

Ergebnisse einer repräsentativen
Bevölkerungsumfrage

▶ Erosion des Vertrauens zwischen Medien und Publikum?

Von Tanjev Schultz, Nikolaus Jakob,
Marc Ziegele, Oliver Quiring und
Christian Schemer*

**Debatte über
angeblich gestörtes
Verhältnis zwischen
Medien und Publikum**

Demokratische Gesellschaften brauchen das Vertrauen ihrer Bürger. Kritik und Kontroversen schließt das nicht aus, im Gegenteil. Zu einer vitalen öffentlichen und politischen Kultur gehören ein gesundes Misstrauen, Skepsis und Zweifel. Daher ist es aus normativer Perspektive nicht unbedingt beunruhigend, wenn in Deutschland und in anderen demokratischen Staaten das in Umfragen gemessene Vertrauen in die Politik keine Spitzenwerte erreicht. Dasselbe gilt für die Massenmedien oder den Journalismus. Ein Mindestmaß an Vertrauen und Rückhalt beim Publikum sind allerdings unabdingbar, und in jüngster Zeit mehren sich die Anzeichen für eine tiefe Vertrauenskrise und eine zunehmende Entfremdung relevanter Bevölkerungsteile von den etablierten politischen und medialen Akteuren. Dies gibt dann sehr wohl Anlass zur Sorge. Das Erstarken von Populisten und Verschwörungstheoretikern, Angriffe auf Journalisten und das Lautwerden von „Lügenpresse“-Rufen haben Debatten über ein womöglich grundsätzlich gestörtes Verhältnis zwischen Medien und Publikum ausgelöst.

**Empirische
Überprüfung
notwendig**

Vieles in diesen Debatten beruht auf Eindrücken, einzelnen Erfahrungen und Stimmungen. Systematische empirische Studien können dazu beitragen, diese Eindrücke zu überprüfen und zu differenzieren. Ist tatsächlich eine Erosion des Vertrauens zu beobachten? Wie verbreitet sind bestimmte medienkritische Vorwürfe und Verschwörungstheorien in der Bevölkerung, und wie hängen sie mit demografischen Merkmalen, politischen Einstellungen und der Mediennutzung zusammen? Dies untersucht der vorliegende Beitrag auf Grundlage einer repräsentativen Umfrage. Die Studie differenziert zwischen verschiedenen Kritikmustern: Es gibt einerseits pauschale und abstruse Positionen, die in dieser Form wissenschaftlich keinesfalls haltbar sind, und es gibt andererseits eine Kritik an den Medien, die nicht unvernünftig ist und sich teilweise auch auf wissenschaftliche Erkenntnisse berufen kann.

Kurz und knapp

- Eine Repräsentativbefragung von Personen ab 18 Jahren lässt insgesamt keinen umfassenden, dramatischen Vertrauensverlust in die Medien erkennen.
- Vor allem der ö.-r. Rundfunk und die Tageszeitungen genießen weiterhin hohes Vertrauen.
- Andererseits artikulieren größere Teile der Bevölkerung ein erhebliches Misstrauen gegenüber den Medien.
- Befürworter pauschaler Medienkritik stimmen überdurchschnittlich häufig auch Verschwörungstheorien zu.
- Die Lügenpresse-Debatte hinterlässt Spuren, ein hoher Bedarf in der Demokratie- und Medienbildung ist offensichtlich.

Studien zum Medienvertrauen im In- und Ausland

Das Vertrauen in die Medien ist in der Bundesrepublik insgesamt relativ stabil. Eine Auswertung von Daten der vergangenen Jahrzehnte belegt keinen dramatischen Abwärtstrend, auch wenn vereinzelte Studien dies in jüngster Zeit nahelegten. (1) Für die USA berichten Gallup-Umfragen einen über die Jahre sich fortsetzenden Vertrauensverlust der Nachrichtenmedien. (2) Dies lässt sich für Deutschland in dieser Form bisher nicht sagen. Insbesondere (regionale) Tageszeitungen und der öffentlich-rechtliche Rundfunk erhalten regelmäßig vergleichsweise hohe Vertrauens- und Glaubwürdigkeitswerte. Dies zeigt beispielsweise die ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. (3) Allerdings stellt diese auch fest, dass die Werte bei den Jüngeren zum Teil niedriger werden. (4) Langzeitdaten belegen, dass viele Menschen in Deutschland schon seit Jahrzehnten eine gewisse Grundskepsis gegenüber den Medien hegen, im Vergleich zur Gruppe der stärker Vertrauenden aber nicht mit dramatischem Vorsprung. Zudem werden Zeitungen und Rundfunk im Vergleich zum Internet als eher vertrauenswürdig eingeschätzt. (5) Auch Eurobarometer-Daten zeigen keinen starken Einbruch. In früheren Jahren lagen die Vertrauenswerte zum Teil sogar deutlich unter dem Wert von 2015. (6)

Im internationalen Vergleich liegt das Medienvertrauen in Deutschland keineswegs im unteren, sondern im oberen Bereich. (7) Weltweit betrachtet steigen in einigen Staaten die Vertrauenswerte, während sie in anderen Staaten sinken; die Voraussetzungen unterscheiden sich stark mit Blick auf politische und mediale Systeme. (8) Die Tatsache, dass die Vertrauenswerte in nicht-demokratischen Ländern teilweise überdurchschnittlich hoch liegen, zeigt bereits, wie wichtig eine Beachtung der jeweiligen Kontexte ist. Es zeigt auch, dass eine gesunde Skepsis häufig Teil des demokratischen Prozesses ist bzw. sein kann.

In Deutschland differenzieren viele Bürger, wenn sie entsprechend gefragt werden, zwischen verschiedenen Medienangeboten, und sie schenken

**In Deutschland hohe
Glaubwürdigkeits-
werte für (reg.)
Tageszeitungen und
ö.-r. Rundfunk**

**Medienvertrauen
in Deutschland
vergleichsweise hoch**

**Skepsis gegenüber
sozialen Medien**

* Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

in der Regel eher denjenigen Angeboten Vertrauen, die sie selbst regelmäßig nutzen. Skeptisch beurteilen sie die Glaubwürdigkeit politischer Nachrichten in sozialen Medien wie Twitter oder Facebook. (9) Umfragen der Forschungsgruppe Wahlen belegen, dass die meisten Menschen ein Bewusstsein für Unterschiede zwischen Qualitätsmedien und anderen Angeboten haben. (10) Mit höherem Bildungsabschluss steigt das Vertrauen in die etablierten Qualitätsmedien. AfD-Anhänger bewerten diese schlechter als der Durchschnitt, dafür haben sie mehr Vertrauen in die sozialen Medien.

Flüchtlingspolitik weckte großes Informations- und Orientierungsbedürfnis

In den Jahren 2015/16 hat die Flüchtlingspolitik viele Menschen stark bewegt. Umfragedaten zeigen, dass das Thema ein großes Informations- und Orientierungsbedürfnis geweckt hat, begleitet von Misstrauen und Kritik an der medialen Berichterstattung. In einer Allensbach-Umfrage äußerten 51 Prozent der Befragten Unzufriedenheit mit der Qualität der Berichterstattung, und 39 Prozent sagten, am Vorwurf der Lügenpresse „ist etwas dran“. (11) Leicht veränderte Fragestellungen können allerdings gerade bei diesem Thema teilweise stark abweichende Ergebnisse bringen. Im November 2015 ermittelte Forsa, dass 44 Prozent folgender Aussage zustimmten: „Die von oben gesteuerten Medien verbreiten nur geschönte und unzutreffende Meldungen.“ (12) Eine im selben Monat durchgeführte Umfrage von Infratest dimap ergab hingegen, dass nur 20 Prozent der Bürger von „Lügenpresse“ sprechen würden. (13) Dieser Wert blieb stabil, als die Umfrage im Dezember 2016 wiederholt wurde. Weitere Ergebnisse waren (14): Eine große Mehrheit – 89 Prozent – hielt das Informationsangebot der Medien in Deutschland „alles in allem“ für gut oder sehr gut. Die Glaubwürdigkeitswerte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der Tageszeitungen lagen über denen des Bundestags, der Gewerkschaften und der Kirchen, aber unter denen der Polizei und des Bundesverfassungsgerichts. Dass ihr Vertrauen in die Medien in den vergangenen Jahren gesunken sei, sagten 46 Prozent.

Kritik an Nachrichtenmedien

Eine weitere Umfrage erhob Kritikpunkte, die das Publikum an den Nachrichtenmedien haben könnte. (15) Rund die Hälfte der Befragten sagte, die Medien redeten an ihnen und ihren Problemen vorbei und würden den Menschen vorschreiben, was sie denken sollen. 60 Prozent gaben zudem an, sie hätten den Eindruck, den Medien werde vorgegeben, worüber oder auf welche Art sie berichten sollen.

Untersuchungsdesign

Repräsentative Bevölkerungsumfrage ab 18 Jahren

Aufbauend auf früheren Studien am Mainzer Institut für Publizistik (16) wurde im Oktober und November 2016 eine standardisierte, für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren repräsentative CATI-Befragung durchgeführt. Gefördert wurde die Untersuchung vom Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universi-

tät. (17) Die Zufallsstichprobe von 1 200 Personen wurde in Zusammenarbeit mit einem Meinungsforschungsinstitut (Institut für Markt- und Sozialforschung, IFAK) nach dem ADM-Telefonstichprobensystem generiert, auf Haushaltsebene wurde mit der Last-Birthday-Methode gearbeitet. (18) Das Durchschnittsalter der Befragten betrug 50 Jahre. 51 Prozent der Befragten waren Frauen. Der überwiegende Teil der Befragten stammte aus Westdeutschland (84 %).

Der Fragebogen enthielt Fragen zum Medien- und Institutionenvertrauen sowie zum interpersonalem Vertrauen; darüber hinaus Fragen zur Medien- und Internetnutzung, verschiedenen Mustern der Medienkritik, Verschwörungstheorien, politischen Einstellungen, politischem Wissen und zur subjektiv empfundenen Zufriedenheit mit der persönlichen wirtschaftlichen Situation. Auch soziodemografische Angaben wurden erfragt. Soweit nicht anders vermerkt, wurden die Antworten der Befragten auf fünfstufigen Likert-Skalen erhoben (1 = niedrige Ausprägung bzw. hohe Ablehnung bis 5 = hohe Ausprägung bzw. hohe Zustimmung).

Die Neigung der Befragten zu verschwörungstheoretischem Denken wurde mit neun Aussagen gemessen. Dafür wurden klassische Verschwörungstheorien, zum Beispiel zur Mondlandung oder zu 9/11, und neuere Theorien, etwa zu Ebola oder zum NSU, abgefragt. Zur Differenzierung von empirisch gestützter bzw. nicht gestützter Kritik an den Medien wurden neue Skalen entwickelt. Den Befragten wurden zum einen Aussagen vorgelesen, die empirisch fundierte Kritik an den Medien enthielten, darunter Aussagen wie „Die Medien zitieren lieber Experten, die zu ihrer Berichterstattung passen, als Experten, die ihnen widersprechen“ (19) und „Die Medien stellen die wirtschaftliche Lage oft schlechter dar, als sie tatsächlich ist“. (20) Zum anderen wurden, basierend auf den zuletzt viel diskutierten Lügenpresse-Vorwürfen, Aussagen entwickelt, die wissenschaftlich haltlos sind und/oder eine Verschwörung von Medien und Politik nahelegen, darunter „Die Bevölkerung in Deutschland wird von den Medien systematisch belogen“ und „Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Bevölkerungsmeinung zu manipulieren“.

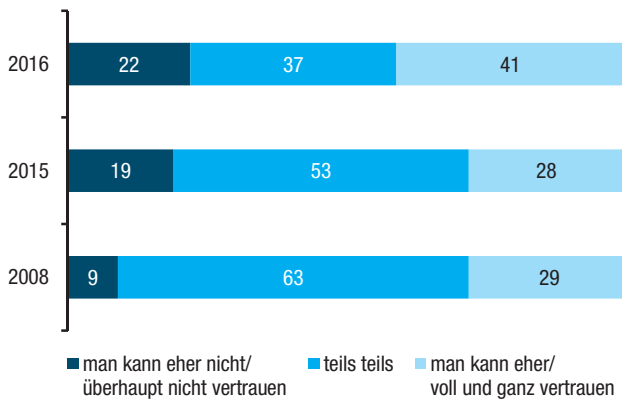
Zentrale Befunde

Die Debatte um eine vermeintliche Lügenpresse und die öffentliche Aufmerksamkeit für Fragen der Medienkritik gehen einher mit Anzeichen für eine Polarisierung im Medienvertrauen: In den vergangenen Jahren ist bei der Frage, ob man den etablierten Medien, also den „großen“ Rundfunksendern und Verlagen, bei wichtigen Dingen vertrauen kann (z. B. bei politischen Skandalen) nicht nur der Anteil der Bürger gewachsen, die diesen Medien wenig

Neigung zu Verschwörungstheorien wurde speziell erfasst

Polarisierung im Medienvertrauen

Abb. 1 Generelles Medienvertrauen bei wichtigen Dingen (z.B. politischen Skandalen) in %

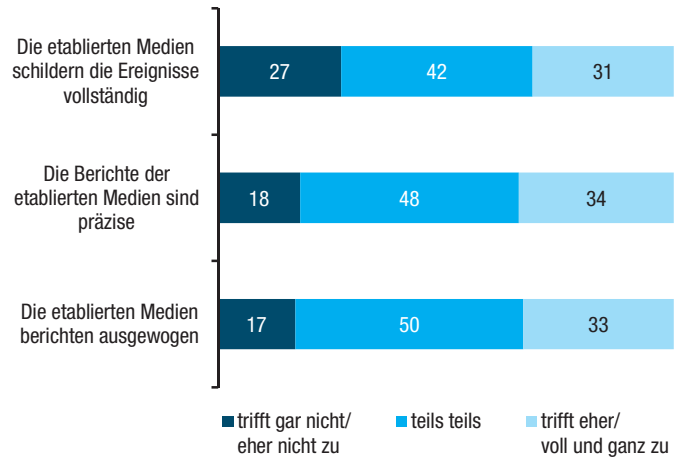


Frage: „Wie ist das, wenn es um wirklich wichtige Dinge geht - etwa Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale. Wie sehr kann man da den Medien vertrauen?“

Basis: Alle Befragten der jeweiligen Untersuchung. Bundesweit repräsentative telefonische Befragungen im Mai 2008 (n=850), Juni 2015 (n=525) und im Oktober/November 2016 (n=1 200). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

Abb. 2 Medienvertrauen anhand spezifischer Kriterien in %

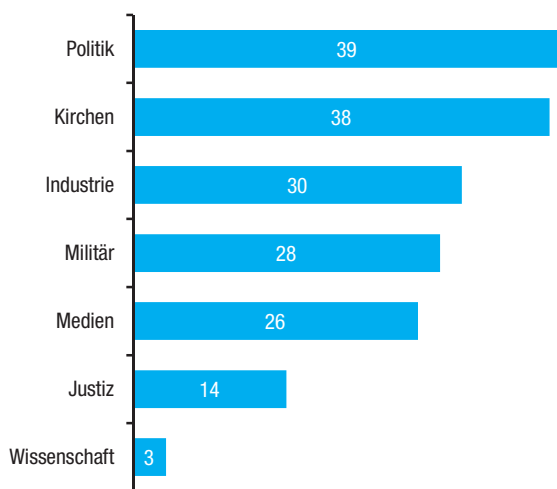


Frage: „Denken Sie bitte einmal an die etablierten Medien in Deutschland, also an die großen Fernsehsender oder Zeitungen, die die meisten Menschen kennen. Ich lese Ihnen einige Aussagen über diese Medien vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese Aussagen Ihrer Meinung nach ‚voll und ganz‘, ‚eher‘, ‚teils teils‘ oder ‚überhaupt nicht‘ zutreffen.“

Basis: Alle Befragten (n=1 200).

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

Abb. 3 Misstrauen in wesentliche gesellschaftliche Institutionen "vertraue kaum/überhaupt nicht", in %



Basis: Alle Befragten (n=1 200).

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

oder gar nicht trauen, sondern auch der Anteil derjenigen, die den Medien hohes Vertrauen entgegenbringen. Die Mitte hingegen schrumpft, also die Gruppe derjenigen, die mit gemischten Gefühlen und Einstellungen auf die Medien blicken (vgl. Abbildung 1). (21)

Auf Fragen, inwieweit die etablierten Medien spezifische Qualitätskriterien erfüllen (Ausgewogenheit, Vollständigkeit, Präzision) (22), antworten die Befragten zum Teil etwas skeptischer (vgl. Abbildung 2). 27 Prozent der Bürger sind der Ansicht, dass sich die etablierten Medien nicht genug um Vollständigkeit bei der Darstellung von Ereignissen bemühen. Fragt man dagegen nach der Ausgewogenheit und der Präzision der Berichterstattung, stellen deutlich mehr Befragte den etablierten Medien ein positives als ein negatives Zeugnis aus.

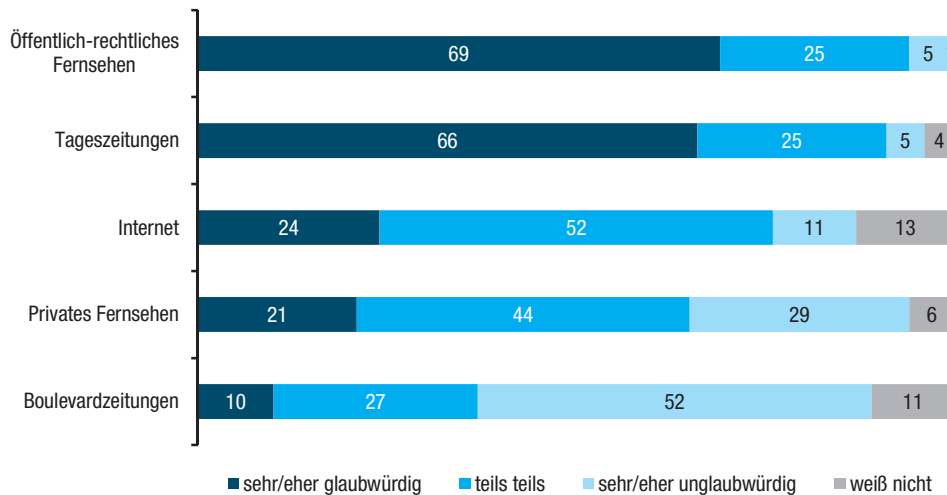
Vergleicht man die Vertrauenswerte für die etablierten Medien mit denen anderer Institutionen, zeigt sich ein gemischtes Bild: Das größte Misstrauen bringen Befragte der Politik und den Kirchen entgegen (vgl. Abbildung 3). Am besten beleumdet sind in Deutschland die Justiz und die Wissenschaft. Die Medien liegen in punkto Misstrauen von sieben Institutionen an fünfter Stelle und werden etwas weniger misstrauisch betrachtet als die Industrie und das Militär.

Vergleich mit anderen Institutionen

Die bisherigen Zahlen dokumentieren das generelle Vertrauen der Deutschen in die etablierten Medien. Daneben wird in vielen Studien (23) konkreter nach der subjektiv wahrgenommenen Glaubwürdigkeit (24) einzelner Mediengattungen gefragt – mit charakteristischen Unterschieden zwischen einzelnen Mediengattungen, die sich auch in der vorliegenden Studie nachzeichnen lassen (vgl. Abbildung 4). In Übereinstimmung mit früheren Befunden ist das Vertrauen der Befragten vor allem in öffentlich-rechtliche Sender und klassische Tageszeitungen groß. Privaten Fernsehsendern und den

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Tageszeitungen sind am glaubwürdigsten

Abb. 4 Glaubwürdigkeit von Mediengattungen
in %



Frage: „Manche Menschen halten bestimmte Medienangebote für glaubwürdiger als andere. Bitte sagen Sie mir, wie glaubwürdig Sie diese Angebote finden: ‚sehr glaubwürdig‘, ‚eher glaubwürdig‘, ‚teils teils‘, ‚eher unglaubwürdig‘ oder ‚sehr unglaubwürdig‘.“

Basis: Alle Befragten (n=1 200).

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

Boulevardzeitungen bescheinigen die Bürger dagegen eine geringere Glaubwürdigkeit. Das Internet wird, wenn es als Gesamtmedium bewertet werden soll, von der Mehrheit als nicht besonders glaubwürdig eingeschätzt. Die meisten Nutzer sind sich offenkundig im Klaren darüber, dass sie im Internet zwischen mehr oder weniger seriösen bzw. vertrauenswürdigen Angeboten unterscheiden müssen. Bei keinem anderen abgefragten Medium ist der Anteil derjenigen, die mit „teils, teils“ auf die Frage nach der Glaubwürdigkeit antworten, so groß wie beim Internet.

Überwiegende Mehrheit nutzt etablierte Medien

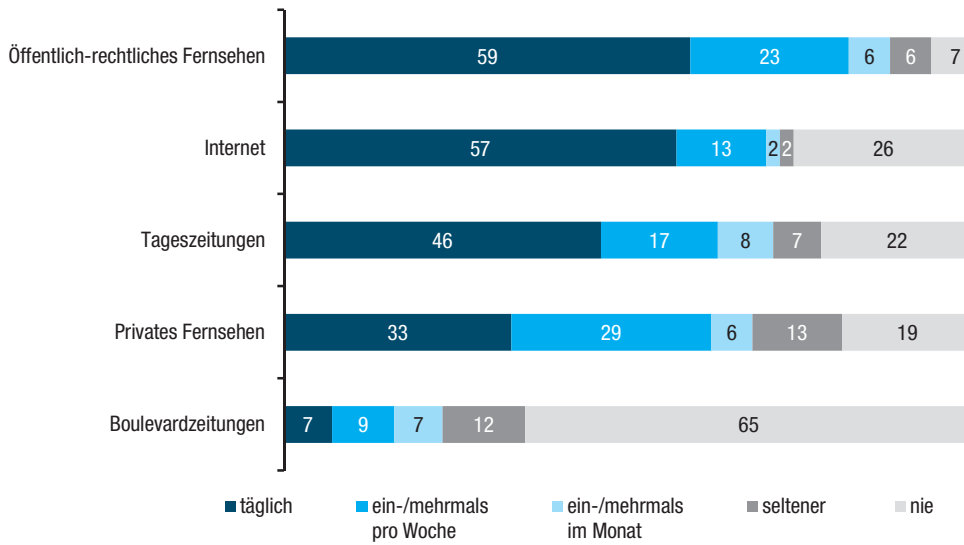
Der Großteil der Bevölkerung verlässt sich nach wie vor auf etablierte Medienangebote – und nutzt diese vornehmlich (vgl. Abbildung 5): Fast 60 Prozent der befragten ab 18-Jährigen schalten täglich öffentlich-rechtliche Fernsehprogramme ein, 33 Prozent private Sender; 46 Prozent greifen täglich zur Tageszeitung. Damit bestätigt die Studie in der Tendenz die Befunde anderer Untersuchungen, wie der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. Auch wenn die Nutzung in jüngeren Alterskohorten zurückgeht, dominieren weiterhin die etablierten Medien. Die Gruppe derer, die diesen Medien mit Misstrauen begegnen, zeigt zwar im Durchschnitt geringere Nutzungswerte. Von einer totalen Abkehr kann jedoch keine Rede sein. So nutzen beispielsweise noch immer knapp 50 Prozent der Befragten, die den etablierten Medien überhaupt nicht oder kaum vertrauen, täglich öffentlich-rechtliches Fernsehen.

Auch Internet als Infomedium etabliert

Auch das Internet etabliert sich als Informationsmedium. (25) Laut unserer Befragung gehen 57

Prozent der Deutschen (ab 18 Jahren) täglich online, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren. Insgesamt nutzen 74 Prozent der Deutschen das Internet zumindest gelegentlich als Quelle aktueller Nachrichten. Die Hälfte dieser Onlinenutzer ruft mindestens wöchentlich die Internetseiten etablierter Nachrichtenmedien auf, wie „Tageschau“ oder Spiegel Online, ein ähnlich hoher Anteil informiert sich mindestens wöchentlich auf den Nachrichtenseiten von Internet-Service-Providern oder Suchmaschinen-Anbietern (vgl. Abbildung 6). 28 Prozent der Onliner nutzen zudem täglich soziale Netzwerke wie Facebook, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren. Weblogs dagegen haben sich bislang nicht im Informationsrepertoire der Onlinenutzer etabliert – nur 3 Prozent nutzen sie täglich (13% mindestens einmal in der Woche oder öfter), um auf dem Laufenden zu bleiben. Überholt wurden die Weblogs bereits von sogenannten alternativen Nachrichtenseiten, die sich gegen den angeblichen Informationsmainstream wenden und von 6 Prozent der befragten Onliner täglich genutzt werden. Berücksichtigt werden muss bei allen Werten, dass auch viele alternative Angebote im Internet jenseits der traditionellen Medienmarken zumindest teilweise auf die Berichterstattung der klassischen Nachrichtenangebote aufbauen und diese weiterhin Knotenpunkte bilden, die das Netz der Öffentlichkeit aufspannen und die gesellschaftsweit relevanten Prozesse der Information und Meinungsbildung organisieren.

Abb. 5 Nutzung von Mediengattungen
in %

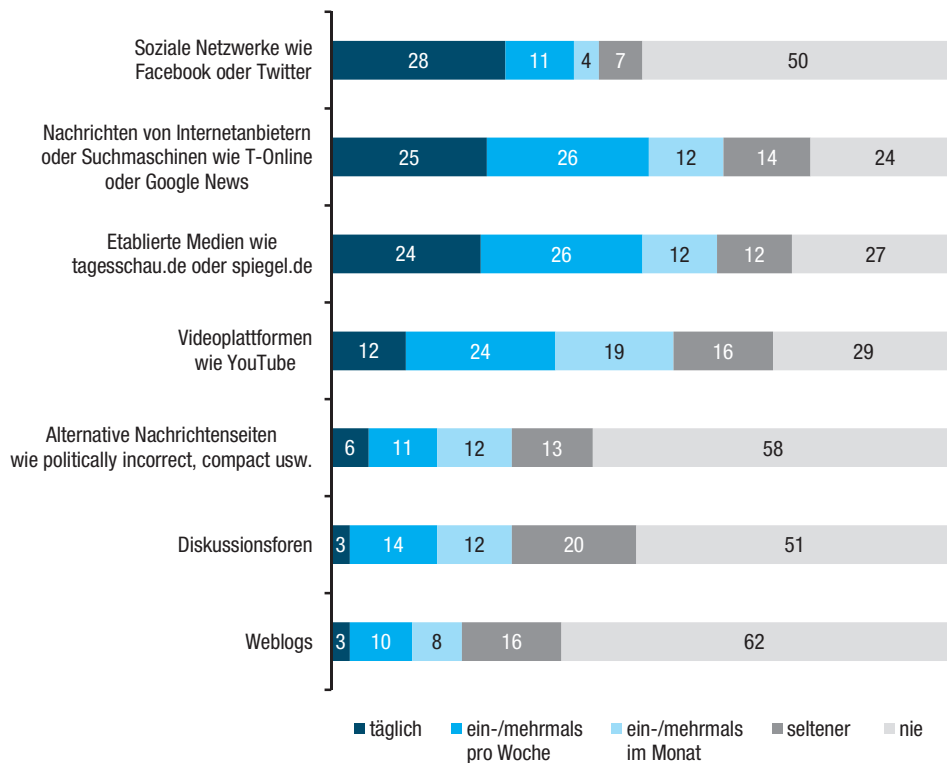


Frage: „Nun geht es darum, wie häufig sie verschiedene Medienangebote nutzen, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren. Ich lese Ihnen dazu einige Medienangebote vor. Bitte geben Sie an, ob Sie diese ‚täglich‘, ‚ein- oder mehrmals pro Woche‘, ‚ein- oder mehrmals im Monat‘, ‚seltener‘ oder ‚nie‘ nutzen.“

Basis: Alle Befragten (n=1 200). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

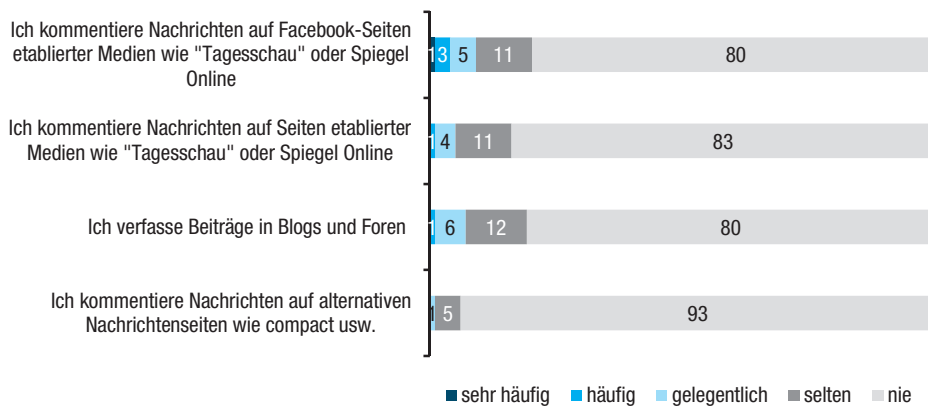
Abb. 6 Informationsnutzung im Internet
in %



Frage: „Wenn Sie sich im Internet über das aktuelle Geschehen informieren, wie häufig nutzen Sie dann folgende Angebote? Sie können wieder wählen zwischen ‚täglich‘, ein- oder mehrmals pro Woche‘, ‚ein- oder mehrmals im Monat‘, ‚seltener‘ und ‚nie‘.“

Basis: Befragte, die das Internet zumindest selten (oder öfter) nutzen, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren (n=882). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Abb. 7 Kommentieren von Nachrichten im Internet
in %



Frage: „Auf vielen Internetseiten kann man Nachrichten und Meldungen auch kommentieren, an andere Menschen weiterleiten oder eigene Beiträge schreiben. Bitte sagen Sie mir wie häufig Sie die folgenden Aktivitäten auf Internetseiten ausführen, die ich Ihnen gleich vorlese: ‚sehr häufig‘, ‚häufig‘, ‚gelegentlich‘, ‚selten‘ oder ‚nie‘?“

Basis: Befragte, die das Internet zumindest selten (oder öfter) nutzen, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren (n=882). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

Zunahme aggressiver Kommunikationsformen?

Als besonderes Problem der digitalen Öffentlichkeit gilt die Zunahme aggressiver Kommunikationsformen. Respektlose Beiträge und Hasskommentare stellen viele Medienunternehmen und Redaktionen vor Probleme. Wie Politiker sind auch Journalisten sogar persönlichen Attacken ausgesetzt, und sie beobachten oder empfinden eine Zunahme entsprechender Vorfälle. (26) Für eine zivile öffentliche und politische Kultur sind das sicherlich bedrohliche Entwicklungen. Gleichwohl ist zu beachten, dass die Zahl der aktiven Kommentierer im Internet überschaubar ist und innerhalb dieser Gruppe wiederum nur ein kleiner Teil ausfällig wird und die Regeln einer zivilen Kommunikationskultur missachtet. (27) Dies zeigt sich auch in der vorliegenden Studie: Nur knapp 5 Prozent der Befragten, die das Internet zumindest selten nutzen, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren, kommentieren sehr häufig oder häufig Beiträge auf Facebookseiten etablierter Medien (vgl. Abbildung 7). Insgesamt schreiben knapp 20 Prozent der Onlinenutzer mindestens selten Kommentare auf diesen Seiten. Nur eine Minderheit in dieser Gruppe (18 %) tut dies nach eigenen Angaben, um einer offiziellen Version der Nachrichten zu widersprechen oder dem eigenen Ärger Luft zu machen (vgl. Abbildung 8). 9 Prozent der Kommentierer sagen zudem, sie würden Kommentare im Internet schreiben, um anderen zu zeigen, „dass wir systematisch belogen werden“. Knapp ein Viertel der Kommentierer antwortet auf diese Aussage mit „teils, teils“. Doch obwohl die wenigsten Onlinenutzer Nachrichten auf eine unzivile Art und Weise kommentieren, wird ihnen in der Öffentlichkeit und im Mediendiskurs unverhältnismäßig viel Aufmerksamkeit geschenkt. Die etablierten Medien tra-

gen oft selbst zur Verbreitung radikaler Kommentare bei, indem sie auf diese eingehen und sie als Problemfälle ausgiebig thematisieren.

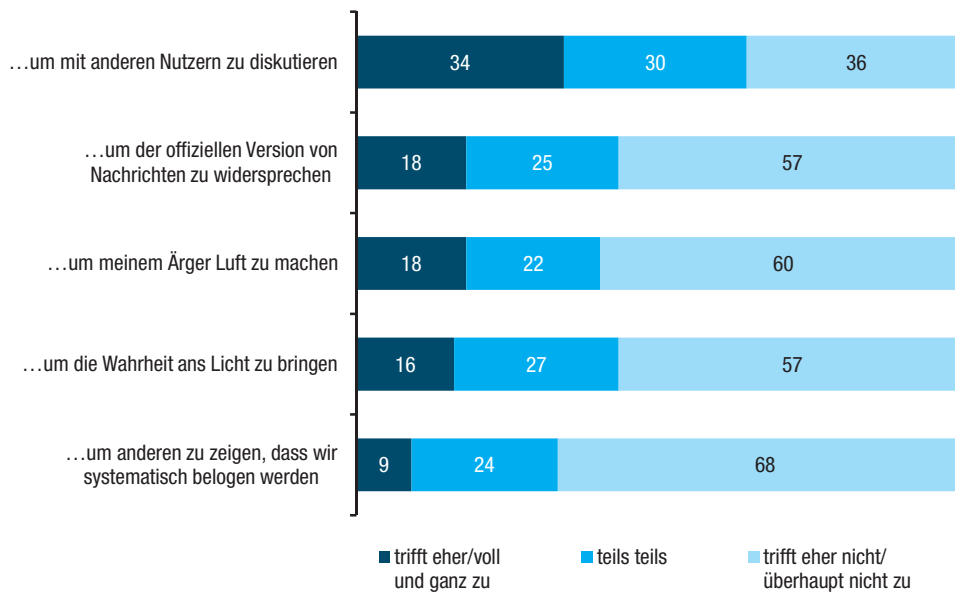
Betrachtet man Zusammenhänge zwischen der Anschlusskommunikation der Befragten und ihrem Alter wird deutlich, dass jüngere Befragte zum Teil aktiver sind als ältere – zum Beispiel indem sie häufiger angeben, schon einmal Beiträge in Blogs oder Foren verfasst und Nachrichten auf Facebookseiten kommentiert zu haben. Hinsichtlich der Gründe und Motive des Kommentarschreibens unterscheiden sich die jüngeren Internetnutzer nicht von den älteren – mit einer Ausnahme: Sie geben signifikant häufiger an, selbst Beiträge und Kommentare zu verfassen, „um mit anderen Nutzern zu diskutieren“.

Insgesamt zeigt sich, dass es einen zwar sehr kleinen, aber harten Kern ausgesprochen misstrauischer und scharfer Kritiker angeblicher Mainstreammedien gibt. (28) Dieser Kern hat in den vergangenen Monaten in der öffentlichen Diskussion überproportional viel Aufmerksamkeit erfahren.

Wenn die Bürger den Medien mit Skepsis begegnen, haben einige durchaus gute Gründe dafür. Verschiedene Studien zeigen, dass Journalisten bei der Nachrichtenproduktion inhaltliche und handwerkliche Fehler unterlaufen. Ein Bewusstsein der Bürger für derartige Fehler ist eher demokratieförderlich als schädlich. Andere verurteilen die Presse dagegen pauschal und aufgrund von Vorurteilen, Ressentiments oder gar extremistischen oder verschwörungstheoretischen Einstellungen. Für die

Jüngere Befragte kommentieren Nachrichten im Internet häufiger als ältere

Abb. 8 Motive für das Kommentieren von Nachrichten im Internet
in %



Frage: „Menschen haben ganz unterschiedliche Gründe, warum sie im Internet Nachrichten kommentieren. Wir haben einige dieser Gründe gesammelt. Bitte sagen Sie mir, ob diese Gründe für Sie persönlich ‚voll und ganz‘, ‚eher‘, ‚teils teils‘, ‚eher nicht‘ oder ‚gar nicht‘ zutreffen.“

Basis: Befragte, die zumindest selten (oder öfter) auf den Websites oder Facebook-Seiten etablierter Medien Kommentare schreiben (n=221). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

Medienkritik und die öffentliche Debatte darüber, wie die Bürger zu den Medien stehen, ist es wichtig, entsprechend zu differenzieren.

Empirisch gestützte und nicht gestützte Medienkritik

Auf Basis der Journalismus-, News-Bias- und Nachrichtenselektionsforschung sowie aus Studien zur Risikokommunikation und politischen Kommunikation lässt sich eine Reihe wissenschaftlich fundierter Kritikpunkte äußern (29): So können Medien beispielsweise dazu neigen, schwerer Kriminalität im Vergleich zu anderen Deliktarten ein zu großes Gewicht beizumessen, die wirtschaftliche Entwicklung und die politische Lage negativ verzerrt darzustellen und auf Skandale zu fokussieren, Risiken gegenüber Chancen überzubetonen oder opportune Zeugen als Expertenstimmen auszuwählen. Für diese Kritikpunkte produziert die akademische Forschung seit Jahrzehnten belastbare empirische Belege. (30) Wissenschaftlich unbegründet sind dagegen – zumindest in Deutschland – Kritikpunkte, die pauschal und ohne empirische oder andere Belege behaupten, die Medien würden die Bevölkerung systematisch belügen, steckten unter einer Decke mit der Politik, würden die Meinungsfreiheit absichtlich untergraben oder von dunklen Mächten im Hintergrund befohlen bekommen, was sie berichten sollen. Diese in jüngster

Zeit unter dem Kampfbegriff „Lügenpresse“ vorgebrachten Angriffe gegen die Medien gehören ebenfalls zum Einstellungskomplex „Medienkritik“, sind aber ungleich schärfer, ohne wissenschaftlich-empirische Fundierung und von einer verschwörerischen bzw. konspirativen Natur. (31) Diese beiden Bündel von Kritikpunkten an den traditionellen Medien wurden in der vorliegenden Studie als zwei verschiedene Dimensionen der Medienkritik operationalisiert. Die Differenzierung soll dabei helfen, empirisch gestützte Medienkritik mit pauschaler, abwertend-zynischer Ablehnung der Mainstream-Medien zu vergleichen (vgl. Abbildung 9).

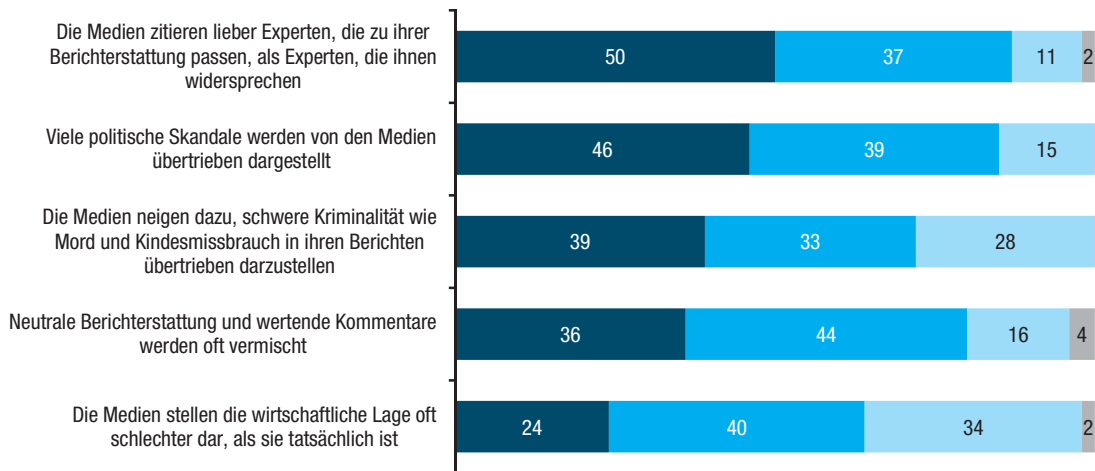
Sowohl empirisch gestützte als auch nicht gestützte Kritikpunkte stoßen bei vielen Bürgern auf Zustimmung. So stimmt die Hälfte der Befragten der Aussage zu, die Medien würden lieber Experten zitieren, die zu ihrer Berichterstattung passen, als solche, die dieser widersprechen. Durchaus verbreitet ist auch der Eindruck, dass die Medien in ihrer Berichterstattung über Skandale und Kriminalität zu Übertreibungen neigen. Zudem werde das Gebot einer Trennung von Nachrichten und Meinungen oft missachtet.

Der Vergleich beider Dimensionen zeigt, dass empirisch gestützte Medienkritik von den Befragten häufiger geteilt wird als nicht gestützte Kritik. Vor allem jene Vorwürfe, die die Medien pauschal als „Lügenpresse“ verurteilen bzw. verschwörungs-

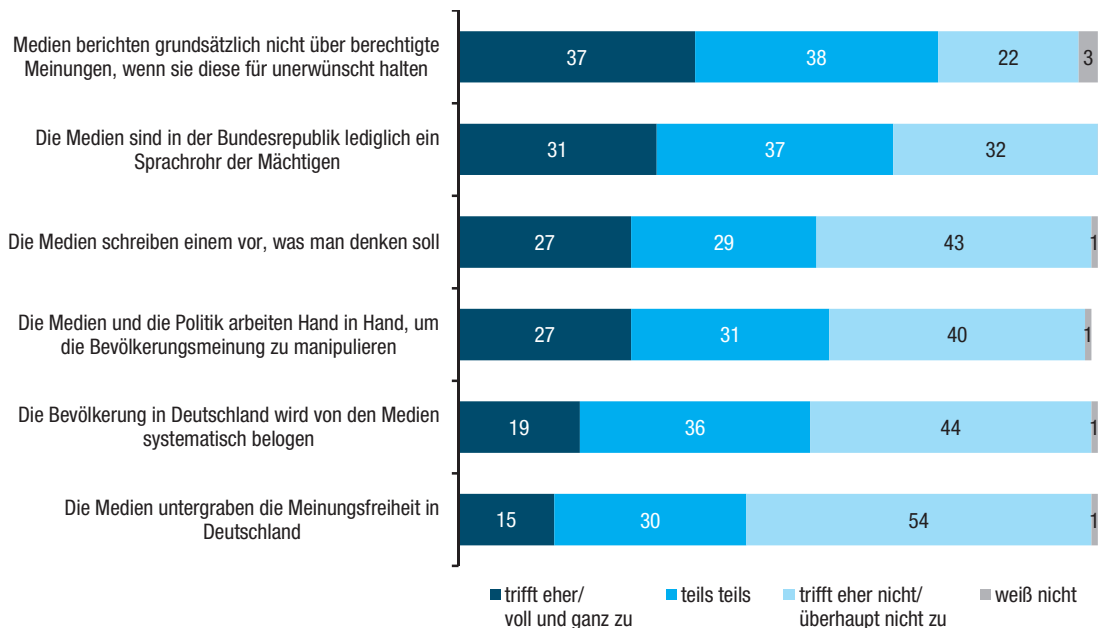
**Vorwurf der
„Lügenpresse“ hat
im Vergleich die
wenigsten Anhänger**

Abb. 9 Aussagen zur Medienkritik
Zustimmung in %

Empirisch gestützte Medienkritik



Empirisch nicht gestützte Medienkritik



Frage: „Denken Sie nun bitte noch einmal an die etablierten Medien in Deutschland zurück, also an die großen Fernsehsender und Zeitungsverlage. Diese werden ja im Augenblick viel kritisiert. Wir haben einmal eine Reihe von Kritikpunkten aufgelistet, was denken Sie, welche dieser Kritikpunkte treffen Ihrer Meinung nach zu, welche treffen nicht zu?“

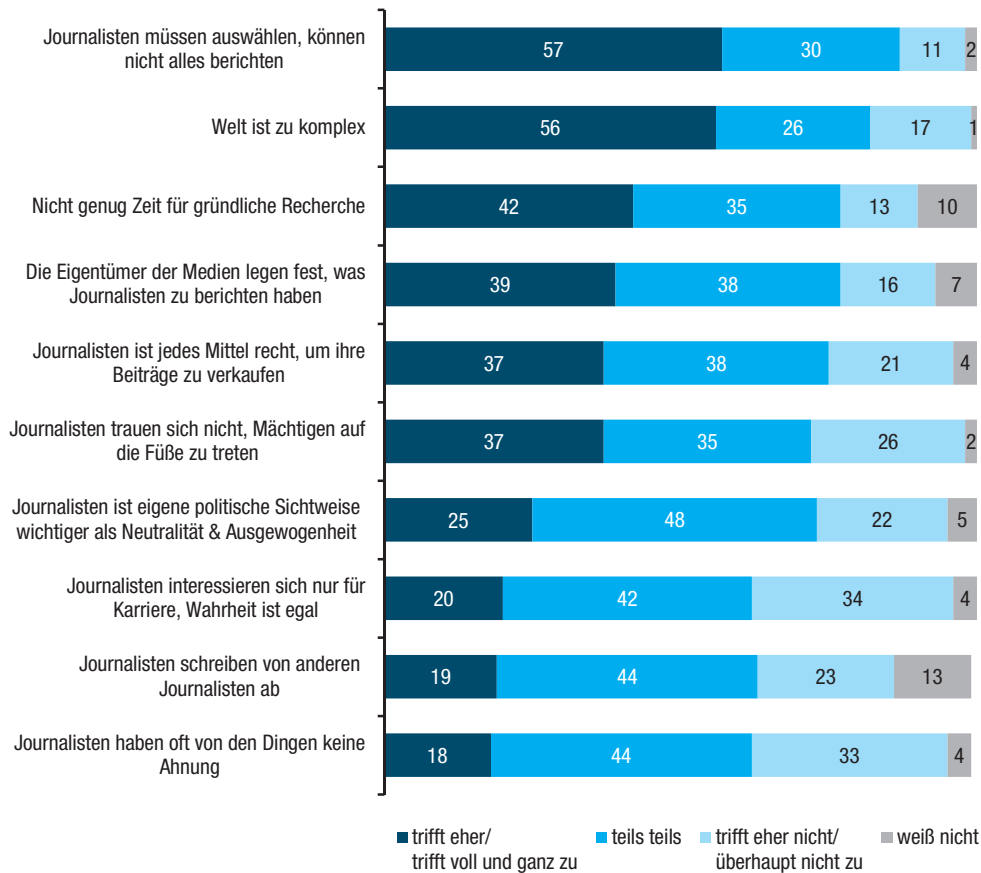
Basis: Alle Befragten (n=1 200). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

theoretischer Natur sind, haben vergleichsweise die geringste Anhängerschaft: Zwar sagen immerhin 15 Prozent der Befragten, die Medien würden die Meinungsfreiheit untergraben, und 19 Prozent glauben, die Medien würden die Bevölkerung systematisch belügen – klare Mehrheiten finden solche radikalen Ansichten jedoch nicht. Dennoch mag das Ausmaß der Zustimmung nicht zuletzt aus Sicht vieler Journalisten erschreckend hoch erscheinen.

37 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, dass die Medien über berechtigte Meinungen nicht berichten, wenn sie diese für unerwünscht halten, und 31 Prozent haben das Gefühl, die Medien dienen in Deutschland in erster Linie als Sprachrohr der Mächtigen. Diese Werte erlauben unter-

Abb. 10 Gründe für kritisierte Fehlleistungen der Medien
Zustimmung in %



Frage: „Was sind Ihrer Meinung nach die Gründe dafür, dass die etablierten Medien Fehler machen oder falsch berichten? Ich lese Ihnen im Folgenden eine Reihe von Gründen vor, bitte sagen Sie mir, ob diese Gründe ‚voll und ganz‘, ‚teils teils‘, ‚eher nicht‘ oder ‚überhaupt nicht‘ zutreffen.“

Basis: Alle Befragten (n=1 200). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

schiedliche Deutungen. Einerseits lassen sich dahinter zum Teil falsche Vorstellungen von der Arbeit der Journalisten in Deutschland vermuten. Andererseits können die Zustimmungswerte auch als nachdrückliche Anregung zu (noch) mehr Meinungsppluralismus in der Berichterstattung verstanden werden.

Berichten Journalisten ausreichend verständlich und vielfältig?

Sicherlich überziehen viele Menschen in ihrer Kritik. Ein Teil der Antworten kann auf fehlende Medienkompetenz zurückgeführt werden, ein anderer Teil stützt sich auf radikale Einstellungen und eine verzerrte Wahrnehmung der Wirklichkeit. Die Ergebnisse können in manchen Punkten jedoch auch Anlass sein für eine Selbstreflexion im Journalismus: Wird genug dafür getan, sich und seine Arbeitsweise verständlich zu machen – und wird der

Vielfalt der Meinungen, Erfahrungen und Perspektiven genügend Raum geboten?

Interessanterweise haben viele Menschen ein gutes Gespür für die Zwänge und Grenzen, denen Journalisten in ihrer alltäglichen Arbeit ausgesetzt sind; sie können realistische Gründe für Fehler und Fehlleistungen der Medien identifizieren. Darunter sind solche, die Journalisten entlasten und auf Restriktionen, wie Zeitmangel, eine komplexe Welt und den Zwang zur Auswahl, hinweisen (vgl. Abbildung 10). Dass die Eigentümer festlegen, was Journalisten zu berichten haben – eine Behauptung, die von 39 Prozent der Befragten unterstützt wird – lässt sich hingegen in dieser apodiktischen Form nicht im Redaktionsalltag nachweisen. Gleichwohl wird hier der bisweilen stattfindende Einfluss von Medieneigentümern, Verlagsvorständen und Herausgebern kritisch zum Ausdruck gebracht. Auch die Vorstellung, dass mancher Journalist sich nicht traut, „Mächtigen auf die Füße zu treten“, geteilt von 37 Prozent der Befragten, mag zumindest in

Wie begründen die Befragten journalistische Fehlleistungen?

manchen Situationen des redaktionellen Alltags zutreffen – widerspricht aber dem Selbstbild und den Aufgaben eines kritischen Journalismus in der Demokratie. Gleichwohl kann es durchaus als Ausdruck von Medienkompetenz betrachtet werden, wenn viele Befragte externe Kräfte und Mechanismen wie Zeit- und Selektionsdruck als Ursachen für Fehlleistungen benennen – dahinter verbirgt sich dann nicht unbedingt eine radikale oder irrationale Kritik an den Medien, sondern ein gewisser Realismus.

Doch auch die schärferen Positionen gibt es: Niedere Motive der Journalisten werden zwar signifikant seltener als Gründe für mediale Fehlleistungen genannt, allerdings immer noch bemerkenswert oft: 37 Prozent der Befragten teilen die Ansicht, dass Journalisten jedes Mittel recht sei, um ihre Beiträge zu verkaufen. Immerhin noch ein Viertel der Befragten glaubt, Probleme in der Medienberichterstattung entstünden, weil Journalisten ihre eigene politische Sichtweise wichtiger fänden als Neutralität und Ausgewogenheit. Karrierestreben und Ahnungslosigkeit sind für etwa 20 Prozent der Befragten Ursachen für Mängel – fast ebenso viele sehen ein Problem in dem wissenschaftlich gut erforschten Phänomen der Ko-Orientierung (Journalisten schauen auf ihre Berufskollegen und berichten ähnlich wie sie).

Mancher folgt unreflektiert einer medienkritischen Grundstimmung

In der Gesamtschau finden sich hohe Zustimmungswerte für scharfe und pauschale Vorwürfe, hinter denen sich ein großes Maß an Entfremdung oder zumindest Verunsicherung verbergen kann – unbenommen von dem Befund, dass die Mehrheit der Befragten sich moderater äußert. Der kleine, radikale Nucleus derer, die ein sehr starkes Misstrauen gegen die Medien hegen, stimmt auch eher den genannten, empirisch mehr oder weniger haltlosen Kritikpunkten zu. (32) Allerdings sind die Antwortmuster vieler Befragter nicht konsistent: So sagen beispielsweise von denen, die behaupten, die Medien würden die Bürger systematisch belügen, immer noch fast 20 Prozent, die Medien würden „ausgewogen“ berichten. Und von denen, die behaupten, die Medien würden den Menschen vorschreiben, was sie zu denken hätten, sagt immerhin jeder Vierte, die etablierten Medien „berichten präzise“ und man könne ihnen bei wichtigen Themen vertrauen. Die Daten sprechen insofern dafür, dass manche Menschen derzeit einer medienkritischen Grundstimmung folgen und scharfen Urteilen zustimmen, ohne dass es sich bereits (bei allen) um verfestigte, konsistente und komplett durchdachte Einstellungen handelt.

Harter Kern radikaler Medienkritiker macht viel Wirbel

Für eine alarmistische Krisendiagnose fehlt angesichts dieser gemischten Befunde die Grundlage. Für eine Entwarnung allerdings auch. Denn es ist nicht zu übersehen, dass ein harter Kern radikaler Kritiker existiert, die viel Wirbel machen, regelrecht eine mediale Verschwörung unterstellen und auf große Distanz zu den etablierten Medien und Institutionen gehen. Für diese Personen ist insge-

samt eine Verschwörungsmentalität kennzeichnend, die sich nicht nur mit Blick auf die Medien zeigt, sondern auch in der Zustimmung zu anderen Verschwörungstheorien äußert.

Zwischen 15 und 25 Prozent der Bevölkerung in Deutschland sind anfällig für klassische Verschwörungsmymen, wie die Behauptung, die Amerikaner seien gar nicht auf dem Mond gelandet, 9/11 sei von den USA inszeniert worden oder Prinzessin Diana sei vom Geheimdienst umgebracht worden (vgl. Abbildung 11). Ähnlich verbreitet sind verwegene Behauptungen über Chemtrails (von Linienflugzeugen im Auftrag der Regierung versprühte Chemikalien) oder über Ebola. Erwartungsgemäß höchst verunsichert sind sehr viele Bürger beim Thema NSU. In diesem Fall verbreiten auch Qualitätsmedien sowie fikionalisierte Darstellungen in Romanen und Filmen teils stark dramatisierend Ungereimtheiten des NSU-Komplexes sowie diverse Theorien und Spekulationen, ohne immer klar zwischen Fakten und Hypothesen sowie Fakten und Fiktionen zu unterscheiden. (33) Zudem sind gerade im Geheimdienst-Kontext Verschwörungen nicht prinzipiell auszuschließen. Entsprechend finden Theorien über eine Beteiligung von Agenten am Tod der Terroristen Zustimmung weit über den Kreis derjenigen hinaus, die bei anderen Fragen eine ausgeprägte Verschwörungsmentalität zeigen.

Bei Befragten, die Pauschalvorwürfen gegen die Medien zustimmen, liegen die Zustimmungswerte deutlich über dem Durchschnitt. So halten von denjenigen, die behaupten, die Medien würden die Bürger systematisch belügen, rund 40 Prozent 9/11 für eine Inszenierung der USA und den Tod von Prinzessin Diana für einen Mord des Geheimdienstes. Im Durchschnitt aller Befragten sagen dies nur 17 Prozent (9/11) beziehungsweise 25 Prozent (Prinzessin Diana).

Anlass zur Sorge sind diese Werte auch deshalb, weil damit zu rechnen ist, dass sich das Umfeld, in dem sich Verschwörungstheorien ausbreiten, durch mediale Entwicklungen erweitern wird. In den vergangenen Jahren ist – vor allem im Internet, aber nicht nur dort – eine Reihe von Publikationen entstanden, die auf die Gruppe der verschwörungstheoretisch Anfälligen zielen und daraus ein wirtschaftliches und/oder politisches Geschäft machen. Die Umfrage zeigt, dass Menschen, die Verschwörungstheorien glauben, solche Angebote überdurchschnittlich häufig nutzen. Die Wirkung kann dabei im Prinzip in beide Richtungen gehen, eine wechselseitige Verstärkung erscheint sehr plausibel, auch wenn diese mit den Mitteln dieser Studie nicht nachgewiesen werden kann: Menschen mit einer Verschwörungsmentalität suchen verstärkt nach entsprechenden Angeboten und werden von die-

Verschwörungstheorien

Ausweitung von Verschwörungstheorien zu erwarten?

Abb. 11 Verschwörungstheorien
 "ganz sicher wahr"/"wahrscheinlich wahr", in %



Frage: „Ich lese Ihnen eigene Aussagen über wichtige vergangene und aktuelle Ereignisse vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, wie wahrscheinlich diese Aussagen in Ihren Augen wahr oder nicht wahr sind. Bitte sagen Sie es mir nach dieser Skala: Ganz sicher nicht wahr, wahrscheinlich nicht wahr, unentschieden, wahrscheinlich wahr, ganz sicher wahr.“

Basis: Alle Befragten (n=1 200).

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

sen bestärkt und in Kontakt mit weiteren Theorien gebracht.

Erklärungen für Misstrauen, übertriebene Medienkritik und Verschwörungsdanken

Mit Hilfe von Regressionsanalysen wurden schließlich Faktoren bzw. mögliche Ursachen identifiziert, die das Vertrauen oder Misstrauen in Medien sowie die Unterstützung von Lügenpresse-Vorwürfen bzw. den Glauben an eine Verschwörung zwischen Medien und dunklen, elitären Mächten erklären können. Hierzu wurde zuerst aus vier der oben beschriebenen Vertrauensfragen eine Vertrauensskala gebildet. Geringere Vertrauenswerte auf dieser Skala erzielen Menschen, die auch der Politik wenig zutrauen (Politikverdrossenheit) und die Sorgen haben, dass sich ihre wirtschaftliche Situation in der Zukunft verschlechtern wird (wirtschaftliche Zukunftsangst). AfD-Wähler und generell Gegner der Volksparteien sind ebenfalls misstrauischer gegenüber den etablierten Medien eingestellt; Gleiches gilt für Menschen, die kaum den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nutzen und sich

stattdessen vergleichsweise viel über alternative Quellen und Diskussionsforen im Internet informieren (vgl. Tabelle 1).

Eine weitere Regression (vgl. Tabelle 1, Spalte 2) analysiert die Eigenschaften der Befragten, die aus wissenschaftlicher Sicht haltlose Medienkritik unterstützen bzw. „Lügenpresse“-Vorwürfe teilen. Hierzu wurden die zuvor beschriebenen, empirisch nicht gestützten Kritikpunkte an Medien zu einer Skala verdichtet. Hohe Werte auf der Skala spiegeln wider, dass ein Befragter „Lügenpresse“-Vorwürfe teilt bzw. an eine Medienverschwörung glaubt. Die Analyse zeigt, dass diese Einstellungen eher bei älteren Menschen, bei Menschen mit geringem Vertrauen in ihre Mitmenschen sowie bei Bürgern, die in Ostdeutschland leben, vertreten sind. Zudem finden sich unter den Unterstützern von „Lügenpresse“-Vorwürfen überdurchschnittlich viele politikverdrossene Bürger, die den Glauben an die Politik verloren haben, gleichzeitig aber nur wenig politisches Faktenwissen vorweisen können. AfD-Anhänger glauben eher an eine Medienverschwörung, allerdings auch, in schwächerem Ausmaß, Unterstützer der FDP. Darüber hinaus sind es vor allem die „Modernisierungsverlierer“,

Eigenschaften der Befürworter empirisch nicht gestützter Medienkritik

Tab. 1 Wer vertraut, wer nicht? Einflüsse auf Medienvertrauen, Medienkritik und Zustimmung zu Verschwörungstheorien (Regression)

	Abhängige Variablen		
	Medienvertrauen (n=1 019)	Empirisch nicht gestützte Medienkritik (n=1 006)	Verschwörungstheorien (n=1 060)
Soziodemografische Merkmale			
Alter	-	.14***	.12**
Geschlecht (1 = weiblich)	-.06*	-	.07*
Bildung recodiert (1 = mind. Hochschulreife)	-	-	-.10**
Region (1 = Osten)	-	.06*	-
Größe des Wohnorts	-	-	-.12***
interpersonales Vertrauen (5 = hoch)	.12***	-.07**	-.10***
Einstellungen zur Politik/Wirtschaft: Werte von 1 (niedrig) bis 5 (hoch)			
Politikverdrossenheit	-.19***	.30***	.12***
politisches Wissen	-	-.13***	-.11**
Zufriedenheit mit wirtschaftlicher Situation	-	-.09**	-
wirtschaftliche Zukunftsangst	-.08*	-.06*	-.06*
Wahlabsicht CDU/CSU	.11**	-	-.11***
Wahlabsicht SPD	.14***	-	-
Wahlabsicht Grüne	.10**	-.08**	-.17***
Wahlabsicht Linke	-	-	-
Wahlabsicht FDP	-	.08**	-
Wahlabsicht AfD	-.12***	.21***	.11**
Mediennutzung: Werte von 1 (nie) bis 5 (täglich)			
öffentlich-rechtlicher Rundfunk	.10**	-.07*	-
Tageszeitungen	-	-	-
privates Fernsehen	.09**	-	-
Boulevardzeitungen	-	-	-
Seiten/Apps von etablierten Medien	-	-	-
Seiten/Apps von Suchmaschinen- und Internetanbietern	-	-	-.11**
soziale Netzwerke (Facebook etc.)	-	-	-
Videoplattformen (YouTube etc.)	-	.11**	.13**
Diskussionsforen	-.08*	-	-
Weblogs	-	-	-
alternative Nachrichtenseiten (compact etc.)	-.08*	.10***	.09**
R ² (korr.)	.21	.37	.29

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001.

Quelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz.

also Menschen mit geringem sozioökonomischen Status und großer wirtschaftlicher Zukunftsangst, die besonders hohes Misstrauen äußern. Ähnlich wie bei einer allgemeinen Medienskepsis informieren sich die Befürworter einer Medienverschwörung vor allem über Social Media (hier insbesondere über Videoplattformen wie YouTube) und alternative Nachrichtenseiten wie compact oder Deutsche Wirtschafts Nachrichten.

Bildungsniveau spielt eine Rolle

Untersucht wurde schließlich, welche Personen mehr zu allgemein-verschwörungstheoretischem Denken neigen als andere (vgl. Tabelle 1, letzte Spalte). Hier spielt der formale Bildungsabschluss eine Rolle: Menschen mit höheren Abschlüssen sind offenbar eher immun gegen eine Verschwörungsmentalität. Anfälliger sind formal niedrig Ge-

bildete, zudem Frauen etwas mehr als Männer, Menschen, die in kleinen Orten wohnen, mehr als die Stadtbewohner. Personen, die der Politik wenig vertrauen, eine große wirtschaftliche Zukunftsangst haben und sich häufig über alternative Nachrichtenquellen im Internet informieren, neigen ebenfalls stärker zu Verschwörungstheorien. Interessant ist, dass erneut vor allem Menschen Verschwörungstheorien anhängen, die nur wenig politisches Faktenwissen vorweisen können. Überdurchschnittlich viel Zuspruch bekommen Verschwörungstheorien auch von Anhängern der AfD.

Kein dramatischer Vertrauensverlust gegenüber Medien erkennbar	<p>Fazit</p> <p>Die Studie zeichnet ein facettenreiches Bild der Einstellungen deutscher Bürger zu den Medien. Weder Alarmismus noch Sorglosigkeit sind angebracht. Ein umfassender, dramatischer Vertrauensverlust ist nicht zu erkennen. In einem Teil der Bevölkerung lassen sich sogar Anzeichen für eine Zunahme des geäußerten Vertrauens ausmachen, die als Unterstützung für etablierte Medien in Krisenzeiten interpretiert werden kann. Allerdings artikulieren auf der anderen Seite bemerkenswert hohe – und bei manchen Fragen wachsende – Anteile der Bevölkerung ein erhebliches Misstrauen. Diese Menschen stimmen oft auch sehr scharfen und pauschalen Vorwürfen gegen etablierte Medien zu, die sich wissenschaftlich nicht halten lassen.</p>	<p>nen und was verlässliche Tatsachen und Quellen sind. (34)</p>	<p>Neue Variante der „Schweigespirale“?</p>
Gestiegene Sensibilität für Medienkritik und Polarisierung der Debatte	<p>Aus den Daten ergeben sich Hinweise auf eine gesteigerte Sensibilität der Bürger für Fragen der Medienkritik und auf eine Polarisierung der Debatte über die Medien. Dies steht im Einklang mit einer gestiegenen Aufmerksamkeit infolge der gegenwärtigen Diskussionen: Manche lassen sich demnach von negativen (Vor-)Urteilen beeindrucken und anstecken, anderen wird in der aufgeheizten Stimmung hingegen bewusst, wie sehr sie den etablierten Medien doch vertrauen – und was sie, gerade im Vergleich zu anderen Staaten, in Deutschland am hiesigen Journalismus haben. Generell ist es für Demokratien und eine freie Mediengesellschaft typisch (und sicherlich wünschenswert), dass die Bürger nicht nur Politiker, sondern auch Journalisten kritisch hinterfragen. Viele sind sich der Verzerrungen und Fehlleistungen bewusst, die in der Berichterstattung vorkommen können und die auch wissenschaftlich schon vielfach nachgewiesen worden sind.</p>	<p>Indem die Medien denen, die eigentlich eine extreme Minderheit sind, besondere Aufmerksamkeit widmen, kann sich im schlimmsten Fall eine neue Variante der Schweigespirale entwickeln: Die Besonnenen ziehen sich immer weiter zurück und gewinnen dabei den (eigentlich falschen) Eindruck, in der Minderheit zu sein – eine Wahrnehmungsverzerrung im Sinne der „pluralistic ignorance“. Die mediale und politische Kultur wird so immer weiter dominiert von den Aggressiven, den Penetranten und Impertinenten.</p>	<p>Hohe Glaubwürdigkeit von Zeitungen und ö.-r. Rundfunk, aber Lügenpresse-Debatte hinterlässt Spuren</p>
Propaganda und Desinformation in internationaler Politik begünstigen Verschwörungsmymen	<p>Nicht alle, die heftige und pauschale Kritik an etablierten Sendern und Zeitungen üben, haben bereits ein kohärentes und gefestigtes Anti-Medien-Bild. Offensichtlich spielen derzeit rasch schwankende Stimmungen eine große Rolle. Doch es existiert auch ein harter Kern von Medienzynikern. Typischerweise neigen diese Menschen zu Verschwörungstheorien, und das Ausmaß an Zustimmung zu kruden Verschwörungstheorien ist für eine demokratische Gesellschaft, die sich an Idealen der Aufklärung und der Wissenschaftlichkeit orientiert, besorgniserregend. Die unsichere Weltlage und der verschärfte Einsatz von Propaganda und Desinformation in der internationalen Politik sind, kombiniert mit neuen Techniken und medialen Trends, wie geschaffen dafür, die Bürger weiter zu verunsichern und in Verschwörungsmymen zu treiben. Viele Menschen fragen sich derzeit, nicht zuletzt wegen der Berichte über Fake News und wegen diverser, auch staatlicher, Desinformationsstrategien, wem sie überhaupt noch trauen kön-</p>	<p>Noch immer genießen vor allem Zeitungen und der öffentlich-rechtliche Rundfunk hohe Glaubwürdigkeit. Sie werden auch weiterhin stark genutzt. Es ist jedoch eine offene Frage, inwiefern das Abbrechen der Nutzungsintensität bei den Jüngeren und eine Ausbreitung pauschalen Misstruens gegen die etablierten Medien die nach wie vor unangestastete Stabilität dieses seit Jahrzehnten messbaren Musters langfristig in Frage stellen können. Die Lügenpresse-Debatte hinterlässt Spuren, ein hoher Bedarf in der Demokratie- und Medienbildung ist offensichtlich. Zudem erscheint es notwendig, das Vertrauen in die Medien und die Zustimmung zu gerechtfertigten und ungerechtfertigten medienkritischen Positionen und zu Verschwörungstheorien langfristig im Blick zu behalten. In diesem Sinne möchte die vorliegende, in Zukunft fortzuführende Studie ein Beitrag zu einem unabhängigen, dauerhaften Vertrauensmonitoring sein.</p>	
Anmerkungen:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Vgl. für die Diagnose eines Vertrauensschwunds zum Beispiel auf Basis einer Infratest dimap-Umfrage: Deutsche haben wenig Vertrauen in die Medien, In: Die Zeit v. 24.6.2015, http://www.zeit.de/gesellschaft/2015-06/medienkritik-journalismus-vertrauen; vgl. auch Reinemann, Carsten/Nayla Fawzi: Eine vergebliche Suche nach der Lügenpresse. In: Der Tagesspiegel v. 24.1.2016, http://www.tagesspiegel.de/politik/analyse-von-langzeitdaten-eine-vergebliche-suche-nach-der-luegenpresse/12870672-all.html (abgerufen am 17.3.2017). 2) Vgl. Swift, Art: Americans' Trust in Mass Media Sinks to New Low, 14.9.2016, http://www.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx (abgerufen am 29.3.2017). 3) Vgl. Krupp, Manfred/Christian Breunig (Hrsg.): Massenkommunikation IX. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2015. Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 22. Baden-Baden 2016, S. 148ff. und S. 154ff. 4) Vgl. Best, Stefanie/Bernhard Engel: Generationenprofile in der konvergenten Medienwelt. Kohortenanalysen auf Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 1/2016, S. 2-26. 5) So auf Basis der Langzeitdaten von Reinemann/Fawzi (Anm. 1). 6) Vgl. Otto, Kim/Andreas Köhler: Medienvertrauen auf dem Tiefpunkt? In: European Journalism Observatory v. 21.3.2016, http://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/medienvertrauen-auf-dem-tiefpunkt (abgerufen am 19.3.2017). 		

- 7) Vgl. European Commission: Media pluralism and democracy. Special Eurobarometer 452 report, <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion>, S. 26, (abgerufen am 27.3.2017).
- 8) Vgl. Edelman Trust Barometer 2016, <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/2016-edelman-trust-barometer/global-results/> (abgerufen am 19.3.2017).
- 9) Vgl. Modernisierungsverlierer und soziale Medien. Eine Studie im Auftrag von Report Mainz, Infratest dimap 2016.
- 10) Vgl. ZDF: FGW-Umfragen Glaubwürdigkeit Medien für ZDF 2015/16. Mainz 2016.
- 11) Vgl. Köcher, Renate: Flüchtlingsstrom: Auswirkungen eines gesellschaftlichen Aufregungszyklus auf politisches Interesse und Mediennutzung. Allensbach, WA 2016.
- 12) 44 Prozent der Deutschen teilen den „Lügenpresse“-Vorwurf von Pegida. <http://www.stern.de/politik/deutschland/pegida-luegenpresse-vorwurf-teilen-44-prozent-der-deutschen--forsa-umfrage-fuer-den-stern-6524244.html> (abgerufen am 18.3.2017).
- 13) Vgl. „Lügenpresse“ hat keine Mehrheit. <http://www1.wdr.de/nachrichten/umfrage-glaubwuerdigkeit-der-medien-100.html> (abgerufen am 2.6.2016).
- 14) Vgl. <http://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/unternehmen/studie-glaubwuerdigkeit-100.html> (abgerufen am 18.3.2017).
- 15) Vgl. Studie des Bayerischen Rundfunks zum Vertrauen in die Medien, <http://www.br.de/nachrichten/inhalt/br-medien-studie-100.html> (abgerufen am 17.3.2017).
- 16) Vgl. Jakob, Nikolaus: Gesehen, gelesen – geglaubt? Warum die Medien nicht die Wirklichkeit abbilden und die Menschen ihnen dennoch vertrauen. München 2012; Jakob, Nikolaus/Oliver Quiring/Christian Schemer: Wölfe im Schafspelz? Warum manche Menschen denken, dass man Journalisten nicht vertrauen darf – und was das mit Verschwörungstheorien zu tun hat. In: Renner, Karl N./Tanjev Schultz/Jürgen Wilke (Hrsg.): Journalismus zwischen Autonomie und Nutzwert. Köln 2017, S. 225-249.
- 17) Vgl. <https://www.medienkonvergenz.uni-mainz.de/> (abgerufen am 19.3.2017).
- 18) Vgl. Möhring, Wiebke/Daniela Schlütz: Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden 2010.
- 19) Vgl. Hagen, Lutz M.: Die opportunen Zeugen. Konstruktionsmechanismen von Bias in der Zeitungsberichterstattung über die Volkszählungsdiskussion. In: Publizistik 37/1992, S. 444-460.
- 20) Vgl. Quiring, Oliver: Wirtschaftsberichterstattung und Wahlen. Konstanz 2004.
- 21) Vgl. die erste Erhebung dieser Frage dokumentiert in Jakob (Anm. 16).
- 22) Vgl. Tsafati, Yariv: Media Skepticism and Climate of Opinion Perception. In: International Journal of Public Opinion Research 15, 1/2003, S. 79.
- 23) Vgl. WDR-Studie (Anm. 14) sowie BR-Studie zum Vertrauen in die Medien (Anm. 15).
- 24) Die subjektiv wahrgenommene Glaubwürdigkeit einzelner Mediengattungen kann als Teilphänomen eines globaleren Vertrauenskonstrukts begriffen werden und ist in der einschlägigen wissenschaftlichen Forschung seit Jahrzehnten eine etablierte Variable. Daher und für eine bessere Vergleichbarkeit mit der bisherigen Forschung wurden auch in der vorliegenden Studie Glaubwürdigkeitswerte erhoben.
- 25) Dies zeigen auch die Daten der ARD/ZDF-Onlinestudie, vgl. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de> (abgerufen am 19.3.2017).
- 26) Vgl. Preuß, Madlen/Frederik Tetzlaff/Andreas Zick: „Publizieren wird zur Mutprobe“. Studie zur Wahrnehmung von und Erfahrungen mit Angriffen unter Journalist_innen. Expertise für den Mediendienst Integration. Bielefeld 2017.
- 27) Vgl. auch Ziegele, Marc: Nutzerkommentare als Anschlusskommunikation. Theorie und qualitative Analyse des Diskussionswerts von Online-Nachrichten. Wiesbaden 2016.
- 28) Denkbar ist natürlich, dass entsprechende Personenkreise sich stärker als andere dem Zugriff durch Meinungsumfragen entziehen, womit ihr Anteil unterschätzt werden würde. Konkrete Anhaltspunkte dafür liegen für diese Studie jedoch nicht vor.
- 29) Für einen Überblick vgl. Jakob (Anm. 16), S. 38-82.
- 30) Vgl. z. B. Marsh, Harry L.: A Comparative Analysis of Crime Coverage in Newspapers in the United States and Other Countries from 1960-1989. In: Journal of Criminal Justice 19, 1991, S. 67-79; Hagen (Anm. 19); Kepplinger, Hans Mathias: Künstliche Horizonte. Folgen, Darstellung und Akzeptanz von Technik in der Bundesrepublik. Frankfurt/New York 1989; ders.: Die Mechanismen der Skandalisierung. Zu Guttenberg, Kachelmann, Sarrazin & Co.: Warum einige öffentlich untergehen – und andere nicht. München 2012; Quiring (Anm. 20).
- 31) Vgl. Jakob/Quiring/Schemer (Anm. 16).
- 32) Vgl. Jakob, Nikolaus u.a.: Medienzyniker und Medienfans. Merkmale eines gespaltenen Publikums. Manuskript für einen von Michael Haller herausgegebenen Band über Vertrauen und Medien, Köln 2017, i.V.
- 33) Vgl. Renner, Karl N./Tanjev Schultz: „Vielleicht war der Teufel im Spiel“. Die Suggestion von Verschwörung und die Konstruktion der Sicherheitsbehörden in der ARD-Trilogie „Mitten in Deutschland: NSU“. In: Lessenich, Stephan (Hrsg.): Geschlossene Gesellschaften. Verhandlungen des 38. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Bamberg 2016, i.V.; Ramelsberger, Annette/Tanjev Schultz/Rainer Stadler: Der NSU-Komplex. Ein Fall staatlichen Versagens. In: dies.: Der NSU-Prozess. Das Protokoll. Das erste Jahr – 2013. München 2016.
- 34) Laut einer Allensbach-Umfrage sagen 44 Prozent der Bürger in Deutschland, sie wüssten bei vielen politischen Informationen nicht, „welchen davon ich glauben kann“. Vgl. Köcher, Renate: Interessen schlagen Fakten. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 22.2.2017, http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/allensbach-umfrage-interessen-schlagen-fakten-14889066.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2 (abgerufen am 18.3.2017).