dimap*-Umfrage im Auftrag des WDR jedoch zu dem Schluss, dass 88 Prozent der Befragten das Informationsangebot der Medien in Deutschland als gut oder sehr gut einschätzten, während nur 20 Prozent den „Lügenpresse“-Vorwurf teilten (vgl. WDR 2015).

„WDR-Fernsehdirektor Jörg Schönenborn sagt über die [...] Umfragen: 'Der Vergleich der Ergebnisse zeigt: Auch Zahlen sind keine Wahrheiten, die man leichthin übernehmen kann. Gerade bei Umfragen muss man zweimal hingucken, was genau gefragt wurde.'“ (Buchholz 2015).

In der anschließenden medialen Diskussion wurde dies auch getan: So stellte sich heraus, dass die *Stern*-Umfrage nicht direkt nach der Zustimmung zum „Lügenpresse“-Vorwurf gefragt hatte, sondern danach, ob die „von oben gesteuerten Medien [...] nur geschönte und unzutreffende Meldungen“ (Fries 2015) verbreiteten. Außerdem seien die Werte für die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“, bzw. „keine Angabe“ höchstwahrscheinlich herausgerechnet worden, was die Zustimmung- und Ablehnungswerte erhöhe (vgl. ebd.).

Ungenaue und unterschiedliche Fragestellungen sind es unter anderem, die die Lage der Vertrauensbefragungen so unübersichtlich machen, wie Blöbaum feststellt (vgl. von Garmissen 2017: 44). Zusätzlich habe das Thema Medienvertrauen laut Blöbaum seit dem Aufkommen von PEGIDA und deren „Lügenpresse“-Vorwürfen besondere gesellschaftliche Aufmerksamkeit erhalten (vgl. Steinwehr 2017):

„Wir haben es eher mit einer gefühlten und öffentlich debattierten Vertrauenskrise zu tun. Die langfristigen Daten belegen für Deutschland eine stabile Verteilung derjenigen, die Medien eher vertrauen oder eher nicht vertrauen“ (Blöbaum 2017 zit. n. Nüllen 2017: 5).

Immerhin bewerten auch einige Autor*innen der Befragungen die ermittelten Werte insgesamt als positiv. Jakob et al. (2017) kommen zu dem Schluss: „Ein dramatischer, die Bevölkerung insgesamt ergreifender Vertrauensschwund ist nicht zu erkennen. Eher sehen wir Anzeichen für eine Polarisierung“ (Jakob et al. 2017). Trotz der anhaltenden Debatte um Medienvertrauen bescheinigen auch Newman et al. im *Reuters Institute Digital News Report* den meisten Menschen in Deutschland ein stabiles Medienvertrauen (Newman et al. 2016). Und Schweiger (2017), der von einer „Vertrauenskrise des Journalismus“ (69) spricht, vermutet zugleich, dass diese – im Sinne einer selbsterfüllenden Prophezeiung – nicht auf zurückgegangenen Werten

Befragung (vgl. WDR 2015); eine 2015 für die FAZ vom *Institut für Demoskopie Allensbach* durchgeführte Befragung (vgl. Köcher 2015); eine von *TNS emnid* im Jahr 2016 für den BR durchgeführte Befragung (vgl. Bayerischer Rundfunk 2016); eine erneut vom WDR beauftragte Umfrage durch *infratest dimap* Emde 2016 (vgl. *infratest dimap* 2016).

beruhe, sondern erst durch die breite öffentliche Debatte präsent wurde (vgl. ebd.: 77). Dies konnte Blöbaum wiederum mit Metastudien empirisch belegen (vgl. von Garmissen 2017: 44).

Auch wenn also die Gruppe der Menschen, die an Medien in Deutschland zweifeln – seien es PEGIDA, die Demonstranten der Montagsmahnwachen oder politisch nicht organisierte Menschen –, nicht wächst, ist sie präsenter geworden. Sie hat eine Debatte angestoßen, nach der offenbar über diese Gruppen hinaus ein gesellschaftliches Bedürfnis vorhanden war und ist.

Auf die Tatsache, dass eine solche Debatte gesellschaftlich sinnvoll sein kann, weisen jüngste Ergebnisse einer Langzeitstudie von Schemer et al. hin, die verzeichnen: „Medienvertrauen steigt, Lügenpresse-Hysterie ebbt ab“ (2018: 2f.). Diese Entwicklung schreiben die Forscher*innen einer kritischen Debatte über Medien zu, die dazu geführt habe, dass Journalist*innen sich und ihre Arbeit erklären, also Transparenz über ihre Arbeitsweisen schafften (Meedia 2018). In derselben Studie konnte außerdem ein Zusammenhang zwischen dem Wissen über Medien und das Mediensystem und Medienvertrauen hergestellt werden (vgl. ebd.), was im Einklang mit den Konklusionen dieser Arbeit steht (s. Kap. 7.3.5).

3.3 Fazit

Der „Lügenpresse“-Vorwurf der PEGIDA mag durch seine Pauschalisierung und durch seine verunglimpfende Bedeutung dazu verleiten, sich gar nicht erst mit ihm auseinanderzusetzen. Jedoch zeigt sich mit Blick auf die akademische Diskussion um journalistische Qualität, dass das Publikum – und somit auch das Teilpublikum PEGIDA – nicht unwesentlich sein kann für die Herleitung und Begründung von Qualitätskriterien des Journalismus (s. Kap. 3.1). Dies bedeutet zunächst, dass auch „Lügenpresse“-Rufe nicht ungehört verhallen sollten, sondern ein genauerer Blick hinter dieses Schimpfwort und auf möglicherweise verdeckte Kritikpunkte angebracht ist – was im Zuge dieser Arbeit auch mittels einer Inhaltsanalyse geschehen soll. Zweitens kann eine Parallele gezogen werden zwischen der Kritik eines möglichen „Mißtrauen[s] gegenüber dem Geschmack des Publikums“ (Schatz/Schulz 1992: 705f.), der daraus folgenden zu geringen Beachtung desselben in der Qualitätsdebatte einerseits und der Kritik, von Medien nicht ausreichend wahrgenommen zu werden, andererseits. Ob dieser Vorwurf mit Argumenten untermauert wird, ist Erkenntnisziel der Inhaltsanalyse.

Aber auch erkenntnistheoretische Hemmnisse machen es schwierig, das Publikum als Maßstab für journalistische Qualität zu sehen (s. Kap. 3.2.1): „Das Publikum“ dürfte es als homogene Instanz nicht geben (und falls doch, zumindest nicht erfassbar sein); außerdem bleibt unklar, was genau die Gunst der Rezipient*innen begründen sollte: deren Geschmack oder deren Wertschätzung für ein Produkt? Oder beides (und in welchem Verhältnis)?

Methodisch bedeutet dies, dass die Ergebnisse des inhaltsanalytischen Teils dieser Arbeit zunächst nur in Bezug zum untersuchten Teilpublikum bewertet, nicht auf „das Publikum“ und nur unter großer Vorsicht auf das Teilpublikum PEGIDA als Ganzes bezogen werden können

(Vorsicht ist auch aufgrund der Einschränkungen durch das Online-Material nötig, s. Kap. 5.1). Doch auch wenn sich Verallgemeinerungen verbieten, gibt es begründete Hinweise darauf, Ansatzpunkte für Inferenzschlüsse finden zu können. Konkret werden die Ergebnisse der Analyse mit der bisherigen Medienkritik PEGIDAS (s. Kap. 4.2.2) in Zusammenhang gebracht und auf mit brancheninterner Medienkritik verglichen.

Die Operationalisierung der vier Dimensionen von Vertrauen nach Kohring und Matthes soll Basis des Codebuchs für die vorliegende Arbeit sein – denn es ist das Vertrauen, an dem sich die Akzeptanz des Publikums nachvollziehbar konstituiert und an dessen Bedingungen auch konkretere medienkritische Aussagen sichtbar werden (s. Kap. 3.2.1). Auch zeigen aktuelle Studien und Bevölkerungsumfragen, wie stark das Thema Medienvertrauen diskutiert wird (s. Kap. 3.2.2.3). Anpassungen werden dabei unumgänglich sein, denn das Modell nach Kohring und Matthes ist für Befragungen entwickelt worden, während es hier für eine Inhaltsanalyse genutzt werden soll. Eine Übertragung modifizierter Items scheint dennoch sinnvoll: Immerhin ist mit dem vorliegenden, feststehende Material (FB-Kommentare) gewährleistet, dass methodische Nachteile der Befragung (soziale Erwünschtheit, Reaktivität etc.) umgangen werden können (s. Kap. 5); die Kehrseite davon ist, dass das Material nicht genügend Antworten auf die durch das Instrument erhobenen Fragen bieten könnte. Zudem erfordert die Erhebung auch Interpretation, was ein inhärenter methodischer Nachteil der Inhaltsanalyse ist.

Dass es sich bei dem intensiven Misstrauen, das PEGIDA den Medien offenbar entgegenbringt, wohl nicht um ein gesamtgesellschaftliches Phänomen handelt (s. Kap. 3.2.2.3), sehen die Autorinnen dabei nicht als Einschränkung für diese Arbeit. Denn auch eine „gefühlte Krise“ (Blöbaum 2017) kann als Krise gesehen werden und als Zeichen dafür, dass eine Debatte über Medienvertrauen und die Funktion von Medien über PEGIDA hinaus gewünscht ist.

Da die PEGIDA-Demonstrationen als entscheidender Katalysator dieser Vertrauensdebatte identifiziert werden können, wird die Bewegung im Zusammenhang dieser Arbeit als zentrales Moment der Diskussion genauer untersucht. Auch wenn die Erkenntnisse über PEGIDA nicht auf die Gesellschaft insgesamt übertragbar sind, verspricht die Analyse ihrer Medienkritik aufgrund ihrer Radikalität deutliche Hinweise darauf, wo es im journalistischen Alltag möglicherweise Handlungsbedarf gibt. Im folgenden Kapitel wird die PEGIDA als Untersuchungsgegenstand deshalb zunächst genauer beschrieben.

4 Das Phänomen PEGIDA

„Es gibt keine andere Protestbewegung in den letzten Jahren, die in ihrer Dynamik so sehr überrascht hat, wie die 'Pegida'“, schreibt Reuband im Mai 2015. Die *Patriotischen Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes* (PEGIDA) sind als Bewegung²⁷ in erster Linie durch ihre Demonstrationen in Erscheinung getreten: Am 20. Oktober 2014 protestierten erstmals Menschen unter dem Banner von PEGIDA bei einem *Montagsspaziergang* – und sie tun es immer noch bis zum Zeitpunkt der Abgabe der vorliegenden Arbeit (vgl. PEGIDA 2018).

Bei der ersten Demonstration kamen rund 350 Personen zusammen – in der Hochphase hat PEGIDA Anfang des Jahres 2015 laut Angaben der Polizei Sachsen rund 25.000 Menschen²⁸ in Dresden auf die Straße gebracht (vgl. Polizei Sachsen 2015).

Die Anzahl der Demonstrierenden und die mediale Aufmerksamkeit sind mittlerweile gesunken. Bei einer Demonstration Ende Mai 2017 wurden zuletzt 1200 bis 1600 Teilnehmende gezählt (vgl. Durchgezählt 2017b²⁹). Am dritten Jahrestag der Bewegung im Oktober 2017 konnten 2200 bis 2800 Menschen mobilisiert werden (vgl. Durchgezählt 2017c). Kaum jemand hätte der Bewegung eine solche Beständigkeit zugetraut – zumal mehrere regionale Ableger des Dresdner Originals schon vor längerer Zeit aufgegeben haben (vgl. Wrobel 2015).

Doch auch abseits der analogen Welt hat sich PEGIDA einen Raum erobert: Bereits im Dezember 2014 zählte die Facebook-Präsenz von PEGIDA Dresden rund 50.000 Likes (vgl. Walter 2015: 8); bevor die ursprüngliche FB-Seite unter dem Namen *@pegidaevdresden* im Juli 2016 von Facebook gesperrt wurde, gefiel sie rund 200.000 Menschen (vgl. Sächsische Zeitung 2016). Damit ist die Bewegung eine Besonderheit, denn sie findet ähnlich wie *Occupy* als eine von wenigen sowohl im Internet als auch auf der Straße statt (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 16 und Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 58).

PEGIDA ist „als bewegungsförmiger Zusammenschluss höchst wechselhaft“

²⁷ Als einer der wenigen Forscher*innen, die sich mit dem Thema beschäftigen, lehnt Patzelt (2016b) die Bezeichnung „Bewegung“ für PEGIDA ab, da es sich bei dem Phänomen nicht um einen „kollektiven Akteur“ handle, sondern um ein „Konglomerat von periodischen, geographisch in Dresden konzentrierten Demonstrationen“ (38) mit unterschiedlichem Mobilisierungsgrad. Die Definition von Roth und Rucht (2008) scheint den Autorinnen allerdings so zutreffend für PEGIDA, dass sie diese in der vorliegenden Arbeit als „Bewegung“ bezeichnen (so wie auch Reuband (2015; 2016), das *Göttinger Institut für Demokratieforschung* (2016), Scharf/Pleul (2016), Pleul/Scharf (2016)). Roth und Rucht (2008) beschreiben soziale Bewegungen wie folgt: „Ein wesentliches Merkmal jeder Definition von sozialer Bewegung ist die Kraft zur Veränderung, zumindest der Versuch, Einfluss auf sozialen Wandel zu nehmen: fördernd bremsend, revolutionär, reformerisch oder restaurativ. Das unterscheidet sie von Protestepisoden, von Moden und Strömungen oder von Zufallskonstellationen [...]. Die Richtung, in die die Einflussnahme zielt, ist keineswegs progressiv festgelegt. Auch rechtsextreme und rechtspopulistische Gruppierungen können den Definitionsmerkmalen von Bewegungen entsprechen“ (13f.).

²⁸ Die Angaben zur Anzahl der Demonstrationsteilnehmer*innen von Polizei und anderen Institutionen variierten teils stark (vgl. Ullrich 2017: 239).

²⁹ Die *Forschungsgruppe Durchgezählt* überprüft die Anzahl der Teilnehmer*innen bei PEGIDA-Demonstrationen in Dresden nur noch stichprobenartig (vgl. Durchgezählt 2017a).

(Becher/Begass/Kraft 2015: 22). Und so wurde die Bewegung auch in der Vergangenheit vielfältig interpretiert. Die Beschreibungen der PEGIDA reichen von „Neonazis in Nadelstreifen“ (Süddeutsche Zeitung Online 2014), wie eine vielzitierte Bezeichnung des ehemaligen NRW-Innenministers Ralf Jäger lautete, bis hin zu „Bürger[n] aus der 'Mitte der Gesellschaft'“ (Schwan 2014), deren Angst vor dem sozialen Abstieg sie auf die Straße treibt. Nicht nur über den Gegenstand an sich herrscht Uneinigkeit – auch über den Umgang mit ihm kommt es zu Bitten, die Sorgen der Bürger wahrzunehmen (vgl. etwa Zeit Online 2015a) und gleichzeitig zu der Aufforderung von Bundeskanzlerin Angela Merkel: „Folgen Sie denen nicht!“ (Merkel 2014).

Diese Arbeit bezieht sich auf die Dresdner Bewegung PEGIDA und deren FB-Präsenzen. Über die sogenannten Ableger in anderen Städten wie etwa LEGIDA oder KÖGIDA lassen sich die Aussagen dieses Kapitels nicht ohne Weiteres übertragen. Beide Beispiele weisen noch einmal eigene Besonderheiten und regionale Hintergründe auf und unterscheiden sich in Bezug auf personelle Zusammensetzung und Forderungen an Politik und Gesellschaft teilweise deutlich von den offiziellen Äußerungen des PEGIDA-Vereins, was auch schon zu Streitigkeiten zwischen den Protestparteien geführt hat (vgl. Becher/Begass/Kraft 2015: 24-31; Geiges/Marg/Walter 2015: 19ff.). Auch organisatorisch steht PEGIDA als eigener Verein für sich und dient nicht als Dachverband der verschiedenen Ableger.

Seit den ersten Studien über PEGIDA, die Mitte Januar 2015 erschienen sind, ist einige Zeit vergangen. Zunächst soll deswegen ein chronologischer Überblick über die Entwicklung von PEGIDA gegeben werden, um die in der Inhaltsanalyse behandelten Kommentare grob in ihre Entstehungszeit einordnen zu können (s. Kap. 4.1) und die Entwicklung von einer kleinen, lokalen Demonstration zu einem rechtspopulistischen Phänomen³⁰ zu zeichnen, das Einzug in viele öffentlichkeits-, medien-, und politikwissenschaftliche Schriften gefunden hat und das die Demokratie in Deutschland unter Druck setzt, weil es „seit der Zunahme der Gewalt gegen Asylbewerberunterkünfte im Jahr 2015“ (Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 8) unter dem Verdacht steht, zur Verrohung des politischen Diskurses beizutragen und rechtsextreme Gewalttaten³¹ unterstützt zu haben.

³⁰ Zur Definition von Rechtspopulismus s. Kap. 4.2.3.

³¹ Den Begriffen „Rechtsextremismus“ und „Rechtsradikalismus“ legen die Autorinnen in der vorliegenden Arbeit folgende Definitionen zugrunde:

Rechtsextremismus richtet sich gegen die Verfassung und lehnt die freiheitliche demokratische Grundordnung, ihre Werte und Regeln ab (vgl. Virchow 2016: 14).

Wie Nandlinger (2008) beschreibt, sind rechtsextreme Einstellungen geprägt durch „Nationalismus, Fremdenfeindlichkeit, völkische Ideologie, Antisemitismus, Geschichtsklitterung, einhergehend mit der Verherrlichung des NS-Regimes und Relativierung bis zur Leugnung des Holocaust, Diffamierung und Ablehnung des demokratischen Rechtsstaats und seiner Institutionen“.

„Nach einer Definition des Bundesverfassungsschutzes ist 'Rechtsextremismus in Deutschland nicht ideologisch homogen. Eine Überbewertung ethnischer Zugehörigkeit und eine gegen den Gleichheitsgrundsatz gerichtete Fremdenfeindlichkeit sind allerdings bei allen Rechtsextremisten festzustellen.“ (Nandlinger 2008)

Rechtsradikalismus schließt gemäß Minkenberg (1998) „demgegenüber auch Kräfte oder Bestrebungen ein, die die geltende demokratische Ordnung nicht als solche in Frage stellen, jedoch durch Rückgriff

In Kapitel 4.2 werden die bisherigen Erkenntnisse über die Teilnehmer*innen der Demonstrationen in Dresden zusammengefasst. Dabei werden zunächst die thematischen Schwerpunkte der Bewegung beleuchtet (s. Kap. 4.2.1). PEGIDAS Medienkritik und deren Verhältnis zu klassischen Medien nehmen hier eine besondere Position ein (s. Kap. 4.2.2).

Da die FB-Page von PEGIDA Dresden Hauptgegenstand der späteren Analyse sein wird, möchten die Autorinnen in Kapitel 4.3 die Relevanz und Funktionen des Netzwerks für die Bewegung herausstellen und zusammentragen, was bisher über die dortigen Kommunikationsstrukturen und -teilnehmer*innen bekannt ist.

Ergänzend zu den wissenschaftlichen Studien über PEGIDA werden die Autorinnen sich auch auf nicht-wissenschaftliche Quellen beziehen, etwa Medienberichte und -interviews, Dossiers und Expertisen verschiedener Institutionen oder das Projekt *Pegida mag Dich*³². All dies geschieht nicht etwa, um damit empirisch gesicherte Aussagen treffen zu können, sondern, um ein möglichst umfassendes Bild über PEGIDA und die öffentliche Rezeption der Bewegung zu gewährleisten.

4.1 PEGIDA-Chronologie

Die Entstehung

Als Lutz Bachmann am 10. Oktober 2014 eine Demonstration für das vom sogenannten *Islamischen Staat* bedrohte syrische Kobanê und die Bewaffnung der IS-Gegner in Dresden beobachtete, schlug die Geburtsstunde von PEGIDA (vgl. Bachmann; zit. n. YouTube 2014a).

Dieses Ereignis und „Massenschlägereien zwischen Moslems und Jesiden in Hamburg und Celle“ (Bachmann; zit. n. Schwarz 2014) seien ausschlaggebend für die Gründung von PEGIDA gewesen.

Von Bachmann unerwähnt blieben weitere Faktoren, die die Entstehung von PEGIDA befördert haben dürften: So stellte sich die Stadt Dresden bereits seit Juni 2014 auf steigende Asylbewerberzahlen ein und beriet zeitgleich mit der Entstehung von PEGIDA Dresden über deren Unterbringung (vgl. Vorländer/Herold/Schäller 2016: 6).

auf den ultranationalistischen Mythos eine Radikalisierung nach rechts und damit eine Revision der Verfassungswirklichkeit bzw. einzelner Normen anstreben“ (34). Rechtsradikalismus sei eine politische Ideologie, die um die Vorstellung einer homogenen Nation kreise und gesellschaftliche Modernisierung bekämpfen und rückgängig machen wolle – „ein romantischer und populistischer Ultranationalismus, der der liberalen, pluralistischen Demokratie mit ihren grundlegenden Prinzipien des Individualismus und Universalismus feindlich gegenüber steht. Die Exklusionskriterien im rechtsradikalen Diskurs können auf ethnischer Zugehörigkeit, Kultur, Religion und/oder dem Geschlecht beruhen [...]“ (Minkenberg 2013: 11f.).

³² Die Daten von *Pegida mag Dich* (www.pegida-mag-dich.de) wurden nicht mithilfe wissenschaftlicher Kriterien gewonnen und sind daher besonders anfällig für systematische Verzerrungen. Allerdings können sie in der Zusammenschau mit den wissenschaftlichen Studien zusätzliche Indizien liefern, die die Autorinnen an einigen Stellen nicht unerwähnt lassen möchten, auch wenn sich daraus keine gesicherten Schlüsse ziehen lassen. Die Daten der Initiative werden auch von Forscher*innen wie Rucht et al., Scharf und Pleul zitiert (vgl. Rucht et al. 2015: 9; Scharf/Pleul 2016: 91).

Gründungsmitglieder und Symbolik

Bachmann gründete am 11. Oktober 2014 zunächst eine geschlossene FB-Gruppe unter dem Namen *Friedliche Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes* (Teidelbaum 2016: 9). Aus den Mitgliedern dieser Gruppe gingen auch die Organisator*innen der PEGIDA-Demonstrationen hervor: Lutz Bachmann, Siegfried Däbritz, Tom Balazs, Stephan Baumann, Achim Exner, Frank Ingo Friedemann, René Jahn, Bernd-Volker Lincke, Kathrin Oertel und Thomas Tallacker, Hamilton Goerge und Thomas Hiemann (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 14f.). Die Mehrzahl von ihnen waren selbstständige, untereinander befreundete Kleinunternehmer*innen aus Dresden und dem Umland (vgl. Teidelbaum 2016: 9 und Vorländer/Herold/Schäller 2016: 5).

„Gewaltfrei und vereint gegen Glaubens- und Stellvertreterkriege auf deutschem Boden“ stand auf dem Transparent, das an der Spitze vieler „Montagsspaziergänge“ getragen wurde und immer noch wird. Daneben ist ein stilisierter Mensch zu sehen, der die IS-Fahne, ein PKK-Logo, ein Antifa-Symbol und ein Hakenkreuz in einen Mülleimer wirft.

Trotz des Namens und der gewählten Symbolik blieb die Programmatik der Bewegung lange unklar (vgl. Vorländer/Herold/Schäller 2016: 31). Am 10. Dezember 2014 veröffentlichte PEGIDA schließlich via Facebook ein Positionspapier mit 19 Zielen und Forderungen der Bewegung (vgl. Positionspapier der Pegida; zit. n. Söhler 2014). Hauptsächlich beschäftigten sich diese mit dem Themenkomplex Flüchtlinge und Zuwanderung (vgl. Vorländer/Herold/Schäller 2016: 35).

Rasanter Aufstieg und Spaltung

Seit dem 19. Dezember 2014 ist PEGIDA beim Amtsgericht Dresden als Verein eingetragen (vgl. Handelsregister 2014). Zusätzlich wurde ein PEGIDA Förderverein e. V. gegründet.

Die Bewegung erfuhr seit ihrer Gründung kontinuierlich Zulauf und erreichte am 12. Januar 2015 mit rund 25.000 Demonstrierenden den Höchststand ihrer Mobilisierung.

Doch schon bald darauf spaltete sich das Organisationsteam von PEGIDA: Lutz Bachmann trat am 21. Januar 2015 zurück, nachdem ein Foto von ihm mit Hitlerbart aufgetaucht war und FB-Kommentare bekannt wurden, in denen Bachmann Asylbewerber und Geflüchtete als „Viehzeug“, „Dreckspack“ und „Gelumpe“ (Zeit Online 2016) bezeichnete, wofür er im November 2016 wegen Volksverhetzung rechtskräftig zu einer Geldstrafe verurteilt wurde (vgl. Landgericht Dresden 2016).

Ende Januar 2015 verließ Kathrin Oertel mit weiteren Mitgliedern die Bewegung.³³ Nach viel Verwirrung über die verbleibende Rolle von Lutz Bachmann bei PEGIDA trat dieser schließlich wieder in das Leitungsteam ein und publizierte seine Verkürzung des PEGIDA-Positionspapiers

³³ Oertel gründete zusammen mit Jahn, Lincke, Tallacker und Exner den Verein *Direkte Demokratie für Europa* (DDfE) (Rehberg 2016: 18), der jedoch wenig später zerfiel (vgl. Vorländer/Herold/Schäller 2016: 14).

von 19 auf sechs Punkte (vgl. Becher/Begass/Kraft 2015: 20f.). Kurze Zeit später gab die Bewegung schließlich eine zehn Punkte umfassende Version der ursprünglichen Forderungen unter dem Namen *Dresdner Thesen* heraus (vgl. *Dresdner Thesen* o. Jg.).

Stagnation

Die Führungsstreitigkeiten im Organisationsteam von PEGIDA bedeuteten einen deutlichen Einbruch der Anzahl der Demonstrierenden in Dresden, den die Organisator*innen mit Aktionen wie der Rede des niederländischen Rechtspopulisten Geert Wilders am 13. April 2015 wieder wett zu machen versuchten. Auch wenn hierzu 10.000 Menschen erschienen, enttäuschte dies die Erwartungen (vgl. Vorländer/Herold/Schäller 2016: 15 und 1).

Am 5. März 2015 wurde auf der FB-Seite von PEGIDA die *Dresdner Charta* verbreitet. Darin richtete sich PEGIDA mit sieben Forderungen an „alle Muslime, muslimischen Vereine, Organisationen und Moscheen etc. in Deutschland“ (*Dresdner Charta*; zit. n. Patzelt 2016e: 611).

Forscher*innen des *Göttinger Instituts für Demokratieforschung* (2016) bezeichnen den Sommer 2015 als den „Zenit von PEGIDA“ (3). Der geringen Mobilisierung auf der Straße zum Trotz konnte PEGIDA mit der Kandidatur von Tatjana Festerling für das Amt der Oberbürgermeisterin in Dresden einen Erfolg verbuchen: Im ersten Wahlgang am 7. Juni 2015 erhielt Festerling fast zehn Prozent der Stimmen. Sie verzichtete allerdings auf ihre Teilnahme am zweiten Wahlgang (vgl. Rehberg 2016: 21).

Erneuter Zuwachs durch Geflüchtete in Deutschland

Ab Ende August 2015 stieg die Zahl der Demonstrierenden in Dresden wieder an und erreichte am 19. Oktober 2015, der Demonstration zum einjährigen Bestehen PEGIDAs, 15.000 bis 20.000 Teilnehmer*innen (vgl. *Durchgezählt* 2015).

Den Wiederanstieg der Teilnehmer*innenzahlen führen Pleul und Scharf (2016) auf das vermehrte Ankommen von Geflüchteten in Deutschland im Spätsommer 2015 und Angela Merkels viel beachteten Ausspruch „Wir schaffen das!“ zurück und bescheinigen PEGIDA, durch die sogenannte Flüchtlingskrise gerettet worden zu sein (vgl. 302). Gleichzeitig mit dem erneuten Aufblühen der Bewegung konnte eine zunehmende Radikalisierung beobachtet werden: Aufsehen erregten die Demonstrationen von PEGIDA Dresden, als am 12. Oktober 2015 eine Galgen-Attrappe mitgeführt wurde, die Angela Merkel und Sigmar Gabriel gewidmet war (vgl. Rehberg 2016: 17).

Verkündung der Parteigründung

Im Juni 2016 verließ Tatjana Festerling PEGIDA³⁴. Festerling hatte sich zuvor mit Äußerungen wie „Wenn die Mehrheit der Bürger noch klar bei Verstand wäre, dann würden sie zu Mistgabeln greifen und diese volksverratenden, volksverhetzenden Eliten aus den

³⁴ Festerling gründete unter dem Namen des Aktionstages *Festung Europa* eine Gegenorganisation, die ebenfalls in Dresden demonstrierte (vgl. Rehberg 2016: 23f.).

Parlamenten, aus den Gerichten, aus den Kirchen und aus den Pressehäusern prügeln“ in der Öffentlichkeit positioniert, wie auch dem Ausspruch, die Auseinandersetzung mit dem Nationalsozialismus sei „überkompensierende Nazi-Obsession“ (Festerling 2016). Der Angriff auf die Presse führte zu einer Anzeige des Deutschen Journalisten Verbandes (DJV) wegen Volksverhetzung; das Verfahren wurde von der Staatsanwaltschaft Leipzig später eingestellt (vgl. DJV 2016).

Bei einer PEGIDA-Demonstration im Juli 2016 verkündete Bachmann die Gründung der *Freiheitlichen Direktdemokratischen Volkspartei* (FDDV) als parlamentarischen Arm der PEGIDA (vgl. Rehberg 2016: 22). Rehberg (2016) vermutet, dass diese „hilflos erscheinende Parteigründung“ (23) mit den stetig schwindenden Beteiligungszahlen bei den Protesten zusammenhing. Nach Recherchen der Tageszeitung taz war dem Bundeswahlleiter damals allerdings nichts über eine Partei mit diesem Namen bekannt (vgl. Bartsch 2016). Der Link www.fddv.de auf dem FB-Profil der Partei³⁵ leitet auf die Homepage von PEGIDA Dresden weiter³⁶.

Lediglich am zweiten Jahrestag der Bewegung, am 16. Oktober 2016, schafften die Organisator*innen es, wieder mehr Menschen auf die Straße zu bringen. Es kamen bis zu 8.500 Demonstrierende (vgl. Durchgezählt 2016).

Annäherung an AfD und Identitäre

Seit April 2017 besitzt PEGIDA eine Homepage³⁷, auf der die Bewegung Informationen zu Demonstrationen und Einschätzungen aktueller politischer Entwicklungen verbreitet. Für die Homepage zeichnet der PEGIDA Förderverein e. V. verantwortlich, vertreten durch Lutz Bachmann und Siegfried Däbritz.

Zuletzt haben sich PEGIDA und die *Alternative für Deutschland* (AfD) angenähert. Am 8. Mai 2017 kam es zwischen PEGIDA und AfD öffentlich zum symbolischen Schulterchluss (vgl. Bartsch 2017). Seitdem gibt es gemeinsame Veranstaltungen (vgl. MDR 2017). Im September forderte Lutz Bachmann die Demonstrations-Teilnehmer*innen öffentlich dazu auf, bei der Bundestagswahl die AfD zu wählen. Beim politischen Aschermittwoch der AfD 2018 wurde der Schulterchluss auf Bundesebene bekräftigt. So wurden die PEGIDA-Organisator*innen als „Freunde“ (Rietzschel 2018) begrüßt; Björn Höcke lobte die Bewegung mit den Worten: „Ohne euch wären wir nur halb so stark.“ (Rietzschel 2018)

Auch eine Annäherung an die *Identitäre Bewegung*, die der Verfassungsschutz als rechtsextrem einstuft und deswegen beobachtet, ist erkennbar: So unterstützte das PEGIDA-Organisationsteam Aktionen der *Identitären Bewegung* (vgl. PEGIDA 2017b und 2017c). Auch die App der *Identitären Bewegung* soll nach Angaben der PEGIDA-Seite dort implementiert

³⁵ <https://www.facebook.com/FDDV-Freiheitlich-Direktdemokratische-Volkspartei-170392293374104/>

³⁶ Stand: 28.01.18

³⁷ www.pegida.de

werden (vgl. PEGIDA 2017a).

Drei Jahre PEGIDA

Zum dreijährigen Bestehen der Bewegung in Dresden publizierten die Organisator*innen im Oktober 2017 auf ihrer Homepage: „[D]ie Altparteien rennen uns nach, um mit UNSEREN Forderungen eine Regierung auf die Beine zu stellen“ (PEGIDA 2017d; Herv. i. O.).

Der Rückhalt für PEGIDA in der deutschen Bevölkerung ist mit der Zeit deutlich zurückgegangen. Zu Beginn der Demonstrationen im Herbst 2014 beauftragte *Zeit Online* das Institut *YouGov* mit einer repräsentativen Umfrage unter Bundesbürger*innen zur Rezeption von PEGIDA: Fast jede*r zweite Befragte hatte Verständnis für die Demonstrierenden (vgl. *Zeit Online* 2014). Laut der Repräsentativerhebung der im Mai 2016 veröffentlichten Mitte-Studie gab hingegen knapp die Hälfte der Deutschen an, gar nichts oder eher nichts mit den Zielen der Bewegung anfangen zu können. Eine kleine Gruppe von rund neun Prozent der Befragten teilte die Ziele von PEGIDA laut der Umfrage vollkommen (vgl. Yendell/Decker/Brähler 2016: 138f.).

4.2 Was ist bisher über PEGIDA bekannt?

PEGIDA schien zunächst ein rätselhaftes Phänomen zu sein. Da Kathrin Oertel am 15. Dezember 2014 bei einer Kundgebung in Dresden offiziell verkündete, dass das PEGIDA-Organisationsteam keine Presse-Interviews mehr geben würde (vgl. Oertel; zit. n. YouTube 2014b: 2'39"), wurde wenig über die tatsächlichen Motive der Bewegung und der Demonstrierenden bekannt.

Die erste Studie über die Bewegung, die das Team um Vorländer Mitte Januar 2015 präsentierte, stellte das medial vermittelte Bild von PEGIDA auf den Kopf. Die Vor-Ort-Umfrage unter den Demonstrierenden legte nahe, dass es „gewöhnliche“ Bürger auf die Straße trieb und dass der Kampf gegen die „Islamisierung“ zwar namensgebend für PEGIDA war, sich dahinter allerdings eine starke allgemeinpolitische Deprivation verbarg (vgl. Reuband 2015: 135; Vorländer/Herold/Schäller 2015: 73; Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 29). Dass der Name der Bewegung fehlleitend sei, gab Protest-Organisatorin Oertel auch bereits im Januar 2015 in der Talk-Sendung von Günther Jauch zu.

Der Vorländer-Studie folgten einige andere³⁸. Insgesamt fehlten in diesen Studien jedoch multivariate Analysen, die eine Vielzahl von Einflüssen und auch Scheinkorrelationen überprüften, kritisieren Yendell, Decker und Brähler (vgl. 2016: 137). Wegen der geringen Ausschöpfungsquote wurden gerade die Ergebnisse der Vorländer-Studie kontrovers diskutiert.

Reuband (2015), der die ersten PEGIDA-Studien in einer Metastudie in Bezug auf Methoden

³⁸ Für das Verständnis der Ausführungen über die unterschiedlichen Durchführungen der PEGIDA-Untersuchungen in dieser Arbeit, und weil bisher keine Publikation die erschienenen PEGIDA-Studien systematisch auflistet, haben die Autorinnen eine Übersicht über die Erstellungszeiträume und Methodiken der PEGIDA-Studien erstellt (s. Anh. J).

und Erkenntnisse verglich (s. Anh. J), kommt jedoch zu dem Schluss, dass gerade die Vorländer-Studie methodisch als „geradezu vorbildlich“ (135) gelten könne. Mit Blick auf die Gesamtzahl der Studien könnten diese, so Reuband, „als ergänzend und komplementär“ (ebd.: 133) begriffen werden. Geiges, Marg und Walter (2015) halten fest, dass die Differenzen zwischen den Studien „mehr in den politischen Einfärbungen der Interpretationen“ (65) lägen: „erst recht in den – besonders meinungsfreudig und zugespitzt vom Dresdner Politologen Werner J. Patzelt vorgetragenen – Empfehlungen für den Umgang mit solchen Gruppen wie Pegida und ihre Ableger“ (ebd.). In dieser Arbeit möchten die Autorinnen deshalb Ergebnisse aus sämtlichen vorliegenden PEGIDA-Studien zitieren.

Die Durchführung der Face-to-face-Befragungen, die vielen PEGIDA-Studien zugrunde lagen, gestalteten sich manchmal schwierig: So beschrieben die Interviewer*innen die Atmosphäre bei den Demonstrationen zwar teils als „überraschend nett“ (vgl. Patzelt/Eichardt 2015: 6), einige beklagten allerdings auch verbale und physische Übergriffe, Drohgebärden, das Entwenden von Fragebögen, den oft geäußerten Vorwurf, die Daten würden ohnehin manipuliert, sowie sexuell anzügliches Verhalten (vgl. ebd.: 6f.).

Vorländer, Herold und Schäller (2015) fiel auf, dass die Kontaktaufnahme zu den Demonstrierenden erheblich erleichtert wurde, wenn die Interviewer*innen explizit darauf hinwiesen, dass sie keine Medienvertreter*innen seien (vgl. 26).

Patzelt (2016c) stellte in seiner aktuellsten Studie fest, dass seine Interviewer*innen die Atmosphäre bei den Demonstrationen im Vergleich zur Befragung im Mai 2015 als deutlich radikaler und feindseliger wahrnahmen (vgl. 287f.). 67 Prozent von ihnen berichteten im Januar 2016, beleidigt worden zu sein; 22 Prozent, dass sie tätlich angegangen wurden (vgl. ebd.: 285f.).

Die teils behinderte Durchführung der Studien, das Problem, bei den PEGIDA-Demonstrierenden nicht die Grundgesamtheit zu kennen (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 62) und dass mehrere Studien auf Befragungen bei ein und derselben Demonstration basieren (s. Anh. J), sollte also im Hinblick auf die nicht zu gewährleistende Repräsentativität der Forschungsergebnisse stets im Hinterkopf behalten werden.

Da die ausführliche Behandlung der erhobenen soziodemografischen Merkmale und Einstellungen den Umfang dieser Arbeit sprengen würde und diese in der Online-Analyse der FB-Kommentare oft keinen äquivalenten Vergleich finden, soll im Folgenden lediglich ein Überblick über zentrale Themen und Einstellungen von PEGIDA-Demonstrierenden gegeben werden. Die bei den Umfragen untersuchte Unzufriedenheit mit den Medien soll als zentrales Thema dieser Arbeit ausführlicher besprochen werden.

4.2.1 Themen und Einstellungen

Rehberg (2016) beschreibt den Auftritt von PEGIDA-Demonstrierenden als durchaus

heterogen. Typische Stammtischgäste würden sich mit Hooligans³⁹, Trägern der Wirmer-Flagge⁴⁰ und Identitären mischen (vgl. 20).

Der Großteil der befragten PEGIDA-Demonstrant*innen verortete sich selbst in den ersten PEGIDA-Studien von Patzelt (2015) und Rucht et al. (2015) politisch in der Mitte. Laut den aktuellsten Umfragen von Patzelt (2016c), waren PEGIDA-Anhänger*innen allerdings eher dem Rechtsextremismus zugetan als der bundesdeutsche Durchschnitt (vgl. 176). Patzelt betonte jedoch auch, dass 56 Prozent der Befragten seine Indikatorthesen für Rechtsextremismus wenigstens überwiegend ablehnten (vgl. ebd.: 176 ff.). Er bezifferte den Anteil der Rechtsradikalen (im Gegensatz zu Rechtsextremen) für die Demonstrierenden im Januar 2016 auf 19 Prozent (vgl. ebd.: 283).

Patzelt verzeichnete einen deutlichen Anstieg von Xenophobie und Islamophobie unter den Demonstrierenden: Nur knapp ein Drittel konnte sich friedliche Muslime vorstellen (vgl. 2016a). Die Angst vor der vermeintlichen Islamisierung habe sich in eine Geringschätzung praktizierender Muslime und explizit von Menschen aus dem „nordafrikanisch-arabischen Kulturkreis“ (Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 32) verwandelt.

Die Themen Asyl, Einwanderung und Diversität sind in den offiziellen PEGIDA-Forderungen am häufigsten vertreten. Aktuell verlangt PEGIDA nach einem Zuwanderungsgesetz und einer im Grundgesetz verankerten „Pflicht zur Integration“ (Dresdner Thesen (o. Jg.)); knapp die Hälfte der Befragten war bereit, Bürgerkriegsflüchtlinge und Asylsuchende aufzunehmen (vgl. Patzelt 2016a). Weitere Forderungen werden von PEGIDA im Bereich der Russland-Politik, der direktdemokratischen Teilhabe und dem Umgang mit dem Thema Gender gestellt (vgl. Dresdner Thesen (o. Jg.); Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016; Rafael 2015).

Die generelle Unzufriedenheit mit der Politik ist eines der Hauptmotive des PEGIDA-Protests (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 29; Vorländer/Herold/Schäller 2015: 59; Patzelt 2015: 24). PEGIDA-Anhänger*innen fühlten sich in großer Mehrheit von politischen Repräsentant*innen nicht vertreten (vgl. Patzelt 2015: 23; Vorländer/Herold/Schäller 2015: 63). 77 Prozent glaubten sogar, dass es Aufgaben gibt, die Parteien nicht mehr lösen können (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 32f.); ein Fünftel der Befragten lehnte die Demokratie als Staatsform ab (vgl. ebd.: 26f.).

³⁹ Die HoGeSa-Demonstrationen der *Hooligans gegen Salafismus* im Herbst 2014 spielten bei der Entstehung von PEGIDA durchaus eine Rolle. So habe beispielsweise Siegfried Däbritz, einer der führenden PEGIDA-Organisator*innen, an mehreren HoGeSa-Demonstrationen teilgenommen (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 23).


⁴⁰ Die „Wirmer-Flagge“ (bzw. die des 'Deutschen Widerstandes Stauffenberg')“ (Rehberg 2016: 20) ist ein Symbol für die Denkrichtung, „dass ein erfolgreich verlaufender Aufstand der Offiziere am 20. Juli 1944 und dann vielleicht der gesamten Wehrmacht eine an die nationalen Traditionen ungebrochen anknüpfen könnende Ordnung geschaffen hätte“ (ebd.).

4.2.2 Unzufriedenheit mit den Medien

Als „von Anfang an verunglückt“ (12) beschreibt Patzelt (2015) die Beziehung zwischen den Medien und PEGIDA. Im ursprünglichen Positionspapier beschäftigte sich keiner der 19 Punkte mit Medienkritik (vgl. Positionspapier der Pegida; zit. n. Söhler 2014); ebenso wenig in den *Dresdner Thesen* (vgl. *Dresdner Thesen* o. Jg.). Trotzdem scheint das Misstrauen in die Medien – lautstark vorgetragen durch das Skandieren von „Lügenpresse“-Sprechgesängen auf den Demonstrationen – ein zentrales Thema der Bewegung zu sein. In der Rucht-Studie (2015) stimmten rund 97 Prozent der Teilnehmer*innen der Bedeutung des Begriffs „Lügenpresse“ zu (vgl. 26).

Das Wort „Lügenpresse“ ist allerdings keine Erfindung von PEGIDA, sondern kann auf eine lange Historie zurückblicken: Bereits während des Ersten Weltkriegs wurde er zur Diffamierung der gegnerischen Medien und später in der Propaganda der Nationalsozialisten gegen die Presse der Weimarer Republik genutzt. Ebenso sei der Ausdruck vom DDR-Regime gegen die „kapitalistische Lügenpresse“ (Geiges/Marg/Walter 2015: 100) des Westens benutzt worden. RAF-Terroristen und Linksautonome verwendeten den Begriff weiterhin in den Siebzigerjahren, bis sich die Bedeutung 1989 in der DDR umkehrte: Diesmal nutzten Oppositionellen ihn gegen die SED-Zeitung *Neues Deutschland*. Kurz vor der Entstehung von PEGIDA sei der Begriff wieder von Rechten aufgegriffen worden: So entrollten auch im Fanblock von Dynamo Dresden Personen im Oktober 2011 ein Banner mit selbigem Begriff. Dynamo Dresden-Anhänger*innen gehörten auch zu den ersten PEGIDA-Demonstrant*innen (vgl. ebd.: 12); die Hooligans des Vereins bezeichnet Sundermeyer (2015) als einen „wesentliche[n] Faktor im PEGIDA-Konzept“ (173) in der Anfangsphase der Bewegung. Auch wurde „Lügenpresse“ bereits bei dem HoGeSa-Protest im Herbst 2014 in Köln skandiert (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 101).

Durch seine inflationäre Verwendung bei PEGIDA wurde „Lügenpresse“ auch zum Unwort des Jahres 2014 gewählt (vgl. Unwort des Jahres 2014).

	FF 4.1: Ist die undifferenzierte Pauschalkritik der „Lügenpresse“ auch in den Kommentaren auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden dominant?
-------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Als Kathrin Oertel im Dezember 2015 bekannt gab, dass das PEGIDA-Organisationsteam der Presse keine Auskünfte mehr geben würde, beschrieb sie auch, was sie an der Berichterstattung in Deutschland vermisste: „Unsere deutsche Presse soll sich einfach mal ne Scheibe von den internationalen Blättern abschneiden, in denen wirklich einmal objektiv berichtet wird, ohne Wertung für oder gegen PEGIDA, einfach nur so wie's is.“ (vgl. Oertel; zit. n. YouTube 2014: 2'45") Auch den Teilnehmer*innen der Demonstrationen gaben die Protest-Organisator*innen Anweisungen, während der Proteste nicht mit Medienvertretern zu sprechen (vgl. Vorländer/Herold/Schäller 2015: 10). Die kommunikative Einbahnstraße bezeichnet

Sundermeyer (2015) als Medien-Strategie, die auch bereits von der neonazistischen Partei *Die Rechte* erfolgreich erprobt worden sei: Rückfragen, Konfrontationen oder Kontroversen kommen so gar nicht erst auf (vgl. 169).

Das „Verlesen der 'Presselügen der Mainstreampresse' aus der vergangenen Woche“ (Geiges/Marg/Walter 2015: 16) wird zu einem festen Bestandteil der montäglichen Proteste. Dass die Presse nicht „objektiv“ berichtete, empfand nicht nur das Organisationsteam der PEGIDA-Proteste so: Auch in den Umfragen und Gruppendiskussionen⁴¹ von Geiges, Marg und Walter (2015) war die Forderung nach „Objektivität“ und „Wahrheit“ (106) immer wieder zu hören. Beispielsweise kritisierte dort jemand die vermeintliche Verlagerung der Berichterstattung von faktenbasierten Berichten hin zu Meinungsbeiträgen und Leitartikeln, denen es an der nötigen Objektivität mangle (vgl. ebd.: 101). In der Befragung von Vorländer, Herold und Schäller (2015) warfen die Befragten Journalist*innen darüber hinaus Selbstbezogenheit, Arroganz und Realitätsverlust vor (vgl. 111). Politik und Medien seien außerdem oft zu eng miteinander verwoben, die Unabhängigkeit von Journalist*innen gefährdet (vgl. ebd.).

Die Unterstellung einer gelenkten Presse zeigte sich auch in Untersuchungen des *Göttinger Instituts für Demokratieforschung* (2016). Interessanterweise wurde hier oft Bezug zur DDR genommen: Auch 1989 habe es einen Widerstand gegen die Medienszensur gegeben, so die Befragten (vgl. 37). Dieses Schema deutete sich bereits in der Gruppendiskussion von Geiges, Marg und Walter (2015) an. Ein Diskutant merkte an, dass „wir medienmäßig wieder in der DDR angekommen“ (103) seien und vermutete, dass bei der *Sächsischen Zeitung* Redakteure „auf Linie“ (ebd.) gebracht würden.

Einige der Diskussionsteilnehmer*innen äußerten gar, sich bewusst zu sein, dass sie zu den Wenigen gehörten, die die kollektive Irreführung der Medien durchschaut hätten (vgl. ebd.). Dass noch nicht die ganze Bevölkerung dies verstanden habe, erklärten sie sich mit einer besonders geschickten „Kampagnenführung des Systems“ (ebd.) und Zeitmangel. Außerdem verweigere sich ein großer Teil der Bürger*innen schlicht, die vermeintliche Wahrheit zu erkennen (vgl. ebd.: 103f.).

Auch Vorländer, Herold und Schäller (2015) fanden Anzeichen solcher auf Medien bezogenen Verschwörungstheorien: etwa dass die in etablierten Medien erscheinenden Meinungen konzertiert und aufeinander abgestimmt seien (vgl. 67 und Rucht et al. 2015: 22). Deren Bestätigung lieferten vermeintliche Insider wie Jürgen Elsässer, Chefredakteur des *Compact-Magazins*, und der im Januar 2017 gestorbene Udo Ulfkotte, ehemaliger FAZ-Redakteur und Autor des Buches *Gekaufte Journalisten. Wie Politiker, Geheimdienste und Hochfinanz Deutschlands Massenmedien lenken*. Beide sind in der Vergangenheit bei PEGIDA-Protesten zum Beispiel als Redner in Erscheinung getreten; beide könne man „eher einer

⁴¹ Die Ergebnisse der Gruppendiskussion sind freilich nicht repräsentativ, jedoch liefern die überaus detaillierten Beschreibungen wertvolle Perspektiven.

verschwörungstheoretischen Szene zuordnen“ (Geiges/Marg/Walter 2015: 24).

In allen ersten PEGIDA-Studien wird auch deutlich, dass sich die Demonstrierenden durch die Darstellung der Proteste in den Medien diffamiert fühlten, was sogar teils als Grund der eigenen Teilnahme bei den Kundgebungen genannt wurde (vgl. Patzelt 2015: 26; Rucht et al. 2015: 49; Vorländer/Herold/Schäller 2015: 66 und 113; Geiges/Marg/Walter 2015: 100). Auf den Kundgebungen selbst wird dieses Motiv durch den Ablauf der Veranstaltung befördert (vgl. Heim 2017: 345f.). Der Aussage, die Berichterstattung über PEGIDA sei ausgewogen, stimmten in der Studie von Patzelt (2015) 88 Prozent der Befragten überhaupt nicht oder eher nicht zu (vgl. 12). Dieser Anteil ist in der Folgestudie von Januar 2016 sogar noch auf 95 Prozent gestiegen (vgl. Patzelt 2016c: 290). Bei Vorländer, Herold und Schäller (2015) dominierte der Vorwurf der Tendenzberichterstattung unter den Befragten (vgl. 66).

In den Gruppendiskussionen von Geiges, Marg und Walter (2015) wurde deutlich, dass die Teilnehmer*innen der ARD sogar eine bewusst manipulative Berichterstattung über PEGIDA unterstellten, die das Ziel habe, PEGIDA zu schaden (vgl. 102).

Interessant ist dabei, dass die öffentlich-rechtlichen Medien studienübergreifend weniger Vertrauen bei den Befragten genossen als die privaten (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 64 und Walter 2015)⁴². Laut der Walter-Studie schenkten rund 59 Prozent der Befragten den privaten Medien kein Vertrauen, bei den Öffentlich-Rechtlichen betrug dieser Wert 85 Prozent (vgl. Walter 2015). Rucht et al. (2015) erhoben ergänzend mit einer etwas anderen Fragestellung, dass 94 Prozent der Befragten wenig und überhaupt kein Vertrauen in das Fernsehen hatten; nur marginal geringer war das Misstrauen in das Zeitungswesen (vgl. 24).

Doch was sind die Gründe des Misstrauens? Bei der Suche nach den Ursachen fallen zunächst Kritikpunkte auf, die ähnlich auch gegenüber der Politik formuliert wurden: Es herrsche ein zu großer Konsens innerhalb der Berichterstattung der verschiedenen Medien, wichtige Standpunkte seien darin nicht repräsentiert (vgl. Rucht et al. 2015: 16). In den Gruppendiskussionen von Geiges, Marg und Walter (2015) bemängelten die Diskutant*innen, dass sie kaum unterschiedliche Meinungen und konträre Statements beim Hören, Lesen und Sehen der Medien präsentiert bekämen. Sie vermuteten: Alles würde „vorab gefiltert, bis zur Unkenntlichkeit verwässert oder schlichtweg zensiert“ (101).

Einem bedeutenden Teil der PEGIDA-Demonstrant*innen schien es mit Journalist*innen ähnlich zu gehen wie mit Politiker*innen: Sie vertrauten deren Darstellungen nicht und empfanden ihnen gegenüber eine ausgeprägte Distanz. Die für sie entscheidenden gesellschaftlichen Themen (beispielsweise Asylpolitik und Migration) würden medial in einer Weise aufgearbeitet, die ihre Bedürfnisse verfehlte. Anstatt den Tatsachen ins Auge zu sehen, herrsche wie in der Politik eine „stumpfe Orientierung an der 'political correctness'“ (Rucht et al. 2015: 48).

⁴² Aktuelle Werte zum Medienvertrauen der Deutschen generell s. Kap. 3.2.2.3.

Einen kurzfristigen Wandel durchlebte die Medienkritik von PEGIDA durch den Anschlag auf die Redaktionsräume der Satirezeitschrift *Charlie Hebdo* am 7. Januar 2015. Plötzlich war offiziell nicht mehr von der „System-“ oder „Lügenpresse“ die Rede, sondern vom hohen Gut der Pressefreiheit, das es zu schützen gelte – was die PEGIDA durch ihren Protest gegen die vermeintliche Islamisierung bereits täten, so der Organisator Lutz Bachmann (vgl. Rucht et al. 2015: 38).

Auf der Straße hielt das Lob auf die Presse nicht lange an: Die feindliche Stimmung bekamen Journalist*innen auch nach den Pariser Anschlägen deutlich zu spüren. Im Pressefreiheitsranking von *Reporter ohne Grenzen* für das Jahr 2015 rutschte Deutschland im Vergleich zum Vorjahr zwei Plätze herunter. Die Organisation begründete dies mit einer ungewöhnlich hohen Zahl an Angriffen auf Journalist*innen in Deutschland – von denen ein Großteil bei Veranstaltungen von PEGIDA oder einem der PEGIDA-Ableger stattgefunden habe. So sei beispielsweise ein Journalist der Deutschen Welle beschimpft, behindert und geschlagen worden, als er von den Demonstrationen zum Jahrestag der Bewegung berichten wollte; ebenso Journalist*innen und Kameraleute bei LEGIDA-Kundgebungen (vgl. Reporter ohne Grenzen 2016). Zwar sei die Anzahl der Angriffe auf Journalist*innen in Deutschland 2016 kleiner gewesen, doch ließen sich gerade im Zusammenhang mit PEGIDA noch Straftaten gegen Journalist*innen beklagen. Beispielsweise habe Anfang 2016 ein Journalist, der von einer Demonstration des PEGIDA-Ablegers in Köln habe berichten wollen, ins Krankenhaus gemusst, da er mit Böllern und Steinen attackiert worden sei (vgl. Reporter ohne Grenzen 2017).

4.2.2.1 PEGIDA und alternative Medien

Doch nicht alle Medienvertreter*innen und Medien wurden von den PEGIDA-Organisator*innen bekämpft, diffamiert und gemieden⁴³: So habe Lutz Bachmann der Zeitschrift *Blaue Narzisse*, die die *Amadeu Antonio Stiftung* und *no-nazi.net* als rechtsextreme Plattform einstufte (vgl. Amadeu Antonio Stiftung 2015: 9), und der *Jungen Freiheit* ein Interview gegeben; Oertel und Jahn sprachen mit *blu-News*, das mittlerweile in *Metropolitico* umbenannt wurde (vgl. Jennerjahn 2016: 538). Auf dem Facebook-Auftritt von PEGIDA sei das letztgenannte Interview als „wahrheitsgetreu[er] Journalismus“ (ebd.) gelobt worden. Die drei genannten Medien können als Publikationsorgane der *Neuen Rechten*⁴⁴ und als alternative Medien eingeordnet werden (vgl. ebd.).

⁴³ Eine Ausnahme des PEGIDA-Medienboykotts bildete Kathrin Oertels Auftritt am 18. Januar 2015 in der Talk-Sendung von Günther Jauch im öffentlich-rechtlichen Fernsehen.

⁴⁴ Der Begriff wird hier gemäß den Ausführungen von Geisler, Braun und Gerster (2016) genutzt, die die *Neue Rechte* als eine Gruppierung bezeichnen, die sich „insbesondere auf antidemokratische Theoretiker, die in der Weimarer Republik für eine 'konservative Revolution' von rechts eintraten“ (17), bezieht und der es in der Vergangenheit gelungen sei, die Grenzen zwischen demokratisch-konservativen und extremistisch-rechten Inhalten zu verwischen (vgl. ebd.: 17-18).



FF 4.2: Wenn der Medienboykott des PEGIDA-Organisationsteams vornehmlich klassische Medien trifft, finden sich dann auch unter den PEGIDA-Anhänger*innen bei Facebook klare Medienpräferenzen? Um das herauszufinden, haben die Autorinnen die explizite Mediennutzung und -vermeidung in den Kommentaren erhoben.

Alternative Medien wie die *Deutschen Wirtschafts Nachrichten* (DWN), *RT Deutsch*, die Zeitung *Junge Freiheit*, *Epoch Times*, *Sputnik*, *Ken FM*, das *Compact-Magazin* oder das Blog *Politically Incorrect* stehen der PEGIDA-Bewegung ideologisch nahe. Zumindest von der Idee her stehen diese Publikationen in der Tradition der Medien der neuen sozialen Bewegungen der Sechzigerjahre in Deutschland (vgl. Schweiger 2017: 48f.). Die Studenten-, Ökologie-, Frauen-, Friedens-, Anti-Globalisierungs- und Anti-Kernkraft-Bewegungen schufen damals eigene parteiische Medien, „um die eigene Bewegung besser zu mobilisieren und zu koordinieren“ (ebd.: 44). Alternative Medien publizieren explizit nicht ausgewogen und sind keine journalistischen Produkte im Sinne von Vermittlungsinstanzen, die in faktenbezogenen Darstellungsformen Wert auf Aktualität, Relevanz und Themenvielfalt legen (vgl. ebd.: 6, 42, 53 und 142). Ihr Ziel ist es, eine Gegenöffentlichkeit zum Medienmainstream zu schaffen.

Eben dieser mediale Mainstream ist bei PEGIDA-Anhänger*innen zu einem Kampfbegriff geworden. Bereits der 68er-Studentengeneration war die Vorstellung eines medialen Mainstreams, eines öffentlichen Konformitätsdrucks zuwider. Kurioserweise ist eine vergleichbare Ablehnung heute besonders im rechtskonservativen Lager zu finden. „Dort werden die ‚Meinungsdiktatur des Mainstreams‘ beklagt, die ‚Political Correctness‘, der ‚Gender-Wahnsinn‘ und die ‚Systempresse‘“ (ebd.: 122f.).

Ähnlich ist dies auch bei *RT Deutsch* zu lesen. Das Medium schreibt in seinem Internetauftritt über sich: „Mit dem deutschsprachigen Programm von RT wird einem einseitigen und oft interessengetriebenen Medien-Mainstream ein Gegenstandpunkt gesetzt“ (RT Deutsch 2017a).




FF 4.3: Wie häufig werden die als alternative Medien klassifizierten Publikationen in den medienkritischen Kommentaren auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden erwähnt?

Schweiger schreibt, dass die auf der FB-Seite von PEGIDA verlinkten Medien *RT Deutsch* und *Sputnik*, die es sowohl in die Social-Media-News-Charts⁴⁵ im Juli 2017 (vgl. Schröder 2017a) als auch in das letzte verfügbare Jahres-Gesamtranking des Blogs *10000flies* (vgl. Schröder 2016)

⁴⁵ Das Blog *10000flies* veröffentlicht monatlich die Likes, Shares, Comments und Tweets deutschsprachiger Nachrichten-Websites und erstellt daraus ein Beliebtheits-Ranking.

geschafft haben, durch den russischen Staat finanziert seien (vgl. Schweiger 2017: 53f.). Bei DWN, ebenfalls häufig bei PEGIDA verlinkt (s. Kap. 4.3), sei „eine russische Finanzierung vorstellbar“ (ebd.: 54). Einen Hinweis darauf sucht man auf den Internetseiten der entsprechenden Medien vergeblich. Die PEGIDA-Kritik an den klassischen deutschen Medien und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland sowie der Vorwurf, „von der ‚Regierung‘ oder dem ‚Staat‘ politisch und finanziell abhängig zu sein und gesteuert zu werden“ (ebd.), wie es auch in den in dieser Arbeit analysierten Kommentaren auf der FB-Seite von PEGIDA Dresden zu lesen ist (s. Kap. 6), ist Teil der Berichterstattung dieser alternativen Medien⁴⁶. Sie fordern Transparenz über politische und finanzielle Abhängigkeiten anderer Medien, schaffen diese jedoch selbst nicht.

	<p>FF 4.4: Inwieweit bestimmt die vielfach in den alternativen Medien hervorgebrachte Kritik, der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland sei „gesteuert“ und nicht unabhängig, die Medienkritik der PEGIDA Dresden bei Facebook?</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Vor der massenhaften Verbreitung des Internets war der Einfluss alternativer Medien gering, da sich die Mehrheit der Bürger*innen ohnehin über journalistische Medien informierte und Alternativmedien ein Kommunikationsforum linker, studentisch geprägter Gruppen waren, bei denen „der kritische Umgang mit Quellen zum Selbstverständnis gehörte und gepflegt wurde“ (Schweiger 2017: 163).


Heute hingegen richten sich die rechtsalternativen Medien an die Bildungsmittler. Diese ist Schweigers Einschätzung nach wenig medienkritisch und den Publikationen oft „mehr oder weniger schutzlos ausgeliefert“ (ebd.). Dazu passen die Erkenntnisse von Vorländer, Herold und Schaller (2016), die zunächst überraschend scheinen: Sie fanden bei Befragungen der PEGIDA-Demonstrierenden heraus, dass Medienkritik „gerade bei den gebildeteren und wohlhabenderen PEGIDA-Teilnehmern verbreitet war“ (112).

Rucht et al. (2015) fragten PEGIDA-Demonstrierende nach ihren wichtigsten Informationsquellen: Rund 80 Prozent der genannten Medien oder Sendungen gehörten zum Angebot der kommerziellen oder öffentlich-rechtlichen Medien (vgl. 18). Die Befragten nannten im Printbereich besonders häufig Lokalzeitungen und eher konservativ einzuordnende, überregionale Zeitungen wie FAZ und *Welt*. Alternative Medien wie die Zeitung *Junge Freiheit*⁴⁷,

⁴⁶ Als Beispiele sollen hier ein Gespräch bei *RT Deutsch* über die „zu tendenziöse[] ARD-Berichterstattung“ (RT Deutsch 2017b) mit einem ehemaligen ARD-Mitarbeiter, sowie der bei DWN publizierte Vorwurf, der öffentlich-rechtliche Rundfunk stünde unter staatlicher Aufsicht (vgl. Deutsche Wirtschafts Nachrichten 2017), herangezogen werden.

⁴⁷ Die *Junge Freiheit* wurde wegen des Verdachts auf Bestrebungen gegen die freiheitliche demokratische Grundordnung zwischen 1993 und 2004 von Verfassungsschutzbehörden beobachtet (vgl. Pfeiffer/Puttkamer 2007: 57ff.).

das Blog *Politically Incorrect* oder das *Compact-Magazin* wurden im Vergleich dazu nur selten angegeben (vgl. ebd.). Die Nutzung alternativer Medien schien sich demnach unter den Demonstrierenden (noch) nicht durchgesetzt zu haben. Erkennbar ist jedoch, dass gerade diese drei Medien einen besonders guten Ruf genossen: In einer Gruppendiskussion mit PEGIDA-Anhänger*innen wurden sie lobend als wertvolle Alternativen zur Mainstreamberichterstattung hervorgehoben: Sie würden erlauben, sich wahrheitsgetreu über das Geschehen in der Welt zu informieren (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 105).

	FF 4.5: Ist die Kritik der PEGIDA-Anhänger*innen an klassischen Medien besonders schlecht? Um dies herauszufinden, haben die Autorinnen die Kritik nach klassischen und alternativen Medienangeboten geclustert.
-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.2.3 Fazit

Im Hinblick auf die von PEGIDA hervorgebrachten Forderungen und die in den vorliegenden Studien ermittelten Einstellungen von PEGIDA-Anhänger*innen lässt sich die Bewegung zusammenfassend als populistisch⁴⁸ beschreiben. Nach Melzer und Molthagen (2015) trifft auch die Bezeichnung einer rechtspopulistischen Bewegung auf PEGIDA zu. Diese sei zusätzlich durch national-völkische Motive und die „Abgrenzung vom 'Anderen' mit fremdenfeindlichen oder sozialdarwinistischen Motiven“ (7) gekennzeichnet.

Küpper, Zick und Krause (2015) fassen zusammen, dass Rechtspopulismus Komplexes in einer Art vereinfachen würde, „die gefühlte Wahrheiten gegen objektive Tatsachen resistent macht“ (24). Sie betonen, dass PEGIDA mit dem Kampf gegen Multikulturalismus und „Islamisierung“, gegen die „Lügenpresse“, Homosexuelle, Gleichstellung, Europa und mit der Diskreditierung des Systems der parlamentarischen Demokratie „nahezu lehrbuchhaft“ (23) mit der Definition von Rechtspopulismus in der Wissenschaft übereinstimme.

4.3 PEGIDA bei Facebook

Die zentrale Überlegung hinter dieser Arbeit war die Annahme, dass über Facebook-Kommentare und Posts mehr über PEGIDA zu erfahren ist als in Befragungen mit geringer Rücklaufquote. Weil Facebook als Raum der Gegenöffentlichkeit für PEGIDA und zentrales Medium der Mobilisierung gilt (vgl. Rucht et al. 2015: 15f.; Patzelt 2015: 28f.; Geiges/Marg/Walter 2015: 16f.; Vorländer/Herold/Schäller 2016: 2; Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 58f.) und die Anzahl der Facebook-Fans die der Demonstrierenden

⁴⁸ Laut der Definition von Decker und Lewandowsky kennzeichnet „Populismus in erster Linie eine Haltung, die für das sogenannte 'einfache' Volk und gegen die herrschenden gesellschaftlichen und politischen Eliten Partei ergreift“ (Decker/Lewandowsky 2009). Zentral sei die Orientierung gegen das Establishment, das, aus einem Filz von Politik, Wirtschaft und Medien bestehe (vgl. ebd.).


stets übertroffen hat und noch übertrifft (s. Kap. 4), schien diese Quelle vielversprechend als Basis für eine Inhaltsanalyse. Scharf und Pleul (2016) betonen, dass PEGIDA gerade in den ersten Wochen der Straßenproteste nur durch die konsequente Nutzung von Facebook so erfolgreich wurde und der Zuspruch ohne die Aktivitäten auf Facebook nicht verstanden werden kann (vgl. 85).

Das *Göttinger Institut für Demokratieforschung* (2016) plante ursprünglich eine Befragung unter den FB-Fans von PEGIDA Dresden, da kaum wissenschaftliche Studien über die Online-Anhänger*innen von PEGIDA vorliegen (vgl. 38). Leider scheiterte dies an der fehlenden Bereitschaft der Seiten-Administrator*innen, dort einen Link zur Umfrage zu platzieren (vgl. ebd.: 9).

Bei der Briefbefragung, die das Institut infolgedessen unter den PEGIDA-Demonstrant*innen durchführte, wurde deutlich, dass die bisher in Kapitel 4.2 zusammengefassten Eigenschaften sich kaum auf die PEGIDA-Online-Community übertragen lassen: Nur ein Drittel der Demonstrierenden antwortete, mit der FB-Präsenz verbunden zu sein (vgl. ebd.: 24). Die Forscher*innen vermuten, dass „auf den Datenautobahnen einerseits und auf den Straßen der sächsischen Landeshauptstadt andererseits zum Teil unterschiedliche Menschen in Bewegung“ (ebd.: 25) seien.

Patzelt kam bei seinen drei PEGIDA-Studien auf einen anderen Deutungszusammenhang: Je öfter Personen an den Demonstrationen teilnahmen, umso häufiger besuchten sie auch die FB-Seite von PEGIDA (vgl. Patzelt 2015: 28f.; Patzelt/Eichardt 2015: 28f.; Patzelt 2016c: 156). Von den im Mai 2015 von Patzelt und seinem Team befragten Demonstrant*innen besuchten mehr als die Hälfte die PEGIDA-Facebook-Seite regelmäßig (vgl. Patzelt/Eichardt 2015: 28) – im Januar 2016 waren es knapp die Hälfte der Befragten (vgl. Patzelt 2016c: 213).

Aufgrund dieser Widersprüchlichkeit der Studien scheint es wichtig, auch die PEGIDA-Anhänger*innen in der analogen Welt genau zu beschreiben, um bei der Analyse der gescrapten FB-Kommentare gegebenenfalls noch auf die Eigenschaften der Demonstrierenden zurückgreifen zu können.

	FF 4.6: Inwieweit fühlen sich die Kommentator*innen auf der Facebook-Seite als Teil der PEGIDA-Bewegung?
-------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------

Interessant für die Analyse der Medienkritik von PEGIDA bei Facebook sind auch Ergebnisse aus der ersten Studie von Patzelt (2015), der mittels Korrelationsanalysen herausfand, dass Demonstrant*innen die Berichterstattung über PEGIDA als tendenziös empfinden, je eher sie die Informationen auf der FB-Seite von PEGIDA Dresden als ausgewogen betrachten (vgl. 13). Das legt den Schluss nahe, dass die FB-Seite die medienkritische Einstellung der Demonstrant*innen

verstärkt und somit als Katalysator der Medienschelte gelten kann.



FF 4.7: Wie wichtig ist den Kommentator*innen das Äußern von Medienkritik bei Facebook? Um dies zu ermitteln, haben die Autorinnen den Anteil der medienkritischen Kommentare mit der Gesamtzahl der gescrapten Kommentare verglichen.

Die Facebook-Seite von PEGIDA Dresden hat seit ihrer Gründung rasant an Likes gewonnen hat. Die ersten seien dabei aus Dresden und Umgebung gekommen (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 42f.)

Die *Amadeu Antonio Stiftung* und *no-nazi.net* (2015) publizierten ein Monitoring der FB-Seite von PEGIDA Dresden. Den Beobachtungen zufolge, riefen bereits ab November 2014 viele rechte FB-Seiten zu Solidarität und Partizipation an den PEGIDA-Demonstrationen auf; darunter beispielsweise *Identitäre Aktion* und *German Defense League*. Erst durch die so erzeugten viralen Effekte sei es zu so einem rasanten Anstieg der Gefällt-mir-Angaben und einer Bekanntheit von PEGIDA auch in der Mitte der Gesellschaft gekommen (vgl. 7f.).

Die virtuelle Community hat die Zahl der Demonstrierenden auf der Straße stets übertroffen: Die Seite gefiel über 20.000 Profilen, als sich in Dresden nach Polizeiangaben gerade einmal 5.600 Menschen versammelten (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 42f.).

Die Entwicklung der Facebook-Seite *@pegidaevdresden* strukturierten die Göttinger Forscher*innen mithilfe der Analyseplattform *Fanpage Karma* in drei Phasen (vgl. ebd.: 44ff.):

- 1.) Die Phase des stärksten Wachstums datieren die Forscher*innen demnach vom Start der Seite bis Ende Januar bzw. Anfang Februar 2015.
- 2.) Ab Februar 2015 sei es dann zu Umbrüchen in der Bewegung wie dem (vorläufigen) Rückzug Bachmanns und Oertels gekommen. In dieser Phase bis zum einjährigen Jubiläum der Bewegung habe es kaum Zuwachs und kaum Abwanderungen gegeben.
- 3.) Ab Oktober 2015, dem vorläufigen Höhepunkt der Flüchtlingsdebatte in Deutschland, seien zwar die Zahlen der Demonstrationsteilnehmer*innen stagniert (mit Ausnahme der Kundgebung zum einjährigen Bestehen), bei Facebook seien aber konstant Interessierte zu PEGIDA dazu gestoßen.

Die Forscher*innen interpretieren dies als ein mögliches Anzeichen der Entkopplung zwischen Straßen-Protest und virtueller PEGIDA-Gemeinschaft (vgl. ebd.: 45). Was dagegen spricht, sind allerdings die digitalen Zuwachszahlen, die eindeutig mit den analog stattfindenden Ereignissen in Verbindung gebracht werden können. Etwa das Weihnachtsliedersingen im Dezember 2014 oder der Aufruf der Organisator*innen zur Demonstration in Köln gegen sexualisierte Gewalt anlässlich der Silvester-Übergriffe.

Nachdem die Seite im Juli 2016 mehrmals wegen Verstößen gegen die Facebook-Gemeinschaftsstandards offline ging, wurde sie am 22. Juli 2016 mit ihren über 200.000 Fans komplett gesperrt und schließlich von anderen Nutzern neu angelegt (vgl. PEGIDA 2016). PEGIDA konnte folglich den ursprünglichen Seitennamen nicht behalten und hat unter *@pegidaevofficial* eine neue Facebook-Präsenz aufgebaut, die rund 50.600 Personen gefällt⁴⁹.

Im Folgenden sollen die zentralen Ergebnisse von bisherigen Untersuchungen der FB-Präsenz von PEGIDA herausgestellt werden:

4.3.1 Soziodemografische Merkmale

- Es diskutierten deutlich mehr Männer als Frauen (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 77).
- *Zeit Online* hat Anfang 2015 zusammen mit *Pegida mag Dich* auf der Basis von 53.000 Profilen erhoben, wie der typische FB-Fan von PEGIDA aussieht. Laut den eigenen Angaben auf den Profilen war er männlich, zwischen 25 und 49 Jahren alt, lebte in Sachsen und war bei der Bundeswehr oder selbstständig (vgl. Biermann/Blickle/Venohr 2015).
- Über die Hälfte der deutschen PEGIDA-Fans wohnte in Ostdeutschland (vgl. *Pegida mag dich* 2015).
- Die meisten Google-Suchanfragen nach PEGIDA in Sachsen stammten aus Coswig und Radebeul, den Orten, aus denen ein Großteil des Organisator*innenteams kommt. Dort könnte der „harte Kern“ (Pleul/Scharf 2016: 330) anzutreffen sein, der PEGIDA die Treue hält.

4.3.2 Interaktion

- Im Vergleich mit anderen politischen FB-Seiten hatte PEGIDA einen außergewöhnlich hohen Aktivitätsgrad und war damit „vielleicht sogar die aktivste“ (Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 49) politische FB-Seite im deutschsprachigen Raum.
- In Bezug auf die Interaktionsrate ähnelte die Seite von PEGIDA damit denen anderer rechter Akteure wie der AfD und der NPD (vgl. ebd.: 50).
- Die Aktivität von Besucher*innen hat zwischen November 2014 und Januar 2016 stark abgenommen, während die Aktivität der Administrator*innen zugenommen hat (vgl. ebd.: 48).
- Eine direkte Auseinandersetzung zwischen Administrator*innen und Kommentator*innen auf der Seite fand nicht statt (vgl. ebd.: 52).

⁴⁹ Stand: 28.01.18

4.3.3 Art der Kommunikation

- Innerhalb der Kommentator*innen konnten sowohl der Austausch von Argumenten als auch das Verharren auf der eigenen Position festgestellt werden (vgl. ebd.: 77).
- Im Diskurs bemühte sich eine Minderheit um Sachlichkeit und Präzision, insgesamt überwogen Pauschalurteile (vgl. ebd.).

4.3.4 Inhalte

- Die Posts der Organisator*innen von PEGIDA haben zunächst die Demonstrationen gespiegelt, sind dann aber immer mehr zu einer Thematisierung gesellschaftlicher Ereignisse übergegangen (vgl. ebd.: 48).
- Die Posts der Administrator*innen folgten in der Mehrheit einem Schema:
1.) Darstellung von Gewalttaten Anderer, 2.) Aufwerfen der Frage nach deren Bedeutung für die PEGIDA-Gemeinschaft, 3.) Konklusion in Form des Unterstreichens der Bedeutung von PEGIDA (vgl. ebd.: 77).
- Verschwörungstheorien waren latent, allerdings nicht dominant in den Diskussionen (vgl. ebd.)
- Die Medienkritik hat ab Sommer 2015 deutlich an Bedeutung abgenommen und wurde überlagert von „dem Themenkonglomerat Flüchtlinge, Ausländer und Islam“ (ebd.: 60).
- Die „Lügenpresse“ diente aber weiterhin neben oder zusammen mit Politiker*innen als Sündenbock für die sogenannte Flüchtlingskrise (vgl. ebd.: 77).
- An den Orten, wo häufig nach „PEGIDA“ bei Google gesucht wurde, interessierten sich die Menschen weniger für Terror, Islam und Islamismus als für Angela Merkel und ihre Politik (vgl. Pleul/Scharf 2016: 331ff.).

4.3.5 Links

- Es gab lediglich eine geringe Anzahl von Verlinkungen rechter Szenemedien in den Posts – obwohl diese, wie oben genannt, in den Kreisen der PEGIDA oft gelobt wurden (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 53).
- Die Administrator*innen verlinkten häufig Inhalte von *Epoch Times*⁵⁰ (vgl. ebd.).
- Bei den auf der Seite zitierten Medien lag in der SZ-Analyse focus.de vorne. Bei den

⁵⁰ *Epoch Times* wurde als Print- und Online-Publikation im Jahr 2000 von US-Amerikanern chinesischer Abstammung gegründet und steht der *Falun-Gong-Bewegung* nahe (vgl. Baetz 2015). Schweiger (2017) definiert *Epoch Times* als rechtsalternatives Medium, das intensiv über kriminelle Geflüchtete berichtet (vgl. 48ff.) und hält die Finanzierung für undurchsichtig. *Epoch Times* sagt selbst über sich, es sei ein „privat geführtes Medienunternehmen“ (Epoch Times 2017).

alternativen Medien übertraf das Blog *Politikversagen Epoch Times* und lag auf Platz drei der meist zitierten Quellen (vgl. Munzinger/Rietzschel/Bendt 2016b).



FF 4.8: Welche Rolle spielen klassische und alternative Medien in den analysierten Facebook-Kommentaren als Informationsquelle? Um dies herauszufinden, haben die Autorinnen die Häufigkeiten verlinkter und genannter Publikationen erhoben.

- Insgesamt wurden in den Posts auffällig viele Informationsquellen mit Link zugänglich gemacht (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 77).

4.3.6 Echokammer

- PEGIDA-Fans gefielen die Facebook-Seiten der NPD, die der islamfeindlichen *German Defense League*, die Seite des Verschwörungstheoretikers Ken Jebsen, Germanische Götterwelten und die Seite der *Identitären Bewegung* in Deutschland (vgl. Biermann/Blickle/Venohr 2015).
- Es gab eine große Überschneidung zwischen den Nutzer*innen der Seiten von PEGIDA und AfD – vor allem zur Seite der Bundespartei (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 55).
- Ebenfalls gab es viele Beziehungen zwischen Profilen von PEGIDA-Fans und denen rechtspopulistischer und rechtsextremer Medien wie der *Jungen Freiheit*, dem Magazin *Compact*, *Russia Today* und dem *Anonymous.Kollektiv*, weshalb von einer Echokammer um PEGIDA-Fans gesprochen werden könne (vgl. Scharf/Pleul 2016: 89ff.).
- Ein Vergleich zwischen Untersuchungen 2015 und 2016 zeigte, dass sich die PEGIDA-Echokammer verengt hat (vgl. Pleul/Scharf 2016: 354ff. und 360-361).

4.3.7 Radikalisierung und Nähe zum Rechtsextremismus⁵¹

In der Berichterstattung und der Forschung über PEGIDA wird immer wieder die mögliche Radikalisierung der Bewegung durch die Online-Präsenz thematisiert (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 59; Amadeu Antonio Stiftung 2015: 15f.). An dieser Stelle soll ausführlicher über die Daten gesprochen werden, die bezüglich des Gewaltpotenzials der Online-Community von PEGIDA gewonnen wurden.

Das *Göttinger Institut für Demokratieforschung* (2016) hat unter anderem die Diskussion unter einem Post von Lutz Bachmann untersucht, der thematisiert, wie mit dem bei einer Demonstration mitgeführten Galgen umgegangen werden soll (s. Kap. 4.1). Dieses Ereignis

⁵¹ Zur Definition von Rechtsextremismus und -radikalismus s. Kap. 4.

wurde allgemein als Indiz für die Radikalisierung der Bewegung gedeutet. Die Forscher*innen stellten fest, dass viele Kommentator*innen den Vorfall relativierten und den Galgen als satirische Äußerung im Sinne der Meinungsfreiheit interpretierten. Das eigene Gewaltpotenzial wurde im Vergleich zu Gewalt von politisch Linken heruntergespielt (vgl. 63f.). Das Prinzip, die Gewaltbereitschaft von PEGIDA ausschließlich als Gegenreaktion auf die Gewaltbereitschaft anderer zu deuten, entdeckten die Forscher*innen mehrmals (vgl. ebd.: 65).

Einige Kommentator*innen riefen in der Galgen-Diskussion auch mehr oder weniger direkt zur Gewalt auf, indem sie „Mistgabeln und Fackeln“ (ebd.: 64) gegen „Volksverräter“ (ebd.), einen „Sturm auf die Bastille“ (ebd.) oder das Pfählen von Politiker*innen forderten – vereinzelt wurde daraufhin an die Friedlichkeit von PEGIDA appelliert.

Gerade in Bezug auf das Verhältnis zu Politiker*innen lasse sich eine sprachliche Verrohung in den FB-Diskussionen feststellen. Die mildere Ausprägung davon seien Schmähsnamen, die Volksvertreter*innen serienmäßig in Form von Hashtags zugeordnet wurden: so zum Beispiel „#IMErika“ (ebd.: 53) für Angela Merkel, „#MischpokeCem“ (ebd.) für Cem Özdemir, „#Maasmännchen“ für Heiko Maas und „#Bundesgaukler“ (ebd.) für Joachim Gauck.



FF 4.9: Deuten die in der Inhaltsanalyse der medienkritischen Kommentare erhobenen Wortneuschöpfungen auf ein szenetypisches Vokabular und damit auf eine kollektive Identität hin?

Es gab bei PEGIDA aber auch radikalere Äußerungen als die Schmähsnamen: Während die einen Kommentierer*innen darauf hofften, dass Flüchtlinge „Merkel, Gauck und Konsorten schlachten“ (ebd.: 70), forderten andere die Todesstrafe für Politiker*innen, die durch Waffengeschäfte den Massenmord an Menschen in Irak, Libyen, Afghanistan und Syrien zu verantworten hätten (vgl. ebd.) und formulierten ihre Gewaltfantasien über die öffentliche Hinrichtung Merkels wegen Hochverrats auf dem elektrischen Stuhl (vgl. ebd.: 74). Wieder andere glaubten in Bezug auf die aktuelle „Völkerwanderung“, der Situation nur „mit massiver Gewalt wieder Herr werden“ (ebd.: 70) zu können.



FF 4.10: Sind die Kommentare auf der Facebook-Seite ähnlich drastisch im Umgangston?

Die Gewalt richtete sich oft gegen politische Akteur*innen (vgl. ebd.: 74). Es wurde allerdings auch gegen Geflüchtete zu Gewalt aufgerufen. Unter einem Post über eine Massenschlägerei in einem Asylbewerberheim wurde nahe gelegt, die Betroffenen weiter machen zu lassen; „vielleicht noch ein Paar Schusswaffen reichen und warten bis es ruhig wird!“ (ebd.: 69)

Nicht alle Aussagen waren so gewaltverherrlichend. Insgesamt dominierten sie die von den Göttinger Forscher*innen analysierten Diskussionen nicht (vgl. ebd.: 78). Auch die *Süddeutsche Zeitung* entdeckte in ihrer Analyse vergleichsweise wenig Hasskommentare gegenüber Geflüchteten und Migranten. Genauer: In vier von insgesamt 228 untersuchten Aussagen wurde Geflüchteten der Tod gewünscht; in einem Fall wurde vorgeschlagen, sie ins Arbeitslager zu stecken. Die Zeitung mutmaßt, dass diese geringe Anzahl am Löschen radikaler und juristisch relevanter Kommentare seitens der Administrator*innen liegen könnte, worauf sich auch Hinweise fänden (vgl. Munzinger/Rietzschel/Bendt 2016a). Auch in den in dieser Arbeit analysierten Datensätzen bemängelten Kommentierende, dass ihre Beiträge augenscheinlich gelöscht worden seien.

Die *Süddeutsche Zeitung* hat ihren PEGIDA-Korpus von den Sprachwissenschaftler*innen Stefanowitsch und Flach analysieren lassen⁵². Sie stellten fest, dass gerade die subtile Radikalität in den Kommentaren besonders gefährlich sei: Wer lediglich ein paar Phrasen der Online-Diskussion aufgeschnappt habe, könne den Eindruck bekommen, die Aussagen seien nicht verachtungswürdig – dabei würden Geflüchteten und Migrant*innen durchgehend Ablehnung, Feindschaft und Schuldzuweisungen entgegengebracht (vgl. Munzinger/Rietzschel/Bendt 2016b).

Das *Göttinger Institut für Demokratieforschung* (2016) hat Beispiele dafür gefunden, wie Gewaltfantasien auf der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden in rassistischen, nationalistischen und rechtsextremen Phrasen gipfelten: Bei den Kommentaren zu den Anschlägen in Paris im November 2015 fanden sich Vorschläge, die „scheiss rasse [...] des Islams auszurotten“ (72) oder den „Bundestag in Flammen [zu] stecken“ (ebd.). Formulierungen wie „ROTTET DEN ISLAM AUS BEVOR ER UNS AUSROTTET“ (ebd.; Herv. i. O.) beschrieben die Forscher*innen als deutliche Analogie zur Ideologie des Nationalsozialismus. Es waren zwar nicht viele Links zu extrem rechten Seiten in den Kommentaren zu finden (s. Kap. 4.3.5), dafür aber viel nationalistische Symbolik. So habe folgendes Bild vorgeherrscht: „Ein bedrohtes 'Volk' müsse endlich 'erwachen', um sich gegen die 'Invasion' einer 'anderen Rasse', die die 'Heimat' terrorisiert, zur Wehr zu setzen.“ (ebd.: 78)

Durch ihre Befragung von Nutzer*innen der PEGIDA-FB-Seite auf einer Kundgebung schlossen Patzelt und Eichardt (2015), dass diese, verglichen mit dem Rest der Demonstrationsteilnehmer*innen, eher rechter und skeptischer gegenüber Muslim*innen eingestellt waren, Diskussionsbeiträge aus der Online-Community für sachlich und konstruktiv hielten und weniger bereit waren, Gegenargumente nachzuvollziehen (vgl. 30). Die an der Demonstration teilnehmenden FB-Nutzer*innen waren „ein Abbild eher des 'ganz harten' Kerns von PEGIDA als ein Spiegel von Denk- und Ausdrucksweisen 'normaler Pegidianer'“ (ebd.: 31). Die PEGIDA-Gruppe der FB-Nutzer*innen hielten die Forscher allerdings für medial zu sehr in den Fokus gerückt (vgl. ebd.: 33).

⁵² Zur Methodik siehe Stefanowitsch/Flach 2016.

Für die Diskussionskultur auf der FB-Seiten der Bewegung fasste das *Göttinger Institut für Demokratieforschung* (2016) zusammen: Das auffälligste Kennzeichen der PEGIDA-Seite sei „eine Entgrenzung des Sagbaren“ (82) gewesen. Dies habe innerhalb der Community zu einem „Denken ohne Alternativen“ (ebd.: 79) geführt. Die Diskussionen waren von Hass, Abwertung und der Entmenschlichung von Geflüchteten geprägt (vgl. ebd.). Dabei waren nicht explizite Gewaltfantasien vorherrschend, sondern eine Art der unterschwellig, nicht immer direkt verbalisierten Gewalt, die aus dem allgemeinen Denken bestand, die gesellschaftlichen Zustände mit Gewalt ändern zu müssen (vgl. ebd.: 78). Drastische Äußerungen oder Aufrufe zur Gewalt wurden selten von den Mitdiskutierenden sanktioniert und dürften deswegen als akzeptiert gegolten haben (vgl. ebd.: 56). Dass von den FB-Seiten von PEGIDA, Lutz Bachmann und Tatjana Festerling insgesamt eine Verrohung des politischen Diskurses ausgeht, ist „stark zu vermuten“ (ebd.: 79), müsse aber noch genauer überprüft werden.

Das Fazit von *Amadeu Antonio Stiftung* und *no-nazi.net* (2015) fiel ähnlich aus: Auch sie betrachteten die FB-Seite von PEGIDA als „Symbol eines gesellschaftlich-politischen Dammbrochs“ (16) und PEGIDA insgesamt als Katalysator rechter Bewegungen.

4.4 Fazit

Auch mit den bisher publizierten Studien scheint immer noch nicht klar zu sein, was oder wer PEGIDA genau sind. Für Vorländer, Herold und Schaller (2016) spricht Vieles dafür, „dass mit PEGIDA ein neuer Typ von Empörungsbewegung öffentlich in Erscheinung getreten ist“ (2). Diese vertrete keinen glatt zu umreißen, themenspezifischen Protest, sondern zeichne sich vielmehr durch eine diffuse Gegnerschaft gegenüber Politik und Medien aus. Dies sei keineswegs beruhigend: „[...] [E]mpörte, daueranklagende Frust- und Wutbürger sind ein leicht instrumentalisier- und verführbares Potential für Demagogen aller Art.“ (ebd.)

Ullrich (2017) beschreibt PEGIDA als Ausdruck der Postdemokratie sowie gleichzeitig als Protestformation gegen sie (vgl. 236f.).

Rehberg (2016) betont, dass die Entstehung von PEGIDA nur durch mehrere Faktoren zu erklären sei: So spielten dabei die Finanzkrise, aber auch das „Abstrakterwerden transnationaler Entscheidungsprozesse“ (25), der Gesellschaftszusammenbruch der DDR und die damit verbundenen Umgestaltungsprozesse eine Rolle (vgl. ebd.). Damit könne man PEGIDA sowohl als eine „regionale Sonderbarkeit“ (ebd.) verstehen als auch als ein darüber hinausreichendes Symbol.

Pleul und Scharf (2016) halten fest, dass die Anschlussfähigkeit der PEGIDA-Themen „offenbar nur in Dresden mit konkreten Umständen zusammen“ (360) kam, um sich als Protest auf der Straße zu verstetigen. Allerdings seien die PEGIDA wegen ihrer virtuellen Reichweite und Konstanz auch als ein gesamtdeutsches Phänomen zu betrachten (vgl. ebd.).

Das *Göttinger Institut für Demokratieforschung* (2016) fragt sich, welche historische

Bedeutung PEGIDA haben wird, regt Studien zum demokratiegefährdenden Potenzial der Bewegung an und schließt damit, dass PEGIDA „ein Produkt einer Episode langfristiger Entwicklungen und tiefer liegender Verschiebungen unserer Demokratie ist“ (83).

Vorländer, Herold und Schäller (2015) beschreiben einen Zusammenhang zwischen den PEGIDA-Demonstrationen und der „sprunghaften Zunahme gewalttätiger Übergriffe auf Asylbewerberheime“ (146). Auch Geiges, Marg und Walter (2015) zeigen diese Parallele auf (vgl. 17). Zwischen Januar und Mitte Oktober 2015 seien 522 Straftaten gegen Asylunterkünfte registriert worden, schreiben auch Melzer und Molthagen (2015). Zum Vergleich: 2014 waren es 198 Straftaten im ganzen Jahr (vgl. 8). Die beiden schaffen auch einen Zusammenhang zu der Messerattacke auf Kölns Oberbürgermeisterkandidatin Reker. Diese wurde fünf Tage nachdem der Galgen bei der PEGIDA-Demonstration in Dresden mitgeführt worden ist, verübt, weil sich, so der Täter, Frau Reker für Geflüchtete eingesetzt habe (vgl. ebd.).

Alexander Häusler (2017) bestätigt den PEGIDA-Protesten, trotz ihres eher regionalen Erfolgs, einen Nährboden für flüchtlingsfeindliche Aufmärsche in ganz Deutschland geschaffen zu haben. Das rechte Spektrum habe die Proteste dankend zum Anlass genommen, sich zu homogenisieren und unter dem Banner der Flüchtlingsdebatte politisch Heimatlose, Konservative und sozial deklassierte Milieus zusammenzuführen (vgl. 169f.).

Doch sind PEGIDA-Anhänger*innen nun mit Rechtsextremen gleichzusetzen? Bei der Beantwortung dieser Frage sollte zwischen virtueller und analoger Welt unterschieden werden.

Auf der FB-Seite von PEGIDA Dresden können einzelne Aussagen durchaus als Angriff auf die Menschenwürde klassifiziert und dem rechtsextremen Spektrum zugehörig angesehen werden (s. Kap. 4.3.7). Eine repräsentative Untersuchung über die Beschaffenheit der insgesamt dort getätigten Aussagen gibt es jedoch nicht.

Spricht man über PEGIDA-Unterstützer*innen auf der Straße, kann man festhalten, dass sich unter Redner*innen, Ordner*innen und Teilnehmer*innen rechte Funktionäre und personelle Bezüge zu Formationen wie HoGeSa und den als rechtsextrem eingestuft und vom Verfassungsschutz beobachteten Identitären befinden (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 24 und 33; Sundermeyer 2015: 167ff.). In einer Antwort der Bundesregierung auf eine Kleine Anfrage heißt es Anfang 2015, dass Parteien wie die NPD, *Pro NRW*, *Der III. Weg* und *Die Rechte* zur Teilnahme an Veranstaltungen von PEGIDA über soziale Medien aufgerufen und auch eine gemeinsame Anreise angeboten hätten (vgl. Drucksache des Deutschen Bundestages 18/4068: 7). Den Veranstaltungen der PEGIDA-Formationen NRW, München und Nürnberg im Jahr 2016 attestierten die Verfassungsschutzbehörden des Bundes und der Länder eine „überwiegend rechtsextremistische Einflussnahme bzw. Steuerung“ (Drucksache des Deutschen Bundestages Drucksache 18/10214: 6).

Küpper, Zick und Krause (2015) resümieren, dass bei den PEGIDA-Demonstrationen Rechtspopulismus „Hand in Hand mit Rechtsextremismus“ (27) geht, da dort nicht nur Gewalt

gebilligt, sondern auch zu ihr aufgerufen werde, wie es – wie beschrieben – beispielsweise Tatjana Festerling tat (s. Kap. 4.1).

Vom Verfassungsschutz wird und wurde PEGIDA Dresden allerdings nicht systematisch beobachtet (vgl. Patzelt 2016c: 175; Staatsministerium des Inneren Sachsen 2016: 43f.) – und das, obwohl Bundesinnenminister de Maizière die PEGIDA-Organisator*innen im Oktober 2015 in der ARD als „harte Rechtsextreme“ (de Maizière; zit. n. Zeit Online 2015b) bezeichnete, was wohl eher als Diffamierung als trennscharfe Definition gedacht war. Der Sächsische Verfassungsschutz (2016) registrierte im vergangenen Jahr zwar vereinzelt Kooperationen zwischen verschiedenen rechtsextremistischen Vereinigungen und PEGIDA-Ablegern, aber keine „dauerhafte und strukturelle Zusammenarbeit“ (44). Diese Einschätzung könnte sich durch die Kooperation zwischen PEGIDA Dresden und der *Identitären Bewegung* (s. Kap. 4.1) in Zukunft ändern.

Patzelt wehrt sich in seinen Studien gegen eine rechtsextremistische Zuschreibung: Gemäß seinen Studienergebnissen (2016c) habe die Toleranz der PEGIDA-Anhänger*innen gegenüber Rechtsextremist*innen und Rechtsradikalen nicht zu, sondern abgenommen (vgl. 290). Außerdem sei die Menge an Befragten, die die Demokratie für etwas Vorteilhaftes hielten, im Januar 2016 auf 78 Prozent gestiegen (vgl. ebd.: 290f.). Zwar sei, so sein eigenes Urteil, der Umgang mit seinen Interviewer*innen und mit Andersdenkenden aggressiver geworden (s. Kap. 4.2), die ohnehin schon rechten PEGIDA-Anhänger*innen klar xenophober und islamophober (vgl. ebd.: 285) und „bei PEGIDA-Reden viele Töne sarkastischer und schriller, [...] die Kritik an der politisch-medialen Klasse rüder, die Darstellung von Geflüchteten und Muslimen überaus grob geworden“ (ebd.), aber dennoch sieht Patzelt keine Radikalisierung, sondern vielmehr „einen durchaus hohen Grad an politischer Entfremdung und vielleicht auch an empörungstiftender Ausgrenzung“ (ebd.: 290). Patzelt (2016c) sieht PEGIDA demnach eher als Protestbewegung von Menschen mit der Forderung nach mehr Mitgestaltung, hervorgerufen durch eine mangelnde Repräsentation durch die Politik. Die Bewegung ließe sich nicht auf Ausländer- und Islamfeindlichkeit reduzieren, sondern habe vielmehr eine soziale Dimension, die durch die schlecht empfundene wirtschaftliche Situation Deutschlands und die für Deutschland und die Welt nachteilig bewertete Globalisierung geprägt sei. Vor diesem „Verteilungskonflikt[]“ (166) wolle PEGIDA die Zuwanderung von Asylbewerbern stoppen. Weil das nicht geschehe, würden die Befragten mit der deutschen Demokratie brechen, so Patzelt (vgl. ebd.: 165).

Auch wenn nach seinen Studien rund die Hälfte der befragten PEGIDA-Demonstrant*innen der Aussage zustimmten, „man solle nicht in einem Land leben, in das man aufgrund seiner kulturellen oder religiösen Andersartigkeit nicht passe“ (ebd.: 291), hält er das nicht für rassistisch, sondern findet, dass es „ja auch manche praktischen Argumente“ (ebd.) dafür gebe. PEGIDA-Kritiker*innen, die dies nicht wahrnahmen, unterstellt er, sich „auf PEGIDAS Anliegen und Sichtweisen nicht einlassen [zu] wollen“ (ebd.).

Reuband (2016) pflichtet Patzelt bei: Man könne bei PEGIDA nicht von einem Rechtsruck sprechen, da der Einstellungswandel bei den Demonstrierenden eher den in der Bevölkerung widerspiegele und darüber hinaus nur etwas schärfer sei (vgl. 61f.).

Die Frage nach dem rechtsextremistischen Potenzial von PEGIDA ist folglich umstritten und kann nicht pauschal beantwortet werden.

Bei den Befragungen, die versuchten, das rechtsextreme Potenzial der Demonstrant*innen auszuloten, gibt es das Problem der geringen Ausschöpfungsquoten (s. Kap. 4.2). Auch wenn Reuband einzelne Studien lobt (s. Kap. 4.2), bezeichnet beispielsweise Ullrich (2017) diese als „in großen Teilen gescheitert“ (239) und bemängelt methodisch vor allem die Studie von Vorländer, Herold und Schäller sowie inhaltlich insbesondere Patzelt (vgl. ebd.), von dem sich auch Kollegen aufgrund seiner kritischen Aussagen über PEGIDA-Gegner*innen distanzieren haben (vgl. Laurenz 2015).

Schaut man sich die Studien trotzdem im Hinblick auf darin enthaltene Haltungen an, kann man zumindest in Bezug auf den Rechtsradikalismus von PEGIDA eindeutigere Aussagen treffen: Zur Hochphase der Protestkundgebungen von Dezember 2014 bis Januar 2015 ließ sich der Anteil der Ausländerfeind*innen an den Demonstrierenden in Dresden auf etwa 30 bis 40 Prozent schätzen (vgl. Vorländer/Herold/Schäller 2015: 57ff.; Patzelt/Eichardt 2015: 93f.; Rucht et al. 2015: 30; Vorländer/Herold/Schäller 2016: 102). Teune sagte in dieser Zeit, man habe es mit „der größten rassistisch grundierten Protestmobilisierung in der Geschichte der Bundesrepublik zu tun“ (Teune 2015).

Offen bleibt, ob die „Kritik am repräsentativen Regieren“ (Ullrich 2017: 240), wie sie von Protestformationen wie PEGIDA – und zuvor schon von *Occupy* und den *Montagsmahnwachen für den Frieden*⁵³ – vertreten wurde, langfristig „zur Stabilisierung eines neuen Typus von Bewegungen führt“ (ebd.).

⁵³ Die sogenannten *Montagsmahnwachen für den Frieden*, die sich im Frühjahr 2014 formierten und rund 100 Ableger in vielen deutschen Städten hatten, können als ideologisches Vorbild der PEGIDA betrachtet werden. Zu den Hauptthemen der Bewegung gehörte Kritik an NATO und EU, an den Medien sowie Verständnis für die Politik Russlands in Bezug auf die Ukraine Krise (vgl. Ullrich 2017: 233). Auch personell lassen sich Parallelen zu PEGIDA finden (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 22); ebenso bei dem hohen Misstrauen in demokratische Institutionen (s. Kap. 4.2.1) (vgl. Ullrich 2017: 235).

5 Methodik und Untersuchungsdesign

Die in dieser Arbeit aufgeworfenen Forschungsfragen sollen mittels einer vorwiegend qualitativen Inhaltsanalyse von Kommentaren auf der Facebook-Seite von PEGIDA e. V. überprüft werden. „Inhaltsanalyse wird hier verstanden als systematisches, regelgeleitetes und intersubjektiv nachvollziehbares Verfahren zur Untersuchung menschlicher Äußerungen, die in sprachlicher oder anderer Form vorliegen.“ (Schreiber 1999: 8). Die Systematisierung dieser Äußerungen soll im Idealfall als Grundlage für weitergehende Interpretationen „mitteilungsexterne[r] Sachverhalte“ (Früh 2007: 27), also Inferenzschlüsse (vgl. Rössler 2010a) dienen. Die intersubjektive Nachvollziehbarkeit wird durch die Formulierung von klaren Regeln (Codebuch) zur Erfassung von Aussagen (Codierung) gesichert.

Die qualitative Analyse von Aussagen zu einem vorab festgelegten Thema kann aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive auch als Instrument der Diskursanalyse betrachtet werden (Fraas et al. 2013a: 18). Im Fall der vorliegenden Arbeit soll dementsprechend ein Ausschnitt des PEGIDA-internen Diskurses über journalistische Massenmedien und das Mediensystem in Deutschland analysiert werden. Ziel ist es, begründete Hypothesen über die Meinungen und Vorstellungen von PEGIDA über Medien und Berichterstattung aufstellen und darauf aufbauend Handlungsempfehlungen für Medienschaffende formulieren zu können (s. Kap. 6 und 7). Dabei muss jedoch bedacht werden, dass bei der Analyse von Kommentaren in sozialen Netzwerken stets nur unter größter Behutsamkeit Rückschlüsse auf den eigentlichen Forschungsgegenstand „PEGIDA an sich“ gezogen werden können (s. Kap. 4.3).

5.1 Inhaltsanalyse und Online-Diskurse

Das öffentliche Interesse an der PEGIDA-Bewegung zeugte nicht zuletzt daher, dass die Teilnehmer*innen und deren Hintergründe vor allem zu Beginn ihrer Entstehung kaum bekannt waren und sich zunächst als heterogen darstellten. Hinzu kommt, dass der Austausch mit Personen der Bewegung sowohl für Journalist*innen als auch für Wissenschaftler*innen nur unter schwierigen Bedingungen möglich war und ist, bzw. dieser Austausch oftmals nur zu unbefriedigenden Ergebnissen führte. Befragungen von PEGIDA-Mitgliedern in Form von Interviews oder Gruppendiskussionen wären zwar theoretisch für das Erkenntnisziel dieser Arbeit geeignet, jedoch haben vorangegangene Kontaktversuche nahegelegt, dass der Gewinn eines solchen Vorhabens verhältnismäßig klein ausfallen könnte (s. Kap. 4.2). Um einen möglichst unverstellten Einblick in Diskussionen und Meinungsmuster von PEGIDA-nahen Personen zu bekommen, schien es daher interessant, stattdessen die Online-Kommunikation zu untersuchen. Bei der Entstehung und Verbreitung der Bewegung spielten das Internet und besonders FB eine erhebliche Rolle (vgl. Machowecz 2015: 19; Wolf et al. 2014). Eine Inhaltsanalyse als entsprechendes Instrument hat gegenüber Befragungen außerdem den Vorteil, eine nicht-reaktive Methode zu sein, die zudem ohne die Anwesenheit befragter Personen auskommt (vgl. Schreiber

1999: 24), was angesichts der geschilderten Problematiken wichtig für die Entscheidung für das vorliegende Untersuchungsdesign war.

Jedoch weist Online-Kommunikation Merkmale auf, die die Methode der Inhaltsanalyse bald an ihre Grenzen stoßen lassen können. Auf einer Facebook-Seite stellen sich extrem viele Möglichkeiten zur Analyse dar: Bilder, Videos, Emoticons, Emojis und Sticker, Links, Sprachaussagen in Schriftform oder als Audio usw. sind als Analyseeinheiten denkbar. Im Allgemeinen zeichnet sich Online-Kommunikation auf semiotischer, also zeichentheoretischer (vgl. dazu z. B. Herbers/Friedemann 2010: 242) Seite durch ihre potenzielle **Multimedialität** (vgl. Rössler 2010b: 34) und **Multimodalität** aus (vgl. Fraas et al. 2013a: 15f.). Beides erschwert eine allumfassende Analyse nicht nur durch die reine Fülle an möglichen (nicht nur sprachbasierten) Aussagen, sondern auch durch deren Kombinierbarkeit, die wiederum Sinn kreiert, der weit über die manifesten Signifikanten hinausweisen kann (vgl. Bucher 2013: 64). Hinzu kommt, dass „Online-Kommunikate kaum linear, sondern modular und hypertextuell organisiert [sind]“ (Fraas et al. 2013b: 203). **Nonlinearität** (vgl. Bucher 2013: 70), **Interaktivität** (vgl. Fraas et al. 2013a: 14f.), sowie **Dezentralität** (vgl. Erlhofer 2010: 146) und der **Netzwerkcharakter** (vgl. Bucher 2013: 58) können also als weitere zentrale Charakteristika von webbasierter Kommunikation betrachtet werden (s. a. Kap. 2.3).

„Eine Operationalisierung dieser Merkmale geht über das hinaus, was sinnvollerweise als 'Inhalt' der Kommunikation bezeichnet werden kann. Erforderlich ist dementsprechend eine Erweiterung des analytischen Werkzeugs aus Theorietraditionen, die diese Dynamik selbst zum Gegenstand macht. Dazu gehören die Netzwerkanalyse, die Hypertextforschung und die Hyperlink-Analyse.“ (Bucher 2013: 61)

Aus forschungsökonomischen Gründen wird die vorliegende Arbeit mittels einer textorientierten Inhaltsanalyse Kommentare auf der PEGIDA-FB-Seite auswerten. Die Einschränkung auf Textmaterial wird dabei in Kauf genommen, weil die Annahme berechtigt erscheint, dass dies für das Forschungsziel ausreichend Informationen und Erkenntnisse bieten kann. Aufgrund von Komplikationen bei der Speicherung der relevanten Daten und der dynamischen Komposition von Websites ist es außerdem leider nicht mehr möglich, die Daten in ihrer Ausgangsdarstellung zu analysieren. Diese und weitere Problematiken werden im Folgenden beschrieben, um zu zeigen, an welchen Stellen das klassische Vorgehen einer Inhaltsanalyse aufgrund des Untersuchungsgegenstands beeinträchtigt ist bzw. modifiziert werden musste.

5.2 Untersuchungsmaterial und Forschungsobjekte

5.2.1 Aufbereitung der Daten

5.2.1.1 Beschaffung und Dokumentation

Für die Beschaffung und Speicherung von Daten aus dem Internet für die empirische Analyse gibt es noch keinen wissenschaftlichen Standard (vgl. dazu: Eble 2013: 204-208; Schweitzer 2010: 56-59). Schon technische Hindernisse erschweren es, den gewünschten Untersuchungsgegenstand zu erfassen und zu speichern, was besonders die visuelle Aufbereitung betrifft (man denke an Pop-ups, Mouseover, Drop/Pull-Down-Menüs usw.).

Die Beschaffung der Daten für die vorliegende Inhaltsanalyse stellte sich als besonders kompliziert heraus. Allgemein spielen bei der Datenerhebung einerseits die informationstechnischen Kenntnisse der Forscher*innen eine wichtige Rolle, genauso wie die Frage nach dem Zustand, in dem die Daten später codiert werden sollen. Bei der sogenannten Live-Codierung, arbeiten die Codierer*innen am Browser. Die Daten werden also nicht notwendig offline gespeichert. Diese Methode birgt jedoch die Gefahr, dass sich die Untersuchungsobjekte etwa durch Löschung oder Veränderung durch Administrator*innen einer Seite verändern oder dass diese reaktive Effekte aufweisen, etwa personalisierte Ansichten – beides kann die Reliabilität der Untersuchung erheblich beeinträchtigen. Um diese Effekte zu vermeiden, bietet sich daher nur eine Form der Datenspeicherung an (vgl. Eble 2013: 208).

Die Kommentare händisch in eine offline gespeicherte Tabelle zu kopieren, schied als Möglichkeit ebenfalls aus, da für die Untersuchung eine gewisse, nicht zu kleine Anzahl an Texten und Metadaten erfasst werden sollte, was zu einem unverhältnismäßigen Aufwand geführt hätte. Auch mit Mitteln des Screen-Capturing (z. B. Screenshots; vgl. Eble 2013: 206) wäre es nicht gelungen, in einem kurzen Zeitraum genug Texte zu erfassen. Hier kommt außerdem die Problematik hinzu, dass sich die Threads potenziell unendlich weit nach unten ausklappen lassen, was gleich mehrere Screenshots pro Thread nötig gemacht hätte.

Da sich an dieser Stelle die informationstechnischen Kenntnisse der Verfasserinnen erschöpften, blieb nur die Möglichkeit, externe Hilfe in Anspruch zu nehmen oder an bereits erhobene Datensätze zu gelangen. Diese Möglichkeit ergab sich schließlich durch das computerlinguistische Textkollektiv 0x0a⁵⁴, das im Zeitraum vom 10.12.2014 bis 28.01.2015 228.621 Kommentare mittels Database-Querying (vgl. Eble 2013: 106), also durch die Abfrage der Datenbankschnittstelle API (Application Programming Interfaces), von der Facebook-Seite von PEGIDA Dresden erfasst hat. Die Daten stellte das Kollektiv als JSON-Datei zur Verfügung.

Da es dem Kollektiv aus zeitlichen Gründen nicht mehr möglich war, im Vergleichszeitraum

⁵⁴ Hannes Bajohr (v. a. Sprachwissenschaften) und Gregor Weichbrodt (v. a. Kommunikationsdesign, Webtechnik). Siehe auch: <http://0x0a.li/de/these/> (Stand: 15.12.15)

im Folgejahr 2015 erneut Kommentare zu erfassen, wandten die Autorinnen sich an Kollegen von der *Süddeutschen Zeitung*, durch deren Artikel über PEGIDA bei Facebook sie darauf aufmerksam wurden, dass auch die Redaktion in Besitz von gescrapten Kommentaren im gewünschten Vergleichszeitraum sein musste. Der damalige Volontär Hannes Munzinger stellte den Autorinnen schließlich alle Kommentare der PEGIDA-FB-Seite zur Verfügung, die er – ebenfalls über Abfrage von API – vom 11. Dezember 2015 bis zum 17. Dezember 2015 erfasst hatte (dies entspricht dem Zeitraum, der für die vorliegende Untersuchung relevant wurde: s. Kap. 5.2.1.3). Dies waren 5206 Kommentare in einer CSV-Datei.

Der Rückgriff auf externe Daten(bank)bestände ist ein für Online-Inhaltsanalysen übliches Verfahren, um eine höhere Fallzahl zu erzielen, als es mit einer händischen Erhebung von Online-Diskursfragmenten möglich wäre (vgl. Erlhofer 2010: 154). Bei der verwendeten Methode konnten neben den Kommentartexten auch Metadaten wie der Entstehungszeitpunkt erhoben werden. Nicht erfasst wurden das Design der entsprechenden Website, gepostete Bild- oder Audio-Dateien und die visuelle Anordnung der Texte, die Zugehörigkeit von Kommentaren zu bestimmten Posts und anderen Kommentaren (Antworten auf Kommentare), sowie die Urheber*innen der Kommentare. Dies ist insofern nachteilig, als nicht mehr bestimmt werden kann, ob mehrere Kommentare ein und derselben Person zuzuordnen sind und etwa Netzwerkanalysen ausgeschlossen sind. Die Frage nach der Urheberschaft von Kommentaren stellt sich aber auch dann, wenn die FB-Profile nachvollziehbar wären, da nie abschließen geklärt werden kann, ob sich nicht etwa Social Bots dahinter verbergen. Ein kritischer Umgang mit dem Material ist daher ohnehin geboten.

Auch wenn eine Kombination der Methoden Data-Querying und Screen-Capturing (s. o.) für Sicherung und Überprüfbarkeit der Daten wünschenswert wäre, wurde darauf verzichtet, zusätzlich Screenshots der Untersuchungseinheiten zu machen: Zunächst war dies für den ersten Datensatz nicht möglich, da zum Zeitpunkt der Datenübergabe die entsprechenden Posts offenbar von den Administrator*innen der Seite gelöscht worden waren. Hinzu kommt, dass aus dem Tabellendatensatz (und auch generell) kaum zu erkennen ist, wo sich die entsprechenden Texte auf der FB-Seite befinden: Die einzeln per Screenshot zu erfassenden Texte sind räumlich potentiell extrem heterogen auf der Website verteilt, was es scheinbar unmöglich macht, alle später im Datensatz erhaltenen Kommentare noch einmal händisch aufzusuchen und zu fotografieren.

5.2.1.2 Grundgesamtheit und Erhebungsgesamtheit

Den oben beschriebenen Charakteristika von Online-Kommunikation ist geschuldet, dass es für die Analyse von Online-Diskursen als quasi unmöglich gilt, die Grundgesamtheit aller Forschungsobjekte zu lokalisieren (vgl. z. B.: Bucher 2013: 60; Erlhofer 2010: 147f.; Rössler 2010b: 36). In der vorliegenden Arbeit bilden theoretisch alle Kommentare auf der Facebook-

Seite von PEGIDA e. V. mit Äußerungen über journalistische Medien, bzw. Links zu journalistischen Angeboten die Grundgesamtheit aller Analyseeinheiten.

Die Schwierigkeit, die PEGIDA-Bewegung zu lokalisieren und an spezifischen Personen(gruppen) festzumachen, hat zur Folge, dass in dieser Arbeit allein den Auftritt von PEGIDA e. V. aus Dresden untersucht wird. Andere PEGIDA-Ableger wie DÜGIDA, BRAGIDA und andere Formationen bleiben hier unberücksichtigt – genauso andere Foren, in denen sich PEGIDA-Anhänger*innen geäußert haben könnten. Diese Beschränkung dient der spezifischen Zuordenbarkeit zum Verein PEGIDA e. V., also der Ausgangs- und Grundformation der Bewegung (s. Kap. 4) und geht der Problematik der web-weiten Dezentralität von Diskursen aus dem Weg.

Das Grundproblem der unbekanntenen Grundgesamtheit bleibt aber bestehen, da der Datensatz einen zeitlich begrenzten Ausschnitt aller Kommentare auf der PEGIDA-FB-Seite enthält. Daher kann bei den vorliegenden Daten auch nur von einer „eingeschränkte[n] und zur Verfügung stehende[n] *Erhebungsgesamtheit*“ (Erlhofer 2010: 156) gesprochen werden. Diese legt anstelle der Grundgesamtheit die tatsächliche Reichweite der Befunde fest (vgl. ebd.: 162) und kann daher auch als eine für Online-Inhaltsanalysen typische „künstliche Begrenzung der Grundgesamtheit“ (vgl. Bucher 2013: 60) bezeichnet werden.

5.2.1.3 Korpusbildung: Bewusste Stichprobenauswahl

Mit einer unbekanntenen Grundgesamtheit gestaltet sich auch das Sampling nach wissenschaftlichen Standards entsprechend schwierig, denn die Stichprobe bildet im strengen Sinne ein verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit (vgl. Maurer/Reinemann 2006: 42). Für das Verfahren der Stichprobenziehung bedeutet dies, dass alle Entitäten, die der Grundgesamtheit angehören, mit derselben Wahrscheinlichkeit in eine Stichprobe gelangen können müssen, was i. d. R. durch eine Zufallsauswahl gewährleistet ist – nur so seien „statistisch abgesicherte Schlüsse auf die Grundgesamtheit“ (ebd.) zulässig.

Eine statistisch wasserdichte Stichprobe zu ziehen, ist für Untersuchungen von Online-Inhalten nur selten möglich (vgl. Erlhofer 2010: 162), was eine der größten Beeinträchtigungen der Online-Inhaltsanalyse darstellen dürfte. Diese Tatsache lässt jedoch nicht den Rückschluss zu, dass auf Online-Inhaltsanalysen gänzlich verzichtet werden kann (vgl. et al. 2010: 9-25). Erlhofer schlägt daher (hier für Untersuchungen in der Blogosphäre) das *Network Sampling* vor, bei dem aus einer zuvor festgestellten Erhebungsgesamtheit per Zufallsauswahl eine Stichprobe gezogen wird, wobei er in diesem Fall von einer pseudo-zufälligen Auswahl spricht (vgl. 2010: 162). Nur so kann gesichert werden, dass Erkenntnisse aus der Untersuchung der Stichprobe statistisch zumindest auf die Erhebungsgesamtheit verallgemeinerbar sind.

Im vorliegenden Fall musste jedoch leider auch auf eine Zufallsauswahl verzichtet werden, denn diese hätte es nötig gemacht, den kompletten Datensatz zuvor manuell zu filtern, was zu

einem unverhältnismäßigen Aufwand geführt hätte. Die händische Bereinigung erfolgte aus forschungsökonomischen Gründen daher erst bei der zuvor bewusst festgelegten Stichprobe. Die bewusste Auswahl ist ein für Online-Inhaltsanalysen nicht unübliches Verfahren (vgl. Maurer/Reinemann 2006: 42). Das Ziel der Auswahl ist demnach in erster Linie, den Korpus so zu verkleinern, dass bei Bereinigung und Codierung ein annehmbarer Aufwand entsteht. Gleichzeitig sollten einige inhaltliche Kriterien (Schlüsselereignisse) die Auswahl einschränken, um systematische Verzerrungen der Ergebnisse in absehbaren Fällen zu vermeiden. Diese zeitliche Eingrenzung des Korpus wird im folgenden Kapitel beschrieben.

5.2.1.3.1 Zeitliche Eingrenzung

Der zur Verfügung gestellte erste Datensatz für das Jahr 2014 umfasste Kommentare der PEGIDA-FB-Seite, die in der Zeit vom 22. November 2014 bis zum 28. Januar 2015 entstanden sind. Dieser Zeitraum beginnt etwa zur Zeit der Entstehung der Bewegung (s. Kap. 4.1). Zudem beinhaltet er den 7. Januar 2015, das Datum der islamistischen Anschläge in Paris, u.a. auf die Satirezeitschrift Charlie Hebdo. Die Auswahl der Daten für den Korpus erfolgte unter Berücksichtigung dieser Ereignisse: Denn die Kommentare sollten einen Zeitpunkt widerspiegeln, an dem die PEGIDA-Bewegung bereits einige Bekanntheit erreicht hatte und die Zahl der Demonstrationsteilnehmer*innen sich noch im Wachstum befand. Gleichzeitig sollte der Korpus nicht aus der Zeit unmittelbar nach den Pariser Anschlägen kommen; Beobachtungen hatten gezeigt, dass der Angriff von Terroristen auf das Satiremagazin Charlie Hebdo untypische Reaktionen in der Bewegung hervorgerufen hatte: Der Anschlag schien Personen aus dem PEGIDA-Spektrum kurzzeitig dazu zu bewegen, sich zu Medien und Mediensystem in der BRD positiv zu verhalten (s. Kap. 4.2.2). Dieses vermutlich eher untypische, durch ein einmaliges Ereignis hervorgerufene Verhalten wurde als geeignet betrachtet, die angestrebten Erkenntnisse systematisch zu verzerren. Eine Untersuchung der Kommentare in diesem Zeitraum wären Stoff für eine eigene Untersuchung über die Veränderung des Diskurses durch die Pariser Anschläge – was jedoch nicht Ziel der vorliegenden Arbeit ist.

Der Auswahlzeitraum sollte also Kommentare erfassen, die thematisch mit journalistischen Medien zu tun haben, und weder zu nah am Beginn des Gesamtzeitraums noch hinter dem 7. Januar 2015 liegen. Zusätzlich wurden die Weihnachts- und Neujahrsfeiertage aus dem Probezeitraum ausgeschlossen, da die Vermutung nahe lag, dass an diesen Tagen das vorherrschende Thema die Feierlichkeiten sein könnten. Nach einer groben Sichtung des erstmalig gefilterten Materials fiel die Wahl des Korpus-Zeitraums schließlich auf die Woche des 11. bis 17. Dezember 2014, beinhaltet also Kommentare, die in diesem Abschnitt entstanden sind. Entsprechend der zeitlichen Eingrenzung für das Jahr 2014 wurde für das Folgejahr genau dieselbe Woche als Vergleichszeitraum gewählt, also den 11. bis 17. Dezember 2015. Die Wahl fiel auch deshalb auf eine natürliche Woche, weil der zur Verfügung stehende Datensatz und die genannten, ereignisbezogenen Einschränkungen einen zu kleinen Zeitraum hergaben, um anhand

einer künstlichen Woche (vgl. Rössler 2010a: 59) eine systematische Auswahl zu treffen.

5.2.1.3.2 Bereinigung des Datensatzes

Da die Kommentar keine thematische Eingrenzung hatten, wurde es nötig, alle Texte anhand einer Liste von Begriffen zu filtern (s. Anh. A), um sicherzustellen, dass nur Kommentare mit Bezug zu journalistischen und alternativen Medien erhalten blieben. Dafür wurden zunächst in einem explorativen Brainstorming Begriffe rund um Medien inklusive Eigennamen bestehender Publikationen (Print, TV, Hörfunk, Online) und im Zusammenhang mit PEGIDA bekannte Begriffen (z. B. *luegenpresse*) gesammelt. Um zusätzlich Links zu journalistischen Medienangeboten zu erfassen, wurde der Datensatz auf die Buchstabenkombinationen *www* und *http* abgefragt. Die Liste der Begriffe wurde schließlich mithilfe des Korporaportals der Universität Leipzig⁵⁵ um verwandte Begriffe und Synonyme ergänzt. Außerdem wurden die gefundenen Worte mit Publikationen aus den Listen der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) sowie dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger erweitert (VDZ).

Die Güte der Filterung der Datensätze nach Schlüsselbegriffen wurde anhand von Precision und Recall nach Stryker et al. (2006: 414f.) ermittelt. Hierzu wurden aus der Gesamtzahl aller ungefilterten Kommentare innerhalb der zeitlich eingegrenzten Untersuchungszeiträume (s. Kap. 5.2.1.3.1) jeweils 100 Kommentare per Zufallsgenerator ausgewählt und darauf überprüft, ob sie einen Medienbezug aufwiesen und somit von der Filterung nach Begriffen hätten erfasst werden müssen. Die Genauigkeit (Precision) der Filterung bemisst sich anhand des Verhältnisses aller Kommentare aus der Zufallsauswahl, die von der Filterung erfasst worden sind, zur Anzahl aller von der Filterung erfassten Kommentare, die auch für die spätere Analyse tatsächlich relevant sind. Da es sich bei der Filterung nach Schlüsselbegriffen um eine bewusst sehr breite Suche handelte, wurde erwartungsgemäß ein recht geringer Wert ermittelt: In beiden Jahren lag er jeweils bei .28.

Demgegenüber steht ein recht hoher Wert für die Trefferquote (Recall). Dies ergibt sich aus dem Verhältnis aller für die Analyse relevanten Kommentare aus der Zufallsauswahl zur Menge der relevanten Kommentare, die auch von der Medienfilterung erfasst wurden. 2014 wurde hier ein Wert von .87, bzw. 87 Prozent erzielt, für 2015 konnte ein Wert von 1, bzw. 100 Prozent erreicht werden (im arithmetischen Mittel ergeben sich daraus .94, bzw. 94 Prozent). Der Test zeigte, dass zumindest in 2014 (wenige) Kommentare nicht von der Filterung erfasst wurden, die jedoch für die Analyse relevant gewesen wären. Dies kann der Tatsache geschuldet sein, dass die Liste der Schlüsselbegriffe trotz der angewandten Sorgfalt selbstverständlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben kann. Durch die gleichzeitige Verwendung von allgemeinen Begriffen und Eigennamen (auch einzelne Bestandteile derselben) ergeben sich jedoch vielfältige

⁵⁵ Siehe: http://corpora.uni-leipzig.de/de?corpusId=deu_newsrawl_2011 [10.08.17]

Kombinationsmöglichkeiten, dass die Wahrscheinlichkeit hoch sein dürfte, nahezu alle infrage kommenden Kommentare erfasst zu haben (worauf auch der Recall hinweist).

Der groben Filterung anhand von Schlüsselwörtern folgte eine zweite, manuelle Filterung, die aus forschungsökonomischen Gründen nur noch an der zeitlich eingegrenzten Stichprobe (s. Kap. 5.2.1.3.1) stattfand. Hierbei wurden beispielsweise Kommentare gelöscht, die nur aufgrund von Doppeldeutigkeiten (also aufgrund der geringen Precision) in den Korpus gelangen konnten: *welt* bezeichnet im Zusammenhang mit dieser Arbeit die Tageszeitung, erfasste bei der ersten Filterung jedoch Kommentare, die die Bezeichnung im Sinne von „Erde“ oder „Gesellschaft“ verwendeten. Der Bereinigung des Korpus fielen weiterhin Kommentare zum Opfer, die Links zu nicht-journalistischen Angeboten enthielten und sich auch sonst nicht auf Medien bezogen.

5.2.1.3.3 Fazit

Das beschriebene bewusste Auswahlverfahren erfordert einen besonders vorsichtigen Umgang mit den späteren Ergebnissen der Analyse. Legt man statistische Prinzipien zugrunde, lassen sich die in dieser Arbeit ermittelten Erkenntnisse nicht auf die theoretische Grundgesamtheit aller Kommentare mit Medienbezug auf dem PEGIDA-FB-Auftritt verallgemeinern (geschweige denn auf eine gedachte, allgemeine Grundgesamtheit aller Personen, die sich der PEGIDA zugehörig fühlen und sich zu Medien äußern), was die Reliabilität der Ergebnisse einschränkt (vgl. Bucher 2013: 60). Dies bedeutet jedoch für die Autorinnen nicht, dass die Erkenntnisse der Analyse überhaupt keinen Mehrwert haben; schließlich ist über den Forschungsgegenstand „PEGIDA-Bewegung (im Netz)“ generell noch wenig bekannt, qualitative Analysen hat es hier bisher kaum gegeben (vgl. Göttinger Institut für Demokratieforschung 2016: 38). Einzelne Erkenntnisse zu gewinnen, bewerten die Autorinnen daher noch immer als wertvoller, als gar keine Erkenntnisse zu sammeln, auch wenn keine Verallgemeinerungen auf den Gesamtgegenstand möglich sind. Im Kleinen (Erhebungsgesamtheit im Sinne dieser Arbeit) wie im Großen (gesamter PEGIDA-Diskurs über journalistische Medien) kann diese Arbeit als Teil eines Erkenntnis-Mosaiks gesehen werden.

„[U]nd so müssen einzelne [Weblog-]Studien als Teile zur Vervollständigung des Mosaikes verstanden werden. Hierzu ist eine sorgfältige Dokumentation und Reflexion über die angewandten Datenerhebungsverfahren wünschenswert, um eine Vergleichbarkeit sicherzustellen und die Reichweite der Befunde einordnen zu können.“ (Erlhofer 2010: 162)

Diesen hohen Ansprüchen an die Transparenz der Arbeit versuchen die Autorinnen im vorliegenden Kapitel gerecht zu werden.

5.3 Kategoriensystem

Zur Untersuchung der Forschungsfragen wurde ein hierarchisch zerlegtes Kategoriensystem entwickelt, das neben einigen formalen auch die inhaltlichen Kategorien *Explizite*

Mediennutzung, Kollektive Identität, Deliberatives Potenzial, Implizite Mediennutzung und *Medienkritik* enthält, für die jeweils unterschiedliche Kategoriensysteme und ggf. weitere Unterkategorien anzuwenden sind. Die hierarchische Zerlegung war nötig, um sowohl den Kommentar als Ganzes analysieren, und gleichzeitig ohne Informationsverlust darin enthaltene Mediennennungen und -kritik auf Wort- und Aussagenebene codieren zu können (vgl. Rössler 2010a: 78-82).

Auf der höchsten Ebene ist jeder im Korpus enthaltene Kommentar als Ganzes anhand der formalen sowie der Kategorien *Regelmäßige Mediennutzung, Generelle Medienvermeidung* und *Deliberatives Potenzial* zu analysieren. Auf der zweiten Ebene sollen anhand von erhobenen Mediennennungen und Verlinkungen Rückschlüsse auf die Kategorie *Implizite Mediennutzung* gezogen werden. Die Analyse erfolgt hier auf der Ebene von Nennungen (einzelne Wörter, Namen), bzw. Links. Auf der niedrigsten Ebene erfolgt die Analyse von Bewertungen von Medien auf Aussagenebene. Die letzten beiden Kategorien haben demnach unterschiedliche Forschungsobjekte, bzw. Analyseeinheiten zum Gegenstand. Das System lässt sich in Anlehnung an Rössler 2010a wie in Abbildung 5.1. visualisieren.

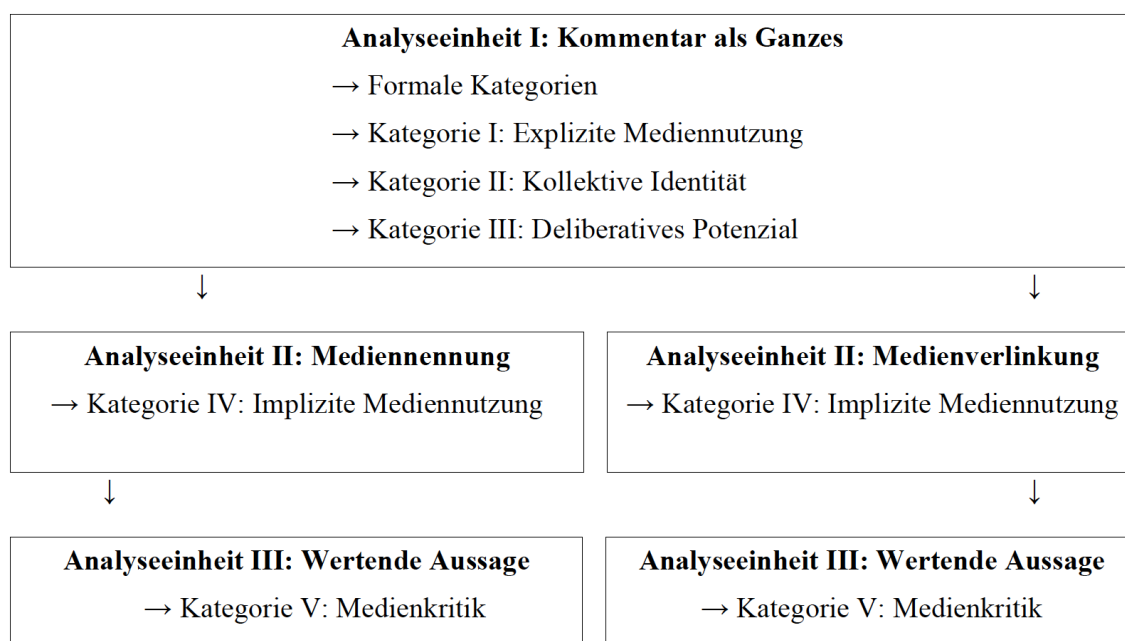


Abb. 5.1: Hierarchisch zerlegtes Kategoriensystem (Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Rössler 2010a: 78, Abb. 5.1.)

Im Folgenden soll die Operationalisierung der Kategoriensysteme ausgeführt werden. Das dazugehörige Codebuch mit Codieranweisungen befindet sich im Anhang C.

5.3.1 Analyseeinheit I

5.3.1.1 Allgemeine formale Kategorien

Um einige generelle Informationen über die zu erfassenden Kommentare zu erhalten, werden einige Werte in formalen Kategorien erhoben.

„Formale Codiereinheiten sind physisch manifeste Sachverhalte, die sich meist durch messen, zählen oder Transkription erheben lassen und keine Inferenzen des Codierers erfordern [...]. Daher geht es für die Codierer im Wesentlichen darum, diese Sachverhalte zu fixieren“ (Rössler 2010a: 113).

Manche der hier erhobenen Kategorien dienen der Ausführung späterer Analysen und Interpretationen, andere dienen der Dokumentation des Codierungsprozesses. Die formalen Kategorien sind: *Datum 1* (Datum der Codierung; dient der Dokumentation); *Codiererin* (Name der Codiererin; dient der Dokumentation); *Datum 2* (Datum der Entstehung des Kommentars; dient der Dokumentation und der Bestätigung der Zugehörigkeit zum Korpus); *Likes* (Anzahl der Likes; dient der Erhebung der Zustimmung zu Aussagen).

5.3.1.2 Kategorie I: Explizite Mediennutzung

Mit dieser Kategorie soll erfasst werden, wenn Kommentator*innen explizite Aussagen über ihren Medienkonsum machen. Entscheidend ist hierbei, dass diese Aussagen explizit gemacht werden, es besteht im Codierprozess also kein Interpretationsspielraum. Erfasst werden generelle Angaben zum regelmäßigen Medienverhalten: Die dahinterstehende Frage lautet also, welche Medien die Kommentator*innen der PEGIDA-FB-Seite regelmäßig nutzen oder grundsätzlich vermeiden. Ein in dieser Kategorie zu codierender Kommentar könnte lauten: „Deutsche Nachrichten lese ich gar nicht mehr, ich bin nur noch auf der FB-Seite der Stimme Russlands“.

Es wird allerdings nicht davon ausgegangen, dass derartige Äußerungen in großer Anzahl vorkommen werden. Um dafür weniger direkte Informationen über das Mediennutzungsverhalten von Kommentator*innen der PEGIDA-FB-Seite zu erhalten, wurde zusätzlich die Kategorie IV *Implizite Mediennutzung* entwickelt (s. Kap. 5.3.2.1)

5.3.1.2.1 Explizite Mediennutzung: Unterkategorien und Operationalisierung

Um zwischen Angaben zur regelmäßigen Nutzung von Medien und zur Vermeidung von Medien unterscheiden zu können, wurden die beiden Unterkategorien *Regelmäßige Mediennutzung* und *Medienvermeidung*. Für den Beispielsatz „Deutsche Nachrichten lese ich gar nicht mehr, ich bin nur noch auf der FB-Seite der Stimme Russlands“, ist die FB-Seite der Stimme Russlands mit dem entsprechenden Code in der ersten Unterkategorie einzutragen. „Deutsche Nachrichten“ wären in der zweiten Kategorie einzutragen.

Für die genannten Medien wurde eine Liste mit Nachcodierungen angelegt, die während der

gesamten Pretest- und Feldphase ergänzt werden konnte (s. Anh. D). Mehrfachcodierungen sind in beiden Unterkategorien möglich.

5.3.1.3 Kategorie II: Kollektive Identität

Diese Kategorie soll Aufschluss darüber geben, inwiefern sich in den Facebook-Kommentaren ein Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gruppe oder einer Bewegung widerspiegelt.

5.3.1.3.1 Kollektive Identität: Unterkategorien und Operationalisierung

Der ersten Unterkategorie *PEGIDA-Zugehörigkeit* liegt die Annahme zugrunde, dass verwendete Personalpronomen und explizite, sowie implizite Aussagen über PEGIDA Rückschlüsse darauf zulassen können, inwiefern sich Kommentator*innen mit der Bewegung identifizieren. So können etwa Wir-Aussagen als höchste Identifikationsstufe codiert werden. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, dass keinerlei Zugehörigkeit in einem Kommentar ausgedrückt wird.

Die zweite Unterkategorie erfasst Vokabular, das von den Codiererinnen als szenetypisches, bzw. als spezifisch für den untersuchten PEGIDA-Diskurs erkannt werden konnten, wobei „Lügenpresse“ das womöglich prominenteste Beispiel darstellt. Für gefundene Begriffe wurde eine Liste mit Nachcodierungen angelegt, die während der gesamten Pretest- und Feldphase ergänzt werden konnte (s. Anh. F).

5.3.1.4 Kategorie III: Deliberatives Potenzial

Um zu erfassen, ob sich in den Kommentaren eine Bereitschaft zu sachlichen Diskursen wiederfinden ließ, stützten die Autorinnen sich auf den Begriff des deliberativen Potenzials nach Habermas (s. Kap. 2.2). Jakobs operationalisierte den Begriff anhand der *Ausrichtung* (beziehen sich Kommentare aufeinander oder stehen sie ohne gegenseitige Bezugnahme nebeneinander?) und anhand der *Beschaffenheit* der Kommentare, die sich laut Jakobs in fünf Charakteristika auf einer fünfstufigen Intervallskala niederschlägt: *Argumentgehalt*, *Faktenorientierung*, *Emotionalität*, *Umgangston* und *sprachliche Korrektheit* (vgl. Jakobs 2014: 200).

5.3.1.4.1 Deliberatives Potenzial: Unterkategorien und Operationalisierung

In Ergänzung zu Jakobs Modell wurde in der ersten Unterkategorie der *Umfang* der Kommentare erhoben, also die Zeichenzahl (inkl. Leerzeichen). Die Unterkategorie *Ausrichtung* wurde übernommen und an den vorliegenden Untersuchungsgegenstand angepasst⁵⁶: Zu codieren galt, ob Kommentare aktiv waren, also ohne Bezug zu anderen Kommentator*innen; ob sie allgemein diskursiv waren, also generelle Fragen und Appelle an die Allgemeinheit enthielten;

⁵⁶ Jakobs untersuchte Kommentarspalten unter journalistischen Artikeln im Internet und erhob auch die Bezugnahme auf den Artikel und zu anderen Diskussionsbeiträgen (vgl. Jakobs 2014: 202).

oder ob sie spezifisch diskursiv waren, also mit expliziter Bezugnahme auf eine andere kommentierende Person, bzw. einen anderen Kommentar.

Um die *Beschaffenheit* der Kommentare zu erheben wurden zunächst die fünf von Jakobs genannten Charakteristika als Kategorien mit fünfstufiger Skala übernommen. Allerdings verfehlten alle Kategorien die nötigen Werte im Intercoder-Reliabilitätstest teilweise erheblich (s. Kap. 5.4.1). Die Kategorien wurden daher soweit angepasst, einige sogar gänzlich verworfen, dass die Reproduzierbarkeit ihrer Codierungen gewährleistet werden konnte⁵⁷. Verzichtet wurde schließlich auf die Kategorien *Argumentgehalt*, da nicht zweifelsfrei erkennbar gemacht werden konnte, welche Aussagen als Argument codiert werden konnten. Außerdem wurde *Sprachliche Korrektheit* als sinnvoll operationalisierbare Kategorie verworfen. *Emotionalität* und *Umgangston* erhielten jeweils ein vier- statt fünfstufige, *Faktenorientierung* eine dreistufige Skala.

Anhand der *Faktenorientierung* sollte erfasst werden, ob und wie intensiv sich ein Kommentar auf konkrete Zahlen, Daten und Fakten stützt, um den eigenen Standpunkt zu untermauern und so intersubjektive Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten. Die *Emotionalität* wurde streng anhand der Anzahl formeller Zeichen erfasst (etwa Ausrufezeichen, Emoticons oder Großschreibung ganzer Wörter). Den *Umgangston* ermittelten die Codiererinnen anhand von Schlüsselbegriffen wie „Bitte“, „Danke“ und ggf. anhand der Anzahl verwendeter Schimpfwörter.

5.3.2 Analyseeinheit II

5.3.2.1 Kategorie IV: Implizite Mediennutzung

Die Kategorie *Implizite Mediennutzung* soll zeigen, welche Medien in den analysierten Kommentaren genannt werden – um so auch über Aussagen zur *Expliziten Mediennutzung* (s. Kap. 5.3.1.2) hinaus Rückschlüsse darauf ziehen zu können, welche Medien von den Kommentator*innen genutzt werden. Die zugrundeliegende Annahme lautet, dass das Anführen von (besonders konkret genannten) Medien über die Kommentator*innen verrät, welche Medien sie konsumiert haben. Die Codierung erfolgte anhand von Nennungen von Medien und Journalist*innen, sowie in den Kommentaren enthaltener Links. Für die genannten oder verlinkten Medien und Journalist*innen wurde eine Liste mit Nachcodierungen angelegt, die während der gesamten Pretest- und Feldphase ergänzt werden konnte (s. Anh. D und E).

Analyseeinheit II ist außerdem ein synthetisch zerlegtes System, das jeweils für Urheber*in

⁵⁷ Leider scheiterten die Versuche der Autorinnen, mit Jakobs in Kontakt zu treten, um ihr nicht veröffentlichtes Codebuch einzusehen. So mussten Codieranweisungen zu den Operationalisierungen selbst festgelegt werden. Während der Intercoder-Reliabilitätstests (s. Kap. 5.4.1) konnten die Codierungen jedoch nicht in befriedigender Weise reproduziert werden. Erst die oben beschriebenen Anpassungen konnten dies gewährleisten. Jakobs selbst hat mit einem Intracoder-Reliabilitätstest gearbeitet. Es bleiben Zweifel darüber, ob ihre Ergebnisse in der vorgesehenen Form überhaupt reproduzierbar sind.

der Aussage, Medium/Journalist*in, ggf. Thema des genannten Beitrags usw. eine eigene Unterkategorie vorsieht. Mit einem synthetischen Kategoriensystem kann vermieden werden, für alle denkbaren Kombinationen von Ausprägungen eigene und damit unzählige Kategorien bilden zu müssen (vgl. Rössler 2010a: 163-172; Früh 2007: 223-227).

5.3.2.1.1 Implizite Mediennutzung: Unterkategorien und Operationalisierung

Erhoben wurden zunächst die *Art der Nennung*, also ob es sich um eine wörtliche Nennung im Kommentartext handelte oder um einen Link. Anschließend konnte das *Medium* selbst eingetragen werden, genauso wie die Angabe über eine mögliche *Plattform*, auf der der Medieninhalt eingebettet oder hochgeladen wurden. Wurde in einem Kommentar etwa ein Beitrag des NDR-Satiremagazins *extra 3* verlinkt, der zuvor bei YouTube hochgeladen wurde, war bei der Kategorie *Plattform* „YouTube“ mit dem entsprechenden Code laut Nachcodierungstabelle einzutragen. In die Unterkategorie *Journalist*in/Autor*in* war ggf. der Name von konkret genannten Personen einzutragen. Mit der Unterkategorie *Konkreter Beitrag* sollte erhoben werden, ob sich die Nennung auf einen konkreten Medienbeitrag bezog oder nur eine allgemeine Aussage darstellte. Schließlich sollte in *Berichterstattung über ein Thema* das Thema des Beitrags bzw. der allgemeinen Berichterstattung des genannten Mediums codiert werden. Auch für diese Kategorie wurde eine Nachcodierungstabelle angelegt, die während im gesamten Untersuchungszeitraum ergänzt werden konnte (s. Anh. D).

5.3.3 Analyseeinheit III

5.3.3.1 Kategorie V: Medienkritik

Mit der Kategorie *Medienkritik*, die gleichzeitig die dritte Analyseeinheit des hierarchischen Kategoriensystems darstellt, wurden wertende Aussagen über Medien und Journalist*innen erfasst. Auch hierfür wurde ein synthetisches System angewandt (s. Kap. 5.3.2.1; vgl. Rössler 2010a: 163-172; Früh 2007: 223-227).

5.3.3.1.1 Medienkritik: Unterkategorien und Operationalisierung

Zunächst wurden die *Urheber*innen der Bewertung* erfasst, wofür wiederum Nachcodierungen vorgenommen wurden (s. Anh. H). Als Gegenstand der Bewertung wurden anschließend *Medium/Medieninstitution* und *Journalist*in/Autor*in* codiert und ob sich die Aussage auf einen spezifischen Medienbeitrag (Unterkategorie *Beitrag*) bezog. Auch das *Thema* der bewerteten Berichterstattung wurde erhoben, falls genannt.

Schließlich wurde die Bewertung der codierten Aussage mithilfe von zwei Unterkategorien erfasst: Mit der *Bewertungstendenz* sollte erhoben werden, ob es sich um eine positive oder eine negative Kritik handelte. Mit der *Inhaltlichen Ausrichtung der Kritik* konnten die Gründe der

Bewertung codiert werden, falls genannt. Die Ausprägungen dieser Kategorie wurden in Anlehnung an das Modell zur Messung von Medienvertrauen nach Kohring und Matthes (2004: 382; s. Kap. 3.2.2.1) entwickelt: Die vier Dimensionen von Medienvertrauen (Themenselektivität, Faktenselektivität, Richtigkeit von Beschreibungen, Explizite Bewertung) wurden genutzt und Ausprägungen dieser Dimensionen für die Inhaltsanalyse entwickelt. Der Katalog an Ausrichtungen der Kritik wurde jedoch um weitere Dimensionen und Ausprägungen ergänzt, die sich nicht (wie bei Kohring und Matthes vorausgesetzt) auf konkrete Medienbeiträge oder Medien beziehen, sondern beispielsweise auf den allgemeinen Zustand des deutschen Mediensystems.

5.4 Die Erhebung – Pretests und Feldphase

5.4.1 Reliabilität

Die Überprüfung der Intercoder-Reliabilität erfolgte mit drei Tests nach Holsti: Der erste wies erwartungsgemäß in den formalen Kategorien eine Übereinstimmung von 1 auf, sodass auf eine erneute Testcodierung für diese Kategorien verzichtet wurde. Auch die meisten inhaltlichen Kategorien wiesen gute bis sehr gute Werte auf – basierend auf der Voraussetzung, dass ein Wert von mindestens .75 bei inhaltlichen Merkmalen nicht unterschritten werden sollte⁵⁸. Obwohl der angestrebte Wert von .75 nur in vier inhaltlichen Kategorien verfehlt wurde, erfolgten Nachschulungen und Anpassungen im Codebuch auch in den übrigen inhaltlichen Kategorien, um Fehler auszuschließen und die Übereinstimmung im besten Fall auch hier noch zu erhöhen.

Die Anzahl der Codierungen pro Analyseeinheit und Kategorie betrug für drei Tests 44 bis 48 und lag somit innerhalb des Bereichs von 30 bis 50 Codierungen pro Kategorie, die Rössler als Mindestanzahl zur Überprüfung der Reliabilität angibt (vgl. 2010a: 203).

5.4.2 Validität

Anders als bei der Reliabilität eines Instruments lässt sich seine Validität leider nicht so deutlich feststellen (vgl. Rössler 2010a: 206). Die Literatur sieht daher die Überprüfung verschiedener Validitätsaspekte als Annäherung an eine Feststellung von Validität, wobei die Analysevalidität (vgl. ebd.) oder auch Forscher-Codierer-Validität (vgl. Früh 2007: 197f.) sich aus der zuvor genannten Reliabilität ergibt: Wird ein befriedigender Wert erreicht, kann auch für die Analyse-, bzw. Forscher-Codierer-Validität angenommen werden, dass diese erreicht ist. Die Analysevalidität gibt demnach „Auskunft darüber, wie gut der vom Forscher gemeinte

⁵⁸ Der hier angestrebte Wert von mindestens .75 für inhaltliche Kategorien bewegt sich etwa in der Mitte der Spanne an genannten Mindestwerten, die in der hier aufgeführten Literatur zu finden sind. Eine absolute Bestimmung einer „guten“ Reliabilität ist für inhaltliche Kategorien schwer festzulegen, daher schwanken die Angaben. Mindestwerte für inhaltliche Kategorien: Brosius et al. 2012: .70, die Kategorien sind anzupassen, bzw. aufzugeben bei Werten unter .50 bis .60 (vgl.: 53); Früh 2007: .75 (vgl.: 192f.); Maurer/Reinemann: .80 ist als guter bis sehr guter Wert genannt (vgl.: 56); Rössler 2010a: Untergrenze .75, anzustreben sind .80 (vgl.: 204f.).

Bedeutungszusammenhang durch die Codierer getroffen wurde.“ (Rössler 2010a: 206) und kann für die vorliegende Arbeit als erreicht betrachtet werden.

Schlechter nachzuweisen ist die sogenannte Inhaltsvalidität, die sich daraus ergibt, dass das Instrument, also das Kategoriensystem samt Ausprägung erschöpfend ist (vgl. Früh 2007: 196; Rössler 2010a: 2007). Die Inhaltsvalidität ergebe sich etwa anhand der Änderungen und Ergänzungen des Codebuchs während der Schulungs- und Feldphase (vgl. Rössler 2010a: 206f.), wobei es keine festen Richtwerte etwa für eine Anzahl zulässiger Änderungen gibt. Für das Codebuch der vorliegenden Arbeit kann gesagt werden, dass es sowohl auf theoriegeleiteten Vorüberlegungen basiert, als auch aus empiriegestützten Teilen besteht (s. Kap. 5.3). Zu Beginn der Codierphase hat es teilweise erhebliche Anpassungen geben müssen (besonders in der Kategorie *Deliberatives Potenzial* nach Jakobs (2014); s. Kap. 5.3.1.4). Da das für diese Arbeit konstruierte Instrument jedoch in seiner Gesamtheit neuartig ist, haben die Verfasserinnen mit einem gewissen Anpassungsbedarf gerechnet. Die Tatsache, dass nach anfänglich starken Änderungen die Codierungen weitgehend ohne Nachbearbeitungen stattfinden konnten⁵⁹, wurde als gutes Zeichen gesehen, sich einer befriedigenden Inhaltsvalidität angenähert zu haben.

Zwei weitere Formen der Validität lassen sich erst mit dem vorliegenden Ergebnis überprüfen: die Kriteriumsvalidität, mit der überprüft wird, wie gut sich die Ergebnisse mit denen von vergleichbaren Studien vertragen (vgl. Früh 2007: 197; Rössler 2010a: 207f.), was nicht zwingend bedeuten muss, dass die Ergebnisse mit diesen übereinstimmen müssen. Da es mit dieser Arbeit vergleichbare Untersuchungen jedoch noch nicht gegeben hat, muss auf eine Diskussion der Kriteriumsvalidität im Ergebnisbericht dieser Arbeit verzichtet werden. Anders verhält es sich wiederum mit der Inferenzvalidität, die ebenfalls anhand der Ergebnisse anderer Studien überprüft wird, die sich jedoch anderer wissenschaftlicher Methoden bedienen (vgl. Früh 2007: 197; Rössler 2010a: 208). Diese Form der Validität soll anhand bereits vorliegender Literatur und Studien zum Thema PEGIDA (s. Kap. 4) im Ergebnisbericht betrachtet werden (s. Kap. 6.5).

⁵⁹ Mit Ausnahme der Kategorien mit Nachcodierungen, was erwartbar war und in der Natur der Sache liegt. Auch bei diesen Kategorien konnte nach einer Weile eine gewisse Sättigung festgestellt werden, sodass vor Ende der Codierphase keine weiteren Ergänzungen mehr nötig wurden.

6 Ergebnisbericht und Analyse

Für die Auswertung der Codierung wurden i. d. R. alle Kommentare, die keine Zugehörigkeit zu oder Ablehnung gegenüber PEGIDA erkennen ließen, zusammengefasst mit jenen, die eine Zugehörigkeit zur Bewegung ausdrückten⁶⁰, da diesen in den meisten Fällen das Hauptinteresse gilt. Diesem Vorgehen liegt die Annahme zugrunde, dass auch Kommentare ohne klares Bekenntnis zu PEGIDA mit hoher Wahrscheinlichkeit von Personen stammen, die eine gewisse Identifikation mit der Bewegung zeigen (s. Kap. 6.4). Hinzu kommt, dass der größte Teil der Kommentare keine Zugehörigkeit ausdrückt. Sich nur auf Kommentare mit expliziter PEGIDA-Sympathie zu beschränken, würde die Fallzahlen und somit auch die Analyse stark einschränken. Soweit nicht anders angegeben, sind also Kommentare von expliziten PEGIDA-Gegner*innen⁶¹ aus den Berechnungen ausgenommen.

Um besser auswerten zu können, um was für Medien es sich handelte, die in den beiden Datensätzen von den Kommentator*innen verlinkt, genannt und ggf. kritisiert wurden, wurden alle im Datensatz vorkommenden Medien nach bestimmten Merkmalen sortiert und zusammengefasst (geclustert) und anschließend gemeinsam erhoben. Dies betraf in erster Linie die Unterscheidung zwischen klassischen und alternativen Medien⁶², die bei der Auswertung der Mediennutzung (Kap. 6.1) und Medienkritik (6.2) eine zentrale Rolle spielt. Außerdem wurden die genannten und verlinkten Medienbezeichnungen danach unterteilt, ob es sich um pauschale oder konkrete Bezeichnungen handelte, um neben der Analyse der Medienkritik weitere Hinweise darauf zu erhalten, wie differenziert der Diskurs über Medien in den ausgewerteten Kommentaren geführt wurde.

Ein Vergleich zwischen den Datensätzen aus den Jahren 2014 und 2015 findet nur statt, wenn die Fallzahlen dies zulassen und wenn es inhaltlich sinnvoll ist, wenn also starke Unterschiede zwischen beiden bestehen, die auf eine Entwicklung oder Veränderung hindeuten, die es zu interpretieren gilt.

6.1 Mediennutzung

Um die Mediennutzung in den Kommentaren des Datensatzes zu ermitteln, wurden die explizite und die implizite Mediennutzung erhoben und analysiert. Unter explizite Mediennutzung fallen alle Aussagen, die sich direkt auf den eigenen Medienkonsum bezogen (z. B.: „Ich informiere mich nur noch mit russischen Medien“ oder „Deutsche Medien nutze ich gar nicht mehr“). In der Kategorie der impliziten Mediennutzung wurden alle Nennungen und Verlinkungen von Medien erhoben.

⁶⁰ Keine Zugehörigkeit (zug = 0); Wir-Aussagen (zug = 1); explizite Sympathiebekundungen (zug = 2); siehe Codebuch (Anh. C).

⁶¹ Ablehnendes Ihr/Sie (zug = 3); siehe Codebuch (Anh. C).

⁶² Zur Definition und Abgrenzung klassischer und alternativer Medien siehe Kapitel 2.


Hierbei muss beachtet werden, dass Konsum und Nutzen zu unterscheiden sind: Während sich die explizite Mediennutzung auf Aussagen über den eigenen Medienkonsum bezieht, bezeichnet die implizite Mediennutzung einen breiteren Begriff der Nutzung. Mindestvoraussetzung ist demnach, dass ein Medium in einem Kommentar genannt oder verlinkt wurde, das Medium also ggf. nur zu Zwecken der Diskussion und des Austauschs verwandt wurde – ohne von den entsprechenden Kommentator*innen auch explizit konsumiert werden zu müssen.

6.1.1 Explizite Mediennutzung: Ablehnung klassischer Medien

Leider wurde in den Kommentaren die bewusste Nutzung oder Vermeidung von Medien nur äußerst selten genannt. Während in beiden Jahren eine bewusste Nutzung nur in fünf Einzelnennungen ausgedrückt wurde, wurde eine bewusste Vermeidung immerhin 16 Mal genannt. Angesichts der Erkenntnis, dass negative Kritik an Medien deutlich häufiger vorkommt als positive (s. Kap. 6.2.1), überrascht dies nicht.

Pauschale Medienbezeichnungen (*Die Medien etc.*) führen die Liste der bewussten Medienvermeidung mit zwei Nennungen an. Je ein Mal genannt wurden: bild.de, „Lügenpresse“, *Morgenpost*, *n-tv*, *Österreichische Medien allgemein*, *Der Spiegel*, spiegel.de, *Staatsmedien*, *Stern*, stern.de, *Süddeutsche Zeitung*, *Die Welt*, welt.de und *Zeitungen allgemein*.

Es handelt sich bei allen bewusst vermiedenen Medien ausschließlich um solche, die von den Verfasserinnen als klassisch kategorisiert wurden⁶³.

	FF 4.2 kann also positiv beantwortet werden: Wenn die Kommentator*innen Medien angaben, die sie bewusst vermieden, bzw. boykottierten, nannten sie ausschließlich klassische Medien. Dies deutet auf eine ablehnende Haltung der Kommentator*innen gegenüber klassischen Medien hin.
-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sowohl unter PEGIDA-Organisator*innen als auch in einer Gruppendiskussion mit Demonstrant*innen konnte bereits eine besonders ablehnende Haltung gegenüber klassischen Medien erkannt werden (s. Kap. 4.2.2).

6.1.2 Implizite Mediennutzung: Pauschale Medienbezeichnungen dominieren

Da absehbar war, dass mit der Erhebung der impliziten Mediennutzung nur ein geringer Ertrag erzielt würde, wurden mit der impliziten Mediennutzung auch verlinkte und in den Kommentartexten namentlich genannte Medien erhoben. Die Verteilung der Nennungen und Verlinkungen stellt Tab. 6.1 dar.

⁶³ Die Unterteilung der codierten Medien nach klassisch und alternativ ist im Anhang D einzusehen.

Tab. 6.1: Top 15 der meist genannten und verlinkten Medien 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Rang	absolut	%	Medium	kl. vs. alt.
1	219	15,5	Die Medien etc. ⁶⁴	kl.
2	52	3,67	Bild/bild.de	kl.
2	52	3,7	Der Spiegel/SPON	kl.
3	50	3,5	Lügenpresse etc. ⁶⁵	kl.
4	37	2,6	ARD (Fernsehen/Teletext/Infonacht)	kl.
5	36	2,5	Die Welt/Welt Online	kl.
6	27	1,9	ZDF/ZDF Mediathek	kl.
6	27	1,9	Zeitungen allgemein ⁶⁶	kl.
7	25	1,8	Leitmedien/Massenmedien/Mainstreammedien	kl.
8	24	1,7	Fernsehen allgemein ⁶⁷	kl.
9	19	1,3	Kopp Verlag	alt.
9	19	1,3	Süddeutsche Zeitung/sueddeutsche.de	kl.
10	18	1,3	MDR (mdr.de/Teletext)	kl.
11	17	1,2	Wikipedia	kl.
11	17	1,2	Junge Freiheit/jungefreiheit.de	alt.
11	17	1,2	PEGIDA Dresden (FB-Seite)	alt.
12	15	1,1	Stern/stern.de	kl.
13	14	1	MOPO24.de	kl.
14	12	0,9	metropolico.org (früher: blu-news.org)	alt.
14	12	0,9	mmnews.de	alt.
15	11	0,8	Morgenpost	kl.
15	11	0,8	zuwanderung.net	alt.

Mit einem deutlichen Vorsprung von rund zehn Prozentpunkten führen pauschale, aber wertneutrale Medienbezeichnungen die Liste der meistgenannten und verlinkten Medien an. Zusätzlich befinden sich mit *Lügenpresse etc.*, *Zeitungen allgemein*, *Leitmedien etc.* und *Fernsehen allgemein* noch vier weitere pauschalisierende Kategorien der Medienbenennungen unter den Top 10 der meistgenannten und verlinkten Medien. Gemeinsam kommen alle auf


⁶⁴ Pauschale Medienbezeichnungen ohne Bewertung: die Medien; einige Medien; die meisten Medien; internationale Medien; die Presse; die Berichterstattung; die Medienberichterstattung; die Nachrichtenlage; deutsche Nachrichten; der Journalismus; die Journalist*innen (wenn pauschal genutzt); vierte Gewalt.

⁶⁵ Pauschale und diffamierende Medienbezeichnungen: Gutmenschenmedien; Journaille; LeiDmedien; Lügenfunk; Lügenpresse; Mediengefasel; Medien-Hure; Medienlüge; Medienmüll; Medienpropaganda; Meinungsmafia; Presstituierte; Propaganda-Medien; Schmierblätter; Wahrheitspresse (ironisch).

⁶⁶ Allgemeine Bezeichnungen für Printmedien (explizit): Zeitung(en); Tageszeitung; (über)regionale Zeitung, u. ä.

⁶⁷ Pauschale Bezeichnungen für Fernsehen: (deutsches) Fernsehen; Mainstream TV; TV(-Kanäle) u. ä.


insgesamt 24,4 Prozent. Vor dem Hintergrund, dass sich die meisten Bezeichnungen (trotz der Zusammenfassung von mehreren Namen zu einer Kategorie, wenn inhaltlich sinnvoll) im einstelligen Bereich bewegen, erscheint das als sehr hoher Wert. Dies interpretieren die Autorinnen als ersten Hinweis darauf, wie sich der Diskurs um Medien in ihrem Sample gestaltete:

	Die Auseinandersetzung mit Medien erfolgte in den analysierten Kommentaren besonders oft anhand pauschaler Medienbezeichnungen, was als Hinweis darauf betrachtet wird, dass die Debatte tendenziell undifferenziert geführt wurde.
-----------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Dieser Befund muss selbstverständlich durch weitere Zahlen untermauert werden. Besonders die Auswertung der Medienkritik (Kap. 6.2) kann hierzu ergänzende Erkenntnisse bieten.

6.1.2.1 Klassische und alternative Medien: *Paradoxes Nutzungsverhalten*

Wenn Medien doch konkret benannt wurden, waren dies in den meisten Fällen klassische Medien mit 67,8 Prozent. Alternative Medien machten hingegen lediglich 22,6 Prozent aller Nennungen und Verlinkungen aus. An den beiden Kategorien der Mediennutzung zeigt sich also ein Paradox, das sich bereits in der Zusammenschau der verschiedenen PEGIDA-Befragungen abzeichnete: Zwar zeigt sich eine Ablehnung gegenüber klassischen Medien (und eine Aufgeschlossenheit gegenüber alternativen Medien), jedoch nutzten und konsumierten die meisten Befragten dennoch eher klassische und etablierte Publikationen (s. Kap. 4.2.2.1). Ähnliches zeichnet sich im hier untersuchten Material ab:

	Während klassische Medien besonders oft explizit vermieden wurden (s. o.), wurden sie gleichzeitig aber auch am häufigsten genutzt. Es deutet sich ein Verhalten an, das als <i>paradoxe Mediennutzung</i> bezeichnet werden könnte.
-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Rund ein Fünftel der Nennungen und Verlinkungen beinhalteten alternative Medien. Ohne zwischen Online- und Offline-Angebot zu unterscheiden (sofern dies nötig ist, da viele Publikationen ausschließlich online stattfinden), gestaltete sich deren Verteilung wie in Tab. 6.2 beschrieben.

Das Ergebnis der Erhebung reiht sich damit in die bisherigen Erkenntnisse über das Verhältnis von PEGIDA zu alternativen Medien ein, denen zufolge Angebote wie DWN, *RT Deutsch*, die Zeitung *Junge Freiheit*, *Epoch Times*, *Sputnik*, *Ken FM*, das *Compact-Magazin* oder der Blog *Politically Incorrect* der Bewegung ideologisch nahe stehen (s. Kap. 4.2.2.1).

Tab. 6.2: Top 10 der meist genannten und verlinkten alternativen Medien 2014 und 2015
(Quelle: eigene Darstellung)

Rang	absolut	%	Medium
1	19	5,6	Kopp Verlag
2	17	5,1	Junge Freiheit
3	12	3,5	Metropolico (früher: blu-news.org)
3	12	3,5	MMnews
4	11	3,3	FB-Seite von PEGIDA Dresden
4	11	3,3	zuwanderung.net
5	10	3	Kopten ohne Grenzen
6	9	2,7	linksunten.indymedia.org
7	8	2,4	Epoch Times
8	7	2,1	Politically Incorrect (PI)
8	7	2,1	AlHayatTV
9	6	1,8	netzplanet.net
9	6	1,8	Deutsche Wirtschafts Nachrichten (DWN)
10	5	1,5	Caravan To Midnight – The John B Wells Program

Mit dem *Kopp Verlag*, *Junge Freiheit*, *Epoch Times*, *netzplanet.net* und *DWN* beinhaltet das Ranking (s. Tab. 6.2) außerdem mindestens fünf Publikationen, die Schweiger (2017) nicht nur als alternativ, sondern auch als rechtsalternativ einstuft (vgl. 49f.), was wiederum zu der Einschätzung passt, dass es sich bei PEGIDA um eine rechtspopulistische Bewegung handelt (s. Kap. 4.2.3).

!	<p>Mit Blick auf FF 4.3 kann festgehalten werden, dass alternative Medien verhältnismäßig selten Gegenstand der Diskussion waren. Hier zeichnet sich die Gegenseite dessen ab, was die Verfasserinnen schon im Zusammenhang mit klassischen Medien als <i>paradoxe Mediennutzung</i> eingeordnet haben: Zwar genossen alternative Medien wohl eher die Zuneigung der Nutzer*innen, wurden dafür aber verhältnismäßig selten genutzt.</p>
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------


Aufgrund der anscheinend *paradoxen Mediennutzung* in den analysierten Kommentaren lässt sich erst mit Blick auf die Auswertung der Medienkritik genauer bestimmen, wie die Kommentator*innen zu diesen (rechts)alternativen Medien stehen. Die Erkenntnis der *paradoxen Mediennutzung* befindet sich jedoch im Einklang mit den Befragungen von Rucht (2015), der ebenfalls eine vornehmliche Nutzung von klassischen Medien unter den Befragten konstatierte (vgl. 18) und Geiges, Marg und Walter (2015) die mehrere lobende Erwähnungen rechtsalternativer Medien verzeichneten (vgl. 105; s. a. Kap. 4.2.2.1). Auch deutet schon die

Analyse der expliziten Mediennutzung (s. o.) darauf hin, dass in den Kommentaren vermutlich eine zumindest nicht ablehnende Haltung gegenüber alternativen Medien vorherrscht.

Bemerkenswert erscheint neben einer möglicherweise *paradoxen Mediennutzung* das Auftreten des Blogs linksunten.indymedia.org auf Platz sechs des Rankings der meistverlinkten und genannten alternativen Medien: Das Blog wurde vom Verfassungsschutz NRW bereits im Jahr 2013 als linksextrem eingestuft (vgl. MIK NRW 2014: 217), im August 2017 wurden der dazugehörige Verein verboten und das Internetportal gesperrt (vgl. BfV 2017). Dass es sich hierbei nicht um ein in den Kommentaren völlig unvoreingenommen genutztes Medium handelt, ist wahrscheinlich, da die ideologische Ferne zu vielen der anderen alternativen Medien und somit auch zur PEGIDA-Bewegung offenkundig erscheint.

Ein genauerer Blick auf das Vorkommen des Blogs linksunten.indymedia.org bestätigt den Ausnahmecharakter der Bezugnahme auf das Blog: Alle Links wurden in einem sehr kurzen Zeitraum zwischen dem 16. und 17. Dezember 2015 gepostet, acht von neun Links führten zu Berichten über *Antifa*-Ausschreitungen bei PEGIDA-Demonstrationen. Darüber hinaus enthielt keiner der Kommentare mit Links zu linksunten.indymedia.org medienkritische Aussagen. Jedoch bezogen sich einige Kommentare – wenn sie neben dem Link überhaupt noch einen Kommentartext enthielten – direkt auf die *Antifa*-Mitglieder und sprachen sich gegenseitig Warnungen aus, bei der kommenden (PEGIDA-)Demonstration vorsichtig zu sein. So heißt es in einem der Kommentare, der einen Artikel von linksunten.indymedia.org verlinkte: „Passt Montag gut auf euch auf. Die linken Antifaspinner haben sie echt nicht mehr alle“.

Auch wenn also keine direkte Kritik am Blog linksunten.indymedia.org selbst stattfand, so wurde eine Ablehnung der *Antifa* gegenüber in vielen der Kommentare deutlich. Die *Antifa* wiederum steht dem Blog linksunten.indymedia.org ideologisch nahe. Dass diesem aus den Reihen der PEGIDA im Allgemeinen und unter den analysierten FB-Kommentator*innen im Besonderen eher Ablehnung als Zustimmung entgegen gebracht würde, scheint daher höchstwahrscheinlich.

	Das verhältnismäßig häufige Auftreten des linksalternativen Blogs linksunten.indymedia.org wird als Ausnahmeerscheinung eingeordnet, die sich situativ erklären lässt. Insofern sehen die Verfasserinnen diese nicht als paradox oder die bisherigen Interpretationen gefährdend an.
-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.1.3 Berichterstattungsthemen: Von PEGIDA und Islam zu Merkel und Geflüchteten

Bei den Berichterstattungsthemen, die in den analysierten Kommentaren genannt oder verlinkt wurden, hat es im Vergleich der beiden Jahre eine deutliche Verlagerung des Schwerpunkts

gegeben: Während in 2014 besonders dann über Medien gesprochen wurde, wenn sie über PEGIDA berichteten, dominierte ein Jahr später das Thema *Geflüchtete & Asyl*.

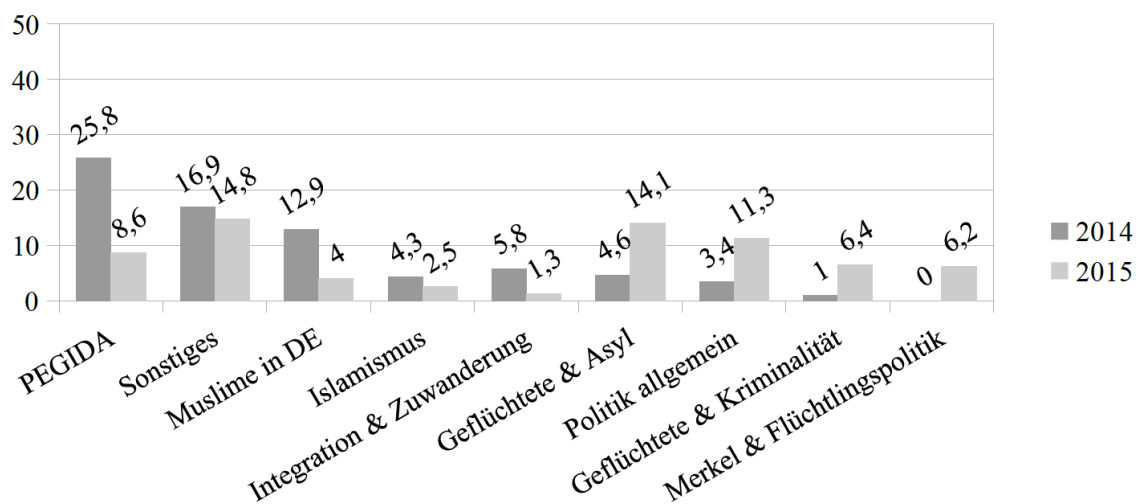


Abb. 6.1: Berichterstattungsthemen genannter und verlinkter Medien im Jahresvergleich in Prozent (Quelle: eigene Darstellung)

Dass im Jahr 2014 besonders viele genannte und verlinkte Medienberichte mit PEGIDA zu tun hatten, ergänzt sich gut mit den Ergebnissen der ersten PEGIDA-Studien von Anfang 2015. Diese konnten in Befragungen und Gruppendiskussionen herausarbeiten, dass sich viele Teilnehmer*innen in der gängigen Berichterstattung diffamiert und falsch dargestellt fühlten. Einige gaben sogar an, dass die in ihren Augen ungerechtfertigte Berichterstattung über PEGIDA für sie ein Grund gewesen sei, überhaupt an den PEGIDA-Demonstrationen teilzunehmen (s. Kap. 4.2.2).

Ob sich diese Kritik auch in den Kommentaren (aus dem Jahr 2014) wiederfindet, wird die Analyse der Medienkritik zeigen (s. Kap. 6.2), interessant ist jedoch bereits an dieser Stelle, dass die selbstreferenzielle Bezugnahme auf Medien zu Beginn offenbar sehr hoch war, dann aber im Jahr 2015 stark sank. Dies könnte mit einer generellen Abnahme der Berichterstattung über PEGIDA im Jahresvergleich zusammenhängen. Hinzu kommt möglicherweise, dass sich die Bewegung Ende 2014 noch in einer Art Selbstfindungsphase befunden und sich daher besonders intensiv sich selbst – den eigenen Positionen, der eigenen Identität – beschäftigt haben könnte; und dass zugleich ein stetiger Abgleich dieses Selbstbildes (oder: dieser Selbstbilder) mit der dann noch recht allgegenwärtigen medialen Darstellung stattgefunden haben könnte. Dass sich diese Prozesse auch im FB-Diskurs widerspiegeln würden, scheint wahrscheinlich und eignet sich auch dazu, die verhältnismäßig intensive Beschäftigung mit der Berichterstattung über PEGIDA im Datensatz des Jahres 2014 zu erklären.

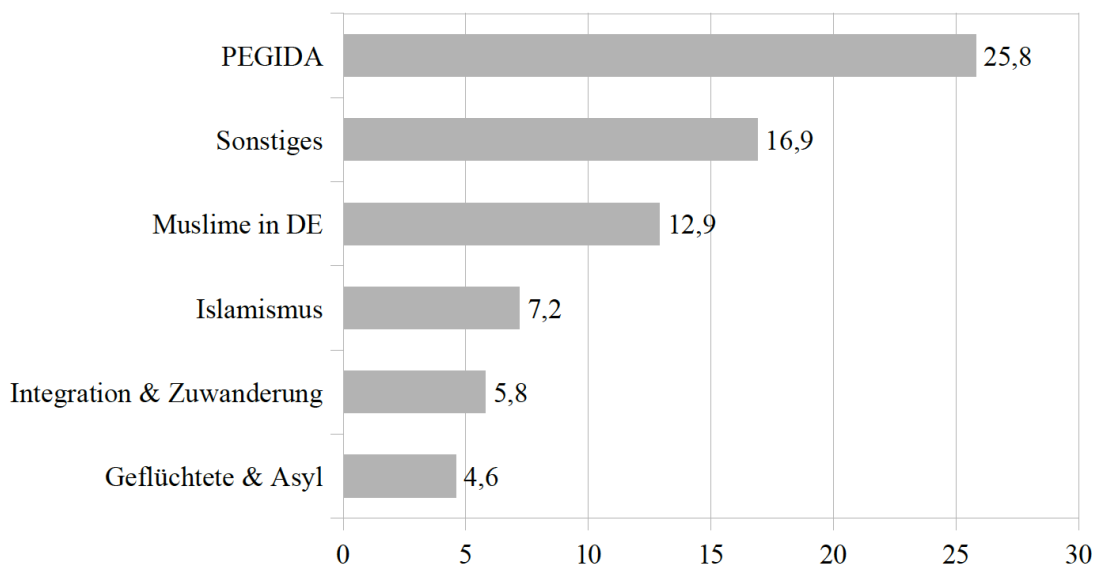


Abb. 6.2: Meist genannte und verlinkte Berichterstattungsthemen im Jahr 2014 in Prozent (Quelle: eigene Darstellung)

Ähnlich wie mit dem Berichterstattungsthema PEGIDA verhält es sich mit Themen rund um Muslime, Islam und Islamismus, deren medialer Darstellung im Jahr 2015 offenbar gar keine Bedeutung mehr zukam. Auch hier könnte eine 2014 möglicherweise noch unklare Selbstverortung der PEGIDA eine Erklärung für den Wandel bieten: Während die „Islamisierung“ zwar sogar im Titel der Bewegung genannt wird und daher im Zusammenhang mit der Bewegung häufig thematisiert wurde, konnte sie in den Befragungen nicht als zentrales Mobilisierungsmotiv der Demonstrant*innen identifiziert werden (s. Kap. 4.2). Falls es sich also so verhielt, dass das Thema *Muslime in Deutschland* zwar zunächst aufgrund der eigenen Themensetzung der PEGIDA-Organisator*innen im Vordergrund stand, sich dann aber nicht als Kernthema der Bewegung bewähren konnte und infolge dessen an Bedeutung verlor, ließe sich analog auch die nicht unerhebliche Abnahme dieses Berichterstattungsthemas in den analysierten Kommentaren erklären.

An Bedeutung gewannen im Jahr 2015 die Berichterstattungsthemen *Geflüchtete & Asyl*, sowie *Merkel & Flüchtlingspolitik*. Auch dies ließe sich ereignisbezogen erklären: Im Sommer 2015 migrierte eine besonders hohe Zahl Geflüchteter nach Europa und Deutschland (häufig als „Flüchtlingswelle“ oder „Flüchtlingskrise“ bezeichnet), weshalb diese Themen generell in den Fokus der öffentlichen Debatte drängten. Dieser Entwicklung kommt für die PEGIDA eine besondere Bedeutung zu, da sie der Bewegung zu neuem Aufschwung in Form von wieder ansteigenden Teilnehmer*innenzahlen bei den Demonstrationen (s. Kap. 4.1) und einer wiedererstarkenden Interaktion auf der FB-Seite verhalf (vgl. Munzinger/Rietzschel/Bendt 2016b).

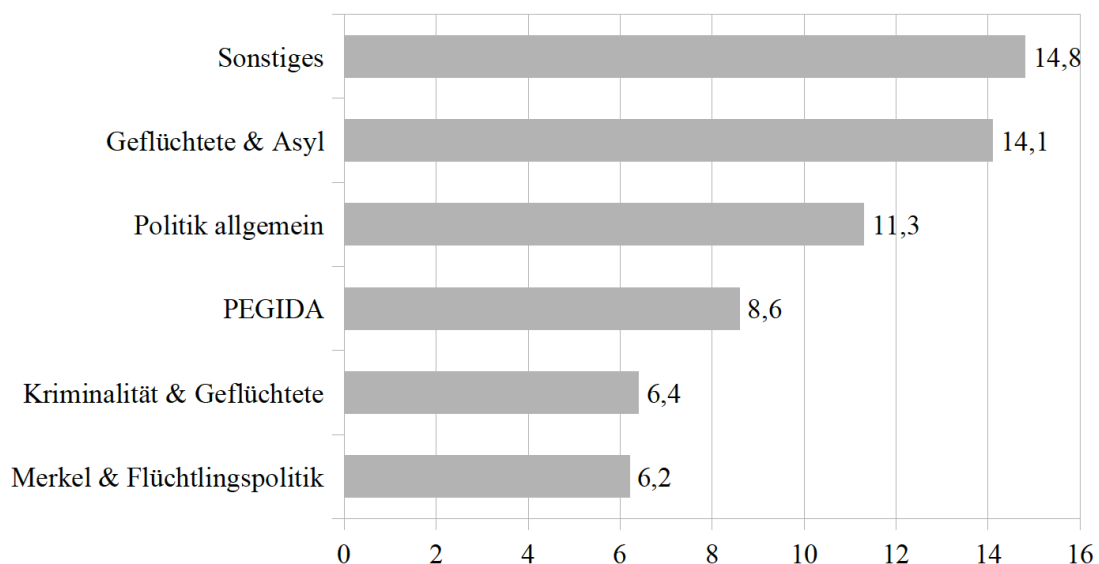


Abb. 6.3: Meist genannte und verlinkte Berichterstattungsthemen im Jahr 2015 in Prozent (Quelle: eigene Darstellung)

Der Umgang mit der Ankunft so vieler Geflüchteter in Deutschland sorgte für polarisierende Debatten um eine sogenannte Willkommenskultur und Obergrenzen für Asylbewerber*innen, in denen sich die PEGIDA eher auf Seiten derjenigen verorteten, die den Geflüchteten besonders kritisch entgegen sahen (s. Kap. 4.1). Insofern scheint es nur folgerichtig, dass das Thema *Geflüchtete & Asyl* auch in den FB-Kommentaren von Ende 2015 an Bedeutung gewann. Genauso wie das Thema *Merkel & Flüchtlingspolitik*, da sich die Bundeskanzlerin mit ihrem viel beachteten Ausspruch „Wir schaffen das!“ Ende August 2015 zu einem zentralen Feindbild für Flüchtlingsgegner*innen entwickelte (s. Kap. 4.1).

!	<p>Während anfangs unter den verlinkten und genannten Berichterstattungsthemen <i>PEGIDA</i>, aber auch <i>Muslims und Islam in DE</i> dominierten, lag der Schwerpunkt 2015 auf dem Thema <i>Geflüchtete & Asyl</i>. Auch dem Thema <i>Merkel und ihre Flüchtlingspolitik</i> kam plötzlich besondere Aufmerksamkeit zu. Diese Entwicklungen stimmen mit den allgemeinen Entwicklungen der PEGIDA innerhalb dieses Jahres überein.</p>
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nicht unerwähnt bleiben sollten die hohen Werte in der Kategorie *Sonstige Themen*. Sie erzielte im Jahr 2014 den zweiten Rang mit 16,9 Prozent und 2015 sogar den ersten Rang mit 14,8 Prozent der verlinkten und genannten Berichterstattungsthemen. Dies wirft die Frage nach der Vollständigkeit der Ausprägungen in dieser Kategorie auf. Die Codiererinnen arbeiteten hier – wie in einigen anderen Kategorien – jedoch mit Nachcodierungen, um somit laufend neue, gehäuft auftretende Themen nachträglich erfassen zu können (s. Kap. 5.3.2.1.1). Dies lässt den

Schluss zu, dass sich hinter den hohen Werten für *Sonstige Themen* viele verschiedene Einzelthemen verbergen, denen jeweils zu geringe Werte zukommen, um für sie jeweils eigene Kategorien zu erstellen.

6.1.4 Fazit

Das wahrscheinlich auffälligste Ergebnis der Analyse der expliziten und impliziten Mediennutzung stellt ein Phänomen dar, das in dieser Arbeit als *paradoxe Mediennutzung* bezeichnet wird. Eine mögliche Erklärung für eine *paradoxe Mediennutzung* nennen Munzinger Rietzschel und Bendt, die alle Posts und Kommentare, die zwischen dem 28. Dezember 2014 und 31. Dezember 2015 auf der PEGIDA-FB-Seite zu finden waren, inhaltlich auswerteten und dabei auch Verlinkungen erhoben:

„Unter den am meisten zitierten Quellen im gesamten Datensatz gehören viele Angebote mit rechtspopulistischen oder verschwörungstheoretischen Tendenzen wie Politikversagen (1064 Verlinkungen), Epochtimes (536 Verlinkungen) oder Junge Freiheit (400 Verlinkungen). Aber auch auf die 'Lügenpresse' wird gerne verwiesen, wenn es das eigene Weltbild stärkt. Artikel von Focus Online (1295 Verlinkungen), Welt (1246 Verlinkungen) und Spiegel Online (830 Verlinkungen) werden am häufigsten zitiert.“ (vgl. Munzinger/Rietzschel/Bendt 2016c).

Möglicherweise ist also die Nutzung klassischer Medien unter den Kommentator*innen der PEGIDA-FB-Seite weniger davon abhängig, wie sie allgemein zu diesen Medien stehen, sondern eher davon, über was für ein Thema in dem konkreten Fall berichtet wird und welche Haltung diesem in der Berichterstattung entgegengebracht wird. Diese Beobachtung teilt auch SZ-Journalist Simon Hurtz (vgl. Milatz 2017: 54), den die Beobachtung der PEGIDA-FB-Seite zu dem Schluss führte, dass ein quellenkritisches Leseverhalten unter Nicht-Journalist*innen nicht üblich sei (vgl. ebd. (Milatz 2017): 57).

Hinzu kommt, dass das Angebot klassischer Medien rein quantitativ größer sein dürfte als das der alternativen. Dass sich also auch eine gewisse Bandbreite an Meinungen wiederfinden lässt, die auch zu denen von PEGIDA-Anhänger*innen anschlussfähig sein können, liegt nahe und kann eine *paradoxe Mediennutzung* erklären.

Dies wirft wiederum die Frage auf, inwiefern sich die FB-Akteur*innen ihres etwaigen paradoxen Verhaltens bewusst sind: Wird tatsächlich (mehr oder weniger unbewusst) immer nur dann auf klassische Medien zurückgegriffen, wenn sie eben gerade in das eigene Weltbild passen, wie Hurtz (2017) sowie Munzinger, Rietzschel und Bendt (2016c) postulieren? Ein solches Verhalten wäre nicht nur widersprüchlich, sondern auch opportunistisch, offenbar würde die „Lügenpresse“-Kritik – die ja durchaus recht präsent vertreten ist (s. Kap. 6.2.3.1) – nicht zu Ende gedacht und nicht auf das eigene, tatsächliche Medienverhalten im Alltag hin überprüft, reflektiert und differenziert. Jedoch lässt sich dieser Zusammenhang höchstens vermuten.

Offen bliebe die Frage, ob es tatsächlich dieselben Personen sind, die undifferenziert

kritisieren und sich zugleich einer klassischen Berichterstattung bedienen. Da der Datensatz leider nur ohne Erhebung der einzelnen Urheber*innen vorlag (s. Kap. 5.2.1.1), ist nicht möglich, diesen Zusammenhang zu untersuchen. Schließlich ist auch denkbar, dass es nur einzelne sind, die sich im Zusammenhang mit Medien paradox verhalten, und dass andere durchaus kongruent sind in ihrer Mediennutzung und -kritik.

Einen zusätzlichen Hinweis auf den Umgang mit klassischen Medien geben die Zahlen aller Nennungen und Verlinkungen, die mit keinerlei Medienkritik verbunden sind und deshalb einen neutralen Umgang mit dem verlinkten oder genannten Medium nahelegen. Hier ergibt sich folgende Verteilung: 59,8 Prozent der Nennungen und Verlinkungen ohne Kritik entfielen auf klassische, 31,6 Prozent auf alternative Medien (unter allen Nennungen und Verlinkungen, also auch solchen, die mit einer Kritik verbunden sind, kamen klassische Medien etwas häufiger vor (67,8 Prozent), alternative etwas seltener (22,6 Prozent)). Hieraus lässt sich ableiten, dass klassische Medien durchaus häufig ohne eine Absicht der Diffamierung, mit neutraler Haltung genutzt wurden, was die Beobachtung von Munzinger, Rietzschel und Bendt (2016c) stützt.


Zu einer anderen Beobachtung bezüglich der Mediennutzung von Fans der PEGIDA-FB-Seite kommt Schweiger (2017)⁶⁸. Er sah die Community bei FB bereits in einer Filterblase, in der Berichte alternativer Medien den Ton angaben und Links klassischer Medien lediglich zur Diffamierung geteilt wurden (vgl.: 149f.). Ein direkter Vergleich ist allerdings schwierig, da für die vorliegende Inhaltsanalyse nicht genau gesagt werden kann, ob eine Nennung oder Verlinkung mit einer Schmähung des entsprechenden Mediums einherging oder nicht (diese Verknüpfung geschieht erst in Analyseeinheit III (Medienkritik), deren Grundgesamtheit jedoch nicht die Menge der Nennungen und Links ist, sondern die der medienkritischen Aussagen). Als Hinweis können aber die jeweiligen Proportionen dienen: Während knapp 70 Prozent der genannten und verlinkten Medien klassisch sind, weisen nur 39,5 Prozent der codierten Kommentare auch Medienkritik auf, egal ob positiv oder negativ. Beide Zahlen beziehen sich zwar auf unterschiedliche Grundgesamtheiten – die Gesamtmenge der Nennungen gegenüber der Gesamtanzahl der Kommentare – jedoch enthält jeder Kommentar mindestens eine Mediennennung oder einen Medien-Link, da dies die Grundvoraussetzung war, um überhaupt in das Sample zu gelangen. Offenbar ist also durchaus ein gewisser Anteil der genannten oder verlinkten klassischen Medien wahrscheinlich nicht gleichzeitig diffamiert worden.

Ähnlich wie Schweiger kommen auch Pleul und Scharf (2016) zu dem Schluss, dass vor allem Beiträge alternativer Medien auf der PEGIDA-FB-Seite geteilt werden und Links klassischer Medien in erster Linie den Zweck erfüllen, die etablierte Medienlandschaft ihrer vermeintlichen Fehler zu überführen oder Ausnahmefälle anzuerkennen:

⁶⁸ Anders als bei Schweiger handelt es sich beim hier analysierten Datensatz allerdings um Kommentare auf der PEGIDA-FB-Seite. Ob die Urheber*innen auch jeweils immer Fans der Seite waren, lässt sich nicht sagen.

„Zwar findet sich in den Links auch ein Querschnitt der deutschen Medienlandschaft wieder, doch werden überwiegend inhaltlich opportune Beiträge herangezogen, geht es doch vor allem darum, im Netz entweder typische journalistische Negativbeispiele zu präsentieren oder 'vereinzelte' gelungene Positivbeispiele hervorzuheben. Dabei stellt man solchen Artikeln sicherheitshalber gern auch sarkastisch voran, dass da wohl etwas 'durch die Zensur gerutscht' sei.“ (Pleul/Scharf 2016: 88)

Die Unterschiede zu Pleul und Scharfs, sowie Schweigers Beobachtungen – dass alternative Medien in den Kommentaren auf der PEGIDA-FB-Seite tonangebend sind, klassische dagegen eher selten vorkommen und nur in spezifischen Kontexten geteilt werden – könnten sich auch durch die verhältnismäßig stark zeitlich eingegrenzte Stichprobe der dieser Arbeit erklären lassen, bzw. durch die unterschiedlichen Erhebungszeitpunkte und eine verhältnismäßig kleine Fallzahl. Gerade für den Datensatz aus dem Jahr 2014 scheint es sinnvoll, davon auszugehen, dass das Publikum der PEGIDA-FB-Seite noch heterogener war als im darauffolgenden Jahr. Schließlich befand sich die Bewegung noch in einer Art Findungsphase, in der sich (mehr) Personen am Diskurs beteiligt haben könnten, die verschiedene politische Hintergründe besaßen und möglicherweise keine besonders ablehnende Haltung gegenüber klassischen Medien zeigten. Was die Differenz zu den Erkenntnissen von Schweiger und von Pleul und Scharf erklären könnte. Jedoch lässt sich dies nicht abschließend sagen, auch weil unklar bleibt, auf welche Zeiträume sich beispielsweise Schweigers Aussagen über die PEGIDA-FB-Fans beziehen.

	Abschließend kann festgehalten werden, dass sich das Mediennutzungsverhalten in den hier untersuchten Kommentaren eher in die Feststellungen von Munzinger, Rietzschel, Bendt (2016c) und Hurtz (vgl. Milatz 2017) einreihen. Dies scheint nicht nur aufgrund von deren Argumentation plausibel, dass der Umgang mit Medien unter den PEGIDA-FB-Kommentator*innen weniger quellenkritisch und daher auch tendenziell opportunistisch erfolgte. Dies unterstützt und erklärt außerdem bestehende Hinweise auf eine <i>paradoxe Mediennutzung</i> .
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------


6.2 Medienkritik

Bei der Auswertung von medienkritischen Aussagen wurden nur solche erhoben, die erkennbar derselben Person als Urheber*in zuzuordnen waren, die auch den Kommentar verfasst hat⁶⁹. So soll ausgeschlossen werden, dass lediglich zitierte Medienkritik ausgewertet wird, von der nicht zu klären ist, ob sie tatsächlich der zugeschriebenen Person zu eigen ist.

Insgesamt scheint die Kritik an Medien keine zentrale Rolle zu spielen in den erfassten FB-Kommentaren der Untersuchungszeiträume: Von den 2014 erhobenen Kommentaren enthielten 248 Medienkritik, was 0,2 Prozent der insgesamt gescrapten Kommentare entspricht und 44,3

⁶⁹ Kein*e abweichende*r Urheber*in (urh = 0); siehe Codebuch im Anhang C.

Prozent aller für 2014 codierten Kommentare (also aller Kommentare mit Medienbezug). 2015 enthielten 215 der erfassten Kommentare Medienkritik, was 4,1 Prozent der insgesamt in dem Untersuchungszeitraum erfassten Kommentare entspricht und 35,2 Prozent aller für 2015 codierten Kommentare.

	Mit Blick auf FF 4.7 kann also gesagt werden, dass die kritische Auseinandersetzung mit Medien insgesamt selten stattfand, der größte Teil der codierten Kommentare beschäftigte sich offenbar mit anderen Themen.
-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Im Gegensatz zum Bild, das durch das öffentliche Auftreten PEGIDAS und durch die Montagsdemonstrationen gezeichnet wurde (s. Kap. 4.2.2), erscheint diese Tatsache ungewöhnlich und deutet darauf hin, dass eine Auseinandersetzung mit Medien nur für eine Minderheit der PEGIDA-Anhänger*innen von Bedeutung ist. Möglicherweise handelt es sich hierbei um eine kleine, aber besonders laute und präzente Minderheit. Denkbar ist aber auch, dass sich nur aufgrund der relativ kleinen Stichprobe für den hier analysierten Datensatz ein solches Bild ergeben hat und der Anteil der medienkritischen Kommentare nur zufällig so klein ausgefallen ist. Diese Frage wird sich leider nicht mehr abschließend klären lassen.

6.2.1 Negative Medienkritik: Überwiegend klassische Medien betroffen


Negative Kritik an Medien spielte in den untersuchten Kommentaren eine erheblich größere Rolle als positive. Wenn medienkritische Aussagen gemacht wurden, waren diese in beiden Jahre meistens negativ: Im Jahr 2014 waren 85,6 Prozent aller medienkritischen Aussagen negativ, im Jahr 2015 sogar 88,3 Prozent. Beide Jahre zusammengenommen waren 87,1 Prozent aller medienkritischen Aussagen negativ.

Wenn Medien negativ kritisiert wurden, betraf dies in 36,2 Prozent der Fälle *Die Medien* und andere pauschale, aber neutrale Medienbezeichnungen. Mit einem deutlichen Vorsprung von mehr als 20 Prozentpunkten führen *Die Medien etc.* also die Rangliste der am meisten negativ kritisierten Medien an. Mit „*Lügenpresse*“ *etc.*, *Leitmedien etc.* und *Staatsmedien etc.* befinden sich im Top-15-Ranking noch drei weitere Ausprägungen der pauschalen Medienbezeichnung. Alle gemeinsam machen insgesamt 50,2 Prozent der negativ kritisierten Medien aus. Bezieht man noch semi-pauschale Bezeichnungen zusätzlich mit ein (*Zeitungen allgemein*, *Fernsehen allgemein*, *Öffentlich-Rechtliche allgemein*), richten sich sogar 57,2 Prozent der negativen Kritik mindestens semi-pauschal gegen Medien.

Tab. 6.3: Top 15 der am meisten negativ kritisierten Medien 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Rang	absolut	%	Medium	kl. vs. alt.
1	267	36,2	Die Medien etc.	kl.
2	63	8,5	„Lügenpresse“ etc.	kl.
3	33	4,5	Bild/bild.de	kl.
4	32	4,3	ARD (Fernsehen/Teletext/Infonacht)	kl.
5	30	4,1	Leitmedien/Massenmedien/Mainstreammedien	kl.
6	24	3,3	Zeitungen allgemein	kl.
7	21	2,8	Der Spiegel/SPON	kl.
8	18	2,4	ZDF	kl.
9	17	2,3	Fernsehen allgemein	kl.
10	14	1,9	Morgenpost/MOPO ⁷⁰	kl.
11	13	1,8	Süddeutsche Zeitung/sueddeutsche.de	kl.
12	10	1,4	Staatsmedien/Regierungssender	kl.
12	10	1,4	PEGIDA Dresden (FB-Seite)	alt.
12	10	1,4	Öffentlich-Rechtliche allgemein	kl.
13	9	1,2	MDR/MDR Online	kl.
13	9	1,2	Stern/stern.de	kl.
14	8	1,1	Beitragsservice/Rundfunkbeitrag/GEZ	kl.
15	7	1	taz/taz.de	

Über das Ranking der Top 15 hinaus traf negative Kritik in beiden Jahren insgesamt in 60,9 Prozent der Fälle pauschale Medienbezeichnungen. Hinzu kommt, dass die meisten medienkritischen Aussagen keinen konkreten Beitrag als Beleg oder Illustration der Kritik anführten: Nur in 13,8 Prozent der Fälle bezog sich die negative Kritik auf konkrete Beiträge. Auch dies kann als Hinweis darauf interpretiert werden, dass – zumindest negative – Medienkritik unter den analysierten Kommentaren eher auf einer allgemeinen Ebene blieb.


	<p>Die Auseinandersetzung mit negativer Medienkritik erfolgte zum Großteil anhand pauschaler Medienbezeichnungen und ohne konkrete Beispiele oder Belege. Was sich bereits in der Analyse der genannten und verlinkten Medien andeutete, erhärtet sich nun: Der medienkritische Diskurs wurde tendenziell undifferenziert geführt, zumindest dann, wenn es sich um negative Medienkritik handelte.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

⁷⁰ Ohne weitere Hinweise, welche Morgenpost gemeint ist.

Um dieses Bild zu vervollständigen, wird in Kapitel 6.2.3 die genaue Begründung der Medienkritik analysiert, um herauszufinden, wie pauschal oder differenziert Medien tatsächlich kritisiert werden.

Wie in Tabelle 6.3 außerdem erkennbar wird, trifft negative Kritik in erster Linie klassische Medien: In den Top 15 der am meisten negativ kritisierten Medien befindet sich nur ein alternatives Medium und das erst auf dem 13. Rang: nämlich die PEGIDA-FB-Seite selbst, die in zehn Aussagen negativ kritisiert wurde. Vor dem Hintergrund, dass vermutlich eine gewisse selbstreflexive Auseinandersetzung mit dem Medium stattfand, mit dessen Hilfe sich die Kommentator*innen untereinander austauschten, erscheint es nicht unwahrscheinlich, dass die PEGIDA-FB-Seite auch zum Gegenstand von Kritik wurde⁷¹. Diese Ausnahme stört insofern auch nicht zwingend das Gesamtbild, nach welchem klassische Medien das primäre Ziel negativer Kritik darstellen.

Ein Blick auf die Gesamtzahlen bestätigt dieses Bild: 91,9 Prozent der negativ kritisierten Medien wurden von den Verfasserinnen als klassisch identifiziert. Nur 3,7 Prozent konnten als alternativ eingestuft werden. Im Jahresvergleich hat sich diese Differenz noch deutlich erhöht: Während im Jahr 2014 noch 86,4 Prozent der negativ kritisierten Medien klassisch waren, stieg dieser Anteil im Jahr 2015 auf 96,3 Prozent. Demgegenüber waren im Jahr 2014 sieben Prozent der negativ kritisierten Medien alternativ, im Jahr 2015 schrumpfte dieser Anteil auf nur noch 0,9 Prozent.

	FF 4.5 lässt sich positiv beantworten: Bereits bei der expliziten Mediennutzung deutete sich unter den analysierten Kommentaren eine eher ablehnende Haltung gegenüber klassischen Medien an. Dieser Eindruck erhärtet sich nun, da klassische Medien das primäre Ziel negativer Kritik darstellten. Dies stützt außerdem den Eindruck einer paradoxen Mediennutzung: Während klassische Medien zwar am meisten genutzt (also verlinkt und genannt) wurden, kam ihnen gleichzeitig starke Ablehnung entgegen.
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2.1.1 Selten konkrete Journalist*innen kritisiert

Die Auswertung aller konkret benannten Journalist*innen zeigte, dass sich negative Kritik nur in sehr wenigen Fällen auf konkrete Personen bezog. 93 Prozent der negativ-kritischen Aussagen waren an keine*n bestimmte*n Journalist*in adressiert. Für die übrigen Aussagen, die konkrete Personen benannten, gilt, dass sie sich mit 5,4 Prozent zum größten Teil auf Angehörige klassischer Medien bezogen (beispielsweise Axel Springer und Claus Kleber mit je 0,7 Prozent

⁷¹ Da Kommentare, die sich explizit gegen PEGIDA positionieren (Ablehnendes Ihr/Sie; zug = 3) ausgeschlossen sind, handelt es sich hier mit einiger Wahrscheinlichkeit auch nicht um PEGIDA-Gegner*innen (s. Kap. 6).

der Aussagen) oder mit 1,6 Prozent auf Personen, deren Zugehörigkeit zu einem Medium nicht geklärt werden konnte. Journalist*innen, die eindeutig einem alternativen Medium zugeordnet werden können, befinden sich gar nicht unter den von negativer Kritik betroffenen Personen.



Negative Medienkritik richtete sich extrem selten an konkrete Personen. Wenn doch, waren überwiegend Angehörige klassischer Medien betroffen. Mit Blick auf FF 2.4 kann gesagt werden, dass einzelne Personen nicht im Fokus der Kritik standen. Diese richtete sich eher gegen Medienhäuser allgemein und gegen bestimmte Berichterstattungsthemen.

6.2.1.2 Medien-Gattungen: Wenig negative Kritik an Online-Medien

Ein weiterer auffälliger Unterschied ergibt sich, teilt man die Medien ihrer Gattung nach auf. Hier zeigt sich, dass Online-Medien im Verhältnis zu deren Nennungen und Verlinkungen besonders selten negativ kritisiert wurden. Zwar waren durchschnittlich rund 40 Prozent der genannten und verlinkten Medien Online-Medien, jedoch entfielen im Durchschnitt nur 6,6 Prozent der negativen medienkritischen Aussagen auf Online-Medien. Dies kann damit in Zusammenhang stehen, dass viele alternative Medien nur online vertreten sind. Online-Medien wurden besonders oft positiv und sehr selten negativ kritisiert (s. o. und Kap. 6.2.2). Der größte Teil der Kritik trifft Print mit 18,7 Prozent und TV mit 17,2 Prozent.

6.2.2 Positive Medienkritik: Vergleichsweise viel Lob für alternative Medien

Positive Kritik an Medien spielte in den analysierten Kommentaren eine deutlich kleinere Rolle als negative. Wenn medienkritische Aussagen gemacht wurden, waren diese in den wenigsten Fällen positiv: Im Jahr 2014 waren 14,4 Prozent aller medienkritischen Aussagen positiv, im Jahr 2015 sogar nur noch 11,7 Prozent. Beide Jahre zusammengenommen kommen positive medienkritische Aussagen auf 12,9 Prozent. Angesichts der ohnehin geringen Fallzahlen sind in dem Ranking der am meisten positiv kritisierten Medien nur die Ränge eins bis fünf aufgeführt (s. Tab. 6.4).

So wie im Ranking der am meisten negativ kritisierten Medien führen pauschale Medienbezeichnungen die Rangliste an, jedoch nicht mit einem so eklatanten Vorsprung (außerdem teilen sich *Die Medien etc.* den ersten Rang mit dem alternativen Medium *MMnews*). Zusammen mit den Ausprägungen *Das Internet etc.*, *Fernsehen allgemein* und *Zeitungen allgemein*, machen allgemeine Medienbezeichnungen 18,9 Prozent der positiv kritisierten Medien aus. Zählt man die semi-pauschale Ausprägung *Russische Medien* hinzu, sind es 20,9 Prozent.

Tab. 6.4: Top 15 der am meisten positiv kritisierten Medien 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Rang	absolut	%	Medium	kl. vs. alt.
1	11	10,9	Die Medien etc.	kl.
1	11	10,9	MMnews	alt.
2	9	8,9	Der Spiegel/Spiegel TV	kl.
3	4	4	MDR	kl.
4	3	3	das Internet/das Netz/eine Seite ⁷²	n. d. ⁷³
4	3	3	Kopp Verlag	alt.
4	3	3	Fernsehen allgemein	kl.
5	2	2	Zeitungen allgemein	kl.
5	2	2	ZDF	kl.
5	2	2	stern.de	kl.
5	2	2	PEGIDA Dresden (FB-Seite)	alt.
5	2	2	DLF Online	kl.
5	2	2	Burda Verlag	kl.
5	2	2	Russische Medien	kl.
5	2	2	Caravan To Midnight – The John B Wells Program	alt.
5	2	2	Compact TV	alt.
5	2	2	Die Welt/welt.de	kl.

Über das Ranking der Top 15 hinaus sind es insgesamt 24,5 Prozent der Fälle, in denen positive Kritik pauschale Medienbezeichnungen betraf. Im Gegensatz zu den negativ kritisierten Medien (die 39,1 Prozent der Aussagen betraf), wurden die Adressaten positiver Kritik also deutlich häufiger konkret benannt, genauer in 74,5 Prozent der Fälle. Hinzu kommt, dass in 65,2 Prozent der Fälle positive Kritik an Medien mit einem konkreten Beitrag illustriert wurde.

!	<p>Die Auseinandersetzung mit positiver Medienkritik erfolgte zum Großteil anhand konkret benannter Medien und anhand konkreter Beiträge als Beleg für die Kritik. Dass der medienkritische Diskurs in den untersuchten Kommentaren tendenziell undifferenziert geführt wurde, trifft also offenbar nicht auf die Fälle zu, in denen Medien gelobt wurden.</p>
---	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Die unterschiedliche Spezifizierung negativer und positiver Medienkritik könnte ein Hinweis darauf sein, dass negative Aussagen eher auf allgemeinen Vorurteilen der Kommentator*innen

⁷² Wurde nur in AE III erhoben, wenn damit Aussagen getroffen wurden, die sich beispielsweise auf Medienvertrauen beziehen oder Fragen des Mediensystems betreffen. Bsp.: „Ich kann auch irgendeine Seite bauen und irgendetwas behaupten – wer sagt, dass das die Wahrheit ist?“

⁷³ n. d. = nicht definierbar.

gegenüber Medien beruhen, während ein positives Bild von Medien sich eher aus konkreten persönlichen Erfahrungen speist. Aufgrund der geringen Fallzahlen positiver medienkritischer Aussagen, fällt die Interpretation dieser Unterschiede jedoch schwer – denn je geringer die Zahl, desto wahrscheinlicher ist es, dass markante Verteilungen nur zufällig entstanden sind. Die oben angeführte Erläuterung müsste also erst durch Analysen mit höheren Fallzahlen bestätigt werden.

Weitere Hinweise darauf, wie konkret und differenziert positive Kritik in den Kommentaren der vorliegenden Analyse geäußert wurde, wird die Auswertung der Kritikgründe in Kapitel 6.2.3.2 geben.

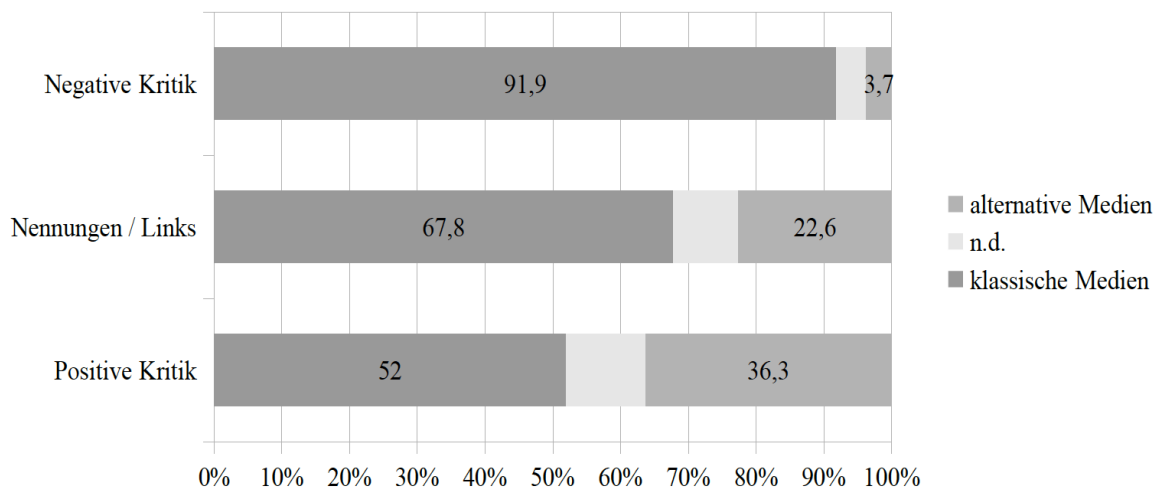


Abb. 6.4: Kritik an klassischen und alternativen Medien im Verhältnis zu deren Nennung und Verlinkung 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)


Im Verhältnis zur Gesamtzahl der Nennungen und Verlinkungen wurden alternative Medien häufig positiv kritisiert: Während nur 22,6 Prozent der Nennungen und Verlinkungen alternative Medien betrafen, war dies bei 36,3 Prozent der positiven medienkritischen Aussagen der Fall. Unter den Top 5 der am meisten gelobten Medien befinden sich insgesamt 17 Medien(-bezeichnungen), wovon wiederum sieben Medien von der Verfasserinnen als alternativ identifiziert werden konnten.

!	<p>Während alternative Medien eher selten geteilt oder genannt wurden, entfiel ein vergleichsweise hoher Anteil des Lobs auf sie. Die Vermutung einer <i>paradoxen Mediennutzung</i> in Bezug auf alternative Medien (s. Kap. 6.1.2.1) erhärtet sich.</p>
---	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Klassische Medien wurden in 52 Prozent der Fälle positiv kritisiert, wohingegen sie 67,8 der Mediennennungen und -verlinkungen ausmachten. Hier spiegelt sich also dieselbe Situation wie die bei der negativen Medienkritik, bei der alternativen Medien verhältnismäßig wenig Kritik entgegen kommt, klassischen Medien jedoch besonders viel (s. Abb. 6.2.1).

6.2.2.1 Selten konkrete Journalist*innen kritisiert

Wie bereits bei der negativen Kritik festgestellt (s. Kap. 6.2.1.1), war auch bei der positiven Kritik der größte Teil der Aussagen mit 50,9 Prozent nicht direkt auf eine Personen bezogen. Dies stellt jedoch einen deutlich kleineren Anteil dar, als bei der negativen Kritik. Mit 20,6 Prozent der positiv-kritischen Aussagen sind außerdem Journalist*innen von klassische Medien viel seltener von positiver als von negativer Kritik betroffen. Und während keine der negativen Aussagen sich auf eine konkrete Person bezog, die eindeutig einem alternativen Medium zugeordnet werden konnte, ist dies bei den positiven Aussagen bei 28,6 Prozent der Fall.

	<p>Die Auseinandersetzung mit positiver Medienkritik scheint nicht nur in Bezug auf Medienbezeichnungen und die Untermauerung der Kritik durch einen konkreten Beitrag differenzierter erfolgt zu sein als die mit negativer Medienkritik. Mit Blick auf FF 2.4 kann daher für positive Kritik gesagt werden, dass auch hier vor allem Medien und Themen im Fokus der Kritik standen. Konkreten Personen kam jedoch auch eine deutlich größere Rolle zu als bei negativer Kritik.</p> <p>Außerdem kommt auch in diesem Punkte die stärker unterstrichene Sympathie zu alternativen Medien zum Vorschein: Journalist*innen, die diesen zuzuordnen waren, versammelten fast ein Drittel der positiven Aussagen auf sich.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2.3 Kritikgründe

Um herauszufinden, worin die genaue Kritik der Kommentator*innen an Medien bestand und ob diese Kritik überhaupt begründet wurde, wurde die Ausrichtung der Kritik erhoben. Als mögliche Ausprägung dieser Kategorie konnte *Undifferenzierte Pauschalkritik* für diejenigen Aussagen genutzt werden, die keine Begründung für ihre Kritik angaben, egal ob diese positiv oder negativ war. Denn im Sinne eines gelingenden Diskurses nach Habermas, sollten sich die verschiedenen Parteien gegenseitig verständlich machen und ihre Standpunkte mit Argumenten und Belegen untermauern (s. Kap. 2.2).

Unter den medienkritischen Aussagen in den analysierten Kommentaren konnten 35,1 Prozent als undifferenziert erkannt werden⁷⁴. In den meisten Fällen, nämlich in 64,9 Prozent, würden also Gründe für die genannte Kritik angeführt, was als großer Anteil gewertet werden kann. Demgegenüber wurden aber nur sehr wenige medienkritische Aussagen anhand von konkreten Medienbeiträgen belegt oder illustriert: Insgesamt geschah dies nur in 20,4 Prozent der Fälle.

Die folgenden Unterkapitel widmen sich den konkreten Kritikgründen, um herauszuarbeiten, wie diese Gründe selbst einzuordnen sind.

⁷⁴ 00 = undifferenzierte Pauschalkritik und 33= In der Berichterstattung wird gelogen („Lügenpresse“).

6.2.3.1 Gründe für negative Kritik

Wie bereits in Kapitel 6.2.1 beschrieben, spielt negative Medienkritik im untersuchten Datensatz eine deutlich größere Rolle als positive. Insgesamt waren 87,1 Prozent aller medienkritischen Aussagen negativ.


Die erhobenen Gründe für negative Medienkritik weisen große Überschneidungen mit den bisherigen Erkenntnissen über PEGIDA auf. So sind die zentralen Vorwürfe der „Lügenpresse“, der (vom Staat) gelenkten Medien und der tendenziösen Berichterstattung (s. Kap 4.2.2) auch in den Top 10 der angeführten Gründe für negative Medienkritik wiederzufinden (s. Tab. 6.5).

Tab. 6.5: Top 10 der Gründe für negative Kritik 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Rang	absolut	%	Kritikgrund
1	179	23,7	Pauschalkritik
2	73	9,7	Sonstiges
3	71	9,4	Es wird gelogen/„Lügenpresse“
4	69	9,2	Tendenzberichterstattung
5	61	8,1	Die Berichterstattung ist gegen jemanden gerichtet.
6	39	5,2	Medien von nicht genannter Instanz gelenkt.
6	39	5,2	Thema erhält keine/zu wenig Aufmerksamkeit.
7	37	4,9	Unangemessene Bewertung der Situation.
9	33	4,4	Es wurde falsch berichtet/Fehler in der Berichterstattung.
10	28	3,7	Das Medium ist/die Medien sind vom Staat gelenkt.


Pauschale negative Kritik – inklusive dem Vorwurf der „Lügenpresse“ – führt die Rangliste mit zusammengenommen 33,1 Prozent der negativen medienkritischen Aussagen⁷⁵ an. Dies entspricht etwa einem Drittel all jener Aussagen und überrascht insofern nicht, als bereits die Analyse der Medien, die negative Kritik trifft, gezeigt hat, dass hier größtenteils pauschale Medienbezeichnungen betroffen waren (s. Kap. 6.2.1). Überraschend ist, dass es sich bei den übrigen – und damit bei der deutlichen Mehrheit der Kritikgründe – um differenziertere Aussagen handelte.

⁷⁵ 00 = undifferenzierte Pauschalkritik und 33= In der Berichterstattung wird gelogen („Lügenpresse“).

	<p>FF 4.1 lässt sich also mit Einschränkungen positiv beantworten: Der pauschale Vorwurf der „Lügenpresse“ nahm eine dominante Position in der Medienkritik ein. Schon die Auswertung der von negativer Kritik betroffenen Medien zeigte, dass in 8,5 Prozent der Aussagen schlicht an die „Lügenpresse“ adressiert war (s. Kap. 6.2.1). Zusätzlich belegt nun auch der Vorwurf der „Lügenpresse“ unter allen Gründen für negative Kritik mit 9,4 Prozent den dritten Platz.</p> <p>Während sich auch bei der Benennung von genutzten Medien und von Adressaten negativer Medienkritik herausstellte, dass vor allem pauschale Medienbegriffe zur Anwendung kamen, deutet die Analyse der negativen Kritikgründe dennoch einen etwas differenzierteren medienkritischen Diskurs an. Pauschale Begründungen wurden zwar am häufigsten angeführt, machten jedoch nur ein Drittel aller Kritikgründe aus.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------


6.2.3.1.1 Dominanz verschwörungstheoretischer Narrative

Zunächst scheint es nur folgerichtig, dass der Vorwurf der „Lügenpresse“ mit 9,4 Prozent der medienkritischen Aussagen eine relativ zentrale Rolle einnahm. Dieser erschien auch bei den PEGIDA-Demonstrationen sehr präsent: in Form von Transparenten, kollektiven Sprechgesängen und von Seiten der Organisator*innen in Form eines wöchentlichen „Verlesen[s] der 'Presselügen der Mainstreampresse' aus der vergangenen Woche“ (Geiges/Marg/Walter 2015: 16; s. Kap. 4.2.2). Ein ähnlich starkes medienkritisches Narrativ bildete der Vorwurf der gelenkten Medien, die von einer Instanz – häufig dem Staat – gesteuert würden und denen mehr oder weniger genau vorgegeben würde, was sie zu drucken und zu senden hätten. Diese Kritik zeigte sich konkret in 8,9 Prozent der negativen medienkritischen Aussagen und zog sich auch durch die Kritik von PEGIDA-Organisator*innen und Demonstrationsteilnehmer*innen (s. Kap. 4.2.2). Die vom Vorwurf des Gelenkt-Seins betroffenen Medien konnten in 22,4 Prozent der Fälle explizit als öffentlich-rechtliche Medien oder Sendungen identifiziert werden. Nach der pauschalen Bezeichnung *Die Medien* rangierte die ARD hier mit 7,5 Prozent der Vorwürfe auf Platz zwei. Das ZDF folgte mit sechs Prozent auf dem fünften Platz.

	<p>FF 4.4 kann mit Einschränkungen positiv beantwortet werden: Die vielfach in alternativen Medien hervorgebrachte Kritik, der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland sei gesteuert, war zwar verhältnismäßig häufig vorzufinden. Sie scheint jedoch nicht bestimmend gewesen zu sein für die Medienkritik der PEGIDA Dresden bei FB. Stattdessen trifft dieser an sich häufig vorgebrachte Vorwurf eine Vielfalt an Medieninstitutionen, aber auch viele pauschale Medienbezeichnungen.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Beide Vorwürfe – der der „Lügenpresse“ und der der gezielten Steuerung durch eine fremde, tendenziell feindlich orientierte Instanz – nahmen zusammen 18,3 Prozent aller negativer Kritik ein und stellten damit eins der vorherrschenden Narrative dar. Beide entspringen außerdem einem verschwörungstheoretischen Nährboden, angeheizt durch die Schilderungen vermeintlicher Insider wie Udo Ulfkotte und Jürgen Elsässer (s. Kap. 4.2.2).

Das Bild der scheinbar doch differenzierten Medienkritik wird durch diese Beobachtung leicht getrübt. Der Rückgriff auf bereits vorhandene Begründungsnarrative manifestiert sich zwar in konkreten Kritikgründen, die zunächst differenzierter erscheinen als pauschale Kritik. Was sagt es aber tatsächlich über die eigene Reflexionsleistung aus, sich im eigenen Milieu bereits recht präsenten Narrativen anzuschließen? Selbstverständlich wird an dieser Stelle nicht zu klären sein, wie genau die entsprechenden Kommentator*innen ihren Vorwurf der gelenkten Presse durchdacht und reflektiert, oder ob sie sich weitestgehend ohne größere Überlegungen den Aussagen von Meinungsführer*innen in ihrem eigenen Umfeld angeschlossen haben. Jedoch wird hierdurch deutlich, dass allein die Tatsache, dass ein konkreter Kritikgrund vorhanden ist, nicht bedeuten muss, dass die medienkritische Auseinandersetzung differenziert und reflektiert erfolgte, was bei der Interpretation und Bewertung der Ergebnisse zu bedenken ist.

	Der Vorwurf der „Lügenpresse“ und die Annahme, Medien würden bewusst manipulativ gesteuert – sei es durch den Staat oder andere, nicht näher benannte Instanzen –, machen zusammen 18,3 Prozent der negativen Medienkritik aus und rangieren gemeinsam auf dem zweiten Platz des Rankings aller Kritikgründe. Ein nicht unbedeutender Teil der in den Kommentaren genannten negativen Kritik an Medien ist also anschlussfähig an bekannte Narrative aus dem verschwörungstheoretischen Spektrum.
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2.3.1.2 Vorwurf der Parteinahme gegen PEGIDA

Mit insgesamt 15 Prozent der negativ medienkritischen Aussagen war der Bereich der expliziten Bewertung durch Journalist*innen⁷⁶ (s. Kap. 3.2.2.1) ebenfalls relativ häufig betroffen. So wurde in 8,1 Prozent der Aussagen beklagt, dass die Berichterstattung grundsätzlich gegen jemanden gerichtet sei. Von diesen Aussagen bezogen sich wiederum 39,3 Prozent auf die Berichterstattung über PEGIDA – diese Kommentator*innen kritisierten also, dass PEGIDA in der Berichterstattung in einem zu schlechten Licht dagestanden habe. Insgesamt, also in Bezug auf alle medienkritischen Aussagen, entspricht das 3,1 Prozent. Weitere zwei Prozent beschwerten sich konkret darüber, dass PEGIDA in der Berichterstattung unberechtigt als Nazis, bzw. Rassist*innen bezeichnet würden.

⁷⁶ 41 = dem Gegenstand unangemessene Einschätzung; 43 = die Berichterstattung ist grundsätzlich gegen jemanden gerichtet; 44 = PEGIDA werden als Nazis/Rechte/Rassist*innen beschimpft.


Schaut man genauer auf die pauschalen negativen Kritikgründe und darauf, welche Berichterstattungsthemen diese betreffen, zeigt sich auch hier eine Dominanz des Themas PEGIDA. Der größte Teil der negativen Pauschalkritik betraf gar kein bestimmtes Thema, sondern nur einzelne Medien oder die Medien im Allgemeinen. Negativ pauschal-kritische Aussagen, die sich auf kein bestimmtes Berichterstattungsthema bezogen, machten 63,7 Prozent aller jener Aussagen aus. Diesem eindeutigen Spitzenreiter folgte dann auf Rang zwei das Thema PEGIDA mit 8,4 Prozent.

Auch ein genauerer Blick auf die allgemein von negativer Kritik betroffenen Berichterstattungsthemen (also ohne die Eingrenzung auf Pauschalkritik) zeigte ebenfalls einen Fokus auf den Umgang der Medien mit PEGIDA selbst: Mit 29,2 Prozent war das Berichterstattungsthema PEGIDA hier am häufigsten betroffen. Neben den Kritikgründen der gegen jemanden gerichteten Berichterstattung und der Beschimpfung von PEGIDA als Nazis fanden sich hier außerdem viele weitere Begründungen.

Tab. 6.6: Gründe für negative Kritik an Berichten mit dem Thema PEGIDA 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Rang	absolut	%	Kritikgrund
1	24	23,3	Berichterstattung gegen PEGIDA gerichtet.
2	15	14,6	Pauschalkritik
3	12	11,7	Es wird gelogen/„Lügenpresse“
3	12	11,7	PEGIDA als Nazis beschimpft.
4	9	8,7	Tendenzberichterstattung
5	6	5,8	Fehler in der Berichterstattung
5	6	5,8	Unangemessene Bewertung der Situation.
6	5	4,9	Sonstiges
7	4	3,9	Medien vom Staat gelenkt.
8	3	2,9	Einseitige Themenauswahl
8	3	2,9	Thema erhält zu wenig Aufmerksamkeit.

Der negativen Kritik an der Berichterstattung über PEGIDA kam in den analysierten Kommentaren also eine zentrale Rolle zu. Auch dieses Motiv war bereits in den vorangegangenen Studien mehrfach als grundlegend identifiziert worden: Viele der befragten Demonstrationsteilnehmer*innen fühlten sich demnach durch die Berichterstattung über die Bewegung diffamiert, einige vermuteten sogar eine bewusst manipulative Kampagne der ARD gegen die PEGIDA. Für einige stellte die als unangemessen empfundene Berichterstattung über PEGIDA den Grund dar, sich an den Demonstrationen zu beteiligen (s. Kap. 4.2.2). Die Unzufriedenheit mit der Berichterstattung über PEGIDA stellte also offenbar eine der zentralen Konstanten in der Medienkritik der Bewegung dar.

	<p>Bereits bei der Analyse der genannten und verlinkten Berichterstattungsthemen stellte sich heraus, dass die Nutzung von Medien stark selbstreferenziell war: Das Thema <i>PEGIDA</i> stellte besonders im Datensatz aus dem Jahr 2014 einen großen Teil der genannten und verlinkten Berichterstattungsthemen dar (s. Kap. 6.1.3). Auch die negative Kritik betraf besonders häufig die Berichterstattung über die Bewegung selbst. FF 2.2 kann also bestätigt werden: Eine vermeintliche Parteinahme gegen <i>PEGIDA</i> ist einem großen Teil der medienkritischen Kommentator*innen offenbar sauer aufgestoßen.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2.3.1.3 Zu viel Haltung im Journalismus beklagt

Neben dem Vorwurf der „Lügenpresse“, der Annahme, die Medien seien gelenkt, und neben einem deutlichen Schwerpunkt auf die Berichterstattung über *PEGIDA* selbst spielte außerdem der Vorwurf der Tendenzberichterstattung als Begründung für negative Medienkritik eine wichtige Rolle. Dieser belegte mit 9,2 Prozent aller negativen Kritikgründe (nach Pauschalkritik, Sonstiges und dem „Lügenpresse“-Vorwurf) den vierten Platz des Rankings (s. Tab. 6.5). Gemeint sind Aussagen, die die Objektivität (bzw. intersubjektive Nachvollziehbarkeit) der Berichterstattung über *PEGIDA* infrage stellten und die Ansicht vertraten, dass nicht ausgewogen berichtet werde. Auch in diesem Punkt sind eindeutige Parallelen zwischen dem hier untersuchten Datensatz und der bisher bekannt gewordenen Kritik aus dem Kreis der *PEGIDA* zu ziehen. Sowohl aus den Reihen der Organisator*innen, wie auch in den Befragungen und Gruppendiskussionen mit Demonstrationsteilnehmer*innen wurden häufig Rufe nach Objektivität und Wahrheit laut (s. Kap. 4.2.2), auch aber nicht nur in Bezug auf die Darstellung von *PEGIDA* selbst.

Zusammen mit der ebenfalls breiten Kritik an der Bewertung von Berichtsgegenständen ist hier offenbar die Frage nach der Haltung von Journalist*innen angesprochen. Exemplarisch für das Unbehagen mit zu viel Meinung in der Berichterstattung kann die Aussage eines Teilnehmers einer *PEGIDA*-Fokusgruppe genannt werden, der eine Verlagerung von faktenbasierten Berichten hin zu Meinungsbeiträgen und Leitartikeln beklagte (vgl. Geiges/Marg/Walter 2015: 101). Während also durch den digitalen Wandel immer häufiger Zweifel über die Rolle von Journalist*innen in der Öffentlichkeit aufkommen und hierbei auch immer wieder die mögliche Notwendigkeit von mehr Haltung und Orientierung von und durch Journalist*innen diskutiert wird (vgl. etwa: Weigert 2014; di Lorenzo 2016; Lobo 2016; Kraske 2017: 39), hat ein breiter Teil der *PEGIDA*-Medienkritik diese Frage für sich offenbar schon beantwortet: Nämlich insofern, dass in deren Augen Haltung und Orientierung jedenfalls nicht die Antwort auf veränderte Rollenanforderungen für Journalist*innen sein dürften.

! Trotz der durch die Digitalisierung und die Verbreitung des Internets veränderten Anforderungen an Journalist*innen und Medienkonsument*innen spiegelt sich in der Medienkritik des vorliegenden Datensatzes ein Verständnis wider, das die Kernaufgabe des Journalismus in der Weitergabe von reinen Fakten sieht und mindestens eine eindeutige Trennung von Nachricht und Meinung verlangt. Eine Orientierungsfunktion durch Meinungsbeiträge wurde dem Journalismus eher nicht zugesprochen.

Im Hinblick auf FF 2.3 gibt es außerdem Grund zur Annahme, dass meinungshaltige Berichterstattung in den analysierten Kommentaren offenbar als übergreifig empfunden wurde – als unangemessene Einmischung, etwa in die Politik, zu dessen Gestaltung Journalist*innen jedoch nicht legitimiert seien.

6.2.3.1.4 Medienkritik und mangelndes Medienvertrauen

Mit Blick auf die teilweise durch das Aufkommen der PEGIDA angestoßene, allgemeine Debatte über Medienvertrauen in Deutschland (s. Kap. 3.2.2.3) lässt sich sagen, dass ein ausgesprochen großer Teil der Kritikgründe entweder in die vier Dimensionen von Vertrauen nach Kohring und Matthes (2004) fiel (s. Kap. 3.2.2.1) oder direkte Äußerungen zum mangelnden Medienvertrauen beinhaltete. Dies betraf insgesamt 48,2 Prozent aller negativen Kritikgründe, die sich, wie in Tabelle 6.7 dargestellt, aufgliedern.


Tab. 6.7: Kritikgründe in Bezug auf Medienvertrauen 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Rang	absolut	%	Kritikgrund
1	71	9,4	Es wird gelogen/„Lügenpresse“
2	70	9,1	Tendenzberichterstattung
3	61	8,1	Die Berichterstattung ist grundsätzlich gegen jemanden gerichtet.
4	39	5,2	Das Thema erhält zu wenig Aufmerksamkeit.
5	37	4,9	Unangemessene Bewertung der Situation durch den*die Journalist*in.
6	33	4,4	Fehler in der Berichterstattung
7	18	2,4	Kein Medienvertrauen vorhanden.
8	15	2	PEGIDA zu Unrecht als Nazis/Rechte/Rassist*innen bezeichnet.
9	12	1,6	Das Thema erhält zu viel Aufmerksamkeit.
10	6	0,8	Einseitige Themenauswahl
11	2	0,3	Mein Medienvertrauen ist gesunken.
	364	48,2	Gesamt in Bezug auf alle Gründe für negative Kritik.

Angesichts der Tatsache, dass nur ein geringer Teil der gescrapten Kommentare überhaupt Medienkritik enthielt (s. Kap. 6.2), ist die allgemeine Bedeutung von Medien und Medienvertrauen innerhalb der untersuchten Datensätze nicht als besonders hoch einzuschätzen. Dass jedoch mit knapp der Hälfte der negativen medienkritischen Aussagen mangelndes Vertrauen direkt oder indirekt angesprochen war, zeigt immerhin, dass unter den Personen, die sich mit Medien auseinandersetzen, das Medienvertrauen deutlich angeschlagen war.

Erkenntnisse zum allgemeinen Zustand des Medienvertrauens in Deutschland (s. Kap. 3.2.2.3) zeigten, dass das Thema zwar seit einigen Jahren stärker öffentlich diskutiert wurde, Metastudien zeigten jedoch, dass die durchschnittlichen Vertrauenswerte stabil geblieben sind (Blöbaum 2017). Ein „die Bevölkerung insgesamt ergreifender Vertrauensschwund ist nicht zu erkennen“ (Jacob et al. 2017). Jedoch werde eine Polarisierung erkennbar: Sowohl auf der Seite der Misstrauenden, als auch auf der Seite der Vertrauenden wachsen die Zustimmungswerte (vgl. Blöbaum 2017). Zugleich suggerierte die breite Debatte lediglich, dass das Medienvertrauen quasi im Keller sein müsse (vgl. Schweiger 2017; von Garmissen 2017: 44).

Denkbar ist, dass sich diese Situation im untersuchten Datensatz widerspiegelt: Die Zahl der starken Zweifler, die ihrem Misstrauen auch mittels FB-Kommentaren Ausdruck verliehen, war an sich verhältnismäßig klein – obwohl die lautstarke „Lügenpresse“-Kritik der PEGIDA sehr präsent war und dem äußeren Anschein nach für die Bewegung als konstitutiv interpretiert werden kann.

	<p>FF 3.4 muss für den vorliegenden Datensatz verneint werden: Direkte, explizite Aussagen zum eigenen Medienvertrauen wurden nur sehr selten gemacht. Knapp die Hälfte der negativen kritischen Aussagen lassen sich aber den Dimensionen von Medienvertrauen nach Kohring und Matthes (2004) zuordnen. Mit Blick auf FF 3.5 kann gesagt werden, dass das Vertrauen in Medien also deutlich angeschlagen war.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ein Blick auf die von den hier gelisteten negativen Kritikgründen betroffenen Medien bestätigt bereits in vorherigen Kapiteln ausgemachte Tendenzen: Am deutlich stärksten vom Misstrauen betroffen sind klassische Medien. Sie versammeln 91,5 Prozent aller negativen Kritikaussagen aus den Dimensionen für Medienvertrauen auf sich. Alternativen Medien wird dagegen kaum offenes Misstrauen entgegengebracht: Sie kommen auf gerade einmal 2,4 Prozent der medienmisstrauischen Aussagen.

!	<p>Eine ablehnende Haltung gegenüber klassischen Medien, wie sie bereits im Zusammenhang mit der Mediennutzung und mit den von negativer Medienkritik betroffenen Medien zutage trat, wird auch bei der Frage nach dem Medienvertrauen deutlich. Medienmisstrauische Aussagen betrafen fast ausschließlich klassische Medien.</p>
---	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2.3.1.5 Im Jahresvergleich: Parteinahme gegen PEGIDA weicht einseitiger Berichterstattung über Geflüchtete

Im Jahresvergleich wichen die meistgenannten Gründe für negative Medienkritik nur unwesentlich vom Durchschnitt beider Jahre ab. Auffällig ist allerdings der Wechsel auf Platz zwei: Hier ist der Kritikgrund „Die Berichterstattung ist grundsätzlich gegen jemanden gerichtet“ von 2014 auf 2015 dem Vorwurf der Tendenzberichterstattung gewichen. Diese Veränderung lässt sich vor dem Hintergrund der Analyse der Berichterstattungsthemen sinnvoll interpretieren. Hier zeigte sich bereits, dass die Themen *PEGIDA* und *Muslims und Islam in DE* im Jahresvergleich zugunsten der Themen *Geflüchtete & Asyl* und *Merkels Flüchtlingspolitik* gewichen waren, was wiederum durch die allgemeinen Entwicklungen der PEGIDA erklärbar war (s. Kap. 6.1.3).

Tab. 6.8: Top 5 der Gründe für negative Kritik im Jahresvergleich (Quelle: eigene Darstellung)

2014				2015	
Rang	Kritikgrund	%		Kritikgrund	Rang
1	Pauschalkritik	28,5	19,8	Pauschalkritik	1
2	Berichterstattung gg. jmdn. gerichtet.	12,9	13	Tendenzberichterstattung	2
3	Sonstiges	8,2	11,4	„Lügenpresse“	3
4	„Lügenpresse“	7,1	9,6	Sonstiges	4
5	Kein Medienvertrauen	5	6,5	Medien gelenkt	5

Auch bei den beiden genannten Kritikgründen wird mit Blick auf die von dieser Kritik betroffenen Berichterstattungsthemen deutlich, dass dieselben allgemeinen Entwicklungen der Bewegung auch für Abweichungen der Kritikgründe im Jahresvergleich verantwortlich zeichnen. Mit dem Vorwurf der Berichterstattung, die gegen jemanden gerichtet sei, war im Jahr 2014 in 40 Prozent der Fälle die Berichterstattung über PEGIDA gemeint – das im Zusammenhang mit diesem Kritikgrund das meistgenannte Thema⁷⁷. Der Vorwurf der Tendenzberichterstattung im Jahr 2015 richtete sich demgegenüber in 24,1 Prozent der Fälle an Berichterstattung über den

⁷⁷ Themen von Beiträgen, denen Parteinahme gegenüber PEGIDA vorgeworfen wurde: Kein konkretes Thema = 53,3 %; **PEGIDA = 40 %**; Geflüchtete und Asyl = 6,7 %.

6.2.3.1.6 Hoher Wert für *Sonstiges*

Nicht unerwähnt bleiben sollte auch der hohe Wert für *Sonstiges* bei den Gründen für negative Kritik. Diese Ausprägung rangiert mit 9,7 Prozent auf dem zweiten Platz aller Kategorien für negative Kritikgründe (s. Tab. 6.5). Dies wirft die Frage nach der Vollständigkeit der Ausprägungen in dieser Kategorie auf. Die Codiererinnen arbeiteten hier – wie bereits in anderen Kategorien – mit Nachcodierungen, um somit laufend neue, gehäuft auftretende Themen nachträglich erfassen zu können (s. Kap. 5.3.2.1.1). Dies lässt den Schluss zu, dass sich hinter den hohen Werten für *Sonstiges* viele verschiedene Einzelthemen verbergen, denen jeweils zu geringe Werte zukommen, um für sie jeweils eigene Kategorien zu erstellen.

6.2.3.2 Gründe für positive Kritik

Positive Medienkritik spielte mit nur 12,9 Prozent der Aussagen eine deutlich kleinere Rolle als negative Kritik. Die Fallzahlen sind entsprechend gering und die Aussagekraft weniger stark gegeben als bei den negativen medienkritischen Aussagen. Ein Blick auf die Spitzenreiter der Begründungen für positive Aussagen über Medien stellen auch inhaltlich die direkten Pendanten der meistgenannten negativen Aussagen dar (s. Tab. 6.9).

Tab. 6.9: Gründe für positive Kritik 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Rang	absolut	%	Kritikgrund positiv
1	54	48,2	Pauschalkritik
2	12	10,7	Korrekte Berichterstattung
3	10	8,9	Angemessene Bewertung
4	9	8	Ausgewogene Berichterstattung
5	7	6,3	Sonstiges
6	6	5,4	Es findet keine Zensur statt.
7	5	4,5	Medienvertrauen vorhanden.
8	2	1,8	Das Medium agiert unabhängig/wird nicht gelenkt.
8	2	1,8	Pluralismus im Mediensystem vorhanden.

6.2.3.2.1 Spiegelbild der negativen Kritikgründe

Wie bei den negativen Kritikgründen führen pauschale Aussagen die Rangliste an, allerdings

⁷⁸ Themen von Beiträgen, denen Tendenzberichterstattung vorgeworfen wurde: Kein konkretes Thema = 37 %; **Kriminalität und Geflüchtete** = 14,8 %; Sonstige Themen = 13 %; **Geflüchtete und Asyl** = 7,4 %; Muslime in DE = 5,6 %; PEGIDA = 5,6%; Ausschreitungen bei PEGIDA-Demonstrationen = 3,7 %; Kriminalität und Migration = 3,7 %; Ausschreitungen bei Nazi-Aufmarsch am 12.12.15 = 1,9 %; **Flucht und Wirtschaft** = 1,9 %; Gewalt ggü. Ausländern und Menschen mit Migrationshintergrund = 1,9 %; Integration und Zuwanderung = 1,9 %; Politik allgemein = 1,9 %.

tun sie dies hier mit einem noch deutlicheren Vorsprung: Knapp die Hälfte aller positiven Aussagen ist pauschaler Natur. Während die Analyse der von positiver Kritik betroffenen Medien eine hohe Anzahl genau benannter Adressaten und eine häufige Verwendung von konkreten Beiträgen als Beleg der eigenen Kritik offenbarte und so einen im Vergleich zu der negativen Kritik vergleichsweise differenzierten Umgang mit positiver Medienkritik nahelegte, wird dieses Bild nun eingeschränkt.



In Bezug auf die Kritikgründe verlief die Auseinandersetzung mit positiver Kritik zum Großteil mittels Pauschalbegründungen, während die Analyse der von positiver Kritik betroffenen Medien (s. Kap. 6.2.2) noch ein anderes Bild vermittelte. So wurden zwar häufig direkt benannte Medien anhand von konkreten Beispielen positiv kritisiert, jedoch fehlten dann häufig genauere Erklärungen der Kritik.

Die übrigen Begründungen spiegeln ziemlich genau die negative Kritik in ihrer Umkehrung wider. So steht *Korrekte Berichterstattung* analog zum „Lügenpresse“-Vorwurf; *Angemessene Berichterstattung* steht den Ausprägungen *Die Berichterstattung ist gegen jemanden gerichtet* und *Unangemessene Bewertung* gegenüber; *Ausgewogene Berichterstattung* ist wiederum das Pendant zum Vorwurf der *Tendenzberichterstattung*; analog zur Vermutung, einige Medien würden vom Staat oder einer anderen Instanz gelenkt, wurde ebenfalls gelegentlich lobend hervorgehoben, wenn der*die Kommentator*in bei einem Medium davon ausging, dass dies nicht der Fall sei.

Fasst man alle Items aus den Vertrauensdimensionen und den direkten positiven Aussagen zu Medienvertrauen zusammen, ergibt sich bei den davon betroffenen Medien ein mit den bisherigen Erkenntnissen harmonisches Bild: Zwar sind mit 57,9 Prozent der Aussagen am meisten klassische Medien betroffen, alternative mit 23,7 Prozent⁷⁹. Jedoch ist die Diskrepanz zwischen beiden im Vergleich zu den medienmisstrauischen Aussagen deutlich geschrumpft: Hier versammelten klassische Medien noch ganze 91,5 Prozent der Aussagen auf sich, alternative lediglich 2,4 Prozent (s. Kap. 6.2.3.1.4).

⁷⁹ Fehlende Prozente: n. d. (nicht definierbar).

!	<p>Die Gründe der verhältnismäßig wenigen positiven medienkritischen Aussagen spiegeln die Gründe der negativen Kritik in ihrer Umkehrung wider. Dies stützt also die Erkenntnisse, die bereits durch die Analyse der negativen Kritikpunkte gewonnen wurden. Außerdem zeigt sich, wie auch schon bei der Analyse der Mediennutzung und der von positiver Kritik betroffenen Medien, zum wiederholten Mal eine positivere Haltung gegenüber alternativen Medien als gegenüber klassischen.</p>
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2.4 Fazit

6.2.4.1 Viel pauschale Kritik – aber nicht ausschließlich


Die Analyse der Medienkritik ergab in der Gesamtschau ein geteiltes Bild in Bezug auf eine etwaige Pauschalisierung im Diskurs. Während die Analyse der von negativer Kritik betroffener Medien einen eher verallgemeinernden Umgang mit Medien nahelegte, zeigte beispielsweise die Analyse der negativen Kritikgründe, dass durchaus im Sinne des eigenen Standpunkts argumentiert wurde. Pauschalkritik wurde in rund einem Drittel der Fälle geäußert. Häufiger kam es also vor, dass konkrete Gründe genannt wurden. Diese offenbaren wiederum vier Schwerpunkte der negativen Kritik: verschwörungstheoretische Narrative, den Vorwurf der Parteinahme gegen PEGIDA, zu viel Haltung im Journalismus und mangelndes Vertrauen in deutsche Medien. Diese vier Schwerpunkte konnten bereits von vorangegangenen Studien und Beobachtungen herausgearbeitet werden, was wiederum die Aussagekraft der vorliegenden Analyse stützt. Diese fügt sich in Bezug auf negative Kritik kohärent in die bisherigen Erkenntnisse ein.

Tab. 6.10: Differenziertheit der Kritik in den Jahren 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Positive Kritik	Negative Kritik
<ul style="list-style-type: none"> + Häufig konkrete Beiträge als Beispiel für die Kritik angeführt. + Häufig konkrete Journalist*innen direkt kritisiert. 	<ul style="list-style-type: none"> - Wenig konkrete Beiträge als Beispiel für Kritik angeführt. - Selten konkrete Journalist*innen kritisiert.
<ul style="list-style-type: none"> - Mehr als die Hälfte der positiv kritisierenden Aussagen sind Pauschalbegründungen. 	<ul style="list-style-type: none"> + Häufig konkrete Kritikgründe - davon speisen sich rund 20 Prozent aus verschwörungstheoretischen Narrativen.


Andersherum verhält es sich bei der positiven Kritik: Während bei der Analyse der von positiver Kritik betroffenen Medien vor allem konkrete Medienbezeichnungen genannt und sogar viele als Beleg angeführte konkrete Beiträge zu finden waren, zeigte die Analyse der Gründe für

positive Kritik, dass diese in knapp der Hälfte der Fälle nur pauschal begründet wurde, bzw. gar kein Grund genannt wurde. Wie bereits beschrieben, lassen die so geringen Fallzahlen positiver medienkritischer Aussagen kaum Rückschlüsse zu, da die Verteilung starken zufälligen Schwankungen unterlegen haben könnte. Hier wäre eine größer angelegte Untersuchung, die noch größere Zeiträume analysiert und dadurch mehr positive Medienkritik aufnehmen kann, sicherlich erhellend. Aus forschungsökonomischen Gründen war es den Autorinnen jedoch leider nicht möglich, einen noch größeren Datensatz zu codieren.

	FF 3.1 kann im Hinblick auf die Gründe für negative Medienkritik positiv beantwortet werden: Neben pauschalen Aussagen und dem von den Autorinnen als pauschal bewertetem „Lügenpresse“-Vorwurf fanden sich zahlreiche weitere Punkte, auf die sich die Kritik stützte. Anders verhielt es sich mit der positiven Medienkritik, für die die FF 3.1 eher negativ zu beantworten ist: Ein Großteil der Aussagen war hier pauschaler Natur.
-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2.4.2 Klassische Medien quantitativ vorn – alternative aber häufiger gelobt

Die gemeinsame Betrachtung von Mediennutzung und Medienkritik zeigt außerdem, dass die klassischen Medien eine große Rolle für die Kommentierenden spielten – zumindest legen dies die bloßen Zahlen der genannten und verlinkten sowie kritisierten Medien nahe. Andererseits erhielten alternative Medien – so selten sie vorgekommen sein mögen – durchgehend mehr Zuspruch und ernteten selten negative Kritik.


	Mit Blick auf FF 4.8 muss zwischen Quantität und Qualität unterschieden werden: Zwar spielten klassische Medien quantitativ eine größere Rolle. Jedoch kam alternativen Medien qualitativ offenbar eine besondere Rolle für die Kommentierenden zu.
-------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2.4.3 Keine grundsätzliche Kritik am Funktionieren von Öffentlichkeit

Es lässt sich außerdem festhalten, dass die erhobenen Kritikgründe nur selten einer übergeordneten Kritik am Mediensystem entsprangen. Aussagen bezüglich, des öffentlich-rechtlichen Gebührensystems oder des grundsätzlichen (Außen- und Binnen-)Pluralismus deutscher Medien (wie sie auch im Codebuch vorkommen) traten deutlich hinter die beschriebenen anderen Begründungszusammenhänge zurück. Auch war das Funktionieren von Öffentlichkeit und die Rolle der Medien darin in keinem Kommentar Thema.

Jedoch lässt der Blick auf die vorhandenen Kritikgründe den Schluss zu, dass unter den

Kommentierenden ein (mehr oder weniger klares) Bewusstsein darüber bestand, dass Medien für das Funktionieren von Öffentlichkeit bestimmte Funktionen zukommen, die in Zusammenhang damit stehen, dass sie selbst durch diese Medien vertreten oder widergespiegelt werden sollten (s. Kap. 2.1). Diese Interpretation lassen die Kritik-Schwerpunkte der Parteinahme gegen PEGIDA und dem Vorwurf von zu viel Haltung zu.

	FF 2.1 kann daher negativ beantwortet werden: In den untersuchten Kommentaren war das Funktionieren der Medien als intermediäres System, das zwischen Bürger*innen und politischen Entscheidungsträger*innen vermittelt, nicht direkt angesprochen. Auch wenn sich ein Verständnis darüber andeutete, dass die Beziehung zwischen Bürger*innen und Entscheidungsträger*innen von der Arbeit der Medien betroffen ist, jedoch gab es keine expliziten Vorwürfe an die Medien, dass diese ihren Aufgaben für das Funktionieren einer demokratischen Öffentlichkeit nicht nachkämen.
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.2.4.4 Journalistische Qualität in den Augen der Kommentierenden

Wie in Kapitel 3.2 beschrieben, dient die vorliegende Arbeit auch der Annäherung an eine Antwort auf die Frage, was das Teilpublikum PEGIDA (bzw. hier genauer: die Kommentator*innen auf deren FB-Seite) unter journalistischer Qualität verstehen könnten. Hier lassen sich punktuell Bezüge zwischen den herausgearbeiteten Kritikschwerpunkten und den exemplarisch beschriebenen, akademischen Qualitätskriterien herstellen (s. Kap. 3.1).

Mit Blick auf Pöttkers (2000) Qualitätsbegriff kann ein Zusammenhang zu den Kriterien Richtigkeit, Vollständigkeit (Relevanz) und Unabhängigkeit hergestellt werden.

Die Richtigkeit, mit der Pöttker (2000) die korrekte Darstellung von intersubjektiv nachvollziehbaren Fakten meint (382f.), beschreibt in etwa das, was in der vorliegenden Arbeit und auch durch Kohring und Matthes (2004) mit der Dimension, bzw. der Kategorie der *Richtigkeit von Beschreibungen* betitelt ist. Viele der vorkommenden Kritikgründe fielen in diese Dimension, nicht zuletzt durch den verhältnismäßig häufig vorkommenden Vorwurf der „Lügenpresse“, bzw. den der falschen Berichterstattung (beide Items kommen gemeinsam auf 13,8 Prozent der Gründe für negative Kritik).

Das Kriterium der Vollständigkeit (Relevanz) kann mit den Dimensionen der Themenselektivität und der Faktenselektivität gleichgesetzt werden⁸⁰. Unter die Kategorie der


⁸⁰ Dem Verständnis der Autorinnen nach meint Pöttker mit Vollständigkeit i. S. v. Relevanz einerseits Vollständigkeit in Bezug auf ein einzelnes Berichterstattungsthema. Vollständigkeit ließe sich demnach als „innere Relevanz“ bezeichnen. Diese gewährleistet, dass in der Berichterstattung zu einem spezifischen Thema alle hierfür wesentlichen Fakten und Perspektiven berücksichtigt werden. Andererseits spricht Pöttker mit Vollständigkeit i. S. v. Relevanz auch etwas an, was als „äußere Relevanz“ bezeichnet werden kann. Diese lasse sich an den Maßstäben etablierter Nachrichtenfaktoren

Faktenselektivität fällt auch der verhältnismäßig häufig vorkommende Vorwurf der Tendenzberichterstattung, den 9,2 Prozent der negativen medienkritischen Aussagen beklagten.

Auch das Kriterium der Unabhängigkeit lässt sich häufig in den Kritikgründen finden, vor allem dann, wenn kritisiert wird, dass Medien von einer anderen Instanz gelenkt würden. Insgesamt machen Kritikgründe, die die mangelnde Unabhängigkeit von Medien beklagen, elf Prozent der Gründe für negative Kritik aus⁸¹.

Nicht oder nicht in beträchtlicher Anzahl betroffen waren die Pöttker'schen Kriterien der Wahrhaftigkeit, Verschiedenartigkeit (Universalität) und die der Zeitigkeit (Aktualität), Verständlichkeit und Unterhaltsamkeit. Erwähnt sei in diesem Zusammenhang, dass damit zwar zwei von vier Kriterien aufgenommen wurden, die von Pöttker als mehr dem Gegenstand zugewandt kategorisiert sind. Von den eher am Publikum orientierten Kriterien fand sich jedoch nur eins von vier in auffälliger Weise in den Kommentaren wieder.

Auch sonst war eine Kritik daran, dass das Qualitätsverständnis von Journalist*innen sich nicht ausreichend an den Bedürfnissen des Publikums orientiere, nicht wesentlich erkennbar. Zwar ließe sich theoretisch jede (negative) Kritik auf die Aussage zurückführen, dass dieser jeweiligen Kritik nicht ausreichend Rechnung getragen würde. Das bedeutet allerdings nicht, dass sich die kritisierende Person grundsätzlich darauf bezieht, dass dem Publikum – und ihr selbst als Teil dieses Publikums – eine zu kleine Rolle zugeschrieben werde bei dem, was Medienschaffende als qualitativ hochwertig ansehen.

	FF 3.2 muss in Bezug auf den hier analysierten Datensatz verneint werden. Eine Kritik, die explizit beklagt, dass das Publikum für die Frage der journalistischen Qualität systematisch außer Acht gelassen würde, war in den Kommentaren nicht zu finden.
-------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Dies lässt sich im Übrigen auch daran erkennen, dass für diese Form der Kritik keine Kategorie im Codebuch operationalisiert wurde. Die Kategorienbildung fand auch bei den Kritikgründen⁸² offen statt. Erst wenn eine derartige Kritikbegründung mehrmals aufgekommen und den Codiererinnen dadurch aufgefallen wäre, wäre dies auch als eigenständige Kategorie aufgenommen worden.

messen, was jedoch nicht bedeutet, dass hier „objektiv“ gültige Ergebnisse bei allen Medienmacher*innen herauskommen (vgl. Pöttker 2000: 383). Die „innere Relevanz“ betrifft somit das einzelne Thema, den einzelnen Beitrag – und damit die Faktenselektivität nach Kohring und Matthes (2004). Die „äußere Relevanz“ betrifft die Frage nach der Themenauswahl – und damit die Themenselektivität nach Kohring und Matthes (2004).

⁸¹ Medien von nicht genannter Instanz gelenkt = 5,17 %; Medien vom Staat/der Regierung gelenkt = 3,71 %; Medien stehen Politik zu nah = 3,71 %; Medien stehen Wirtschaft zu nah = 0,13 %.


⁸² ausr_krit = inhaltliche Ausrichtung der wertenden Kritik.

In Bezug zum Qualitätsbegriff von Schatz und Schulz (1992) können Zusammenhänge zum Kriterium der Professionalität und genauer zu dessen Unterkategorien hergestellt werden. Diese sind das Kriterium der Sachgerechtigkeit und das Kriterium der Unparteilichkeit (beide werden wiederum jeweils von zwei untergeordneten Kriterien bestimmt).

Sachgerechtigkeit wird demnach erstens definiert durch Richtigkeit, was der Richtigkeit von Beschreibungen nach Kohring und Matthes (2004) gleichgestellt werden kann (und der Richtigkeit bei Pöttker, s. o.). Zweitens ist Sachgerechtigkeit bestimmt durch Relevanz⁸³, die der Faktenselektivität bei Kohring und Matthes entspricht (und der Vollständigkeit (Relevanz) bei Pöttker, s. o.).

Unparteilichkeit manifestiert sich einerseits in Ausgewogenheit/Fairness und andererseits in Neutralität. Mit der Ausgewogenheit ist einmal mehr die Kategorie der Faktenselektivität angesprochen. Der Aspekt Neutralität, wie ihn Schatz und Schulz beschreiben (1992: 704), kann in der Kategorie der *Expliziten Bewertung* wiedergefunden werden. Negative Kritikgründe, die in diese Kategorie fallen, machten gemeinsam 15 Prozent aller Aussagen aus.

Nicht in besonderer Weise angesprochen waren die von Schatz und Schulz übrigen genannten Kriterien der Relevanz, Vielfalt und Akzeptanz.

	Mit Blick auf FF 3.3 kann festgehalten werden, dass die durch die codierte Medienkritik in Ansätzen sichtbar werdenden Qualitätsansprüche der Kommentierenden durchaus Überschneidungen mit den beschriebenen akademischen Qualitätsbegriffen aufweisen. Jedoch entfaltet sich darin keine erkennbare Systematik. Die Kritik in den Kommentaren scheint einer eigenen Dynamik zu folgen, die Schwerpunkte dort setzt, wo sie – unter anderem – auch in akademischen Qualitätsbegriffen gefunden werden können.
-------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.3 Deliberatives Potenzial: Überwiegend hohe Werte

Basierend auf dem Habermas'schen Begriff des deliberativen Diskurses haben die Autorinnen die Kommentare neben ihren Medienbezügen auch auf ihre generelle Tauglichkeit für einen gelingenden Diskurs untersucht⁸⁴. Ausgewertet wurden die vier Charakteristika der Beschaffenheit: Ausrichtung, Faktenorientierung, Umgangston und Emotionalität nach Jakobs (s Kap 5.3.1.4)⁸⁵.

⁸³ Hier i. S. v. „innerer Relevanz“ (s. o.).

⁸⁴ Zum Begriff des deliberativen Diskurses nach Habermas siehe Kapitel 2.2. Zur Operationalisierung des deliberativen Potenzials nach Jakobs siehe Kapitel 5.3.1.4.

⁸⁵ Jakobs bezieht als relevantes Kriterium auch die Länge der Kommentare ein und bewertet Länge offenbar als positiv für das deliberative Potenzial (vgl. Jakobs 2014: 201). Auch in dieser Arbeit wurde die Länge erhoben: Der Durchschnitt sank von 361 im Jahr 2014 auf 315 im Jahr 2015. Es schien den

Hinsichtlich der Bezugnahme der Diskursteilnehmer*innen aufeinander konnte ein eher geringes und im Jahresvergleich noch einmal gesunkenes deliberatives Potenzial verzeichnet werden:

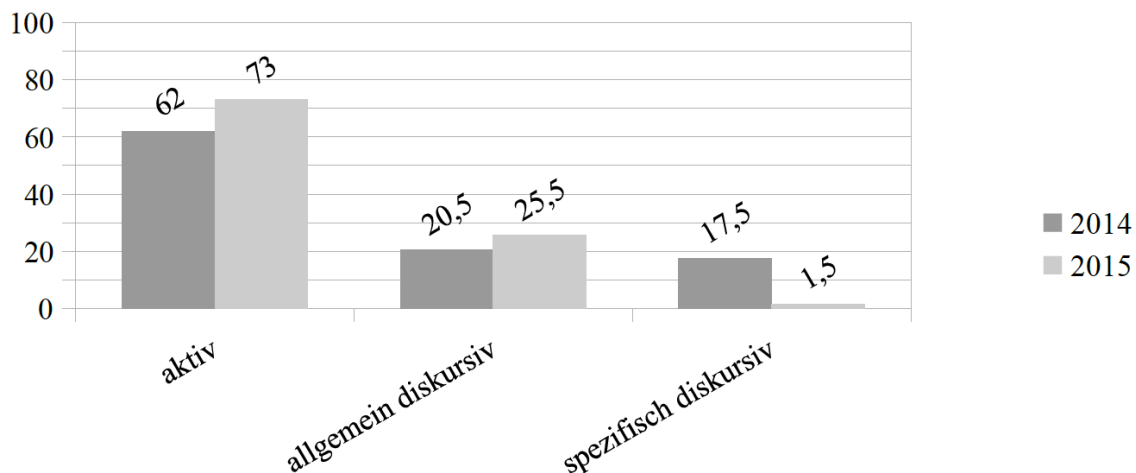


Abb. 6.5: Ausrichtung der Kommentare im Jahresvergleich in Prozent (Quelle: eigene Darstellung)

Ein Großteil der Kommentare – mehr als 60 Prozent – waren 2014 aktiv, nahmen also keinerlei erkennbaren Bezug auf andere Kommentare und Kommentator*innen. Im Jahr 2015 stieg dieser Anteil noch einmal um mehr als zehn Prozentpunkte. Dieser Anstieg ging besonders auf Kosten der spezifischen Diskursivität, also der Kommentare, die sich direkt und bilateral mit einer anderen Person austauschten und auseinandersetzten (s. Abb. 6.5).

Insgesamt kann also gesagt werden, dass die für diesen Zweck untersuchten Kommentare eher dazu dienten, die jeweiligen Standpunkt der schreibenden Person kundzutun und dass es offenbar nicht das vornehmliche Ziel der Kommentator*innen war, in einen wechselseitigen Diskurs zu treten und persönlich aufeinander einzugehen. Eine Voraussetzung für einen gelingenden deliberativen Diskurs scheint somit für die vorliegenden Datensätze nicht erfüllt.

Anders verhält es sich bei der Faktenorientierung der Kommentare: Die Mehrheit der Kommentare nennt in beiden Jahren Zahlen, Daten oder Quellen, um den eigenen Standpunkt nachvollziehbar zu machen. Zwar bewegen sich die Anteile der Kommentare mit besonders präzise genannten Belegen im einstelligen Bereich, jedoch liegen Kommentare, die generell Belege enthalten, in der absoluten Mehrheit (s. Abb. 6.6).

Autorinnen jedoch als besonders schwierig, daraus sinnvolle Schlüsse zu ziehen. In Zeiten von copy und paste schien es voreilig, Länge an sich als positiv zu bewerten. Zumal auch in den Augen der Autorinnen besonders lange Kommentare als diskursfeindlich angesehen werden könnten.

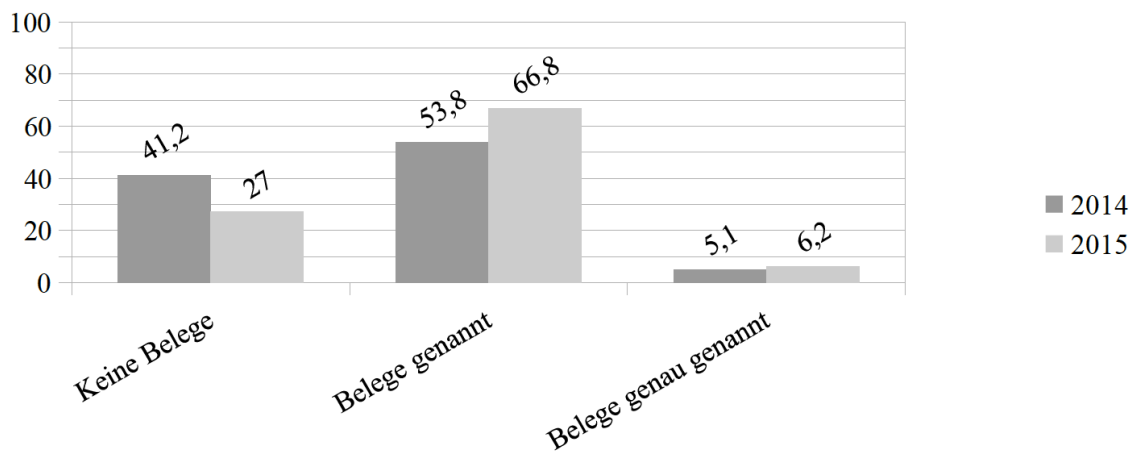


Abb. 6.6: Faktenorientierung der Kommentare im Jahresvergleich in Prozent (Quelle: eigene Darstellung)

Im Jahresvergleich ist die Anzahl der Kommentare mit Belegen noch einmal um mehr als zehn Prozentpunkte angestiegen, das deliberative Potenzial also deutlich gestiegen.

Betrachtet man die bereits genannten Charakteristika gemeinsam, fällt auf, dass ein direkter persönlicher Austausch nicht unbedingt verknüpft ist mit besonderem Faktenreichtum: Während aktive Kommentare, also solche, die sich nicht spezifisch an jemanden richten, in 73,7 Prozent der Fälle Belege enthalten, gilt dies bei spezifisch diskursiven Kommentaren nur für 39,2 Prozent der Fälle. Der direkte Kontakt zu einer anderen Person motivierte in diesem Fall also offenbar nicht dazu, das deliberative Potenzial zu erhöhen.

Dasselbe gilt, betrachtet man die Emotionalität, bzw. Sachlichkeit der Kommentare: Insgesamt weisen die meisten Kommentare in beiden Jahren eine sehr hohe Sachlichkeit auf und sind selten sehr emotional (s. Abb. 6.7), was für ein hohes deliberatives Potenzial nach Habermas spricht. Auch hier begünstigt der direkte Bezug zu einer anderen Person offenbar nicht das deliberative Potenzial. Denn auch hier weisen aktive, für sich stehende Kommentare noch häufiger eine hohe Sachlichkeit auf (91,7 Prozent) als spezifisch diskursive Kommentare (78,4 Prozent). Bemängeln ließe sich hier nur eine geringe Zunahme von sehr oder eher emotionalen Kommentaren um 2,6 Prozentpunkte, der aber höchstwahrscheinlich keine besondere Bedeutung beizumessen ist.

Auch im Umgangston erzielen die codierten Kommentare in beiden Jahren hohe Werte für das deliberative Potenzial: Die überwältigende Mehrheit – jeweils mehr als 80 Prozent – ist freundlich, enthält also mindestens keine Beleidigungen oder ist sogar betont respektvoll formuliert (s. Abb. 6.8).

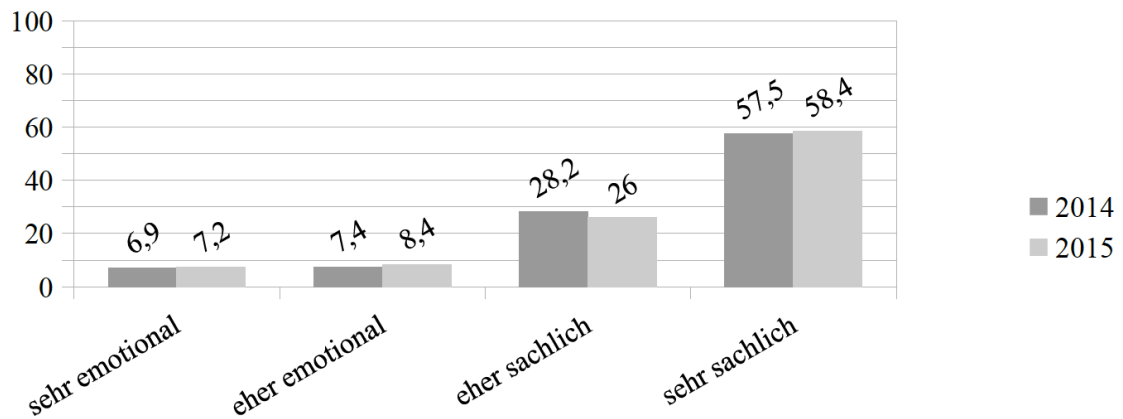


Abb. 6.7: Emotionalität der Kommentare im Jahresvergleich in Prozent (Quelle: eigene Darstellung)

In der Literatur wird häufig die Tendenz der Radikalisierung der Sprache auf der FB-Seite von PEGIDA beklagt (s. Kap. 4.3.7). Eine solche Radikalisierung oder auch Verrohung der Sprache in den Kommentaren mit Medienbezug konnte im vorliegenden Datensatz jedoch nicht festgestellt werden. Allenfalls zeigt sich ein leichter Rückgang der freundlichen Kommentare im Jahresvergleich. Dieser bleibt aber im einstelligen Prozentpunktbereich.

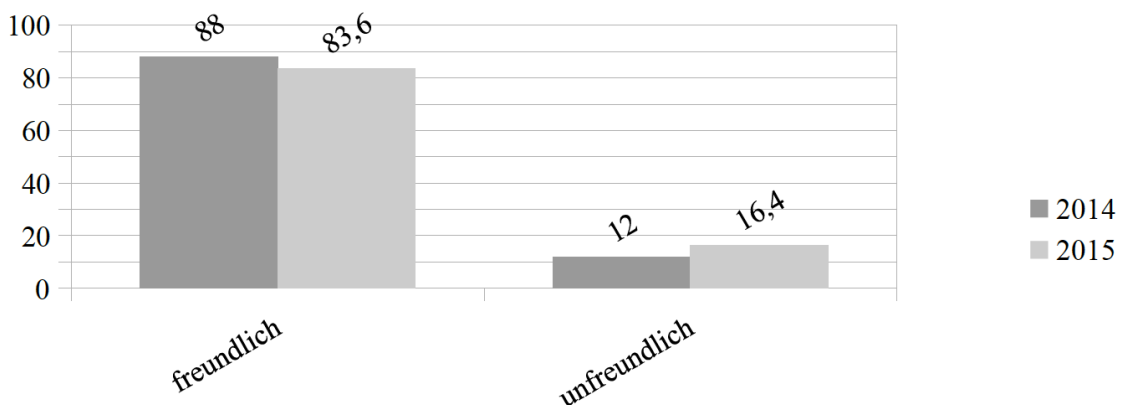



Abb. 6.8: Umgangston der Kommentare im Jahresvergleich in Prozent (Quelle: eigene Darstellung)

6.3.1 Fazit

Legt man die Kriterien für einen gelungenen deliberativen Diskurs nach Habermas zugrunde, erzielt der vorliegende Datensatz in vielen Bereichen gute bis sehr gute Werte. Dies gilt etwa für den Umgangston, die Sachlichkeit (bzw. Emotionalität) und die Faktenorientierung. Lediglich bei der Ausrichtung, also bei der Frage, ob die Diskursteilnehmer*innen aufeinander Bezug nehmen, schneiden die Kommentare nicht besonders gut ab. Jedoch sind bei der Erhebung nach dem vorliegenden Kategoriensystem nach Jakobs einige Einschränkungen zu bedenken, die sich teilweise aus den theoretischen Vorüberlegungen und teilweise aus der Art des Materials

ergeben⁸⁶.


	Insgesamt kann FF 2.5 somit positiv beantwortet werden: Der Diskurs in den untersuchten Kommentaren der PEGIDA-FB-Seite entsprach offenbar den Kriterien eines gelungenen Diskurses nach Habermas'schen Kriterien.
-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.3.1.1 Einschränkungen durch Material und Methode

Bei der Interpretation dieses Ergebnisses ist auch an dieser Stelle jedoch zu bedenken, dass es sich bei den gefilterten und codierten Kommentaren nicht um eine zufällige Stichprobe handelt. Diese Einschränkung wird auf zwei Ebenen wirksam: Zum einen sind die Kommentare der PEGIDA-FB-Seite zum eigentlichen Zweck dieser Arbeit auf ihren Medienbezug gefiltert worden. Sie bilden also nicht alle möglichen Kommentare des ursprünglichen Datensatzes ab, sondern weisen eine – bewusste – systematische Verzerrung hin zu Medien auf. Schon deshalb lässt sich von den hier erhobenen Ergebnissen zum deliberativen Potenzial nicht auf eine wie auch immer geartete Grundgesamtheit aller Kommentare schließen. Hinzu kommt, dass auch die aus den gefilterten Kommentaren generierte künstliche Stichprobe nicht den Ansprüchen der Repräsentativität genügen kann (s. Kap. 5.2). Dies gilt es bei der Interpretation des deliberativen Potenzials im Hinterkopf zu behalten.

6.3.1.2 Umgangston – keine Radikalisierung der Sprache

Als bemerkenswert kann dennoch betrachtet werden, dass sich eine Radikalisierung und Verrohung der Sprache auch im Jahresvergleich nicht feststellen ließ, obwohl dies an anderen Stellen häufiger beobachtet wurde (s. Kap. 4.3.7). Möglicherweise ist diese Abweichung durch die oben beschriebene Verzerrung zu erklären. Jedoch scheint auch dies ein zufälliger Zusammenhang zu sein, da sich – zumindest aus den Daten und den bisherigen PEGIDA-Studien – nicht ohne Weiteres ableiten lässt, warum Kommentare mit Medienbezug besonders freundlich im Umgangston sein sollten.

	FF 2.9 kann also negativ beantwortet werden: Anzeichen für eine Radikalisierung der Sprache konnten von den Forscherinnen nicht gefunden werden. Auch im Hinblick auf FF 4.10 kann festgehalten werden, dass der Umgangston der analysierten Kommentare bei Weitem nicht so drastisch war wie die in Kapitel 4.3.7 genannten Beispiele. Nur 0,9 Prozent der untersuchten Kommentare konnten als gewaltverherrlichend, hetzerisch oder demagogisch identifiziert werden.
-------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

⁸⁶ Siehe auch zu Problemen bei der Reproduktion des Kategoriensystems Kapitel 5.3.1.4.

Eine mögliche Radikalisierung kann sich jedoch auch in anderen Verhaltensweisen als der Sprache niederschlagen. Dass die Ergebnisse der vorliegenden Analyse im Kriterium des Umgangstons mit den bisherigen Erkenntnissen etwa Schweigers (2017: 63) nicht in Einklang stehen, muss nicht bedeuten, dass eine Radikalisierung nicht stattgefunden hat.

6.3.1.3 Ausrichtung – Einschränkungen durch Beschaffung und Aufbereitung der Daten

Zur Auswertung der Ausrichtung muss zum wiederholten Mal darauf hingewiesen werden, dass es sich in dem Datensatz um Kommentare handelt, deren direkter Kontext und deren Urheber*innen nicht mehr nachvollzogen werden können, die also in höchstem Maß fragmentiert sind. Bei aller Vorsicht kann es also passiert sein, dass Kommentare als aktiv codiert wurden, obwohl sie sich doch auf eine andere Person bezogen, was als alleinstehender Kommentar jedoch nicht mehr erkennbar war. Dieses Problem ergibt sich allerdings nicht nur aus der Tatsache, dass Urheber*innen und Gesprächsverläufe (Threads) nicht erhoben werden konnten, sondern auch aus der medienspezifischen Filterung, die aus möglichen Konversationen nur diejenigen Kommentare herausgenommen hätte, die einen Bezug zum Journalismus aufwiesen. Für die Interpretation der Ergebnisse der Ausrichtung bedeutet dies, dass sich hinter den ermittelten hohen Werten für aktive Kommentare eher noch solche verbergen, die tatsächlich doch spezifisch diskursiv waren. Dass die Ausrichtung in der Gesamtschau des deliberativen Potenzials einen Ausreißer nach unten darstellt, könnte also dieser Tatsache geschuldet sein. Möglicherweise stehen die tatsächlichen Werte für die Ausrichtung denen der Emotionalität/Sachlichkeit, der Faktenorientierung und des Umgangstons doch näher, als es scheint.

6.3.1.4 Sprachliche Korrektheit und Emotionalität – Anpassungsbedarf bei Kategorien für deliberatives Potenzial?

Nicht erst mit Problemen, die sich bei der Operationalisierung des deliberativen Potenzials auf Basis des Kategoriensystems nach Jakobs ergaben, wird erkennbar, dass die Idee eines rationalen Diskurses nach Habermas auch im Hinblick auf den digitalen Wandel möglicherweise einiger Anpassungen bedarf. Am deutlichsten wurde dies zunächst bei der von Jakobs operationalisierten Kategorie der *Sprachlichen Korrektheit*. Für die vorliegende Arbeit wurde diese Kategorie verworfen, da in den wiederholten Intercoder-Reliabilitätstests trotz diverser Anpassungen keine befriedigenden Werte erzielt werden konnten (s. Kap. 5.3.1.4). Dies lässt sich unter anderem darauf zurückführen, dass sich schriftsprachliche Gewohnheiten und Normen mit der zunehmenden Digitalisierung und der Verbreitung des Internets deutlich verändert haben. So ist es beim Schreiben mit einer Tastatur beispielsweise praktischer, ganze Texte in Kleinbuchstaben zu verfassen, was gerade in informelleren Kontexten, wie sie häufig in sozialen Medien vorzufinden sind, auch akzeptiert scheint:

„Für offizielle und öffentliche Situationen, für distanzierte Kommunikation sowie für den größten Teil der publizierten schriftsprachlichen Texte kann demnach die Orientierung [...] an der Standardsprache identifiziert werden. Wie jedoch die vorliegende vergleichende Untersuchung von Chat- und Forums-Kommunikation zeigt, können in anderen als den genannten Domänen sprachliche Normen eine hochgewertete Ordnung vorgeben, die von der Standardsprache teils gezielt abweicht.“ (Albert 2013: 136)

Wie aber lässt sich diese Tatsache sinnvoll in eine Operationalisierung überführen? Sollten klein geschriebene Substantive in Kommentaren, die vollständig auf Großschreibung verzichten, nicht als Fehler codiert werden, obwohl dies nicht der allgemeinen Rechtschreibung laut *Duden* entspricht? Hier ließe sich argumentieren, dass eine konsistente Schreibweise die Basis der Bewertung darstelle (in Texten, die zwischen beiden Schreibweisen wechseln, sind kleine Nomen als Fehler zu bewerten, nicht aber in solchen, die vollständig klein verfasst sind), da dies zeige, dass offenbar über die formelle Außenwirkung des eigenen Textes nachgedacht wurde.

Es stellt sich jedoch die grundsätzliche Frage, inwiefern die rein formelle Äußerlichkeit der Kommunikation als diskursfördernd oder -hemmend angesehen werden kann, wenn in Zeiten der Digitalisierung der Stellenwert jener Äußerlichkeiten möglicherweise abnimmt – zumindest innerhalb mehr oder weniger informeller Online-Diskurse selbst, also auch für dessen Teilnehmer*innen. Was sagt sprachliche Korrektheit in diesem Fall noch über die Güte des Diskurses aus? Zur Beantwortung dieser Frage gibt es sicherlich noch Forschungsbedarf in den Sozial- und Kommunikationswissenschaften. Für die vorliegende Arbeit scheint es aber nicht nur methodisch, sondern auch inhaltlich sinnvoll, auf diese Kategorie verzichtet zu haben.

Kritisch hinterfragen lässt sich neben der sprachlichen Korrektheit außerdem die Kategorie der Emotionalität, die in der Habermas'schen Demokratietheorie mindestens als ungeeignet, tendenziell sogar als hindernd für rationale Diskurse angesehen wird (vgl. Jakobs 2014: 198). Denn „die rationalisierende Wirkung von Diskursen beruht darauf, dass Begründungen für Argumente vorgetragen werden, die individuelle Erfahrung und Betroffenheit transzendieren und auf Generalisierung zielen“ (Schaal/Heidenreich 2013: 7).

Nun lässt sich argumentieren, dass die Gegenüberstellung von Emotionalität und Rationalität keinen absoluten, sondern lediglich einen relativen Widerspruch darstellt: Schließlich ist es durchaus denkbar, dass ein rational-logisches Argument auf höchst emotionale Weise vorgetragen wird. Insofern scheint die Anwendung eines Kategoriensystems, das dem Material durch Vorhandensein (formaler) Emotionalität jegliche Sachlichkeit abspricht, mindestens fragwürdig. Im Fall der vorliegenden Arbeit musste sich zum Zwecke der Reproduzierbarkeit in der Kategorie Emotionalität vollkommen auf formale Merkmale beschränkt werden (etwa die Großschreibung von ganzen Wörtern oder die mehrfache Verwendung von Ausrufezeichen⁸⁷). Dies war außerdem nötig, da eine inhaltliche, also nicht formelle Sachlichkeit (oder Sachbezogenheit) bereits mit der Kategorie der Faktenorientierung erhoben wurde. Zur Abgrenzung der zu messenden

⁸⁷ Siehe dazu auch das Codebuch im Anhang C.

Gegenstände, konnte mit der Sachlichkeit – als Gegenpol zur Emotionalität – nur eine rein formelle Sachlichkeit gemeint sein, die sich also auf Äußerlichkeiten der (Schrift-)Sprache bezieht. In diesem Punkt jedoch musste eine weitere Abgrenzung geschehen: nämlich zur Kategorie des Umgangstons. Dieser maß zwar keine schriftsprachlichen Formalia (wie doppelte Ausrufungszeichen oder groß geschriebene Wörter), zielte aber ebenso auf die Außenwirkung der Kommentare, also ein formales Charakteristikum, ab.

Wenn also mit der Faktenorientierung bereits eine inhaltliche Sachbezogenheit abgefragt wurde und mit dem Umgangston die Form der Kommunikation (besonders ihre intendierte Wirkung auf Andere): Was blieb dann überhaupt noch mit der Sachlichkeit – als Gegenpol zu Emotionalität – zu messen übrig? Sinnvollerweise lediglich die Abwesenheit von Emotionalität. Worin genau der höhere und stärker diskursfördernde Wert von Nicht-Emotionalität gegenüber Emotionalität bestehen mag, erschließt sich jedoch nicht ohne Weiteres (anders als bei den übrigen Kategorien). Die Sinnhaftigkeit und die Aussagekraft der Kategorie Emotionalität für das deliberative Potenzial sehen die Autorinnen aufgrund dieser offenen Fragen kritisch, ohne dabei infrage stellen zu wollen, dass der Diskurs in den hier untersuchten Datensätzen möglicherweise tatsächlich überraschend gelungen ist.

Dass Emotionalität und Rationalität einander nicht notwendigerweise ausschließen, ist nicht der einzige Grund dafür, dass Emotionen als Negativkriterien für gelungene Diskurse kritisiert werden können. So bemängeln etwa feministische Theorien, dass der Ausschluss von Emotionen und persönlicher Betroffenheit aus dem Spektrum gültiger Begründungen innerhalb rationaler Diskurse ganze Erfahrungsschätze und damit auch ganze Personengruppen – besonders Frauen – aus dem Diskurs ausschleife, ohne dass dies notwendig oder sinnvoll sei:

„Ein sachlich überzeugendes Argument, das zudem rhetorisch gut vorgetragen wird und uns außerdem noch emotional berührt, besitzt eine höhere Überzeugungskraft, als eines, das keine Gefühle anspricht. Aus *empirischer* Perspektive ist daher die Kritik von Young, wonach in Diskursen unemotional argumentierende, weiße Männer mit akademischer Ausbildung die Deutungshoheit innehätten, nicht restlos einleuchtend. In *theoretischer* Perspektive ist es in jedem Fall defizitär, Emotionen nicht zu berücksichtigen, da so kommunikativ generierte Machtasymmetrien aus dem Blick geraten, deren Existenz empirisch unvermeidbar ist.“ (Schaal/Heidenreich 2013: 7; Herv. i. O.)

Neben dem beschriebenen theoretischen Zweifel an der Frage, ob Emotionalität für gelungene Diskurse hinderlich sei, kommt also eine machtstrukturelle Komponente hinzu. Diese deutet darauf hin, dass die Theorie der deliberativen Demokratie möglicherweise selbst einer Form der Vermachtung unterliegt. Neben der Anpassung der Theorie an das veränderte Verhalten von Diskursteilnehmer*innen im digitalen Zeitalter sollte also auch diese machtstrukturelle Komponente bei der künftigen Forschung kritisch hinterfragt und berücksichtigt werden.

6.4 Kollektive Identität: Hinweise auf eine Echokammer

Um herauszufinden, inwiefern in den analysierten Kommentaren eine gewisse kollektive PEGIDA-Identität erkennbar wird, wurden sowohl die Zugehörigkeit als auch szenetypisches Vokabular erhoben.

6.4.1 Zugehörigkeit: Nur wenige verorteten sich selbst in Bezug zu PEGIDA

Mit der Zugehörigkeit wurden Aussagen codiert, die erkennen ließen, dass sich der*die Kommentator*in als Teil von PEGIDA sah oder gar als Gegner*in der Bewegung einordnete. Erwartungsgemäß wies der Großteil der Kommentare keine klare Zugehörigkeit auf (s. Abb. 6.9).

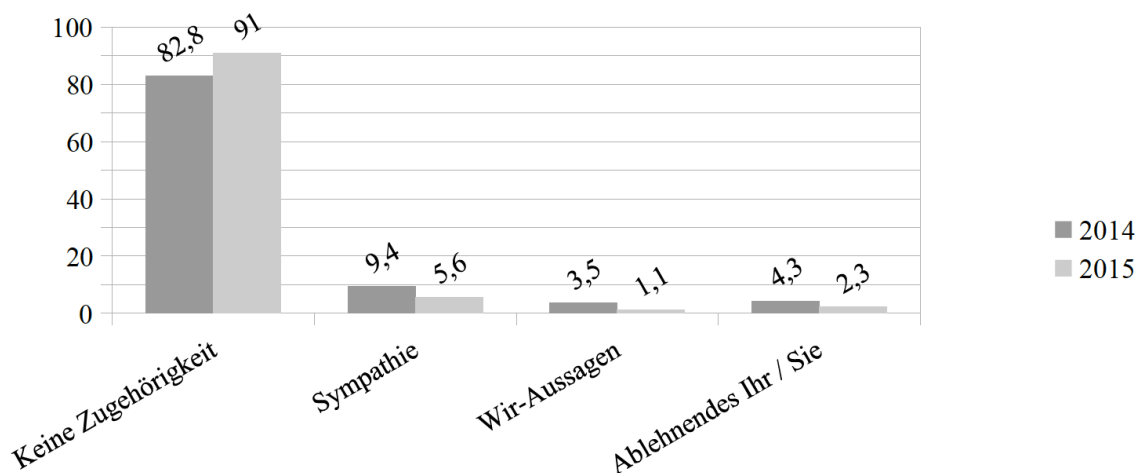


Abb. 6.9: Die Zugehörigkeit der Kommentare im Jahresvergleich in Prozent (Quelle: eigene Darstellung)


! Mit Blick auf FF 4.6 kann festgehalten werden, dass der größte Teil der untersuchten Kommentare keine explizite Zugehörigkeit zu PEGIDA erkennen ließ. Mit Blick auf FF 2.7 lässt sich außerdem sagen, dass sich eine kollektiv empfundene Identität nicht über die Verwendung von Pronomen der ersten Person (wir, uns) ausdrückte.

Dies muss jedoch nicht bedeuten, dass die kommentierenden Personen sich nicht als Teil von PEGIDA sahen. Die hohen Werte für *Keine Zugehörigkeit* könnten schließlich damit erklärt werden, dass die PEGIDA-FB-Community eine recht hohe Homogenität aufwies, was vor dem Hintergrund der Echokammer-Theorie (s. Kap. 2.3.2) sinnvoll erscheint – allgemeine Analysen der FB-Seite PEGIDAs konnten zeigen, dass dort von einer mehr oder weniger intensiven Echokammer ausgegangen werden kann (s. Kap. 4.3.6). Die Homogenität der Akteur*innen, die Bezugnahme auf bestimmte (rechtsalternative) Medien, das Wissen darum, sich weitestgehend unter Gleichgesinnten zu befinden, führte also möglicherweise dazu, dass die Bedeutung expliziter Selbstverortungen noch einmal stark sank. Die Zunahme der Werte für *Keine*

Zugehörigkeit von 2014 auf 2015 um mehr als acht Prozentpunkte und die Verringerung aller Werte, die für eine klare Selbstverortung stehen, können in diesem Zusammenhang als eine Festigung einer PEGIDA-Echokammer betrachtet werden. Diese wies also noch zu Beginn der Bewegung eine etwas geringere, aber dennoch offenbar bereits vorhandene Stabilität auf, die sich mit der Zeit noch erhöhte. Auch Pleul und Scharf (2016) konnten zeigen, dass sich die PEGIDA-Echokammer bei Facebook im Vergleich zwischen ihren Untersuchungen von 2015 und 2016 verengt hatte (vgl. 345ff; 360f.; s. a. Kap. 4.3.6). Eine Abgrenzung nach außen könnte von den Kommentator*innen daher mit voranschreitender Zeit als immer unnötiger empfunden worden sein. Zusätzlich nahm von 2014 auf 2015 auch die Präsenz expliziter PEGIDA-Gegner*innen ab und somit auch die Anzahl derjenigen, die die Community offen herausforderten – was wiederum allen anderen das Unter-Sich-Sein noch deutlicher gemacht haben könnte. So könnten starke Zugehörigkeitsbekundungen als Gegenreaktion auf Herausforderer verringert worden sein.

Teil dieser Interpretation ist die Annahme, dass die Urheber*innen von Kommentaren ohne Zugehörigkeit sich i. d. R. in irgendeiner Form mit der PEGIDA-Bewegung identifizierten, ihr gegenüber mindestens aufgeschlossen sind, da sie andernfalls vermutlich nicht das Engagement dazu aufgebracht hätten, sich am Diskurs auf der PEGIDA-FB-Community zu beteiligen. Auf der Annahme einer Art *Stillen Zugehörigkeit* basierend erfolgt auch die vorliegende Auswertung (s. Kap. 6).

Es ist jedoch zu bedenken, dass es sich in dem Datensatz um Kommentare handelt, deren direkter Kontext und deren Urheber*innen nicht mehr nachvollzogen werden können, die also in höchstem Maß fragmentiert sind. Es ist nicht auszuschließen, dass ein*e Kommentator*in sich zunächst beispielsweise gegen PEGIDA aussprach, sich in einem anderen Kommentar aber scheinbar unauffällig am laufenden Diskurs beteiligte, ohne sich dabei auf die Bewegung und die eigene Haltung dazu zu beziehen. In solchen Fällen, wäre die Annahme einer *Stillen Zugehörigkeit* eine Fehlinterpretation. Die Autorinnen halten diese Fälle jedoch für eher selten und nehmen daraus resultierende, leicht veränderte Werte in Kauf.

	Bereits Pleul und Scharf (2016) gingen davon aus, dass sich die PEGIDA-FB Community in einer Echokammer befunden hat und vermutlich noch immer befindet. Hier tauschen sich also Personen miteinander aus, die voneinander wissen oder zu wissen glauben, dass sie dieselben ideologischen Ansichten gemäß einer PEGIDA-konformen Weltsicht teilen. Der hohe Anteil der Kommentare ohne Zugehörigkeitsbekundung im vorliegenden Datensatz ist geeignet, die Erkenntnisse von Pleul und Scharf (2016) zu bestätigen und fügt sich schlüssig in die Echokammer-Theorie ein, wenn man sie weitestgehend als eine <i>Stille Zugehörigkeit</i> deutet. FF 2.6 lässt sich also positiv beantworten.
-------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Zusätzlich gestützt wird die Annahme einer Echokammer durch die Tatsache, dass die

negative Medienkritik, darunter auch das recht stark präsente Narrativ der „Lügenpresse“, weitestgehend unwidersprochen bleibt. Dies zeigt bereits die Tatsache, dass negative Medienkritik so viel präsenter ist als positive (s. Kap. 6.2.1). Diese Feststellung wird jedoch dadurch eingeschränkt, dass der Datensatz ausschließlich Kommentare mit direktem Medienbezug enthielt (s. Kap. 5.2.1). Dies bedeutet, dass beispielsweise Kommentare ohne deutlichen Medienbezug, aber mit Bezug zu einem anderen Kommentar mit deutlichem Medienbezug, nicht in das Sample gelangten. Dies beinhaltet auch mögliche Kommentare, die einen direkten Widerspruch zu einer möglichen Medienkritik enthielten, ohne dabei noch einmal einen konkreten Medienbegriff zu verwenden. Diese Variante halten die Autorinnen aber für relativ unwahrscheinlich, da davon ausgegangen werden kann, dass jene Kommentare i. d. R. durch eine eher medienspezifische Wortwahl von der Filterung erfasst worden wären.


6.4.2 Szenetypisches Vokabular: Markante Metaphern mit geringer Verbreitung

Zusätzlich zur Zugehörigkeit wurde szenetypisches Vokabular in den analysierten Kommentaren erhoben. Dieses zeichnet sich durch einen für die Community spezifischen Deutungsrahmen aus. Es handelte sich dabei teilweise um bereits bekannte Begriffe („Lügenpresse“, „Gutmensch“), aber auch um Wortneuschöpfungen („Genderisierung“, „Presstituierte“; s. a. Kap. 4.3.7). Szenetypisches Vokabular konnte jedoch nicht nur aus einem einzelnen Begriff bestehen, sondern auch aus einem durch mehrere (auch unspezifische) Begriffe beschriebenen Deutungsrahmen (die BRD ist nicht souverän/besetzt)⁸⁸.

Tab. 6.11: Top 5 des szenetypischen Vokabulars 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Rang	Anzahl der Kommentare	Vokabel
1	64	Lügenpresse
2	32	Islamisierung
3	19	Gutmensch
4	16	Staatsmedien
5	14	Linksfaschisten

In beiden Jahren konnte szenetypisches Vokabular in 16 Prozent der Kommentare von den Verfasserinnen identifiziert werden.



Mit Blick auf FF 4.9 kann festgehalten werden, dass sprachliche Abgrenzung nach außen zwar immer wieder ausfindig gemacht werden konnte, diese aber insgesamt eher eine untergeordnetere Rolle spielte.

⁸⁸ Eine vollständige Liste des codierten szenetypischen Vokabulars befindet sich im Anhang F.

Der Begriff „Lügenpresse“ rangiert dabei insgesamt deutlich vorn. Dies lässt sich jedoch auch dadurch erklären, dass der Datensatz vor der Analyse mehrfach anhand medienpezifischer Begriffe gefiltert worden ist (s. Kap. 5.2.1). Insofern lässt sich nicht die Konsequenz ableiten, dass der Begriff „Lügenpresse“ für die FB-Community eine deutlich größere Rolle gespielt hat als anderes Vokabular. Jedoch zeigen sich Veränderungen im Jahresvergleich (s. Tab. 6.12).

Tab. 6.12: Top 5 des szenetypischen Vokabulars im Jahresvergleich (Quelle: eigene Darstellung)

2014				2015	
Rang	Vokabel	Anzahl		Vokabel	Rang
1	Islamisierung	27	41	Lügenpresse etc.	1
2	Lügenpresse etc. ⁸⁹	23	11	Staatsmedien etc. ⁹⁰	2
3	Gutmensch	9	10	Gutmensch	3
4	Linksfaschisten	7	9	Merkel-Verunglimpfungen	4
5	BRD noch besetzt	6	7	Linksfaschisten	5

Trotz der systematischen Verzerrung hin zu Begriffen mit Medienbezug rangierte die Vokabel der „Islamisierung“ 2014 noch auf dem ersten Platz, tauchte 2015 jedoch gar nicht mehr unter den Top 5 des am meisten vorkommenden Vokabulars auf (genauer sank die Anzahl der Kommentare mit dieser Vokabel von 27 auf gerade einmal fünf). Gleichzeitig erfuhren hingegen Merkel-Beschimpfungen im Jahr 2015 einen Aufschwung. Beide Entwicklungen decken sich mit den Erkenntnissen der Autorinnen über die Veränderung der Themen von genannten und verlinkten Medienberichten (s. Kap. 6.1.3): Auch hier verloren die Themen *Islam und Islamisierung* zugunsten von *Merkel und ihre Flüchtlingspolitik* an Bedeutung.

!	<p>Wie bei den genannten und verlinkten Berichterstattungsthemen spiegelt sich auch im verwendeten szenetypischen Vokabular die allgemeine Entwicklung der PEGIDA wider. Diese zeigte, dass sich das Interesse der Bewegung von den Themen <i>Muslimen und Islam in Deutschland</i> aufgrund der sogenannten Flüchtlingswelle im Sommer 2015 ab- und dem Thema <i>Merkels Flüchtlingspolitik</i> zuwandte.</p>
---	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Das vermehrte Aufkommen von Merkel-Verunglimpfungen stützt außerdem die Erkenntnis, dass geflüchteten Menschen innerhalb der PEGIDA eher kritisch entgegen gesehen wurde (und wird), da auch der Umgang der Bundeskanzlerin mit der sogenannten Flüchtlingskrise (Stichwort: „Wir schaffen das!“) stark kritisiert wurde (s. Kap. 4.1).

⁸⁹ Auch: Lügenblatt; Lügenmedien; Medienlüge; ironisch: Wahrheitspresse usw.

⁹⁰ Auch: Medium ist von Staat/Regierung gesteuert; Polit-Medien-Bande; Staatsfernsehen usw.

Insgesamt wiesen 42,6 Prozent der Kommentare, die szenetypisches Vokabular enthielten, Vokabular mit spezifischem Medienbezug auf, viele davon kritischer oder beleidigender Natur.

Tab. 6.13: Szenetypisches Vokabular mit Medienbezug 2014 und 2015 (Quelle: eigene Darstellung)

Rang	Häufigkeit	Vokabular
1	64	Lügenpresse
2	16	Staatsmedien
3	8	Medienpropaganda
4	7	Mainstreammedien
5	7	Systemmedien etc.
6	3	LeidMedien
7	3	Vergleiche aktueller Medien mit DDR-Medien
8	2	Presstituierte/Medienhure
9	1	ARDZDFGEZ-Terrornetzwerk

Szenetypisches Vokabular mit Medienbezug diente also weitestgehend der negativen Kritik an Medien. Dies deckt sich mit der Erkenntnis, dass negative Medienkritik in den analysierten FB-Kommentaren weitaus häufiger vorkam als positive (s. Kap. 6.2.1). Mindestens fünf der am meisten vorkommenden Begriffe mit Medienbezug („Lügenpresse“, „Staatsmedien“, „Medienpropaganda“, „Systemmedien“, Vergleiche mit DDR-Medien) lassen sich außerdem dem Komplex verschwörungstheoretischer Narrative zuordnen, worunter der Vorwurf der Lüge fällt, sowie der Vorwurf, dass Medien durch eine Instanz – häufig dem Staat – gelenkt würden. Unter diesen Komplex fielen auch 18,3 Prozent der negativen Kritikgründe (s. Kap. 6.2.3.1.1).

!	<p>Das Narrativ einer unehrlichen, von außen gesteuerten Berichterstattung schien eine Konstante im Diskurs der analysierten Kommentare zu sein, die sich punktuell sogar in einer spezifischen gemeinsamen Sprache niederschlug. Jedoch war diese Sprache im untersuchten Datensatz nicht verbreitet genug, um sie als konstitutiv für die Bewegung anerkennen zu können. Der gemeinsame Deutungsrahmen – die ins Verschwörungstheoretische verweisenden Narrative – manifestierten sich deutlich stärker in der Medienkritik als in einem szenetypischen Vokabular.</p>
---	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.5 Hohe Inferenzvalidität der Ergebnisse

Wie in Kapitel 5.4.2 beschrieben, soll nun in einer Übersicht die Inferenzvalidität der durch diese Arbeit generierten Ergebnisse überprüft werden. Leider besteht keine Möglichkeit, diese

anhand eines numerischen Werts eindeutig als ausreichend oder aber als unbefriedigend zu bewerten. Jedoch zeigt der Vergleich der Ergebnisse mit den Befunden anderer Studien, dass eine sehr hohe Übereinstimmung besteht: Von neun übergeordneten Befunden stimmen sieben mit denen anderer Untersuchungen überein oder lassen sich im Sinne anderer Erkenntnisse plausibel interpretieren. Lediglich bei zwei Ergebnissen zeigen sich deutliche Abweichungen zu bisherigen Erkenntnissen der (PEGIDA-)Forschung.

Anschlussfähige Erkenntnisse betrafen das Verhältnis der PEGIDA zu klassischen und alternativen Medien; die allgemeine Entwicklung der PEGIDA zwischen den Untersuchungszeiträumen (Dezember 2014 und Dezember 2015); das verschwörungstheoretische Potenzial der Bewegung; die Kritik an der Kritik an PEGIDA; die Kritik der mangelnden „Objektivität“ in der allgemeinen medialen Berichterstattung; das seltene, aber lautstarke Bekenntnis zu mangelndem Medienvertrauen und Hinweise, dass es sich bei der PEGIDA-FB-Community um eine Filterblase handeln könnte. Dagegen zeigten sich in dieser Arbeit weder eine Radikalisierung der Sprache, bzw. des Umgangstons noch eine systematische Kritik an der Rolle, die von Wissenschaft und Medienschaffenden dem Publikum bei der Frage nach journalistischer Qualität zugeschrieben wird.

Nachfolgend sollen diese Erkenntnisse noch einmal im Einzelnen und im Vergleich mit den Erkenntnissen anderer Untersuchungen kurz dargestellt werden. Die genauen inhaltlichen Erläuterungen der Befunde und die Diskussion zum Zusammenhang mit den Ergebnissen der anderen Studien sind jedoch weiterhin den entsprechenden Kapiteln zu entnehmen, auf die nachfolgend auch immer verwiesen wird.

Das Verhältnis der PEGIDA zu klassischen und alternativen Medien

Es zeigte sich, dass die vorherrschende Haltung der untersuchten Kommentare gegenüber klassischen und alternativen Medien der entsprach, die bereits anderen Untersuchungen entnommen werden kann. So wurde eine ablehnende Haltung gegenüber klassischen Medien sowohl in Gruppendiskussionen und Befragungen, als auch in den Kommentaren deutlich: Wenn Medien bewusst boykottiert wurden, waren dies ausschließlich klassische Medien (s. Kap. 6.1.1), klassische Medien bildeten darüber hinaus das primäre Ziel negativer Kritik (s. Kap. 6.2.1) und medienmisstrauische Aussagen traf in mehr als 90 Prozent klassische Medien (s. Kap. 6.2.3.1.4). Nicht eindeutig von der bisherigen Literatur bewertet wurde die Nutzung klassischer Medien durch PEGIDA-Angehörige, bzw. Nutzer*innen der PEGIDA-FB-Seite. Hier zeigte sich eine Anschlussfähigkeit der vorliegenden Arbeit nur an eine von zwei konkurrierenden Interpretationen: So wurde klassischen Medien zwar überwiegend ablehnend begegnet, diese jedoch auch häufig genutzt (*paradoxe Mediennutzung*), was den Beobachtungen von Munzinger Rietzschel und Bendt (2016c) und Hurtz (vgl. Milatz 2017) entspricht, die diesem Verhalten eine wenig quellenkritische und opportune Mediennutzung zugrunde legten (s. Kap. 6.1.4). Weniger

Anhaltspunkte ließen sich in den untersuchten Datensätzen für die Interpretation Schweigers finden, demnach Links klassischer Medien auf der PEGIDA-FB-Seite vor allem zur Diffamierung geteilt wurden (2017) (s. Kap. 6.1.4).

Spiegelbildlich lässt sich über das Verhältnis zu alternativen Medien sowohl in der bisherigen Literatur als auch in den hier untersuchten Datensätzen sagen, dass diesen eher wohlgesonnen entgegengesehen wurde (s. Kap. 6.1.2.1) und nur selten offenes Misstrauen entgegen gebracht wurde (s. Kap. 6.2.3.1.4). Die genutzten alternativen Medien deckten sich zu einem großen Teil mit den alternativen Medien, die bereits von Schweiger (2017) als unter PEGIDA beliebt identifiziert wurden (s. Kap. 6.1.2.1).

Allgemeine Entwicklung der PEGIDA

Anhand verschiedener Ergebnisse dieser Untersuchung kann die von anderer Literatur beschriebene allgemeine Entwicklung der PEGIDA nachvollzogen werden. Dies verleiht den entsprechenden, hier erzielten Ergebnissen eine hohe Plausibilität. Konkret betrifft dies die Entwicklung von genannten und verlinkten Berichterstattungsthemen: Während im Datensatz aus 2014 die Themen *PEGIDA* und *Muslime und Islam in DE* dominierten, lag der Schwerpunkt 2015 auf den Themen *Geflüchtete & Asyl* und *Merkel und ihre Flüchtlingspolitik*, was den allgemeinen Beschreibungen der Entwicklung der Bewegung entspricht (s. Kap. 6.1.3). Ähnlich verhält es sich mit der Verlagerung der dominierenden negativen Kritikgründe: Im Jahr 2014 dominierte dabei noch die Kritik der Parteinahme gegenüber PEGIDA, während 2015 der Vorwurf der einseitigen Berichterstattung über Geflüchtete zentraler wurde (s. Kap. 6.2.3.1.5). Dieselbe Verlagerung kommt bei der Verwendung des szenetypischen Vokabulars zum Tragen: Diese zeigte, dass sich das Interesse der Bewegung von den Themen *Muslime und Islam in Deutschland* aufgrund der sogenannten Flüchtlingswelle im Sommer 2015 ab- und dem Thema *Merkel und ihre Flüchtlingspolitik* zuwandte (s. Kap. 6.4.2).

Verschwörungstheoretisches Potenzial

Sowohl in den Ergebnissen dieser Arbeit als auch in den zuvor über PEGIDA erstellten Studien kann eine deutliche Tendenz hin zu verschwörungstheoretischen Denkmustern erkannt werden. In der untersuchten Medienkritik stellten der Vorwurf der Lügenpresse und der Vorwurf der gelenkten Medien ein zentrales Deutungsmuster dar (s. Kap. 6.2.3.1.1). Auch die Analyse des szenetypischen Vokabulars offenbarte, dass sich das Narrativ einer unehrlichen, von außen gesteuerten Berichterstattung punktuell sogar in einer gemeinsamen Sprache niederschlug (s. Kap. 6.4.2). Dies überrascht insofern nicht, als bereits die Kritik von PEGIDA-Organisator*innen durch verschwörungstheoretische Muster geprägt war und innerhalb der PEGIDA-Gemeinschaft immer wieder Bezüge zu vermeintlichen Insidern wie Udo Ulfkotte und Jürgen Elsässer gefunden werden können (s. Kap. 4.2.2).

Kritik an der Kritik an PEGIDA

Die Auswertung der Medienkritik der untersuchten Kommentare zeigte, dass der negativen Kritik an der medialen Berichterstattung über PEGIDA eine zentrale Rolle zukam (s. Kap. 6.2.3.1.2). Auch dieses Motiv war in den anderen Studien mehrfach als grundlegend identifiziert worden: Viele der befragten Demonstrationsteilnehmer*innen fühlten sich demnach durch die Berichterstattung über PEGIDA diffamiert, einige vermuteten sogar eine bewusst manipulative Kampagne der ARD gegen die Bewegung. Für einige Befragte stellte die als unangemessen empfundene Berichterstattung über PEGIDA das zentrale Motiv Grund dar, sich überhaupt an den Demonstrationen zu beteiligen (s. Kap. 4.2.2).

Kritik der mangelnden „Objektivität“ in der allgemeinen medialen Berichterstattung

Mit dem häufig vorgetragenen Vorwurf der Tendenzberichterstattung und dem Vorwurf der unangemessenen Haltung von Journalist*innen, zeigte eine Vielzahl der Kommentator*innen, dass sie sich offenbar eine neutralere, um nicht zu sagen „objektive“ Berichterstattung wünschten (s. Kap. 6.2.3.1.3). Auch diese Kritik ist anschlussfähig an bereits gewonnenen Erkenntnisse über PEGIDA: Sowohl von den Organisator*innen als auch in den Befragungen und Gruppendiskussionen mit Demonstrationsteilnehmer*innen wurden häufig Rufe nach Objektivität und Wahrheit laut (s. Kap. 4.2.2), auch aber nicht nur in Bezug auf die Darstellung von PEGIDA.

Seltene, aber lautstarke Bekenntnisse zu mangelndem Medienvertrauen

Auch wenn Medienkritik und Medienmisstrauen Themen sind, die schnell mit PEGIDA in Verbindung gebracht werden können (Stichwort: „Lügenpresse“), so zeigte sich anhand der analysierten Datensätze, dass sich nur ein kleiner Bruchteil der Kommentare mit Medien(kritik) beschäftigten (s. Kap. 6.2.3.1.4). Diese Diskrepanz kann als Spiegelbild der allgemein gesellschaftlichen Situation gesehen werden: Auch allgemeine Untersuchungen zeigen, dass das Thema Medienvertrauen zwar stark öffentlich diskutiert wurde (und wird), übergreifende Studien kommen jedoch zu dem Schluss, dass die Vertrauenswerte im Durchschnitt stabil geblieben sind – lediglich eine stärkere Polarisierung der Ablehnungs- und Zustimmungswerte könne erkannt werden (s. Kap. 3.2.2.3). Denkbar ist, dass sich dies in den analysierten Kommentaren widerspiegelt: Die Zahl der starken Zweifler, die ihrem Misstrauen auch mittels FB-Kommentaren Ausdruck verliehen, war an sich verhältnismäßig klein – obwohl die lautstarke „Lügenpresse“-Kritik der PEGIDA sehr präsent war und dem äußeren Anschein nach für die Bewegung als konstitutiv interpretiert werden könnte.

Hinweise für eine Echokammer

Pleul und Scharf (2016) kamen zu dem Schluss, dass sich die PEGIDA-FB-Community in einer Echokammer befunden hat und vermutlich noch immer befindet: Die hier engagierten

Personen – so die Theorie – tauschten sich also mit dem Wissen untereinander aus, dass sie ähnliche ideologische Ansichten gemäß einer PEGIDA-konformen Weltsicht teilten (s. Kap. 6.4). Die Untersuchung der Zugehörigkeitsbekundungen der Kommentare ergab zugleich, dass sich Kommentator*innen nur selten klar für oder gegen PEGIDA aussprachen. Dies kann verschiedene Gründe haben, jedoch erscheint es plausibel, diese Ergebnisse im Sinne der Echokammer-Theorie zu deuten, nämlich als Ausdruck einer *Stillen Zugehörigkeit* zu PEGIDA (s. Kap. 6.4.1). Diese ist wiederum geeignet, die Erkenntnisse Pleuls und Scharfs (2016) zu bestätigen und fügen sich so schlüssig in die Echokammer-Theorie ein.

Keine systematische Kritik an der Rolle des Publikums

Zwar zeigten sich einige Überschneidungen der hier analysierten Medienkritik mit wissenschaftlichen Qualitätskriterien (Vergleiche erfolgten mit Schatz und Schulz (1992) und Pöttker (2000); s. Kap. 6.2.4.4). Jedoch zeigte sich – im Gegensatz zu diesen Kriterienkatalogen – dabei keine erkennbare Systematik. Eine grundsätzliche Kritik an der Außerachtlassung des Publikums bei der Herleitung und Anwendung von wissenschaftlichen Qualitätskriterien für Journalismus war in den untersuchten Datensätzen nicht erkennbar.

Keine Radikalisierung der Sprache

Ebenfalls ohne Entsprechung zu bereits vorhandenen Studien und Untersuchungen blieb der Befund, dass sich im Vergleich der beiden Datensätze von 2014 und 2015 keine Verrohung oder Radikalisierung der Sprache zeigte. Während andere Forschungen eine solche in der allgemeinen Entwicklung der PEGIDA feststellten (s. Kap. 4.3.7), zeigte die in dieser Arbeit erfolgte Untersuchung des Umgangstons, dass dieser überwiegend freundlich war und blieb (s. Kap. 6.3.1.2).

7 Und jetzt? Einordnung der Analyseergebnisse

Die Inhaltsanalyse der FB-Kommentare hat Erkenntnisse über die Schwerpunkt der Medienkritik, die Diskursfähigkeit, das Medienvertrauen und das genutzte Medienspektrum der auf der PEGIDA-Seite Kommentierenden hervorgebracht.

Aber wie können Medienhäuser, Redaktionen und Journalist*innen diese Ergebnisse nutzen im Umgang mit der in Kapitel 2 aufgeworfenen Frage danach, wie zu vermeiden ist, dass diese ihr Publikum verlieren und so ihrer für die Demokratie relevanten Funktion als Vermittler nicht nachkommen können?

Dieser Frage soll in Kapitel 7, mit dem die vorliegende Arbeit endet, nachgegangen werden. Hierbei möchten die Autorinnen zentrale Aspekte der Analyse herausgreifen, die, als Fragen umformuliert, weiteren Überlegungen dienen sollen:

Wie sollen Medienhäuser, Redaktionen und Journalist*innen auf PEGIDA reagieren,

- deren Kritik deutliche Anzeichen dafür trägt, dass das Medienvertrauen angeschlagen ist?
- deren negative Medienkritik sich zu rund 20 Prozent aus Narrativen der Verschwörungstheorie speist?
- die deutlich negative Kritik an Haltung und der Vermischung von Nachricht und Meinung in Medienbeiträgen üben und Journalismus keine Orientierungsfunktion zusprechen?
- die der Presse eine Anfeindung der PEGIDA-Bewegung und Tendenzberichterstattung vorwerfen und sich systemtheoretisch durch die Medien nicht repräsentiert fühlen?
- bei denen alternative Medien verhältnismäßig positiv bewertet und selten hinterfragt werden?
- die ein paradoxes Verhältnis zu klassischen Medien an den Tag legen, wenn sie gerade diese bewusst meiden, überwiegend negativ kritisieren und ihnen das Vertrauen entziehen, sie gleichzeitig aber auch am häufigsten in ihren Kommentaren nennen/verlinken, also auch am häufigsten nutzen?
- die insgesamt einen wenig quellenkritischen Medienumgang an den Tag legen?
- denen Online-Medien am wenigsten negativ aufstoßen?
- die auf der FB-Seite durchaus in einer Weise kommunizieren, die formal den Habermas'schen Anforderungen an einen deliberativen Diskurs genügt?
- die sich in einer sich verengenden Echokammer befinden, in der pauschal diffamierende Äußerungen über die Presse kollektiv akzeptiert werden?
- deren (ehemalige) Repräsentant*innen Medienschaffende „aus den Pressehäusern

prügeln“ möchten und öffentlich zur Wahl der AfD aufrufen, einer Partei, die Medien standardmäßig als „Lügen-', 'Lücken-' oder 'Pinocchio-Presse“ (Gäbler 2017: 1) bezeichnet?

- die offen mit der *Identitären Bewegung* kooperieren, die vom Verfassungsschutz beobachtet wird?

Bei der Beantwortung dieser Fragen arbeiten sich die Autorinnen vom Kleinen ins Große vor. Es sollen sowohl einzelne Hinweise für möglicherweise fehlende journalistische Formate gegeben (s. Kap. 7.3.1), als auch der journalistische Alltag (s. Kap. 7.3.2), das Rollenverständnis von Journalist*innen (s. Kap. 7.3.3) und die personellen Strukturen von Redaktionen (s. Kap. 7.3.4) angesprochen werden. Darüber hinaus soll der Blick auf die Möglichkeiten der Medienbildung gelenkt (s. Kap. 7.3.5) und das Potenzial von Interventionen durch staatliche Institutionen ausgelotet werden (s. Kap. 7.3.6).

7.1 Nicht nur PEGIDA kritisiert...

Bevor es aber um mögliche Lösungsansätze der Problematiken geht, die in der vorliegenden PEGIDA-Analyse aufgeworfen wurden, möchten die Autorinnen die gewonnenen Erkenntnisse um weitere Forschungsergebnisse erweitern: Im Juli 2017 hat die Otto Brenner Stiftung (OBS) eine Studie veröffentlicht, für die Haller und sein Team mehr als 35.000 Zeitungsartikel erfasst, drei Inhaltsanalysen durchgeführt und unter anderem in einer Längsschnittanalyse Texte bis zurück ins Jahr 2005 untersucht haben⁹¹. Sie sind folgender Frage nachgegangen:

„Mit welcher Intensität (Frequenz und Umfänge) haben die Informationsmedien das Großthema 'Flüchtlinge in Deutschland' in welcher Weise (Kontexte und Darstellungsformen), über welche Akteure (in Texten auftretende Personen und Einrichtungen), aus welcher Sicht vermittelt (Berichte) und beurteilt (Kommentare)?“ (Haller 2017: 12).

Die Studie beleuchtet so gesehen die andere Seite der Medienkritik von PEGIDA. Die Kommentierenden warfen den Journalist*innen gemäß der vorliegenden Analyse neben pauschal formulierter Kritik hauptsächlich Einseitigkeit und Tendenzberichterstattung vor; die OBS-Studie bewertet die Leistungen, die Medien in ihrer Berichterstattung im Jahr 2015 und Anfang 2016 erbracht haben, und schafft so eine Art empirische Überprüfung der durch PEGIDA teils nur unkonkret ausgedrückten Pauschalkritik und ergänzt diese. So wollten die Forscher*innen auch herausfinden, ob sich deutsche Journalist*innen bei der Berichterstattung über die sogenannte Flüchtlingskrise mit den Sichtweisen der politischen Elite gemein gemacht, das Thema unzulässig verkürzt dargestellt, Wertungen in Nachrichten vorgenommen und ausschließlich Quellen gewählt haben, die nicht die realen Ereignisse widerspiegeln, sondern das Thema *Willkommenskultur* einseitig prägten (vgl. Haller 2017: 9-12).

⁹¹ Details zu den Methoden siehe Haller 2017: 132.

7.2 Studien-Ergebnisse über die Berichterstattung in der „Flüchtlingskrise“

Die Studie der OBS teilt PEGIDAS Medienkritik an den klassischen Medien in diesem Punkt: Für die Berichterstattung von *Frankfurter Allgemeiner Zeitung* (FAZ), *Süddeutscher Zeitung* (SZ) und *Die Welt*, die die Forscher*innen als Leitmedien für ihre Untersuchungen identifizierten, stellen sie für das erste Halbjahr bis zum Spätherbst 2015 fest, dass „[d]er journalistische Qualitätsgrundsatz, aus neutraler Sicht sachlich zu berichten, [...] in rund der Hälfte der Berichterstattungen nicht durchgehalten“ (Haller 2017: 134) wurde. Außerdem hätten Journalist*innen in ihrem Schreiben oft Nähe und Vertrautheit zur politischen Elite suggeriert. Nicht der Prozess der Entscheidungsfindung habe in der politischen Berichterstattung im Vordergrund gestanden, sondern der Streit darüber (vgl. ebd.: 134f.). Die, die wie PEGIDA Ängste und Sorgen zum Thema Einwanderung äußerten, seien kaum in der Berichterstattung aufgetaucht. „Wenn doch, dann in belehrendem oder (gegenüber ostdeutschen Regionen) auch verächtlichem Ton“ (ebd.: 135). So hätten Journalist*innen zur Etikettierung der östlichen Bundesländer als „Dunkeldeutschland“ (ebd.: 133) beigetragen und die Bewohner*innen dieser Regionen so ausgegrenzt (vgl. ebd.: 132f.).

Journalist*innen hätten nicht unterschiedliche Positionen erläutert und präsentiert, sondern alles in allem bis Spätherbst 2015 hauptsächlich eigene Sichtweisen und die Haltung der Regierung transportiert (vgl. ebd.: 135).

Dass nicht die Positionen von Bürger*innen im Vordergrund standen, machte die Studie der OBS auch an der Auswahl der zu Wort kommenden Akteur*innen fest: Bei den drei oben genannten Medien waren zwei Drittel der Gesprächspartner*innen Angehörige politischer Institutionen. Diejenigen, die sich vor Ort mit Geflüchteten beschäftigten, waren lediglich in 3,5 Prozent der Fälle Protagonist*innen. Geflüchtete und Asylsuchende selbst waren mit rund vier Prozent ähnlich wenig präsent in der Berichterstattung. Dass oft politische Akteur*innen zu Wort kamen, heißt aber nicht, dass das gesamte Meinungsspektrum ausgeschöpft wurde: Auch wenn die AfD zum Untersuchungszeitraum bereits in einigen Gremien auf Landes- und Kreisebene vertreten war, waren Akteur*innen in der Berichterstattung nur zu einem marginalen Anteil (zu 0,1 Prozent) Anhänger*innen dieser Partei (vgl. ebd.: 133f.).

Gerade im ersten Halbjahr sei das Publikum von journalistischen Inhalten zum Thema Migration und Flucht förmlich überschwemmt worden; die Selektionsleistung der Nachrichtenredaktionen etablierter Medien sei äußerst gering gewesen (vgl. ebd.: 132).

Dabei seien die meisten Beiträge in FAZ, SZ und der Zeitung *Die Welt* aber nicht dialogisch gewesen, wie es beispielsweise Interviews sind, sondern hauptsächlich nachrichtlich oder meinungsbetont (vgl. ebd.: 133). So sei in diesen drei Medien kein Diskurs zustande gekommen, der auf eine Verständigung abgezielt habe (vgl. ebd.: 136). Die Aufgabe der Medien sei es allerdings, nicht nur das angestammte Publikum zu erreichen, sondern auch die Zweifler und diejenigen, die Sorgen und Ängste haben, damit sich diese dem öffentlichen Diskurs anschließen

(vgl. ebd.: 7).

Das Urteil der OBS fällt nicht nur für die Berichterstattung der SZ, FAZ und *Welt* niederschmetternd aus: In den analysierten Kommentaren auf der FB-Seite von PEGIDA Dresden entsprach das Verhältnis der genannten/verlinkten Medien bei der Zuordnung in überregional oder regional der Kritik an ihnen – sowohl positiv als auch negativ: Es konnte also nicht festgestellt werden, dass regionale oder überregionale Medien im Fokus positiver oder negativer Medienkritik standen.

Die Vorfälle in der Silvesternacht vom 31. Dezember 2015 auf den 1. Januar 2016 in Köln hätten die Medienschaffenden dann allerdings zu einem Umdenken bewegt, so die Studie: Im ersten Quartal 2016 werde die „Tonalität der Zeitungsberichte zurückhaltender“ (ebd.: 139), und „skeptischer“ (ebd.); vorübergehend seien „[d]ie Sorgen und Ängste vieler Menschen“ (ebd.) thematisiert worden. „Es entsteht der Eindruck, als wollten viele Journalisten jetzt überflüßig nachholen, was sie zuvor versäumt hatten.“ (ebd.)

Im Hinblick auf die vorliegenden Untersuchungen wäre eine Analyse der medienkritischen Kommentare auf der Seite von PEGIDA Dresden aus diesem Zeitraum interessant. Es wäre sicher aufschlussreich, herauszufinden, ob sich die erforschten Defizite und deren journalistische Aufarbeitung im Frühjahr 2016 mit der Medienkritik bei Facebook decken und ob die dort Kommentierenden die veränderte Berichterstattung würdigen und auf diese eingehen. Aus forschungsökonomischen Gründen, müsste diese Fragestellungen in einer Folgestudie bearbeitet werden.

Festzuhalten bleibt allerdings, dass die Studie der OBS auf „gravierende Dysfunktionen des Informationsjournalismus als Teil der sogenannten Mainstreammedien“ (ebd.: 141) hinweist und dies ein Indiz dafür ist, dass Journalist*innen die an ihnen und ihren Medien geäußerte Kritik ernst nehmen sollten – nicht nur aus der Überlegung heraus, dass der Verlust eines Teilpublikums systemtheoretisch problematisch ist, sondern auch, weil die OBS-Studie durchaus auf Basis empirischer Untersuchungen inhaltliche Schwächen der Berichterstattung benennen kann.

Die Studie schließt im letzten Kapitel mit der Deutung, dass diese Störungen der Berichterstattung sich schon fest etabliert hätten und von den Medienmacher*innen „vermutlich für normal gehalten, das heißt nicht als solche wahrgenommen oder gar problematisiert werden“ (ebd.); diese Dysfunktionen trieben allerdings, so die Autor*innen der Studie, die Polarisierung der Gesellschaft voran (vgl. ebd.). Zu dieser These passen auch Erkenntnisse des *Demoskopischen Instituts Allensbach*, die Meinungsforscher*innen in einer repräsentativen Studie im Auftrag der FAZ gewonnen haben. Über die Hälfte der Befragten waren demnach Ende des Jahres 2015 der Meinung, dass die Medien kein zutreffendes Bild der sogenannten Flüchtlingskrise gezeichnet haben; 22 Prozent blieben unentschieden darüber (vgl. Köcher 2015).

7.3 Vorschläge für die Praxis

Für die tägliche journalistische Arbeit lassen sich aus der Medienkritik von PEGIDA und den zitierten Studienergebnissen nun die in den folgenden Abschnitten beschriebenen Empfehlungen ableiten.

7.3.1 Neue Formate

In der von den Autorinnen dieser Arbeit analysierten Kritik, besonders aus dem Vorwurf der einseitigen Berichterstattung, aber auch aus dem der Parteinahme gegen PEGIDA, wird erkennbar, dass die Kommentierenden sich in der Berichterstattung mit ihren Ansichten offenbar nicht wiedergefunden haben.

Fügt man dieser Erkenntnis das Analyseergebnis unterschiedlicher Studien hinzu, dass einige der auf der FB-Seite von PEGIDA Kommentierenden offensichtlich rechtsgerichtet waren (s. Kap. 4.3.7), kann man nachvollziehen, wieso beispielsweise die Presseschau der Sendung *Morgenecho* bei WDR 5 mittlerweile auch Ansichten der Autor*innen von *Tichys Einblick* wiedergibt (vgl. Morgenecho 2017: 02:28:41). Diese Neuerung kann als Versuch gewertet werden, anteilig auch rechtsgerichtete Personen zu Wort kommen zu lassen und den Diskurs so an Perspektiven zu erweitern. *Tichys Einblick* ist ein Internet-Portal, auf dem eine Autorin beispielsweise schreiben durfte, dass sie zum Schießstand geht, weil sie sich nicht mehr sicher fühlt in Deutschland mit Blick auf die „Tatenlosigkeit der Regierenden“ (Schunke 2016). Ein anderer Autor verbreitete dort, dass „Gutmenschen“ aufgrund ihrer links-grünen Gesinnung psychisch erkrankt seien und behandelt gehörten (vgl. Pletter 2017).

Auch *Zeit Online* hat mit der Serie *jung und konservativ*⁹² traditionellen Positionen von Leser*innen ein Forum geboten.

Dienen solche Formate dazu, den alternativen Medien das Wasser abzugraben und rechte und konservative Sichtweisen in den „Medienmainstream“ zu holen? Sollten auch öffentlich-rechtliche Medien bewusst Formate schaffen, die konservative Ideen, solange sie der Verfassung nicht widersprechen, unter journalistischen Bedingungen Raum geben?

Im Medienmagazin *Journalist* wird deutlich, dass dafür neue Formate geschaffen werden müssten. Löbbers, Mitglied der Chefredaktion der *Sächsischen Zeitung*, glaubt, dass Formate fehlen, die das „Dienstleistungsproletariat“ (Löbbers; zit. n. Kraske 2016: 22), das Gewöhnliche, den Alltag in den Blick nehmen.

Der Spiegel hat dies Ende 2016 versucht und in Interviews und Protokollen den „Wütende[n] weiße[n] Mann“ (Bartsch et al.:76) in Deutschland zu Wort kommen lassen. Ungebremst wurde hier verbreitet, dass sich ein 64-jähriger Privatier aus München die Todesstrafe für Homosexuelle wünscht und ein 52-jähriger Maurer aus Berlin „aufräumen“ will bei „Gesindel, Bettler[n],

⁹² <http://www.zeit.de/serie/jung-und-konservativ>

Kriminelle[n], Zigeuner[n]“ (Bartsch et al.: 76). Doch dass eine Verschiebung der Grenze des Sagbaren diskursfördernd wirkt, kann bezweifelt werden.

Die *Bild*-Zeitung versuchte mit einer anderen Idee, randständige Perspektiven aufzugreifen. Sie wollte diese allerdings nicht integrieren, sondern an den „Pranger der Schande“ stellen: Die Zeitung veröffentlichte am 20. Oktober 2015 Namen, Posts und Profilbilder der Verfasser*innen von Hasskommentaren über Geflüchtete (vgl. Neumann/Arendt 2016: 247). Aber auch das schuf keinen Diskurs und trug auch nicht zur Beruhigung der Lage bei: Das Meinungsklima habe sich auf der *Bild*-FB-Seite nach der Veröffentlichung des Prangers kurzfristig verschlechtert, so die Forscher*innen. Ihre Untersuchungen legen nahe, „dass sich Personen des harten Kerns ein anderes, alternatives 'Ventil' gesucht haben, das aus strafrechtlicher Perspektive unbedenklich erscheint“ (ebd. 262) – dass also nur eine Verschiebung des Hasses entsteht, nicht seine Auflösung.

Was es bräuchte, wären Formate, in denen Kommentierende wie die auf der FB-Seite von PEGIDA Dresden mit dem Rest der Gesellschaft in Dialog treten und so die dortige Echokammer aufgebrochen und dem Narrativ der „Lügenpresse“ andere Sichtweisen auf Deutschlands Medienlandschaft gegenüber gestellt werden.

Denn wie sich durch die Untersuchungen der Autorinnen gezeigt hat, sind die dort Kommentierenden nicht unfähig, einen den Habermas'schen Gütekriterien genügenden Diskurs zu führen⁹³ (s. Kap. 6.3.1). In Bezug auf Medienkritik waren die Kommentare sogar überwiegend sehr sachlich und von einer viel diskutierten Verrohung war zumindest in den analysierten Daten nichts zu spüren (s. Kap. 6.3.1.2). Auch bei der untersuchten positiven Medienkritik zeigte sich, dass die Kommentierende durchaus in der Lage waren, differenzierter über Medien zu urteilen; zumindest haben sie Bezug auf konkrete Beiträge und Journalist*innen genommen – wenn auch selten spezifische Gründe für ihre Gründe genannt (s. Kap. 6.2.1.1). Aus diesen Gründen sollte man das dortige Teilpublikum nicht für verloren erklären, sondern stattdessen einen Dialog suchen.

Da gemäß der vorliegenden Analysen (s. Kap. 6.2.1; s. a. Kap. 3.2.2.2) Online-Medien das meiste Vertrauen in der Gruppe der bei PEGIDA-Komentierenden zu genießen scheinen, läge nahe, neue Online-Formate zu entwickeln, die einen faktenbasierten, rationalen, konstruktiven gesellschaftlichen Dialog ankurbeln.

Mehr Raum für Debatten bieten zwar Formate wie *Causa*⁹⁴ vom Tagesspiegel. Das Portal erläutert in Online-Artikeln Argumente kontroverser Themen. Nutzer*innen können diese

⁹³ Auch wenn nicht sicher ist, ob diese Kriterien nur aufgrund der Tatsache erfüllt wurden, dass sich die Kommentierenden in einer vermutlich Echokammer befanden, wie in Kapitel 6.4 beschrieben. Ob der untersuchte FB-Diskurs der Herausforderung einer Öffnung standhalten würde, also trotz einer stärkeren Gegenrede politisch anders orientierter Diskursteilnehmer*innen weiterhin ein hohes deliberatives Potenzial aufweisen würde, kann hier nicht beantwortet werden.

⁹⁴ <https://causa.tagesspiegel.de>

Argumente bewerten und sich ein Bild über Zustimmung und Ablehnung anderer Debattenteilnehmer*innen machen. Doch *Causa* spricht eher Meinungsführer*innen, nicht Durchschnittsbürger*innen an und bietet laut Selbstbeschreibung „Fachdebatten unter Experten“ (Sauerbrey 2015).

Debatten-orientierte Formate müssten hingegen nicht elitär orientiert sein und online über unterschiedliche Wege wie WhatsApp-Chats, Foren und moderierte Debattier-Clubs an das Publikum herangetragen werden, sodass personalisierte Aggregatoren wie Facebook umgangen und technisch erzeugte Filterblase verhindert werden können.

Sunstein (2017) macht sich in seinem Buch *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media* Gedanken, wie User*innen Echokammern auch in den sozialen Medien und bei ihrer gewöhnlichen Mediennutzung entkommen können. Seiner Meinung nach muss ein gut funktionierendes System freier Meinungsäußerung zwei Grundbedingungen erfüllen: Zum einen müssten Menschen sowohl in der analogen als auch in der digitalen Welt „ungeplante[n] und unerwartete[n] Begegnungen“ (6) ausgesetzt sein und zudem eine „große Bandbreite an gemeinsamen Erfahrungen“ (ebd.: 7) teilen können. Einer seiner Vorschläge, um dies in der digitalen Welt zu erreichen, sind „serendipity buttons“ (ebd.: 232). Diese könnten beispielsweise von einem liberalen Magazin auf Inhalte einer konservativen Zeitung verlinken und User*innen per Mausklick ihrer eigenen Einstellung entgegengesetzte Perspektiven vermitteln (vgl. ebd.: 230ff.). Medienunternehmen und Blogger*innen mit unterschiedlichen Grundeinstellungen könnten, so Sunstein, Vereinbarungen treffen, sich gegenseitig zu verlinken, und so die Selbst-Isolation von User*innen durchbrechen, wie es, so ist Sunstein überzeugt, in der analogen Welt auch auf der Straße und im Park geschehe (vgl. ebd.: 231ff. und 13).

Sunstein gibt zu, dass seine Vorschläge nicht empiriegeleitet sind (vgl. ebd.: 6). Er geht vielmehr davon aus, dass eine Option auf Meinungsvielfalt per Mausklick einfach so Zuspruch bei Nutzer*innen finden würde (vgl. ebd.: 232). Auf den Aufklärungswillen des Publikums zu hoffen, scheint allerdings eine reichlich optimistische Haltung. Denn Webseiten mit entgegengesetzten Meinungen gibt es zur Genüge. Ein Button kann Inhalte niederschwelliger zugänglich machen. Dass sich allein durch ihn Menschen einer bestimmten Echokammer mit den Inhalten einer anderen Echokammer auseinandersetzen, scheint allerdings fraglich.

Denkbar wäre vielmehr, Angebote zu schaffen, die eine Polarisierung direkt angehen. So könnte möglicherweise eine Berichterstattung, die versucht, eine Unterteilung in ein Freund-Feind-Bild zu vermeiden und sich nicht in parteipolitischen Auseinandersetzungen zu verheddern (vgl. Weichert 2017) – also dem konstruktiven Journalismus zugerechnet werden kann und lösungsorientiert berichtet, eine Polarisierung der Bevölkerung verhindern. Genauso könnten dazu möglicherweise Formate beitragen, die unterschiedliche Perspektiven auf Themen zusammentragen und zusätzlich einen Rückkanal auf Augenhöhe mit Redakteur*innen für das Publikum bereithalten.

7.3.2 Mehr Vertrauen schaffen!

Bei den Analysen wurde deutlich, dass die auf der FB-Seite von PEGIDA Dresden Kommentierenden durchaus dem Einfluss alternativer Medien ausgesetzt waren und diese, auch wenn hier lediglich geringe Fallzahlen vorlagen, besonders positiv bewerteten (s. Kap. 6.2.1.2 und 6.2.2). Dies spricht für einen Verlust des Vertrauens gerade in klassische Medien; Studien und die Ergebnisse der vorliegenden Analyse bestätigen diesen (s. Kap. 3.2.2.3 und 6.2.3.1.4).

Blöbaum entgegnet dem Vertrauensverlust in den Berufsstand der Journalist*innen 1994 ganz pragmatisch: „Journalismus hat seine Funktion bisher erfüllt, damit gibt es keinen Grund, ihm das Vertrauen zu entziehen. Ein Kandidat für die Übernahme journalistischer Leistungen ist im Übrigen nicht in Sicht“ (330). Blöbaum (1994) beschreibt, dass Journalismus dazu beitrage, „den Verlust von Einheit der modernen Gesellschaft durch dauerhafte Vernetzung zu kompensieren“ (335).

Nicht nur mit Blick auf die aktuellen Vertrauenswerte bzw. die derzeitige wahrgenommene Vertrauenskrise in deutsche Medien (s. Kap. 3.2.2.3) scheinen weitere Anpassungen der Medienlandschaft angebracht. Bereits 2013 hat das Weltwirtschaftsforum in seinem jährlichen *Global Risk Report* Desinformation und Fehlinformationen als eine der größten Bedrohungen der Gesellschaft identifiziert (vgl. Howell 2013).

Mit dem Einläuten der Zeit „alternativer Fakten“ im Januar 2017 durch Kellyanne Conway, Sprecherin des US-amerikanischen Präsidenten Trump, und dem Aufkommen alternativer Medien, die ohne journalistische Standards „berichten“, scheint für einige eine geeignete Alternative gefunden, durch die auf die journalistische Leistung klassischer Medien verzichtet werden kann. Ein „Kandidat für die Übernahme journalistischer Leistungen“ (Blöbaum 1994: 330) scheint plötzlich doch in Sicht zu sein.

Auch Patzelt (2016d) beschreibt im Hinblick auf PEGIDA, dass der Aufbau von Vertrauen ein elementarer Bestandteil der Kommunikationsstrategie – auch zwischen PEGIDA und Medienvertreter*innen – sein müsse (vgl. 591). Folgende Maßnahmen könnten eine von vielen Seiten geforderte Verstärkung des gesellschaftlichen Vertrauens fördern.

7.3.2.1 Distanzabbau

Im Hinblick auf US-amerikanische Populist*innen hat die Redaktion der *New York Times* beschlossen, einen näheren Kontakt zum eigenen Publikum aufzubauen, wieder mehr auf die Straße zu gehen, sich unter das Volk zu mischen und mehr über die Leute zu erfahren, die Donald Trump gewählt haben (vgl. Kraske 2016: 20). Auch in Deutschland gibt es Ansätze, die Distanz zwischen Redaktionen und Publikum abzubauen: durch direkte Feedbackkanäle in die Redaktion (zum Beispiel durch Twitter, Facebook, Leserbriefe, Kontaktformulare), Ombudspersonen, Bilder von Journalist*innen über Artikeln oder die Etablierung eines Leser*innenrats, der die Kritik des

Publikums vertritt, wie bei der *Sächsischen Zeitung* (vgl. Kraske 2016: 23).

Journalist*innen müssen ihr Publikum wieder ernster nehmen: 2005⁹⁵ maßen in Deutschland nur 23 Prozent der befragten Journalist*innen ihrem Publikum einen großen oder sehr großen Einfluss auf ihre Arbeit bei (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 161). 1993 spielte das Publikum noch eine bedeutendere Rolle: Damals war es für ein gutes Drittel der Befragten eine bestimmende Einflussgröße (vgl. ebd.: 164). Einen größeren Einfluss sah die Mehrheit der Befragten 2005 in ihrem Berufsumfeld (vgl. ebd.: 145). Und das, obwohl seit 1993 die Möglichkeiten, Kontakt zum Publikum aufzunehmen, durch die massenhafte Verbreitung des Internets deutlich zugenommen haben.

Gerade wenn man die regionale Entwicklung von PEGIDA betrachtet, scheint es wichtig, dass auch klassische überregionale Medien den Kontakt zu ländlichen Gebieten nicht verlieren und Interviewpartner*innen aus diesen Regionen nicht aussparen. Das Format *#D17*⁹⁶ von *Zeit Online* scheint genau diese Überlegung bei der Gründung im Hinterkopf gehabt zu haben: Das Portal legt mit der Rubrik *Überland* gerade Wert auf lokale Berichterstattung aus medial unterrepräsentierten Regionen.

7.3.2.2 Mehr Transparenz

Mehr Vertrauen entsteht aber nicht nur durch Distanzabbau, sondern auch durch mehr Transparenz journalistischer Arbeit. Forscher*innen der Universität Mainz haben Anfang des Jahres 2017 das Medienvertrauen in Deutschland untersucht; im Interview mit *Zeit Online* betonen sie, dass auch einfache Maßnahmen, wie die Offenlegung der Themenauswahl, der Recherche und das Sichtbarmachen journalistischer Zweifel Vertrauen schaffen können (vgl. Quiring; zit. n. Spiewak 2017).

So wäre möglicherweise dem in den PEGIDA-Kommentaren oft geäußerten Vorwurf der Steuerung der deutschen Presse durch unbekannte Kräfte oder die Politik entgegenzuwirken (s. Kap. 6.2.3.1).

Formate, die diese Hinweise beherzigen, gibt es bereits: beispielsweise das *Glashaus*-Blog⁹⁷ bei *Zeit Online* oder das 2007 mit einem Grimme Online-Award ausgezeichnete Blog der *Tagesschau*⁹⁸. Beide Blogs sollen Transparenz über die journalistische Arbeit schaffen und Einblicke in den Redaktionsalltag geben. Doch auch wenn die Auswahl einzelner Themen auf diesen Portalen begründet wird, bleibt die Frage, über welches Thema in welcher Weise berichtet wird, eine strittige Angelegenheit. Denn schließlich gibt es keine allgemeingültigen Maßstäbe,

⁹⁵ Aus diesem Jahr stammt die letzte Repräsentativbefragung Weischenbergs zur Profession der Journalist*innen in Deutschland.

⁹⁶ <http://www.zeit.de/thema/d17>

⁹⁷ <http://blog.zeit.de/ghashaus>

⁹⁸ <http://blog.tagesschau.de/uber-uns>

mit denen die gesellschaftliche Relevanz eines Themas ermittelt werden kann, sodass selbst bei der ausführlichsten Begründung Meinungsverschiedenheiten vorprogrammiert sind (vgl. Hagen 2015).

Mit einfachen Mitteln hat beispielsweise *Spiegel Online* zu mehr Transparenz bei unterschiedlichen Darstellungsformen beigetragen: Seit Mitte 2015 kennzeichnen grafische Elemente am Anfang von Texten Meinungsstücke und machen sie so leicht zu unterscheiden von reinen Berichten (vgl. Kuzmany 2015). Dieses Vorgehen entspricht einem wesentlichen Punkt der analysierten Medienkritik von PEGIDA, die auch darin bestand, dass Animositäten und Tendenzen in der Berichterstattung auszumachen sind und die reine Weitergabe von Fakten vermisst wird (s. Kap. 6.2.3.1.3). Es ist aber davon auszugehen, dass eine bessere Kennzeichnung eines Kommentars keinen Effekt hätte, denn vielmehr lässt sich eine generelle Ablehnung gegen journalistische Haltung erkennen – zumindest dann, wenn das Meinungsstück nicht der eigenen Haltung entspricht (s. Kap. 6.2.3.1.3).

Das Portal *Faktenfinder*⁹⁹ der *Tagesschau* schafft Transparenz, indem es über Arbeitsweisen von Journalist*innen aufklärt und etwa Tutorials darüber anbietet, wie gefälschte Fotos erkannt werden können oder der Ursprung von Tweets ausgemacht werden kann.

Aber nicht nur über Arbeitsweisen, Darstellungsformen und Redaktionsroutinen können Journalist*innen aufklären: Die *Sächsische Zeitung* hat sich im Juni 2016 dazu entschieden, die zu diesem Zeitpunkt gültige Richtlinie 12.1 des Pressekodex zu missachten, die vorschrieb, die Zugehörigkeit von Straftäter*innen zu ethnischen und religiösen oder anderen Minderheiten nur zu nennen, wenn diese in einem Zusammenhang mit der Straftat steht. Die Zeitung begründete diesen Schritt damit, durch Transparenz mehr Vertrauen schaffen, gleichzeitig auch Vergehen deutscher Straftäter*innen sichtbar machen und so Minderheiten schützen zu wollen (vgl. Reinhard 2016).

Dass eben diese Richtlinie des Pressekodex im März 2017 geändert wurde und dazugehörige Leitsätze formuliert wurden, die explizit Bezug auf die Ereignisse der Kölner Silvesternacht 2015/2016 nehmen, zeigt, dass gerade beim Thema Transparenz und Vertrauen aktuell viel im Umbruch ist.

7.3.2.3 Bessere Fehlerkultur

Dass das Bestreben nach Schnelligkeit zu mehr Fehlern führen kann, scheint unstrittig: Falsch wiedergegebene Namen, überspitzte und dadurch den Inhalt verzerrende Titel oder falsch interpretierte Statistiken lassen sich ohne Hektik sicher deutlich leichter vermeiden. Es fehlt allerdings seitens der Forschung ein empirischer Nachweis darüber, ob Journalist*innen mit gestiegenem Aktualitäts- und Wettbewerbsdruck und der massenhaften Verbreitung des Internets mehr Fehler machen: Studien, die die Richtigkeit von Berichten überprüfen, sind aus

⁹⁹ <http://faktenfinder.tagesschau.de>

forschungsökonomischen Gründen selten (vgl. Hagen 2015).

„Schon vor rund achtzig Jahren hat eine frühe Studie die Sorgfalt von Tageszeitungen kommunikationswissenschaftlich untersucht, indem sie die Berichterstattung auf logische Konsistenz geprüft und mit Quellen abgeglichen hat. Der Befund lautete, dass in nahezu jeder zweiten Nachricht zumindest irgend ein [sic] einfaches Faktum nicht stimmte.“ (ebd.)

Richtigstellungen seien eher kleingedruckt zu finden, im linearen Hörfunk und TV vielfach gar nicht gewährleistet und online bei oft auf mehreren Plattformen veröffentlichten Berichten schon aus technischen Gründen besonders schwierig (vgl. Molitor 2017: 14). Doch abgesehen von technischen Angelegenheiten sehen Kritiker*innen das Problem vielmehr in der Mentalität des deutschen Journalismus: Es falle Redaktionen schwer, Fehlverhalten überhaupt anzusprechen, da ein Imageverlust befürchtet werde (vgl. Weyand; zit. n. Molitor 2017: 12), weil Besserwisserei unter Journalist*innen ohnehin verbreitet sei (vgl. Schultz; zit. n. Spiewak 2017) oder weil grundlegende Existenzängste einen offenen, selbstkritischen Dialog mit dem Publikum eindämmten (vgl. Lobo 2016). Darüber hinaus mangle es selbst interner Kritik (etwa der täglichen Blattkritik oder dem Aircheck im Hörfunk) an der erforderlichen Systematik:

„Fehlen vereinbarte Bewertungskriterien, wird die Kritik als Angriff auf die Person empfunden, statt als konstruktiv entwicklungsfördernd. Da Menschen das einander häufig ersparen wollen, bleibt die Kritik an der Oberfläche und verhalten. In den meisten Redaktionen fehlt darüber hinaus eine faire Feedbackkultur.“ (Wienken; zit. n. Molitor 2017: 15)

Gesteuertes Fehlermanagement sei im deutschsprachigen Raum rar bis gar nicht vorhanden, konstatiert auch Eberwein (vgl. Eberwein; zit. n. Molitor 2017: 14) und nennt als Vorreiter Redaktionen des anglo-amerikanischen Raums: Diese pflegten im Gegensatz zu deutschsprachigen Medienhäusern eine gewachsene, offene Fehlerkultur, die sich beispielsweise in der Ernennung von Ombudsleuten niederschläge, die bei Beschwerden zwischen Rezipient*innen und Redaktion vermittelten.

Auch in Deutschland scheint es in erster Linie dem Publikum geschuldet zu sein, dass eine ernsthafte Debatte um journalistische Fehlerkultur begonnen hat (vgl. Molitor 2017: 11). Als Ursache, bzw. Verstärker dieser Entwicklung wird einmal mehr das Netz identifiziert (vgl. Hagen 2015; Molitor 2017: 11), das für Rezipient*innen neben professionell journalistischen, weitere Quellen zur Überprüfung von Fakten bietet und gleichzeitig als Kanal für die eigene Kritik dient. Doch auch analog scheint inhaltliche Korrektheit dem Publikum wichtig zu sein: Beim Presserat eingegangene Beschwerden von Leser*innen betrafen 2016 – wie auch in den Vorjahren – in den meisten Fällen die journalistische Sorgfalt (vgl. Deutscher Presserat 2017: 16). Diese Beschwerden führen jedoch häufig nicht zu Konsequenzen: Die meisten Rügen des Presserats betrafen 2016 vor allem verletzte Persönlichkeitsrechte und Opferschutz oder auch die unzureichende Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt.

Die in der OBS-Studie beschriebene Kehrtwende in der Berichterstattung über Geflüchtete hat sich allerdings auch in der Fehlerkultur der klassischen Medien bemerkbar gemacht, die offener wurde. Zu beobachten war dies beispielsweise bei dem stellvertretenden Chefredakteur des ZDF, Theveßen. Er ließ am 6. Januar über das Profil der Sendung *Heute* per Facebook deutlich und selbstkritisch verbreiten, dass es ein Fehler gewesen sei, erst spät über die Ereignisse der Kölner Silvesternacht in den *Heute*-Nachrichten zu berichten (vgl. Theveßen; zit. n. ZDF heute 2016).

Auch Moderator Kleber gestand öffentlich, dass es fahrlässig gewesen sei, Zweifler*innen der Flüchtlingspolitik der Regierung in einer Moderation Ende des Jahres 2015 als Neonazis zu verunglimpfen (vgl. Meedia 2016).

Ebenso räumte Chefredakteur di Lorenzo in seiner *Dresdner Rede* ein, mit Titeln in seiner Wochenzeitung *Die Zeit* wie „Freunde gesucht. Die Flüchtlinge sind ein Glück für Deutschland“ zu suggerieren, in der Flüchtlingspolitik „mit Kanzlerin und Regierung in ein Horn [zu] blasen“ (di Lorenzo 2016).

Fehlerhafte Einschätzungen und Faktenfehler schnell, öffentlich, auf vielen einfach zugänglichen Kanälen und unverblümt zuzugeben und aus ihnen zu lernen, könnte dazu beitragen, das Vertrauensverhältnis zwischen Medien und ihrem Publikum zu stärken und es weniger zugänglich für alternative Medien und Verschwörungstheorien zu machen, aus denen sich immerhin rund 20 Prozent der negativen Medienkritik in den vorliegenden Untersuchungen speiste.

Möglicherweise ist das allerdings zu optimistisch gedacht und eine bessere Fehlerkultur hätte keine großen Auswirkungen auf die Einstellungen der Rezipient*innen: Es gibt empirisch belegbare Medieneffekte, die besagen, dass Aufklärungs-Kampagnen zum Teil nicht intendierte Nebenwirkungen haben können. So könnte die Intention zu überzeugen und aufzuklären gerade bei Menschen mit verinnerlichten Gruppennormen und -meinungen zum Gegenteil, also einem sogenannten „Boomerang-Effekt“ (Jakob/Hueß 2016: 54) führen. Eine Aufklärung über mediale Fehleinschätzungen somit möglicherweise zu einem verstärkten Verhaften in Verschwörungstheorien.

7.3.2.4 Sorgfältiges Arbeiten

Di Lorenzo machte in seiner *Dresdner Rede* zum Stand des deutschen Journalismus deutlich, wo seiner Meinung nach Versäumnisse in der Berichterstattung in der jüngsten Vergangenheit lagen: Im Wettkampf um die Gunst des Publikums, Klickzahlen, Einschaltquoten und Abonnements hätten Medien zu sehr auf Boulevardisierung und Skandalisierung gesetzt. Dies sei ein Trend gewesen, der sich sogar bis in die seriösen Medien fortgesetzt habe. Diese Entwicklung begünstige das Denken in Gut und Böse, eine unzulässige Vereinfachung der Welt, die Hysterie hervorrufe. Diese führe ebenfalls dazu, dass das Publikum Wichtiges von Unwichtigem nicht mehr unterscheiden könne und fälschlicherweise annehme, dass alles schlecht und ruinös sei.

Doch diese Haltung sei kontraproduktiv für die Bindung an Medienhäuser – Leser*innen und Nutzer*innen wendeten sich mit dieser Einstellung eher von Medien ab (vgl. di Lorenzo 2016).

Die Forschung spricht davon, dass sowohl die massenhafte Verbreitung des Internets als auch die Etablierung des Fernsehens als Massenmedium eine Boulevardisierung deutscher Medien befördert haben: Internet und TV haben in ihrer Orientierungsfunktion für andere Mediengattungen offenbar auch deren Angebot verflachen lassen – etwa durch stärkere Emotionalisierung (vgl. Hagen 2015; Weichert; zit. n. Kraske 2017: 38f.). Emotionalisierung zählt Leidenberger (2015) zu einem von acht Merkmalen von Boulevardisierung, die er basierend auf vorangegangenen, akademischen Definitionen wie folgt zusammenfasst: Entpolitisierung, Personalisierung, Negativismus, Emotionalisierung, Sensationalismus, Skandalisierung, Verlust der Tiefe, Dynamisierung/Visualisierung (vgl. 91). In einer detaillierten Inhaltsanalyse deutscher und französischer TV-Nachrichtensendungen aus den Jahren 1992, 2001 und 2010 kommt er allerdings zu dem Ergebnis, dass von einer voranschreitenden Boulevardisierung in den untersuchten Formaten keine Rede sein kann:

„Die Inhaltsanalyse der Abendnachrichten in beiden Ländern und die Experteninterviews mit den deutschen und französischen Nachrichtenredakteuren deuten nun darauf hin, dass sich die für Ende der 1990er Jahre konstatierten Boulevardisierungstendenzen von Donsbach und Büttner (2005) zumindest in deutschen Fernsehnachrichten deutlich abgeschwächt haben und in einigen Punkten rückläufig sind. Dies gilt in besonderem Maße für die Politikberichterstattung, die im Zeitverlauf an Bedeutung und Raum hinzugewonnen hat. Gerade die Privatsender haben zu dieser Entwicklung maßgeblich beigetragen, denen in der Vergangenheit häufig eine besonders starke 'Entpolitisierung' ihrer Fernsehnachrichten vorgeworfen wurde.“ (ebd.: 291)

Leidenberger stellt darüber hinaus allerdings fest, dass es einen Zuwachs hinsichtlich des Merkmals der Emotionalisierung gegeben habe; genauso wie bei der Anzahl von Beiträgen mit „narrativen Strukturen“, die also einer starken Dramaturgie, etwa einem Spannungsbogen, folgten (vgl. ebd.: 287).

Gerade durch das Internet sehen Mainzer Wissenschaftler*innen, die jüngst das Medienvertrauen in Deutschland untersucht haben, dass Medien unter Druck geraten, vorschnell zu berichten, um dem Publikum als Erstes Neuigkeiten bieten zu können. Dieses Verhalten könne dem Vertrauen abträglich sein. Die Forscher*innen empfehlen weniger schnelle Reaktionen (vgl. Quiring; zit. n. Spiewak 2017).

Schweiger (2017) empfiehlt darüber hinaus eine verbesserte Ausbildung von Journalist*innen: Er begründet dies damit, dass sogar *Die Zeit* als Qualitätsmedium ungeprüft und unwidersprochen falsche Fakten aus dem Mund von Frauke Petry weiter verbreitet habe (vgl. 195).

Insgesamt wird also von wissenschaftlicher und journalistischer Seite darauf gebaut, mehr Vertrauen durch mehr journalistische Sorgfalt zu erreichen. In der Medienkritik von PEGIDA sind keine Hinweise auf Forderungen dieser Art zu finden, sodass fraglich ist, ob derartige

Änderungen im Redaktionsalltag tatsächlich den gewünschten Effekt von mehr Vertrauen in Medienangebote hätten.

7.3.3 Journalistisches Rollenverständnis klären

Was allerdings durch die Art der analysierten PEGIDA-Kritik deutlich wird, ist, dass eine Diskussion um das Rollenverständnis von Journalist*innen nötig scheint. Medien werden in den analysierten Kommentaren oft für eine Tendenzberichterstattung gerügt und dafür, in der Berichterstattung Position gegen die PEGIDA-Bewegung eingenommen zu haben (s. Kap. 6.2.3.1.2).

Dies sind Kritikpunkte, die vornehmlich den Grad der Haltung im Journalismus betreffen und damit das journalistische Selbstverständnis. Wie in Kapitel 6.2.4.3 beschrieben, zeigt dies, an welcher Stelle die PEGIDA-Medienkritik systemtheoretisch einzuordnen ist: Die Kommentierenden fühlten sich offenbar vielfach nicht (mehr) durch die Medien repräsentiert.

Bei der Frage nach der Rolle von Journalist*innen, sieht auch di Lorenzo Redebedarf: Die Frage nach Meinung und Haltung in der Berichterstattung ist für ihn von zentraler Bedeutung (vgl. di Lorenzo 2016).

Die Bewertung von Fakten – nicht das Faktum an sich – scheint im Informationszeitalter für den Journalismus eine Schlüsselrolle zu spielen; auch dadurch, dass Journalist*innen ihr Monopol als Gatekeeper verloren haben und eine Unmenge an Ansichten und Einordnungen durch die massenhafte Verbreitung des Internets und seiner partizipativen Strukturen verfügbar ist (s. Kap. 2.3.1).

Einen Anstieg an Meinung¹⁰⁰ in der deutschen Berichterstattung bewerten Donsbach und Hagen als negativ für die Qualität des Journalismus (vgl. Donsbach 2011: 126; Hagen 2015).¹⁰¹ Auch der ehemalige Chefredakteur der Bild-Zeitung, Tiedje, teilt diese Einstellung. Er urteilte beispielsweise über die US-Wahlnacht im öffentlich-rechtlichen Fernsehen: „Diese offenkundige Total-Entgeisterung von öffentlich-rechtlichen Haltungsjournalisten fand ich unglaublich. Anstatt zu informieren, wurden wir von ihnen mit Emotionen belästigt.“ (Tiedje; zit. n. Lesko 2017); eine Einschätzung, die auch in den analysierten Kommentaren häufig anzutreffen war: Journalist*innen sollten sich auf das Verbreiten von Fakten konzentrieren und das Publikum nicht mit einer dazu gelieferten Einordnung behelligen (s. Kap. 6.2.3.1.3).

Dass Meinungsbildung ein Auslaufmodell journalistischen Schaffens sei, prognostiziert Zukunftsforscher, Wirtschafts- und Politikprofessor Al-Ani in einem Gastbeitrag bei *Zeit Online*. Gerade durch den Anstieg der Laienkommunikation durch das Internet (s. Kap. 2.3.1) sieht er die

¹⁰⁰ Mangels trennscharfer Abgrenzung der Begriffe „Bewertung“, „Haltung“ und „Meinung“ in der Fachliteratur (vgl. Donsbach 2011; Hagen 2015; Kraske 2017), nutzen auch die Autorinnen der vorliegenden Arbeit diese Begriffe synonym.

¹⁰¹ Hierbei bezieht sich Donsbach allerdings konkret auf Studien über Nachrichten-Angebote, für die in dieser Hinsicht gegenüber anderen Darstellungsformen besonders strenge Kriterien gelten dürften.

Aufgabe von Journalist*innen eher darin, den Nutzer*innen „die Grundlagen für ihre Entscheidungen zu liefern – und zwar in einer fast schon wissenschaftlichen Art und Weise“ (Al-Ani 2016). Sich daraus eine Meinung zu bilden, sei Aufgabe der Nutzer*innen.

Aber kann eine Grundlagenlieferung ohne (Be-)Wertung, ohne Meinung funktionieren? Und wann genau ist bei der Bewertung, die implizit schon bei der Auswahl von Themen stattfindet, die Grenze zum Haltungsjournalismus, zur Gefühlsduselei, um in Tiedjes Perspektive zu sprechen, überschritten? Diese Fragen sind Teil brancheninterner Diskussionen. Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk forderte beispielsweise ein offener Brief gerade in sogenannten postfaktischen Zeiten gegenüber offensichtlichen Fake-News, Hassbotschaften und anti-demokratischen Stimmen entschiedene Haltung zu beziehen (vgl. Döschner/Eurich/Hufnagel-Mertens et al. 2017). Der Brief zitiert den ehemaligen Bundestagspräsidenten Thierse mit den Worten, dass der Satz von Hans Joachim Friedrichs, wonach Journalist*innen sich nicht gemein mit einer Sache machen sollen, auch nicht mit einer guten, selten so falsch gewesen sei wie heute (vgl. Thierse; zit. n. Döschner/Eurich/Hufnagel-Mertens et al. 2017).

Auch Kraske (2017) fordert eine deutliche Haltung und Meinung in der Berichterstattung:

„Einen [...] analytischen Mehrwert zu liefern, könnte wichtiges Alleinstellungsmerkmal in den schnellen und digital aufgeheizten Debatten werden. [...] Meinung, die sich auf Expertise und exklusive Rechercheergebnisse stützen kann, findet auch im rauschenden Aufmerksamkeitsstrom Beachtung. Auffällig ist, wie wenig Diskursraum die journalistischen Medien für hintergründige Analysen und gesellschaftliche Debatten geschaffen haben, obwohl sich die Sendeplätze durch das Internet vervielfacht haben.“ (40f.)

Er plädiert dafür, den Rezipient*innen durch kritischen Journalismus mit Haltung ein Deutungsangebot zu liefern. Dahinter zurückzutreten, werde dem Journalismus langfristig schaden und ihn in die Bedeutungslosigkeit verdrängen (vgl. ebd.: 43).

Diskussionen über das journalistische Rollenbild und Veränderungen in der Selbstwahrnehmung von Journalist*innen sind nicht neu: Weischenberg, Malik und Scholl (2006) haben bereits von 1993 bis 2005 einen grundlegenden Wandel im Selbstbild von Journalist*innen festgestellt. Dieses hätten sich von einer aktiveren Berufsauslegung als kritische, anwaltschaftliche Journalist*innen und Watchdogs hin zu einer passiveren Auslegung als neutrale Informationsvermittler*innen verändert (vgl. 106f.). Die Forscher*innen resümieren, dass „das Rollenselbstverständnis des neutralen Vermittlers [...] eindeutig im Zentrum der Selbstbeschreibung von Zielen deutscher Journalisten“ (ebd.: 118) stehe. Die Kritik, die in manchen Äußerungen auf der FB-Seite von PEGIDA Dresden mitschwingt, wonach Journalist*innen ihr Publikum aktiv beeinflussen möchten, lässt sich zumindest durch die Ergebnisse von Weischenberg, Malik und Scholl nicht belegen.

Auch wenn sie es beabsichtigen: Neutralität in ihrer Arbeit maßen sich die wenigsten von Weischenberg, Malik und Scholl befragten Journalist*innen an. Nur zwei Drittel glaubten daran,

dass es ihnen gelingt, die Realität abbilden zu können, wie sie ist (vgl. ebd.: 104f.).

Leider liegt die letzte Untersuchung der Forscher*innen zu diesem Thema schon einige Zeit zurück. Es wäre spannend, zu erforschen, ob die durch die Berichterstattung über PEGIDA ausgelösten Diskussionen über das journalistische Rollenverständnis andere Ergebnisse als bei den Befragungen aus dem Jahr 2005 hervorbringen würden. So könnte auch überprüft werden, ob der in den analysierten Kommentaren hervorgebrachte Vorwurf der Tendenzberichterstattung möglicherweise berechtigt war und Journalist*innen eine einseitige Meinung als Intention und Teil ihrer journalistischen Haltung beschreiben würden.

Die *Sächsische Zeitung* hat sich im Umgang mit PEGIDA bereits ein angepasstes Selbstverständnis auferlegt: Journalist*innen dürften Gegenproteste zwar durchaus mit Sympathie begegnen, diese aber nicht mitorganisieren (vgl. Löbbers 2016; zit. n. Kraske 2016: 23). Inwieweit Aktivist*innentum und ein klares Bekenntnis gegen Hass und Menschenfeindlichkeit auseinander liegen, bzw. wie journalistisch mit klarer Haltung gearbeitet werden kann, ohne aktivistisch zu arbeiten, dürfte eine Schwierigkeit sein, für die Redaktionen im Alltag klare Definitionen finden müssen.

Teil eines zeitgemäßen journalistischen Selbstverständnisses sollte auch sein, sich die Kritik aus der OBS-Studie zu Herzen zu nehmen (s. Kap. 7.2) und der Sichtweise von Betroffenen und Bürger*innen mehr Platz einzuräumen und diesen somit mehr Relevanz in der Berichterstattung einzugestehen. Denn, so kritisiert auch Döpfner, der Präsident des *Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger* (BDZV), den heutigen Journalismus in Deutschland: „Der eigentliche Empfänger ist nicht mehr der normale, intelligente, aufgeschlossene, aber nur bedingt informierte Leser, sondern die Kollegen, Politiker, Künstler oder Wirtschaftsführer“ (Döpfner; zit. n. Zeit Online 2017). Das Problem, dass Journalist*innen sich nicht mehr an ihrem Publikum, sondern lieber an Kolleg*innen orientieren, sieht auch Hagen und bezeichnet diese Eigenschaft mit dem inzwischen geflügelten Begriff des Rudeljournalismus (vgl. 2015). Dabei entstehe eine besorgniserregende Gleichförmigkeit in der Berichterstattung und der Gedanke, Medienhäuser würden sich womöglich sogar absprechen (vgl. di Lorenzo 2016). Haller (2017) betont, dass Journalist*innen deshalb „nicht als Verlautbarer, auch nicht als Geschichtenerzähler und Meinungsverkünder, vielmehr als informierender Aufklärer, als Kurator und Moderator des gesellschaftlichen Diskurses auftreten“ (6; zit. n. Leif 2015) sollten.

Vorbildlich darf in dieser Hinsicht das Vorgehen der *New York Times* gelten: Die Kolumne von Ombudsmann Brisbane in der *New York Times* hatte 2012 eine öffentliche Debatte mit Leser*innen über Aufgaben und Ideale von Journalist*innen entfacht (vgl. Meier 2017). Wissenschaftler*innen untersuchten die darauf folgenden Kommentare von Leser*innen und prüften, inwieweit diese Vorstellungen mit klassischen Standards journalistischer Arbeit korrespondierten. Als Grundlage diente ihnen nicht nur das Feedback der *New York Times*-Leser*innen, sondern auch das, welches auf Online-Artikel der Ombudspersonen des National

Public Radio (NPR) und der Washington Post folgte. Insgesamt kamen so von Januar 2011 bis Dezember 2012 rund 30.000 Kommentare zusammen (vgl. Craft/Vos/Wolfgang 2016: 682). Was nach einer erfolgreichen Rückkopplung zum eigenen Publikum mit einem produktiven Austausch über journalistische Rollenbilder mittels einer Person mit direktem Kontakt zum Redaktionsbetrieb klingt, scheint die *New York Times* allerdings nicht als wünschenswert eingestuft zu haben: Im Juni 2017 hat die Zeitung den Posten der Ombudsperson abgeschafft (vgl. edp medien 2017).

Um auf PEGIDA zurückzukommen: Generell sollten Medien beim Definieren eines journalistischen Rollenbildes auch auf Impulse aus dem Publikum eingehen. Andererseits sollte diesem möglicherweise im Falle von PEGIDA nicht allzu viel Gewicht beigemessen werden. Denn blickt man genauer auf die Vorstellungen der Kommentierenden, zeigt sich ein Widerspruch:

Einerseits werfen sie (vornehmlich klassischen) Medien Tendenzberichterstattung (s. Kap. 6.2.3.1) und Parteinahme vor (s. Kap. 6.2.3.1.2), andererseits loben sie gerade alternative Medien, die per definitionem und Selbstbeschreibung nicht ausgewogen berichten (s. Kap. 6.2.2).¹⁰²

Hier lässt sich eine Analogie zum in Kapitel 6.1.2.1 beschriebenen paradoxen Umgang mit Medien herstellen. Es liegt der Schluss nahe, dass Kritik häufig opportunistisch geäußert wird; nach dem Motto: Solange Medien die eigene Meinung stützen, erfüllen sie ihre Aufgabe und Journalist*innen ihre Rollen, nehmen sie andere Positionen ein, wird ihnen die Nichterfüllung ihrer Aufgaben vorgeworfen.

Genauere Reflexionen oder Argumentationsstrukturen über das journalistische Rollenverständnis waren in den analysierten Kommentaren leider nicht zu erkennen: Gelobt wurden zwar auch explizit einige wenige Journalist*innen – jedoch mit überwiegend pauschaler Begründung (s. Kap. 6.2.2.1).

7.3.4 Mehr Pluralität im Redaktionsbetrieb

Weischenberg und seine Kolleg*innen haben die politische Selbstverortung von Journalist*innen in Deutschland erhoben und dabei herausgefunden, dass sich diese im Durchschnitt „links der Mitte“ (Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 70) einordnen (vgl. auch Schulz 2011: 100f.). Auf einer Skala von 1 (politisch links) bis 100 (politisch rechts) kamen die Befragten im Durchschnitt auf den Wert 38 (vgl. ebd.: 70f.). Auch Schultz verortet Journalist*innen in einem „bestimmten akademischen Milieu, oft linksliberaler Prägung“ (zit. n. Spiewak 2017).

Von ihrem Publikum glaubten 2005 die meisten Befragten, dass dieses sich eher in der politischen Mitte befindet (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 160). Die politisch links

¹⁰² Als Einschränkung der Analyseergebnisse muss hier wie beschrieben die geringe Fallzahl der positiven Kritik im Blick behalten werden.

verzerrte Sichtweise der Journalist*innen wirke sich, so Schulz (2011), auch auf ihre Berichterstattung aus (vgl. 102-105).

Administrator*innen der unterschiedlichen PEGIDA-FB-Präsenzen haben genau daran Kritik geübt. So wurde beispielsweise auf den Seiten von PEGIDA Kassel und PEGIDA Hamburg die Existenz einer medialen und gesellschaftlichen Schweigespirale¹⁰³ angeprangert (vgl. PEGIDA Kassel 2016 und PEGIDA Hamburg 2015). PEGIDA wurde in den Kommentaren als die Institution beschrieben, die diese durchbreche. Die Studie der OBS kann die Existenz gewisser Schweigespiralen-Effekte in der Berichterstattung über Geflüchtete in Deutschland bestätigen. Sie spricht von einem journalistischen Narrativ zur Willkommenskultur, welches bis zu den Vorfällen in der Kölner Silvesternacht 2015/2016 dominant festzustellen gewesen sei – dadurch sei eine herrschende Meinung entstanden, die „diejenigen, die anderer Auffassung waren, moralisch ins Unrecht“ (Haller 2017: 144) gesetzt habe. Allerdings hätte die so diskreditierte Teilöffentlichkeit nicht gemäß der Theorie der Schweigespirale geschwiegen, sondern sei in Blogs, Foren und andere Echokammern des Internets ausgewichen (vgl. ebd.: 145).

Dass Journalist*innen ein solch positives Narrativ der Willkommenskultur geprägt haben und sich generell politisch eher links einordnen, könnte auch mit ihrer gesellschaftlichen Funktion (s. Kap. 2.1.2) zusammenhängen:

„Mit dem Bekenntnis zur Wächter-Funktion – der watchdog role, wie es im Angelsächsischen heißt – haben die Journalisten eine öffentliche Aufgabe der Massenmedien internalisiert, die als Kritik- und Kontrollfunktion umschrieben wird. Und diese Verpflichtung zur Kritik und Kontrolle von politischer Macht sowie das Bemühen um einen investigativen Journalismus, der politische Missstände und soziale Ungerechtigkeiten aufdeckt, hat naturgemäß eine größere Nähe zu ideologisch links-liberalen als zu konservativen Positionen.“ (Schulz 2011: 102; Herv. i. O.)

Oder in Lobos Worten:

„Tatsächlich finden sich in sämtlichen relevanten Redaktionen der großen Medien (fast) ausschließlich Leute, die sich tendenziell als Demokraten verstehen (oder die zumindest in der Öffentlichkeit so auftreten). Und die vor allem schon durch ihre Funktion den Wert des Pluralismus schätzen.“ (2016)

Lobo prangert besonders auf der Führungsebene eine mangelnde personelle Vielfalt in den großen deutschen Redaktionen an (vgl. 2016). Eine Vielfalt bei den Macher*innen könnte auch die Vielfalt der journalistischen Perspektiven erweitern.

Hagen (2016) merkt an, dass gerade Akteur*innen und Meinungen aus dem rechtsradikalen Spektrum in den deutschen Nachrichten „stark unterrepräsentiert“ (212) sind. Brinckmeier (2012) unterstützt diese These und vermutet, dass jene Akteur*innen nicht berücksichtigt werden, da sie im Funktionssystem Öffentlichkeit als Gefahr für die gesellschaftliche Stabilität gelten (vgl. 219). Brinckmeier verweist auf Arbeiten, aus denen hervorgeht, dass die Mehrheit der Journalist*innen

¹⁰³ Zum Phänomen der Schweigespirale s. Kap. 2.3.2.

in Deutschland es als ihre Aufgabe sieht, Rechtsextremismus zu bekämpfen und ein „Anti-Klima gegen Rechts“ (ebd.: 231) zu schaffen. Kraske (2017) spitzt zu: „Der Journalismus [...] hat für die liberale Demokratie einzutreten. Und das nicht nur, aber auch, weil die seine Existenzgrundlage ist.“ (39). Hagen (2016) kritisiert, dass auf diese Weise rechte Positionen „quasi aus dem Medienmainstream verbannt“ (212) worden sind.

Sollten Redaktionen deshalb gezielt Personen beschäftigen, die rechte Positionen vertreten, um eine Vielfalt der Meinungen zu schaffen? Bis jetzt werde bei Neubeschäftigungen weitgehend auf Homogenität statt Heterogenität Wert gelegt, so Di Lorenzo (2016): „Wenn Redaktionen neue Leute einstellen, nehmen sie jemanden, der 'zu uns passt'.“ Wenn auch nicht explizit in den analysierten Kommentaren ausgedrückt, könnte die Vorstellung, gezielt rechte Positionen in den Redaktionsalltag einzubringen, einigen PEGIDA-Anhänger*innen gefallen – so könnten diese den Medien zumindest keine Tendenzberichterstattung aufgrund der personellen Besetzung mehr vorwerfen.

Di Lorenzo scheint die gezielte Einstellung nach Gesinnung nicht in Erwägung zu ziehen. Stattdessen fordert er, die ohnehin schon vorhandene Unterschiedlichkeit der Meinungen auch in der Berichterstattung ersichtlich zu machen (vgl. 2016).

Lobo bezweifelt, dass eine allgemeine Verbesserung der Vielfalt in Redaktionen im Sinne von PEGIDA ist: „Wenige Frauen in Führungspositionen, kaum Personen mit Migrationshintergrund, wenige behinderte Menschen. Das entspricht zwar ziemlich sicher nicht der Hauptkritik des durchschnittlichen Lügenpressers. Aber Homogenität ist ein Rezept für Eindimensionalität mit Gelinggarantie.“ (2016)

Einigkeit scheint in der Branche darüber zu bestehen, dass der Journalismus in Deutschland mehr Vielfalt benötigt. Dies hat auch *Spiegel Online*-Chefin Hans unlängst in einer Titelgeschichte des *Journalist* gefordert und betont: „Mittelalte weiße Männer, gutverdienende Akademiker definieren und prägen die journalistische Realität und damit unsere Weltsicht.“ (Hans 2017: 21). Zu viel Homogenität gibt es ihrer Ansicht nach bei der redaktionellen Besetzung also folglich nicht nur bei der politischen Einstellung: Gender-Diversität, Kolleg*innen mit Migrationshintergrund, Mitarbeiter*innen, die im bildungsfernen Milieu sozialisiert sind – all dies vermisst Hans in Redaktionen. Die Diskussion über mehr Vielfalt bei politischen Einstellungen unter Journalist*innen ist damit nur eine von vielen Forderungen an journalistische Diversität, die im Kontext mit PEGIDA deutlicher zutage tritt als andere Fragen der Gleichberechtigung.

Betrachtet man die Zahl der Betroffenen, kommt man schnell zu dem Ergebnis, dass in anderen Bereichen dringender Diversität geschaffen werden sollte – beispielsweise im Bereich der Geschlechtergleichheit, von der theoretisch zumindest 50 Prozent der Bevölkerung betroffen sind. Möglicherweise würden die politischen Grundeinstellungen in Redaktionen auch diverser, wenn man an den Stellschrauben der Diversität in den Bereichen Bildung, Migrationshintergrund

und Stadt-Land-Sozialisation dreht.

7.3.5 Mehr Medienbildung

Gerade die negative Medienkritik erfolgte in den analysierten Kommentaren überwiegend undifferenziert und ohne Bezug auf einzelne Journalist*innen oder Beiträge (s. Kap. 6.2.1 und 6.2.1.1).

Eine zentrale Erkenntnis der vorliegenden Analyse bestand außerdem darin, dass Kommentierende eine *paradoxe Mediennutzung* an den Tag legen: Einerseits traf ihre negative Medienkritik hauptsächlich klassische Medien, andererseits waren diese auch am häufigsten genannt und verlinkt, was für deren vermehrte Nutzung stehen könnte (s. Kap. 6.1.2.1). Hurtz, Journalist der SZ, für die er sich mit Fake-Profilen bei FB Zugang zu politisch rechten und linken Filterblasen verschaffte, kam bei seiner Recherche zu ähnlichen Ergebnissen: Seinen Erfahrungen nach nutzten die Kommentierenden online Inhalte, die der eigenen Argumentation dienten – unabhängig von der Quelle (vgl. Milatz 2017: 54). Quellenkritik oder die fundierte Bewertung journalistischer Arbeit jenseits des negativen „Lügenpresse“-Frames scheinen vielen der Kommentierenden fremd zu sein.

Die vielfach geäußerte Pauschalkritik an der „Lügenpresse“ lässt durchblicken, dass kaum ein Bewusstsein darüber vorhanden ist, dass die Bevölkerung sich durch mangelndes Medienvertrauen und pauschale Diffamierung der Presse als vierte Gewalt selbst eines demokratiethoretisch wichtigen Einfluss- und Kontrollinstruments, beraubt. Folglich müsste es vermehrt eine Vermittlung darüber geben, welche Aufgaben Journalist*innen in einer Demokratie idealtypisch erfüllen. Es müssten dem Publikum Bewertungskriterien an die Hand gegeben werden, mit denen es fundiert abwägen kann, warum und wie Journalist*innen ihre Aufgaben erfüllen. Ziel kann dabei nicht sein, dass diese dann in der Gesellschaft positiver wahrgenommen werden, sondern, eine Vorstellung darüber zu vermitteln, was Medienpublikationen und die Menschen, die dahinter stecken, leisten können – und was nicht.

Dazu gehört auch die Vermittlung der erkenntnistheoretischen Problematik, dass es keine vollkommene Objektivität gibt. Eine Beobachtung ohne Beobachter ist nicht möglich, Journalist*innen können also immer nur von ihnen geprägte Abbilder der Welt vermitteln, die sich bestenfalls möglichst genau den Ereignissen annähern (vgl. Weischenberg 2014: 63). Durch das Einbinden unterschiedlicher Perspektiven kann der Problematik entgegengewirkt werden. Die ausgeprägte negative Kritik an zu viel Haltung und Bewertung in der Berichterstattung (s. Kap. 6.2.3.1.3), lässt mutmaßen, dass die Kommentierenden möglicherweise davon ausgehen, die persönliche Sozialisation und Geschichte Medienschaffender könnten beim Berichten vollständig ausgeblendet werden.

Aufklärung darüber, wie beispielsweise die Themenauswahl und die Wahl der Gesprächspartner*innen im Redaktionsalltag getroffen werden, können einerseits Medienhäuser

selbst schaffen und dafür auch die bereits geforderte Transparenz in ihrer Arbeit erhöhen (s. Kap. 7.3.2.2). Andererseits scheint es notwendig, die Medienbildung an einer anderen Stelle anzusiedeln; einer Institution, bei der es nicht auf Freiwilligkeit der Rezipient*innen ankommt, um mit Informationen in Berührung zu kommen. Sinnvoll wäre es, die Schule als Ort für die Vermittlung von mehr Medienkompetenz unabhängig von Bildungsschicht, Interesse an Nachrichtennutzung und Beruf zu machen. Medienbildung sollte nicht nach Belieben Teil eines Unterrichtsplans sein, sondern fester Bestandteil, um die Öffentlichkeit zu verstehen und mündig an der Demokratie teilnehmen zu können.

Auch Schweiger (2017) sieht die Bildungspolitik gefordert. Er betont, dass Schüler*innen nicht nur über das bundesdeutsche Mediensystem unterrichtet, sondern auch die damit eng verknüpfte digitale Kompetenz gesteigert werden sollte, also beispielsweise der Umgang mit personalisierten Nachrichten-Aggregatoren wie Facebook und Google. So solle ihnen die Existenz und Bedeutung von Filterblasen und Echokammern verdeutlicht und ein Bewusstsein darüber geschaffen werden, dass das alleinige Konsumieren von Nachrichten über solche Aggregatoren unzureichend ist und möglicherweise ein verzerrtes Weltbild zur Folge hat.

Da Schweiger bezweifelt, dass Lehrer*innen diese Aufgabe übernehmen können und wollen, schlägt er externe Trainer*innen vor, die diese Aufgaben ausüben und bestenfalls soziale Medien aus ihrem Alltag kennen und nutzen. Bei diesen Schulungen könnten gleichzeitig weitere Medienkompetenzen wie Recherche-Fähigkeiten im Internet und der Umgang mit privaten Daten im Netz verbessert werden (vgl. 190).

Externe Lehrende einzustellen, birgt allerdings die Gefahr, bestimmten Interessenvertreter*innen in der Schule einen Platz einzuräumen. Eine Beeinflussung der Schüler*innen hinsichtlich eines Internet-Unternehmens oder Mediums wäre äußerst problematisch. Auch scheint das Argument Schweigers, Lehrer*innen würden die neue Aufgabe der Medienkompetenz-Vermittlung nicht übernehmen wollen, hinfällig. Auch das System der schulisch vermittelten Bildung muss sich neuen Herausforderungen stellen und zeitgemäß anpassen – der Wille einzelner Lehrer*innen kann dabei keine Rolle spielen.

Wichtig ist, dass Lehrer*innen von ihrer Landesbehörde gut geschult werden. Hierbei könnten die Landesanstalten für Medien (LfM) eine Rolle spielen. Die LfM NRW hat mit dem Schul-Kooperationsprojekt *Mediencouts* bereits einen Schritt in diese Richtung getan: Mit dem Programm sollen geschulte Schüler*innen als Ansprechpartner*innen ihrer Mitschüler*innen in den Bereichen Cyber-Mobbing, Gewaltvideos und Urheberrecht im Internet fungieren (vgl. *Mediencouts* o. Jg.). Allerdings fehlen in dieser Auslegung der Medienkompetenz die im Hinblick auf die Analyseergebnisse der vorliegenden Arbeit wichtigen Aspekte der Aufklärung über die Funktionen der klassischen Medien, der Arbeitsweisen von Journalist*innen und das Wissen über interessengesteuerte alternative Medien. Diese könnten ergänzt und so für ein breites Medienwissen bei Schüler*innen gesorgt werden.

Dass gerade letztere Informationen essenziell für das Medienvertrauen der Bevölkerung sind, legen die neusten Ergebnisse einer Langzeitstudie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz nahe: Je mehr Fragen über Medienwissen Studienteilnehmer*innen richtig beantwortet hätten, desto höher sei ihr Medienvertrauen tendenziell, so die Studie (vgl. Schemer et. al. 2018: 10).

Dass Bildung und Aufklärung über Medien fehlen, zeigen die jüngst erhobenen Zahlen: Immerhin je 11 Prozent der Befragten glaubten fälschlicherweise, so die Studie, dass der Staat in Deutschland prüfe, ob jemand Journalist*in werden kann und dass Journalist*innen jeden Beitrag, den sie veröffentlichen wollen, vorher von Behörden prüfen lassen müssten (vgl. ebd.: 9).

Neben der Schule als Ort für verpflichtende Medienbildung Heranwachsender gibt es allerdings auch andere Konzepte: Die *Reporterfabrik*¹⁰⁴ setzt beispielsweise auf die freiwillige Selbstbefähigung Erwachsener. Nach eigenen Angaben will die von den Journalisten Schnibben und Schraven gegründete Journalistenschule eine Bildungsplattform sein, die in Online-Kursen, Workshops und anderen Angeboten, Journalismus und Medienkompetenz trainiert. Die Gründer sehen die demokratische Gesellschaft durch Desinformationen in Gefahr und möchten durch ihre Tätigkeit eine funktionierende Öffentlichkeit schaffen. Die Weiterbildungsmöglichkeiten richten sich sowohl an Nicht-Journalist*innen als auch Journalist*innen. Wie genau die Institution gerade diejenigen erreichen möchte, die Medien pauschal als „Lügenpresse“ und schlimmer bezeichnen, dafür hat die *Reporterfabrik* allerdings (bisher) keine Lösungskonzepte¹⁰⁵.

Tutorials zur Verbesserung der eigenen Medien- und Quellenkompetenz bietet unter anderem auch das bereits beschriebene Portal *Faktenfinder der Tagesschau* an. Hier¹⁰⁶ können Nutzer*innen beispielsweise lernen, wie man Fake News oder Social Bots enttarnt.

Schweiger (2017) hofft, dass durch solche Angebote die Qualität von Online-Diskussionen erhöht und eine verzerrte Meinungsklimawahrnehmung korrigiert werden könnte (vgl. 193f.).

7.3.6 Staatliche und institutionelle Intervention

Auch eine bessere Medienbildung wird nicht vollständig verhindern, dass Menschen dem Einfluss nicht-journalistischer, alternativer Medien ausgesetzt sind, die ungehemmt gegen unterschiedliche Minderheiten hetzen. Sie wird auch nicht vollständig vermeiden können, dass sich – wie in den analysierten PEGIDA-Kommentaren – Echokammern bilden, in denen wie im vorliegenden Beispiel widerspruchlos Narrative über klassische Medien verbreitet werden, die dem verschwörungstheoretischen Spektrum zuzuordnen sind (s. Kap. 6.4.1).

Hier sollten weitere Maßnahmen erwogen und die Anbieter sozialer Netzwerke in die Pflicht genommen werden. Wie beschrieben fördern personalisierende Strukturen von News-Aggregatoren und sozialen Netzwerken die Bildung von Filterblasen (s. Kap. 2.3.2).

¹⁰⁴ <https://correctiv.org/reporterfabrik>

¹⁰⁵ C. Schnibben, persönliche Kommunikation, 9. Juni 2017.

¹⁰⁶ <http://faktenfinder.tagesschau.de/tutorials/index.html>

Facebook hat im Oktober 2017 eine Funktion entwickelt, die diese Blasen durchlässiger machen könnte: den *Entdecker-Feed*. Hier wird Nutzer*innen unter dem Symbol einer Rakete eine alternative Chronik angezeigt mit beliebten Inhalten von Anbieter*innen, die Nutzer*innen nicht mit „gefällt mir“ markiert haben – eine Innovation, die Sunstein (2017) im Sinne seiner „serendipity buttons“ (232) (s. Kap. 7.3.1) gefallen könnte. Was sich nach einer Maßnahme für weniger personalisierte Selektion anhört, kann aber auch rein aus der wirtschaftlichen Perspektive betrachtet werden. In einer Testphase in sechs Ländern hat Facebooks Entdecker-Modus nämlich noch weiterreichende Begleiterscheinungen: Möchten Unternehmen dort weiterhin in der „normalen“ Chronik auftauchen, reicht es nicht, dass Nutzer*innen die Neuigkeiten dieser Unternehmen abonniert haben; die Unternehmen müssten fortan dafür bezahlen, mit ihren Inhalten im bisherigen Newsfeed angezeigt zu werden. Zahlen sie nicht, landen ihre Posts in den Testländern lediglich im *Entdecker-Feed* (vgl. Schröder 2017b). Aus dem Tool für mehr Diversität wird so eine neue Möglichkeit für Facebook, Geld zu verdienen.

Da eine rechtlich bindende Forderung nach mehr Pluralität und weniger Personalisierung in sozialen Netzwerken aus rechtlich, politisch und wirtschaftlich kaum durchsetzbar scheint und so auch die Gefahr bestünde, die Meinungsfreiheit einzuschränken, müsste hier der Impuls von den Nutzer*innen ausgehen, die Facebook für seine Selektionsmechanismen mit Nicht-Nutzung bestrafen und so den finanziellen Druck für ein Umdenken auf das Unternehmen erhöhen.

Wo allerdings die FB-Selektion solche Ausmaße annimmt, dass beispielsweise gezielt Judenhasser*innen mit Werbung angesprochen werden (vgl. Angwin/Vamer/Tobin 2017), muss geprüft werden, ob rechtliche Schritte gegen das Unternehmen eingeleitet werden können, um die zielgerichtete Verbreitung menschenfeindlicher Äußerungen zu verhindern.

Auch Schweiger fordert, Telemedien strenger in die Pflicht zu nehmen, um den öffentlichen Diskurs zu stärken und die Verbreitung von Hate Speech, Aufrufen zu Gewalt und anderen strafrechtlich relevanten Inhalten zu verhindern. Schweiger (2017) betont, dass diese Art von Rechtsverstößen in keiner Lokalzeitung ungeahndet blieben, online aber oft toleriert würden (vgl. 191).

Gerade in sozialen Netzwerken, die für Meinungsbildungsprozesse prädestiniert scheinen (vgl. Schulz/Rössler 2013: 238), will die Bundesregierung diesen Zustand mit dem *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* (NetzDG) ändern. Das Gesetz ist seit dem 1. Oktober 2017 in Kraft und regelt das Kontrollsystem bei sozialen Netzwerken; diese sollen beispielsweise eine Person ernennen, mit der Strafverfolgungsbehörden direkt in Kontakt treten können. Ab Januar 2018 wird es außerdem Löschfristen für strafrechtlich relevante Inhalte geben (vgl. Geuther 2017).

Es ist fraglich, ob auch andere Betreiber mit deutschen Behörden kooperieren würden, beispielsweise der des russischen FB-Pendants VK, das zunehmend auch deutschen Rechtsextremen als Radikalisierungsnetzwerk dient und in dem neben der *Identitären Bewegung* auch die AfD, Lutz Bachmann und PEGIDA-Gruppen aktiv sind. Leisegang (2017) geht daher

davon aus, dass die neue Gesetzgebung das Problem von Internet-Hetze und Fake News nicht verhindert, sondern diese lediglich auf andere Plattformen verschieben kann. Kritiker*innen sehen in dem NetzDG zusätzlich eine Gefahr für das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung und einen Widerspruch zur europäischen Gesetzgebung (vgl. Reuter 2017).

Schweiger (2017) geht mit den Überlegungen, wie der Meinungsmarkt gestärkt und der Einfluss alternativer Medien geschwächt werden kann, noch weiter. Er plädiert dafür, dass klassische Nachrichtenmedien bei finanzieller Schieflage durch den Staat mit einer Förderung oder durch Steuervorteile unterstützt werden sollten, da diese aus demokratietheoretischer Sicht systemrelevant für Deutschland seien (vgl. 195f.).

7.4 Fazit

Wie sollten sich Journalist*innen und Medienhäuser nun gegenüber PEGIDA verhalten? Einer Gruppierung, deren (ehemalige) Repräsentant*innen dazu aufrufen, Pressevertreter*innen mit Mistgabeln aus den Pressehäusern zu prügeln, die öffentlich zur Wahl der AfD aufruft, einer Partei, die Eskalation und Provokation als Strategie verfolgt und die zudem mit der vom Verfassungsschutz beobachteten *Identitären Bewegung* kooperiert (s. Kap. 4.1)?

Auch wenn die vorherigen Abschnitte sich vornehmlich mit den Möglichkeiten des Dialogs befasst haben, darf nicht außer Acht gelassen werden, dass gerade mit den Organisator*innen des PEGIDA-Protests, die beispielsweise die Zusammenarbeit mit der *Identitären Bewegung* forcieren und auch Menschen mit radikalen Ansichten einladen, auf ihren Kundgebungen zu sprechen, kritisch entgegen getreten werden sollte – ob es nun um das Unterbinden von (Aufrufen zu) Gewalt auf den Demonstrationen geht oder um die Kooperation mit potenziell verfassungsfeindlichen Organisationen. Es ist unbestritten, dass sich bei PEGIDA – online wie offline – Radikale und Rechtsextreme wiederfinden. Diesen muss, um es mit den Worten des offenen Briefes an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu schreiben, aufrecht widersprochen werden. Denn Journalist*innen benötigen, um ihre systemrelevanten Aufgaben zu bewältigen, eine liberale Demokratie als Existenzgrundlage.

Doch scheinen sich unter dem Dach von PEGIDA zusätzlich noch Medienkritiker*innen und Feind*innen der aktuellen Asylpolitik versammelt zu haben, die (noch) keine rechtsextremen Ansichten vertreten, jedoch in Echokammern, verstärkt durch Filterblasen und die Nutzung alternativer Medien, den Bezug zu Gegenpositionen verlieren. Hier hat ein Ignorieren oder Ausgrenzen aus dem öffentlichen Diskurs eine kontraproduktive Wirkung. Bleiben diese Menschen in ihren Echokammern, artikuliert sich ihr Protest, ihre Radikalität umso deutlicher – online, bei Wahlen, auf der Straße.

Journalist*innen sollten hier nicht nur klar zwischen Rechtspopulisten, Rechtsextremisten und Rechtsradikalen (s. Kap 4.3.7) differenzieren, sondern auch verschleiernde oder pauschal diffamierende Begriffe wie „Wutbürger“ vermeiden.

Zudem scheinen viele der Kommentierenden auf der FB-Seite von PEGIDA Dresden theoretisch diskursfähig zu sein und im Habermas'schen Sinne durchaus über ein diskursives Potenzial zu verfügen (s. Kap. 6.3.1). Durch neue Formate, die Einbindung als Gesprächspartner*innen in der Berichterstattung, direkte Feedback-Kanäle in die Redaktion und mehr Transparenz im journalistischen Alltag könnten diese Menschen womöglich erreicht und wieder in einen öffentlichen Diskurs eingebunden werden.

Dass eine Anti-PEGIDA-Haltung und rein positiv besetzte Narrative in der Berichterstattung über Geflüchtete eher abstoßend auf diejenigen gewirkt haben, von denen es nötig wäre, sie wieder in eine konstruktive Debatte einzubinden, haben die vorliegenden Analysen und die Ergebnisse der Studie der OBS gezeigt. Redaktionen sollten deshalb in einem Austausch mit ihrem Publikum darüber beraten, wie viel Meinung/Haltung/Bewertung an welchen Stellen in die Berichterstattung einfließen sollte, offen für Kritik bleiben und Selbstkritik fördern.

Was gerade durch die unspezifische Auseinandersetzung mit Medien in den analysierten Kommentaren deutlich wird, ist ein eklatanter Mangel an Medienbildung, der dringend angegangen werden sollte. Allerdings bestenfalls vornehmlich institutionell und standardisiert über Bildungseinrichtungen wie weiterführende Schulen und nicht fakultativ als zusätzliches Angebot der ohnehin schon gemiedenen klassischen Medien.

Gerade der Hype um die Rolle der sozialen Medien als ideale Umgebung für Echokammern vermittelt einen falschen Eindruck der Gesellschaft, betonen Schultz und Quiring (zit. n. Spiewak 2017). Gemäß ihren Studienergebnissen würden diese lediglich von sieben Prozent der Befragten häufig genutzt, um eigene Meinungsbeiträge zu publizieren. Über 90 Prozent nutzten niemals oder nur selten Twitter oder Facebook, um eine Nachricht zu kommentieren, sodass davon ausgegangen werden könne, dass eine kleine Minderheit den Online-Diskurs in den sozialen Medien dominiere (vgl. ebd.).

Und gerade dort muss die Annäherung an verschwörungstheoretische Medienskeptiker*innen, Provokateur*innen und Diskursverweigerer auch nach oben genannten Bemühungen ein Ende finden. Vetterick, Chefredakteur der *Sächsischen Zeitung*, die größte Zeitung in der direkten Nachbarschaft von PEGIDA, betont im Interview mit dem Portal *Übermedien*, dass Journalist*innen sich auch eine „professionelle Gelassenheit“ (Vetterick; zit. n. *Übermedien* 2016) im Umgang mit PEGIDA und Rechtspopulisten aneignen müssten. Trotz der offen zelebrierten Feindseligkeit gegenüber der Presse sei die Auflage der *Sächsischen Zeitung* stabil geblieben; am Kiosk sei die Zeitung sogar besser verkauft worden als vor den Protesten und insbesondere an Tagen mit PEGIDA-Demonstrationen habe die Zeitung besonders hohe Zugriffsraten auf ihr Online-Portal zu verzeichnen.

Ob mit mehr Medienkompetenz der Bevölkerung sowie mehr Selbstkritik und Maßnahmen für mehr Medienvertrauen seitens der Journalist*innen ein Umschwung medienskeptischer Einstellungen und *paradoxe Mediennutzung* erreicht werden kann, wird sich vermutlich erst in

den nächsten Jahren zeigen – dies ist womöglich außerdem auch von der Entwicklung rechtspopulistischer Bewegungen im benachbarten Europa und in den USA abhängig.

Quellenverzeichnis

- Adorno, Theodor W. (1963): Kann das Publikum wollen? In: Adorno, Theodor W. (1986): Gesammelte Schriften. Hrsg. von Rolf Tiedemann. Frankfurt am Main. Band 20/1, S. 342.
- Al-Ani, Ayad (2016): Journalisten werden eine neue Rolle haben. Erschienen: 05.02.16. URL: <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2016-01/journalismus-zukunft-digitalisierung-rolle-journalisten/komplettansicht> [18.11.17]
- Albert, Georg (2013): Innovative Schriftlichkeit in digitalen Texten. Syntaktische Variation und stilistische Differenzierung in Chat und Forum. Berlin.
- Amadeu Antonio Stiftung (2015): Aufstand der alten Männer Herren mittleren Alters? Ein Beitrag zu Pegida in den Sozialen Netzwerken. Erschienen: 02/15. URL: https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/dossier_pegida_sozialen_netzwerken.pdf [18.11.17]
- Angwin, Julia; Vamer, Madeleine; Tobin, Ariana (2017): Facebook Enabled Advertisers to Reach 'Jew Haters'. Erschienen: 14.09.17. URL: <https://www.propublica.org/article/facebook-enabled-advertisers-to-reach-jew-haters> [18.11.17]
- ARD/ZDF-Onlinestudie (2017): Kern-Ergebnisse. Erschienen: 12.10.17. URL: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2017/Artikel/Kern-Ergebnisse_ARDZDF-Onlinestudie_2017.pdf [18.02.18]
- Arpan, Laura M.; Nabi, Robin L. (2011): Exploring anger in the hostile media process: Effects on news preferences and source evaluation. In: Journalism & Mass Communication Quarterly Vol. 88, No. 1, Spring 2011, S. 5-22.
- Baetz, Brigitte (2015): Klicks mit Kritik an Flüchtlingspolitik. Erschienen: 05.12.15. URL: http://www.deutschlandfunk.de/epoch-times-klicks-mit-kritik-an-fluechtlingspolitik.761.de.html?dram:article_id=338942 [18.11.17]
- Bakshy, Eytan; Messing, Solomon; Adamic, Lada (2015): Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. In: Science, Vol. 348, Issue 6239, S. 1130-1132.
- Bartsch, Matthias; Clauß, Anna; Friedmann, Jan; Gerlach, Moritz; Großekathöfer, Maik; Gutsch, Jochen-Martin; ... Stock, Jonathan (2016): Nach der Wahl. Wütender weißer Mann. In: Spiegel 46/2016, S. 76-81.

- Bartsch, Michael (2016): Pegida-Partei? Gibt es nicht! Erschienen: 04.08.16. URL: <http://www.taz.de/!5323805/> [18.11.17]
- Bartsch, Michael (2017): „Pegida eint, was Petry teilt!“. Erschienen: 09.05.17. URL: <http://www.taz.de/!5408410/> [18.11.17]
- Bayerischer Rundfunk (2016): Informationen fürs Leben. BR-Studie zum Vertrauen in die Medien zum 25. Geburtstag von BR5 aktuell. München.
- Becher, Philipp; Begass, Christian; Kraft, Josef (2015): Der Aufstand des Abendlandes. AfD, PEGIDA & Co.: Vom Salon auf die Straße. Köln.
- Beck, Klaus (2013a): Massenkommunikation. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. S. 196-197.
- Beck, Klaus (2013b): Gatekeeper. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. S. 100.
- Berger, Daniel (2016): "Facebook Reactions": Haha, Wow, Traurig - Facebook erweitert "Gefällt mir"-Button. Erschienen: 24.02.16. URL: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Facebook-Reactions-Haha-Wow-Traurig-Facebook-erweitert-Gefaeellt-mir-Button-3116733.html> [18.11.17]
- Biermann, Kai; Blickle, Paul; Venohr, Sascha (2015): Dürfen wir vorstellen: Die Freunde von Pegida. Erschienen: 05.02.15. URL: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2015-02/wer-ist-pegida-facebook-daten> [18.11.17]
- Blöbaum, Bernd (1994): Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbstständigung. Opladen.
- Bock, Annetrin; Isermann, Holger; Knieper, Thomas (2010): Herausforderungen bei der quantitativen (visuellen) Inhaltsanalyse von Online-Inhalten. In: Welker, Martin; Wunsch, Carsten (Hrsg.): Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet. Köln. S. 224-239.
- Branahl, Udo (2013): Öffentliche Aufgabe. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. S. 247-248.
- Brinckmeier, Kai (2012): Bewegung im Weltnetz: Rechtsextreme Kommunikation im Internet. Frankfurt am Main.

Brosius, Hans-Bernd; Haas, Alexander; Koschel, Friederike (2012): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. Wiesbaden.

Bucher, Hans-Jürgen (2013): Online-Diskurse als Multimodale Netzwerkkommunikation. Plädoyer für eine Paradigmenenerweiterung. In: Fraas, Claudia; Meier, Stefan; Pentzold, Christian (Hrsg.): Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung. Neue Schriften der Online-Forschung 10. Köln. S. 57-101.

Bundesamt für Verfassungsschutz (2017): Hintergrundinformationen zum Vereinsverbot „linksunten.indymedia“. Erschienen: k. A. URL: <https://www.verfassungsschutz.de/de/aktuelles/schlaglicht/schlaglicht-2017-08-vereinsverbot-linksunten-indymedia> [25.02.18]

Burns Melican, Debra; Dixon, Travis L. (2008): News on the net. Credibility, selective exposure, and racial prejudice. In: Communication Research, Vol. 35, Issue 2, S. 151-168.

BVerfGE (1966): Spiegel-Urteil, Urteil vom 5. August 1966 - 1 BvR 586/62, 1 BvR 610/63, 1 BvR 512/64, BVerfGE 20, 162-230.

BVerfGE (1981): Drittes Rundfunkurteil, Urteil vom 16. Juni 1981 - 1 BvL 89/78, BVerfGE 57, 295-335.

Castells, Manuel (2012): Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. Cambridge.

Choi, Jounghwa; Park, Hyun Soon; Chang, Jeongheon JC (2011): Hostile Media Perception, Involvement Types, and Advocacy Behaviors. In: Journalism & Mass Communication Quarterly Vol. 88, No. 1, Spring 2011, S. 23-39.

Craft, Stephanie; Vos, P., Tim; Wolfgang, J. David (2016): Reader comments as press criticism: Implications for the journalistic field. In: Journalism, Vol. 17 (6), S. 677-693.

Decker, Frank; Lewandowsky, Marcel (2009): Populismus. Erscheinungsformen, Entstehungshintergründe und Folgen eines politischen Phänomens. Erschienen: 03.06.09. URL: <http://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/41192/was-ist-rechtspopulismus?p=all> [18.11.17]

Del Vicario, Michela; Bessi, Alessandro; Zollo, Fabiana; Petroni, Fabio; Scala, Antonio;

Caldarelli, Guido; ... Quattrociochi, Walter (2015): The spreading of misinformation online. In: PNAS, 113(3), S. 554-559.

Deutsche Wirtschafts Nachrichten (2017): Rundfunkbeitrag vor Erhöhung in „ungewohnter Größenordnung“. Erschienen: 03.05.17. URL: <https://deutsche-wirtschafts-nachrichten.de/2017/05/03/rundfunkbeitrag-vor-erhoehung-ungewohnter-groessenordnung> [25.02.18]

Deutscher Presserat (2017): Jahresbericht 2016. Erschienen: k. A. URL: http://www.presserat.de/fileadmin/user_upload/Downloads_Dateien/Jahresbericht_2016.pdf [25.02.18]

di Lorenzo, Giovanni (2016): Unser Ruf steht auf dem Spiel. Erschienen: 29.02.16. URL: <http://www.zeit.de/kultur/2016-02/dresdner-rede-dresden-giovanni-di-lorenzo/komplettansicht> [25.02.18]

DJV (2016): Rede von Tatjana Festerling anlässlich des Bündnisses „Legida“ am 11. Januar 2016 in Leipzig. [Brief] Erschienen: 13.01.16. URL: <http://www.augenzeugen.info/wp-content/uploads/2016/01/StA-Leipzig-13-01-2016.pdf> [18.11.17]

Donsbach, Wolfgang (2011): Risiken und Nebenwirkungen des Internets für die politische Kommunikation. In: Studies in Communication and Media, o. Jg., 1/2011, S. 119-129.

Döschner, Jürgen; Eurich, Claus; Hufnagel-Mertens, Gabriele; Lilienthal, Peter; Marquardt, Rainer; Pape, Kirsten, ... Schulte-Loh, Judith (2017): Aufrecht widersprechen! Öffentlich-rechtlicher Rundfunk im vermeintlich „postfaktischen Zeitalter“ [offener Brief] Erschienen: k.A.

Dresdner Thesen (o. Jg.): Programm. [Blogeintrag] Erschienen: k. A. URL: www.pegida.de [18.11.17]

Drucksache des Deutschen Bundestages 8/4068 (2015): Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Ulla Jelpke, Sevim Dağdelen, Kerstin Kassner, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE. Drucksache 18/3969 Bericht über rechtsextreme Tendenzen bei Pegida. Erschienen: 23.02.15. URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/040/1804068.pdf> [18.11.17]

Drucksache des Deutschen Bundestages 18/10214 (2016): Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Ulla Jelpke, Petra Pau, Frank Tempel, weiterer Abgeordneter

und der Fraktion DIE LINKE. Drucksache 18/10072 Rechtsextreme Aufmärsche im dritten Quartal 2016. Erschienen: 07.11.16. URL:

<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/102/1810214.pdf> [18.11.17]

Durchgezählt (2015): Teilnehmerzahlen bei Pegida und Herz statt Hetze am 19.10.15.

Erschienen: 22.10.15. URL: <https://durchgezaehlt.org/2015/10/22/teilnehmerzahlen-bei-pegida-und-herz-statt-hetze-am-19-10-15/> [18.11.17]

Durchgezählt (2016): Bei Pegida in Dresden demonstrieren heute schätzungsweise zwischen 6500 und 8500 Menschen. Ermittelt per Flächenschätzung (~6000qm) #dd1610 [Tweet]

Erschienen: 16.10.16. URL: <https://twitter.com/durchgezaehlt/status/787615793592885248> [18.11.17]

Durchgezählt (2017a): Heute gibts von uns keine Teilnehmerzahlen zu #Pegida & #Nopegida in #Dresden. In Zukunft nur noch stichprobenartige Untersuchungen. #dd2703 [Tweet] Erschienen:

27.03.17. URL: <https://twitter.com/durchgezaehlt/status/846350750771023881> [18.11.17]

Durchgezählt (2017b): Bei #Pegida in #Dresden demonstrieren heute 1200-1600 Menschen.

Ermittelt durch Demozugzählung. #dd2905 [Tweet] Erschienen: 29.05.17. URL:

<https://twitter.com/durchgezaehlt/status/869253810480394243> [18.11.17]

Durchgezählt (2017c): Aktuell zwischen 2200-2800 Menschen bei #Pegida auf dem Theaterplatz in #Dresden. #dd2810 [Tweet] Erschienen: 28.10.17. URL:

<https://twitter.com/durchgezaehlt/status/924293126126219264> [18.11.17]

Eble, Michael J. (2013): Online-Medien und Social Web: Ansätze zur Analyse der Verschränkung von Öffentlichkeit in einem Multi-Plattformen-Design. In: Fraas, Claudia; Meier, Stefan; Pentzold, Christian (Hrsg.): Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung. Neue Schriften der Online-Forschung 10. Köln. S. 192-225.

Eilders, Christiane (2006): Öffentlichkeit. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien von A bis Z. Wiesbaden. S. 263-265.

Emmer, Martin (2005): Politische Mobilisierung durch das Internet? Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung zur Wirkung eines neuen Mediums. München.

epd medien (2017): "New York Times" schafft Ombudsmann-Posten ab. Erschienen: 09.07.17.

URL: <http://www.epd.de/fachdienst/fachdienst-medien/schwerpunktartikel/new-york-times->

schaftt-ombudsmann-posten-ab [18.11.17]

Epoch Times (2017): Epoch Times Deutschland: Wir über uns. Erschienen: 13.06.12. URL: <http://www.epochtimes.de/thema/epoch-times/epoch-times-deutschland-wir-ueber-uns-a4717.html> [18.11.17]

Erlhofer, Sebastian (2010): Datenerhebung in der Blogosphäre. Herausforderungen und Lösungswege. In: Welker, Martin; Wünsch, Carsten (Hrsg.): Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet. Köln. S. 144-166.

Festerling, Tatjana (2016): Merkel in ihrem Lauf halten weder Ochs noch Esel auf. [Blogeintrag] Erschienen: 12.05.16. URL: http://www.tatjanafesterling.de/archiv_2016.05.php [18.11.17]

Flaxman, Seth; Goel, Sharad; Rao, Justin M. (2016): Filter Bubbles, echo chambers, and online news consumption. In: Public Opinion Quarterly, Vol. 80, Special Issue, S. 298-320.

Fraas, Claudia; Meier, Stefan; Pentzold, Christian (2013a): Zur Einführung: Perspektiven einer interdisziplinären transmedialen Diskursforschung. In: Fraas, Claudia; Meier, Stefan; Pentzold, Christian (Hrsg.): Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung. Neue Schriften der Online-Forschung 10. Köln. S. 7-34.

Fraas, Claudia; Meier, Stefan; Pentzold, Christian; Sommer, Vivien (2013b): Diskursmuster – Diskurspraktiken. Ein Methodeninstrumentarium qualitativer Diskursforschung. In: Fraas, Claudia; Meier, Stefan; Pentzold, Christian (Hrsg.): Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung. Neue Schriften der Online-Forschung 10. Köln. S. 102-135.

Fries, Stefan (2015): Lügenpresse-Vorwurf. Warum der Stern doppelt so viele Unterstützer sieht wie der WDR. Erschienen: 01.11.15. URL: <http://stefanfries.tumblr.com/post/132303735117/1%C3%BCgenpressevorwurfwarumdersterndoppeltso> [25.02.18]

Früh, Werner (2007): Inhaltsanalyse. Konstanz.

Gäbler, Bernd (2017): AfD und Medien. Analyse und Handreichungen. Ein Diskussionsbeitrag der Otto Brenner Stiftung. Erschienen: 06.17. URL: https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/Aktuelles/AH92/AH92_AfD_Medien_Gaebler_WEB.pdf [18.11.17]

Geiges, Lars; Marg, Stine; Walter, Franz (2015): Pegida. Die schmutzige Seite der Zivilgesellschaft? Bielefeld.

Geisler, Alexander; Braun, Stephan; Gerster, Martin (2016): Strategien der extremen Rechten Einleitende Betrachtungen. In: Braun, Stephan; Geisler, Alexander; Gerster, Martin (Hrsg.): Strategien der extremen Rechten. Hintergründe - Analysen - Antworten. Wiesbaden. S. 11-38.

Gerhards, Jürgen; Schäfer, Mike S. (2007): Demokratische Internet-Öffentlichkeit? Ein Vergleich der öffentlichen Kommunikation im Internet und in den Printmedien am Beispiel der Humangenomforschung. In: Publizistik, Heft 2, 52. Jahrgang, S. 210-228.

Geuther, Gudula (2017): Netzwerkdurchsetzungsgesetz Leiser Startschuss. Erschienen: 02.10.17. URL: http://www.deutschlandfunk.de/netzwerkdurchsetzungsgesetz-leiser-startschuss.2907.de.html?dram:article_id=397292 [18.11.17]

GfK Verein (2016): Helfende Berufe genießen das Vertrauen der Deutschen. Erschienen: 03.03.16. URL: http://www.gfk-verein.org/sites/default/files/medien/359/dokumente/pm_gfk_verein_trust_in_professions_2016_de.pdf [18.11.17]

Gleich, Uli (2008): Medienqualität. ARD-Forschungsdienst. Media Perspektiven, 12/2008, S. 642-646.

Gleich, Uli (2012): Informationsqualität von Medienangeboten aus Nutzersicht. ARD-Forschungsdienst. In: Media Perspektiven, 2/2012, S. 107-113.

Göttinger Institut für Demokratieforschung (2016): Büchse der Pandora? PEGIDA im Jahr 2016 und die Profanisierung rechtspopulistischer Positionen. Erschienen: 02/16. URL: http://www.demokratie-goettingen.de/content/uploads/2016/10/Pegida2016_Goettinger_Demokratieforschung.pdf [18.11.17].

Grosser Katherine M.; Hase, Valerie; Blöbaum, Bernd (2016): Trust in Online Journalism. In: Blöbaum, Bernd (Hrsg.): Trust and Communication in a Digitized World. Models and Concepts of Trust Research. Münster.

Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland (GG). Stand Juli 2017. Berlin: Deutscher Bundestag.

- Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt am Main.
- Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates. Frankfurt am Main.
- Habermas, Jürgen (2008a): Medien, Märkte und Konsumenten Die seriöse Presse als Rückgrat der politischen Öffentlichkeit. In: Habermas, Jürgen: Ach, Europa. Kleine Politische Schriften XI. Frankfurt am Main. S. 131-137.
- Habermas, Jürgen (2008b): Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie. In: Habermas, Jürgen: Ach, Europa. Kleine Politische Schriften XI. Frankfurt am Main. S. 138-191.
- Hagen, Lutz (2015): „Lügenpresse!“ im Licht der Kommunikationswissenschaft. Erschienen: 20.04.15. URL: <https://djvkurier.wordpress.com/2015/04/20/lugenpresse-im-licht-der-kommunikationswissenschaft/> [18.11.17]
- Hagen, Lutz (2016): Die Medien und PEGIDA eine dreifach prägende Beziehung. In: Rehberg, Karl-Siegbert; Kunz, Franziska; Schlinzig, Tino (Hrsg.): PEGIDA – Rechtspopulismus zwischen Fremdenangst und „Wende“-Enttäuschung? Analysen im Überblick. Bielefeld. S. 207-222.
- Hall, Stuart (2006): Encoding/Decoding. In: Durham, Meenakshi Gigi; Kellner, Douglas M.: Media and Cultural Studies. Keywords. Malden. S. 163-173.
- Haller, Michael (2017): Die „Flüchtlingskrise“ in den Medien. Tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung. Erschienen: 06/17. URL: https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/Aktuelles/AH93/AH_93_Haller_Web.pdf [18.11.17]
- Hamann, Götz (2015): Wer vertraut uns noch? Ein Essay über Fehler von Journalisten, Leser in Lynchstimmung und die Verantwortung des Publikums. Erschienen: 25.06.15 URL: <http://www.zeit.de/2015/26/journalismus-medienkritik-luegenpresse-vertrauen-ukraine-krise> [25.02.18]
- Hampton, Keith; Rainie, Lee; Lu, Weixu; Dwyer, Maria; Shin, Inyoung; Purcell, Kristen (2014): Social Media and the 'Spiral of Silence'. Pew Research Center, Washington, DC. Erschienen: 26.08.14. URL: <http://www.pewinternet.org/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence/>

[18.11.17]

Handelsregister (2014): Sachsen Amtsgericht Dresden VR 7750 – PEGIDA e.V.. Erschienen: k. A. URL: https://www.handelsregister.de/rp_web/charge-info.do [18.11.17]

Hans, Barbara (2017): Tschüss, selbstgefällige Breitbeinigkeit. In: *Journalist*, 08/2017, S. 18-25.

Hasebrink, Uwe; Hölig, Sascha (2016): Germany. In: Newman, Nic; Fletcher, Richard; Levy, David A. L.; Nielsen, Rasmus Kleis (Hrsg.): *Reuters Institute Digital News Report 2016*. Oxford. S. 36.

Häusler, Alexander (2017): Themen der Rechten. In: Virchow, Fabian; Langebach, Martin; Häusler, Alexander (Hrsg.): *Handbuch Rechtsextremismus*. Wiesbaden. S. 135-180.

Heim, Tino (2017): Politischer Fetischismus und die Dynamik wechselseitiger Projektionen. Das Verhältnis von Pegida, Politik und Massenmedien als Symptom multipler Krisen. In: Heim, Tino (Hrsg.): *Pegida als Spiegel und Projektionsfläche. Wechselwirkungen und Abgrenzungen zwischen Pegida, Politik, Medien, Zivilgesellschaft und Sozialwissenschaften*. Wiesbaden. S. 342-444.

Herbers, Martin R.; Friedemann, Anne (2010): Spezielle Fragen der Reliabilität und Validität bei Online-Inhaltsanalysen. In: Welker, Martin; Wunsch, Carsten (Hrsg.): *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln. S. 240-266.

Hölig, Sascha; Hasebrink, Uwe (2017): *Reuters Institute Digital News Survey 2017 - Ergebnisse für Deutschland*. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 42. Erschienen: 06/17. URL: <https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/Publikationen/cms/media/2d87ccdfc2823806045f142bebc42f5f039d0f11.pdf> [18.02.18]

Howell, Lee (2013): *Global Risks 2013*. Erschienen: k. A. URL: <http://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world> [18.11.17]

IfD Allensbach (2013): *Allensbacher Berufsprestige-Skala 2013*. Erschienen: 20.08.13. URL: http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsndocs/PD_2013_05.pdf [25.02.18]

Infratest Dimap (2016): *Glaubwürdigkeit der Medien. Eine Studie im Auftrag des Westdeutschen*

Rundfunks. 2016.

Jäckel, Michael (2011): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden.

Jackob, Nikolaus; Hueß, Christine (2016): Communication and Persuasion von Carl I. Hovland, Irving L. Janis und Harold H. Kelley (1953). In: Potthoff, Matthias (Hrsg.): Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung. Wiesbaden. S. 49-60.

Jackob, Nikolaus; Quiring, Oliver; Schemer, Christian; Schultz, Tanjev; Ziegele, Marc (2017): Vertrauenskrise in den Medien untersucht. Erschienen: 28.01.17. URL: <http://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/17587> [25.02.18]

Jakobs, Ilka (2014): Diskutieren für mehr Demokratie? Zum deliberativen Potenzial von Leserkommentaren zu journalistischen Texten im Internet. In: Loosen, Wiebke; Dohle, Marco (Hrsg.): Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden. S. 191-210.

Jarren, Otfried; Donges, Patrick (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Wiesbaden.

Jennerjahn, Miro (2016): Sachsen als Entstehungsort der völkisch-rassistischen Bewegung PEGIDA. In: Braun, Stephan; Geisler, Alexander; Gerster, Martin (Hrsg.): Strategien der extremen Rechten. Hintergründe - Analysen - Antworten. Wiesbaden. S. 533-558.

Jungnickel, Katrin (2011): Nachrichtenqualität aus Nutzersicht. Ein Vergleich zwischen Leserurteilen und wissenschaftlich-normativen Qualitätsansprüchen. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 59. Jahrgang, Heft 3, S. 360-378.

Kneuer, Marianne; Richter, Saskia (2015): Soziale Medien in Protestbewegungen. Neue Wege für Diskurs, Organisation und Empörung? Frankfurt am Main.

Koch, Wolfgang; Frees, Beate (2016): Dynamische Entwicklung bei mobiler Internetnutzung sowie Audios und Videos. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. In: Media Perspektiven, 9/2016, S. 418-437.

Koch, Wolfgang; Frees, Beate (2017): ARD/ZDF-Onlinestudie 2017: Neun von zehn Deutschen online. In: Media Perspektiven, 9/2017, S. 434-446.

Köcher, Renate (2015): Mehrheit fühlt sich über Flüchtlinge einseitig informiert. Erschienen: 16.12.15. URL: [http://www.faz.net/aktuell/politik/fluechtlingskrise/allensbach-umfrage-zu-medienberichterstattung-in-fluechtlingskrise-13967959.html?](http://www.faz.net/aktuell/politik/fluechtlingskrise/allensbach-umfrage-zu-medienberichterstattung-in-fluechtlingskrise-13967959.html?printPagedArticle=true#pageIndex_0)
[printPagedArticle=true#pageIndex_0](http://www.faz.net/aktuell/politik/fluechtlingskrise/allensbach-umfrage-zu-medienberichterstattung-in-fluechtlingskrise-13967959.html?printPagedArticle=true#pageIndex_0) [18.11.17]

Kohring, Matthias; Matthes, Jörg (2003): Operationalisierung von Vertrauen in Journalismus. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 51. Jahrgang, Heft 1, S. 5-23.

Kohring, Matthias; Matthes, Jörg (2004): Revision und Validierung einer Skala zur Erfassung von Vertrauen in Journalismus. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 52. Jahrgang, Heft 3, S. 377-385.

Kohring Matthias; Matthes, Jörg (2007): Trust in news media: Development and validation of a multi-dimensional scale. In: Communication Research, Vol. 34, Issue 2, S. 231-252.

Kraske, Michael (2016): Der Trump-Effekt. In: Journalist, 12/2016, S. 19-25.

Kraske, Michael (2017): Diskurs in der Krise. In: Journalist, 2/2017, S. 38-43.

Küpper, Beate; Zick, Andreas; Krause, Daniela (2015): PEGIDA in den Köpfen – Wie rechtspopulistisch ist Deutschland? In: Melzer, Ralf; Molthagen, Dietmar (Hrsg.): Wut, Verachtung, Abwertung: Rechtspopulismus in Deutschland. Bonn. S. 21-43.

Kuzmany, Stefan (2015): Meinung auf SPIEGEL ONLINE. Erschienen: 08.06.15. URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/spiegelblog/meinung-auf-spiegel-online-stefan-kuzmany-a-1037239.html> [18.11.17]

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (2016): Ethik im Netz. Hate Speech. Erschienen: 21.06.16. URL: http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Medienversammlung/2016/EthikimNetz_Hate_Speech-PP.pdf [18.11.17]

Landgericht Dresden (2016): Medieninformation 19/16. Erschienen: 30.11.16. URL: <https://www.justiz.sachsen.de/lgdd/content/1317.php?page=1&behoerde=0&stichwort=Lutz%2520Bachmann&startdate=2014-01-01&enddate=2017-12-31> [18.11.17]

Laurenz, Nike (2015): Kollegen distanzieren sich von "Pegida-Versteher" Patzelt. Erschienen: 29.01.15. URL: <http://www.spiegel.de/lebenundlernen/uni/mitarbeiter-und-studenten->

protestieren-in-dresden-gegen-werner-patzelt-a-1015400.html [18.11.17]

Lee, Tien-Tsung (2010): Why They Don't Trust The Media: An Examination of Factors Predicting Trust. In: American Behavioral Scientist, 54(I), S. 8-21.

Leidenberger, Jacob (2015): Boulevardisierung von Fernsehnachrichten. Eine Inhaltsanalyse deutscher und französischer Hauptnachrichtensendungen. Wiesbaden.

Leif, Thomas (2015). Zwischen Debatten-Allergie und Argumentations-Phobie. Der Mehrwert von Diskursen für eine vitale Öffentlichkeit. In: Forschungsjournal Soziale Bewegungen, Jg. 28/2015, Heft 4, S. 27-37.

Leisegang, Daniel (2017): Rechte Hetze im Netz und die Grenzen des Rechtsstaats. Erschienen: 30.09.17. URL: <https://netzpolitik.org/2017/rechte-hetze-im-netz-und-die-grenzen-des-rechtstaats/> [18.11.17]

Leiterer, Annette (2014): ZAPP Studie: Vertrauen in Medien gesunken. Erschienen: 17.12.14. URL: <http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/ZAPP-Studie-Vertrauen-in-Medien-gesunken,medienkritik100.html> [25.02.18]

Lesko, Christopher (2017): „Unerträglich unprofessionell“: Hans-Hermann Tiedje über die Trump-Berichterstattung deutscher Medien. Erschienen: 11.01.17. URL: <http://meedia.de/2017/01/11/unertraeglich-unprofessionell-hans-hermann-tiedje-ueber-die-trump-berichterstattung-deutscher-medien/> [18.11.17]

Lobo, Sascha (2016): „Lügenpresse“ ist keine Medienkritik. Erschienen: 30.11.16. URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/deutschland-luegenpresse-ist-keine-medienkritik-kolumne-a-1123778.html> [18.11.17]

Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen.

Margetts, Helen; John, Peter; Hale, Scott; Yasseri, Taha (2016): Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action. Princeton/Oxford.

Matthes, Jörg (2011): The Affective Underpinnings of Hostile Media Perceptions: Exploring the Distinct Effects of Affective and Cognitive Involvement. In: Communication Research Vol. 40, Issue 3, S. 360-387.

Maurer, Marcus; Reinemann, Carsten (2006): Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden.

MDR (2017): AfD-Bundestagskandidat attackiert Parteispitze. Erschienen: 07.06.17. URL: <http://www.mdr.de/sachsen/dresden/pegida-afd-maier-kundgebung-dresden-sachsen-100.html> [18.11.17]

Mediencouts (o. Jg.): Das Projekt. Erschienen: k. A. URL: <http://www.mediencouts-nrw.de/das-projekt/> [21.01.18]

Meedia (2016): „Das war fahrlässig moderiert“: Claus Kleber distanziert sich von Flüchtlingsmoderation. Erschienen: 19.01.16. URL: <http://meedia.de/2016/01/19/das-war-fahrlaessig-moderiert-claus-kleber-distanziert-sich-von-fluechtlingsmoderation/> [18.11.17]

Meedia (2018): Studie der Uni Mainz: Lügenpresse-Hysterie ebbt ab, seitdem Journalisten ihre Arbeit besser erklären. Erschienen: 31.01.18. URL: <http://meedia.de/2018/01/31/studie-der-uni-mainz-luegenpresse-hysterie-ebbt-ab-seitdem-journalisten-ihre-arbeit-besser-erklaeren/> [20.02.18]

Meibauer, Jörg (2013): Hassrede von der Sprache zur Politik. In: Meibauer, Jörg (Hrsg.): Hassrede/Hate Speech. Interdisziplinäre Beiträge zu einer aktuellen Diskussion. Gießen. S. 1-16.

Meier, Laura (2017): Leserkommentare als Medienkritik. Erschienen: 13.02.17. URL: <http://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/leserkommentare-als-medienkritik> [18.11.17]

Melzer, Ralf; Molthagen, Dietmar (2015): Vorwort der Herausgeber. In: Melzer, Ralf; Molthagen, Dietmar (Hrsg.): Wut, Verachtung, Abwertung: Rechtspopulismus in Deutschland. Bonn. S. 7-9.

Merkel, Angela (2014): Neujahrsansprache von Bundeskanzlerin Angela Merkel. Erschienen: 31.12.14. URL: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Podcast/2014/2014-12-31-Video-Podcast/links/download-PDF.pdf?jsessionid=F0649A54C568B0018E62FE2F1F215CAF.s4t1?__blob=publicationFile&v=4 [18.11.17]

Milatz, Marvin (2017): Politik, Facebook, Medien und was die Nutzer daraus machen. In: Journalist, 9/2017, S. 52-56.

Ministerium für Inneres und Kommunales des Landes Nordrhein-Westfalen (2014): Verfassungsschutzbericht des Landes Nordrhein-Westfalen über das Jahr 2013. Düsseldorf.

Minkenbergh, Michael (1998): Die neue radikale Rechte im Vergleich: USA, Frankreich,

Deutschland. Opladen.

Minkenber, Michael (2013): Die europäische radikale Rechte und Fremdenfeindlichkeit in West und Ost: Trends, Muster und Herausforderungen. In: Melzer, Ralf; Serafin, Sebastian (Hrsg.): Rechtsextremismus in Europa. Länderanalysen, Gegenstrategien und arbeitsmarktorientierte Ausstiegsarbeit. Berlin. S. 9-38.

Molitor, Carmen (2017): Sorry seems to be the hardest word. In: DJV NRW Journal, 1/2017, S. 10-15.

Morgenecho (2017): [Radiosendung; liegt als Audiodatei vor] Sender: WDR 5, Sendedatum: 09.10.17.

Munzinger, Hannes; Rietzschel, Antonie; Bendt, Hauke (2016a): Pegida. Verführerisch simpel. Erschienen: 03.02.16. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/pegida-verfuehrerisch-logisch-1.2847427> [18.11.17]

Munzinger, Hannes; Rietzschel, Antonie; Bendt, Hauke (2016b): Facebook-Auswertung. Das gefährliche Weltbild von Pegida. Erschienen: 04.02.16. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/facebook-auswertung-das-gefaehrliche-weltbild-von-pegida-1.2835993> [19.11.17]

Nandlinger, Gabriele (2008): Wann spricht man von Rechtsextremismus, Rechtsradikalismus oder Neonazismus....? Erschienen: 25.07.08. URL: <https://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/41312/was-ist-rechtsextrem?p=all> [18.11.17]

Neidhardt, Friedhelm (1989): Auf der Suche nach Öffentlichkeit. In: Nutz, Walter (Hrsg.): Kunst, Kommunikation, Kultur. Festschrift zum 80. Geburtstag von Alphons Silbermann. Frankfurt am Main. S. 25-35.

Neuberger, Christoph (1997): Was das Publikum wollen könnte. Autonome und repräsentative Bewertung journalistischer Leistung. In: Weßler, Hartmut et al.: Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen. S. 171-184.

Neuberger, Christoph (2009): Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian; Rischke, Melanie (Hrsg.):

Journalismus im Internet. Profession Partizipation Technisierung. Wiesbaden. S. 19-106.

Neuberger, Christoph; Lobigs, Frank (2010): Die Bedeutung des Internets im Rahmen der Vielfaltssicherung. Gutachten im Auftrag der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK). Berlin.

Neumann, Katharina; Arendt, Florian (2016): „Der Pranger der Schande“. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Wirkung des Bild-Prangers auf das Postingverhalten von Facebook-Nutzern zur Flüchtlingsdebatte. In: Publizistik, Heft 3, 61. Jahrgang, S. 247-265.

Newman, Nic; Fletcher, Richard; Levy, David A. L.; Nielsen, Rasmus Kleis (2016): Reuters Institute Digital News Report 2016. Oxford.

Noelle-Neumann, Elisabeth (1980): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung unsere soziale Haut. München.

Noelle-Neumann, Elisabeth (1995): Öffentliche Meinung. In: Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.): Das Fischer Lexikon. Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main. S. 366-382.

Noelle-Neumann, Elisabeth (1996): Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale. Frankfurt am Main/Berlin.

Nuernbergk, Christian (2012): Gatekeeper, Vermittler, Orientierungstifter? Die Rolle der etablierten Medienanbieter in der Netzwerköffentlichkeit. In: Anda, Béla; Endrös, Stefan; Kalka, Jochen; Lobo, Sascha (Hrsg.): SignsBook Zeichen setzen in der Kommunikation. Wiesbaden. S. 2-7.

Nuernbergk, Christian (2013): Anschlusskommunikation in der Netzwerköffentlichkeit. Ein inhalts- und netzwerkanalytischer Vergleich der Kommunikation im „Social Web“ zum G8-Gipfel von Heiligendamm. Baden-Baden.

Nüllen, Julia (2017): „Wir leben in einer nervösen Zeit“. In: wissen | leben. Die Zeitung der WWU Münster, 11. Jahrgang, Nr. 3, S. 5. Erschienen: 24.05.17. URL: https://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/wwu/muz/pdf-ausgaben/wl_05_2017.pdf [25.02.18]

O'Reilly, Tim (2005): What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Erschienen: 30.09.05. URL:

<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> [18.11.17]

Pariser, Eli (2012): Filter Bubble: Wie wir im Internet entmündigt werden. München.

Patzelt, Werner J. (2015): Was und wie denken PEGIDA Demonstranten? Analyse der PEGIDA-Demonstranten am 25. Januar 2015, Dresden. Ein Forschungsbericht. Erschienen: 02.02.15. URL: <https://tu-dresden.de/gsw/phil/powi/polsys/ressourcen/dateien/forschung/pegida/patzelt-analyse-pegida-2015-01.pdf?lang=de> [18.11.17]

Patzelt, Werner J. (2016a): „Rassisten, Extremisten, Vulgärdemokraten!“ Hat sich PEGIDA radikalisiert? Erschienen: 25.02.15. URL: <https://tu-dresden.de/gsw/phil/powi/polsys/forschung/pegida/studie3-januar2016> [18.11.17]

Patzelt, Werner J. (2016b): Was ist PEGIDA? In: Patzelt, Werner J.; Klose, Joachim (Hrsg.): PEGIDA. Warnsignale aus Dresden. Dresden. S. 19-56.

Patzelt, Werner J. (2016c): Wer sind und wie denken Pegidianer? In: Patzelt, Werner J.; Klose, Joachim (Hrsg.): PEGIDA. Warnsignale aus Dresden. Dresden. S. 149-294.

Patzelt, Werner J. (2016d): Was tun? In: Patzelt, Werner J.; Klose, Joachim (Hrsg.): PEGIDA. Warnsignale aus Dresden. Dresden. S. 587-606.

Patzelt, Werner J. (2016e): „Dresdner Charta. Charta für den interreligiösen Frieden in Deutschland“ vom 27. Februar 2015. In: Patzelt, Werner J.; Klose, Joachim (Hrsg.): PEGIDA. Warnsignale aus Dresden. Dresden. S. 611.

Patzelt, Werner J.; Eichardt, Christian (2015): Drei Monate nach dem Knall: Was wurde aus Pegida? Vergleichende Analyse der Pegida-Demonstrationen vom 25. Januar, 27. April und 04. Mai 2015 in Dresden. Erschienen: 21.05.15. URL: <https://tu-dresden.de/gsw/phil/powi/polsys/ressourcen/dateien/forschung/pegida/patzelt-analyse-pegida-2015-05.pdf?lang=de> [18.11.17]

PEGIDA (2016): Du hast PEGIDA wegen Hassbotschaften oder -symbolen anonym gemeldet. [FB-Posting] Erschienen: 22.07.16. URL: <https://www.facebook.com/pegidaevdresden/photos/a.752760438124128.1073741827.752759664790872/1041394249260744/?type=3&theater> [18.11.17]

PEGIDA (2017a): Willkommen auf pegida.de - unserer neuen Internetseite! [Blogeintrag]

Erschienen: 24.04.17. URL: <http://www.pegida.de/news/willkommen-auf-pegidade---unserer-neuen-internetseite.html> [18.11.17]

PEGIDA (2017b): IB-DEMO im Wedding - Ein grandioser Tag in Berlin. [Blogeintrag]

Erschienen: 18.06.17. URL: <http://www.pegida.de/news/ib-demo-im-wedding---ein-grandioser-tag-in-berlin.html> [18.11.17]

PEGIDA (2017c): Identitäre Bewegung sticht bald in See gegen Schlepperbanden. [Blogeintrag]

Erschienen: 27.06.17. URL: <http://www.pegida.de/news/identitaere-bewegung-sticht-bald-in-see-gegen-schlepperbanden.html> [18.11.17]

PEGIDA (2017d): Danke! [Blogeintrag] Erschienen: 29.10.17. URL:

<http://www.pegida.de/news/danke.html> [18.11.17]

PEGIDA (2018): TEILEN - TEILEN - TEILEN - AUF UNSERER SEITE "GEFÄLLT MIR" DRÜCKEN UND/ODER SIE ABONNIEREN - DANKE! (y) #PEGIDA in DRESDEN am Montag 05.02.2018! Teil 2 des Videos findet ihr hier:

<https://www.facebook.com/pegidaevofficial/videos/1632627966790735/> #AufDieStrasse! [FB-Posting] Erschienen: 05.02.18. URL:

<https://www.facebook.com/pegidaevofficial/videos/vb.796885057031701/1632586546794877/?type=3&theater> [14.02.18]

PEGIDA Hamburg (2015): Die Schweigespirale! Eine ausführliche Erklärung für das Funktionieren eines Systems aus Tabus und Redeverboten lieferte bereits in den 70er-Jahren die Demoskopin Elisabeth Noelle-Neumann in ihrer Theorie der Schweigespirale. Danach treibt den Menschen die Angst vor der sozialen Isolation um – keiner will in einer Gruppe oder der Gesellschaft außen stehen. Das hat seine guten Gründe: Schließlich sind wir als soziale Wesen auf Gemeinschaft angewiesen, und wir leben auch gern in ihr. Um nur ja nicht ausgegrenzt zu werden, beobachtet der Einzelne ständig seine Umgebung auf der Suche nach der gerade vorherrschenden Meinung – und passt sich ihr dann an. [FB-Posting, liegt als Screenshot vor] Erschienen: 25.06.15. [19.03.17]

PEGIDA Kassel (2016): [...]Schweigespirale bekommt Risse Das einzig Gute am Schlechten ist die Debatte, die sich nicht mehr halten lässt. Weder durch Verschweigen, noch durch Grüne und SPD mit Stegner. Die Schweigespirale bekommt Risse. Es wird nicht so bleiben, wie es ist. Die Bürger diskutieren und lassen sich nicht von Politikern zum Glühweintrinken auf Weihnachtsmärkte schicken. Ablenkung ist genug. Es ist Bewegung im Land. Weil viele Menschen merken, es geht um unsere Heimat, unsere Freiheit, um unsere Lebensweise.[...]. [FB-

Posting, liegt als Screenshot vor] Erschienen: 26.12.16. [25.03.17]

Pegida mag Dich (2015): Was Fans von Pegida noch so gefällt! Erschienen: 03.01.15. URL: <http://www.pegida-mag-dich.de> [18.11.17]

Peter, Christina; Brosius, Hans-Bernd (2013): Wahrnehmungsphänomene. In: Schweiger, Wolfgang; Fahr, Andreas (Hrsg.): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden. S. 463-480.

Pew Research Center (2016): A Wider Ideological Gap Between More and Less Educated Adults. Political polarization update. Erschienen: 26.04.16. URL: <http://www.people-press.org/2016/04/26/a-wider-ideological-gap-between-more-and-less-educated-adults/> [18.11.17]

Pfahl-Traughber, Armin (2015): Pegida: Eine Protestbewegung zwischen Ängsten und Ressentiments. Eine Analyse aus der Sicht der Bewegungs-, Extremismus- und Sozialforschung. In: Bundeszentrale für politische Bildung. Erschienen: 02.02.15. URL: <http://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/200901/pegida-eine-protestbewegung-zwischen-aengsten-und-ressentiments> [25.02.18]

Pfeiffer, Thomas; Puttkamer, Michael (2007): Warum das Land Nordrhein-Westfalen die „Junge Freiheit“ in seinen Verfassungsschutzberichten geführt hat. In: Braun, Stephan; Vogt, Ute (Hrsg.): Die Wochenzeitung „Junge Freiheit“. Kritische Analysen zu Programmatik, Inhalten, Autoren und Kunden. Wiesbaden. S. 57-76.

Pfetsch, Barbara; Bossert, Regina (2013): Öffentliche Kommunikation. In: Bentele, Günter; Brosius Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. S. 248-249.

Pletter, Roman (2017): Roland Tichy: Der Bauchredner. Erschienen: 16.02.17. URL: <http://www.zeit.de/2017/06/roland-tichy-tichys-einblick-meinungsportal-einwanderungspolitik/komplettansicht> [18.11.17]

Pleul, Clemens; Scharf, Stefan (2016): PEGIDAS Entwicklung auf der Straße und im Netz. In: Patzelt, Werner J.; Klose, Joachim (Hrsg.): PEGIDA. Warnsignale aus Dresden. Dresden. S. 295-368.

Polizei Sachsen (2015): Landeshauptstadt Dresden. Polizeieinsatz. Erschienen: 12.01.15. URL: <http://www.webcitation.org/6VXHmpP17> [18.11.17]

- Pöttker, Horst (2000): Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden/Opladen. S. 375-390.
- Rafael, Simone (2015): Die Mitte und der „Genderwahn“. In: Melzer, Ralf; Molthagen, Dietmar (Hrsg.): Wut, Verachtung, Abwertung: Rechtspopulismus in Deutschland. Bonn. S. 78-94.
- Rau, Harald (2007): Qualität in einer Ökonomie der Publizistik. Betriebswirtschaftliche Lösungen für die Redaktion. Wiesbaden.
- Rehberg, Karl-Siegbert (2016): Dresden-Szenen. Eine einleitende Situationsbeschreibung. In: Rehberg, Karl-Siegbert; Kunz, Franziska; Schlinzig, Tino (Hrsg.): PEGIDA – Rechtspopulismus zwischen Fremdenangst und „Wende“-Enttäuschung? Analysen im Überblick. Bielefeld. S. 15-52.
- Reinhard, Oliver (2016): Fakten gegen Gerüchte. Erschienen: 01.07.16. URL: <http://www.sz-online.de/sachsen/fakten-gegen-geruechte-3434300.html> [18.11.17]
- Reporter ohne Grenzen (2016): Rangliste der Pressefreiheit 2016. Nahaufnahme Deutschland. Erschienen: 20.04.16. URL: https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Presse/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2016/Nahaufnahme_Deutschland_2016.pdf [18.11.17]
- Reporter ohne Grenzen (2017): Rangliste der Pressefreiheit 2017. Nahaufnahme Deutschland. Erschienen: 26.04.17. URL: https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Presse/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2017/ROG-Nahaufnahme_Deutschland_2017.pdf [18.11.17]
- Reuband, Karl-Heinz (2015): Wer demonstriert in Dresden für Pegida? Ergebnisse empirischer Studien, methodische Grundlagen und offene Fragen. In: MIP, 21. Jahrgang, S. 133-143.
- Reuband, Karl-Heinz (2016): Pegida im Wandel? Soziale Rekrutierung, politisches Selbstverständnis und Parteipräferenzen der Kundgebungsteilnehmer. In: MIP, 22. Jahrgang, S. 52-69.
- Reuter, Markus (2017): Ab heute gilt das NetzDG und das sind die Gefahren für die Meinungsfreiheit. Erschienen: 01.10.17. URL: <https://netzpolitik.org/2017/ab-heute-gilt-das-netzdg-und-das-sind-die-gefahren-fuer-die-meinungsfreiheit/> [18.11.17]

Rietzschel, Antonie (2018): Ostdeutsche AfD-Chefs umwerben Pegida. Erschienen: 15.02.18.
URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/afd-pegida-verbuendete-1.3868506> [18.02.18]

Roberts, Chris (2010): Correlations Among Variables on Message and Messenger Credibility Scales. In: American Behavioral Scientist, 54(I), S. 43-56.

Rössler, Patrick (2010a): Inhaltsanalyse. Konstanz.

Rössler, Patrick (2010b): Das Medium ist die Botschaft. In: Welker, Martin; Wunsch, Carsten (Hrsg.): Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet. Köln.

Roth, Roland; Rucht, Dieter (2008): Einleitung. In: Roth, Roland; Rucht, Dieter (Hrsg.): Die Sozialen Bewegungen in Deutschland seit 1945. Ein Handbuch. Frankfurt/New York. S. 9-38.

RT Deutsch (2017a): Über uns. Erschienen: k. A. URL: <http://www.rtdeutsch.com/uber-uns/> [18.11.17]

RT Deutsch (2017b): Ex-ARD-Redakteur Bräutigam über die Tagesschau: „Die Mängel sind institutionell“. Erschienen: 02.03.17. URL: <https://deutsch.rt.com/inland/47176-ex-ard-redakteur-brautigam-uber-medien> [18.11.17]

Rucht, Dieter; Daphi, Priska; Kocyba, Piotr; Neuber, Michael; Roose, Jochen; Scholl, Franziska; ... Zajak, Sabrina (2015): Protestforschung am Limit. Eine soziologische Annäherung an Pegida. Berlin.

Rucht, Dieter; Yang, Mundo; Zimmermann, Ann (2004): Die Besonderheiten netzbasierter politischer Kommunikation am Beispiel des Genfood-Diskurses. Gutachten im Auftrag des Deutschen Bundestages. Berlin.

Sächsische Zeitung Online (2016): Pegida verliert Facebook-Seite. Erschienen: 23.07.16. URL: <http://www.sz-online.de/sachsen/pegida-verliert-facebook-seite-3450503.html> [18.11.17]

Sarcinelli, Ulrich (2012): Medien und Demokratie. In: Mörschel, Tobias; Krell, Christian (Hrsg.): Demokratie in Deutschland. Zustand Herausforderungen Perspektiven. Wiesbaden. S. 271-318.

Sauerbrey, Anna (2015): Beta-Version: Testen Sie unser Online-Debattenportal Causa. Erschienen: 30.11.15. URL: <http://www.tagesspiegel.de/meinung/causa-debatte/tagesspiegel-causa-beta-version-testen-sie-unser-online-debattenportal-causa/12656188.html> [20.01.18]

- Saxer, Ulrich (1998): Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse. In: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen/Wiesbaden. S. 52-73.
- Schaal, Gary S.; Heidenreich, Felix (2013): Politik der Gefühle. Zur Rolle von Emotionen in der Demokratie. In: Bundeszentrale für Politische Bildung (Hrsg.): Aus Politik und Zeitgeschichte, 63. Jahrgang, 32-33/2013, S. 3-11.
- Scharf, Stefan; Pleul, Clemens (2016): Im Netz ist jeden Tag Montag. In: Rehberg, Karl-Siegbert; Kunz, Franziska; Schlinzig, Tino (Hrsg.): PEGIDA – Rechtspopulismus zwischen Fremdenangst und „Wende“-Enttäuschung? Analysen im Überblick. Bielefeld. S. 83-98.
- Schatz, Heribert; Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, 11/1992, S. 690-712.
- Schemer, Christian; Jakob, Nikolaus; Quiring, Oliver; Schultz, Tanjev; Ziegele, Marc; Granow, Viola (2018): Medienvertrauen in Deutschland 2017. Erste Befunde der Langzeitstudie. Erschienen: 29.01.18. URL: http://www.uni-mainz.de/downloads_presse/02_publizistik_medienvertrauen_grafiken.pdf [22.02.18]
- Scherer, Helmut; Tiele, Annekaryn; Haase, Ansgar; Hergenröder, Sabine; Schmid, Hannah (2006): So nah und doch so fern? Zur Rolle des Nachrichtenfaktors „Nähe“ in der internationalen Tagespresse. In: Publizistik, Heft 2, 51. Jahrgang, S. 201-224.
- Scheufele, Bertram (2013): Framing. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden. S. 96.
- Schmitt-Beck, Rüdiger; Pfetsch, Barbara (1994): Politische Akteure und die Medien der Massenkommunikation. Zur Generierung von Öffentlichkeit in Wahlkämpfen. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und soziale Bewegungen. Opladen. S. 105-138.
- Schreiber, Norbert (1999): Wie mache ich Inhaltsanalysen? Vom Untersuchungsplan zum Ergebnisbericht. Frankfurt am Main.
- Schröder, Jens (2016): Die Likemedien-Top-50 des Jahres 2015: Bild bleibt vorn, Focus von 7 auf 2. Erschienen: 05.01.16. URL: <http://blog.10000flies.de/die-likemedien-top-50-des-jahres->

2015-bild-bleibt-vorn-focus-von-7-auf-2/ [18.11.17]

Schröder, Jens (2017a): Die Likemedien-Top-100 im Juli 2017: Hamburger Abendblatt und taz profitieren massiv von G20-Berichten, neue Sky-Sport-Website steigt auf 75 ein. Erschienen: 18.08.17. URL: <http://blog.10000flies.de/die-likemedien-top-100-im-juli-2017-hamburger-abendblatt-und-taz-profitieren-massiv-von-g20-berichten-neue-sky-sport-website-steigt-auf-75-ein/> [18.11.17]

Schröder, Jens (2017b): Facebook testet neuen „Entdecker-Feed“ und die Interaktionen von Medien aus sechs Ländern brechen zusammen. Erschienen: 24.10.17. URL: <http://meedia.de/2017/10/24/Facebook-testet-neuen-entdecker-feed-und-die-interaktionen-von-medien-aus-sechs-laendern-brechen-zusammen/> [18.11.17]

Schulz, Anne; Rössler, Patrick (2013): Schweigespirale Online: Die Theorie der öffentlichen Meinung und das Internet. Baden-Baden.

Schulz, Winfried (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden.

Schulz, Wolfgang (2008): Vertrauensbildung als öffentliche Aufgabe in der Medienkonvergenz? In: Klumpp, Dieter, Kubicek; Roßnagel, Alexander; Schulz, Wolfgang (Hrsg.): Informationelles Vertrauen für die Informationsgesellschaft. Berlin/Heidelberg. S. 143-152.

Schunke, Anabel (2016): Weiter sinkendes Vertrauen in die Sicherheit. Erschienen: 31.10.16. URL: <https://www.tichyseinblick.de/meinungen/weiter-sinkendes-vertrauen-in-die-sicherheit/> [18.11.17]

Schwan, Gesine (2014): Pegida ist überall. Erschienen: 30.12.14. URL: <http://www.zeit.de/2015/01/pegida-abstiegsangst-weimarer-republik> [18.11.17]

Schwarz, Moritz (2014): „Wir haben einen Nerv getroffen“. Erschienen: 12.12.14. URL: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r5_NX_Ybr1AJ:https://jungfreiheit.de/service/archiv%3Fartikel%3Darchiv14/201451121211.htm+%&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=de&client=firefox-b-ab [18.11.17]

Schweiger, Wolfgang (2017): Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern. Wiesbaden.

Seifert, Markus (2012): Mobilisierung für alle? Sozial selektive Wirkungen des Internets auf die politische Kommunikation. Wiesbaden.

Sixtus, Mario (2016): Von wegen Algorithmen: Unsere Filterblasen sind pure Handarbeit. Erschienen: 05.09.16. URL: <http://t3n.de/news/filterblasen-sixtus-kolumne-742847/> [18.11.17]

Söhler, Maik (2014): Pegidisch für Anfänger. Erschienen: 11.12.14. URL: <http://www.taz.de/!5026420/> [18.11.17]

Spears, Russell; Lea, Martin (1994): Panacea or Panopticon? The Hidden Power in Computer-Mediated Communication. In: Communication Research, Vol. 21, Issue 4, S. 427-459.

Spiewak, Martin (2017): "Hingehen, wo es brodeln und stinkt". Erschienen: 09.02.17. URL: <http://www.zeit.de/2017/05/medien-vertrauen-umfrage-ifak/komplettansicht> [18.11.17]

Staatsministerium des Inneren Sachsen (2016): Sächsischer Verfassungsschutzbericht (Vorabfassung). Erschienen: 25.04.17. URL: http://www.verfassungsschutz.sachsen.de/download/VSB2016_Vorabfassung.pdf [18.11.17]

Stefanowitsch, Anatol; Flach, Susanne (2016): Auswertung von Userkommentaren auf der offiziellen Facebook-Seite von PEGIDA, Januar bis Dezember 2015 im Auftrag der Süddeutschen Zeitung. Erschienen: k. A. URL: https://drive.google.com/file/d/0B9mLol0BxIQ_Z053SXZ6S2NVR3M/view [18.11.17]

Steinwehr, Uta: Krise der Fakten – Krieg der Meinungen. Studien belegen: Das Vertrauen in Medien ist über Jahre konstant. Erschienen: 13.01.17. URL: <http://www.dw.com/de/studien-belegen-das-vertrauen-in-medien-ist-%C3%BCber-jahre-konstant/a-37093513> [25.02.18]

Stern Online (2015): 44 Prozent der Deutschen teilen den „Lügenpresse“-Vorwurf von Pegida. Erschienen: 28.10.15. URL: <http://www.stern.de/politik/deutschland/pegida--luegenpresse-vorwurf-teilen-44-prozent-der-deutschen---forsa-umfrage-fuer-den-stern-6524244.html> [25.02.18]

Streitböcker, Wolfgang (2014): Grundbegriffe für Journalistenausbildung. Theorie, Praxis und Techniken als berufliche Techniken. Wiesbaden.

Stryker, Jo Ellen; Wray, Ricardo J.; Hornik, Robert C.; Yanovitzky, Itzik (2006): Validation of Database Search Terms for Content Analysis. The Case of Cancer News Coverage. In: Journalism

& Mass Communication Quarterly Vol. 83, No. 2, Summer 2006, S. 413-430.

Süddeutsche Zeitung Online (2014): NRW-Innenminister Jäger über „Pegida“: „Neonazis in Nadelstreifen“. Erschienen: 11.12.14. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/nrw-innenminister-jaeger-ueber-pegida-neonazis-in-nadelstreifen-1.2263548> [18.11.17]

Sundermeyer, Olaf (2015): PEGIDA und die Radikalisierung von rechts Beobachtungen einer menschenfeindlichen Bewegung. In: Melzer, Ralf; Molthagen, Dietmar (Hrsg.): Wut, Verachtung, Abwertung: Rechtspopulismus in Deutschland. Bonn. S. 167-177.

Sunstein, Cass R. (2017): #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton/Oxford.

Teidelbaum, Lucius (2016): PEGIDA. Die neue deutschnationale Welle auf der Straße. Münster.

Teune, Simon (2015): Die Revolte der Demokratieverdrossenen. Erschienen: 16.01.15. URL: [https://www.tu-berlin.de/?143029&tx_ttnews\[tt_news\]=1494&tx_ttnews\[backCat\]=90](https://www.tu-berlin.de/?143029&tx_ttnews[tt_news]=1494&tx_ttnews[backCat]=90) [18.11.17]

Tsfati, Yariv (2010): Online News Exposure and Trust in the Mainstream Media: Exploring Possible Associations In: American Behavioral Scientist 54(I), S. 22-42.

Tsfati, Yariv; Cohen, Jonathan (2013): Perceptions of Media and Media Effects. The Third-Person Effect, Trust in Media, and Hostile Media Perceptions. In: Valdivia, Angharad N.; Scharrer, Erica (Hrsg.): The International Encyclopedia of Media Studies: Media Effects/Media Psychology, S. 5-19.

Übermedien (2016): Die „Sächsische Zeitung“ und Pegida – Übermedien.de. [Videodatei] Erschienen: 01.07.16. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sAYQIrdGMj4&feature=youtu.be> [18.11.17]

Ullrich, Peter (2017): Postdemokratische Empörung. Ein Versuch über Demokratie, soziale Bewegungen und gegenwärtige Protestforschung. In: Heim, Tino (Hrsg.): Pegida als Spiegel und Projektionsfläche. Wechselwirkungen und Abgrenzungen zwischen Pegida, Politik, Medien, Zivilgesellschaft und Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 217-252.

Unwort des Jahres (2014): Lügenpresse. Erschienen: k. A. URL: <http://www.unwortdesjahres.net/index.php?id=48> [18.11.17]

Vallone, Robert P.; Ross, Lee; Lepper, Mark R. (1985): The Hostile Media Phenomenon: Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre. In: Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 49, No. 3, S. 577-585.

van Eimeren, Birgit; Frees, Beate (2012): 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. In: Media Perspektiven, 7-8/2012, S. 362-379.

van Eimeren, Birgit; Frees, Beate (2014): 79 Prozent der Deutschen online – Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild. In: Media Perspektiven, 7-8/2014, S. 378-396.

Virchow, Fabian (2016): ›Rechtsextremismus‹: Begriffe Forschungsfelder Kontroversen. In: Virchow, Fabian; Langebach, Martin; Häusler, Alexander (Hrsg.): Handbuch Rechtsextremismus. Wiesbaden. S. 5-41.

Vogel, Ines C.; Milde, Jutta; Stengel, Karin; Staab, Steffen; Kling, Christoph C.; Kunegis, Jérôme (2015): Glaubwürdigkeit und Vertrauen von Online-News. Ein kommunikationswissenschaftlicher Überblick. In: Datenschutz und Datensicherheit, 5/2015, S. 312-316.

von Garmissen, Anna (2017): Vertrauensverlust? Eher eine gefühlte Krise. In: DJV NRW Journal, 03/2017, S. 44.

von Nordheim, Gerret (2016): Poppers Alptraum. Erschienen: 02.08.16. URL: <http://de.ejo-online.eu/digitales/poppers-alptraum> [18.11.17]

Vorländer, Hans; Herold, Maik; Schäller, Steven (2015): Wer geht zu PEGIDA und warum? Eine empirische Untersuchung von PEGIDA-Demonstranten in Dresden. Dresden.

Vorländer, Hans; Herold, Maik; Schäller, Steven (2016): PEGIDA. Entwicklung, Zusammensetzung und Deutung einer Empörungsbewegung. Wiesbaden.

Walter, Franz (2015): Studie zu Pegida. Aktuelle Forschungsergebnisse zu den Pegida-Protesten. Erschienen: 19.01.15. URL: <http://www.demokratie-goettingen.de/blog/studie-zu-pegida> [18.11.17]

WDR (2015): Deutsche zufrieden mit Informationsangebot, höchste Glaubwürdigkeit beim öffentlich-rechtlichen Radio, 20 Prozent sprechen von „Lügenpresse“. Erschienen: 31.10.15. URL: https://presse.wdr.de/plounge/radio/wdr5/2015/10/20151031_infratest_dimap_studie.html

[25.02.18]

Weichert, Stephan (2017): Der positive Ansatz. In: Journalist, 9/2017, S. 59-61.

Weigert, Martin (2014): Massenmedien und Prominente. Die nächste Gatekeeper-Funktion geht verloren. In: Kappes, Christoph; Krone, Jan; Novy, Leonard: Medienwandel kompakt 2011-2013. Netzveröffentlichungen zu Medienökonomie, Medienpolitik und Journalismus. Wiesbaden. S. 249-251.

Weischenberg, Siegfried (2014): Max Weber und die Vermessung der Medienwelt Empirie und Ethik des Journalismus – eine Spurenlese. Wiesbaden.

Weischenberg, Siegfried; Malik, Maja; Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.

Welker, Martin; Wunsch, Carsten; Böcking, Saskia; Bock, Annekatrin; Friedemann, Anne; Herbers, Martin; Isermann, Holger; ...; Schweitzer, Eva Johanna (2010): Die Online-Inhaltsanalyse: methodische Herausforderung, aber ohne Alternative. In: Welker, Martin; Wunsch, Carsten (Hrsg.): Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet. Köln. S. 9-30.

Weßler, Hartmut (1997): Der „befremdete“ Blick auf das Selbstverständliche. Wann ist Medienkritik kritisch? In: Weßler, Hartmut et al.: Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen. S. 15-26.

Wrobel, Michael (2015): Bogida und Kögida geben auf. Erschienen: 06.01.15. URL: <http://www.general-anzeiger-bonn.de/bonn/stadt-bonn/Bogida-und-Kögida-geben-auf-article1531484.html> [18.11.17]

Yendell, Alexander; Decker, Oliver; Brähler, Elmar (2016): Wer unterstützt Pegida und was erklärt die Zustimmung zu den Zielen der Bewegung? In: Decker, Oliver; Kiess, Johannes; Brähler, Elmar (Hrsg.): Die enthemmte Mitte. Autoritäre und rechtsextreme Einstellung in Deutschland. Die Leipziger »Mitte«-Studie 2016. Gießen. S. 137-152.

YouTube (2014a): KURDEN DEMO DRESDEN. [Videodatei] Erschienen: 10.10.14. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=d6aFr9GVE2c> [18.11.17]

YouTube (2014b): Rede von Katrin bei PEGIDA Dresden am 15.12.2014. [Videodatei].

Erschienen: 17.12.14. URL: www.youtube.com/watch?v=BNy5AZf2zG4 [25.02.18]

ZDF heute (2016): "Die Nachrichtenlage war klar genug. Es war ein Versäumnis, dass die 19-Uhr-heute-Sendung die Vorfälle nicht wenigstens gemeldet hat. Die heute-Redaktion entschied sich jedoch, den geplanten Beitrag auf den heutigen Tag des Krisentreffens zu verschieben, um Zeit für ergänzende Interviews zu gewinnen. Dies war jedoch eine klare Fehleinschätzung."

Stellvertretender ZDF-Chefredakteur Elmar Theveßen [FB-Posting]. Erschienen: 05.01.16. URL: <https://www.facebook.com/ZDFheute/posts/10153865883565680:0> [18.11.17]

Zeit Online (2014): Jeder Zweite sympathisiert mit Pegida. Erschienen: 15.12.14. URL: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2014-12/islam-pegida-fluechtlinge-deutschland-umfrage> [18.11.17]

Zeit Online (2015a): Gabriel diskutiert mit Pegida-Anhängern. Erschienen: 24.01.15. URL: <http://pdf.zeit.de/politik/deutschland/2015-01/gabriel-pegida-dresden.pdf> [18.11.17]

Zeit Online (2015b): De Maizière warnt vor Pegida. Erschienen: 18.10.15. URL: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2015-10/pegida-maiziere-innenminister-rechtsextremismus-islamfeindlichkeit> [18.11.17]

Zeit Online (2016): Gericht bestätigt Strafe für Lutz Bachmann. Erschienen: 30.11.16. URL: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2016-11/pegida-lutz-bachmann-volksverhetzung-geldstrafe-urteil> [18.11.17]

Zeit Online (2017): Döpfner: Facebook muss Probleme mit "Fake News" selber lösen. Erschienen: 01.02.17. URL: <http://www.zeit.de/news/2017-02/01/medien-doepfner-facebook-muss-probleme-mit-fake-news-selber-loesen-01134403> [18.11.17]

Anhang A: Filterworte für Stichprobe der FB-Kommentare

3 sat	beschreibung	deutsche welle
3sat	bild	deutschlandfunk
4 gewalt	bildschirmtext	deutschlandradio
abendblatt	blatt	die anstalt
akif pirincci	blick	die glocke
al hayat	blog	die harke
al jazeera	blu news	die neckerquelle
allgemeine	blunews	die rheinpfalz
anne will	bote	diffamieren
antenne	boulevard	diffamiert
anzeiger	boulevardzeitung	diffamierung
apollo	br	differenziert
ard	brennpunkt	diskreditieren
argumentation	brs	diskreditiert
arte	bsc	dlf
artikel	bsctv	dnn
aufdecken	bundeszentrale für politische bildung	dokumentation
augsburger land	bunte	dresdeneins
ausgewogen	bz	dresdner neueste nachrichten
aussage	cctv	dunja hayali
aussagen	cicero	dw
autor	cnbc	echo
bayerischer rundfunk	cnm	eff 3
bbc	compact	eindimensional
befangen	courier	eins festival
befragung	cube fm	eins plus
behaupten	darstellen	einseitig
behauptung	darstellung	einsfestival
beitrag	das erste	elsterwelle
beiträge	das parlament	energy
beitragservice	denken	erf
beleg	der gemeinützige	erfinden
belegen	der kitzinger	erfindet
beobachter	der münsterländer	erfindung
bergstraße	der neue tag	ertv
bericht	der patriot	express
berichterstattung	der westallgäuer	extra 3
berlin direkt	detektor	facebook
beschreib		fair

fakt	gleichschaltung	kabel eins
fakten	guardian	kabel plus
falsch	günther jauch	kabel1
falschdarstellung	halbseiden	kabeleins
fanradio	haltlos	kanal
faz	handelsblatt	käseblatt
feature	hart aber fair	klassik
fehler	hessischer rundfunk	klaus kleber
fernsehen	hetz	klischee
figaro	heute	kolumne
fm	heute journal	kolumnist
focus	heute nacht	kommentar
fr	heute show	kommentier
frankfurter allgemeine zeitung	heutejournal	kontraste
frankfurter rundschau	heuteshow	kopp
fränkischer tag	hitradio	koppverlag
frei	holzkirchner merkur	korrekt
freie presse	hörer	korrespondent
freies denken	hörfunk	kritik
freies wort	hr	kritisch
freiheit	http	kritisier
freitag	hürriyet	kurier
fm	info	kürzen
frontal	infokanal	länderspiegel
frontal 21	information	lausitz am sonntag
frontal21	informier	lausitzer rundschau
funk	internet	leipziger volkszeitung
gatekeep	interview	lengefeld regional
gazette	investigativ	leserbrief
gefärbt	jf	leserumfrage
gekürzt	journalle	lfe
gelenkt	journal	link
gemeinplatz	journalist	liz
gemeinschaftswerk der evangelischen publizistik	journalistisch	lokalstudio
gep	jump	lokalzeitung
gesprächsrunde	junge freiheit	lokruf
gez	jungle world	lr
gleichgeschaltet	jungleworld	lügen
	kabel	lügenpresse

lvz	msm	pluralistisch
magazin	multiperspektiv	polemik
main post	münchener merkur	polemisch
mainpost	mwdigital	politically incorrect
mainspitze	n 24	positiv
mainstream	n tv	post
mainstreammedien	n24	postillon
manipulation	nachricht	prawda
manipulieren	nachrichten	presse
manipuliert	ndr	pressebüro
mannheimer morgen	neckarchronik	pressefreiheit
markus lanz	negativ	presstituiert
massenmedien	neon	print
maybrit illner	neue westfälische	pro sieben
mdr	neues deutschland	pro7
mecklenburger schweiz	neutral	prohli
medial	news	propaganda
medien	norddeutscher rundfunk	propagier
mediensystem	ntv	prosieben
medium	o ton	psr
meedia	o töne	publizier
meinung	oaz	publizist
meinungsfreiheit	objektiv	puls 4
meldung	öffentlich	punkteins
mephisto	öffentlich rechtlich	quelle
merkur	öffentlichkeit	radio
metapedia	öffentlichrechtlich	radio bremen
milliyet	online	radio sachsen
mitteldeutscher rundfunk	oschatzer allgemeine	rb
moderation	oton	rbb
moderator	otöne	readers digest
moderier	panorama	realität
monitor	partiisch	recherche
mopo	passion	recherchier
moral	perspektive	redakteur
moralisch	phoenix	redaktion
morgenpost	pi	redaktionell
mottt fm	pinews	report
motttfm	pirna	report mainz

report münchen	sputnik	tvsender
revolverblatt	sr	tz
rheingauer bürgerfreund	standpunkt	tz
richtig	stern	udo ulfkotte
riesa	stimme	umfrage
m	strehla	unabhängig
rp	studio	unfair
rsa	subjektiv	unsachlich
rt	süddeutsche	unsinn
rtl	süddeutsche zeitung	unsinnig
rundfunk	südhessen morgen	untermauer
rundfunk berlinbrandenburg	südwestrundfunk	unterstell
rundfunkbeitrag	swr	unterstellung
rundfunkbeiträge	system	unwahr
rundfunkgebühr	systemmedien	unwahrheit
rundschau	sz	verbreite
runterspielen	sz	verdrehen
russia today	tageblatt	verdrehen
saarländischer rundfunk	tagespresse	verdreht
sachlich	tagesschau	verdreht
sachsen gold plus	tagesspiegel	verfälschen
sachsenradio	tagesthemen	verfälscht
sachsenspiegel	tageszeitung	verlag
sächsische zeitung	talk	verleumdung
saek	tatsache	vermuten
Sat 1	täusch	vermutung
Sat1	täuschung	verzerren
schönreden	taz	verzerrt
schreiben	television	vierte gewalt
schreiberling	tendenziös	volksstimme
seite	themenauswahl	volkszeitung
selektiv	times	voreingenommen
sender	triff chemnitz	voreingenommen
sendung	tv	vorurteil
seriös	tv kanal	vorwärts
sichtweise	tv sender	vox
silverline	tvkanal	vox pops
spiegel	tvm	vrf
spiegel tv	tvS	wahr

wahrheit
waz
wdr
webradio
welle
welt
weltspiegel
werten
wertend
westdeutscher rundfunk
westhavelländer
wochenblatt
wochenzeitung
wsw
www
you tube
youtube
zdf
zeit
zeitschrift
zeitung
zensieren
zensiert
zensur
zimmer frei
zitat
zusammenhang
zuschauer
zwangsgebühr

Anhang B: Link zu allen analysierten FB-Kommentaren

Link: https://www.dropbox.com/sh/kkf9qwa7w5mflho/AABt4KE-nxOl5Jrxep3_aQnEa?dl=0

Daten sind ebenfalls auf CD-ROM vorhanden (s. Anh. K).

Anhang C: Codebuch

Analyseeinheit I: Posts und Kommentare auf der PEGIDA-Facebook-Seite

*Folgende Aussagen sind für alle Posts im vorliegenden Datensatz zu codieren, die auf der Pinnwand der PEGIDA-Facebook-Seite abgesetzt wurden (Posts durch Admins der PEGIDA-Facebook-Seite), sowie für alle Kommentare, die von den verschiedenen Facebook-User*innen zu einem der Posts abgesetzt wurden.*

Code des Posts

Kommentars code_ID
Nummer pro Post/Kommentar. Code ist der Tabelle zu entnehmen.

Datum 1 datum1
Datum der Codierung sechsstellig codieren.
TT.MM.JJ

Codiererin coder
1 Laura Döing
2 Noelle O'Brien-Coker

Datum 2 datum2
Datum des Posts/Kommentars sechsstellig codieren.
TT.MM.JJ
99 nicht vorhanden

Art des Beitrags art1
1 Post
2 Kommentar

Shares/Likes share_like
Zahl der Shares/Likes eintragen.
Anzahl der Shares bei Posts und Likes bei Kommentaren eintragen.

Explizite Mediennutzung

Angaben zur regelmäßig Mediennutzung

m_nutz
Gemeint sind explizite Aussagen zum alltäglichen, regelmäßigen Mediengebrauch. Nicht gemeint sind implizite Aussagen durch geteilte Links oder Bezugnahme zu einzelnen Artikeln.
0 keine Angabe zur regelmäßigen Mediennutzung
... konkreten Namen des Mediums eintragen (wird nachcodiert)
999 nicht mehr nachvollziehbar

Angaben über Vermeidung von Medien

m_verm
0 keine Angabe zur Vermeidung von Medien
... konkreten Namen des Mediums eintragen (wird nachcodiert)
999 nicht mehr nachvollziehbar

Kollektive Identität

PEGIDA- Zugehörigkeit

zug
Wird durch explizite Aussagen oder den Gebrauch von Pronomen der ersten Person plural (wir, uns, unser etc.) das Gefühl der Zugehörigkeit zu PEGIDA als geeintem, großen Ganzen deutlich? Wird deutlich, dass

<i>der/die Kommentator*in mit PEGIDA und/oder einem der Ableger sympathisiert, bzw. die Bewegung ablehnt?</i>	
0	keine Zugehörigkeit zur PEGIDA-Bewegung ausgedrückt
1	Wir-Aussagen <i>Aussagen i.S.v. „wir in Deutschland“, „wir als Sachsen“ o.ä. zählen nicht dazu.</i>
2	Explizite Sympathiebekundungen <i>Hierunter fallen auch indirekte Sympathiebekundungen, wenn PEGIDA im Kommentar beispielsweise argumentativ verteidigt wird. Nicht hinzu zählen bloße Meinungsäußerungen, die intuitiv im Sinne der PEGIDA interpretiert werden können. Voraussetzung ist demnach die Nennung der PEGIDA-Bewegung als Bezugsinstanz.</i>
3	Ablehnendes Ihr/Sie
99	Nicht nachvollziehbar

Szenetypisches

Vokabular (Arbeitst.) vok

Auffällige Bezeichnungen, Sprachbilder und Argumentationsstrukturen sollen durch eine entsprechende Netzrecherche darauf überprüft werden, in welchem Zusammenhang sie verwendet werden. Bereiche an denen wir uns orientieren sind offen PEGIDA-nahe Seiten, DDR-Bezüge, Montagsmahnwachen, Rechtspopulismus und -extremismus, bekannte Verschwörungstheorien. Bsp.: „Lügenpresse“, „roter Pfaffe“, „Systemmedien“, „Deutschland ist noch immer besetzt“. Begriffe wie „Medienmüll“ oder „Hetzblatt“ gelten dagegen als zu unspezifisch.

0	kein szenetypisches Vokabular verwendet
...	verwendetes Vokabular direkt eintragen und nachcodieren.

Deliberatives Potential (angelehnt an Jakobs 2014¹)

Umfang umf
Zeichenzahl (inkl. Leerzeichen, inkl. Links) eintragen.

Ausrichtung	ausr
<i>Kommentare, die nur einen (oder mehrere) Link(s) enthalten, sind in der ausr mit 1 zu werten.</i>	
1	aktiv <i>Kommentar/Post bezieht sich nicht explizit auf andere Nutzer*innen, steht für sich allein.</i>
2	allgemein diskursiv <i>Kommentar/Post geht richtet sich mit Appellen/Fragen etc. an die Allgemeinheit. Hierunter fällt auch der Ausruf „Wir sind das Volk“.</i>
3	spezifisch diskursiv <i>Kommentar/Post geht erkennbar auf andere Nutzer*innen ein (persönlich, also nicht nur auf deren Kommentar), stellt Fragen, richtet Appell(e) direkt an einzelne Person.</i>

Beschaffenheit

„Die Beurteilung, inwieweit eine Eigenschaft auf einen Kommentar zutrifft oder nicht, sollte [...] immer aus der Perspektive des Lesers erfolgen. Es sollte also erhoben werden, inwieweit eine Eigenschaft für einen Leser im jeweiligen Kommentar ersichtlich ist.“ (Jakobs 2014: 200). Die Abstufung der Eigenschaften sind immer im Bezug zum Gesamtumfang des Kommentars/Posts zu sehen. Enthält ein Kommentar nur einen (oder mehrere) Link(s), wird in Faktenorientierung eine 2 erhoben, in Emotionalität eine 4, in Umgangston eine 2.

1 Jakobs, Ilka (2014): Diskutieren für mehr Demokratie? Zum deliberativen Potenzial von Leserkommentaren zu journalistischen Texten im Internet. In: Loosen, Wiebke; Dohle, Marco (Hrsg.): Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden. S. 229-251.

Faktenorientierung fakt

Anhand der Faktenorientierung soll erhoben werden, ob harte Fakten, also Zahlen, Daten und/oder externe Quellen zur Argumentation herangezogen werden. Quellen und Zahlen müssen substantiell sein und nützlich für die Argumentation (Gegenbeispiele: „Selbst wenn man alles zu 100% belegen kann werden die Menschen aggressiv. Vielleicht sind sich manche einfach zu stolz, zu sagen, dass sie Jahre oder Jahrzehnte falsch lagen“, „Ich bin 89 aus der DDR geflohen“). Wenn sie ohne Erkenntnisverlust weggelassen werden können, werden sie von uns als nichtig betrachtet (Bsp.: „Nur weil es in Dresden 20000 Idioten gibt, ist das noch nicht der ganze Osten“). Links werden als Quellen gewertet und zunächst mit Stufe 2 codiert, es sei denn, der Link dient lediglich der Illustration des eigenen Standpunkts (etwa Link zum Video eines Songs, der die eigene Meinung vertritt). Stufe 1 wird codiert, wenn mehrere Quellen genannt werden und/oder eine explizite Auseinandersetzung mit diesen erfolgt. Falls erkennbar Zitate aus anderen Kommentaren oder sonstigen Texten verwendet werden, sollten auch diese in die Bewertung mit einbezogen werden.

- | | |
|---|-------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Zahlen, Daten und/oder Quellen werden häufig/besonders präzise genannt. |
| 2 | Zahlen, Daten und/oder Quellen werden genannt. |
| 3 | Zahlen, Daten und/oder Quellen werden nicht genannt. |
| 0 | keine Aussage möglich |

Emotionalität emo

Emotionalität ist unabhängig von der Fakten- oder Meinungsorientierung zu bewerten, bezieht sich demnach eher auf formale Charakteristika des Kommentars/Posts: Wiederholungen von Worten und Aussagen, der Gebrauch von Emoticons, (mehreren) Ausrufe- und Fragezeichen wird als Ausdruck von Emotionalität gewertet. Auch Mehrfachpunkte (...) sind zu werten, allerdings nicht einzeln, sondern als Konglomerat. Auch formelle Merkmale in Zitaten werden aufgenommen.

- | | |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | sehr emotional
Es sind mindestens fünf formelle Zeichen für Emotionalität vorhanden. |
| 2 | eher emotional
Es sind mindestens drei formelle Zeichen für Emotionalität vorhanden. |
| 3 | eher sachlich
Es sind bis zu zwei formelle Zeichen für Emotionalität vorhanden. |
| 4 | sehr sachlich
Es sind keinerlei formelle Hinweise aus Emotionalität vorhanden. |
| 0 | keine Aussage möglich |

Umgangston umg

Ein angemessener Umgangston ist höflich und respektvoll und enthält keine Herabwürdigung von Personen oder Drohungen. Nicht gemeint ist das Zitieren von Schimpfwörtern, wenn diese deutlich nicht als Herabwürdigung gemeint sind, sondern vielmehr Unverständnis für die Verwendung dieser Bezeichnungen ausgedrückt wird. Auch „Lügenpresse“ und vergleichbare Bezeichnungen („Presstituierte“, „Meinungsmafia“, „Hetzblatt“ etc.) werden als Beleidigung codiert. Ein betont respektvoller Umgangston ist kennzeichnet sich zum Beispiel durch Höflichkeitsformeln („Bitte“, „Danke“ etc.) und direkt adressierte Ich-Botschaften. Enthält ein Kommentar gleichzeitig mehrere Elemente, etwa besonders respektvolle Redewendungen und Schimpfwörter, so wird die jeweils höhere Ausprägung eingetragen. Enthält der Kommentar lediglich einen oder mehrere Links, wird eine 2 codiert.

- | | |
|---|-----------------------------------------------|
| 1 | betont respektvoller Umgangston |
| 2 | ohne Beleidigungen und Schimpfwörter |
| 3 | mit Beleidigungen und Schimpfwörtern |
| 4 | gewaltverherrlichend, hetzerisch, demagogisch |
| 0 | keine Aussage möglich |

Analyseeinheit II: Mediennennungen/Links

Folgende Angaben sind für alle expliziten Nennungen von Medien/Medieninstitutionen, geteilten Links und erkennbaren Zitaten aus Medien(-beiträgen) zu codieren, auch wenn diese keine Wertung enthalten. Generell gilt, „dass immer dann eine neue [Mediennennung] zu verschlüsseln ist, wenn in einer der [...] Kategorien eine neue Ausprägung vorliegt.“ (Rössler 2010b: 171). Diese Faustregel kann jedoch nicht auf den Fall angewandt werden, dass zwei Codierungen dieselben Ausprägungen beinhalten und beide bei Thema und/oder Ausrichtung der Kritik die Ausprägung „Sonstiges“ enthalten, sich unter diesen Codierungen aber jeweils andere Sachverhalte verbergen. Diese gleichlautenden Codierungen sind also dennoch mehrfach vorzunehmen. Weiterhin ist zu beachten, dass Ausdrücke wie „eine Zeitung“ nicht erhoben werden sollte, wenn diese genutzt werden, um eine zuvor konkret genannte Publikation zu beschreiben. In dem Kommentar: „Hürriyet ist eine Tageszeitung mit Sitz in Istanbul“ ist nur „Hürriyet, nicht aber „Tageszeitung“ zu erheben.

Code der Nennung/des Links

Links code2
laufende Nummer pro Nennung.

Code des dazugehörigen Kommentars/ Posts

Posts code1
Code ist den Listen der Kommentare und Posts zu entnehmen.

Art der Nennung art2
1 Link
2 Nennung im Kommentartext

Gegenstand der Nennung

Medium/

Medieninstitution med1

Bei der Erhebung des Mediums bei Links wird i.d.R. das in der URL genannte Medium erfasst. Wenn der eigentlich Inhalt jedoch von einem anderen Medium stammt, wird dieses eingetragen (dies ist z.B. der Fall, wenn ein Video der NDR-Sendung extra 3 als YouTube-Video verlinkt wurde).

0 kein Medium/keine Institution genannt
1 „die Medien“, „die Journalisten“ als Ganzes
2 Beitragsservice (auch GEZ oder Gebühreneinzugszentrale)
... Name des Mediums/der Institution eintragen und nachcodieren.
999 nicht mehr nachvollziehbar

Plattform plat

*Diese Angabe soll bei Links dazu dienen, Plattformen zu erfassen, auf denen publizistischer Inhalt dritter Medien verlinkt oder angezeigt werden. Wird in einem Kommentar etwa ein Beitrag des NDR-Satiremagazins extra 3 verlinkt, der zuvor bei YouTube hochgeladen wurde, ist an dieser Stelle die Plattform „YouTube“ mit dem entsprechenden Code einzutragen. Die Erhebung des inhaltlich tätig gewordenen Mediums wurde zuvor in „Medium/Medieninstitution“ erfasst. Der YouTube-Channel, der das Video wiederum hochgeladen hat, wird nicht codiert, da es sich i.d.R. um Privatpersonen, bzw. Nonames handelt. Entspricht der*die inhaltliche Urheber*in des Videos dem*der Channel-Betreiber*in, hat diese*r also eine Eigenproduktion zur Verfügung gestellt, so ist diese*r in „Medium/Medieninstitution“ bereits erfasst.*

0 keine Plattform
... Namen eintragen und nachcodieren.
99 nicht nachvollziehbar

Journalist*in/

Autor*in journ1

*Werden konkrete Autor*innen genannt, sollten diese nachcodiert werden. Bei Links*

	<i>codieren wir auch die angegebenen Autor*innen-Namen nach, sofern diese gleich erkennbar sind. Agenturen werden nicht aufgeführt. Personenkürzel dagegen schon.</i>
0	kein*e konkrete*r Journalist*in genannt
1	konkrete*r Journalist*in ohne Namen genannt
...	<i>Namen eintragen und nachcodieren.</i>
999	nicht nachvollziehbar

Konkreter

Beitrag

	beitr1
0	kein konkreter Medienbeitrag wird genannt/kein Link geteilt.
1	ein konkreter Medienbeitrag wird genannt/ein Link geteilt.

**Berichterstattung
über ein Thema**

	thema1 <i>Es ist das Hauptthema des Beitrags zu identifizieren verschlüsseln, Mehrfachcodierungen sollen ausgeschlossen sein. Als Hinweis für ein Hauptthema können Merkmale wie Überschrift, Titel, Dachzeile, Teaser etc. herangezogen werden (vgl. Rössler 2010a: 138).</i>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

00 keine Aussage über Berichterstattung zu einem Thema getroffen.

10 **Integration und Zuwanderung**
Gemeint sind Nennungen von und Bezüge zur Berichterstattung über Integrationsthemen in Deutschland und im sogenannten Westen, wenn sie sich nicht explizit auf eine der Unterkategorien beziehen lassen. Etwa: Berichte über die Bildungschancen von Migrantenkindern im Allgemeinen, die Situation der Sinti und Roma in der Dortmunder Nordstadt, Forderungen nach einem Einwanderungsgesetz etc.

11 **Muslim*a und Islam in Deutschland/im sogenannten Westen**
Gemeint sind Nennungen von und Bezüge zur Berichterstattung über Integrationsthemen in Deutschland und im sogenannten Westen, die sich auf Muslime und den Islam beziehen. Etwa: Moscheebauten, islamische Feiertage (Ramadan, Bayram, Opferfest,...), Kopftuchdebatte etc. Auch die sogenannte „Islamisierung“ ist als Berichterstattungsthema mit 11 zu codieren.

12 **Geflüchtete und Asyl**
*Gemeint sind Nennungen von und Bezüge zur Berichterstattung über Integrationsthemen in Deutschland und im sogenannten Westen, die sich auf Geflüchtete und Asyl beziehen und keinen Bezug zu Muslim*innen und Islam aufweisen. Etwa: Situation in den Erstaufnahmeeinrichtungen, Verschärfung des Asylrechts, Sozialleistungen für Asylbewerber etc.*

13 **Kriminalität und Migration / Menschen mit Migrationshintergrund**
Gemeint sind Aussagen über die Berichterstattung über Ausländer und Menschen mit Migrationsgeschichte in Deutschland oder dem sogenannten Westen, die straffällig/kriminell werden (auch Gewalt, etwa bei Schlägereien gehören dazu), es sei denn, es handelt sich dabei um Geflüchtete, bzw. Asylbewerber (siehe 14).

14 **Kriminalität und Geflüchtete**
Gemeint sind Aussagen über die Berichterstattung über Geflüchtete in Deutschland oder dem sogenannten Westen, die straffällig/kriminell werden (auch Gewalt, etwa bei Schlägereien gehören dazu), es sei denn, es handelt sich dabei um Menschen mit Migrationsgeschichte, die nicht explizit als Geflüchtete / Asylbewerberin der Berichterstattung gekennzeichnet sind (siehe 13).

15 **Islamismus / IS / ISIS und Geflüchtete**
Gemeint sind Aussagen in der Berichterstattung, die einen Zusammenhang zwischen Geflüchteten in Deutschland und dem

		<i>sogenannten Westen und dem sogenannten Islamischen Staat (ISIS) oder anderen islamistischen Strömungen herstellen (dazu gehören z. B. Berichte über Hinrichtungs-Videos auf Handys von Geflüchteten und Berichte über die Angst vor Christenverfolgung durch Asylbewerber aus Ländern mit radikal islamistischen Gruppierungen).</i>
16		Gewalt und Kriminalität ggü. Ausländer*innen, Menschen mit Migrationshintergrund und Geflüchtete <i>Hierunter fällt beispielsweise Berichterstattung über Brandanschläge auf Asylbewerberheime.</i>
20	Islam allgemein	<i>Gemeint sind Nennungen von und Bezüge zur Berichterstattung über den Islam, sofern dieser nicht im Zusammenhang mit Integration (in Deutschland und anderen Ländern des sogenannten Westens) steht.</i>
21	Islam und Islamismus	<i>Gemeint sind Aussagen über die Berichterstattung über den Zusammenhang zwischen Islam und Islamismus.</i>
22	Islamismus, islamistischer Terrorismus, gewaltbereite Salafisten	
30	Politik allgemein	<i>Gemeint sind Nennungen von und Bezüge zur Berichterstattung über allgemeinen politischen Themen, sofern sie nicht mit Integration zusammenhängen (s.o.) und sich nicht explizit in eine der Unterkategorien einsortieren lassen.</i>
31	Nationale Interessen/Innere Sicherheit (Law and Order)	<i>Gemeint sind Nennungen von und Bezüge zur Berichterstattung zu politischen Themen, die die innere Sicherheit/den Themenkomplex „Law and Order“ betreffen. Etwa: Personelle Ausstattung der Polizei, Zustand des Militärs der BRD etc.</i>
32	EU-Politik	<i>Gemeint sind Nennungen von und Bezüge zur Berichterstattung zur EU-Politik. Etwa: TTIP-Verhandlungen, Tätigkeiten des EU-Parlaments, der Kommission etc., Verhandlungen zur griechischen Wirtschaftskrise, etc.</i>
33	Ukraine-Konflikt	<i>Gemeint sind Nennungen von und Bezüge zur Berichterstattung über den Ukraine-Konflikt. Etwa: Korrespondenz zwischen ukrainischer Regierung und Separatisten, Annexion der Krim, Ermittlungen zum Absturz der MH17 etc.</i>
34	Deutschland als besetzter, nicht souveräner Staat.	
35	Politische Beziehung der BRD und des sogenannten Westens zu Russland.	
36	Die Person Angela Merkel und ihre Flüchtlingspolitik	<i>Gemeint ist Berichterstattung über Bundeskanzlerin Angela Merkel selbst und/oder über ihren Kurs in der Politik um die sogenannte Flüchtlingswelle.</i>
40	Wirtschaft	
	Unterthemen nachcodieren	
41	Rentenproblematik in Deutschland	
42	Hartz IV	
43	Migration und Wirtschaft	<i>z. B.: Wechselwirkung zwischen Migration und Wirtschaft. Es sei denn, es handelt sich um ökonomische Themen, die Geflüchtete betreffen (siehe 46).</i>
44	TTIP	<i>ausgenommen: Fokus auf EU-Politik, dann: 32</i>
45	Weltwirtschaft(-skrise)	
46	Flucht und Wirtschaft	Ökonomische Auswirkungen der verstärkten Zuwanderung von

Geflüchteten in Deutschland und anderen Ländern des sogenannten Westens.
Z.B.: Kosten der sogenannten Flüchtlingswelle, Sozialleistungen für
Geflüchtete etc.

50	Deutsche Identität	<i>Gemeint sind Nennungen von und Bezüge zur Berichterstattung über nationale Identität in Deutschland, bzw. über Merkmale, die Deutsche und Deutschland Deutschland vermeintlich charakterisieren. Etwa: Fleiß, Ordnung, Pünktlichkeit, als deutsche Tugenden, hohe Wirtschaftsleistung als spezifisch deutsche Errungenschaft, „Land der Dichter und Denker“ etc. Dazu zählen auch Beiträge, die sich mit diesem Thema auf einer Metaebene auseinandersetzen, etwa mit der Frage, ob es so etwas wie eine nationale Identität überhaupt gibt.</i>
60	PEGIDA	
61		Verhältnis von PEGIDA zu Medien.
62		Ausschreitungen und Gewalt bei PEGIDA-Demonstrationen und Spaziergängen.
70	Medien (Medienjournalismus)	
80	Sonstige Themen	
81		Ausschreitungen bei Neonazi-Aufmärschen am 12.12.15 in Leipzig durch (linksextreme) Gegendemonstranten.
99	nicht (mehr) nachvollziehbar	

Analyseeinheit III: Wertende Aussagen über Medien, Journalist*innen und Berichterstattung

Folgende Angaben sind für alle wertenden Aussagen über Medien/Medieninstitutionen, geteilte Links und erkennbaren Zitate aus Medien(beiträgen) zu codieren. Eine Aussage ist nicht gleichbedeutend mit einem Satz (vgl. Rösser 2010a: 80). Ein Satz kann mehrere Aussagen enthalten und eine Aussage kann sich über mehrere Sätze ziehen. Die Codierung der wertenden Aussagen erfolgt Wort für Wort. Bsp.: „Aber was die Presse gegen PEGIDA schreibt ist Hetze und Verleumdung gegen Menschen, die ihre Meinung zum Ausdruck bringen und sie als Nazis und Verbrecher darstellt!“ enthält somit vier Aussagen. Auch einzelne Worte wie „Lügenpresse“ oder „Systemmedien“ enthalten wertende Aussagen, die zu codieren sind. Generell gilt, „dass immer dann eine neue Aussage zu verschlüsseln ist, wenn in einer der [...] Kategorien eine neue Ausprägung vorliegt.“ (Rössler 2010b: 171). Diese Faustregel kann jedoch nicht auf den Fall angewandt werden, dass zwei Codierungen dieselben Ausprägungen beinhalten und beide bei Thema und/oder Ausrichtung der Kritik die Ausprägung „Sonstiges“ enthalten, sich unter diesen Codierungen aber jeweils andere Sachverhalte verbergen. Diese gleichlautenden Codierungen sind also dennoch mehrfach vorzunehmen.

Um zitiertes Vokabular in Analyseeinheit III zu erheben, kann in urh ein*e andere*r Urheber*in codiert werden.

Fälle, die eindeutig als ironisch identifizierbar sind, sind entsprechend umgekehrt zu codieren. Fälle, die nicht eindeutig und nur vermutlich ironisch gemeint sind, dürfen nicht in Analyseeinheit III codiert sind.

Code der Aussage

code3
laufende Nummer pro wertender Aussage.

Code des dazugehörigen Kommentars

code1
Code ist den Listen der Kommentare und Posts zu entnehmen.

Urheber*in der Bewertung

urh
00 kein anderer Urheber der wertender Aussage genannt als Kommentator*in selbst.
01 PEGIDA und Personen, die PEGIDA nahestehen
... nachcodieren
99 nicht (mehr) nachvollziehbar

Gegenstand der Bewertung

Medium/ Medieninstitution

med2
00 kein Medium/keine Institution genannt
01 „die Medien“, „die Journalisten“ als Ganzes
02 Beitragsservice (auch GEZ oder Gebühreneinzugszentrale)
... Name des Mediums/der Institution/Journalist*in eintragen und nachcodieren
999 nicht mehr nachvollziehbar

Journalist*in/ Autor*in

journ2
Werden konkrete Autor*innen genannt, sollten diese nachcodiert werden. Bei Links codieren wir auch die angegebenen Autor*innen-Namen nach, sofern diese gleich erkennbar sind. Agenturen werden nicht aufgeführt. Personenkürzel dagegen schon.
00 kein*e konkrete*r Journalist*in genannt
01 konkrete*r Journalist*in ohne Namen genannt
... Namen eintragen und nachcodieren
999 nicht nachvollziehbar

Beitrag

beitr2
0 kein konkreter Medienbeitrag wird genannt/kein Link geteilt.

1 ein konkreter Medienbeitrag wird genannt/ein Link geteilt.

**Berichterstattung
über ein Thema**

thema2
s.o. - Codes und Beschreibungen analog zu Analyseinheit II

Tendenz und Inhalt der Bewertung

Bewertungstendenz tend
1 positive Bewertung des Gegenstands
2 negative Bewertung des Gegenstands

**Inhaltliche
Ausrichtung
der wertenden
Aussage**

ausr_krit
Kategorien z.T. in Anlehnung an Kohring und Matthes 2004²

00 keine explizite Ausrichtung, undifferenzierte Pauschalkritik
*Auch: „Pressemanipulation“, „Presstituierte“, „Leidmedien“, „Propaganda“,
falls nicht weiter spezifiziert, etwa „Staatspropaganda“ (siehe 51) oder
„Systempropaganda“ (siehe = 53).*

10 Themenselektivität
*Aussagen über Themenselektivität schätzen beispielsweise subjektiv ein,
dass dem jeweiligen Thema die nötige Aufmerksamkeit geschenkt und der
angemessene Stellenwert zugewiesen wird, dass die Häufigkeit und
Regelmäßigkeit der Berichterstattung angemessen ist etc. (vgl.
Matthes/Kohring 2004: 382).*

- 11 einseitige Themenauswahl / unzureichende Themenauswahl
- 12 ausgewogene Themenauswahl
- 13 dem Thema wird keine oder wenig Aufmerksamkeit geschenkt.
- 14 dem Thema wird viel Aufmerksamkeit geschenkt.

20 Faktenselektivität
*Aussagen über Faktenselektivität schätzen beispielsweise subjektiv ein,
dass wesentliche Punkte berücksichtigt werden, wichtige Dinge im
Vordergrund stehen und wichtige Informationen vermittelt werden und dass
die Berichterstattung aus mehreren Blickwinkeln erfolgt etc. (vgl.
Kohring/Matthes 2004: 382). Beispiel: „Es werden ja nur Halbwahrheiten
verbreitet!“, „Einige Medien berichten sogar inzwischen differenzierter“.*

- 21 Einseitigkeit, Tendenzberichterstattung
*z.B. Verschweigen/Auslassen von Fakten, aber auch im Falle eines
unterstellten "links-grünen" Bias, „Die taz ist doch das Organ der
linksgrünen Bohème!“ „tendenziös“, „Medien sehen, was sie sehen
wollen“.*
- 22 ausgewogene Berichterstattung

30 Richtigkeit von Beschreibungen
*Aussagen über die Richtigkeit von Beschreibungen durch Journalist*innen
schätzen beispielsweise subjektiv ein, ob Angaben in der Berichterstattung
einer Überprüfung standhalten würden, dass die Informationen wahr und
korrekt sind und die Fakten so wiedergegeben werden, wie sie sind etc. (vgl.
Kohring/Matthes 2004: 38).*

- 31 Fehler in der Berichterstattung / falsche Berichterstattung

2 Kohring, Matthias; Matthes, Jörg (2004): Revision und Validierung einer Skala zur Erfassung von Vertrauen in Journalismus. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 52, 3/2004. S. 377-385.

		<i>keine Zensur i.S.v. bewusstem Auslassen von vorhandenem Material, s. Nr. 70), Medien verbreiten schlicht Unwahrheiten, falsche Fakten. Z.B.: „Berichterstattung ist verfälscht“, „die verbreiten doch die Unwahrheit!“.</i>
32		keine Fehler in der Berichterstattung / korrekte Berichterstattung
33		in der Berichterstattung wird gelogen <i>Auch: „Lügenpresse“.</i>
40	Explizite Bewertung	<i>Aussagen über die explizite Bewertungen durch Medien/Journalist*innen schätzen beispielsweise subjektiv ein, ob die etwaige Kritik durch diese*n Journalist*en in angemessener Weise ausgedrückt wird, ob die in der Berichterstattung vertretene Meinung gut begründet ist, ob gut überlegte Schlüsse gezogen werden und ob die Berichterstattung als nützlich empfunden wird etc. (vgl. Kohring/Matthes 2004: 382). Beispiel:</i>
41		dem Gegenstand unangemessene Einschätzung oder Berichterstattung. <i>Z.B. auch: „Schönreden“, „runterspielen“, „Des Weiteren wird es garantiert anders in der Politik, in den Medien etc. interpretiert. Wird ja eh alles immer verdreht dargestellt“.</i>
42		dem Gegenstand angemessene Einschätzung oder Berichterstattung.
43		Die Berichterstattung ist grundsätzlich gegen jemanden gerichtet. <i>Bsp.: „Hetzen“, „Hetzblatt“, „beschimpfen“, „dissen“, „Polematik“.</i>
44		PEGIDA werden als Nazis / Rechte / Rassisten bezeichnet.
50	Pressefreiheit	<i>Betrifft Systematische Einflussnahme durch Dritte auf Medien in Deutschland, bzw. die Freiheit der Medien von einer solchen Einflussnahme.</i>
51		Medien/Berichterstattung vom Staat/der Regierung gelenkt. <i>Auch: „Staatspropaganda“</i>
52		Medien/Berichterstattung agieren unabhängig.
53		Medien/Berichterstattung von einer nicht näher benannten Instanz gelenkt. <i>Z.B. „Systemmedien“, „keine Pressefreiheit“, „Systempropaganda“, aber auch die „Schere im Kopf“.</i>
54		Medien stehen Staat/Regierung/Politik zu nah. <i>Z.B.: „Der politisch-mediale Konsens ärgert mich!“, „Polit-Medien-Bande“.</i>
55		Medien stehen der Wirtschaft/Konzernen zu nah.
60	Öffentlich-rechtliches Gebührensystem	
61		Rundfunkbeitrag/GEZ ist unerwünscht, Zwangsfinanzierung
62		Verständnis für Beitragszahlung für öffentlich-rechtlichen Rundfunk
70	Zensur durch Medien	<i>Zensur ist als absichtliches Auslassen von Zitaten und Meinungen Dritter zu verstehen, besonders bei Veränderungen und Kürzungen von vorhandenem (Interview-)Material.</i>
71		Medien unterdrücken die Meinung von Leser*innen. <i>Hierunter fällt etwa der Vorwurf, dass Kommentare von Leser*innen gelöscht würden.</i>
72		Medien unterdrücken die Meinung von (ihren) Kolleg*innen/Journalist*innen.
73		Medien unterdrücken Meinungen von nicht näher genannten Personen.
74		Es findet keine Zensur statt.
75		Medien unterdrücken die Meinung von Protagonist*innen.
80	Direkte Äußerung über das eigene Medienvertrauen	
81		kein Medienvertrauen vorhanden / man kann der Berichterstattung nicht glauben.

		<i>Darunter fallen auch indirekte Aussagen wie „Du glaubst auch jeden Mist in den Medien!“, „Wenn Klaus Kleber etwas erzählt, werde ich skeptisch“.</i>
82		generelles Medienvertrauen vorhanden / man kann der Berichterstattung glauben.
83		Medienvertrauen ist gesunken / man kann der Berichterstattung nicht mehr glauben.
84		Medienvertrauen ist gestiegen / man kann der Berichterstattung eher glauben als früher.
90	Pluralismus im deutschen Mediensystem	
91		Pluralismus im Mediensystem vorhanden.
92		Pluralismus im Mediensystem nicht vorhanden.
		<i>Z.B.: „Die Medien sind doch alle gleichgeschaltet“</i>
100	Sonstiges	
999	Nicht (mehr) nachvollziehbar	

Anhang D: Nachcodierungen für Medien (med1, med2)

Nr.	Bezeichnung	kl. vs. al.	Dreden/Sachsen	pauschal	Print etc.
1	Die Medien / die Presse / die Berichterstattung / die Medienberichterstattung / Nachrichtenlage / die Journalisten (wenn pauschal) / Vierte Gewalt / Journalismus	kl.	nein	ja	n. d.
2	GEZ / Beitragsservice / Gebühreneinzugszentrale / GEZ-Gebühren / 17,50 pro Monat	kl.	nein	nein	n. d.
3	Luna-media	kl.	nein	nein	TV
5	Der Spiegel (Print) (verunglimpfend: "Der Speichel" geprägt durch NuoViso)	kl.	nein	nein	Print
6	Die Welt	kl.	nein	nein	Print
7	das Fernsehen / die Sender (explizit: zum Gucken) / das TV	kl.	n. d.	ja	TV
8	<u>deutsche</u> Nachrichten / deutsche Medien / deutsche Presse / deutsche Medienlandschaft / "unsere Medien" (falls DE gemeint)	kl.	n. d.	ja	n. d.
9	MDR / Mitteldeutscher Rundfunk	kl.	ja	nein	n. d.
10	Leitmedien / etablierte Medien / Massenblatt / Massenmedien / die großen Medien / Qualitätsmedien Mainstreammedien / MSM / mediales Establishment / Systemmedien / Systempresse	kl.	n. d.	ja	n. d.
11	Lügenpresse, LeIDmedien, Presstituierte, Meinungsmafia, Medienpropaganda, Propaganda-Medien, Journaille, Medien-Hure, Medienmüll, Mediengefasel, Lügenfunk, Medienlüge, Schmierblätter, ironisch: Wahrheitspresse, Gutmenschenmedien	kl.	n. d.	ja	n. d.
12	Maybrit Illner	kl.	nein	nein	TV
13	Zeit Online / Zeit.de	kl.	nein	nein	Online

14	Panorama	kl.	nein	nein	TV
15	Der Prophet des Islam Online / derprophet.info	alt.	nein	nein	Online
16	Deutschlandfunk, DLF	kl.	nein	nein	HF
17	Bild / Bild-Zeitung / Bildzeitung	kl.	nein	nein	Print
18	epochtimes.de / Epoch Times Online	alt.	nein	nein	Online
19	Facebook, facebook.com	n. d.	nein	nein	Online
20	das Internet / das Netz / "irgendeine Seite"	n. d.	nein	ja	Online
21	DLF Blogs / blogs.deutschlandfunk.de	kl.	nein.	nein	Online
22	Presseportal der Bundeswehr / Presse-/InfoStab BMVg	kl.	nein	nein	Online
23	RT, Russia Today	kl.	nein	nein	TV
25	FR/ Frankfurter Rundschau	kl.	nein	nein	Print
26	linksnet.de	alt.	nein	nein	Print
27	DortmundEcho Online / dortmundecho.org	alt.	nein	nein	Online
28	BüSo TV	alt.	nein	nein	Online
29	Anne Will	kl.	nein	nein	TV
30	einige Medien	n. d.	n. d.	ja	n. d.
31	Politically Incorrect Online / PI Online / pi-news.de	alt.	nein	nein	Online
32	Tagesthemen	kl.	nein	nein	TV
33	mpolska24.pl	alt.	nein	nein	Online
34	Soziale Medien / Social Media / Soziales Netzwerk / moderne Kommunikationsmittel	n. d.	nein	ja	Online
35	spiegel.de/SPON/Spiegel Online	kl.	nein	nein	Online
36	Stimme Russlands	kl.	nein	nein	HF
37	deutsches TV / das deutsche Fernsehen	kl.	n. d.	ja	TV
38	Talkshows/ Diskussionsrunden/ Fernsehdiskussionen vom deutschen Fernsehen	kl.	n. d.	ja	TV

39	Österreichische Medien / österr. Nachrichten	kl.	nein	ja	n. d.
40	Merkur Online / merkur.de / merkur-online.de	kl.	nein	nein	Online
41	Verschwörungsblogs/ Verschwörungsseiten	alt.	n. d.	ja	Online
42	Cicero	kl.	nein	nein	Print
43	Junge Freiheit /JF	alt.	nein	nein	Print
44	Cicero Online / cicero.de	kl.	nein	nein	Online
45	ARD	kl.	nein	nein	TV
46	eulenspiegel.blog.de/ eulenspiegel- blog.com / Eulenspiege Blogl	alt.	nein	nein	Online
48	titel thesen temperamente / ttt	kl.	nein	nein	TV
49	Berliner Zeitung Online / berliner- zeitung.de	kl.	nein	nein	Online
50	Foren / Diskussionsgruppen	n. d.	n. d.	ja	Online
51	Publikative.org	alt.	nein	nein	Online
52	gloria.tv	alt.	nein	nein	Online
53	tz.de	kl.	nein	nein	Online
54	Hürriyet	kl.	nein	nein	Print
55	Zeitungen allgemein / Printorgane / Zeitung (unspezifisch) / Blätterwald / Presse in Abgrenzung zu Rundfunk	kl.	n. d.	ja	Print
56	Google	kl.	nein	nein	Online
57	Wikipedia/ wikipedia.de	kl.	nein	nein	Online
58	ntv / N-TV / N TV	kl.	nein	nein	TV
59	globalstar.com	alt.	nein	nein	Online
60	YouTube/youtube.com	kl.	nein	nein	Online
61	Stern	kl.	nein	nein	Print
62	New York Times Online / NY Times Online / nytimes.com	kl.	nein	nein	Online
63	ZDF	kl.	nein	nein	TV
64	Metropolico Online /	alt.	nein	nein	Online

	metropolitico.org (bis 2015: Blu News Online / blu-news.org)				
65	buergerstimme.com	alt.	übere	nein	Online
66	Bimmel und Bommel	kl.	übere	nein	TV
67	extra 3	kl.	übere	nein	TV
68	stern.de / Stern Online	kl.	übere	nein	Online
69	welt.de / Welt Online	kl.	übere	nein	Online
70	killerbee.com	alt.	nein	nein	Online
71	WDR	kl.	nein	nein	n. d.
72	ardmediathek.de / daserste.de	kl.	nein	nein	Online
73	bildblog.de		nein	nein	Online
74	taz.de / taz Online	kl.	nein	nein	Online
75	taz	kl.	nein	nein	Print
76	np	n. d.	n. d.	n. d.	n. d.
77	Kopp-Verlag (auch "Koop-Verlag")	alt.	nein	nein	Print
78	RTL	kl.	nein	nein	TV
79	Medien/Presse/etc. in der ehem. DDR	kl.	n. d.	ja	n. d.
80	Tagesschau	kl.	nein	nein	TV
81	Redaktion	n. d.	n. d.	nein	n. d.
82	ARD-Fernsehen / Das Erste	kl.	nein	nein	TV
83	ZDF-Fernsehen	kl.	nein	nein	TV
84	soulsaver.de	alt.	nein	nein	Online
85	Berliner Morgenpost	kl.	nein	nein	Print
86	zdf.de/ZDFmediathek	kl.	nein	nein	Online
87	Die Anstalt	kl.	nein	nein	TV
88	honestlyconcerned.info/ Honestly Concerned Online	kl.	nein	nein	Online

89	Westfernsehen	kl.	nein	nein	TV
90	Junge Freiheit Online / jungefreiheit.de	alt.	nein	nein	Online
91	Hamburger Abendblatt Online / abendblatt.de	kl.	nein	nein	Online
92	Russia Today Deutsch / RT Deutsch	kl.	nein	nein	TV
93	dominik-storr.de, auch erreichbar unter buergeranwalt.com	alt.	nein	nein	Online
94	die meisten Medien	kl.	n. d.	ja	n. d.
95	Morgenpost Sachsen	kl.	ja	nein	Print
96	Der Sender	n. d.	n. d.	nein	n. d.
97	MOPO24.de	kl.	ja	nein	Online
98	Focus Online / focus.de / m.focus.de	kl.	nein	nein	Online
99	DWG-Radio.net/ DWG Radio Online	alt.	nein	nein	Online
100	Focus / (Fokus)	kl.	nein	nein	Print
101	SWR1	kl.	nein	nein	HF
102	Volksverpetzer Online / volksverpetzer.de	alt.	nein	nein	Online
103	fernsehkritik.tv	alt.	nein	nein	Online
104	hart aber fair	kl.	nein	nein	TV
105	internationale Presse/Medien/Nachrichten...	kl.	nein	ja	n. d.
106	Rundfunkstaatsvertrag	kl.	n. d.	nein	n. d.
107	Bewusstscout Online / bewusstscout.wordpress.com	alt.	nein	nein	Online
108	Bild Online / Bild.de	kl.	nein	nein	Online
109	Radio Bonn / Rhein-Sieg / BRS	kl.	nein	nein	HF
110	Al Jazeera BRS	n. d.	nein	nein	HF
111	Kopten ohne Grenzen Online / koptisch.wordpress.com	alt.	nein	nein	Online
112	Compact Magazin / compact	alt.	nein	nein	Print
113	Compact Magazin Online / Compact-online.de	alt.	nein	nein	Online

114	islaminstitut.de	alt.	nein	nein	Online
115	paperblog.com	alt.	nein	nein	Online
116	shortnews.de	kl.	nein	nein	Online
117	ag-freies-Deutschland.de	alt.	nein	nein	Online
118	nordbayern.de	kl.	nein	nein	Online
119	Puls 4	kl.	nein	nein	TV
120	Cashkurs.com / Cashkurs TV	alt.	nein	nein	Online
121	Süddeutsche online / sueddeutsche.de / sz.de	kl.	nein	nein	Online
122	Tagesspiegel	kl.	nein	nein	Print
123	Radio 91.2 Online / radio912.de	kl.	nein	nein	Online
124	Tagesschau.de	kl.	nein	nein	Online
125	Al Hayat TV / Al Hayat TV NET	alt.	nein	nein	Online
126	alamut.com	alt.	nein	nein	Online
127	unabhängige Medien	n. d.	n. d.	ja	n. d.
128	“Dresden Fernsehen”	n. d.	ja	n. d.	TV
129	http://de.metapedia.org	alt.	nein	nein	Online
130	“die anderen” (Medien? / Magazine?)	n. d.	n. d.	ja	n. d.
131	t-online.de	kl.	nein	nein	Online
132	Süddeutsche Zeitung / Süddeutsche	kl.	nein	nein	Print
133	verkackeiert.com	alt.	nein	nein	Online
134	öffentlich-rechtliches Fernsehen / TV	kl.	n. d.	ja	TV
135	PEGIDA#Watch / PEGIDA Watch	alt.	ja	nein	Online
136	MDR Exakt	kl.	ja	nein	TV
137	viele Foren / Diskussionsgruppen	n. d.	n. d.	ja	Online
138	Staatsmedien / Staatsfernsehen / Regierungssender / Staatsfunk	kl.	n. d.	ja	n. d.
139	netzplanet.net	alt.	n. d.	nein	Online
140	Background	alt.	nein	nein	Online
141	Detlef Nolde - persönlicher Blog	alt.	nein	nein	Online

142	FAKT	kl.	nein	nein	TV
143	Guido Grandts Autoren- und Journalismusblog	alt.	nein	nein	Online
144	CNN	kl.	nein	nein	TV
145	blick.ch / Blick Online	kl.	nein	nein	Online
146	wortwerkweb.blogspot.de	alt.	nein	nein	Online
147	die Nachrichten	kl.	n. d.	nein	n. d.
148	Prawda	n. d.	n. d.	nein	Print
149	Kirche in Not Online / kirche-in-not.de	alt.	nein	nein	Online
150	Forum /Diskussionsgruppe	n. d.	n. d.	ja	Online
151	(Tages-)Zeitung	n. d.	n. d.	nein	Print
152	citizentimes.eu	alt.	nein	nein	Online
153	achtung-lichtarbeit.de	alt.	nein	nein	Online
154	Channel 10	kl.	nein	nein	TV
155	theguardian.co.uk / theguardian.com / The Guardian Online	kl.	nein	nein	Online
156	Alle überregionalen Tageszeitungen / die größten Zeitungen im Lande / die tonangebenden Zeitungen in Deutschland	kl.	nein	ja	Print
157	Cosmo TV	kl.	nein	nein	TV
158	daserwachendervalkyrjar.wordpress.com	alt.	nein	nein	Online
159	BIWTV / Bürger in Wut TV / http://www.buerger-in-wut.de/biw-tv	alt.	nein	nein	Online
160	gegen-hartz.de	alt.	nein	nein	Online
161	Talk-Show / Fernsehdiskussion o.ä.	n. d.	n. d.	ja	TV
162	Sex-Seiten, Pornoseiten	n. d.	n. d.	ja	Online
163	Talk-Shows, TV-Diskussionsrunden	n. d.	n. d.	ja	TV
164	der-postillon.com	kl.	nein	nein	Online
165	kopp-verlag.de	alt.	nein	nein	Online
166	Dresdner Neuste Nachrichten Online / dnn.de	kl.	ja	nein	Online

167	Öffentlich-rechtliche (Anstalten) allgemein // ÖR	kl.	n. d.	ja	n. d.
168	mdr.de	kl.	ja	nein	Online
169	jungle-world.com / Jungle World Online	kl.	nein	nein	Online
170	kcpm.de	alt.	nein	nein	Online
171	islam.de	alt.	nein	nein	Online
172	KEN FM Online	alt.	nein	nein	Online
173	“namhafte rechte (Hetz)seiten”, rechte Online-Angebote	alt.	n. d.	ja	Online
174	Verlag	n. d.	n. d.	ja	Print
175	meedia.de	kl.	nein	nein	Online
176	Pegida Dresden / “hier”	alt.	ja	nein	Online
177	Leipziger Volkszeitung Online / lvz.de	kl.	ja	nein	Online
178	Morgenmagazin	kl.	nein	nein	Online
179	Morgenpost / MOPO	kl.	n. d.	nein	Print
180	“Antifa Seite”	n. d.	n. d.	ja	Online
181	rp-online.de / Rheinische Post online	kl.	nein	nein	Online
182	navayo.de	alt.	nein	nein	Online
183	Polizeipressestelle Mettmann	kl.	nein	nein	n. d.
184	Sputnik Deutschland Online / http://de.sputniknews.com/	kl.	nein	nein	Online
185	deutsches Radio / die deutsche Radiolandschaft	kl.	n. d.	ja	HF
186	“Sketch Sendungen im Fernsehen”	kl.	n. d.	ja	TV
187	“Der Leserkommentarbereich von Spiegel online”	n. d.	nein	nein	Online
188	Zimmer frei	kl.	nein	nein	TV
189	Sendung: Markus Lanz	kl.	nein	nein	TV
190	Quixotic Media LLC	alt.	nein	nein	TV
191	Mach mit, mach’s nach, mach’s besser	kl.	nein	nein	TV

192	Sat1 / Sat.1	kl.	nein	nein	TV
193	islamqa.info / Islam question and answer	alt.	nein	nein	Online
194	B.Z. Online / BZ Online / bz-berlin.de	kl.	nein	nein	Online
195	TV-Kanäle / TV-Sender / Fernseh-Sender	n. d.	n. d.	nein	TV
196	Mainzer Presse	kl.	nein	ja	Print
197	Focus-Money	kl.	nein	nein	Print
198	http://enzaferreri.blogspot.de	alt.	nein	nein	Online
199	Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik / GEP	kl.	nein	nein	n. d.
200	privater Rundfunk / "Privatfunker"	kl.	n. d.	ja	n. d.
201	Alternative Medien	alt.	n. d.	ja	n. d.
202	zukunftsentwicklungen.de	alt.	nein	nein	Online
203	MDR Figaro	kl.	ja	nein	HF
204	idea.de	alt.	nein	nein	Online
205	nachgerichtet.is	alt.	nein	nein	Online
206	citizenwarrior.com	alt.	nein	nein	Online
207	Express Online (UK); express.co.uk	kl.	nein	nein	Online
208	gmx.net	kl.		nein	Online
209	unzensuriert.at	alt.	nein	nein	Online
210	Preußische Allgemeine Online / preussische-allgemeine.de / PAZ Online	kl.	nein	nein	Online
211	VK (Russisches FB)	n. d.	nein	nein	Online
212	Anonymus.Kollektiv	alt.	nein	nein	Online
213	Google Bildersuche	kl.	nein	nein	Online
214	web.de	kl.	nein	nein	Online
215	hpd.de / Humanistischer Pressedienst Online	alt.	nein	nein	Online
216	achgut.com	alt.	nein	nein	Online
217	mmnews.de	alt.	nein	nein	Online

218	derhonigmann sagt.wordpress.com / Der Honigmann sagt... Online	alt.	nein	nein	Online
219	faz.net / Frankfurter Allgemeine Zeitung Online	kl.	nein	nein	Online
220	zukunftskinder.org	alt.	nein	nein	Online
221	heute-Show	kl.	nein	nein	TV
222	besorgte-eltern.net	alt.	nein	nein	Online
223	“Z für Zukunft” / zwiezukunft.de	alt.	nein	nein	Online
224	Phönix / Phoenix	kl.	nein	nein	TV
225	MS - MuslimStern	alt.	nein	nein	Online
226	http://poznavatelnoe.tv/	alt.	nein	nein	Online
227	Bare Naked Islam / http://www.barenakedislam.com/	alt.	nein	nein	Online
228	phoenix.de / Phoenix Online / Phönix Online	kl.	nein	nein	Online
229	Blog von Compact / blog.compact.de	alt.	nein	nein	Online
230	Aktuelle Stunde / AKS	kl.	nein	nein	TV
231	crash-news.com	alt.	nein	nein	Online
232	http://www.auswandererforum.de	alt.	nein	nein	Online
233	sanft & sorgfältig	kl.	nein	nein	HF
234	MIGAZIN Online / migazin.de	alt.	nein	nein	Online
235	miprox.de	alt.	nein	nein	Online
236	Braunschweiger Zeitung Online / braunschweiger-zeitung.de	kl.	nein	nein	Online
237	RBB Online / rbb-online.de	kl.	nein	nein	Online
238	Maischberger / Menschen bei Maischberger	kl.	nein	nein	TV
239	Deutschland kontrovers Online / http://deutschland-politik-21.de/	alt.	nein	nein	Online
240	Der Postillon	kl.	nein	nein	Online
241	Phoenix vor Ort	kl.	nein	nein	TV
242	https://maximiliankrah.wordpress.com	alt.	nein	nein	Online

243	“Das ganze Interview”	kl.	nein	nein	TV
244	Jihad Watch Deutschland / http://fredalanmedforth.blogspot.de	alt.	nein	nein	Online
245	Denkfunk Online / denkfunk.de	alt.	nein	nein	Online
246	RBB Fernsehen	kl.	nein	nein	TV
247	Rhein Neckar Zeitung Online / rnz.de	kl.	nien	nein	Online
248	Danisch - Ansichten eines Informatikers / danisch.de	alt.	nein	nein	Online
249	Neue Zürcher Zeitung Online / nzz.de	kl.	nein	nein	Online
250	Hitradio RTL Online / hitradio-rtl.de	kl.	nein	nein	Online
251	Dorfling informativ - objektiv - unterhaltsam / dorfling.de	alt.	nein	nein	Online
252	http://frank-stauss.de/	alt.	nein	nein	Online
253	HR / Hessischer Rundfunk	kl.	nein	nein	n. d.
254	Tagesspiegel Online / tagesspiegel.de	kl.	nein	nein	Online
255	Islam in Europe Online / http://islamineurope.blogspot.de/	alt.	nein	nein	Online
256	Q-rage	alt.	nein	nein	Online
257	Twitter	n. d.	nein	nein	Online
258	Guten Abend RTL	kl.	nein	nein	TV
259	Scheibenwischer	kl.	nein	nein	TV
260	Abendschau	kl.	nein	nein	TV
261	NuoViso.tv	alt.	nein	nein	Online
262	Entweder Broder	kl.	nein	nein	TV
263	uncut-news.ch	alt.	nein	nein	Online
264	MDR Exakt Online	kl.	ja	nein	Online
265	DWN Online / Deutsche Wirtschaftsnachrichten Online / deutsche-wirtschafts-nachrichten.de	alt.	nein	nein	Online
266	Toronto Star Online / thestar.com	kl.	nein	nein	Online

267	American Thinker Online / americanthinker.com	alt.		nein	Online
268	NDR Online / ndr.de	kl.	nein	nein	Online
269	Presseagentur der PEGIDA	alt.	ja	nein	n. d.
270	Onlineredaktion der Mediengruppe Straubinger Tagblatt / Landshuter Zeitung / idowa.de	kl.	nein	nein	Online
271	Time magazine / TIME	kl.	nein	nein	Print
272	Radio / Hörfunk / Funk (in Abgrenzung zu Fernsehen) / die Sender (explizit: zum Hören)	n. d.	n. d.	ja	HF
273	SWR	kl.	nein	nein	n. d.
274	HuffPost / The Huffington Post	kl.	nein	nein	Online
275	HuffPost Online Deutschland / Huffington Post Deutschland Online / huffingtonpost.de	kl.	nein	nein	Online
276	heute Online / heute.de	kl.	nein	nein	Online
277	The Clarion Project Online / clarionproject.org	alt.	nein	nein	Online
278	DLF Online / deutschlandfunk.de	kl.	nein	nein	Online
279	Offenbach-Post Online / op- online.de	kl.	nein	nein	Online
280	Fox News	kl.	nein	nein	TV
281	presseportal.de	n. d.	n. d.	nein	Online
282	globalecho.org	alt.	nein	nein	Online
283	Donner und Doria Blog / http://donnerunddoria.welt.de/	kl.	nein	nein	Online
284	thereligionofpeace.com	alt.	nein	nein	Online
285	Burda-Verlag	kl.	nein	nein	n. d.
286	The Guardian	kl.	nein	nein	Print
287	politikversagen.net	alt.		nein	Online
288	Aeschbacher	kl.	nein	nein	TV
289	Mut zur Wahrheit Online / mzw- widerstand.com / MZW Online /	alt.	nein	nein	Online
290	Deutsche Welle Online / DW Online / dw.com	kl.	nein	nein	Online

291	Liberales Medien / liberale Presse / liberal media	n. d.	n. d.	ja	n. d.
292	zuwanderung.net - Informationen über die Flüchtlingskrise und Zuwanderer	alt.	nein	nein	Online
293	Volksstimme.de	kl.	nein	nein	Online
294	Politbarometer	kl.	nein	nein	TV
295	RTL Aktuell	kl.	nein	nein	TV
296	Das Philosophische Quartett	kl.	nein	nein	TV
297	deutschewahrheit.wordpress.com - Die Infoseite für alle Menschen	alt.	nein	nein	Online
298	SWR Fernsehen	kl.	nein	nein	TV
299	all-in.de - Das Allgäu Online	kl.	nein	nein	Online
300	Hamburger Morgenpost Online / MOPO Online / mopo.de	kl.	nein	nein	Online
301	Volksstimme / Magdeburger Volksstimme / Wanzleber Volksstimme usw.	kl.	nein	nein	Print
302	Münchner Runde	kl.	nein	nein	TV
303	WSB-TV Atlanta Online / wsbtv.com	kl.	nein	nein	Online
304	NZ	n. d.	nein	nein	n. d.
305	Dresden Nazifrei Online	n. d.	ja	nein	Online
306	glocalist.com	n. d.	n. d.	nein	Online
307	Wordpress	n. d.	n. d.	nein	Online
308	La Gabbia	kl.	nein	nein	TV
309	Hallo Niedersachsen	kl.	nein	nein	TV
310	Wiesbadener Kurier Online / wiesbadener-kurier.de	kl.	nein	nein	Online
311	BR Online / Bayerischer Rundfunk Online / br.de	kl.	nein	nein	Online
312	RfD Rettung für Deutschland Online / http://rettung-fuer-deutschland.de/	alt.	nein	nein	Online
313	Daily Mail Online / Mail Online / MailOnline / dailymail.co.uk	kl.	nein	nein	Online

314	Daily Mail	kl.	nein	nein	Print
315	N24 / N 24	kl.	nein	nein	TV
316	Kronen Zeitung Online / krone.at	kl.	nein	nein	Online
317	FoxNation Online / http://nation.foxnews.com	kl.	nein	nein	Online
318	SPEISA Online / speisa.com/	alt.	nein	nein	Online
319	The Cape Fear Caller Online/ kevinwhiteman.com/	alt.	nein	nein	Online
320	Länderspiegel	kl.	n. d.	nein	TV
321	Pro Sieben / Pro 7 / Pro7	kl.	nein	nein	TV
322	Vimentis Online / vimentis.ch	alt.	nein	nein	Online
323	Blaulichtberichte Leipzig Online / blaulicht-leipzig.de	alt.	ja	nein	Online
324	Alles Schall und Rauch Online / alles-schallundrauch.blogspot.de	alt.	nein	nein	Online
325	Chronos Media / chronos-media.de	n. d.	nein	nein	TV
326	Vimeo	n. d.	nein	nein	Online
327	Ernie und Bert	kl.	nein	nein	TV
328	Niederländisches / holländisches Fernsehen / TV	kl.	nein	nein	TV
329	ev1.tv / EV1 TV	alt.	nein	nein	TV
330	ARD Infonacht	kl.	nein	nein	HF
331	klagemauerTV / kla.TV / klagemauer TV / klagemauer.TV	alt.	nein	nein	Online
332	NDR / Norddeutscher Rundfunk	kl.	nein	nein	n. d.
333	die linken Medien	n. d.	n. d.	ja	n. d.
334	Le Temple de Freyja Online / le- temple-de-freyja.e-monsite.com/	alt.	nein	nein	Online
335	Einige große / überregionale Zeitungen	kl.	nein	ja	Print
336	Russisches Fernsehen / TV in Russland	kl.	nein	ja	TV
337	ARD-Teletext	kl.	n. d.	nein	TV
338	Russische Medien / Medien in Russland	kl.	nein	ja	n. d.

339	Indexexpurgatorius's Blog / indexexpurgatorius.wordpress.com	alt.	nein	nein	Online
340	Britain first Online / britainfirst.org	alt.	nein	nein	Online
341	noch.info - Nachrichten, Mysterien, Fotos und Videos	alt.	nein	nein	Online
342	US-Medien / Presse in den USA	kl.	nein	ja	n. d.
343	TAP Media Online - A Global Video News Agency / https://www.youtube.com/channel/ UC1mFbfB_g459CduPU-qtX-w	alt.	nein	nein	Online
344	Frankfurter Allgemeine Zeitung / F.A.Z. / FAZ /	kl.	nein	nein	Print
345	Conservo Online / conservo.wordpress.com	alt.	nein	nein	Online
346	ScienceFiles Online - Kritische Wissenschaft - Critical Science / sciencefiles.org	alt.	nein	nein	Online
347	Tichys Einblick - Die liberal- konservative Meinungsseite / rolandtichy.de	alt.	nein	nein	Online
348	Hessische/Niedersächsische Allgemeine Online / hna.de	kl.	nein	nein	Online
349	Caravan To Midnight Online - The John B Wells Program / caravantomidnight.com/	alt.	nein	nein	Online
350	US-Magazin / Magazin in den USA	n. d.	nein	nein	n. d.
351	Die ZEIT	kl.	nein	nein	Print
352	Spiegel TV / SpiegelTV	kl.	nein	nein	TV
353	Spiegel TV Online / SpiegelTV Online / spiegel.de/sptv/magazin/	kl.	nein	nein	Online
354	quer-denken.tv / Michael-Friedrich- Vogt.tv	alt.	nein	nein	Online
355	SchranngTV	alt.	nein	nein	Online
356	Bayern 2 Online / br.de/radio/bayern2	kl.	nein	nein	Online
357	Berliner Zeitung	kl.	nein	nein	Print
358	INFO WARS Online / infowars.com	alt.	nein	nein	Online
359	Die großen Fernseh-Sender / Major	kl.	n. d.	ja	TV

	TV / Mainstream TV				
360	CNN DE / Deutschland	kl.	nein	nein	TV
361	CNBC Euronews / CNBC Europe News	kl.	nein	nein	TV
362	L.A. Times / Los Angeles Times	kl.	nein	nein	Print
363	Los Angeles Times Online / L.A. Times Online / latimes.com	kl.	nein	nein	Online
364	Witzlebenblog Online / witzlebenblog.org	alt.	nein	nein	Online
365	Tages-Anzeiger / TA / Tagi	kl.	nein	nein	Print
366	Marhaba	kl.	nein	nein	TV
367	Geolitico Online / geolitico.de	alt.	nein	nein	Online
368	Deutsche Presse-Agentur / dpa	kl.	nein	nein	n. d.
369	Info-Direkt Online - Das Magazin für eine freie Welt / info-direkt.eu	alt.	n. d.	nein	Online
370	Sächsische Zeitung Online / sz-online.de	kl.	ja	nein	Online
371	NPO 1 (bis 19.08.14 Nederland 1)	kl.	nein	nein	TV
372	Berliner Morgenpost Online / morgenpost.de	kl.	nein	nein	Online
373	The Independent	kl.	nein	nein	Print
374	TASR	kl.	nein	nein	n. d.
375	Südtirol Online / stol.it	kl.	nein	nein	Online
376	Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag Online / shz.de	kl.	nein	nein	Online
377	Express Online / express.de	kl.	nein	nein	Online
378	Politically Incorrect / PI	alt.	nein	nein	Online
379	Billy Six Online / billy-six.de	alt.	nein	nein	Online
380	White TV Online / whitetv.se	alt.	nein	nein	Online
381	Anti-Zensur-Koalition Online /AZK Online / anti-zensur.info	alt.	nein	nein	Online
382	Wahrheitsbewegung Online / wahrheitsbewegung.net	alt.	nein	nein	Online
383	wiedenroth-karikatur.de	alt.	nein	nein	Online

384	wahlrecht.de	alt.	nein	nein	Online
385	thenewsurvivalist.com / http://stlouissoathkeepers.info/	alt.	nein	nein	Online
386	Dresden.de	alt.	ja	nein	Online
387	Germandefence24 / German Defence 24	alt.	nein	nein	Online
388	demokratie-bist-du.de	alt.	nein	nein	Online
389	TeddyComedy Online / Teddy Show Online / teddy-show.de/	alt.	nein	nein	Online
390	Livestream/Liveübertragung der PEGIDA Demonstration aus Dresden über das Netz	alt.	ja	nein	Online
391	“Medienimperium der SPD” // Medien mit Mehrheitsbeteiligung der SPD	n. d.	n. d.	ja	n. d.
392	bibelstudium.de	alt.	nein	nein	Online
393	Pravda TV / pravda-tv.com	alt.	nein	nein	Online
394	abgeordnetenwatch.de	alt.	nein	nein	Online
395	Aktuelle Kamera	kl.	nein	nein	TV
396	independent.co.uk	kl.	nein	nein	Online
397	FPÖ TV	alt.	nein	nein	Online
398	Blog “Kritische Massen” / http://kritische-massen.over-blog.de	alt.	nein	nein	Online
399	Capital	kl.	nein	nein	Print
400	journalistenwatch.com	alt.	nein	nein	Online
401	sat1nrw.de	kl.	nein	nein	Online
402	Punkt 12	kl.	nein	nein	TV
403	katholisches.info	alt.	nein	nein	Online
404	Maintower	kl.	nein	nein	TV
405	melaniedittmer.de / meld.6te.net	alt.	nein	nein	Online
406	swp.de / Südwest Presse Online	kl.	nein	nein	Online
407	israelvideonetwork.com	alt.	nein	nein	Online
408	n-tv.de	kl.	nein	nein	Online
409	Compact TV	alt.	nein	nein	Online

410	oe24.at	kl.	nein	nein	Online
411	freundederkuenste.de	alt.	nein	nein	Online
412	macht-steuert-wissen.de / Blog "Macht steuert Wissen"	alt.	nein	nein	Online
413	kindersache.de	alt.	nein	nein	Online
414	de.sott.net	alt.	nein	nein	Online
415	thelocal.no	alt.	nein	nein	Online
416	nrz.de / Rhein Neckar Zeitung Online	kl.	nein	nein	Online
417	n24.de	kl.	nein	nein	Online
418	titanic-magazin.de	kl.	nein	nein	Online
419	Sendung mit der Maus	kl.	nein	nein	TV
420	linksunten.indymedia.org / Blog linksunten	alt.	nein	nein	Online
421	Dschungelcamp / Ich bin ein Star, holt mich hier raus!	kl.	nein	nein	TV
422	wochenblatt.de / Online-Seite des Wochenblatts - der Zeitung für alle	alt.	nein	nein	Online
423	Aller-Zeitung / WAZ Gifhorn	kl.	nein	nein	Print
424	Krone Zeitung	kl.	nein	nein	Print
425	Neue Osnabrücker Zeitung / NOZ	kl.	nein	nein	Print
426	westfalen-blatt.de / Westfalenblatt Online	kl.	nein	nein	Online
427	Mitgliederzeitung der Gewerkschaft	alt.	n. d.	nein	Print
428	Radio Bremen	kl.	nein	nein	n. d.
429	1Live / Eins Live / Einslive	kl.	nein	nein	HF
430	Dresdner Neuste Nachrichten	kl.	ja	nein	Print
431	pnp.de / Passauer Neue Presse Online	kl.	nein	nein	Online
432	homment.com/H7jAACxMvS	alt.	nein	nein	Online
433	deutschlands-wahrheit.blogspot.de	alt.	nein	nein	Online
434	ZDF zoom / ZDFzoom	kl.	nein	nein	TV
435	Arte	kl.	nein	nein	TV
436	noise-online.de	kl.	nein	nein	Online

437	Radio Lippe	kl.	nein	nein	HF
438	mosaicmagazine.com	alt.	nein	nein	Online
439	Thüringer Allgemeine	kl.	nein	nein	Print
440	jung & naiv	alt.	nein	nein	Online
441	Weltpresse / Journalisten weltweit (als Gesamtheit)	n. d.	n. d.	nein	n. d.
443	Bayerischer Rundfunk / BR	kl.	nein	nein	n. d.
444	Münchner Runde	kl.	nein	nein	TV
445	gam-online.de / Gesellschaft für wissenschaftliche Aufklärung und Menschenrechte Online	alt.	nein	nein	Online
446	sub-bavaria.de	alt.	nein	nein	Online
447	www.prabelsblog.de	alt.	nein	nein	Online
448	wastun.co.vu	alt.	nein	nein	Online
449	www.steinhoefel.com	alt.	nein	nein	Online
450	RTL Nieuws	kl.	nein	nein	TV
451	Sachsenspiegel	kl.	ja	nein	TV
452	ZDF-Morgenmagazin	kl.	nein	nein	TV
453	europenews.dk	alt.	nein	nein	Online
454	freiraum-magazin.com	alt.	nein	nein	Online
455	Freie Presse / FP	kl.	ja	nein	Print
456	deutsch.rt.com / RT Deutsch Online	kl.	nein	nein	Online
457	MDR Text / MDR Teletext	kl.	ja	nein	TV
458	russland.ru	alt.	nein	nein	Online
459	www.kul-tours.de	alt.	nein	nein	Online
460	http://michael-mannheimer.net	alt.	nein	nein	Online
461	bpb.de / Bundeszentrale für politische Bildung Online	alt.	nein	nein	Online
462	ZDF heute / ZDF Nachrichten(abteilung)	kl.	nein	nein	TV
463	ironisch: "solche glaubwürdigen	n. d.	n. d.	ja	n. d.

	Medien mit einer 3 Mann Redaktion”				
464	Die Sender / der Rundfunk	n. d.	n. d.	ja	n. d.
465	Grundnetzsender	n. d.	n. d.	ja	n. d.
466	Presseagentur / Presse-Agentur	n. d.	n. d.	ja	n. d.
467	Pressestelle der Polizei	n. d.	n. d.	ja	n. d.
468	Pressestelle der Polizei Bremen	n. d.	nein	nein	n. d.
469	www.frontpagemag.com / Frontpage Magazine Online	alt.	nein	nein	Online
470	Pressestelle der Polizei Hamburg	n. d.	nein	nein	n. d.

Anhang E: Nachcodierungen für Journalist*innen (journ1, journ2)

Nr.	Name Journalist*in
01	konkreter, aber nicht identifizierbarer Journalist/in
02	Killerbee
03	Güner Balci
04	Moritz Piehler
05	Werner Menner
06	Nicola Graef
07	Till Eulenspiegel
08	Patrick Gensing
09	Tobias Schlegl
10	rbe
11	Mats Schönauer
12	Saskia Hoedl
13	jok
14	Michel Friedman
15	Henryk M. Broder
16	Die Nachrichtensprecher
17	Ralph Giordano
18	Dominik Storr
19	sto
20	(Extrem) linke und grüne / linksgrüne Journalisten
22	Maik Söhler
23	Karl Eduard von Schnitzler
24	Thomas Lschyk
25	Franz Josef Wagner
26	“Knecht Christi”
27	Aendu2null
28	Oliver Jeges
29	Anne Will

30	Karl-Heinz Heubaum
31	rm
32	Matthias Bartsch
33	Andrea Brandt
34	Simone Kaiser
35	Gunther Latsch
36	Cordula Meyer
37	Caroline Schmidt
38	Hans-Ulrich Jörges
39	Freia Peters
40	Maren Soehring
41	Günther Jauch
42	Markus Lanz
43	Alice Schwarzer
44	“Kahlweit”
45	Claus Kleber / (Klaus Kleber)
46	Hakan Tanriverdi
47	Nicolai Piechota
48	Ute Koboldt
49	“Pantau”
50	Sebastian Heiser
51	Sabatina James
52	Peter Scholl-Latour
53	Marco Wild
54	Guido Grandt
55	Reto Kohler
56	Selina Luchsinger
57	Felix Strüning
58	Journalisten in der Türkei
59	Kate Connolly

60	TAKI / TA KI
61	ag
62	ssi
63	dan
64	Maybrit Illner
65	Oliver Janich
66	juve
67	Heiner Hoffmann
68	sara
69	ks
70	Marcus Müller
71	Stefan Laurin
72	Markus Ströhlein
73	Mirko Stehr
74	Martin Sehmisch
75	Maik Baumgärtner
76	Jörg Diehl
77	Kristian Frigelj
78	Tobias Heinz
79	Florian Flade
80	ros
81	Ken Jebsen / Ken FM
82	Alexander Becker
83	Christian Nitsche
84	Zafer Senocak
85	“Der Grüne Reporter”
86	“Sportmoderatoren”
87	Gregory M. David
88	Bryan Daly
89	Constantin Schreiber

90	Thomas Wolf
91	Enza Ferreri
92	nas
93	Udo Ulfkotte
94	Jochen Kopp
95	Günther Lachmann
96	Dirk Müller
97	Julia Jentsch
98	mxw
99	Caterina Lobenstein
100	Citizen Warrior
101	Nick Fagge
102	Fabienne Rzitki
103	kewil
104	Severin Weiland
105	Dirk Hein
106	Tobias Brunner
107	Brigitte Gabriel
108	Honigmann
109	Jürgen Webermann
110	Sandra Schuttenberg
111	Jan Böhmermann
112	Olli Schulz
113	Yasin Baş
114	William Blum
115	sun
116	Katrin Teschner
117	Axel Springer
118	Gibor
119	Maximilian Krah

120	Annette Zoch
121	Sascha Lobo
122	Christoph Takacs
123	Fred Alan Medforth
124	Sandra Maischberger
125	gal
126	Roland Gamp
127	gba
128	Christoph Sieber
129	Helga Zepp-LaRouche
130	Stefan Ulmen
131	Alexander Kissler
132	Matthias Morgenthaler
133	Steffi Dobmeier
134	Lenz Jacobsen
135	DB
136	Sascha-Pascal Schimmel
137	Alexander - Krieger des Lichts
138	Volker Niggewöhner
139	Zvi Yehezkeli
140	David Deryi
141	Jana Hermanovskaja
142	Alexander Bischoff
143	Gerhard Adolph
144	Karin Hendrich
145	Hans Heckel
146	Fil Kaler
147	Hadmut Danisch
148	Martin Rhonheimer
149	Knut-Michael Kunoth

150	Peter
151	Frank Stauss
152	Hendrik Lehmann
153	Dirk Reuter
154	Norbert Siegmund
155	Ulrich Zawotka-Gerlach
156	Michaela Schießl
157	G. Xanthopoulos
158	M. Lucas
159	Franz Solms-Laubach
160	Andreas Thewalt
161	Martin Neuffer
162	Byung-Chul Han
163	Norbert Bolz
164	nöß
165	jhz
166	Wolfgang Herles
167	Sarah-Joyce Battersby
168	Nicholas Keung
169	Rick Moran
170	Norbert Knobloch
171	Ramin Peymani
172	Uli Gack
173	Raheel Raza
174	Thorsten Hinz
175	Bettina Stuhlweißenburg
176	Timo Kather
177	Annette Kögel
178	dol
179	Thomas Baumann-Hartwig

181	Ronald Gläser
182	BS
183	Ulli Kulke
184	Barbara Galaktionow
185	cw
186	jil
187	Arianna Huffington
189	apr
190	Alexander Dinger
191	Benjamin Jendro
192	Lucas Negroni
193	Geli Tangermann
194	FB-Systemadmins
195	Facebook-Admins
196	Rita Knobel-Ulrich
197	skr
198	Schmierfinken, Lügenbarone
199	Frank Ihben
200	Manuela Lang
201	Heinz-Jürgen Hauzel
202	abo
203	Stefan Schaaf
204	crm
205	Julian Robinson
206	AG
207	Jazz Shaw
208	Kevin Whiteman
209	tkr
210	Michael Stürzenberger
211	Jan Dams

212	Dieter E.U. Lohmann
213	AF
214	Freeman
215	Konstantin von zur Mühlen
216	heb
217	Dieter Schumann
218	Henrik Hille
219	jwu
220	Dirk Maxeiner
221	pb
223	indexexpurgatorius
224	ith
225	Frank Wolfgang Sonntag
226	Alex Poucher
227	rf
228	Peter Helmes
229	Bettina Röhl
230	Michaela Wiegel
231	Ulrike Pflüger-Scherb
232	John B. Wells
233	Pascal Beucker
234	Heiko Schrang
235	rct
236	Achim Wendler
237	Ivo Maruszyk
238	Paul Joseph Watson
239	mpu
240	Joel Stein
241	Felix Krautkrämer
242	ho

243	Manuel Bewarder
244	kem
245	Michael Paulwitz
246	Peter Kloeppe
247	Erik Peter
248	Kathrin Witsch
249	szo
250	awe
251	Uli Zelle
252	Jana Werner
253	sra
254	byzanz
255	Matthias Steube
256	flf
257	fas
258	Reinhard Wolff
259	apa
260	Christian Wiermer
261	Jörg Schönenborn
262	Gunnar Heinsohn
263	syd
264	vek
265	akw
266	Billy Six
267	Henning Witte
268	Dellago Roland / Patriot Roland
269	Arne Hinkelbein
270	Hagen Grell
271	Götz Wiedenroth
272	Wilko Zicht

273	Matthias Cantow
274	Bettina Klemm
275	Donauschwabe
276	Teddy / Tedros Teclebrhan
277	dk
278	Christoph Hörstel
279	Lutz Mark
280	Patriot für unsere Zukunft
281	Michael Windisch
282	jen
283	krk
284	Markus Günther
285	Renate Lilge-Stodieck
286	Alex Jones
287	aikos2309
288	Martin Reyher
289	pamu
290	max
291	U. Löw
292	Adam Withnall
293	Vera Lengsfeld
294	Sepp Aigner
295	Thomas Böhm
296	Henning Hoffgaard
297	Kirsten von Keitz
298	Dr. Joachim Görden
299	Andreas Becker
300	sis
301	Melanie Dittmer
302	Arno Luik

303	Christian Kreuzner
304	Christian Rothenberg
305	so
306	Jasinna
307	tjs
308	Martin Greive
309	Jürgen Elsässer
310	Gottfried Böhmer
311	Christian Weilmeier
312	Andreas Stein
313	Silke Bigalke
314	Rainer Kahni
315	Roland Tichy
316	Anabel Schunke
317	lsa
318	Daniel Herder
319	Antonia Thiele
320	Karsten Seibel
321	A. Link
322	David Signer
323	Susanne Arlt
324	Alp Mar
325	lw
326	Frank Reddel
327	Leander Sukov
328	PM
329	pnp
330	Dominik Brüggemann
331	Medienchefs / Medienbosse / Chefredakteure
332	Daniel Harrich

333	Cynthia Ozick
334	Tilo Jung
335	CJ
336	Christoph Schlobies
337	Wolfgang Prabel
338	Stefan Braun
339	Paul Ronzheimer
340	Joachim Nikolaus Steinhöfel
341	Jaap van Deurzen
342	Antoin Peeters
343	Christoph Budin
344	Max Grill
345	Jens Meyer-Wellmann
346	Charlotte Schumacher
347	Hanna Klein
348	Rainer W. During
349	Walter Marsand
350	Guidi Glaner
351	Susanne Kablitz
352	Gesine Dornblüth
353	Thomas Borchert
354	Matthias Kamann
355	Detlef Suhr
356	sr
357	Michael Mannheimer
358	Guiseppe Nardi
359	Christian Thielemann
360	Journalisten
361	Christoph Giesa
362	Eric Frey

363	A Critical View
364	Marco Leßmann
365	Dr. Peter Hammond

Anhang F: Nachcodierungen für szenetypisches Vokabular (vok)

Nr.	Bezeichnung
1	Lügenpresse, Lügenblatt, Lügenmedien, Medienlüge, ironisch: Wahrheitspresse
2	FDJ-Mutti / Mama Merkel / System Merkel / IMErika / Mutti / amtierende Diktatorin / Asylantenkanzlerin / Muselmurksel
3	roter Pfaffe, Gauck-ler, Bundesgrüßaugust
4	Systemmedien / Systempresse
5	MSM, Mainstreammedien
6	BRD GmbH / Deutschland GmbH / HRB 51411 / BRiD (= Bundesrepublik in Deutschland) / BRvD (= Bundesrepublik von Deutschland); DE noch besetzt /DE nicht souverän / BRD kein Staat
7	Presstituierte / Medienhure
8	LeiDmedien / Journaille
9	Meinungsma fia / Meinungsdictatur / Meinungsdictat
10	DE noch besetzt / DE nicht souverän / BRD kein Staat
11	Medienmüll, Mediengefasel
12	Hetzblatt
13	antideutsch, anti-deutsch/ Deutschlandhasser / Derundder will Deutschland abschaffen
14	neue Wende / Vergleiche der Wende mit einer noch bevorstehenden Wende / einem erneuten Zusammenbruch / Vergleich mit 89, 1989
15	linksgrüne Boheme/linksgrüne Bohème/linksradikale Grüne/ (extrem) links und grün / Linksgrünversiffte / linksgrüne Terroristen
16	Genderisierung / genderisiert / genderiert / Genderwahn
17	Staatsmedien, Medium ist von Staat/Regierung gesteuert, Polit-Medien-Bande, Staatsfernsehen
18	(Medien-)Propaganda(-Medien / -Sender)
19	Westfernsehen
20	Gleichschaltung / gleichgeschaltete Medien
21	Stasi
22	Islamisierung, Verislamisierung
23	Wir sind das Volk
24	Berichterstattung wird mit der in der DDR verglichen
25	Allgemeine DDR-Vergleiche
26	Linksfaschisten / linke Nazis / linke Faschisten / die wahren Nazis heute / rot lackierte Faschisten / SAntifa / SPD-Nazi

27	Minister ohne Maas / MaSS
28	Gutmensch / Gutmenschen
29	Volksverräter / Landesverräter / Volkshasser
30	ARDZDFGEZ-Terrornetzwerk

Anhang G: Nachcodierungen für Wirtschaftsthemen (thema1, thema2)

Nr.	Bezeichnung
41	Rentenproblematik in Deutschland
42	Hartz IV
43	Migration & Wirtschaft in DE
44	TTIP (ausgenommen: Fokus auf EU-Politik, dann: 32)
45	Weltwirtschaft (-skrise)
46	Ökonomische Auswirkungen der verstärkten Einwanderung von Geflüchteten

Anhang H: Nachcodierungen für Urheber*innen von Bewertungen (urh)

Nr.	Name
01	PEGIDA/Personen, die PEGIDA nahestehen/die Anhänger von PEGIDA
02	Direkt angesprochene*r Kommentator*innen
03	Udo Ulfkotte
04	Der typische TAZ-Leser/die typische TAZ-Leserin
05	Journalist*in
06	die klare Mehrheit der Deutschen
07	ein knappes Drittel der Bevölkerung in DE
08	fast die Hälfte der Bevölkerung in DE
09	The Americans / die US-Amerikaner*innen
10	Das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik
11	51%
12	58% der politisch Interessierten
13	44% der mitteldeutschen Erwachsenen
14	39% der Erwachsenen in DE
15	53% der Deutschen

Anhang I: Link zu allen Codierungen

Link: <https://www.dropbox.com/sh/45dmkl0py8ts890/AAC-pnrDCZQq-KiIAaPvmIaza?dl=0>

Daten sind ebenfalls auf CD-ROM vorhanden (s. Anh. K).

Anhang J: Überblick über empirische Studien zu PEGIDA

Veröffentlichungsdatum	Studie ¹⁰⁷	Erhebungszeitpunkt	Methode	Anzahl der Befragten ¹⁰⁸	Von Reuband (2015) verglichen
14.01.2015	Vorländer, Hans; Herold, Maik; Schäller, Steven (2015): Wer geht zu PEGIDA und warum? Eine empirische Umfrage unter PEGIDA-Demonstranten in Dresden. Dresden.	22.12.2014, 05.01.2015 und 12.01.2015	Zufallsstichprobe aus Face-to-face-Interviews nach standardisiertem Fragebogen in Dresden vor Beginn der Montagsdemonstrationen	397 Personen	Ja
19.01.2015	Göttinger Institut für Demokratieforschung / Walter, Franz (2015): Studie zu Pegida. Göttingen.	12.01.2015 bis 16.01.2015	Schriftliche Online-Umfrage nach Verteilen von Handzetteln mit Link bei der PEGIDA-Demonstration in Dresden am 12.01.2015 + gekürzte Fragebogen vor Ort	482 Personen	Ja
28.01.2015	Rucht, Dieter et. al. (2015): Protestforschung am Limit. Eine soziologische Annäherung an Pegida. Berlin.	12.01.2015 bis 14.01.2015	Schriftliche Online-Befragung nach Verteilen von Handzetteln mit Link bei der PEGIDA-Demonstration in Dresden am 12.01.2015 + teilnehmende Beobachtung	123 Personen	Ja
02.02.2015	Patzelt, Werner J. (2015): Was und wie denken PEGIDA Demonstranten? Analyse der PEGIDA-Demonstranten am 25. Januar 2015, Dresden. Ein Forschungsbericht. Dresden.	25.01.2015	Face-to-face-Interviews nach standardisiertem Fragebogen bei PEGIDA-Demonstration in Dresden nach Quotenplan	242 Personen	Ja
03.2015	Geiges, Lars; Marg, Stine; Walter, Franz (2015): Pegida. Die schmutzige Seite der Zivilgesellschaft? Bielefeld. ¹⁰⁹	12.01.2015 bis 26.01.2015	Schriftliche Online-Befragung nach Verteilen von Handzetteln mit Link bei PEGIDA-Demonstrationen in Dresden, Leipzig, Hannover, Braunschweig und Duisburg + teilnehmende Beobachtung	547 Personen	Ja

¹⁰⁷ Die Studie des Teams um Wolfgang Donsbach, die Reuband (2015) ebenfalls in seinen Vergleich mit einbezieht, wird an dieser Stelle nicht aufgelistet, weil sich bei dieser Befragung von Dresdner*innen lediglich drei Prozent als PEGIDA-Anhänger*innen outeten und die Studie deshalb nicht als eine Studie über PEGIDA gewertet werden kann. Darüber hinaus wurden die Ergebnisse bisher nur in einer Pressemitteilung veröffentlicht (vgl. Patzelt/Eichardt 2015: 2 und Vorländer/Herold/Schäller 2016: 55).

¹⁰⁸ Anzahl der Interviews bzw. beendeten Fragebögen.

¹⁰⁹ Die Forscher*innen erhoben auch Daten zu „NoPegida“-Demonstrierenden, die hier allerdings keine Rolle spielen sollen.

			+ Interviews + Gruppendiskussionen am 28.01. und 04.02.2015		
21.05.2015	Patzelt, Werner J.; Eichardt, Christian (2015): Drei Monate nach dem Knall: Was wurde aus Pegida? Vergleichende Analyse der Pegida-Demonstrationen vom 25. Januar, 27. April und 04. Mai 2015 in Dresden. Dresden.	27.04.2015 und 04.05.2015	Face-to-face-Interviews nach standardisiertem Fragebogen bei PEGIDA-Demonstrationen in Dresden nach Quotenplan + teilnehmende Beobachtung	271 und 434 Personen	Nein
02.2016	Göttinger Institut für Demokratieforschung (2016): Büchse der Pandora? PEGIDA im Jahr 2016 und die Profanisierung rechtspopulistischer Positionen. Göttingen.	30.11.2015 20.10.2014 bis 11.01.2016 13./26.10.2015, 13./14.11.2015	Schriftliche Briefumfrage nach Austeilen gedruckter Fragebögen mit frankiertem Rückumschlag bei PEGIDA-Demonstration in Dresden am 30.11.2015 + quantitative Untersuchung des Facebook-Profiles <i>pegidaevdresden</i> + qualitative Analyse des Diskurses unter ausgesuchten Facebook-Posts von PEGIDA Dresden, Lutz Bachmann und Tatjana Festerling	610 Personen	Nein
25.02.2016	Patzelt, Werner J. (2016): „Rassisten, Extremisten, Vulgärdemokraten.“ Hat sich Pegida radikalisiert? Dresden.	18.01.2016	Face-to-face-Interviews nach standardisiertem Fragebogen bei PEGIDA-Demonstration in Dresden nach Quotenplan am 18.01.2016 + teilnehmende Beobachtung	386 Personen	Nein
02.2016	Stefanowitsch, Anatol; Flach, Susanne (2016): Auswertung von Userkommentaren auf der offiziellen Facebook-Seite von PEGIDA, Januar bis Dezember 2015 im Auftrag der Süddeutschen Zeitung.	01.2015 bis 12.2015	Offene Codierung von Themenfeldern und Positionen in den Aussagen von Kommentaren auf der FB-Seite von Pegida Dresden + Wortwahl und Zugehörigkeit analysiert	1080 Aussagen in 643 Kommentaren	Nein
03.2016	Reuband, Karl-Heinz (2016): Pegida im Wandel? Soziale Rekrutierung, politisches Selbstverständnis und Parteipräferenzen der Kundgebungsteilnehmer. Düsseldorf.	14.12.2015 06.02.2016	Schriftliche Briefumfrage nach Austeilen gedruckter Fragebögen mit frankiertem Rückumschlag bei PEGIDA-Demonstration in Dresden am 14.12.2015 Folgerhebung mit standardisiertem Fragebogen bei PEGIDA-Demonstrationen in Dresden und teilnehmende Beobachtung	331 Personen 173 Personen	Nein

Anhang K: CD-ROM mit analysierten FB-Kommentaren und Codierungen