



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2021

Die Rahmung von Wahrheit und Lüge in Online-Gegenöffentlichkeiten – eine netzwerkanalytische Untersuchung auf Twitter

Schwaiger, Lisa ; Eisenegger, Mark

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748923190-359>

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-203169>

Book Section

Accepted Version

Originally published at:

Schwaiger, Lisa; Eisenegger, Mark (2021). Die Rahmung von Wahrheit und Lüge in Online-Gegenöffentlichkeiten – eine netzwerkanalytische Untersuchung auf Twitter. In: Schicha, Christian; Stapf, Ingrid; Sell, Saskia. Medien und Wahrheit: medienethische Perspektiven auf Desinformation, Lügen und „Fake News“. Baden-Baden: Nomos, 359-376.

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748923190-359>

Die Rahmung von Wahrheit und Lüge in Online-Gegenöffentlichkeiten – Eine netzwerkanalytische Untersuchung auf Twitter

Lisa Schwaiger, Mark Eisenegger

Abstract

Die Verbreitung desinformativer Inhalte beschäftigt sowohl Wissenschaft als auch Medien seit der Etablierung von Social-Media-Plattformen stärker. Dabei werden vor allem alternative Nachrichtenmedien, die sich als Opposition zur hegemonialen Öffentlichkeit – dem „Mainstream“ – sehen, als potentielle Treiber desinformativer Inhalte betrachtet. In dieser Studie interessieren wir uns dafür, inwiefern professionelle und alternative Nachrichtenmedien den Lügen- und Wahrheitsdiskurs bedienen. Wir widmen uns dem Thema erstens netzwerkanalytisch, um Relationen zwischen „Alternativ“- und „Mainstream“-Medien in Erfahrung zu bringen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung von Tweets beider Medientypen, die sich mit „Lüge“ und „Wahrheit“ auseinandersetzen, zeigt, dass die Rahmung der Begrifflichkeiten je nach Medientyp in unterschiedlicher Weise ausgeprägt ist. Während professionelle Nachrichtenmedien vorwiegend Aufklärungsarbeit hinsichtlich „Fake News“ betreiben oder über den politischen Metadiskurs im Kontext von Regulierungsbestrebungen berichten, sehen sich alternative Nachrichtenmedien vor allem als Aufdecker medialer und politischer Lügen und von Geheimnissen des „Mainstreams“. Aus einer relationalen Perspektive interessant ist, dass es strukturell zwar Verbindungen zwischen alternativen und professionellen Nachrichtenmedien gibt, diese allerdings primär dazu dienen, um die Narrative der Opposition zu widerlegen.

1 Einleitung: Zum Lügen- und Wahrheitsdiskurs in Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit

Die „Lüge im Netz“ ist seit einigen Jahren nicht nur in wissenschaftlicher Forschung ein präsenteres Thema, sondern auch im medialen Diskurs selbst. „Fake News“ bzw. die bewusste, aktuelle Desinformation (vgl. hierzu auch Zimmermann/ Kohring 2018) werden dabei meist mit deren Verbreitung auf Digitalplattformen in Verbindung gebracht. So kann vor allem seit dem US-Präsidentenwahlkampf 2016 ein vermehrtes Forschungsinteresse festgestellt werden (z.B. Allcott/ Gentzkow 2017, Bakir/ McStay 2018, Guess/ Nagler/ Tucker 2019). In dieser Zeit wurden verstärkt politische Falschnachrichten auf Social Media verbreitet, wenn auch empirisch nicht klar ist, ob diese die Wahlentscheidung tatsächlich beeinflussten (vgl. z.B. Guess/ Nagler/ Tucker 2019). Außerdem etablieren sich im digitalen Netz zunehmend alternative Nachrichtenmedien, die sich selbst gegen die als „Mainstream“ bezeichnete mediale und politische hegemoniale Öffentlichkeit positionieren, wie beispielsweise *Breitbart* in den USA, die teilweise nachweislich falsche Nachrichtenbeiträge publizieren und somit die politische Meinungsbildung verzerren (Hendricks/ Vestergaard 2018). Werden alternative Nachrichtenmedien in aktueller Forschung häufig mit der Verbreitung von desinformativen Inhalten in Verbindung gebracht, bleibt unklar, wie diese selbst und im Vergleich zum „Mainstream“ Begrifflichkeiten wie „Lüge“ und „Wahrheit“ gebrauchen.

Im Rahmen dieser empirischen Studie nähern wir uns diesem noch zu wenig erforschten Gebiet und erfassen induktiv, wie der Lügen- und Wahrheitsdiskurs in deutschsprachigen Nachrichtenmedien gerahmt wird. Wir nähern uns der Forschungsfrage netzwerkanalytisch, um potentielle Relationen zwischen alternativen und professionellen Nachrichtenmedien zu erfassen. Hierfür wurde als empirischer Wirklichkeitsausschnitt die Plattform Twitter gewählt, unter der Annahme, dass diese vor allem im journalistischen und politischen Bereich stark genutzt wird, im Sinne eines „Eliten-Netzwerks“ (Metag/ Rauchfleisch 2017). Folgend wird zunächst ein kurzer theoretischer Überblick über Gegenöffentlichkeiten in Form alternativer

Nachrichtenmedien im Netz gegeben, bevor die empirischen Ergebnisse beschrieben und in einem Fazit zusammengefasst werden.

2 Gegenöffentlichkeiten im digitalen Zeitalter

2.1 Zur Korrektivfunktion von Gegenöffentlichkeiten

Vor allem Phasen gesellschaftlicher Umbrüche sind davon geprägt, dass Gegenöffentlichkeiten (oder auch „autonome Öffentlichkeiten“) gängige Deutungsmuster in Frage stellen und versuchen Deutungshoheit zu erlangen (Imhof 1996). Unter „Gegenöffentlichkeit“ zu verstehen ist „eine gegen eine hegemoniale Öffentlichkeit gerichtete Teilöffentlichkeit, die um einen spezifischen gesellschaftlichen Diskurs oder Standpunkt herum strukturiert ist“ (Krotz 1998: 653). Es handelt sich somit nicht per se um ein neuartiges Phänomen resultierend aus Digitalisierungsprozessen, dass alternative Akteur_innen die öffentliche Meinung kritisieren und sich als Opposition betrachten. Dennoch konnte im Zuge der Digitalisierung ein weiterer Strukturwandel der Öffentlichkeit (in Anlehnung an Habermas (2018[1962])) beobachtet werden, wonach vor allem Akteur_innen, die nicht zum professionellen Journalismus zählen, neue und einfachere Möglichkeiten erhalten haben, öffentlich zu kommunizieren (Eisenegger 2017). Neben reichweitenstarken Massenmedien können Lai_innen oder Pseudojournalist_innen vor allem über Digitalplattformen (zwar meist mit geringeren Reichweiten) Inhalte ohne Zugangsbarrieren und Kontrolle von außen selbständig aufbereiten und veröffentlichen, ohne journalistische Qualitätsstandards zwingend einhalten zu müssen. Insofern ist der professionelle Journalismus mit neuen Akteur_innen konfrontiert, die mit seiner Gatekeeping-Funktion konkurrieren (vgl. hierzu Wallace 2017). Aus einer demokratietheoretischen Perspektive erfüllen diese Akteur_innen, die sich auch in Form von Gegenöffentlichkeiten strukturieren können, grundsätzlich eine wesentliche Funktion öffentlicher Kommunikation, indem sie politische und mediale Eliten kontrollieren und kritisieren. Sie agieren dann als „Media Watchdogs“ oder in Form einer selbst auferlegten

Positionierung als Vierte Gewalt. Vierte Gewalt deshalb, weil die Akteur_innen selbst als Produzierende von Nachrichten agieren und sich nicht ausschließlich über die Kritik- und Kontrollfunktion definieren. In der Netzwerköffentlichkeit (Neuberger 2018) kann demzufolge von einem relationalen Feld von Akteur_innen, die über unterschiedliche Deutungsmacht verfügen, gesprochen werden. Gegenöffentlichkeiten sind dann als eine Art Gegenmacht oder „Counter-power“ (Castells 2007) innerhalb des Netzwerkes zu interpretieren. Obwohl Gegenmächte eine wesentliche demokratische Kritik- und Kontrollfunktion einnehmen können, stellt sich aktuell die Frage, ob diese tatsächlich den demokratischen Anforderungen gerecht werden. So versagt die Kontroll- und Kritikfunktion insbesondere dann, wenn deliberative Qualitätsstandards nicht eingehalten und beispielsweise desinformative Beiträge gestreut werden. Diese desinformative, pseudo-journalistische Berichterstattung wird insbesondere alternativen Nachrichtenmedien in modernen, digitalen Gesellschaften vorgeworfen (Figenschou/ Ihlebæk 2018, Hollander 2018, Holt 2018).

2.2 Alternative Nachrichtenmedien als vierte Gewalt

Alternativmedien haben eine lange Tradition, so gab es schon im Zuge der Französischen Revolution und der „Meinungspresse“ dahingehende Tendenzen (Habermas 2018[1962]), oder auch in den 1960er und 1970er Jahren als Ausdrucksform der neuen sozialen Bewegungen (Wimmer 2015). Während die letztgenannte „Alternativpresse“ vorwiegend im politisch linken Spektrum angesiedelt war, setzt sich der aktuelle Forschungsstand meist mit rechtspopulistischen Nachrichtenmedien auseinander (z.B. Haller/ Holt 2018) – obwohl davon auszugehen ist, dass in der pluralen Medienöffentlichkeit unterschiedliche Ausprägungen alternativer Nachrichtenmedien existieren. Alternative Nachrichtenmedien werden dann definiert als Opposition zum „Mainstream“, worunter die hegemoniale Öffentlichkeit aus Politik, Medien und generell dem dominierenden Establishment zu verstehen ist (Atton 2011). Alternativmedien sehen sich selbst als Repräsentanten von Bürger_innen und Ignorierten und

werden in der Regel von Lai_innen, Protestgruppen oder politischen Randgruppen produziert, ihre Organisationsform ist meist nicht-hierarchisch und nicht-kommerziell – so der bisherige Forschungsstand (Rauch 2007, Atton 2011). Aktuelle empirische Befunde zeigen jedoch, dass diese Definitionen nicht mehr hinreichend sind. So gibt es beispielsweise Evidenzen, dass alternative Nachrichtenmedien teilweise hochprofessionalisiert agieren (Schwaiger 2020 (im Erscheinen)). Wir möchten den Begriff „alternative Nachrichtenmedien“ mit Blick auf seine historischen Wurzeln breiter fassen und unterscheiden zwischen vier Typen alternativer Nachrichtenmedien. Typ I bezieht sich dabei auf die im aktuellen Forschungsstand beschriebenen Medien, die sich selbst als „Aufdecker der Mainstream-Lügen“ sehen, während Typ II im verschwörungstheoretischen Spektrum einzuordnen ist. Typ III ist vergleichbar mit der Alternativpresse der neuen sozialen Bewegungen und bezieht sich auf Medien der Zivilgesellschaft, die für soziale Gerechtigkeit eintreten. Typ IV beschreibt seriöse, intellektuelle Nachrichtenmedien, deren Opposition sich daraus ergibt, dass sie das kommerzialisierte Mediensystem ablehnen und fundierten Journalismus einfordern. Wir definieren alternative Nachrichtenmedien entsprechend als Nachrichtenmedien, die sich per Selbstverständnis als Vierte Gewalt positionieren und entweder eine komplementäre Funktion zum etablierten Journalismus einnehmen (z.B. in Form vertiefter Rechercheleistung) und dadurch abgrenzen, oder sich dezidiert als Opposition gegenüber der hegemonialen Öffentlichkeit aus Medien und Politik (dem „Mainstream“) betrachten (Schwaiger 2020).

Im Rahmen dieser empirischen Studie möchten wir gegenüberstellen, inwiefern professionelle Nachrichtenmedien im Vergleich zu alternativen Nachrichtenmedien Themen wie Lüge und Wahrheit aus einer Metaperspektive in ihre Berichterstattung integrieren. Forschungsleitend ist dabei die Annahme, dass professionelle Nachrichtenmedien desinformative Inhalte alternativer Nachrichtenmedien kritisieren und sich davon distanzieren, während sich (bestimmte) alternative Nachrichtenmedien selbst das Ziel auferlegen, die Lügen des professionellen Journalismus aufzudecken. Wir interessieren uns für dieses Wechselspiel und stellen folgende

Forschungsfrage: *Wie werden «Lüge» und «Wahrheit» im Twitter-Diskurs von alternativen wie auch etablierten Nachrichtenmedien gerahmt?* Es geht uns demnach um die Frage, inwiefern diese und verwandte Begriffe im Twitter-Diskurs eingesetzt werden. Mithilfe interpretativer Verfahren ist es Ziel, den latenten Sinn hinter den Aussagen – also die „Rahmung“ der Begrifflichkeiten – herauszufinden.

3 Methodik: Kombination aus Netzwerk- und qualitativer Inhaltsanalyse

Für die vorliegende Studie wurde ein multimethodisches Design gewählt. In einem ersten Schritt wurden mithilfe automatisiert erhobener *Tweets*, in denen URLs deutschsprachiger Nachrichtenmedien wie auch alternativer Nachrichtenmedien der drei Untersuchungsländer Schweiz, Österreich und Deutschland implementiert wurden, netzwerkanalytisch untersucht. Ziel dahinter war, Relationen zwischen alternativen und etablierten Nachrichtenmedien und deren jeweiligen Stellenwert in der Twitter-Öffentlichkeit zu erfassen. In einem zweiten Schritt wurde der Datensatz mithilfe von Suchworten gefiltert, um jene *Tweets* analysieren zu können, in denen „Lüge“ und „Wahrheit“ explizit thematisiert wurden. Die Auswertung dieser *Tweets* erfolgte qualitativ inhaltsanalytisch, um den subjektiven Sinn bzw. Narrative zu identifizieren. Beide methodischen Schritte werden folgend im Detail beschrieben.

3.1 Netzwerkanalytische Betrachtung von deutschsprachigen Nachrichtenmedien

Netzwerkanalysen erlauben Strukturen hinter einer Fülle von relationalen Daten zu analysieren. Um Akteur_innen innerhalb des, für die vorliegende Studie relevanten, Twitter-Netzwerkes identifizieren zu können, wurden zunächst sämtliche *Tweets* erhoben, in denen relevante Akteur_innen zu Wort gekommen sind. Unter „relevanten Akteur_innen“ verstehen wir Twitter-Accounts, die deutschsprachige Nachrichtenmedien teilen oder in einschlägigen *Tweets* verlinkt sind. Zu diesem Zweck wurde auf eine von den Autor_innen erhobene und

bereits bestehende Auflistung von 179 URLs deutschsprachiger alternativer Nachrichtenmedien¹ und insgesamt 653 URLs deutschsprachiger Leitmedien (Deutschland: n = 302, Österreich: n = 96, Schweiz: n = 255) zurückgegriffen. Diese URLs repräsentieren gleichzeitig die Suchworte für die Erhebung von Tweets mittels der Stream-API von Twitter, unter Verwendung der Programmiersprache R. Der Erhebungszeitraum erstreckte sich von 15. September bis 27. Oktober 2019, da in diesem drei politische Wahlen in den drei Untersuchungsländern stattfanden. Darunter die österreichische Nationalratswahl am 29. September 2019, die Schweizer Parlamentswahl am 20. Oktober 2019 und die deutsche Landtagswahl in Thüringen am 27. Oktober 2019. Der Zeitraum eignet sich für eine Analyse von Nachrichtenmedien, da von einer intensiven politischen Berichterstattung und einem Zuwachs an desinformativen Inhalten in solchen Phasen auszugehen ist. Der Datensatz wurde nach der Erhebung bereinigt, um etwaige „false positives“, also irrtümlich miterhobene Tweets, aus dem Sample auszuschließen. Daraus resultierte ein Datensatz mit letztlich n=873.452 Tweets. Dieser Datensatz war Basis für die darauffolgenden Netzwerk- und qualitativen Analysen.

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, Netzwerkanalysen mit Twitter-Daten durchzuführen. Für diesen Zweck interessierten wir uns für „Retweets“, also Relationen zwischen Akteur_innen, die auf dem Teilen von Beiträgen beruhen. Hierfür identifizierten wir sämtliche Unique-User und deren jeweilige Verweise (mittels Retweets) auf weitere Twitter-Accounts. Insgesamt wurden 77.400 „Knoten“, also User, identifiziert, mit Verweisen auf insgesamt 232.389 Akteur_innen („Kanten“). Mithilfe der Auflistung der Knoten und Kanten konnten unter Verwendung des Programmes *Gephi* Netzwerkstrukturen analysiert und visualisiert werden. Hierfür wurde der „Force Atlas 2“-Algorithmus verwendet. Auf dieser Grundlage

¹ Diese wurden in einem iterativen Prozess im Zeitraum von Oktober 2018 bis Mai 2019 erhoben. Hierfür wurden einerseits Google-Alerts und -Suchen genutzt, weiter wurden bereits erhobene Websites auf Verlinkungen zu weiteren alternativen Newssites untersucht.

konnten Relationen zwischen professionellen und alternativen Nachrichtenmedien aufgezeigt werden.

3.2 *Qualitative Inhaltsanalyse der Twitter-Posts*

Nach diesem deskriptiven Überblick der Netzwerkstrukturen deutschsprachiger Nachrichtenmedien war der Hauptfokus dieser Studie, den Lügen- und Wahrheitsdiskurs in der Twitter-Sphäre genauer zu betrachten. Hierfür wurde der im ersten Schritt erhobene Twitter-Datensatz herangezogen und ein Subsample basierend auf einschlägigen Suchbegriffen wie „Lüge“, „Fake“, „Fake News“, „Wahrheit“, „Desinformation“, „truth“, „wahr“, „falsch“ u.Ä., die im Textfeld der Tweets gesucht wurden, erstellt. Daraus resultierte ein Datensatz mit etwa 13.000 Tweets, die wiederum reduziert wurden, so dass nur mehr Tweets professioneller und alternativer Nachrichtenmedien als Absender_innen (und nicht jene von Privatpersonen) in die Stichprobe miteinfließen (n = 1.021). Dies diente als Datenpool für die qualitativ inhaltsanalytische Untersuchung der Tweets (Mayring 1994). Mittels Theoretical Sampling wurden insgesamt 123 Tweets qualitativ analysiert, bis eine theoretische Sättigung erreicht wurde. Analyseeinheiten waren dabei die Texte der Tweets selbst, aber auch Verlinkungen zu Websites innerhalb der Tweets, um diese zu kontextualisieren. Die leitende Forschungsfrage dieser Analyse richtete sich danach, wie Begriffe wie „Lüge“ und „Wahrheit“ von professionellen wie auch alternativen Nachrichtenmedien gerahmt werden.

4 Resultate: Lüge und Wahrheit in der Twitter-Sphäre

Folgend werden die Resultate der netzwerkanalytischen Betrachtung deutschsprachiger Nachrichtenmedien gezeigt, um im Anschluss die zentrale Forschungsfrage nach der Rahmung des Lügen- bzw. Wahrheitsdiskurses in der Twitter-Sphäre aufzugreifen.

4.1 Relationen zwischen „Alternativ“ und „Mainstream“

Durch die Analyse gegenseitiger Retweets von Twitter-Akteur_innen konnte herausgefunden werden, ob und wie unterschiedliche Nachrichtenmedien miteinander in Bezug stehen – sei es durch selbst publizierte Retweets oder verbindend über die gleichen Twitter-Nutzer_innen (im Sinne von „Bindegliedern“). Insofern können anhand der netzwerkanalytischen Betrachtung unterschiedliche Cluster von Nachrichtenmedien identifiziert werden, die in ähnlicher Weise retweetet, deren Beiträge also geteilt werden. Üblicherweise werden Retweets als Indizien für zustimmende Meinungen zwischen Twitter-User_innen erachtet, weshalb davon auszugehen ist, dass Akteur_innen innerhalb eines Clusters dieselbe (z.B. politische) Gesinnung haben. Erst eine qualitative Analyse der Tweets selbst (vgl. Kapitel 5.2) kann diese Annahme jedoch abschließend beurteilen. Wie in der Grafik ersichtlich (vgl. Abbildung 1), konnten unter Verwendung des Louvain-Algorithmus unterschiedliche Cluster oder Communities identifiziert werden, die farblich markiert wurden (Modularitätswert (0,6)). Im Netzwerk namentlich erwähnt wurden besonders starke Knoten innerhalb des Netzwerkes, also Twitter-Accounts, die über einen hohen Eigenwert mit vielen ein- und ausgehenden Beziehungen verfügen und demnach häufig von anderen Akteur_innen retweetet wurden. In der Abbildung wurden nur Nachrichtenmedien und keine privaten Twitter-Accounts gekennzeichnet. Besonders markant stechen hierbei drei Communities heraus: Erstens das Cluster alternativer Nachrichtenmedien im oberen Teil des Netzwerkes, der vor allem aus alternativen Nachrichtenmedien der drei Untersuchungsländer besteht, die sich selbst als „Aufdecker der Mainstreamlügen“ bezeichnen, darunter beispielsweise die Accounts von „Junge Freiheit“, „Compact Magazin“ oder „Tichys Einblick“, die im rechtspopulistischen Milieu einzuordnen sind. Im unteren Teil des Netzwerkes wiederum befinden sich professionelle Nachrichtenmedien (oder: „Mainstream-Medien“) aus Deutschland und der Schweiz, wie z.B. „Spiegel Online“, „Tagesanzeiger“ oder die „Süddeutsche Zeitung“, und Österreich, darunter beispielsweise „Die Presse“ oder „Der Standard“. Interessant hierbei ist vor allem, dass auf den ersten Blick

alternative und professionelle Nachrichtenmedien als getrennte Communities erscheinen, die durch häufige Bezugnahmen innerhalb dieser Cluster entstehen. Dabei können weitere Bindeglieder in Form von bestimmten Twitter-Akteur_innen bzw. auch Nachrichtenmedien zwischen den beiden Communities identifiziert werden, darunter vor allem Boulevardmedien wie „Die Krone“ oder „BILD“. Dennoch ist nach einer deskriptiv-strukturellen Betrachtung festzuhalten, dass „Alternativ“- und „Mainstream-Medien“ stark voneinander separiert sind und nur wenige Verbindungen zueinander haben. Dies ist deshalb von Relevanz, da davon auszugehen ist, dass Diskurse innerhalb der Communities stattfinden und wenig oder kaum Austausch mit anderen Communities existiert, was eine Gefahr von einer häufig und kontrovers diskutierten „Echokammern-Bildung“ impliziert. Umso wichtiger ist es, interpretativ zu analysieren, inwiefern die Akteur_innen untereinander Bezug nehmen. Dies wird folgend anhand der Frage nach dem Lügen- und Wahrheitsdiskurs erörtert.

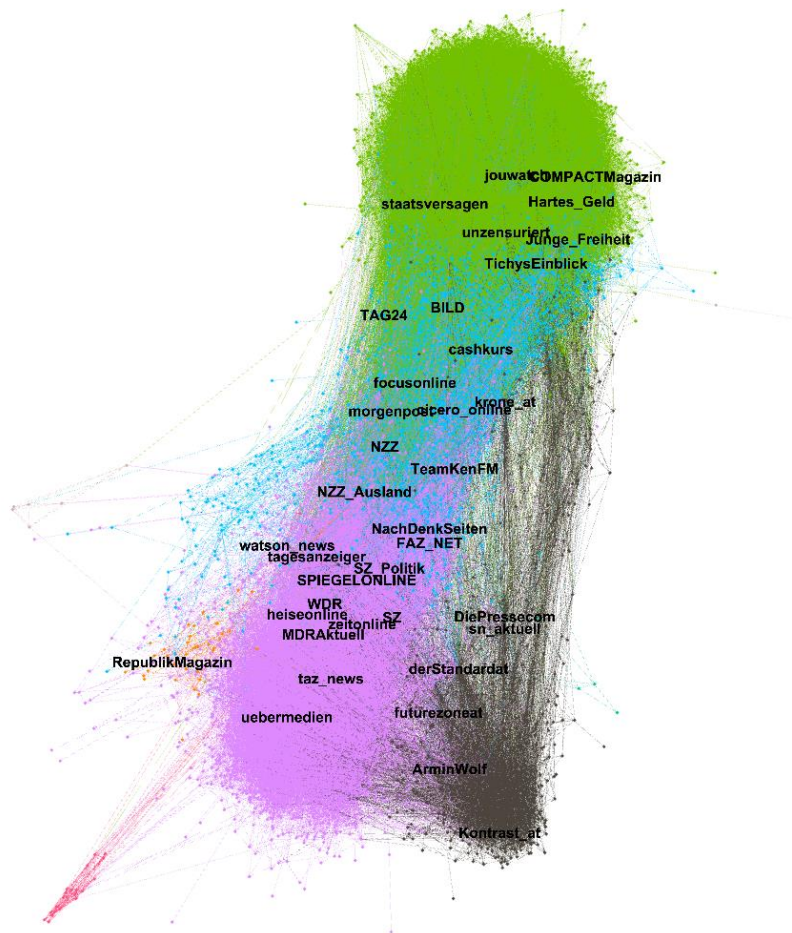


Abbildung 1 Twitter-Retweet-Netzwerk deutschsprachiger Alternativ- und „Mainstream“-Medien (Average Degree: 3,00; Modularity: 0,60)

4.2 Rahmung von „Lüge“ und „Wahrheit“ in der Twitter-Öffentlichkeit

Die eben geschilderte Netzwerkanalyse zeigt, dass sich um „Mainstream“- und alternative Medien stark abgegrenzte Communities ausbilden, die kaum Berührungspunkte haben – und wenn, dann über wenige vermittelnde Twitter-Akteur_innen vor allem aus dem Sektor der Boulevardmedien. Nicht verwunderlich ist daher eine unterschiedliche Thematisierung von Wahrheit und Lüge in den beiden Communities. Aus einer relationalen Perspektive interessant ist zudem, dass professionelle Nachrichtenmedien (zumindest bei dieser Untersuchung) nicht auf alternative Nachrichtenmedien referenzieren, dies allerdings in umgekehrter Weise der Fall ist, nämlich um die Opposition zur Meinung des „Mainstreams“ zu demonstrieren.

Die analysierten Tweets, die von professionellen und alternativen Nachrichtenmedien gesendet wurden, konnten in acht Hauptkategorien eingeordnet werden. Jede Kategorie bezieht sich dabei auf eine ähnliche „Rahmung“ des Lügen- bzw. Wahrheitsdiskurses und grenzt sich durch eine dahingehende Kontrastierung von den anderen Kategorien ab. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Kategorien aus der qualitativen Inhaltsanalyse.

Tabelle 1 *„Lüge und Wahrheit“ im Diskurs des professionellen Informationsjournalismus und alternativer Nachrichtenmedien*

„Lüge und Wahrheit“ im Diskurs des professionellen Informationsjournalismus		„Lüge und Wahrheit“ im Diskurs alternativer Nachrichtenmedien	
Regulierung	Politischer Metadiskurs	Lügen/Fake News der Mainstream-Medien	Lügen und Betrügen der Politik
Aufklärung/ Medienkompetenz	Sachliche Begriffsverwendung	Geheimnisse entlarven („Die Wahrheit“)	Aufklärung

Nachfolgend werden zunächst die Erkenntnisse professioneller Nachrichtenmedien und anschließend alternativer Nachrichtenmedien zur Rahmung des Diskurses über Lüge/Wahrheit beschrieben.

„Lüge und Wahrheit“ im Diskurs des professionellen Journalismus

Die analysierten Tweets konnten in vier trennscharfe Kategorien subsumiert werden, um die Verwendung des Lügen- und Wahrheitsbegriffes im professionell journalistischen Diskurs thematisch einzuordnen: (1) Regulierung; (2) Politischer Metadiskurs; (3) Aufklärung/Medienkompetenz; (4) Sachliche Begriffsverwendung.

(1) Unter die Kategorie „Regulierung“ fallen sämtliche Tweets, die sich mit der Eindämmung desinformativer Inhalte auseinandersetzen. Es handelt sich entsprechend um Verweise auf Nachrichtenartikel, in denen über eine Regulierung von „Fake News“ durch

unterschiedliche Akteure berichtet wird, so beispielsweise ein Tweet des Twitter-Accounts der österreichischen Tageszeitung *Der Standard*: „EU will Kampf gegen Fake News weiterführen“ (derStandard.at, 2019). Der Begriff „Fake News“ wird in diesem Fall mit der Problematik rund um die Verbreitung absichtlicher Falschnachrichten im Netz konnotiert, mit einem Verweis auf die Verantwortlichkeit der Europäischen Union, Maßnahmen zur Reduzierung von Desinformation einzuführen. Dies spiegelt sich beispielsweise auch im Diskurs hinsichtlich der Verantwortung von Digitalplattformen wider, desinformative Inhalte auf den Plattformen einzudämmen. Jedoch nicht nur falsche Nachrichten wurden im Untersuchungszeitraum im Kontext der Lüge thematisiert, sondern auch weitere irreführende Informationen, wie beispielsweise falsche Bewertungen auf Amazon: „Amazon stoppt 13 Millionen Fake-Bewertungen“ (Wiwo.de, 2019) oder aber z.B. im Kontext von Dating-Apps: „US-Behörde klagt gegen Tinder-Betreiber: Nutzer mit Fake-Profilen in Abos gelockt?“ (Stern.de, 2019). In allen Fällen handelt es sich demnach um die Berichterstattung über die Eindämmung von Falschinformationen in der digitalen Sphäre.

(2) Die Kategorie „Politischer Metadiskurs“ beschäftigt sich mit dem Gebrauch von Lüge und Wahrheit im politischen Bereich. Dabei handelt es sich beispielsweise um Medienberichte über die Verwendung des „Fake News“-Begriffes als Art Kampfbegriff, um die politische Opposition zu diskreditieren: „Fake-Tweet: Donald Trump beleidigt (mal wieder) US-Abgeordnete Omar. Die fürchtet nun um ihr Leben“ (Stern.de, 2019), oder „Trump droht, Iran spricht von ‚Lügen‘: 8 Antworten zu den Drohnenattacken in Saudi-Arabien.“ (Watson.ch, 2019). Dabei wird allerdings nicht nur auf den US-amerikanischen politischen Metadiskurs Bezug genommen, sondern auch auf den deutschsprachigen, wie an diesem Beispiel aus Österreich ersichtlich wird: „Rendi-Wagner wirft Kurz ‚Spiel mit der Wahrheit‘ vor“ (DiePresse.com, 2019). Begriffe wie „Lüge“ und „Wahrheit“ finden im Twitter-Diskurs des professionellen Journalismus in diesem Kontext demnach dann Gebrauch, wenn Politiker_innen zitiert werden.

(3) Ein weiteres wesentliches Thema des professionellen Journalismus ist in diesem Zusammenhang „Aufklärung“ bzw. „Medienkompetenz“. Tweets, die dieser Kategorie induktiv zugeordnet wurden, befassen sich demnach mit der Problematik von desinformativen, falschen Inhalten für die Zivilgesellschaft. Es handelt sich dabei um Beiträge, in denen die ausgehende Gefahr von „Fake News“ thematisiert wird: „Fake News: Was, wenn die Wahrheit ausstirbt?“ (Krone.at, 2019). So wird auch über negative Erfahrungen von Bürger_innen berichtet: „Fake-Shops verlinkt: Konsumentenschutz wurde Opfer eines Hacker-Angriffs“ (Blick.ch, 2019), oder: „Im Internet auf Fakeshop reingefallen“ (Einbecker-Morgenpost.de, 2019). In diesem Fall warnt der professionelle Journalismus vor Lügen, die Bürger_innen in die Irre führen könnten und klärt die Leser_innen entsprechend auf, um Medienkompetenz zu vermitteln.

(4) Die letzte Kategorie „Sachliche Begriffsverwendung“ verdeutlicht, dass der professionelle Informationsjournalismus (insbesondere im Vergleich zu alternativen Nachrichtenmedien) erstens Begriffe wie „Lüge“ nicht dazu verwendet, um Akteur_innen der Lüge zu bezichtigen (im Sinne eines Kampfbegriffes) und auch zweitens nicht den Anspruch erweckt, die „absolute Wahrheit“ zu vermitteln. Eine sachliche Verwendung der Lügen- und Wahrheitsbegriffe meint dabei das journalistische Ziel, den Rezipient_innen ein widerspruchloses Bild der Realität bzw. der Gesellschaft als Ganzes zu vermitteln. Lüge und Wahrheit sind in etablierten journalistischen Medien also dann Teil der Berichterstattung, wenn entweder über deren Bekämpfung, oder die Verwendung der Begriffe in der Politik berichtet wird, oder um über damit einhergehende Problematiken aufzuklären. So handelt es sich bei dieser letzten Kategorie um eine sachliche, informative Verwendung der Begriffe: „Lügengeschichte zweier Kinder löste in Bayern Polizeieinsatz aus“ (DerStandard.at, 2019), oder aber in der Boulevardpresse als Nachrichtenwert: „Mädchen (15) missbraucht und ermordet: Kommt jetzt die Wahrheit ans Licht?“ (tag24.de, 2019). In dieser Kategorie werden die Begriffe entsprechend nicht mit dem „Fake-News“-Diskurs in Verbindung gebracht.

„Lüge und Wahrheit“ im Diskurs von alternativen Nachrichtenmedien

Im Vergleich zu Informationsmedien des professionellen Journalismus zeigten sich im Rahmen der Analyse alternativer Nachrichtenmedien deutliche Unterschiede. Auch hier resultieren vier Kategorien: (1) Lügen/Fake News der Mainstream-Medien; (2) Lügen und Betrügen der Politik; (3) Geheimnisse entlarven („Die Wahrheit“); (4) Aufklärung. Vorgängig ist festzuhalten, dass alternative Nachrichtenmedien sehr wohl auf den professionellen Informationsjournalismus Bezug nehmen. Wie in der netzwerkanalytischen Darstellung ersichtlich, handelt es sich dabei vorwiegend um alternative Nachrichtenmedien, die vermeintliche „Lügen des Mainstreams“ aufdecken wollen und im rechtspopulistischen Bereich anzusiedeln sind (vgl. Typ I alternativer Nachrichtenmedien). Referenzen auf den professionellen Journalismus haben dabei vor allem das Ziel, den „Mainstream“ zu diskreditieren oder die professionelle Berichterstattung für den Beleg eigener Narrative zu nutzen.

(1) Die erste Kategorie „Lügen/Fake News der Mainstream-Medien“ spiegelt das Selbstverständnis der alternativen Nachrichtenmedien wider. Dabei referenzieren diese auf vermeintliche „Lügen des Mainstreams“ und die angebliche Intention etablierter Medien, bewusst Falschinformationen zu verbreiten. Alternative Nachrichtenmedien verlinken in ihren Tweets entweder auf eigene Berichterstattung, in denen der Mainstream verhandelt wird, wie z.B. bei diesem Beispiel ersichtlich: „Lügenfunk!? Wie die ARD ihren Zuschauern Angst vor Rechtsextremismus machen will“ (Journalistenwatch.com, 2019). Oder aber es wird direkt auf die Twitter-Accounts oder URLs des professionellen Informationsjournalismus verwiesen: „@SPIEGELONLINE Falsch..False Flag des Geheimdienstet, ihr Lügenpresse !“ (Ddbnews.org, 2019).

(2) In ähnlicher Weise kann die zweite Kategorie „Lügen und Betrügen der Politik“ gedeutet werden. Der Fokus richtet sich hier allerdings nicht ausschließlich gegen Mainstream-

Medien, sondern den politischen Mainstream: „#Mainstream schweigt: Korruptions-Skandal bei Wiener Grünen“ (Oesterreich.press, 2019). Es handelt sich um eine Skandalisierung politischer Parteien und Akteur_innen, denen ein lügenhaftes und betrügerisches Verhalten vorgeworfen wird: „Klima-Heuchler: Regierungsbeamte nutzen für Dienstreisen Flüge mehr als Bahnfahrten“ (Journalistenwatch.com, 2019).

(3) Auch der Wahrheitsdiskurs nimmt bei alternativen Nachrichtenmedien eine wesentliche Rolle ein, insbesondere im Vergleich zum professionellen Informationsjournalismus. Alternative Nachrichtenmedien sind demnach auf der Suche nach der „absoluten Wahrheit“ – ein Anspruch, den der professionelle Journalismus nicht erheben würde, da hier auch unterschiedliche Narrative im Sinne eines Quellenvergleichs zugelassen werden. Die „absolute Wahrheit“ impliziert dabei die Annahme, dass nur eine denkbare Erklärung für gesellschaftliche Ereignisse existiert: „Die Wahrheit über junge kriminelle Ausländer“ (Politikversagen.net, 2019), oder: „Video: Ehemalige Flüchtlingshelferin Christiane Soler – Die Wahrheit“ (Faktum-Magazin.de, 2019). Dabei geht es vor allem darum, Geheimnisse des Mainstreams aufzudecken, häufig einhergehend mit einem verschwörungstheoretischen Charakter: „[...] Wollen Sie wissen, was die wirklichen Gründe für den Jemen-Krieg sind? Jene Gründe, die Ihnen die Mainstreammedien niemals mitteilen werden?“ (Contra-magazin.com, 2019).

(4) Die letzte Kategorie „Aufklärung“ ist die einzige, bei der es eine Überschneidung mit dem professionellen Informationsjournalismus gibt. Auch alternative Nachrichtenmedien widmen sich im Diskurs über Lüge und Wahrheit demnach dem Problem rund um die Verbreitung von „Fake News“ und verweisen dabei teilweise sogar auf die gleichen Quellen wie der professionelle Informationsjournalismus: „#Fake News: Was, wenn die Wahrheit ausstirbt?“ (Oesterreich.press, 2019, mit Verlinkung auf [krone.at](https://www.krone.at)), oder auch: „#EU will Kampf gegen Fake News weiterführen – Tiroler Tageszeitung Online“ (Oesterreich.press, 2019). Wesentlicher Unterschied ist allerdings die Rahmung dieser Tweets. Artikel des

professionellen Journalismus werden zwar als Beleg für die eigenen Ansichten genutzt, jedoch verstehen alternative Nachrichtenmedien (dieses Typs) und professionelle Nachrichtenmedien Unterschiedliches unter dem Begriff „Fake News“. So sehen sich die beiden Opponenten wechselseitig als die jeweiligen Verbreiter von Falschinformationen, wodurch der Inhalt eine unterschiedliche Rahmung erhält.

5 Fazit und Ausblick für die Echokammernforschung

Die vorliegende Studie beschäftigte sich mit dem Lügen- und Wahrheitsdiskurs alternativer und professioneller Nachrichtenmedien in der deutschsprachigen Twitter-Sphäre. Dahingehendes Forschungsinteresse resultierte vor allem aufgrund der Annahme, dass alternative Nachrichtenmedien in aktueller Forschung vorwiegend mit Themen wie Desinformation und Verschwörung konnotiert werden, allerdings noch unzureichend, inwiefern alternative Nachrichtenmedien selbst – und vor allem im Vergleich zum professionellen Informationsjournalismus – mit Begriffen wie „Lüge“ und „Wahrheit“ umgehen.

Zu diesem Zweck wurde eine qualitativ inhaltsanalytische Untersuchung der Twitter-Kommunikation von alternativen und professionellen Nachrichtenmedien durchgeführt. In einer vorangehenden Netzwerkanalyse konnte festgestellt werden, dass alternative Nachrichtenmedien vor allem untereinander stark vernetzt sind, aber auch Verbindungen zu dem medialen und politischen „Mainstream“ aufweisen. Dies ist insofern interessant, da durch eine rein strukturelle Betrachtung der Relationen die These aufgestellt werden kann, dass sich der Diskurs alternativer Nachrichtenmedien nicht in abgeschlossenen „Echokammern“ strukturiert, sondern durchaus Verbindungen zum „Mainstream“ existieren. Umso wichtiger ist es, die Relationen aus einer interpretativen Perspektive näher zu betrachten. Dies wurde am Beispiel des Lügen- respektive Wahrheitsdiskurses durchgeführt. Im Zuge der

inhaltsanalytischen Untersuchung wurde deutlich, dass sich alternative und professionelle Nachrichtenmedien in unterschiedlicher Weise mit „Lüge“ und „Wahrheit“ beschäftigen. Während im professionellen Journalismus die Aufklärung hinsichtlich „Fake News“ im Netz, die Regulierung dieser durch Digitalunternehmen, der politische Metadiskurs über die Verwendung entsprechender Kampfbegriffe und eine sachliche Verwendung der Begrifflichkeiten im Vordergrund steht, beziehen sich alternative Nachrichtenmedien vor allem auf die Aufdeckung von Lügen des so bezeichneten Mainstreams, politische Lügen, die Aufklärung der „absoluten Wahrheit“ und der Aufklärung von „Fake News“. Aus einer netzwerkanalytischen Betrachtung erscheint interessant, dass professionelle Nachrichtenmedien nicht auf alternative Nachrichtenmedien referenzieren, während dies umgekehrt der Fall. Hierbei handelt es sich allerdings um ein Mittel, auf „falsche“ Berichterstattung des Mainstreams hinzuweisen, oder um eigene Ansichten im Abgrenzungsdiskurs zu bekräftigen. Insofern sind Alternativ- und Mainstreammedien zwar strukturell vernetzt und eine Echokammernbildung scheint ausgeschlossen, allerdings beruhen diese Relationen vorwiegend auf dem Versuch, die Opposition (den „Mainstream“) zu diskreditieren. Eine Integrationsfunktion öffentlicher Kommunikation ist entsprechend in Frage zu stellen, da sich In- und Outgroup-Strukturen durch diese Kommunikationslogik weiter verstärken. In diesem Sinne verdeutlicht die vorliegende Studie nicht zuletzt aus methodischer Sicht die Wichtigkeit interpretativer Verfahren im Rahmen von Netzwerkanalysen mit Blick auf die Filterblasen- und Echokammernforschung.

Literatur

Allcott, Hunt / Gentzkow, Matthew (2017): *Social media and fake news in the 2016 election*.

In: *Journal of Economic Perspectives* 31 (2), S. 211-236.

Atton, Chris (2011): *Alternative Media*. In: Downing, John D.H. (Hrsg.), *Encyclopedia of Social Movement Media*. Thousand Oaks: SAGE Publications, S. 16-20.

- Bakir, Vian / McStay, Andrew (2018): *Fake News and The Economy of Emotions*. In: *Digital Journalism* 6 (2), S. 154-175.
- Castells, Manuel (2007): *Communication, power and counter-power in the network society*. In: *International Journal of Communication* 1, S. 238-266.
- Eisenegger, Mark (2017): *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit - Professionelle Informationsmedien nötiger denn je!* In: *Gesellschaft, fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und (Hrsg.), Jahrbuch Qualität der Medien*. Basel: Schwabe, S. 7-16.
- Figenschou, Tine Ustad / Ihlebæk, Karoline Andrea (2018): *Challenging Journalistic Authority*. In: *Journalism Studies*, S. 1-17. doi: 10.1080/1461670x.2018.1500868.
- Guess, Andrew / Nagler, Jonathan / Tucker, Joshua (2019): *Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook*. In: *Science Advantages* 5, S. 1-8.
- Habermas, Jürgen (2018[1962]): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Haller, André / Holt, Kristoffer (2018): *Paradoxical populism: how PEGIDA relates to mainstream and alternative media*. In: *Information, Communication & Society*, S. 1-16. doi: 10.1080/1369118x.2018.1449882.
- Hendricks, Vincent F. / Vestergaard, Mads (2018): *Postfaktisch. Die neue Wirklichkeit in Zeiten von Bullshit, Fake News und Verschwörungstheorien*. München: Karl Blessing Verlag.
- Hollander, Barry A. (2018): *Partisanship, Individual Differences, and News Media Exposure as Predictors of Conspiracy Beliefs*. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 95 (3), S. 619-713.
- Holt, Kristoffer (2018): *Alternative Media and the Notion of Anti-Systemness: Towards an Analytical Framework*. In: *Media and Communication* 6 (4), S. doi: 10.17645/mac.v6i4.1467.

- Imhof, Kurt (1996): *Intersubjektivität und Moderne*. In: Imhof, Kurt / Romano, Gaetano (Hrsg.): *Die Diskontinuität der Moderne. Zur Theorie sozialen Wandels*. Frankfurt am Main: Campus, S. 200–292.
- Krotz, Friedrich (1998): *Stichwort „Gegenöffentlichkeit“*. In: Jarren, Otfried / Sarcinelli, Ulrich / Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 653.
- Mayring, Philipp (1994): *Qualitative Inhaltsanalyse*. In: Böhm, Andreas / Mengel, Andreas / Muhr, Thomas (Hrsg.): *Texte verstehen: Konzepte, Methoden, Werkzeuge*. Konstanz: UVK Univ.-Verl. Konstanz, S. 159-175.
- Metag, Julia / Rauchfleisch, Adrian (2017): *Journalists' Use of Political Tweets*. In: *Digital Journalism* 5 (9), S. 1155-1172.
- Neuberger, Christoph (2018): *Journalismus in der Netzwerköffentlichkeit. Zum Verhältnis zwischen Profession, Partizipation und Technik*. In: Nuernbergk, Christian / Neuberger, Christoph (Hrsg.): *Journalismus im Internet*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 11-80.
- Rauch, Jennifer (2007): *Activists as interpretive communities: rituals of consumption and interaction in an alternative media audience*. In: *Media, Culture & Society* 29 (6), S. 994-1013. doi: 10.1177/0163443707084345.
- Schwaiger, L. (2020 (im Erscheinen)): *«Gegen den Mainstream»: Eliten- und Medienkritik in digitalen Öffentlichkeiten*. In: Hahn, Kornelia & Langenohl, Andreas (Hrsg.): *Protestkommunikation: Umstrittene Legitimität politischer Öffentlichkeit in digitalen und urbanen Räumen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Wallace, Julian (2017): *Modelling Contemporary Gatekeeping*. In: *Digital Journalism*, S. 1-20.
- Wimmer, Jeffrey (2015): *Alternative Medien, Soziale Bewegungen und Medienaktivismus*. In *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*. S. 191-199.

Zimmermann, Fabian / Kohring, Matthias (2018): „*Fake News*“ als aktuelle *Desinformation*. *Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 66 (4), S. 526-541. doi: 10.5771/1615-634x-2018-4-526.

Autor_inneninformation

Lisa Schwaiger, MA ist Assistentin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich. E-Mail: l.schwaiger@ikmz.uzh.ch.

Prof. Dr. Mark Eisenegger ist Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) und Leiter des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) an der Universität Zürich. E-Mail: m.eisenegger@ikmz.uzh.ch.