SCM
Studies in Communication | Media

RESEARCH-IN-BRIEF

Medienkritik online
Was kommentierende Nutzer am Journalismus kritisieren

Media criticism online
Allegations and criticism towards news media in user comments

Fabian Prochazka & Wolfgang Schweiger

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Fabian Prochazka, Universität Hohenheim, Fg. 540G, 70593 Stuttgart; Kontakt: fabian.prochazka(at)uni-hohenheim.de

Wolfgang Schweiger, Universität Hohenheim, Fg. 540G, 70593 Stuttgart; Kontakt: wolfgang.schweiger(at)uni-hohenheim.de

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Medienkritik online
Was kommentierende Nutzer am Journalismus kritisieren

Media criticism online
Allegations and criticism towards news media in user comments

Fabian Prochazka & Wolfgang Schweiger

Zusammenfassung: Journalistische Medien werden derzeit in Nutzerkommentaren im Internet massiv kritisiert. Die Anschuldigungen umfassen Vorwürfe der Manipulation und voreingenommenen Berichterstattung und gipfeln im Vorwurf der „Lügenpresse". Um die Inhalte und Struktur dieser Kritik besser zu verstehen und auf mögliche Effekte schließen zu können, untersucht dieser Beitrag, wie die Nutzer in Kommentaren Medien bewerten, welche journalistischen Qualitätskriterien sie ansprechen und wie sie ihre Bewertung begründen. Dafür wurden Nutzerkommentare auf Artikel zum Thema journalistische Qualität inhaltsanalytisch untersucht. In die Analyse gingen N = 2 957 Kommentare zu N = 239 Artikeln auf neun reichweitenstarken deutschen Nachrichtenwebsites ein. Die Ergebnisse zeigen eine starke Dominanz der Kritik an klassischen journalistischen Qualitätskriterien wie Sachgerechtigkeit und Unparteilichkeit, die mit einer wahrgenommenen Abhängigkeit von politischen und wirtschaftlichen Eliten begründet wird.

Schlagwörter: Journalistische Qualität, Medienskepsis, Vertrauen in Journalismus, Nutzerkommentare, Onlinemedien.

Abstract: News media currently face unparalleled criticism from their audiences. Especially in comment sections on news websites and social networks, users voice their discontent with the media. To better understand these allegations and to consider possible effects, this study investigates how users assess the news media in their comments, which allegations they put forward and how they substantiate them. The study employed a quantitative content analysis of German online articles dealing with journalistic media (N = 239) and respective user comments (N = 2 957). Results show that users predominantly mention discontent with the impartiality and accuracy of news. The most prominent reason users mention for perceived journalistic flaws is an alleged dependency of news companies on political and economic elites.

Keywords: Journalistic quality, media skepticism, trust in news media, user comments, online media.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Das dieser Veröffentlichung zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) unter dem Förderkennzeichen 01PL16003 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

1. Hintergrund: Medienkritik in Nutzerkommentaren

Journalisten berichten zunehmend von negativen Reaktionen auf ihre Berichterstattung (Hoffmann, 2016; Reschke, 2016). Vor allem in den Kommentarspalten von Nachrichtenseiten, auf Blogs und Sozialen Netzwerkplattformen werden ihnen unter anderem Manipulationsversuche, voreingenommene Berichterstattung oder bewusstes Lügen vorgeworfen.

Diese Medienkritik wird häufig als Indikator für eine Vertrauenskrise des Journalismus gewertet, obwohl sie kein repräsentatives Abbild der öffentlichen Meinung ist. Nur eine Minderheit der Nutzer schreibt überhaupt Kommentare und diese vertreten eher starke Einstellungen und unterscheiden sich auch sonst von der Durchschnittsbevölkerung: Sie sind etwa tendenziell älter, eher männlich und überdurchschnittlich stark an aktuellen Ereignissen interessiert (Friemel & Dötsch, 2015; Springer, Engelmann, & Pfaffinger, 2015; Ziegele, Johnen, Bickler, Jakob, & Schnauber, 2013).

Dennoch können solche medienkritischen Kommentare einer kleinen Gruppe große Wirkung entfalten: Zum einen inferieren Journalisten ihr Bild vom Publikum von den Personen, die sich ihnen gegenüber in der Online-Öffentlichkeit äußern, was Auswirkungen auf Themenselektion, -gewichtung und -darstellung hat (Reich, 2011). Zum anderen werden Nutzerkommentare von vielen Mediennutzern gelesen (Springer et al., 2015). Damit können sie auch Rezipienten beeinflussen, etwa indem sie die wahrgenommene journalistische Qualität eines Beitrags verschlechtern (Prochazka, Weber, & Schweiger, 2016), die Wahrnehmung öffentlicher Meinung beeinflussen (Friemel & Dötsch, 2015; Lee & Jang, 2010) und Einstellungen verändern können (Lee, 2012).

Dieser Beitrag geht mit Hilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse den Fragen nach, wie die Nutzer in Kommentaren zum Thema journalistische Qualität Medien bewerten, welche journalistischen Qualitätskriterien sie ansprechen und wie sie ihre Bewertung begründen. Eine Analyse von Medienkritik in Nutzerkommentaren erlaubt so Einblicke in die Einstellungen und Argumentationsmuster von Personen mit polarisierten Einstellungen gegenüber journalistischen Medien. Zudem erlaubt sie Rückschlüsse auf mögliche Effekte dieser Medienkritik.

2. Bewertungen des Journalismus durch Rezipienten

Medienbewertungen können nach Schweiger (2007, S. 249) in drei Ebenen unterteilt werden:

- das *Bewertungsobjekt* (was bewertet wird)
- das *Bewertungskriterium* (hinsichtlich welcher Eigenschaft etwas bewertet wird)
- das *Bewertungsergebnis* (wie etwas bewertet wird)

Für mediale *Bewertungsobjekte* schlägt Schweiger (1999; 2007, S. 250) eine

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY-NC-ND

Hierarchie vor. Bewertungen können sich zunächst auf das gesamte Mediensystem (z. B. eines Landes) oder auf eine Mediengattung (z. B. Fernsehen) beziehen; ferner auf ein Subsystem dieser Mediengattung (z. B. öffentlich-rechtliches Fernsehen) oder einzelne Medienprodukte bzw. -marken innerhalb der Subsysteme (z. B. ZDF), darin wiederum auf redaktionelle Einheiten (z. B. heute journal). Schließlich können Urheber, also etwa Journalisten oder Moderatoren das Objekt einer Bewertung sein. Befragungsstudien zeigen, dass Rezipienten tendenziell positivere Bewertungen abgeben, je konkreter die Bezugsobjekte genannt werden. Abstrakte Urteile über „die Medien" oder „das Fernsehen" fallen meist negativer aus als Urteile über konkrete Akteure. Hier spielt vor allem die Vertrautheit eine Rolle: Persönlich viel genutzten Medien werden bessere Werte bescheinigt als den Medien generell (Donsbach, Rentsch, Schielicke, & Degen, 2009, S. 44; Pew Research Center, 2012).

Bei den *Bewertungskriterien* kann in Bezug auf Journalismus zwischen Kriterien der normativen Qualität und der Nutzerqualität unterschieden werden. Unter normativer Qualität werden Qualitätskriterien verstanden, die Medienforscher oder -politiker an den Journalismus herantragen. Sie orientieren sich an (demokratietheoretischen) Funktionen des Journalismus in der Gesellschaft und gelten als Voraussetzung für die Erfüllung dieser Funktionen (Schweiger, 2007, S. 262). Urban und Schweiger (2014) identifizieren sechs zentrale normative Qualitätskriterien:

- Sachgerechtigkeit: Die wahrheitsgemäße Wiedergabe von Fakten und Tatsachen.
- Vielfalt: Die Berücksichtigung unterschiedlicher Meinungen und Akteure.
- Relevanz: Die Auswahl von Themen, die für die Gesellschaft wichtig und bedeutsam sind.
- Unparteilichkeit: Eine Berichterstattung, die sich nicht mit einer Sache gemein macht.
- Verständlichkeit: Die Darstellung der Ereignisse in einer einfach zu verstehenden Form.
- Ethik: Die Beachtung ethischer Grundsätze wie Achtung der Persönlichkeitsrechte, Jugendschutz, usw.

Untersuchungen zur Nutzerqualität fragen danach, welche Qualitätsmaßstäbe die Mediennutzer an den Journalismus anlegen. Befragungsstudien machen deutlich, dass die Nutzer großen Wert auf klassische normative Qualitätskriterien legen (Lieske, 2008; Neuberger, 2014; Tsfati, Meyers, & Peri, 2006). In einer qualitativen Studie zu Medienbewertungen in Nutzerkommentaren fanden Craft, Vos und Wolfgang (2016), dass vor allem Qualitätskriterien wie Sachgerechtigkeit, Vielfalt und Unparteilichkeit gefordert werden. Neurauter-Kessels (2011) entdeckte in ihrer qualitativen Analyse medienkritischer Nutzerkommentare auf britischen Nachrichtenwebsites hauptsächlich Kritik zur Ausgewogenheit, Vollständigkeit, Objektivität und Fairness. Insgesamt scheinen solche normativen Qualitätskriterien daher als Grundlage für eine Inhaltsanalyse von Nutzerkommentaren zum Thema journalistische Qualität gut geeignet.

Wir ordnen Qualitätskriterien hier explizit dem journalistischen Output zu, verorten sie also auf der Ebene der Berichterstattung bzw. einzelner Nachrichten (Voigt, 2016, S. 45). Annahmen

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

über journalistische Arbeitsprozesse und dort zu verortende Qualitätsmerkmale oder -defizite konzipieren wir als Begründungen für wahrgenommene Qualität bzw. Qualitätsmängel. Damit ergänzen wir die eingangs skizzierten Ebenen von Medienbewertungen um die Ebene der *Begründung* einer Bewertung. Diese Unterscheidung sei an einem Beispiel erläutert: Unparteilichkeit ist ein Qualitätskriterium. Ist eine Nachricht parteilich verfasst, kann das unterschiedliche Gründe haben: etwa die Abhängigkeit des Journalisten von politischen Informanten, fehlende Zeit für Recherche oder mangelnde Kompetenz.

Zum *Bewertungsergebnis:* Für Nutzerkommentare haben Taddicken und Bund (2010) in einer Untersuchung des ZEIT Online-Forums festgestellt, dass etwa drei Viertel der wertenden Meinungsäußerungen zur ZEIT negativ ausfallen. Auch Craft et al. (2016) und Neurauter-Kessels (2011) fanden in Nutzerkommentaren überwiegend negative Bewertungen von Medien. Donsbach et al. (2009, S. 35–46) fassen einige Befragungsstudien zur Bewertung von Journalismus zusammen und folgern, dass die Bewertung journalistischer Medien mit der Zeit schlechter wurde. So ist etwa das Ansehen des Berufs Journalismus seit den 1990er-Jahren gesunken. Befragungsstudien in Deutschland, die das *Vertrauen* in Journalismus untersuchen, zeigen allerdings im Zeitverlauf relativ stabile Werte (Jackob, 2009; Reinemann & Fawzi, 2016); wenn auch auf niedrigem Niveau: Je nach Studie vertrauen etwa 50 bis 60 Prozent der Bevölkerung journalistischen Medien wenig, 10 bis 15 Prozent sind zu den starken Medienskeptikern zu rechnen (Eurobarometer, 2014; Infratest Dimap, 2014).

Die Vehemenz der online geäußerten Medienkritik weist also nicht unbedingt auf ein generell gesunkenes Vertrauen in journalistische Medien hin. Vielmehr ist zu vermuten, dass Personen mit negativen Einstellungen gegenüber Journalismus diesen Kanal offensiv nutzen, ihre Medienkritik durch die Kommentarfunktion stärker sichtbar wird und damit im öffentlichen Diskurs an Gewicht gewinnt.

Die vorliegende Studie untersucht deshalb die Bewertung journalistischer Medien in Nutzerkommentaren und stellt folgende Forschungsfragen:

FF1: Wie werden journalistische Medien in Nutzerkommentaren zum Thema journalistische Qualität bewertet? (Bewertungsergebnis)

FF2: Welche journalistischen Qualitätskriterien sprechen die kommentierenden Nutzer wie häufig an? (Bewertungskriterien)

FF3: Wie unterscheidet sich die Kritik je nach Bezugsobjekt? (Bewertungsobjekt)

FF4: Wie begründen die Nutzer ihre Kritik? (Begründung der Bewertung)

Darüber hinaus interessiert uns, ob bestimmte Bewertungen, ihre Begründungen und genannte Kriterien in bestimmten Konstellationen auftreten. Wir fragen daher, ob sich Typen bzw. Muster in der geäußerten Medienkritik erkennen lassen (FF5).

3. Stichprobe

Für die Stichprobenbildung wurden die 15 besucherstärksten deutschen Nachrichten-Websites ausgewählt (nach Visits

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

laut IVW April 2015, siehe Krei, 2015). Davon bieten neun eine Kommentarfunktion unter ihren Artikeln an und haben Artikel und Kommentare über einen längeren Zeitraum online verfügbar. Die Stichprobe der Angebote setzt sich so aus den in Tabelle 1 genannten Medien zusammen. In dieser Auswahl sind Boulevard- und Qualitätsmedien sowie Medienhäuser unterschiedlicher politischer Traditionen und Zielgruppen vertreten, so dass eine relativ ausgewogene Verteilung von kommentierenden Nutzern wahrscheinlich ist. Da sich Kommentare mit Aussagen zu journalistischen Medien vor allem dann finden, wenn sich auch der Artikel damit auseinandersetzt, wurde die Untersuchung auf Artikel begrenzt, die einen Bezug zu journalistischer Qualität aufweisen. In die Stichprobe gingen Artikel und Kommentare ein, die zwischen dem 1. Januar 2014 und dem 1. Mai 2015 veröffentlicht wurden. In diese Zeit fallen mit der PEGIDA-Bewegung (ab Oktober 2014), der Ukrainekrise (ab März 2014), dem Germanwings-Absturz (März 2015) und der Wahl des Wortes „Lügenpresse" zum „Unwort des Jahres 2014" (Januar 2015) eine Reihe an Ereignissen, die zu einer intensiven Diskussion über die Qualität journalistischer Medien geführt haben. So ist eine recht hohe Anzahl an Artikeln und Kommentaren zu diesem Thema zu verzeichnen.

Auf den Websites der Nachrichtenmedien wurde mit der Suchfunktion nach acht Suchketten gesucht, die den Diskurs zum Thema journalistische Qualität möglichst gut abbilden sollen.[1] Aus den resultierenden Ergebnislisten wurden die ersten 50 gefundenen Artikel pro Suchkette (ohne Dubletten) und Medium in eine Liste übertragen. Daraus wurden diejenigen Artikel ausgewählt, die sich entweder a) mit journalistischer Qualität oder/und b) mit dem Bild des Journalismus beim Publikum beschäftigen. Das sind z. B. Artikel zu Verfehlungen von Journalisten oder Artikel zu Einstellungen der Bevölkerung zum Journalismus. Auf diese Weise entstand eine Stichprobe von N = 239 Artikeln. Von jedem Artikel wurden die ersten 30 Kommentare (in der jeweils voreingestellten Anzeigereihenfolge) codiert. Insgesamt fanden so N = 2 957 Kommentare Eingang in die Untersuchung (Tabelle 1).

Für die Codierung wurden Screenshots der Artikel und Kommentare angefertigt und von sieben studentischen Mitarbeiterinnen codiert.[2] Die Codiererinnen waren bereits an der Erstellung des Codebuchs beteiligt und wurden über einen Zeitraum von ca. zwei Wochen geschult. So konnten zufriedenstellende Reliabilitätswerte erreicht werden (Holsti-Werte von 0,81 bis 1,0, mit dem niedrigsten Wert für die Variable Valenz).

4. Inhaltsanalyse

Auf Artikelebene wurden neben formalen Kriterien (Medium, Titel, Erscheinungsdatum) das Artikelthema sowie die Anzahl der Kommentare codiert. Auf Kommentarebene wurde zunächst der Medienbezug erhoben, also ob sich

1 Die Suchbegriffe lauteten: Journalismus Vertrauen, Journalismus Glaubwürdigkeit, Journalismus Qualität, Medienkritik, Medien Qualität, Lügenpresse, Medien Vertrauen, Medien Glaubwürdigkeit.

2 Dafür danken wir Kristina Herdt, Annika Liedtke, Zenobya Mubarak, Sabrina Nagel, Saskia Schulz, Romina Zech und Fabienne Jossé, die das Projekt zudem als Hilfskraft unterstützt hat.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Tabelle 1: Stichprobe

Nachrichten-Website	Visits in Mio. (IVW 4/2015)	Artikel in der Stichprobe	Kommentare in der Stichprobe
BILD.de	300	7	165
Spiegel Online	203	23	466
Focus Online	110	44	353
Die Welt	56	31	312
ZEIT Online	44	34	699
Handelsblatt	18	25	250
RP-Online	15	20	195
Der Westen	15	21	126
Huffington Post	12	34	391
Gesamt		239	2 957

ein Kommentar überhaupt auf Journalismus bezieht. Für die zentralen Kategorien der Bewertungen von Journalismus wurde eine Einteilung in Anlehnung an die o. g. Systematik von Schweiger (2007) gewählt. So wurde zunächst die *Valenz (Bewertungsergebnis)* des Kommentars erhoben, also ob sich negativ oder positiv gegenüber journalistischen Medien geäußert wird. Welche journalistischen (Fehl-)Leistungen die Nutzer in den Kommentaren konkret ansprechen wurde als *Qualitätskriterien (Bewertungskriterien)* codiert. Bei den *Bezugsobjekten (Bewertungsobjekte)* wurde auf der Ebene der Institutionen unterschieden zwischen Printmarken, öffentlich-rechtlichem Rundfunk oder privatem Rundfunk. Zur *Begründung der Bewertung* wurde codiert, ob und welche Gründe die Kommentatoren für ihre Bewertung nennen.

Die Qualitätskriterien wurden primär aus Katalogen zu normativen Qualitätskriterien übernommen, weitere Kategorien wurden aus dem Untersuchungsmaterial entwickelt (vgl. Früh, 2015, S. 150). Dazu haben wir einerseits eine kleine qualitative Vorstudie mit einem Teil des Materials durchgeführt, andererseits Kategorien durch die Erfahrungen der Pre-Tests hinzugefügt bzw. verfeinert. Qualitätskriterien, Begründungen und Bezugsobjekte wurden binär codiert (vorhanden vs. nicht vorhanden). Dabei waren auch Mehrfachnennungen möglich, z. B. zwei oder mehr angesprochene Qualitätskriterien pro Kommentar.

5. Ergebnisse

5.1 Bewertung und angesprochene Qualitätskriterien

Nutzerkommentare bewerten journalistische Medien überwiegend negativ: Von den Kommentaren mit Medienbezug (n = 1 711) sind 73 Prozent negativ; 20 Prozent sind neutral formuliert oder wägen positive und negative Aspekte gegeneinander ab. Nur in sieben Prozent der Kommentare kommt ein Lob zum Ausdruck. Dieser deutliche Überhang der Kritik macht deutlich,

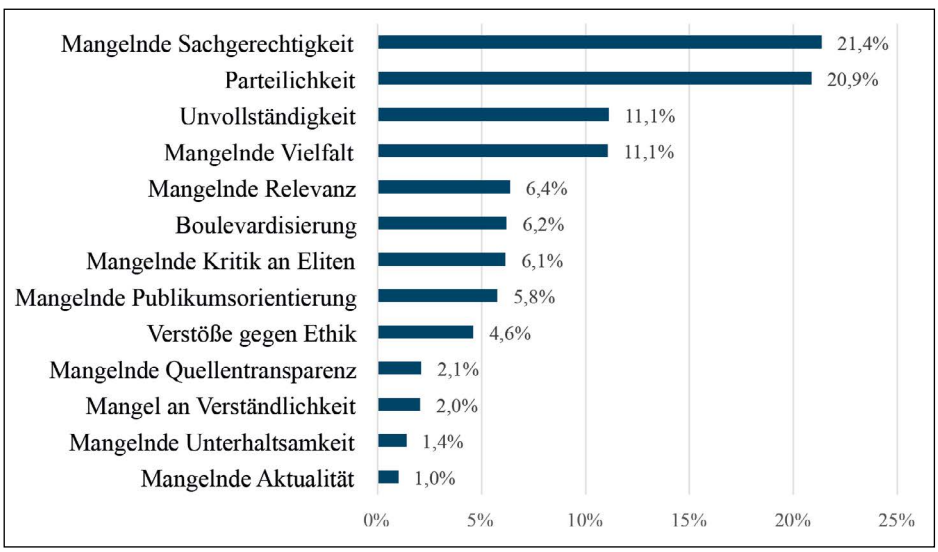
https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

dass die Kommentare offenbar von medienskeptischen Personen dominiert werden. Das deckt sich teilweise mit den Ergebnissen von Taddicken und Bund (2010), die im ZEIT Online-Forum unter den Kommentaren mit Bewertung 76 Prozent negative fanden. Aufgrund der höheren Relevanz medien*kritischer* Kommentare in unserem Zusammenhang und der kleinen Fallzahlen bei lobenden Kommentaren beschränken sich die weiteren Auswertungen auf negative Kommentare.

Darin dominiert der Vorwurf der mangelnden Sachgerechtigkeit und der Parteilichkeit mit jeweils über 20 Prozent der Nennungen (Abbildung 1). Mangelnde Sachgerechtigkeit wurde codiert, wenn Kritik am Wahrheitsgehalt der Berichterstattung geäußert wurde, Parteilichkeit, wenn Journalisten unterstellt wird, einseitig zu berichten oder sich mit einer Sache gemein zu machen. Einen großen Anteil von je über zehn Prozent verbuchen außerdem Kritik an Vollständigkeit und Vielfalt auf sich, also der Vorwurf, es würden Informationen weggelassen und nicht alle Seiten zu Wort kommen.

Kritikpunkte wie mangelnde Publikumsorientierung, Quellentransparenz oder Unterhaltsamkeit spielen kaum eine Rolle, obwohl sich in Befragungsstudien zeigt, dass Rezipienten diese Kriterien in jüngerer Zeit verstärkt nachfragen (Costera Meijer, 2013; Van der Wurff & Schönbach, 2014). Die meistkritisierten Aspekte in den Kommentaren sind also klassische journalistische Qualitätskriterien, die für die Funktion des Journalismus in der Gesellschaft direkt bedeutsam sind. Hier kommt also eine Fundamentalkritik zum Ausdruck, die sich gegen die Grundpfeiler journalistischer Qualität richtet. Dabei zeichnet sich ein generelles Muster von Medienkritik in Nutzerkommentaren ab: Auch die Analysen

Abbildung 1: Kritik an journalistischen Medien



Anmerkungen: Basis der Prozentuierung: $n = 1\,807$ Nennungen von Qualitätskriterien in $n = 1\,242$ Kommentaren mit Medienbezug und negativer Bewertung.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

von Neurauter-Kessels (2011) und Craft et al. (2016) zeigen, dass die Vorwürfe mangelnder Sachgerechtigkeit, Parteilichkeit, Unvollständigkeit und mangelnder Vielfalt in medienkritischen Nutzerkommentaren dominieren.

5.2 Bezugsobjekte der Leserkritik

Bei den Bezugsobjekten wurde zunächst nach Akteuren (Journalisten), redaktionellen Einheiten (Sendungen/Artikel) und Medieninstitutionen unterschieden, auf Institutionenebene zusätzlich zwischen etablierten Printmarken, öffentlich-rechtlichem Rundfunk und privatem Rundfunk. Unter etablierte Printmarken fallen hier auch Nennungen der Online-Ableger von Printmarken (z. B. Spiegel Online), weil die Kommentare hier nur selten differenzieren.

Aufgeschlüsselt nach Bezugsobjekten wird deutlich, dass sich die Kritik der Nutzer kaum unterscheidet, ob Journalisten, redaktionelle Einheiten oder Medieninstitutionen angesprochen werden. Zu allen Ebenen werden ähnliche Bewertungen und Qualitätskriterien genannt, die Kritik ist hier also recht pauschal und wenig differenziert. Einzig auf der Ebene der Institutionen lassen sich einige Unterschiede ausmachen (Tabelle 2).[3]

Printmarken wird häufiger eine unkritische Haltung gegenüber gesellschaftlichen Eliten attestiert, außerdem sehen die Kommentatoren hier öfter ethische Verfehlungen als bei den anderen Mediengattungen. Fehlende Sachgerechtigkeit und Vielfalt wird am häufigsten beim privaten Rundfunk moniert, bei dem außerdem die stärksten Tendenzen zur Boulevardisierung festgestellt werden. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sieht sich hingegen am deutlichsten mit dem Vorwurf der Parteilichkeit konfrontiert, außerdem wird bei ihm fehlende Publikumsorientierung beanstandet. Diese Bewertungen spiegeln teilweise die auch in Befragungsstudien festgestellten Images der untersuchten Gattungs-Subsysteme wider, unterscheiden sich aber auch. So wird etwa laut der Langzeitstudie

3 Wir weisen keine Inferenzstatistiken aus, weil die vorliegende Stichprobe keinen Anspruch auf Repräsentation einer Grundgesamtheit hat.

Tabelle 2: Qualitätskriterien und Bezugsobjekte

Qualitätskriterium	Bezugsobjekt		
	Etablierte Printmarke (n = 579)	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (n = 331)	Privater Rundfunk (n = 58)
Mangelnde Sachgerechtigkeit	24,5%	26,6%	**34,5%**
Parteilichkeit	21,0%	**24,8%**	12,1%
Unvollständigkeit	11,7%	10,3%	8,6%
Mangelnde Vielfalt	12,1%	12,7%	**17,2%**
Mangelnde Relevanz	4,7%	5,7%	8,6%
Boulevardisierung	6,7%	4,2%	**10,3%**
Mangelnde Kritik an Eliten	**7,3%**	4,8%	1,7%
Mangelnde Publikumsorientierung	5,9%	**9,4%**	6,9%
Verstöße gegen Ethik	**6,2%**	1,5%	0,0%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

Anmerkungen: Basis der Prozentuierung: n = 968 Nennungen von Qualitätskriterien mit Bezugsobjekten, nur Kommentare mit Medienbezug und negativer Bewertung.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Massenkommunikation der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Vergleich zum privaten als ausgewogener, kritischer, zuverlässiger und eher als Hilfe im Alltag wahrgenommen (Breunig & Engel, 2015). In den Kommentaren wird dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk genau das abgesprochen, wenn ihm Parteilichkeit und fehlende Publikumsorientierung vorgeworfen wird. Vergleichbar ist jedoch die Einschätzung, dass der private Rundfunk eher Boulevardjournalismus betreibt. Diese Unterschiede lassen sich etwa dadurch erklären, dass an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk besonders hohe Erwartungen gerichtet werden, die bei wahrgenommenen Qualitätsmängeln zu überproportional heftiger Kritik führen.

5.3 Begründungen für wahrgenommene Qualitätsmängel

Die meistgenannte Begründung für wahrgenommene Qualitätsmängel ist eine unterstellte Abhängigkeit journalistischer Medien von politischen und wirtschaftlichen Eliten (42 Prozent der Nennungen). In 22 Prozent der Nennungen wird mangelnde Kompetenz von Journalisten als Begründung für fehlende Qualität angeführt, wirtschaftliche Gründe unterstellen 16 Prozent der Nennungen, also etwa das Streben nach Profit und Werbeeinnahmen bzw. Verkaufszahlen/Quoten. Auf weitere Begründungen entfallen nur wenige Nennungen: So gilt etwa das Karrierestreben von Journalisten nur in neun Prozent der Nennungen als Grund für Qualitätsmängel. Auf die Digitalisierung und damit verbundene Probleme verweisen fünf Prozent, den Druck von Redaktionen auf ihre Mitarbeiter nennen vier Prozent, Zeitdruck bei journalistischer Arbeit gar nur zwei Prozent.

Tabelle 3 zeigt, für welche der verletzten Qualitätskriterien (mit über 50 Nennungen) Kommentarschreiber welche Begründungen anführen. Fehlende Unabhängigkeit dominiert dabei als meistgenannte Begründung für mangelnde Sachgerechtigkeit, Parteilichkeit und mangelnde Vielfalt. Eine unzureichende Kompetenz von Journalisten wird hingegen am häufigsten für fehlende Vollständigkeit und Relevanz ins Feld geführt.

Tabelle 3: Qualitätskriterien und Begründungen

	Qualitätskriterium				
Begründung	Mangelnde Sachgerechtigkeit (*n* = 199)	Parteilichkeit (*n* = 278)	Mangelnde Vollständigkeit (*n* = 104)	Mangelnde Vielfalt (*n* = 147)	Mangelnde Relevanz (*n* = 50)
Abhängigkeit	**41,7%**	**54,7%**	34,6%	**44,2%**	34,0%
Karrierestreben	13,6%	7,6%	7,7%	10,9%	16,0%
Digitalisierung	6,0%	4,7%	3,8%	6,1%	0,0%
Wirtsch. Gründe	15,6%	13,3%	12,5%	16,3%	12,0%
Zeitdruck	1,0%	1,4%	1,9%	2,0%	0,0%
Kompetenzdefizit	17,1%	14,0%	**37,5%**	14,3%	**38,0%**
Red. Druck	5,0%	4,3%	1,9%	6,1%	0,0%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Anmerkungen: Basis der Prozentuierung: *n* = 778 Nennungen von Qualitätskriterien mit Begründungen, nur Kommentare mit Medienbezug und negativer Bewertung.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

6. Medienkritik

Um aus den Nutzerkommentaren Typen von Medienkritik herauszuarbeiten, wurde eine Clusteranalyse durchgeführt.[4] Als Cluster-Variablen fungierten neun Qualitätskriterien (alle mit mehr als drei Prozent der Nennungen) und vier Begründungen (alle über neun Prozent der Nennungen), um den Variablenraum überschaubar zu halten. Die Fallbasis bilden alle negativen Kommentare mit Medienbezug, in denen mindestens ein Qualitätskriterium oder eine Begründung vorkam (n = 1 090). Die inhaltliche Interpretierbarkeit und das Elbow-Kriterium legten eine Vier-Cluster-Lösung nahe, deren Mittelwerte Tabelle 4 darstellt.

Cluster 1 nennen wir den *Gesteuerte Medien-Vorwurf*. Er umfasst die meisten Kommentare. Es dominiert der Vorwurf der Parteilichkeit und der fehlenden Vielfalt gepaart mit der Begründung der Abhängigkeit von wirtschaftlichen und politischen Eliten sowie wirtschaftlichen Gründen. Die Verfasser haben also die Überzeugung, journalistische Medien seien von einflussreichen Kräften gelenkt, in deren Sinne sie berichten und denen sie journalistische Qualitätskriterien opfern.

Cluster 2 kann mit *Sensationsjournalismus-Vorwurf* umschrieben werden. In ihm ist die Kritik an mangelnder Relevanz, Boulevardisierung, mangelnder Publikumsorientierung,

4 Ward-Verfahren, Distanzmaß der quadrierten euklidischen Distanz; zu einem ähnlichen Vorgehen siehe Matthes und Kohring (2004).

Tabelle 4: Medienkritik-Cluster und jeweilige Mittelwerte der Qualitätskriterien und Begründungen (Binär-Variablen)

Variable	Cluster 1: Gesteuerte Medien-Vorwurf (n = 434)	Cluster 2: Sensations-journalismus-Vorwurf (n = 305)	Cluster 3: Lügenpresse-Vorwurf (n = 173)	Cluster 4: Unfähigkeits-Vorwurf (n = 178)
Qualitätskriterien				
Mangelnde Relevanz	,06	**,28**	,00	,02
Mangelnde Vielfalt	,32	,09	,00	**,20**
Parteilichkeit	**,64**	,11	,02	**,34**
Mangelnde Sachgerechtigkeit	,26	,22	1,00	,18
Mangelnde Publikumsorientierung	,03	**,23**	,00	,13
Verstöße gegen Ethik	,06	**,19**	,00	,00
Mangelnde Kritik an Eliten	,10	**,18**	,00	,07
Unvollständigkeit	,04	,11	**,16**	**,69**
Boulevardisierung	,07	**,25**	,00	,03
Begründungen				
Abhängigkeit	**,50**	,04	,02	,15
Karrierestreben	,05	,10	,02	,01
Wirtschaftliche Gründe	**,18**	,05	,01	,03
Kompetenzdefizit	,03	,07	,11	**,46**

Anmerkungen: Basis der Prozentuierung: n = 778 Nennungen von Qualitätskriterien mit Begründungen, nur Kommentare mit Medienbezug und negativer Bewertung.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Tabelle 5: Medienkritik-Cluster und Bezugsobjekte

Cluster	Bezugsobjekt		
	Etablierte Printmarke (*n* = 355)	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (*n* = 230)	Privater Rundfunk (*n* = 42)
Gesteuerte Medien-Vorwurf (*n* = 261)	39,2%	**47,0%**	33,3%
Sensationsjournalismus-Vorwurf (*n* = 159)	**28,2%**	22,2%	19,0%
Lügenpresse-Vorwurf (*n* = 120)	18,3%	17,8%	**33,3%**
Unfähigkeits-Vorwurf (*n* = 87)	14,4%	13,0%	14,3%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%

Anmerkungen: Basis der Prozentuierung: *n* = 627 Nennungen von Bezugsobjekten innerhalb der Cluster, nur Kommentare mit Medienbezug und negativer Bewertung.

mangelnder Sachgerechtigkeit, sowie an ethischen Verstößen und fehlende Kritik der Mächtigen stark ausgeprägt. Das Fehlen von Begründungen weist wieder auf pauschale Kritik hin.

Cluster 3 bezeichnen wir als *Lügenpresse-Vorwurf*. Alle Kommentare dieses Clusters kritisieren das Qualitätskriterium Sachgerechtigkeit, nennen also Vorwürfe hinsichtlich des Wahrheitsgehalts. Ausgeprägt ist außerdem der Vorwurf der unvollständigen Berichterstattung. Hier handelt es sich also um einen sehr homogenen Cluster, in dem die anderen Variablen Mittelwerte gleich oder nahe Null aufweisen. Vor allem finden sich keine Begründungen, was eher unreflektierte, pauschalisierte und verknappte Kritik nahe legt.

Cluster 4 nennen wir *Unfähigkeits-Vorwurf*. Hier führen die Kommentatoren wahrgenommene Unvollständigkeit und Parteilichkeit vorwiegend auf mangelnde Kompetenz der Journalisten zurück, weniger jedoch auf Abhängigkeit.

Die Evaluation der Cluster nach Bezugsobjekten zeigt, dass Vorwürfe zur Abhängigkeit und Parteilichkeit („gesteuerte Medien-Vorwurf") am häufigsten den öffentlich-rechtlichen Rundfunk treffen. Der „Sensationsjournalismus-Vorwurf" ist hingegen am stärksten bei den Printmarken ausgeprägt, während der „Lügenpresse-Vorwurf" eher den privaten Rundfunk trifft. Die Kritik an der journalistischen Kompetenz ist hingegen bei keiner Mediengattung besonders ausgeprägt und wird offenbar pauschal auf Journalismus bezogen (Tabelle 5). Auch dies lässt sich mit Verweis auf die Erwartungsstrukturen interpretieren: Vermutlich werden an den privaten Rundfunk geringere Erwartungen gestellt und Sensationsjournalismus dort eher akzeptiert, wohingegen Boulevardisierung beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk und bei Printmarken weniger Akzeptanz findet und demgemäß überproportional viel Kritik auslöst.

7. Diskussion und Fazit

In Nutzerkommentaren zu journalistischer Qualität wird der Journalismus heftig kritisiert und sehr negativ bewertet. Besonders häufig findet sich Kritik an der mangelnden Einhaltung der Qualitätskriterien Sachgerechtigkeit, Unparteilichkeit, Vollständigkeit

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY-NC-ND

und Vielfalt. Dabei äußern viele Kommentatoren ihre Vorwürfe recht pauschal und unterscheiden nur wenig zwischen Mediengattungen. Die meistgenannte Begründung für wahrgenommene Qualitätsmängel ist eine unterstellte Abhängigkeit des Journalismus, gefolgt von mangelnder Kompetenz sowie kommerzieller Orientierung. Als dominierender Typ der Kritik findet sich demnach auch die Unterstellung von Parteilichkeit, ausgelöst durch politische und wirtschaftliche Einflussnahme auf den Journalismus. Im Mittelpunkt steht also die Wahrnehmung, dass zeitlos-klassische journalistische Kernkompetenzen verletzt werden.

Diese Ergebnisse sind natürlich nicht ohne Einschränkungen: Die inhaltsanalytische Erfassung von Kommentaren auf der Basis eines Codebuchs mit theoretisch abgeleiteten, normativen Qualitätskriterien mag in einigen Fällen der semantischen Aussage der Verfasser zuwiderlaufen. Inhaltsanalytisch lässt sich beispielsweise nicht feststellen, was ein Kommentator unter dem Vorwurf der Parteilichkeit oder Unwahrheit versteht und welche Qualitätserwartungen er eigentlich genau an den Journalismus anlegt. Hier sind für zukünftige Forschung auch qualitative Zugänge gefragt, um die individuellen Zuschreibungen der Rezipienten zu Begriffen wie „Unabhängigkeit“ und „Wahrheit“ zu eruieren und dann quantitativ überprüfen zu können. Bei der Einordnung der Ergebnisse ist darüber hinaus der Erhebungszeitpunkt zu berücksichtigen. Die Untersuchung fand auf dem Höhepunkt der „Lügenpresse“-Debatte in Deutschland statt und umfasst u. a. Diskussionen über die Ukraine-Berichterstattung, die auch von unabhängigen Instanzen als zu einseitig kritisiert wurde. Dies mag mehr Kritiker als üblich auf den Plan gerufen haben.

Bei den meisten Urhebern der untersuchten Kommentare handelt es sich außerdem mit großer Sicherheit um Mitglieder einer relativ kleinen und stark polarisierten Gruppe von Medienskeptikern, die nicht repräsentativ für das Publikum des Journalismus steht. Wenn hier also vehemente Medienkritik geäußert wird, lässt dies keinesfalls auf Einstellungen zum Journalismus in der *gesamten* Bevölkerung schließen. Dennoch werden Nutzerkommentare von vielen gelesen und wirken so eventuell mittel- oder langfristig auf andere Bürger.

Die intensiven journalistischen Reaktionen auf Publikumskritik am Journalismus (z. B. Hamann, 2015) überhöhen daher womöglich ihr Ausmaß und ihre Bedeutung. Hier zeigt sich jedoch exemplarisch eine neue Dynamik im Verhältnis zwischen Journalismus und Publikum, das durch die gesteigerten Feedbackmöglichkeiten mit relativ einfachen Mitteln starke Irritationen im Journalismus hervorrufen kann und über wirkungsvolle Mechanismen zur Themensetzung verfügt. Gerade im Lichte der einfachen Manipulationsmöglichkeiten in Nutzerkommentaren durch bezahlte Kommentatoren (vgl. etwa Tota, 2015) oder Bots gewinnt diese Erkenntnis zusätzliche Brisanz.

Die Befunde zeigen allerdings auch, dass neben unreflektierten „Lügenpresse“-Rufen viele Kommentarschreiber durchaus begründete, nachvollziehbare Kritik äußern. Sie stellen offenbar hohe Erwartungen an journalistische Medien und haben konkrete Vorstellungen von journalistischen Qualitätskriterien. Diese Nutzer ernst zu nehmen, sich selbst kritisch zu hinterfragen und ihre Vorwürfe möglichst zu ent-

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

kräften, sollte daher das Ziel redaktioneller Bemühungen sein.

Literaturverzeichnis

Breunig, C., & Engel, B. (2015). Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. *Media Perspektiven* (7-8), 323–341. Verfügbar unter http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2015/07082015_Breunig_Engel.pdf.

Costera Meijer, I. (2013). Valuable journalism: A search for quality from the vantage point of the user. *Journalism, 14* (6), 754–770. doi: 10.1177/1464884912455899.

Craft, S., Vos, T. P., & Wolfgang, D. J. (2016). Reader comments as press criticism: Implications for the journalistic field. *Journalism, 17* (6), 677–693. doi: 10.1177/1464884915579332.

Donsbach, W., Rentsch, M., Schielicke, A.-M., & Degen, S. (2009). *Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden*. Konstanz: UVK.

Eurobarometer. (2014). *Media use in the European Union*. Verfügbar unter http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb82/eb82_media_en.pdf.

Friemel, T., & Dötsch, M. (2015). Online Reader Comments as Indicator for Perceived Public Opinion. In M. Emmer & C. Strippel (Hrsg.), *Kommunikationspolitik für die digitale Gesellschaft* (S. 151–172). Verfügbar unter http://digitalcommunicationresearch.de/wp-content/uploads/2015/02/dcr.v1.8_friemel-doetsch.pdf?

Früh, W. (2015). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis* (8., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK.

Hamann, G. (2015). *Wer vertraut uns noch?*, Zeit Online. Verfügbar unter http://www.zeit.de/2015/26/journalismus-medienkritik-luegenpresse-vertrauen-ukraine-krise.

Hoffmann, C. (2016). *Lügenpresse!!!!* Verfügbar unter http://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/luegenpresse.

Infratest Dimap. (2014). *Vertrauen in Medien-Berichterstattung über den Ukraine-Konflikt. Eine Studie von infratest dimap für das Medienmagazin ZAPP.* Verfügbar unter http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/inffratest102.pdf.

Jackob, N. (2009). Vergessen oder Vergeben? Journalistische Fehlleistungen und ihre Folgen für das allgemeine Vertrauen in die Medien. *Communicatio Socialis, 42* (4), 382–404.

Krei, A. (2015). *April: Verlustreicher Monat für Nachrichten-Portale*. Verfügbar unter http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/50907/april_verlustreicher_monat_fuer_nachrichtenportale/.

Lee, E.-J., & Jang, Y. J. (2010). What do others' reactions to news on internet portal sites tell us? Effects of presentation format and readers' need for cognition on reality perception. *Communication Research, 37* (6), 825–846. doi: 10.1177/0093650210376189.

Lee, E.-J. (2012). That's not the way it is: How user-generated comments on the news affect perceived media bias. *Journal of Computer-Mediated Communication, 18* (1), 32–45. doi: 10.1111/j.1083-6101.2012.01597.x.

Lieske, S. (2008). *Das Image von Journalisten. Eine qualitative Untersuchung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Matthes, J., & Kohring, M. (2004). Die empirische Erfassung von Medien-Frames. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 52* (1), 56–75.

Neuberger, C. (2014). The Journalistic Quality of Internet Formats and Services. *Digital Journalism, 2* (3), 419–433. doi: 10.1080/21670811.2014.892742.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND

Neurauter-Kessels, M. (2011). Im/polite reader responses on British online news sites. *Journal of Politeness Research, 7*(2). doi: 10.1515/jplr.2011.010.

Pew Research Center. (2012). *Press Widely Criticized, But Trusted More than Other Information Sources*. Verfügbar unter http://www.pewresearch.org/daily-number/press-widely-criticized-but-trusted-more-than-other-information-sources/.

Prochazka, F., Weber, P., & Schweiger, W. (2016). Effects of civility and reasoning in user comments on perceived journalistic quality. *Journalism Studies*. *doi:* 10.1080/1461670X.2016.1161497.

Reich, Z. (2011). User Comments: The transformation of participatory space. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt et al. (Hrsg.), *Participatory journalism. Guarding open gates at online newspapers* (S. 96–117). Chichester: Wiley-Blackwell.

Reinemann, C., & Fawzi, N. (2016). *Eine vergebliche Suche nach der Lügenpresse*. Verfügbar unter http://www.tagesspiegel.de/politik/analyse-von-langzeitdaten-eine-vergebliche-suche-nach-der-luegenpresse/12870672.html.

Reschke, A. (2016). *Aber was heißt denn das: „Sagen, was ist"?* Verfügbar unter http://uebermedien.de/1995/aber-heisst-denn-das-sagen-ist/.

Schweiger, W. (1999). Medienglaubwürdigkeit - Nutzungserfahrung oder Medienimage? Eine Befragung zur Glaubwürdigkeit des World Wide Web im Vergleich mit anderen Medien. In P. Rössler & W. Wirth (Hrsg.), *Glaubwürdigkeit im Internet. Fragestellungen, Modelle, empirische Befunde* (S. 89–110). München: Reinhard Fischer.

Schweiger, W. (2007). *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Springer, N., Engelmann, I., & Pfaffinger, C. (2015). User comments: motives and inhibitors to write and read. *Information, Communication & Society, 18* (7), 798–815. doi: 10.1080/1369118X.2014.997268.

Taddicken, M., & Bund, K. (2010). Ich kommentiere, also bin ich. Community research am Beispiel des Diskussionsforums der ZEIT Online. In M. Welker & C. Wünsch (Hrsg.), *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet* (S. 167–190). Köln: Herbert von Halem Verlag.

Tota, F.-E. (2015). *Russische Staatstrolle: Zwölf Stunden am Tag in Putins Sinne*. Verfügbar unter http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/russische-staatstrolle-in-st-petersburg-13493398.html.

Tsfati, Y., Meyers, O., & Peri, Y. (2006). What is good journalism? Comparing Israeli public and journalists' perspectives. *Journalism, 7* (2), 152–173. doi: 10.1177/1464884906062603.

Urban, J., & Schweiger, W. (2014). News Quality from the Recipients' Perspective. *Journalism Studies, 15* (6), 821–840. doi: 10.1080/1461670X.2013.856670.

Van der Wurff, R., & Schönbach, K. (2014). Civic and Citizen Demands of News Media and Journalists: What Does the Audience Expect from Good Journalism? *Journalism & Mass Communication Quarterly, 91* (3), 433–451. doi: 10.1177/1077699014538974.

Voigt, J. (2016). *Nachrichtenqualität aus Sicht der Mediennutzer. Wie Rezipienten die Leistung des Journalismus beurteilen können*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Ziegele, M., Johnen, M., Bickler, A., Jakob, I., & Schnauber, A. (2013). Männlich, rüstig, kommentiert? Einflussfaktoren auf die Aktivität kommentierender Nutzer von Online-Nachrichtenseiten. *Studies in Communication | Media, 2* (1), 67–114.

https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY-NC-ND