

Erwartungen an Medien und die Wahrnehmung ihrer Umsetzung

Vertrauen in Journalismus in Deutschland: Eine Typologie der Skeptiker

Von Fabian Prochazka* und Wolfgang Schweiger*

Vertrauen in Journalismus im Langzeitvergleich hoch

Die vergangenen Jahre waren eine turbulente Zeit für den Journalismus und sein Verhältnis zum Publikum. Zweifel an der Glaubwürdigkeit der Medien, heftige Medienkritik in Onlineforen und zunehmend hasserfüllte Reaktionen auf journalistische Artikel (1) haben in den Redaktionen und in der Öffentlichkeit Verunsicherung und eine gesellschaftliche Diskussion über den Journalismus, seine Ausgewogenheit und Unabhängigkeit ausgelöst. Die häufig formulierte Annahme einer Vertrauenskrise journalistischer Medien lässt sich jedoch nur teilweise bestätigen. Das Vertrauen in den Journalismus erweist sich im Langzeitvergleich als relativ stabil; nach wie vor vertraut die Mehrheit der Bevölkerung in Deutschland den Medien. (2) Unter dem Eindruck der Debatten der vergangenen Jahre hat sich die Einschätzung jedoch polarisiert: Die Langzeitstudie Medienvertrauen der Universität Mainz zeigt, dass im Jahr 2008 noch 29 Prozent der Deutschen angaben, den Medien zu vertrauen und 9 Prozent gaben an, ihnen nicht zu vertrauen. Bis 2019 stiegen diese Zahlen auf 43 Prozent für hohes und 28 Prozent für niedriges Vertrauen. (3) Mehr Menschen haben also nun eine dezidierte Meinung im positiven wie negativen Sinne als im Jahr 2008, und der Anteil derjenigen, die sich eher neutral äußern, hat abgenommen.

Medienskepsis eng verbunden mit interpersonellem Misstrauen und Misstrauen in die Politik

Unter dem Eindruck dieser Polarisierung und der Debatte um die Glaubwürdigkeit der Medien beschäftigt sich die Medienforschung aktuell intensiv mit den Ursachen und Folgen von Vertrauen und Misstrauen in den Journalismus. (4) Aus psychologischer Sicht ist Vertrauen in die Medien stark mit interpersonellem Vertrauen assoziiert. Wer also seinen Mitmenschen gegenüber skeptisch eingestellt ist, vertraut auch den Medien weniger, passend dazu weisen Medienskeptiker häufiger verschwörungstheoretische Denkmuster auf. (5) In Bezug auf politische Einstellungen wird deutlich, dass Vertrauen in die Medien eng mit dem Vertrauen in die Politik verflochten ist. Misstrauen herrscht vor allem in Milieus vor, die mit der Demokratie und den herrschenden Verhältnissen unzufrieden sind, wirtschaftliche Zukunftsangst haben und populistische Einstellungen vertreten. (6) Geringes Vertrauen in die Medien findet sich damit zwar auch am linken Rand des politischen Spektrums, ist unter politisch rechtsgerichteten Personen aber stärker verbreitet. (7) Eine Folge – und möglicherweise auch Ursache – von geringem Ver-

trauen in den Journalismus ist außerdem die intensivere Nutzung von Videoplattformen oder Nutzerkommentaren im Umfeld von Nachrichten sowie von sogenannten „Alternativmedien“, also Nachrichten Anbietern, die sich explizit als Gegengewicht zum journalistischen „Mainstream“ verstehen. (8) Geringes Medienvertrauen ist darüber hinaus mit schwächeren Agenda-Setting-Effekten assoziiert. (9) Daher wird befürchtet, dass bei steigendem Misstrauen der Prozess der öffentlichen Meinungsbildung beeinflusst wird, indem die Einigung auf gemeinsame, gesellschaftlich bedeutsame Themen in Gefahr gerät und so eine Fragmentierung und Polarisierung politischer Milieus verstärkt wird.

Kurz und knapp

- In einer repräsentativen Onlinebefragung wurden Ursachen und Ausprägungen von Medienvertrauen ermittelt.
- Bei allgemein hohen Vertrauenswerten zeigt rund ein Viertel der Befragten kritische Einstellungen gegenüber dem Journalismus.
- Die Journalismusskeptiker können in drei Typen unterschieden werden.
- Höheres Wissen über journalistisches Arbeiten korreliert positiv mit dessen Wahrnehmung.

Das ist besonders relevant, weil Dynamiken der Polarisierung und Fragmentierung durch den digitalen Strukturwandel von Medien und Öffentlichkeit noch verstärkt werden können. Das gilt auch für das Vertrauen in journalistische Medien. Der klassische Journalismus hat seine Rolle als Gatekeeper für die Öffentlichkeit verloren. (10) Bürgerinnen und Bürger, Politikerinnen und Politiker, Institutionen oder Interessengruppen können sich am öffentlichen Diskurs beteiligen, ohne einen Umweg über journalistische Vermittler nehmen zu müssen bzw. durch sie „moderiert“ zu werden. Damit treten neben etablierte journalistische Medien in der Onlineöffentlichkeit zunehmend nicht-journalistische Quellen mit sehr heterogenen Welt- und Ereignisdeutungen. (11) Das können etwa Alternativmedien sein, Originalquellen – wie Politiker oder Institutionen – sowie Bürger, die sich in Nutzerkommentaren oder Blogs zu tagesaktuellen Nachrichten äußern. Diese nicht-journalistischen Informationsquellen liefern häufig alternative Ereignisdarstellungen: Sie wählen andere Themen aus als der Journalismus und/oder widersprechen den Darstellungen etablierter journalistischer Medien. Zudem üben sie nicht selten heftige

Auswirkungen des digitalen Strukturwandels von Öffentlichkeit

* Universität Hohenheim.

Kritik am Journalismus. Das bedeutet einerseits eine zunehmende Vielfalt von Informationsquellen und Perspektiven, gleichzeitig wird es dadurch aber schwieriger, vertrauenswürdige von interessengeleiteten Informationen zu trennen. Das gilt insbesondere in algorithmisch personalisierten Nachrichtenkanälen, wie sozialen Netzwerken oder Suchmaschinen, die Nachrichten aus ihrem Ursprungskontext lösen und neu zusammenstellen. (12) So stoßen viele Internetnutzerinnen und -nutzer zufällig auf Inhalte nicht-journalistischer Quellen, die teilweise ganz andere Weltdeutungen bieten, häufig nicht auf journalistische Qualitätskriterien achten und interessengeleitet agieren. (13) Durch diese unmittelbare Konkurrenz kann das Vertrauen in den Journalismus angegriffen werden, wenn etwa die Informationen von Alternativmedien oder Einzelpersonen als glaubwürdiger erachtet werden oder nicht-journalistische mit journalistischen Informationsquellen verwechselt werden. Gleichzeitig wird offenkundig, dass journalistische Berichterstattung nur eine mögliche Beschreibung der Realität ist, was ebenfalls – berechtigt oder unberechtigt – Skepsis gegenüber dem Journalismus wecken kann.

DFG-Projekt zu Ursachen und Formen von Vertrauen und Misstrauen in Journalismus

936 Personen
befragt

Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich ein von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) gefördertes Forschungsprojekt an der Universität Hohenheim mit den Formen und Ursachen von Vertrauen in Journalismus mit besonderem Blick auf den digitalen Strukturwandel (Laufzeit 2017-2020). (14) Für das Projekt wurden ausführliche Leitfadeninterviews mit 13 Bürgern unterschiedlicher demografischer Hintergründe geführt, um Vertrauen in Journalismus grundlegend zu explorieren. Darauf aufbauend wurden 936 Personen in einer für deutsche Internetnutzer nach Alter, Geschlecht und Bildung repräsentativen Onlinebefragung im Winter 2017 (15) zu ihrem Vertrauen in Journalismus, den Erwartungen an journalistische Medien, zur Wahrnehmung ihrer Qualität sowie zu ihrer Nachrichtennutzung befragt. (16) Der Fragebogen enthielt außerdem weitere Fragen zu Soziodemografie, politischen Einstellungen und psychologischen Merkmalen sowie dem Wissen über Journalismus.

Basierend auf diesen Daten verfolgt der vorliegende Beitrag zwei Ziele: Erstens wird dargestellt, wie es um das Vertrauen in den Journalismus in Deutschland steht, welche Erwartungen Rezipientinnen und Rezipienten an die Medien richten und wie gut diese aus ihrer Sicht erfüllt sind. Außerdem wird der Frage nachgegangen, welche Ursachen sie für Qualitätsdefizite vermuten. Zweitens wird eine Typologie von Medienskeptikern vorgestellt, die unterschiedliche Formen des Misstrauens in journalistische Medien

entlang des Hintergrundwissens über Journalismus unterscheidet. Basierend auf diesen Ergebnissen werden Handlungsempfehlungen für Journalismus und Medienbildung diskutiert.

Das Vertrauen in journalistische Medien wurde im Fragebogen als generalisiertes Vertrauen abgefragt, indem die Befragten auf einem Schieberegler von 0-100 angeben konnten, wie sehr sie den etablierten Medien in Deutschland vertrauen. Etablierte Medien wurden vorab definiert als „die großen und bekannten Rundfunksender, Zeitungen und Nachrichtenmagazine (inklusive Onlineableger)“.

Dabei zeigt sich eine relativ breite Verteilung, in der sich der überwiegende Teil der Befragten im Bereich mittleres bis hohes Vertrauen einordnet (vgl. Abbildung 1). Der Journalismus genießt also grundsätzlichen Rückhalt in der Bevölkerung, sie steht ihm aber auch nicht unkritisch gegenüber. Allerdings zeigt sich auch eine substanziell große Gruppe am linken Rand der Verteilung, die geringe Vertrauenswerte von unter 35 auf der 100er-Skala angibt. Diese Gruppe macht etwa 25 Prozent der Stichprobe (n=257) aus und repräsentiert damit die Gruppe der Medienskeptiker. Am rechten Rand der Verteilung findet sich zudem eine kleine Gruppe mit sehr hohen Vertrauenswerten ab einem Wert von 80, die rund 7 Prozent der Befragten repräsentiert (n=67).

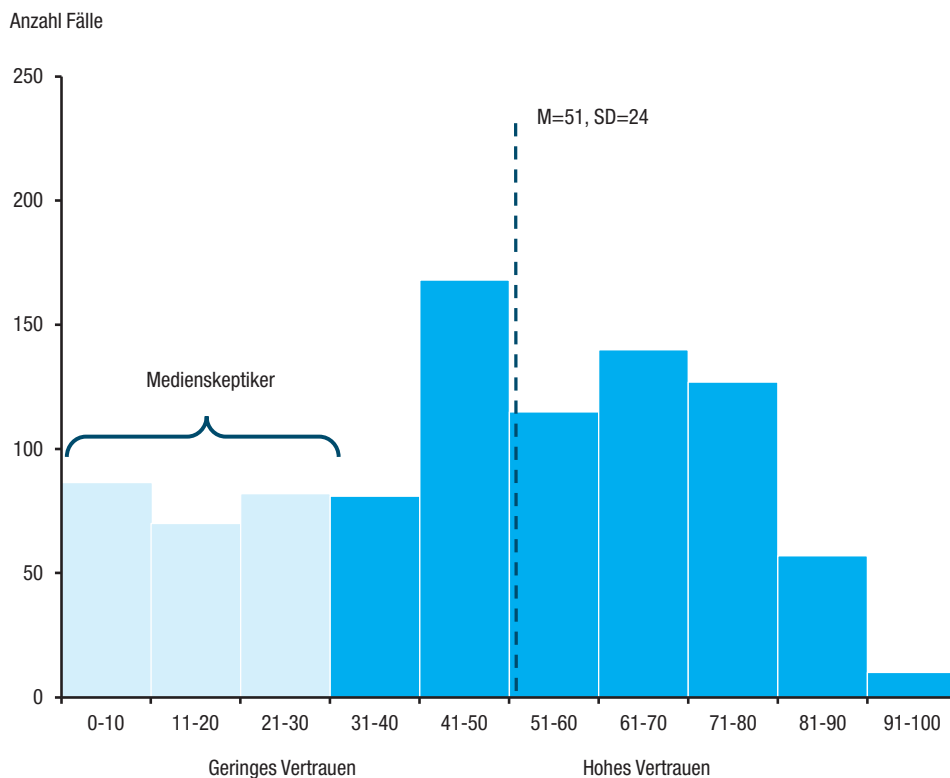
Welche Erwartungen und Wahrnehmungen journalistischer Qualität stehen hinter diesen Vertrauenswerten? Wo werden Erwartungen an den Journalismus eingehalten und wo hinken ihnen deutsche Medien hinterher? Im Fragebogen konnten die Befragten auf einer Skala von 1=„stimme überhaupt nicht zu“ bis 5=„stimme voll und ganz zu“ zu 19 journalistischen Qualitätskriterien (17) einerseits angeben, wie wichtig ihnen diese sind („Mir ist wichtig, dass die etablierten Medien...“). Andererseits wurden sie gefragt, inwiefern die etablierten Medien in Deutschland ihre Erwartungen an diese Qualitätskriterien erfüllen („Ich finde, dass die etablierten Medien...“). In Abbildung 2 sind die Mittelwerte der Erwartungen und Wahrnehmungen sowie ihre Diskrepanzen dargestellt.

Betrachtet man zunächst die Erwartungen, die an den Journalismus gestellt werden, sind die korrekte Darstellung der Fakten, Vollständigkeit, die Trennung von Nachricht und Meinung, Ausgewogenheit und die Relevanz der Themen für die Gesellschaft die wichtigsten Qualitätskriterien für die Befragten. Damit zeichnet sich ein Idealbild von Journalismus als „neutralen Vermittler“ ab, der Ereignisse möglichst realitätsnah wiedergeben soll. Kriterien wie die Kritik und Kontrolle von Politik und Wirtschaft oder der Einsatz für Benachteiligte in der Gesellschaft werden zwar ebenso als wichtig eingeschätzt, fallen aber

Etwa ein Viertel zeigt nur geringes Vertrauen in Journalismus

Erwartungen und Wahrnehmungen

Rolle der Medien als „neutraler Vermittler“ besonders wichtig

Abbildung 1
Vertrauen in Journalismus

Basis: n=936, Abfrage des Vertrauens in journalistische Medien mittels eines Schiebereglers von 0-100.

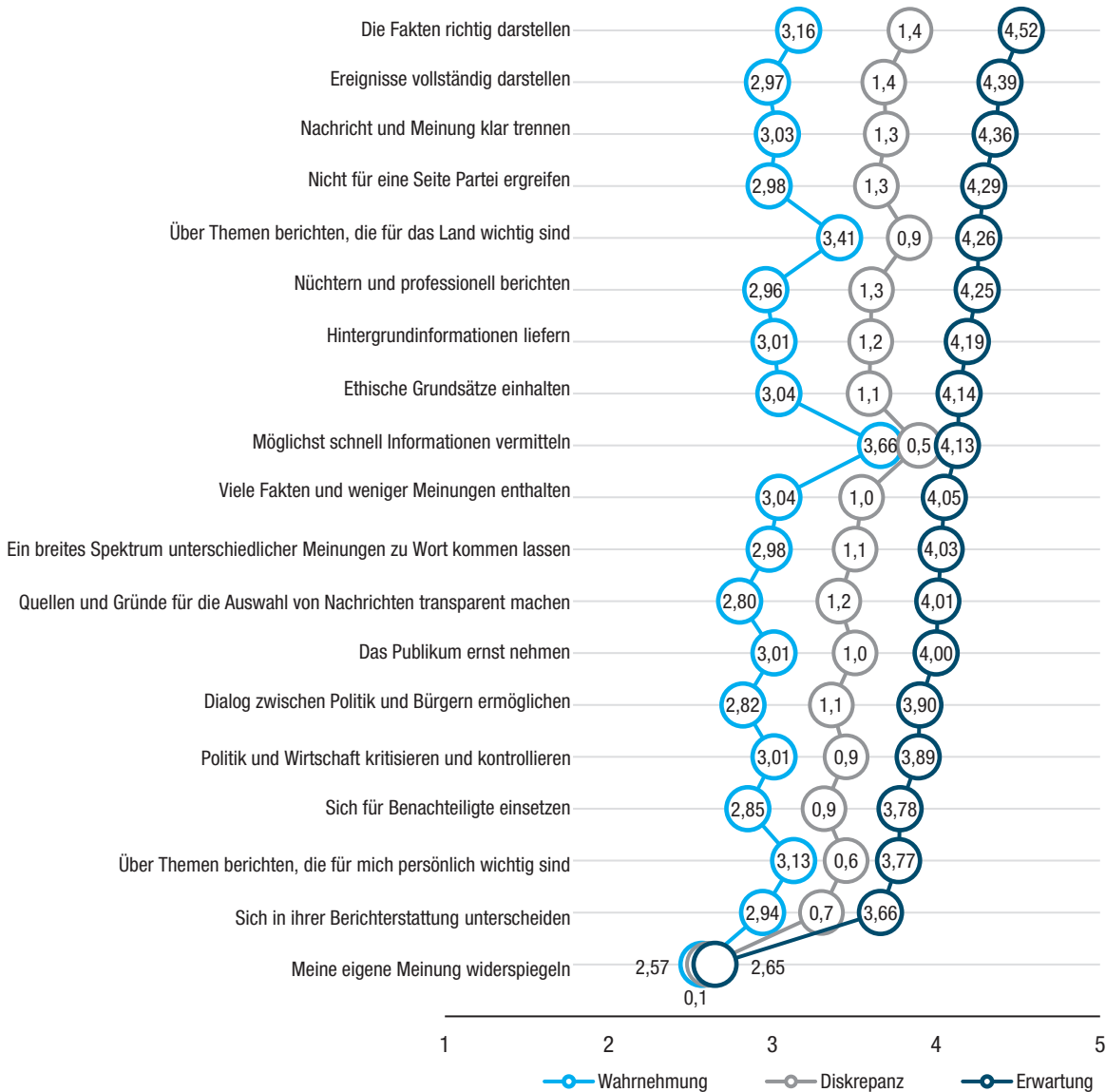
Quelle: DFG-Projekt "Vertrauen in Journalismus im medialen Strukturwandel".

hinter die genannten Kernerwartungen an den Journalismus als neutralem Vermittler zurück. Hohe Erwartungen zeigen sich auch bei Qualitätskriterien, die sich auf die Rechenschaft gegenüber dem Publikum und Transparenz beziehen („Quellen und Gründe für die Auswahl von Nachrichten transparent machen“, „das Publikum ernst nehmen“). Hier macht sich offenbar der Anspruch bemerkbar, das Publikum stärker in die journalistische Aussagenproduktion einzubinden und Hintergründe besser zu erklären. Etwas geringere Werte finden sich bei denjenigen Erwartungen, die zur Kritik- und Kontrollfunktion sowie zur Sozialisationsfunktion des Journalismus gehören. Dass sich etwa die etablierten Medien „in ihrer Berichterstattung voneinander unterscheiden“, „sich für Benachteiligte einsetzen“ und Politik und Wirtschaft kontrollieren sollen, ist für die Befragten deutlich weniger relevant als ihre Funktion als neutraler Vermittler.

beim Mittelpunkt der Skala bzw. leicht darüber. Anspruch und Wahrnehmung klaffen allerdings vor allem bei den am wichtigsten eingeschätzten Qualitätskriterien auseinander. Dementsprechend zeigen sich die größten Bewertungsunterschiede für die als besonders relevant eingestuften Qualitätsmerkmale „die Fakten richtig darstellen“, „Ereignisse vollständig darstellen“, „Nachricht und Meinung klar trennen“, „nicht für eine Seite Partei ergreifen“ und „nüchtern und professionell berichten“. Auf der anderen Seite zeigt sich bei der Wahrnehmung von Aktualität („möglichst schnell Informationen vermitteln“), persönlicher Relevanz der Themen (berichten über Themen „die für mich persönlich wichtig sind“) und Unterschieden zwischen den einzelnen Medien („sich in ihrer Berichterstattung unterscheiden“) im Durchschnitt die geringste Diskrepanz zu den Erwartungen an den Journalismus. Besonders sticht außerdem die Frage hervor, ob sich die Befragten mit ihrer Meinung in den Medien repräsentiert fühlen, also die Medien „die eigene Meinung widerspiegeln“. Das ist offenbar für die meisten Befragten eher nicht der Fall, dieses Item wird im Durchschnitt als am wenigsten zutreffend angesehen. Allerdings handelt es sich um die Erwartung, die die Men-

Defizite bei der Erfüllung ihrer Erwartungen an Journalismus | Setzt man diese Erwartungen in Beziehung mit ihrer wahrgenommenen Umsetzung, werden deutliche Diskrepanzen sichtbar. Im Großen und Ganzen zeigt sich eine durchschnittliche Bewertung journalistischer Medien in Deutschland, die Mittelwerte liegen etwa

Abbildung 2
Erwartungen an Journalismus und Wahrnehmung seiner Qualität
Mittelwerte



Basis: n=936, Abfrage der Erwartungen an journalistische Medien und deren Erfüllung.

Quelle: DFG-Projekt "Vertrauen in Journalismus im medialen Strukturwandel".

schen – nach den Ergebnissen der Erwartungsabfrage – am wenigsten an den Journalismus stellen.

Ursachen für Qualitätsdefizite

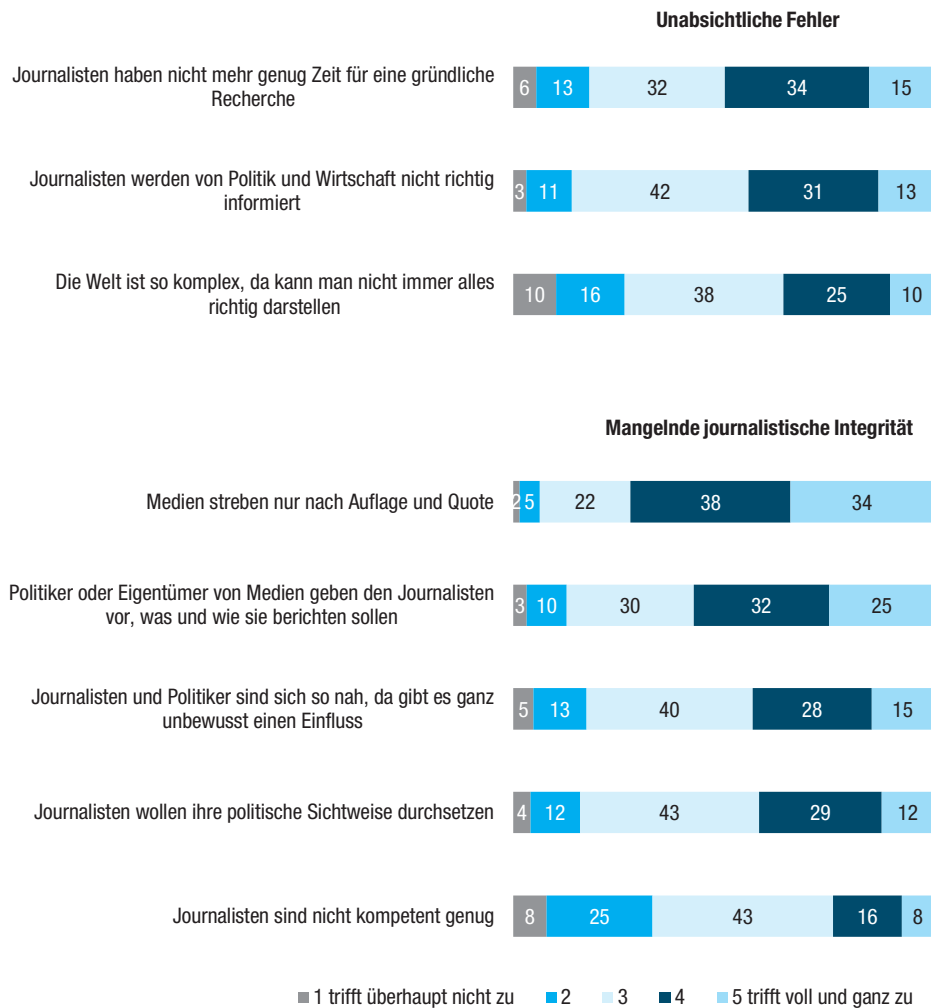
Im Fragebogen wurde außerdem danach gefragt, welche Ursachen die Befragten für diese und andere Kritikpunkte an den etablierten Medien wahrnehmen. Dabei wurden mögliche Gründe auf der Ebene der Redaktionen und der Arbeitsprozesse im Journalismus thematisiert. (18) Den Fragen in diesem Bereich lag die Unterscheidung in zwei mögliche Dimensionen zugrunde, die in der qualitativen Vorstudie identifiziert wurden: Als Gründe für die Differenz zwischen den Erwartungen und der wahrgenommenen journalistischen Umsetzung wurden entweder

(1) „unabsichtliche“ Defizite im Journalismus (Komplexität der Welt, Zeitdruck, mangelnde Information durch Politik und Wirtschaft) oder (2) mangelnde journalistische Integrität und Kompetenz (Abhängigkeit von Politik und Wirtschaft, Profitstreben etc.) genannt (vgl. Abbildung 3).

Bei den Defiziten des Journalismus, die durch unbeabsichtigte Faktoren entstehen, werden vor allem Zeitmangel und unzureichende Informationen als relevant eingestuft. Knapp die Hälfte der Befragten glaubt, dass Journalisten nicht genug Zeit für gründliche Recherche haben, und etwa 44 Prozent stimmen zu, dass Journalisten von Politik und Wirtschaft

Zeitdruck als wichtiges qualitätsminderndes Kriterium genannt

Abbildung 3
Gründe für wahrgenommene Defizite journalistischer Medien



Basis: n=936, Gründe für absichtliche vs. unabsichtliche Fehler journalistischer Medien.

Quelle: DFG-Projekt "Vertrauen in Journalismus im medialen Strukturwandel".

häufig nicht richtig informiert werden. Rund 35 Prozent halten außerdem die Aussage für zutreffend, dass die Welt zu komplex ist, um sie immer richtig darzustellen. Indes lehnen aber nur zwischen 14 und 26 Prozent der Befragten diese Aussagen eher oder ganz ab, nur eine Minderheit nimmt also an, dass diese Aspekte keine oder nur eine geringe Rolle für die Qualitätsdefizite des Journalismus spielen.

Einfluss von Politik und Medieneigentümern kritisiert

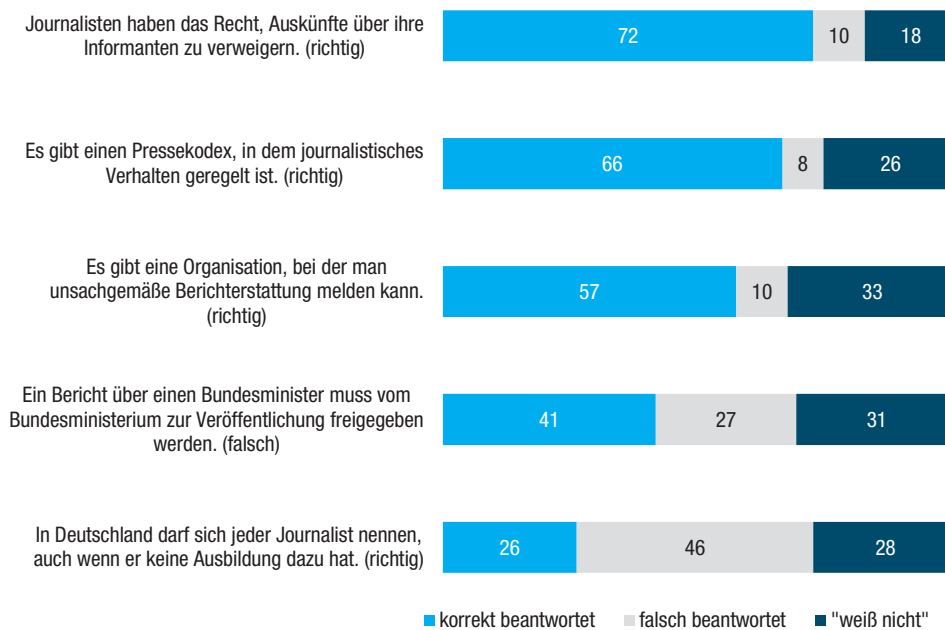
Bei den Fragen zur journalistischen Integrität zeigen sich deutliche Kritikpunkte an der Arbeit der Journalistinnen und Journalisten. So stimmt eine deutliche Mehrheit von 72 Prozent der Aussage zu, dass Medien nur nach Auflage und Quote streben, und 57 Prozent der Befragten gehen ganz oder eher davon aus, dass Politiker oder Eigentümer von Medienhäusern den Journalisten vorschreiben, was und wie sie berichten sollen. Damit glauben mehr Menschen, dass der journalistischen Qualität durch Manipula-

tionen und den Einfluss von Politik und Medieneigentümern geschadet wird als durch unbeabsichtigte Fehler und Unklarheiten. Die unbewusste Nähe von Journalisten und Politikern betrachten rund 43 Prozent als Ursache für journalistische Qualitätseinbußen. Auch die Annahme, dass Journalisten häufig ihre politische Sichtweise durchsetzen wollen, findet bei rund 41 Prozent der Befragten Zustimmung. Hinsichtlich ihrer Kompetenz werden Journalisten hingegen positiver bewertet: Nur rund 24 Prozent der Befragten glauben, dass Fehler durch mangelnde Kompetenz der Journalisten zustande kommen.

Typologie von Medienskeptikern

Der größte Teil der Forschung zum Vertrauen in den Journalismus beschäftigt sich mit linearen Zusammenhängen des Vertrauens mit anderen Variablen. Dabei wird korrelativ ermittelt, welche Merkmale mit hohem bzw. niedrigem Vertrauen zusammenhängen

Abbildung 4
Wissen zum Journalismus



Basis: n=936, Abfrage des Wissens über journalistische Arbeitsweisen in Selbstauskunft.

Quelle: DFG-Projekt "Vertrauen in Journalismus im medialen Strukturwandel".

(z. B. politische Einstellungen, psychologische Merkmale, Mediennutzung). Dies geschieht vor allem, um Gründe für Misstrauen zu identifizieren. Wenige Forschungsergebnisse gibt es jedoch zu unterschiedlichen Formen des Misstrauens gegenüber Medien. Dabei ist insbesondere naheliegend, dass sich medien-skeptische Personen dahingehend unterscheiden lassen, wie gut sie über journalistisches Arbeiten Bescheid wissen und wie sie ihre Zweifel begründen können. Bereits in den 1980er-Jahren identifizierten Gaziano und McGrath in den USA zwei Typen von Medienskeptikern (19): Die „misstrauischen Kritiker“ („less well informed and suspicious“) verfügen über eine niedrige formale Bildung, haben wenig Interesse an Nachrichten und sind generell skeptisch gegenüber Eliten. Die „differenzierten Skeptiker“ („sophisticated sceptics“) dagegen sind höher gebildet, interessieren sich für Nachrichten und Politik und verfügen über viel Hintergrundwissen zur Arbeitsweise von Medienanbietern. Diese Unterscheidung ist für den praktischen Umgang des Journalismus mit Vertrauensproblemen relevant. Denn je nach Informationsstand und Wissen von Medienskeptikern sind unterschiedliche vertrauensbildende Maßnahmen erfolgversprechend.

gute Kenntnisse zu den Rahmenbedingungen journalistischen Arbeitens. Rund zwei Drittel der Befragten kennen das Auskunftsverweigerungsrecht, den Presserat und Pressekodex. Dass Bundesministerien Berichte über Minister nicht freigeben müssen, wissen jedoch nur rund 40 Prozent der Befragten. Das Wissen über Journalismus hängt unmittelbar mit dem Vertrauen in ihn zusammen: Je mehr Fragen zum Medienwissen korrekt beantwortet werden können, desto höher ist auch das Vertrauen ($r = ,20, p < ,001$). Umgekehrt weisen Teilnehmende mit zunehmender Anzahl an „weiß nicht“-Antworten ein geringeres Vertrauen in den Journalismus auf ($r = -,15, p < ,001$).

Um Typen von Medienskeptikern zu identifizieren, wurde unter den Personen, die Vertrauenswerte unter 35 angegeben hatten ($n=257$), eine Clusteranalyse (21) durchgeführt und die Befragten entlang ihres objektiven und subjektiven Medienwissens in ähnliche Gruppen eingeteilt. Das objektive Medienwissen ermittelte sich aus den Items in Abbildung 4. Das subjektive Medienwissen wurde über die Zustimmung zu drei Statements abgefragt (z. B. „Ich bin gut darüber informiert, wie Journalisten recherchieren und arbeiten“).

Drei Typen von Medienskeptikern identifiziert

Ausgeprägtes Wissen über Journalismus korreliert mit hohem Vertrauen

In der vorliegenden Studie wurde daher auch das objektive Wissen der Befragten über den Journalismus über fünf Fragen (20) ermittelt (vgl. Abbildung 4). Dabei zeigen die Befragten im Durchschnitt recht

Mit diesem Vorgehen ließen sich drei Typen von Medienskeptikern identifizieren: die „Enttäuschten Journalismus-Idealisten“, die „Diffus Medienskeptischen“ sowie die „Abgehängten Skeptiker“. Tabelle 1 zeigt

Tabelle 1

Typen von Medienskeptikern – Personenmerkmale

| | Typ 1: „Enttäuschte Journalismus-Idealisten“ (n=96) | Typ 2: „Diffus Medienskeptische“ (n=112) | Typ 3: „Abgehängte Skeptiker“ (n=49) |
|---|--|--|--|
| Medienwissen (Mittelwerte) | | | |
| Anzahl korrekte Wissensfragen | 3,65 ^a | 2,00 ^b | 0,37 ^c |
| Anzahl „weiß nicht“-Antworten | 0,31 ^a | 1,64 ^b | 4,29 ^c |
| Subjektives Medienwissen ¹ | 3,35 ^a | 2,60 ^b | 2,11 ^c |
| Soziodemografie | | | |
| Alter in Jahren (M) | 44 | 44 | 41 |
| Anteil Männer, in % | 58 ^a | 39 ^b | 45 ^{a, b} |
| Max. Hauptschulabschluss, in % | 22 ^a | 42 ^b | 33 ^{a, b} |
| Realschulabschluss, in % | 28 | 37 | 41 |
| Abitur, in % | 18 | 7 | 22 |
| Hochschulabschluss, in % | 32 ^a | 14 ^b | 4 ^c |
| Psychologische Merkmale (Mittelwerte) | | | |
| Interpersonelles Vertrauen ² | 2,73 | 2,61 | 2,27 |
| Konstruktivistische Weltsicht ³ | 3,11 | 2,86 | 2,78 |
| Verschwörungsmentalität ⁴ | 4,74 ^a | 5,74 ^b | 5,29 ^a |
| Politikbezogene Merkmale (Mittelwerte) | | | |
| Politische Kompetenzüberzeugung ⁵ | 3,38 ^a | 2,85 ^b | 2,33 ^c |
| Politische Einflussüberzeugung ⁶ | 2,02 | 1,86 | 1,9 |
| Politischer Zynismus ⁷ | 4,25 | 4,17 | 4,12 |
| Wahlabsicht, in % | | | |
| CDU/CSU | 14 | 12 | 8 |
| SPD | 10 | 12 | 18 |
| Bündnis 90/Grüne | 6 | 3 | 2 |
| FDP | 9 | 4 | 6 |
| Die Linke | 11 ^a | 12 ^a | 2 ^b |
| AfD | 25 ^{a, b} | 35 ^a | 16 ^b |
| Sonstige | 13 | 13 | 16 |
| Nichtwähler | 11 ^a | 11 ^a | 31 ^b |

Hinweis: Gruppen mit unterschiedlichen Kleinbuchstaben unterscheiden sich signifikant.

1 Mittelwertindex aus drei Items, z. B. „Ich bin gut darüber informiert, wie Journalisten recherchieren und arbeiten“ (1=„stimme überhaupt nicht zu“, 5=„stimme voll und ganz zu“)

2 Frage: „Glauben Sie, dass man den meisten Menschen vertrauen kann, oder dass man im Umgang mit anderen Menschen nicht vorsichtig genug sein kann?“ (1=„man kann nicht vorsichtig genug sein“, 10=„den meisten Menschen kann man vertrauen“)

3 Frage: „Was stimmt und was nicht, ist in vielen Fällen Ansichtssache. Es gibt oft kein „wahr“ oder „falsch“. (1=„trifft überhaupt nicht zu“, 5=„trifft voll und ganz zu“)

4 Frage: „Ich glaube, dass die „offizielle Version“ von Ereignissen die Wahrheit oft verschleiern.“ (1=„trifft überhaupt nicht zu“, 7=„trifft voll und ganz zu“)

5 Mittelwertindex aus drei Items, z. B. „Ich traue mir zu, mich politisch und öffentlich zu engagieren“, (1=„stimme überhaupt nicht zu“, 5=„stimme voll und ganz zu“)

6 Mittelwertindex aus drei Items, z. B. „Menschen wie ich können wirksam Einfluss darauf nehmen, was in der Politik passiert“ (1=„stimme überhaupt nicht zu“, 5=„stimme voll und ganz zu“)

7 Mittelwertindex aus zwei Items, z. B. „wie viele Politiker sind in der Politik, um möglichst viel für sich selbst herauszuholen?“ (1=„so gut wie keine“, 2=„nur wenige“, 3=„etwa die Hälfte“, 4=„die meisten“, 5=„so gut wie alle“)

Quelle: DFG-Projekt „Vertrauen in Journalismus im medialen Strukturwandel“.

die Unterschiede der Gruppen zunächst entlang ihrer Soziodemografie, psychologischen und politikbezogenen Merkmalen. Tabelle 2 stellt Unterschiede hin-

sichtlich ihrer Erwartungen an Journalismus und Wahrnehmungen seiner Qualität sowie ihrer Nachrichtennutzung dar.

Tabelle 2
Typen von Medienskeptikern – medienbezogene Merkmale

| | Typ 1: „Enttäuschte Journalismus-Idealisten“ (n=96) | Typ 2: „Diffus Medienskeptische“ (n=112) | Typ 3: „Abgehängte Skeptiker“ (n=49) |
|--|--|--|--|
| Qualitätserwartungen und -wahrnehmungen (Mittelwerte) | | | |
| Qualitätserwartungen ¹ | 4,19 ^a | 4,01 ^a | 3,30 ^b |
| Qualitätswahrnehmungen ² | 2,4 | 2,48 | 2,28 |
| Unabsichtliche Fehler ³ | 3,06 | 3,28 | 3 |
| Mangelnde journ. Integrität ⁴ | 3,93 ^a | 3,79 ^a | 3,40 ^b |
| Nachrichtennutzung | | | |
| Nachrichtennutzung gesamt ⁵ | 283 Min. ^a | 243 Min. ^a | 131 Min. ^b |
| Anteile Offlinequellen, in % | | | |
| Öffentlich-rechtliches Fernsehen | 16 | 13 | 9 |
| Privates Fernsehen | 13 ^a | 22 ^b | 30 ^b |
| Printmedien | 11 ^a | 10 ^a | 4 ^b |
| Radio | 11 | 15 | 22 |
| Anteile Onlinequellen, in % | | | |
| Journalistische Medien | 25 | 21 | 23 |
| Alternativmedien | 16 ^a | 9 ^b | 10 ^b |
| Originalquellen | 6 ^a | 6 ^a | 2 ^b |
| Nutzerkommentare | 4 ^a | 4 ^a | 1 ^b |
| Gesamt (Offline- und Onlinequellen) | 100 | 100 | 100 |
| Anteile Onlinekanäle an Gesamtnutzung, in % | | | |
| Websites/Apps | 17 | 13 | 14 |
| Suchmaschinen | 8 | 6 | 6 |
| Soziale Netzwerkseiten | 11 | 10 | 11 |
| Videoplattformen | 6 ^a | 7 ^a | 2 ^b |
| Personalisierte Websites/Apps* | 8 ^a | 4 ^b | 5 ^{a, b} |
| Gesamt (Onlinekanäle und Offlinequellen) | 100 | 100 | 100 |
| Kontakt mit alternativen Ereignisdarstellungen und Medienkritik⁶ (Mittelwerte) | | | |
| bewusst | 3,24 ^a | 2,55 ^b | 2,12 ^b |
| zufällig | 3,15 ^a | 3,46 ^a | 2,53 ^b |

Hinweis: Gruppen mit unterschiedlichen Kleinbuchstaben unterscheiden sich signifikant.

1 Mittelwertindex aus allen 19 Qualitätserwartungen.

2 Mittelwertindex aus allen 19 Qualitätswahrnehmungen.

3 Mittelwertindex der drei Items zu unabsichtlichen Fehlern als wahrgenommene Gründe für Qualitätsmängel (vgl. Abb. 3).

4 Mittelwertindex der fünf Items zu mangelnder journalistischer Integrität als wahrgenommene Gründe für Qualitätsmängel (vgl. Abb. 3).

5 Mittelwert aller genutzten Nachrichtenmedien am gestrigen Tag. Die Befragten konnten für alle abgefragten Medien auf einer 7-stufigen Skala angeben, wie lange sie sie genutzt haben (1 = „gar nicht“ bis 7 = „2 Stunden und mehr“). Für die Umrechnung in Minuten wurde der mittlere Wert der jeweiligen Kategorie eingesetzt, z. B. 22,5 Min. für „¼ bis unter ½ Stunde“.

6 Frage: „Wie erhalten Sie im Internet Informationen, die etablierte Medien kritisieren oder Ereignisse anders darstellen als die etablierten Medien? Ich suche solche Informationen bewusst/ich stoße zufällig auf solche Informationen“ (1 = „trifft überhaupt nicht zu“, 5 = „trifft voll und ganz zu“)

Quelle: DFG-Projekt „Vertrauen in Journalismus im medialen Strukturwandel“.

Typ 1: „Enttäuschte
Journalismus-
Idealisten“

Die „Enttäuschten Journalismus-Idealisten“ (n=96) zeichnen sich durch relativ umfangreiches Wissen über Journalismus aus: Von fünf Wissensfragen beantworteten sie im Schnitt 3,7 korrekt, geben jedoch eher eine falsche Antwort, als Unwissenheit zuzu-

geben. Im Durchschnitt geben sie nur 0,3 „weiß nicht“-Antworten. Passend dazu ergibt sich bei ihnen ein sehr hoher Wert beim subjektiven Medienwissen, sie halten sich also in Bezug auf Journalismus für kompetent. In dieser Gruppe finden sich

vorwiegend Männer, die formale Bildung ist im Vergleich mit den anderen Skeptiker-Gruppen höher. Etwa ein Drittel verfügt über einen Hochschulabschluss. Im Vergleich mit den anderen Gruppen der Medienskeptiker weisen sie eine geringere Neigung zu Verschwörungstheorien auf, sie attribuieren also gesellschaftliche Ereignisse nicht so stark auf angebliche Verschwörungen im Hintergrund. Dies ergänzt das Bild der besser informierten Personen. Von allen Gruppen haben sie die höchste politische Kompetenzüberzeugung, jedoch gepaart mit einer sehr geringen Einflussüberzeugung (wie bei allen Medienskeptikern). Diese Gruppe schätzt sich also zwar selbst als sehr kompetent in Bezug auf die Politik ein, glaubt aber nicht daran, wirksam Einfluss auf politische Entscheidungen nehmen zu können. Gleichzeitig sind sie hinsichtlich ihrer Wahlpräferenzen die vielfältigste Gruppe: Zwar dominiert hier eine AfD-Präferenz, andere Parteien sind aber ebenfalls vergleichsweise bedeutsam. Medienskeptiker außerhalb des rechtspopulistischen Milieus finden sich also am ehesten in dieser Gruppe. Die enttäuschten Idealisten haben sehr hohe Erwartungen an journalistische Medien, die jedoch aus ihrer Sicht nicht erfüllt werden. Diese Diskrepanz begründen sie vor allem mit mangelnder journalistischer Integrität – hier weisen sie unter allen Medienskeptiker-Typen die höchsten Werte auf. Sie sind zudem derjenige Skeptikertyp mit der intensivsten Nachrichtennutzung. Dabei greifen sie weiterhin auf journalistische Medien zurück, informieren sich aber auch bei Alternativmedien, Originalquellen und lesen Nutzerkommentare. Von den Skeptiker-Gruppen nutzen Sie das öffentlich-rechtliche Fernsehen am intensivsten, dafür vergleichsweise wenig Privatfernsehen. Im Vergleich mit den anderen Gruppen informieren sie sich stärker auf Videoplattformen und personalisierbaren Websites und Apps. Schließlich suchen sie mit Abstand am häufigsten im Internet aktiv nach Alternativen zum Journalismus.

Typ 2: „Diffus Medienskeptische“

Die „Diffus Medienskeptischen“ (n=112) sind die größte medienkritische Gruppe. Sie stellen damit den „Mainstream“ dieser Gruppen. Sie können zwei von fünf Wissensfragen zum Journalismus richtig beantworten, schätzen ihre Kompetenz in Bezug auf Medien aber auch als nicht besonders hoch ein. In dieser Gruppe finden sich überwiegend Frauen und Personen mit mittlerer bis niedriger formaler Bildung. Im Vergleich mit den anderen Skeptikertypen haben sie allerdings eine sehr hohe Neigung zu Verschwörungstheorien und glauben auch an Manipulationen der Medien, die sie jedoch offenbar kaum rational begründen können. Bei ihnen ist ebenfalls die AfD-Wahlpräferenz am stärksten ausgeprägt. Sie informieren sich überwiegend über das Privatfernsehen, im Internet nutzen sie vergleichsweise selten nicht-journalistische Quellen. Vor allem suchen sie kaum aktiv nach Alternativen

zum Journalismus, geben allerdings überdurchschnittlich häufig an, zufällig auf solche Inhalte zu stoßen.

Die „Abgehängten Skeptiker“ (n=49) machen nur etwa 5 Prozent der Befragten aus, sind also die kleinste Gruppe unter den Medienskeptikern. Sie beantworten kaum eine Wissensfrage korrekt bzw. geben meist an, die Antwort nicht zu kennen. Zusätzlich schätzen sie ihr Wissen als sehr niedrig ein, sie haben das geringste subjektive Medienwissen von allen drei Gruppen. Auch unter den abgehängten Skeptikern finden sich etwas mehr Frauen. Personen mit niedrigem bis mittlerem Bildungsniveau sind überproportional vertreten. Diese Gruppe teilt die für Medienskeptiker generell typische Überzeugung, dass die Politik die Interessen und Vorschläge der Bevölkerung meist ignoriert, und hält sich selbst politisch für wenig kompetent. Der extrem hohe Nichtwähler-Anteil von fast einem Drittel lässt auf eine starke politische Entfremdung schließen. Abgesehen von Nichtwählern finden sich hier auch viele Anhänger der SPD, sonstiger Parteien und der AfD. Auffällig sind außerdem die sehr niedrigen Erwartungen an journalistische Medien. In Kombination mit ihrer deutlich niedrigeren Informationsnutzung zeigt sich hier eine Gleichgültigkeit und womöglich auch Resignation gegenüber Politik, Journalismus und gesellschaftsrelevanten Ereignissen. Die geringe Nachrichtennutzung verteilt sich dann auch überwiegend auf das Privatfernsehen, Radio und journalistische Onlinenachrichten, öffentlich-rechtliches Fernsehen spielt kaum eine Rolle. Beim Radio ist der Anteil im Vergleich zu den enttäuschten Idealisten doppelt so hoch, was vor allem dafür spricht, dass Nachrichten hier eher beiläufig genutzt werden. Nicht-journalistische Quellen im Internet spielen im Gegensatz zu den anderen Medienskeptikern in ihrem Nachrichtenrepertoire eine untergeordnete Rolle. Die abgehängten Skeptiker suchen weder bewusst nach Alternativen zum Journalismus noch stoßen sie zufällig auf solche Inhalte.

Fazit

Die Studie zeigt, dass journalistische Medien nach wie vor relativ hohe Vertrauenswerte erzielen, sich allerdings auch eine substanzial große Gruppe mit sehr geringem Vertrauen in den Journalismus entwickelt hat. Kritikpunkte an den Medien umfassen vor allem mangelnde Vollständigkeit und Korrektheit der Beiträge, eine Vermischung von Nachricht und Meinung sowie mangelnde Ausgewogenheit. Die Befragten führen dies vor allem auf mangelnde Integrität im Journalismus zurück und gehen davon aus, dass Medieneigentümer und Politiker die Berichterstattung beeinflussen und Medien in ihrem Streben nach Auflage und Quote Qualitätsansprüche hintanstellen.

Typ 3: „Abgehängte Skeptiker“

Rund ein Viertel zeigt medienskeptische Tendenzen

Drei Typen von
Medienskeptikern

Die Studie identifiziert drei Typen von Medienskeptikern, die den Vertrauensverlust journalistischer Medien repräsentieren: „Enttäuschte Journalismus-Idealisten“ mit hohem Hintergrundwissen über den Journalismus und großen Erwartungen an die Medien, aber einer sehr geringen Meinung von seiner Qualität und Unabhängigkeit. Als zweiten Typ die „Diffus Medienskeptischen“, die von der Politik enttäuscht sind und die Medien als Teil einer Verschwörung wähen und drittens die „Abgehängten Skeptiker“, die offenbar keinen Kontakt zum politisch-medialen Geschehen wollen und keine Erwartungen an den Journalismus (mehr) stellen.

Transparenz und
Qualität als Teil der
komplexen Aufgabe,
Vertrauen zu fördern

Vertrauensbildende Maßnahmen im Journalismus sollten einerseits deutlich machen, wie komplex und wenig eindeutig die journalistische Arbeit häufig ist, und damit unbegründeten, pauschalen Manipulationsvorwürfen entgegentreten. Gleichzeitig sollte der Journalismus die Qualität der Berichterstattung stärker in den Vordergrund rücken. Gerade durch den digitalen Strukturwandel sehen sich journalistische Medien neben ökonomischem Druck erhöhter Überprüfbarkeit und zunehmender Konkurrenz durch nicht-journalistische Medien ausgesetzt. Diese Medien widersprechen in ihrer Realitätskonstruktion häufig den journalistischen Darstellungen. Hier wird es für den Journalismus gelten, durch größere Transparenz und ein stärkeres Hinterfragen und Erklären der eigenen Realitätskonstruktion Vertrauen zurückzugewinnen. Im Online-Journalismus versuchen viele Medienhäuser diesen neuen Rahmenbedingungen mit einer Strategie der Optimierung von Klickzahlen zu begegnen (u.a. durch Clickbait und der Anpassung an Empörungsllogiken sozialer Netzwerkseiten). Das trägt beim Publikum jedoch offenbar eher zu dem Eindruck bei, dass es journalistischen Medien vor allem um Gewinnmaximierung geht.

Darüber hinaus muss anerkannt werden, dass das Vertrauen in den Journalismus kaum vom Vertrauen in das politische System und das Funktionieren der Demokratie zu trennen ist. Hier gilt es politisch, die zugrundeliegenden Probleme für diese Entfremdung zu identifizieren und zu adressieren. Das gilt vor allem für diejenigen Skeptikertypen, die Medien und Politik als Teil einer entfremdeten Elite wahrnehmen und generell kein besonders hohes Interesse an Nachrichten und Politik zeigen.

Auch Medien-
skeptiker nutzen
vorwiegend
journalistische
Medienangebote

Kaum Belege finden sich allerdings für die These, dass sich weite Teile medienskeptischer Milieus vom Journalismus abkoppeln und sich in abgeschlossenen Echokammern aus Alternativmedien bewegen. Alle Medienskeptiker nutzen nach wie vor überwiegend journalistische Medien, um sich zu informieren. Nur die „Enttäuschten Journalismus-Idealisten“ mit hoher Bildung und hohem Interesse an Nachrichten nutzen besonders intensiv nicht-journalis-

tische Informationsquellen im Internet und suchen auch aktiv nach solchen Inhalten. Da diese Gruppe also besonders interessiert an Nachrichten und Politik ist und hohe Erwartungen in den Journalismus setzt, ist sie vermutlich auch diejenige, die am besten von journalistischen Medien selbst erreicht werden könnte. Dies kann etwa über Transparenzinitiativen geschehen, die das hohe Interesse dieser Gruppe an Nachrichten und Politik nutzen, um journalistische Arbeitsweisen besser zu erklären.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Preuß, Madlen/Frederik Tetzlaff/Andreas Zick: Publizieren wird zur Mutprobe. Hass im Arbeitsalltag Medienschaffender. Studie zur Wahrnehmung von und Erfahrungen mit Angriffen unter Journalist_innen. Expertise für den Mediendienst Integration 2017. <https://mediendienst-integration.de/fileadmin/Dateien/Studie-hatespeech.pdf> (abgerufen am 25.3.2020).
- 2) Vgl. Reinemann, Carsten/Nayla Fawzi/Magdalena Obermaier: Die „Vertrauenskrise“ der Medien – Fakt oder Fiktion? Zu Entwicklung, Stand und Ursachen des Medienvertrauens in Deutschland 2017. In: Lilienthal, Volker/Irene Neverla: Lügenpresse. Anatomie eines politischen Kampfbegriffs. Köln 2017, S. 77-94.
- 3) Vgl. Langzeitstudie Medienvertrauen der Universität Mainz, Forschungsergebnisse der Welle 2019. <https://medienvertrauen.uni-mainz.de/forschungsergebnisse-der-welle-2019/> (abgerufen am 25.3.2020).
- 4) Vgl. z. B. das DFG-Netzwerk „Medienvertrauen in der digitalen Welt“; www.netzwerk-medienvertrauen.de (abgerufen am 25.3.2020).
- 5) Vgl. Jakob, Nikolaus/Tanjev Schultz/Marc Ziegele/Christian Schemer/Oliver Quiring: Medienzyniker und Medienfans. Merkmale eines gespaltenen Publikums. In: Haller, Michael (Hrsg.): Öffentliches Vertrauen in der Mediengesellschaft. Köln 2017, S. 118-138.
- 6) Vgl. ebd. sowie Fawzi, Nayla: Untrustworthy news and the media as „enemy of the people“? How a populist worldview shapes recipients' attitudes toward the media. In: The International Journal of Press/Politics 24, 2/2019, S. 146-164. DOI: 10.1177/1940161218811981.
- 7) Vgl. Jakob u.a. (Anm. 5), S. 128.
- 8) Vgl. Holt, Kristoffer/Tine Ustad Figenschou/Lena Frischlich: Key dimensions of alternative news media. Digital Journalism 7, 7/2019, S. 860-869. DOI: 10.1080/21670811.2019.1625715; Jakob, Nikolaus/Tanjev Schultz/Illka Jakobs/Marc Ziegele/Oliver Quiring/Christian Schemer: Medienvertrauen im Zeitalter der Polarisierung. Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2018. In: Media Perspektiven 5/2019, S. 210-220.
- 9) Vgl. Tsfati, Yariv: Does audience skepticism of the media matter in agenda setting? Journal of Broadcasting & Electronic Media 47, 2/2003, S. 157-176. DOI: 10.1207/s15506878jobem4702_1.
- 10) Vgl. Neuberger, Christoph: Journalismus in der Netzwerköffentlichkeit. Zum Verhältnis zwischen Profession, Partizipation und Technik. In: Nuernbergk, Christian/Christoph Neuberger (Hrsg.): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung, 2. Aufl. Wiesbaden 2018, S. 11-80.
- 11) Vgl. Pfetsch, Barbara/Maria Löblich/Christiane Eilders: Dissonante Öffentlichkeiten als Perspektive kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung. In: Publizistik 48, 1/2018, S. 1-19. DOI: 10.1007/s11616-018-0441-1
- 12) Vgl. Schweiger, Wolfgang/Patrick Weber/Fabian Prochazka/Lara Brückner: Algorithmisch personalisierte Nachrichtenkanäle. Begriffe, Nutzung, Wirkung. Wiesbaden 2019.

- 13) Vgl. Schweiger, Wolfgang: Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern. Wiesbaden 2017.
- 14) Teil des Projekts ist auch eine Medieninhaltsanalyse, die derzeit noch ausgewertet wird. Weitere Informationen unter <http://medienvertrauen.uni-hohenheim.de> (abgerufen am 25.3.2020).
- 15) Entwicklungen im Medienvertrauen seit 2017 dokumentiert u.a. die Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen (<https://medienvertrauen.uni-mainz.de/>)
- 16) Weitere und ausführlichere theoretische Ausarbeitungen sowie Ergebnisse der Befragungsstudien finden sich in Prochazka, Fabian: Vertrauen in Journalismus unter Online-Bedingungen. Zum Einfluss von Personenmerkmalen, Qualitätswahrnehmungen und Nachrichtennutzung. Wiesbaden 2020. DOI: 10.1007/978-3-658-30227-6.
- 17) Zur Herleitung der einzelnen Items vgl. Prochazka (Anm. 17).
- 18) Vgl. dazu auch Prochazka, Fabian/Wolfgang Schweiger: Medienkritik online. Was kommentierende Nutzer am Journalismus kritisieren. In: *Studies in Communication and Media* 5, 4/2016, S. 454-469. DOI: 10.5771/2192-4007-2016-4-454
- 19) Vgl. Gaziano, Cecile/Kristin McGrath: Media publics and media trust, MORI Research, 1985. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED263610.pdf> (abgerufen am 25.3.2020).
- 20) Adaptiert von Donsbach, Wolfgang/Mathias Rentsch/Anna-Maria Schielicke/Sandra Degen: Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden. Konstanz 2009.
- 21) Distanzmaß: quadrierte euklidischen Distanz; Clusteralgorithmus: Ward-Verfahren mit anschließendem k-means-Clustering.