

Analysen auf Basis der Studie „Medien als Träger politischer Information“ („Medien und ihr Publikum“) 2017 und der BR-Studie „Informationen fürs Leben“ 2016

▶ Medienvertrauen und Informationsverhalten von politischen Zweiflern und Entfremdeten

Von *Birgit van Eimeren**, *Erk Simon*** und *Andreas Riedl****

Diskussion um Medienvertrauen und Glaubwürdigkeit der Medien

Die Medien sehen sich spätestens seit dem Jahr 2015, dem Jahr der Flüchtlingskrise, einer verstärkten Diskussion um das Vertrauen in die Berichterstattung und deren Glaubwürdigkeit ausgesetzt. Die teilweise heftige, meist im Internet und sozialen Netzwerken geäußerte Kritik an den etablierten Medien und die nachfolgende öffentliche Debatte waren Auslöser mehrerer Studien, die zu einer detaillierten Betrachtung der Themen Medienvertrauen und Glaubwürdigkeit beigetragen haben. So kommt beispielsweise eine Forschergruppe der Universität Mainz in einer repräsentativen Umfrage zu dem Ergebnis, dass man durchaus von wechselnden Stimmungslagen ausgehen muss und nicht alle, die an den etablierten Sendern und Zeitungen Kritik üben, bereits ein gefestigtes Anti-Medien-Bild haben. (1) Die Ergebnisse zeichnen ein differenziertes Bild der Einstellungen der Deutschen zu ihren Medien. Ein umfassender und dramatischer Vertrauensverlust ist dabei nicht zu erkennen, vielmehr ergeben die aktuellen Daten Hinweise für eine Zunahme des Medienvertrauens, die als Unterstützung der Orientierungsfunktion der etablierten Medien in Krisenzeiten interpretiert werden kann. Zudem zeigen die Ergebnisse, dass die Meinungen der Bevölkerung in Bezug auf die Medien offenbar stärker als früher polarisiert sind.

Unbestritten ist, dass sich Menschen über Medien eine Meinung zum aktuellen politischen Geschehen bilden. Medien berichten nicht nur über das, was aktuell passiert, sondern sorgen für Orientierung und Teilhabe und ermöglichen es, sich über das Geschehen eine Meinung zu bilden. Gleichzeitig – und dies ist kein neues Phänomen – wird immer wieder von Bürgern, Politikern und Medienschaffenden hinterfragt, inwieweit Medien die „Wahrheit“ wiedergeben oder sie selbst Teil einer politischen Agenda sind, die mehr oder weniger großen Einfluss auf das Wahlverhalten und das Vertrauen der Bürger in die Berichterstattung aus-

üben. „Entfremdung“ und „Vertrauenskrise“ sind Schlagwörter, die im Zusammenhang mit den Medien besonders in den letzten Jahren gefallen sind.

Kurz und knapp

- Die Studien „Informationen fürs Leben“ und „Medien als Träger politischer Information“ untersuchten das Vertrauen in die Medien.
- Das Vertrauen vor allem in öffentlich-rechtliche Angebote und Pressemedien ist weiterhin hoch, eine quantitativ relevante Gruppe misstraut jedoch der Berichterstattung.
- Die Zufriedenheit mit dem politischen System und das Empfinden eigener politischer Wirksamkeit beeinflussen die Wahrnehmung des Medienangebots.
- Die Nutzer öffentlich-rechtlicher Angebote und von Pressemedien sind in diesen Punkten optimistischer und sehen deshalb das Medienangebot weniger kritisch.

Zwei Repräsentativstudien zur Wahrnehmung von Informationsangeboten

Vieles in dieser Debatte basiert auf einzelnen Erfahrungen und Stimmungsbildern. Zur Versachlichung dient eine Reihe von Studien aus den vergangenen beiden Jahren, die sich mit dem Vertrauen in die Medien und ganz generell der Wahrnehmung unterschiedlicher Medienangebote auseinandergesetzt haben. Eine aktuelle Studie ist das Projekt „Medien als Träger politischer Information“, in der die Bewertung von Nachrichtenangeboten in unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen untersucht wurde. (2)

Die Studie „Medien als Träger politischer Information“ ist Teil der Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ (MiP), in deren Rahmen ein repräsentatives Sample der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren telefonisch befragt wurde. Erhobene Dimensionen waren dabei einerseits eine Bevölkerungssegmentation nach politischem Interesse, die Einschätzung des Handelns in der Politik und Parteienpräferenz, zum anderen die Mediennutzung und -bewertung sowie die Bewertung von Informationsangeboten nach unterschiedlichen Qualitätsdimensionen. Gemäß des Designs der Studienreihe wurden ein Kernsample und das Sample des Moduls getrennt befragt und die beiden Stichproben fusioniert. (3)

Während vor allem die Segmentation der Bevölkerung nach politischem Interesse und die Hintergrundmerkmale der Mediennutzung auf Basis dieser Studie bereits an anderer Stelle beschrieben wurden (4), werden in diesem Beitrag die Zusammenhänge zwischen medienexternen Faktoren der Wahrnehmung politischen Handelns und der eigenen politischen Wirksamkeit auf der einen Seite und dem Informationsverhalten und dem Medienvertrauen auf der anderen Seite analysiert.

Dabei stehen folgende Fragen im Fokus:

- Wer sind die Menschen, die den etablierten Medien weniger vertrauen?
- Gibt es Unterschiede bei den Nutzern einzelner Informationsmedien?

„Medien als Träger politischer Information“ 2017

* Leitung Unternehmensanalyse und Medienforschung Bayerischer Rundfunk.

** WDR Medienforschung.

*** Unternehmensanalyse und Medienforschung Bayerischer Rundfunk.

Tab. 1 Informationsinteressen der Bevölkerung 2016
„sehr wichtig/wichtig“, in %

	Gesamt	18-29 Jahre	30-59 Jahre	ab 60 Jahren	Politische Zweifler
was auf der Welt/in Deutschland gerade passiert	94	97	91	97	91
was in meiner Region passiert	89	85	89	92	89
Themen, die wichtig für mein Alltagsleben sind	86	89	84	86	86
Meinung zu wichtigen politischen Themen bilden können	81	84	78	84	77

Frage: „Wenn Sie sich informieren, wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Dinge?“

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren (n=1 000).

Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien.

– Welche Rolle spielen medienexterne Faktoren, insbesondere die kritische Beurteilung des politischen Systems und seiner Akteure, sowie die politische Entfremdung im Sinne einer geringen politischen Wirksamkeit für die Beurteilung und Nutzung von Medien?

BR-Studie „Informationen fürs Leben“ 2016

Die zweite im Zusammenhang mit der Fragestellung relevante Untersuchung ist die Studie des Bayerischen Rundfunks (BR) „Informationen fürs Leben“. (5) Anlass der BR-Studie war das 25-jährige Bestehen der Infowelle B5 aktuell am 6. Mai 2016. Dieses Jubiläum sollte genutzt werden, um in einen intensiven Dialog mit dem Publikum über das Vertrauen in die aktuelle Berichterstattung und das journalistische Selbstverständnis der Programm-macher zu treten. In Anbetracht der Vielschichtigkeit der Fragestellungen wurde für die Umsetzung ein Methodenmix aus einer bundesweiten, telefonischen Repräsentativbefragung von 1 000 Personen ab 18 Jahren (6) sowie einem qualitativen Teilprojekt mit Fokusgruppen in München und Nürnberg gewählt. Die Datenerhebung für die quantitative Erhebung erfolgte durch das Institut TNS emnid im März und April 2016. Die qualitative Studie mit Gruppendiskussionen wurde vom Institut Klare Antworten im Vorfeld der quantitativen Erhebung im März 2016 durchgeführt. (7)

Flüchtlingskrise 2015 beeinflusste Medienvertrauen

Bei der Interpretation der Ergebnisse dieser beiden Studien ist zu berücksichtigen, dass die Menschen im zweiten Halbjahr 2015 und Anfang 2016 stark unter dem Eindruck der Flüchtlingskrise standen. Diese hat nicht nur ein hohes Informationsbedürfnis, sondern gleichzeitig in Teilen der Bevölkerung auch Misstrauen gegenüber der medialen Berichterstattung evoziert, sodass einige Studien – wie zum Beispiel auch die WDR-/Infratest dimap-Studie vom Dezember 2015 (8) – aufzeigten, dass ein nicht unbeträchtlicher Teil der Bevölkerung von einer „geschönten“, „regierungsfreundlichen“ Berichterstattung ausging.

Da diese Debatte zur Glaubwürdigkeit (etablierten) Medien gerade für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk höchste Relevanz besitzt, ging B5 aktuell mit den Ergebnissen dieser Studie an die Öffentlichkeit, um den offenen Dialog mit dem Publikum zu forcieren. So berichtete das Informationsradio des Bayerischen Rundfunks vom 2. bis 6.

Mai 2016 täglich über die Ergebnisse der Studie, wobei in den Beiträgen Medienmacher, Wissenschaftler und Hörer zu Wort kamen. Zusätzlich wurden die Ergebnisse in einem umfangreichen Onlinedossier offengelegt, um den Diskurs mit dem Publikum zu befördern.

Wie in allen Repräsentativstudien zu diesem Thema zeigt sich auch in der BR-Studie, dass die Deutschen ein ausgeprägtes Interesse am aktuellen Geschehen haben. Neun von zehn Befragten ist es (sehr) wichtig, über „das, was auf der Welt“ (94 %) und „das, was in meiner Region gerade passiert“ (89 %) informiert zu sein (vgl. Tabelle 1). Sich zu informieren, zählt für die meisten zur Alltagsroutine und zum Selbstkonzept des mündigen Bürgers. Dies bestätigen einige Zitate aus der qualitativen Studie, die parallel zu der Repräsentativbefragung durchgeführt wurde:

- „Wir haben Rechte. Und auch die Verpflichtung, uns zu informieren.“
- „Wichtig ist, dass man über seine kleine Welt hinausschaut.“
- „Ich fühle mich sonst nicht wohl in der Gesellschaft.“

Allerdings scheinen Nachrichten heute – weniger als in den Jahren zuvor –, das Bedürfnis nach Sicherheit, Kontrolle und Selbstvergewisserung zu bedienen („Man hat das Gefühl, durch Wissen Kontrolle zu haben ... dann kann man das Geschehen etwas steuern.“), da für viele Menschen globale, weit entfernte oder als abstrakt eingestufte Themen bedrohlich nahe und konkret geworden sind: Globale Themen wie Flüchtlingssituation, Terror oder Klimawandel kommen den Menschen gefährlich nahe und scheinen mitunter aufgrund ihrer Komplexität kognitiv wie auch emotional zu überwältigen:

- „Es hängt ja alles mit allem zusammen.“
- „... ich leide unter Negativschlagzeilen – zieht einen runter.“
- „Man sitzt auf der Couch und ist machtlos.“

Bestätigt wird, dass Fernsehen und Radio die wichtigsten Informationsquellen der Bevölkerung sind. 56 Prozent informieren sich täglich im Fernsehen, 47 Prozent im Radio. Dabei sind die Ange-

Hohes Informationsinteresse bei zunehmender Komplexität

Leistung etablierter Medien wird grundsätzlich positiv bewertet

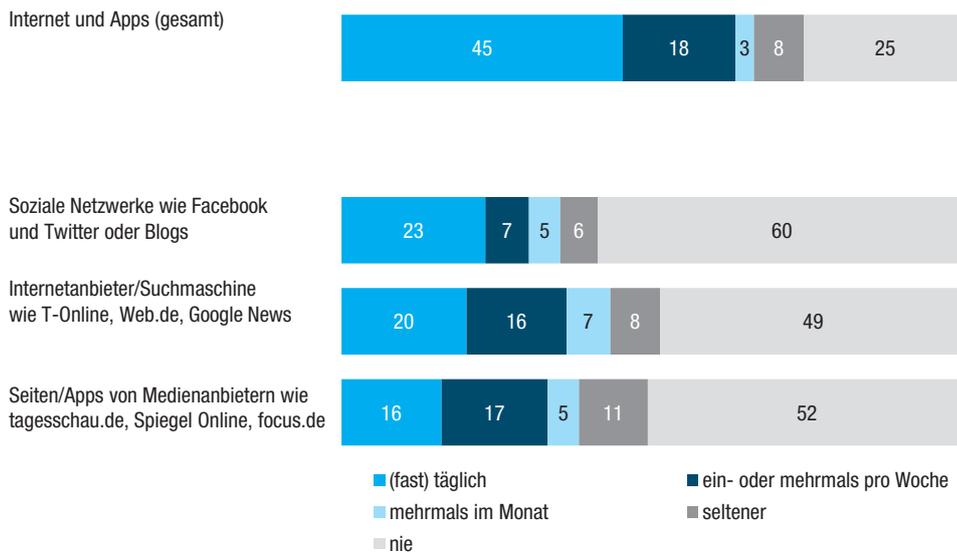
Tab. 2 Tägliche Nachrichtenquellen der Bevölkerung 2016
Nutzung „täglich“, in %

	Gesamt	18-29 Jahre	30-59 Jahre	ab 60 Jahren	Politische Zweifler
öffentlich-rechtliches Fernsehen	56	31	45	86	48
öffentlich-rechtliches Radio	47	34	45	56	45
Internet und Apps (gesamt)	45	68	50	26	49
soziale Netzwerke oder Blogs	23	55	23	7	30
Internetanbieter/Suchmaschinen	20	27	22	14	21
Seiten/Apps von Medienanbietern	16	30	18	6	12
Tageszeitungen	45	26	40	61	40
persönlicher Austausch	39	50	45	26	39
privates Fernsehen	37	28	45	31	57
privates Radio	36	43	42	24	43
Wochenzeitungen/Magazine	10	11	6	16	9
Boulevardzeitungen	5	2	5	8	4

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren (n=1 000).

Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien.

Abb.1 Nachrichtennutzung im Internet 2016
in %



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren (n=1 000).

Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien.

bote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks die mit Abstand wichtigsten Anlaufstellen (vgl. Tabelle 2). Tageszeitungen werden von knapp der Hälfte der Bevölkerung täglich genutzt (Nettowert Tageszeitungen), wobei die sogenannten Qualitätszeitungen stärker für das Informationsupdate zum tagesaktuellen Geschehen genutzt werden als Boulevard-

zeitungen. Über die Nachrichtenquelle Internet informieren sich 45 Prozent (Nettowert Onlinemedien) (vgl. Abbildung 1). Unter den Netzquellen besitzen Social Media die höchste Bedeutung bei der täglichen Informationsnutzung. Allerdings „stolpern“ viele Menschen in sozialen Netzwerken und auf Providerportalen eher zufällig über Nachrichten, während eine gezielte Informationsnutzung vor allem bei Angeboten der klassischen Medien stattfindet. Soziale Netzwerke bedienen das Bedürfnis nach Bequemlichkeit (Meldungen der klassischen Medien in den Timelines) ebenso wie das nach alternativen Quellen – sicherlich ein Grund, dass

diese gerade von den sogenannten politischen Zweiflern überdurchschnittlich häufig zu Informationszwecken genutzt werden (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 2).

Die in der BR-Studie ermittelten Werte stimmen sehr gut mit Ergebnissen eingeführter Markt-Medien-Studien mit Währungscharakter, wie der ARD/ZDF-Onlinestudie, überein. Dabei zeigt sich, dass der Großteil der Bevölkerung grundsätzlich zufrieden ist, wie die etablierten Medien die journalistischen Kernfunktionen erfüllen (einschließlich ihrer Internetangebote). Das betrifft insbesondere die Verständlichkeit, die Schaffung einer Agenda relevanter Themen für die Gesellschaft und die Vermittlung von Orientierung (vgl. Tabelle 3).

Einige Zitate aus der qualitativen Studie bestätigen dies:

- „Vorteile der Medien? Ja, dass wir sie überhaupt haben.“
- „Keine Zensur“, „Das ist ja ein demokratischer Riesenvorteil für das eigene Wohlbefinden, die Freiheit, die wir haben.“

Kritikpunkte an den Medien

Allerdings bemängelten auch drei Viertel der Befragten eine zu starke Fokussierung der Berichterstattung auf die Probleme, anstatt auf die Lösungsmöglichkeiten einzugehen – ein Befund der auch in der qualitativen Studie sehr nachdrücklich thematisiert wurde und sich in folgenden Zitaten niederschlägt:

- „Themen werden totgeritten, weil sie sich gut verkaufen.“
- „Es wird viel berichtet, aber das Problem wird im Kern nicht angepackt.“
- „Man sieht nur, was sich abspielt, aber nicht, wie man damit umgehen kann.“

Rund zwei Drittel der Menschen stören sich an Vereinfachungen und Stereotypisierungen (vgl. Tabelle 4). Diese Skepsis bezog sich auch auf die Vollständigkeit der Berichterstattung: Nur rund die Hälfte der Befragten war überzeugt, dass die Medien die Dinge so abbilden, wie sie wirklich sind, oder sie ein vollständiges Bild von Ereignissen vermitteln und transparent machen, woher ihre Informationen stammen. Ein Zitat aus der qualitativen Studie illustriert dies:

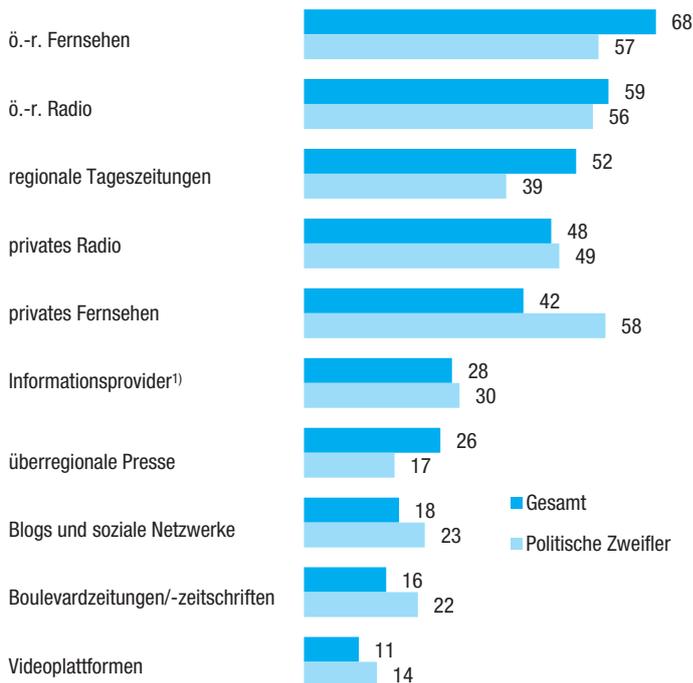
- „TTIP wird totgeschwiegen. Das drücken sie hinten rum heimlich durch.“

Definition „politische Zweifler“

Zur Gruppe der politischen Zweifler wurden jene gezählt, die das politische Geschehen kritisch sehen. Sie wurden definiert über ihre Zustimmungen zu vier Statements, die sich auf die aktuelle Lage Deutschlands bezogen. Diese sind:

- Ich kann verstehen, dass manche Leute derzeit die Werte Deutschlands in Gefahr sehen.
- Die etablierten Parteien haben die wichtigsten Probleme Deutschlands nicht im Griff.
- Die Politiker kümmern sich nicht viel darum, was Menschen wie ich denken.
- Ich glaube, dass in den Medien häufig absichtlich die Unwahrheit gesagt wird.

Abb. 2 Nachrichten- und Informationsquellen zum aktuellen Geschehen – Gesamt vs. Politische Zweifler
Nutzung „täglich/mehrmals pro Woche“, in %



1) Unter "Informationsprovider" wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2 017).

Quelle: Studienreihe "Medien und ihr Publikum" – Medien als Träger politischer Information.

Die Abfrage war vierstufig von „trifft völlig zu“ (Wert 1) bis „trifft gar nicht zu“ (Wert 4) angelegt, sodass bei der Auswertung ein Summenindex für die Einteilung nach Gruppen gebildet werden konnte. Alle Befragten, die auf diesem Index im Wertebereich 4 (= völlige Zustimmung zu allen Statements) bis 6 der Zustimmung lagen, konnten so den politischen Zweiflern zugeordnet werden. Um die Ergebnisse zu den politischen Zweiflern der BR-Studie zum Vertrauen in die Medien aus dem Jahr 2016 weiterzuführen und in wichtigen Dimensionen zu ergänzen, wurde auch in der Studie „Medien als Träger politischer Information“ die identische vierstufige Skala eingesetzt. Ebenso wurde der Summenindex für die Gruppe der politischen Zweifler gebildet.

Auffallend beim Vergleich der beiden Repräsentativstudien ist, dass generell die Zustimmungswerte zu den einzelnen Aussagen ein Jahr später, also gemessen in der Studie „Medien als Träger politi-

14 % politische Zweifler – seit 2016 rückläufig

Tab. 3 Leistung der Medien 2016

trifft „voll und ganz/weitgehend“ zu, in %

	Gesamt	18-29 Jahre	30-59 Jahre	ab 60 Jahren	Politische Zweifler
helfen mir, Hintergründe und Zusammenhänge zu verstehen	74	63	74	79	53
bringen die Themen, die für die Gesellschaft wichtig sind	81	75	79	88	67
bringen die Themen, die für mich wichtig sind	74	75	71	80	64
geben mir Orientierung in der Vielfalt an Informationen	76	77	74	79	62
greifen die Sorgen und Ängste in der Bevölkerung auf	62	65	60	63	49
decken politische und gesellschaftliche Missstände auf	64	62	60	71	44
vermitteln ein vollständiges Bild der Ereignisse	56	42	54	67	40
machen deutlich, woher ihre Informationen kommen	53	46	50	61	49
geben die Dinge so wieder, wie sie wirklich sind	49	50	47	50	28

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren (n=1 000).

Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien.

Tab. 4 Kritikpunkte an den Medien 2016

trifft „voll und ganz/weitgehend“ zu, in %

	Gesamt	18-29 Jahre	30-59 Jahre	ab 60 Jahren	Politische Zweifler
berichten zu viel über Probleme und zu wenig über Lösungen	76	76	78	72	89
vereinfachen Sachverhalte zu sehr und verbreiten dadurch Vorurteile	66	75	65	62	79
gehen zu wenig auf die Folgen der Entscheidungen von Politikern und Wirtschaftsführern für die Menschen ein	61	54	61	63	72
blenden berechnete Meinungen aus, die sie für unerwünscht halten	60	59	64	56	75
schenken Menschen wie mir zu wenig Gehör	51	60	54	44	71
reden an mir und meinen Problemen vorbei	51	49	53	49	73
schreiben einem vor, was man denken soll	49	57	53	37	72

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren (n=1 000).

Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien.

scher Information“ 2017, deutlich niedriger lagen (vgl. Tabelle 5). So wurde für das Statement „Ich kann verstehen, dass manche Leute derzeit die Werte Deutschlands in Gefahr sehen“ 2016 eine Zustimmung von 76 Prozent, ein Jahr später von 61 Prozent erhoben. Ähnliche Relationen zeigen sich bei den anderen drei Statements, wobei auch 2017 die Hälfte der Bevölkerung der Meinung war, dass die etablierten Parteien die „Probleme Deutschlands nicht im Griff“ haben (53 %) oder dass sich Politiker und Politikerinnen wenig darum kümmern, was die Menschen denken (49 %). Eine Ausnahme dieser rückläufigen Tendenz bildet allerdings die Auffassung, dass in den Medien absichtlich die Unwahrheit gesagt werde – dem stimmten Befragte auch in der 2017er-Studie in ähnlich hohem Maße zu wie ein Jahr zuvor (2016: 55 %; 2017: 48 %). Dies mag daran liegen, dass allgemein zweifelnde Tendenzen angesichts der

jeweils zum Zeitpunkt der Erhebungen aktuellen Geschehnisse abgenommen haben, gleichzeitig aber Medien nach wie vor kritisch hinterfragt werden.

Die politischen Zweifler stimmten – auch qua Definition – in beiden Erhebungen den vier Statements zur Einschätzung der aktuellen Lage Deutschlands nahezu zu 100 Prozent zu. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass hier eine sehr strenge Definition für die Gruppe der politischen Zweifler verwendet wurde. Um dieser engen Gruppe zugeordnet zu werden, war zumindest bei zwei Items eine absolute, bei weiteren zwei Items eine mindestens überwiegende Zustimmung erforderlich.

Für die Gruppe der politischen Zweifler wurde in der Studie „Medien als Träger politischer Information“ ein Bevölkerungsanteil von 14 Prozent ermittelt. In der BR-Studie von 2016 machten die Zweifler zum Zeitpunkt der Erhebung 32 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 18 Jahren aus. Damit liegt ihr Anteil 2017 auf deutlich niedrigerem Niveau als noch im Frühjahr 2016. Eine Erklärung – neben methodischen Aspekten wie Plat-

Anteil „politischer Zweifler“ 2017: 14 Prozent

Tab. 5 Stimmungsbild politischer Zweifler – BR-Studie Informationen fürs Leben 2016 vs. Medien als Träger politischer Information 2017
trifft „völlig/eher“ zu, in %

	2016		2017	
	Gesamt	Politische Zweifler	Gesamt	Politische Zweifler
Ich kann verstehen, dass manche Leute derzeit die Werte Deutschlands in Gefahr sehen.	76	100	61	97
Die etablierten Parteien haben die wichtigsten Probleme Deutschlands nicht im Griff.	72	100	53	95
Die Politiker kümmern sich nicht viel darum, was Menschen wie ich denken.	70	99	49	95
Ich glaube, dass in den Medien häufig absichtlich die Unwahrheit gesagt wird.	55	94	48	91

Basis: BR 2016 – Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren (n=1 000); Medien als Träger politischer Information (MiP) 2017 – Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017)

Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien/Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

zierung des Themas im Fragebogen oder partiell unterschiedlichen Grundgesamtheiten –, ist, dass zum Zeitpunkt der Erhebung der BR-Studie die Menschen sehr stark unter dem Eindruck der Flüchtlingskrise standen, die massiv in den Medien thematisiert wurde. Hier wurde insbesondere den klassischen Medien der Vorwurf gemacht, über die Auswirkungen der Flüchtlingskrise zu einseitig zu berichten und die Sorgen der Menschen zu wenig in ihrer Berichterstattung aufzugreifen. Folgende Zitate aus der qualitativen Studie verdeutlichen dies:

- „Man sieht generell nur Kinder und Frauen, wenn es um Flüchtlinge geht.“
- „Keiner will sich die Finger verbrennen, weil er vielleicht eine andere Meinung hat.“

Charakteristika der politischen Zweifler

Wie die Gruppe der politischen Zweifler charakterisiert ist, zeigen die Auswertungen nach soziodemografischen Merkmalen aus den beiden genannten Studien, die weitgehend übereinstimmen (vgl. Tabelle 6). Männer und Frauen sind unter ihnen nahezu gleichverteilt. Auch lässt sich keine besondere geografische Verortung dieser Gruppe im Sinne einer Überrepräsentanz in bestimmten Regionen Deutschlands ausmachen. Klar überrepräsentiert sind 40- bis 59-Jährige, in den jüngeren und älteren Jahrgängen liegt die Verteilung nahe am Bevölkerungsdurchschnitt. Ebenfalls überrepräsentiert mit einem Anteil von 80 Prozent (2016) und 81 Prozent (2017) sind Personen geringerer oder mittlerer formaler Schulbildung (Hauptschulabschluss und Mittlere Reife). 26 Prozent geben an, in Bezug auf ihre Parteipräferenz unentschieden zu sein (Sonntagsfrage), 17 Prozent gehören zu den Nichtwählern. Beide Werte sind im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt, der bei 23 Prozent bzw. 12 Prozent liegt, leicht überdurchschnittlich. Insgesamt sind die politischen Zweifler durchgängig kritischer gegenüber den etablierten Medien eingestellt, wie die BR-Studie deutlich aufzeigt (vgl. Tabellen 1 bis 4). Sie fühlen sich zu wenig repräsentiert, von Medien bevormundet und erkennen in viel geringerem Maße eine Leistung der Medien für sich und die Gesellschaft an. Besonders stark verbreitet ist hier der Eindruck, dass die Medien – gleichgültig ob öffentlich-rechtliche oder private – ihre Kontrollfunktion nicht wahrnehmen und in ihrer Berichterstattung gelenkt werden.

Tab. 6 Soziodemografische Zusammensetzung der politischen Zweifler – BR-Studie Informationen fürs Leben 2016 vs. Medien als Träger politischer Information 2017
in %

	2016	2017
Fallzahl gew.	320	279
Alter		
14 (MiP) bzw. 18 (BR) bis 19	1	4
20 bis 29 Jahre	14	11
30 bis 39 Jahre	10	14
40 bis 49 Jahre	29	21
50 bis 59 Jahre	21	21
60 bis 69 Jahre	12	9
ab 70 Jahren	13	16
Bildung		
Volks-/Hauptschule	50	46
Weiterführende Schule ohne Abitur	30	35
Abitur	6	11
Studium	7	8
Geschlecht		
männlich	45	49
weiblich	55	51
Parteipräferenz		
Unentschiedene	16	26
Nichtwähler	19	17

Basis: BR 2016 – Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren (n=1 000); Medien als Träger politischer Information (MiP) 2017 – Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017).

Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien/Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

Dabei ist es durchaus nicht so, dass die politischen Zweifler generell die Relevanz der Medien für das Funktionieren der Gesellschaft und die Orientierung des Einzelnen in einer immer komplexer werdenden Welt nicht anerkennen. Die Kernfunktionen der Medien im Sinne einer Vielfalt der Informationen und Übermittlung der Themen, die für die Gesellschaft und den Einzelnen wichtig sind, schätzen

Auch Zweifler erkennen gesellschaftliche Bedeutung der Medien an

immerhin zwei Drittel aus dieser Gruppe und unterscheiden sich damit kaum von der Gesamtbevölkerung, die in dieser spezifischen Beurteilung der Medien auf Werte zwischen 76 Prozent und 81 Prozent kommt. Allerdings sind es vor allem die Zweifler, die Vollständigkeit und Objektivität der Berichterstattung zum aktuellen Geschehen in Frage stellen: Nur 28 Prozent sind der Meinung, dass „die“ Medien die Dinge so wiedergeben, wie sie wirklich sind (Gesamt: 49%), und nur 40 Prozent sind überzeugt, dass die Medien ein „vollständiges Bild der Ereignisse“ vermitteln (Gesamt: 56%). (9)

**Politische Zweifel
abhängig von
Wahrnehmung
der eigenen
Repräsentanz**

Ganz zentral an ihrer Medienkritik sind jedoch zwei weitere Aspekte: Zum einen nehmen sie eine zu geringe Repräsentanz ihrer eigenen Gesellschaftsschicht und deren realer Probleme in den Medien wahr, zum anderen ist unter den Zweiflern die Empfindung dominant, dass Meinungen, die außerhalb des gängigen Wertekanons liegen, bewusst ausgeblendet werden. So bemängeln drei von vier Zweiflern, dass Menschen wie sie zu wenig Gehör in den Medien finden (71%; Gesamt: 51%) und entsprechend an ihnen und ihren Problemen mehr oder weniger bewusst vorbeigeredet werde (73%, Gesamt: 51%). Damit gekoppelt ist der Eindruck, dass als unerwünscht geltende Meinungen in der Berichterstattung ausgeblendet werden (75%) und Medien dazu neigen, vorzuschreiben, „was man denke soll“ (72%). (10) Die folgenden Zitate aus den parallel zu dieser Befragung durchgeführten Gruppendiskussionen geben hiervon einen Eindruck:

– „Hier in Nürnberg sind schlimme Dinge passiert, die nicht in der Presse kommen ...“

– „Alles pro Regierung, alles gleichgeschaltet. Es wird alles verdreht, damit die Wähler ruhig halten. Kosten und Kriminalität der Flüchtlinge sind kein Thema.“

**Kritische Bewertung
des von den Medien
übermittelten Bildes**

Entsprechend sind die politischen Zweifler auch weitaus weniger als der Durchschnittsbefragte der Auffassung, dass das von den Medien vermittelte Bild von der Welt weitgehend mit ihrem persönlichen Eindruck übereinstimmt. Während in der Gesamtbevölkerung 75 Prozent (in MiP 62%) eine hohe Übereinstimmung zwischen Medienrealität und persönlicher Realität wahrnehmen, trifft dies nur auf 59 Prozent der Zweifler zu. Als Gründe für die mangelnde Übereinstimmung werden vornehmlich Übertreibungen von Ereignissen, Mängel in der Berichterstattung bei Themen, „in denen ich mich auskenne“ genannt, oder dass persönlich relevanten Themen zu wenig Raum gegeben wird.

So ist es auch nur konsequent, dass gerade die Zweifler den Eindruck haben, dass den Nachrichtenmedien vorgegeben werde, ob und wie sie über bestimmte Themen zu berichten haben. 85 Prozent der Zweifler teilten diese Auffassung gegen-

über 60 Prozent in der Gesamtbevölkerung. Als Akteure hinter dieser Medienlenkung wurden eine Vielzahl von Einflussgruppen vermutet. An vorderster Stelle bei den öffentlich-rechtlichen Angeboten stehen Politik und Regierung, bei den kommerziellen Angeboten wirtschaftliche Interessen der Privatmedien, wie zum Beispiel ein möglichst hoher Verkauf von Anzeigen und TV-Spots. Allerdings gehen nach den Ergebnissen der qualitativen Begleitforschung die meisten relativ gelassen bis unbekümmert damit um:

– „Privatsender und Verlage brauchen Aufmerksamkeit, Einschaltquoten, Leser.“

– „Hat Tradition bei den Printmedien, kennt man und kann damit umgehen – beim Rundfunk weniger klar.“

– „Ein Grenzgang. Bestimmt nicht einfach zu entscheiden, was berichten und was lieber nicht, damit es nicht eskaliert ...“

Weniger harsch fällt das Urteil aus, wenn man statt dem abstrakten Überbegriff „die Medien“ die einzelnen Angebotsklassen konkretisiert. Dies gilt auch für die politischen Zweifler: Während 85 Prozent der Zweifler den Medien eine Lenkung unterstellte, nimmt nur rund die Hälfte von ihnen die Tageszeitungen und Wochenmagazine als gelenkt wahr. Misstrauischer sind sie gegenüber dem öffentlich-rechtlichen (66%; Gesamt: 47%) und privaten Fernsehen (69%; Gesamt: 51%): Zwei Drittel gehen von Vorgaben auf die Berichterstattung durch die Politik oder die Wirtschaft aus. (11)

So ist es auch nicht verwunderlich, dass die Zweifler überdurchschnittlich häufig Informationen in Social Media, im privaten Fernsehen und Boulevardzeitungen suchen und unterdurchschnittlich unter den regelmäßigen Nutzern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks oder der Tageszeitungen vertreten sind. Dies zeigen sowohl die BR-Studie 2016 (vgl. Tabelle 2) als auch die Studie „Medien als Träger politischer Information“ 2017 (vgl. Abbildung 2). So nutzen 22 Prozent der Zweifler mindestens mehrmals wöchentlich Boulevardzeitungen für Informationen zum aktuellen Geschehen, während dies in der Gesamtbevölkerung nur 16 Prozent angeben. Noch deutlicher ist die Differenz beim Privatfernsehen, welches mit 58 Prozent das Gros der Zweifler, jedoch nur 42 Prozent der Gesamtbevölkerung als regelmäßige Informationsquelle benennt. Oder umgekehrt: Überregionale und regionale Tageszeitungen werden von den Zweiflern seltener genutzt (17% bzw. 39%; Gesamt: 26% bzw. 52%) ebenso wie öffentlich-rechtliche Fernsehangebote (57%; Gesamt: 68%).

Der Zusammenhang zwischen dem Merkmal „politischer Zweifler“ und Auswahl der Informationsmedien zeigt sich auch sehr eindrücklich auf Basis bivariater Korrelationen (vgl. Tabelle 7). Demnach ergeben sich die stärksten und hochsignifikanten Zusammenhänge zwischen dem Merkmal politischer Zweifler und der häufigen Informationsnutzung bei privaten Fernsehprogrammen und

**Informationsnutzung
politischer Zweifler**

Tab. 7 Zusammenhänge politische Zweifler und Informationsnutzung
Bivariate Korrelationen

	Nachrichten und Informationen zum aktuellen Geschehen in/auf/bei...									
	Boulevard-zeitungen/-zeitschriften	regionale Tageszeitungen	über-regionale Presse	ö.-r. Fernsehen	ö.-r. Radio	privates Fernsehen	privates Radio	Blogs und soziale Netzwerke	Informations-provider***	Video-plattformen
Politische Zweifler										
Pearson-Korrelation	,142**	-,075**	-,155**	-,094**	-,076**	,160**	,057*	,063**	,037	,053*
Signifikanz (2-seitig)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,09	0,02

Lesebeispiel: Die Skala zum politischen Zweifel korreliert mit 0,094 signifikant negativ mit der Informationsnutzung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Hohe politische Zweifel gehen also mit einer verminderten Nutzung der Informationen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen einher.

* Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

** Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

*** Unter „Informationsprovider“ wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017).

Quelle: Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

Tab. 8 Zusammenhänge politische Zweifler und Medienvertrauen
Bivariate Korrelationen

	Nachrichten und Informationen zum aktuellen Geschehen in/auf/bei...									
	Boulevard-zeitungen/-zeitschriften	regionale Tageszeitungen	über-regionale Presse	ö.-r. Fernsehen	ö.-r. Radio	privates Fernsehen	privates Radio	Blogs und soziale Netzwerke	Informations-provider***	Video-plattformen
Zweifler										
Pearson-Korrelation	,015	-,232*	-,296*	-,336*	-,216*	-,091*	-,103*	,143*	-,097*	-,106*
Signifikanz (2-seitig)	0,65	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01

* Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

** Unter „Informationsprovider“ wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017).

Quelle: Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

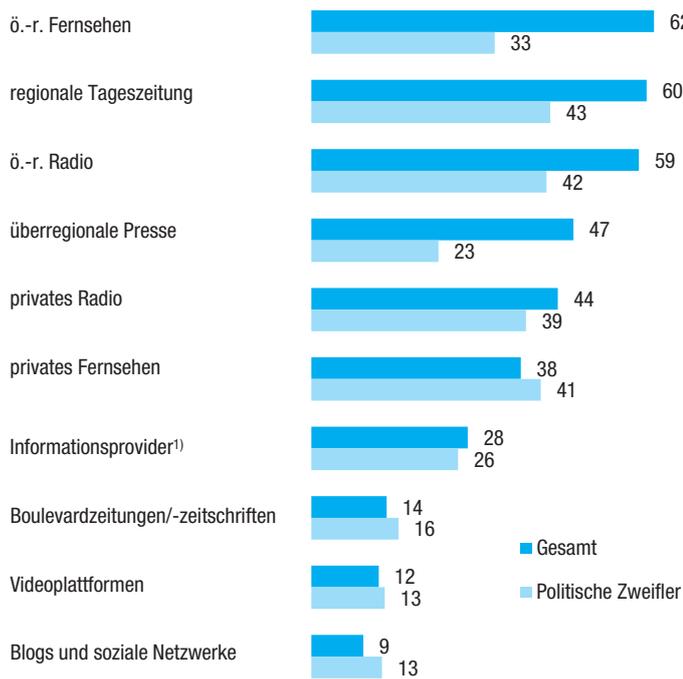
Boulevardzeitungen. Eine stark negative Korrelation besteht zwischen politischem Zweifel und der Nutzung von überregionaler Presse (d.h. Wochenmagazinen bzw. -zeitungen oder überregionalen Zeitungen) (12), öffentlich-rechtlichem Radio und Fernsehen sowie Tageszeitungen.

Diffuses Misstrauen gegenüber ö.-r. Rundfunk und Presse

Welchen Medien vertrauen politische Zweifler? Für diese Fragestellung wurden ebenfalls bivariate Korrelationen berechnet und zwar in Bezug auf das erhobene Vertrauen in die Berichterstattung einzelner Medienangebote (vgl. Tabelle 8). Die bivariaten Korrelationen bilden bei der Gruppe der politischen Zweifler die stärksten und hochsignifikant negativen Zusammenhänge mit dem Vertrauen in das öffentlich-rechtliche Fernsehen, regionale und überregionale Zeitungen sowie das öffentlich-rechtliche Radio ab: Je stärker Befragte zu politischen Zweifeln neigen, desto geringer ist ihr Vertrauen in Nachrichten und Informationen zum aktuellen Geschehen in den genannten Medien. Während in der Gesamtbevölkerung mit 62 bzw. 59

Prozent (vgl. Abbildung 3) öffentlich-rechtliches Fernsehen und Radio sehr hohes Vertrauen unter allen Medienangeboten genießen, sind dies innerhalb der Gruppe der Zweifler mit 33 bzw. 42 Prozent deutlich weniger. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei Printmedien: 60 Prozent der Deutschen vertrauen der Berichterstattung in regionalen Tageszeitungen und 47 Prozent in der überregionalen Presse, unter den Zweiflern jedoch nur 43 bzw. 23 Prozent. Die einzige positiv signifikante Korrelation existiert mit dem Vertrauen in soziale Netzwerke. Dies korrespondiert mit dem Befund, dass 9 Prozent aller Befragten zumindest weitgehend Nachrichten aus sozialen Netzwerken vertrauen, während sich deren Anteil innerhalb der politischen Zweifler auf 13 Prozent steigert. Auch wenn die politischen Zweifler sozialen Netzwerken damit im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung stärker vertrauen, rangieren sie im Medienvergleich nach wie vor auf dem hintersten Platz.

Abb. 3 Vertrauen in Medien - Gesamt vs. Politische Zweifler
 "vertraue ich voll und ganz/weitgehend", in %



1) Unter "Informationsprovider" wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2 017) - mind. seltene Nutzung der jeweiligen Medien.

Quelle: Studienreihe "Medien und ihr Publikum" – Medien als Träger politischer Information.

Das geringere Vertrauen der Zweifler in das öffentlich-rechtliche Fernsehen und die Zeitungen scheint jedoch nicht auf der Meinung zu gründen, dass diese die Kernfunktionen journalistischer Berichterstattung weniger erfüllen als andere Medien. Im Gegenteil: Hinsichtlich der Dimension Agenda Setting, im Sinne von „bringen die Themen, die für mich wichtig sind“, erzielen öffentlich-rechtliches Fernsehen und regionale Tageszeitungen auch bei politischen Zweiflern die höchsten Werte im Medienvergleich (vgl. Tabelle 9). Auch hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Relevanz („bringen die Themen, die für die Gesellschaft wichtig sind“), ihrer Wahrhaftigkeit der Berichterstattung („berichten so über die Dinge, wie sie wirklich sind“) und ihrer Glaubwürdigkeit („sind glaubwürdig“) besteht zwar weniger Zustimmung als in der Gesamtheit der Befragten, dennoch schneiden hier öffentlich-rechtliches Fernsehen und Radio sowie regionale Tageszeitungen deutlich besser ab als Blogs und soziale Netzwerke. Vielmehr scheint unter den Zweiflern ein eher diffuses, nicht an konkreten journalistischen Faktoren festzumachendes Misstrauen gegenüber den etablierten Medien zu bestehen, das

sich in Unbehagen und mangelndem Vertrauen ausdrückt.

Einer der Befunde der qualitativen Teilstudie des Bayerischen Rundfunks (13) im Jahr 2016 war, dass Nachrichten mitunter als bedrohlich und Medien – maßgeblich innerhalb der Gruppe der politischen Zweifler – als Teil des Systems und als zum Establishment gehörig wahrgenommen werden. Eine Problemdefinition rein auf Seiten der Medien adressiert dabei jedoch nur eine Seite der Medaille: Implizit schwingt hier auch eine empfundene Krisenhaftigkeit der Beziehung zwischen Bürgerinnen und Bürgern einerseits und politischen Eliten andererseits mit, die über Medien ausgetragen wird und sich auf verschiedenen Ebenen manifestiert.

So finden sich in den vier durchgeführten Gruppendiskussionen über alle Gruppen hinweg Hinweise auf eine empfundene Distanz von Politikerinnen und Politikern gegenüber den Problemlagen der Bevölkerung, welche im massenmedialen Diskurs ihren Ausdruck finden. Demnach zeichnet sich im mehrfach artikulierten Vorwurf, „die Regierung muss die Leute ruhighalten“ – neben Medien, die zumindest dem Gefühl nach diesem Ziel Folge leisten – auch mitunter ein öffentliches Bild politischer Eliten ab, die nicht aufrichtig auf die Belange einfacher Leute eingehen. „Die Politik nimmt Einfluss, um den eigenen Vorteil daraus zu ziehen und die politischen Ziele halt entsprechend zu verfolgen“, bringt eine Diskussionssteilnehmerin diese auf Medien bezogene politische Entfremdung auf den Punkt. Vor diesem Hintergrund greift es sicherlich zu kurz, angesprochene Missstände ausschließlich auf medialer Seite zu verorten, kulminieren doch vor allem ein mangelndes Vertrauensverhältnis zu politischen Akteuren und der fehlende Glaube an ein mediales Korrektiv: „Politiker lügen und machen falsche Wahlversprechen, aber die Medien senden es ja.“

Die eigene Kompetenz, durch Medien vermittelte politische Fragen zu verstehen und einzuschätzen, wird dabei ambivalent eingeschätzt und sowohl als politisches als auch mediales Problem identifiziert. Einerseits wurde in den Gruppendiskussionen dahingehend die eigene politische Kompetenz infrage gestellt, dass in vielen Fragen kein Kontextwissen bestehe, das als Vergleichsfolie für mediale Deutungsangebote fungieren könne. So problematisiert eine Mediennutzerin: „Letztendlich können wir es nicht beurteilen. Wir wissen nicht, wie viel Wahrheit drinsteckt“. In einigen Fällen führt Medien- und Informationsnutzung sogar dazu, dass Rezipientinnen und Rezipienten ihre eigene politische Ohnmacht noch deutlich bewusster erleben. Bezüglich der erlebten Medienrealität spricht eine Probandin etwa von „Angst, Sorge, Irritation, zu viele schlechte Nachrichten“ und folgert „ich kann ja nicht entscheiden, wie es weitergeht.“

Obwohl ein politisches Ohnmachtsgefühl also eng mit Mediennutzung verbunden ist, sind es andererseits aber gerade auch (Online-)Medien, die

Kritische Minderheit sieht Distanz zwischen Bürgern und Eliten

Bedeutung subjektiver politischer Ohnmacht

Tab. 9 Bewertung von Informationsangeboten zum aktuellen Geschehen – Politische Zweifler
stimme „voll und ganz“/„weitgehend“ zu, in %

	ö.-r. Fernsehen	ö.-r. Radio	regionale Tages- zeitungen	privates Radio	privates Fernsehen	Informa- tions- provider	über- regionale Presse	Blogs und soziale Netzwerke	Boulevard- zeitungen/ -zeit- schriften	Video- platt- formen
bringen die Themen, die für mich wichtig sind	46	42	46	41	41	33	29	20	15	14
berichten so über die Dinge, wie sie wirklich sind	42	47	42	46	47	32	25	15	17	16
sind glaubwürdig	40	46	47	46	48	28	27	10	15	14
vertraue ich	33	42	43	39	41	26	23	13	16	13
bringen die Themen, die für die Gesellschaft wichtig sind	55	50	45	43	52	37	34	19	19	23
machen mir Spaß zu nutzen	72	74	73	71	77	59	41	35	31	39

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017).

Quelle: Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

politisches Kompetenzbewusstsein bestärken. Ein mehrfach artikulierter Teilaspekt ist dabei der niederschwellige Zugang zu alternativen Quellen: „Man kann ja überprüfen. Ein Bericht hat sicher immer eine subjektive Brille, aber man kann ja auch noch in anderen Quellen ergänzend schauen“, äußerte etwa eine der Teilnehmerinnen. In einem ähnlichen Statement heißt es: „Und wenn man Zweifel hat, steht einem das Internet zur Verfügung, wo man sich dann auch mit dem Hintergrund befassen kann.“ Letztlich tragen also vor allem Onlinemedien dazu bei, einem politischen Ohnmachtsgefühl zu begegnen und selbstbestimmt eine politische Kompetenz zu entwickeln: „Ich würde mir unmündig vorkommen und irgendwie fremd diktieren, wenn ich das nicht hätte“, so ein Mediennutzer.

Diese beiden Ebenen – einerseits eine Entfremdung gegenüber politischen Eliten und andererseits ein als gering eingeschätztes eigenes politisches Wirkungsbewusstsein – finden in der politischen Forschung unter dem Begriff der „Political Efficacy“ Anwendung. Das Konzept wurde von Campbell, Gurin und Miller (14) Anfang der 1950er Jahre entwickelt und ursprünglich in Wahlumfragen eingesetzt, um die Ursachen der Bereitschaft, sich an Wahlen zu beteiligen, aufzuklären. Neben der Relevanz bestimmter Themen und der Attraktivität der Kandidaten wurde damit ein Faktor eingeführt, der die subjektive Wahrnehmung bzw. das Gefühl einer Wirksamkeit der eigenen politischen Kompetenzen und Ansichten erfasst. (15)

Politische Wirksamkeit als Faktor des Medienvertrauens Die Dimension interne politische Wirksamkeit, also das Gefühl eines „politischen Kompetenzbewusstseins“ (16), bezieht sich demnach auf Überzeugungen in Bezug auf die eigene Person; die externe politische Wirksamkeit, das „Gefühl politischer Responsivität“ (17), auf Meinungen über das poli-

tische System, genauer die Nähe der Politiker zur Lebenswelt und den Interessen der Bevölkerung. Wie die Ergebnisse der politikwissenschaftlichen Forschung zeigen, ist das Konzept der politischen Wirksamkeit für das Vertrauen in politischen Institutionen relevant. Menschen, die eine geringe subjektive Erwartung an die eigene politische Wirksamkeit haben und die sich wenig oder gar nicht durch die Politik vertreten sehen, haben weniger Vertrauen in die politischen Institutionen und zeigen eine geringere politische Partizipation, zum Beispiel durch eine geringere Wahlbeteiligung.

In der vorliegenden Studie wurde die Skala zur Messung der politischen Wirksamkeit in der Kurzversion eingesetzt (Political Efficacy Kurzskala; PEKS). (18) Das Konzept wird dabei in den zwei Dimensionen interner und externer „Political Efficacy“ (politische Wirksamkeit) gemessen, wobei die Kurzskala jeweils zwei Fragen je Dimension umfasst:

Interne politische Wirksamkeit:

– Wichtige politische Fragen kann ich gut verstehen und einschätzen.

– Ich traue mir zu, mich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen.

Externe politische Wirksamkeit:

– Die Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken.

– Die Politiker bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung.

Um einschätzen zu können, ob die beiden Skalen der politischen Wirksamkeit auch im tatsächlichen Denken der Bevölkerung zwei unterschiedliche Konstrukte darstellen, wurden Reliabilitätsanalysen mit den jeweiligen Indikatoren berechnet. Sowohl für die interne als auch die externe politische

Tab. 10 Politische Wirksamkeit – Häufigkeitsverteilung
in %

	niedrig	mittel	hoch
politische Wirksamkeit intern	13,1	53,3	33,6
politische Wirksamkeit extern	31,0	65,2	3,8

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017).

Quelle: Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

Wirksamkeit ergaben sich höhere Konsistenzwerte als für die generelle politische Wirksamkeit, bestehend aus allen Indikatoren. (19) Das Gefühl politischer Wirksamkeit lässt sich also nicht nur theoretisch, sondern auch aufgrund der Befragungsergebnisse konsistent als intern und extern differenzieren, weshalb sie in den folgenden Analysen getrennt voneinander betrachtet werden.

Für die beiden Skalen der politischen Wirksamkeit wurden Gruppen gebildet, und zwar jeweils nach den Skalenpunkten 1,0 und 1,5 (geringes politisches Wirksamkeitsempfinden), 2,0/2,5/3,0 (mittleres politisches Wirksamkeitsempfinden) und 3,5/4,0 (hohes politisches Wirksamkeitsempfinden). Für die interne politische Wirksamkeit ergibt sich folgende Verteilung: 13 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren schätzen diese als niedrig ein, 53 Prozent sind im mittleren Bereich und 34 Prozent schätzen die eigenen politischen Kompetenzen als hoch ein (vgl. Tabelle 10). Bei der externen Wirksamkeit sind es nur 4 Prozent, die einen hohen Wert erreichen, den Politikern also eine starke Nähe zur Bevölkerung bestätigen, 65 Prozent sind im mittleren Bereich verortet, und 31 Prozent stufen die Wirksamkeit durch die Nähe der Politiker zu den eigenen Themen als sehr kritisch ein. Erwartungsgemäß werden damit die eigenen politischen Kompetenzen, zum Beispiel: „Ich traue mir zu, mich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen“ deutlich besser eingeschätzt als die Nähe der Politiker zu den Themen der Bevölkerung (z. B. „Die Politiker kümmern sich darum, was einfache Leute denken“).

Menschen mit geringem politischen Wirksamkeitsgefühl: Nichtwähler und formal weniger Gebildete

In Bezug auf die politische Wirksamkeit sollen hier vor allem die Extremgruppen betrachtet werden, also diejenigen, die ihre Wirksamkeit als niedrig bzw. als hoch einstufen. Die interne Wirksamkeit, also die eigene politische Kompetenz, ist in den mittleren Altersgruppen von 30 bis 49 und 50 bis 64 Jahren am höchsten und bei den Jüngeren am geringsten (vgl. Tabelle 11). Von Befragten mit niedriger interner Wirksamkeit sind 26 Prozent in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre, im Bereich der hohen Zustimmung sind es 18 Prozent. Der Einfluss der Bildung ist auch hier deutlich: In der Gruppe mit niedriger Wirksamkeit haben 54 Prozent der Befragten den Abschluss Volks-/Hauptschule, in der Gruppe mit der höchsten Wirksamkeit beträgt ihr

Anteil nur 29 Prozent. Umgekehrt ist das Bild bei den höheren Bildungsabschlüssen Abitur/Studium: Im hohen Skalenbereich beträgt ihr Anteil 39 Prozent, im niedrigen Bereich sind es nur 19 Prozent. In Bezug auf die externe Wirksamkeit sind in der Gruppe mit hoher Wirksamkeit die 14- bis 29-Jährigen überdurchschnittlich repräsentiert (34 %, Gesamt: 21 %): Sie haben also stärker das Gefühl, dass sich die Politiker um ihre Belange kümmern, in der Gruppe mit niedriger externer Wirksamkeit sind sie nur zu 16 Prozent vertreten. Kritischer in Bezug auf die Nähe der Politiker zu ihren Themen sind die mittleren Altersgruppen eingestellt: Von den 30- bis 49-Jährigen sind 36 Prozent in der Gruppe mit niedriger externer Wirksamkeit und 25 Prozent in der Gruppe mit hoher Wirksamkeit, bei den 50- bis 69-Jährigen betragen die entsprechenden Anteile 28 Prozent im niedrigen Bereich und nur 22 Prozent im höchsten. Auch bei der externen Wirksamkeit sind Bildungsunterschiede deutlich ausgeprägt: In der Gruppe mit niedriger Wirksamkeit, also einer kritischen Haltung in Bezug auf die Nähe der Politiker, haben 78 Prozent einen Schulabschluss ohne Abitur, in der Gruppe mit hoher externer Wirksamkeit sind es nur 57 Prozent. Der Nichtwähleranteil und der Anteil unentschiedener Wähler ist in der Gruppe mit niedriger interner bzw. externer Wirksamkeit überdurchschnittlich (zusammen 56 % bzw. 49 %) – in Summe würden hier mehr Menschen nicht wählen oder spontan ihre Stimme vergeben, als gezielt eine der aktuellen nationalen Parlamentsparteien die Stimme zu wählen.

Die beiden Konzepte politische Zweifler und politische Wirksamkeit stehen in einem deutlichen Zusammenhang, insbesondere mit Blick auf die externe politische Wirksamkeit. Die Mehrheit der politischen Zweifler (57 %) schätzt die Nähe der Politiker zu ihren Themen als niedrig ein, bei den Menschen, die nicht zur Gruppe der Zweifler gehören, sind es nur 27 Prozent (vgl. Tabelle 12). Auch die interne Wirksamkeit, also die Einschätzung der eigenen politischen Kompetenz, ist bei den Zweiflern geringer: 23 Prozent stufen sie als niedrig ein und nur 26 Prozent als hoch. In der Gruppe, die nicht zu den Zweiflern gehört, sind es dagegen 12 Prozent bzw. 35 Prozent.

Im Folgenden sollen beide Dimensionen der Wirksamkeit in Bezug auf ihre Zusammenhänge mit der Informationsnutzung untersucht werden. Die Zusammenhänge zwischen den Variablen der politi-

Informationsnutzung und Medienvertrauen nach politischer Wirksamkeit

Tab. 11 Soziodemografische Zusammensetzung nach politischer Wirksamkeit
in %

	Gesamt	Politische Wirksamkeit intern			Politische Wirksamkeit extern		
		niedrig	mittel	hoch	niedrig	mittel	hoch
Fallzahl gew.	2017	265	591	1 161	626	1 093	298
Alter							
14 bis 19 Jahre	7	11	7	6	4	7	12
20 bis 29 Jahre	14	15	16	12	12	13	22
30 bis 39 Jahre	14	12	13	15	16	14	10
40 bis 49 Jahre	17	15	17	17	20	15	15
50 bis 59 Jahre	18	18	16	19	15	21	12
60 bis 69 Jahre	13	11	10	15	13	14	10
ab 70 Jahren	18	19	22	16	20	17	19
Bildung							
Volks-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre	9	15	10	8	13	8	7
Volks-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre	28	39	35	21	31	28	17
Weiterführende Schule ohne Abitur	32	26	33	33	34	30	33
Abitur	14	12	12	16	11	15	20
Studium	17	7	10	23	11	19	23
Geschlecht							
männlich	49	45	42	53	50	48	50
weiblich	51	55	58	47	50	52	50
Berufstätigkeit							
voll berufstätig	42	34	41	45	39	45	40
teil-berufstätig (halbtags/stundenweise)	14	17	13	14	16	14	15
in Berufsausbildung, Azubi	3	7	2	2	3	2	5
Hausfrau ohne Berufstätigkeit	2	3	3	2	2	2	2
Schüler/in	4	6	5	4	2	5	7
Student/in	2	1	2	3	1	2	6
Rentner/in	26	25	30	24	29	25	24
nicht berufstätig, arbeitslos	6	7	5	6	7	6	3
Parteipräferenz							
Unentschiedene	23	31	26	20	26	23	18
Nichtwähler	12	25	18	7	23	8	5

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017).

Quelle: Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

schen Wirksamkeit und der Mediennutzung wurde dabei erneut auf der Basis bivariater Korrelationen untersucht (vgl. Tabelle 13). Die interne politische Wirksamkeit korreliert im positiven Sinne am stärksten mit der Nutzung der regionalen und überregionalen Tageszeitungen sowie der öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Radioangebote – je häufiger die Informationsnutzung in diesen Angeboten stattfindet, umso stärker ist das politische Kompetenzbewusstsein ausgeprägt. Die Unterschiede im Anteil derer, die sich in den entsprechenden Medien mehrmals wöchentlich informieren, belaufen sich zwischen den Befragten mit niedriger und hoher politischer Wirksamkeit auf jeweils mehr als 10 Prozentpunkte (vgl. Abbildung 4); einzig beim öffentlich-rechtlichen Radio gestalten sich die Unterschiede in der Nutzung etwas weniger deutlich. Eine positive Korrelation

Tab. 12 Politische Zweifler und politische Wirksamkeit
in %

	Politische Zweifler	
	nein	ja
Fallzahl	1 738	279
Interne politische Wirksamkeit		
niedrig	12	23
mittel	54	51
hoch	35	26
Externe politische Wirksamkeit		
niedrig	27	57
mittel	69	39
hoch	4	4

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017).

Quelle: Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

Tab. 13 Zusammenhänge politische Wirksamkeit und Informationsnutzung

Bivariate Korrelationen

	Nachrichten und Informationen zum aktuellen Geschehen in/auf/bei...									
	Boulevardzeitungen/-zeitschriften	regionale Tageszeitungen	überregionale Presse	ö.-r. Fernsehen	ö.-r. Radio	privates Fernsehen	privates Radio	Blogs und soziale Netzwerke	Informationsprovider***	Videoplattformen
Politische Wirksamkeit intern										
Pearson-Korrelation	-,056*	,218**	,293**	,226**	,152**	-,142**	,032	,005	,190**	,043
Signifikanz (2-seitig)	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,15	0,81	0,00	0,05
Politische Wirksamkeit extern										
Pearson-Korrelation	-,091**	,162**	,116**	,100**	,080**	-,086**	,016	,059**	,068**	,073**
Signifikanz (2-seitig)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,48	0,01	0,00	0,00

* Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

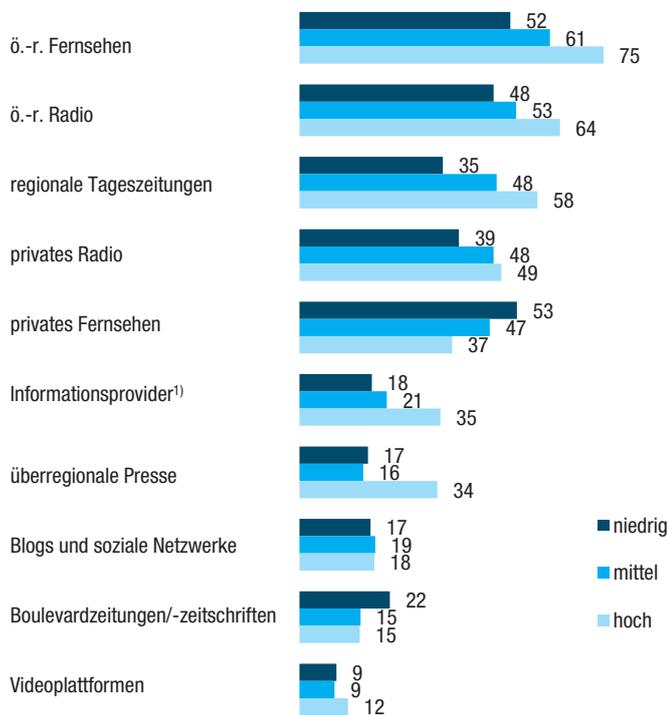
** Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

*** Unter „Informationsprovider“ wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017).

Quelle: Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

Abb. 4 Nachrichten- und Informationsquellen zum aktuellen Geschehen nach interner politischer Wirksamkeit
Nutzung "täglich/mehrmals pro Woche", in %



1) Unter "Informationsprovider" wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2 017).

Quelle: Studienreihe "Medien und ihr Publikum" – Medien als Träger politischer Information.

besteht zudem zwischen politischem Kompetenzbewusstsein und der Nutzung von Nachrichtenportalen, welche 18 Prozent der Menschen mit niedriger interner Wirksamkeit, jedoch 35 Prozent jener mit hoher nutzen. Dies korrespondiert mit den Befunden der vorgestellten qualitativen Studie, wonach die Möglichkeit, leicht und schnell andere Perspektiven auszuloten und Fakten zu überprüfen zum politischen Selbstbewusstsein von Bürgerinnen und Bürgern beiträgt.

Die Zusammenhänge mit den Printmedien und den öffentlich-rechtlichen Angeboten lassen sich bei einer geringeren, aber ebenfalls signifikanten Stärke der Zusammenhänge auch für die externe politische Wirksamkeit erkennen, wenngleich die Unterschiede in der tatsächlichen Nutzung hier geringer ausfallen (vgl. Abbildung 5). Insgesamt hängt das empfundene politische Kompetenzbewusstsein demnach stärker mit dem Konsum von Nachrichten und Informationen zum aktuellen Geschehen zusammen, als dies beim Gefühl externer politischer Wirksamkeit (externe Dimension) der Fall ist. Die Art und Weise ihrer Informationsnutzung kann Menschen als dazu befähigen, sich im politischen Diskurs kompetent zu fühlen – ihr Empfinden, sich adäquat von politischen Eliten vertreten zu fühlen, wird davon schwächer beeinflusst.

Welchen Medien vertrauen wiederum Menschen mit einer hohen bzw. niedrig empfundenen politischen Wirksamkeit? Für diese Fragestellung wurden ebenfalls bivariate Korrelationen berechnet und zwar in Bezug auf das erhobene Vertrauen in die Berichterstattung einzelner Medienangebote (vgl. Tabelle 14). Angewendet auf das Medienvertrauen wäre in Bezug auf die politische Wirksamkeit folgende Interpretation zu prüfen, die sich bereits in

Politisches Kompetenzbewusstsein trägt zu Medienvertrauen bei

Tab. 14 Zusammenhänge zwischen politischer Wirksamkeit und Medienvertrauen
Bivariate Korrelationen

	Nachrichten und Informationen zum aktuellen Geschehen in/auf/bei...									
	Boulevardzeitungen/-zeitschriften	regionale Tageszeitungen	überregionale Presse	ö.-r. Fernsehen	ö.-r. Radio	privates Fernsehen	privates Radio	Blogs und soziale Netzwerke	Informationsprovider	Videoplattformen
Politische Wirksamkeit intern										
Pearson-Korrelation	-,076*	,204**	,258**	,296**	,274**	,147**	,135**	,135**	,087**	,035
Signifikanz (2-seitig)	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,39
Politische Wirksamkeit extern										
Pearson-Korrelation	,147**	,153**	,180**	,274**	,273**	,144**	,129**	,127**	,162**	,148**
Signifikanz (2-seitig)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

* Korrelation ist bei Niveau 0,05 signifikant (zweiseitig).

** Korrelation ist bei Niveau 0,01 signifikant (zweiseitig).

*** Unter „Informationsprovider“ wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

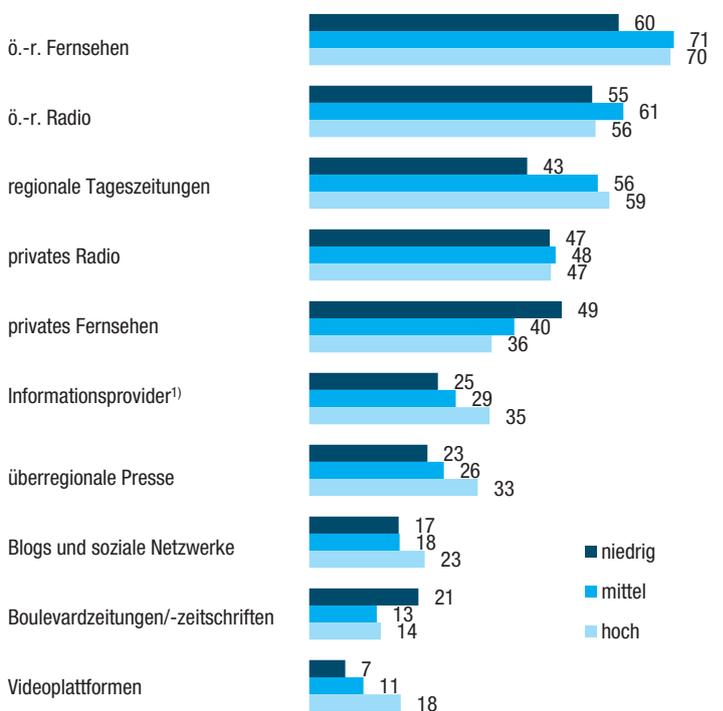
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017) – mindestens seltene Nutzung der jeweiligen Medien.

Quelle: Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ – Medien als Träger politischer Information.

der qualitativen Forschung abgezeichnet hat (20): Menschen mit einer niedrigen Wirksamkeitserwartung, die ihre persönlichen Meinungen nicht in der Politik bzw. in den Medien vertreten sehen (extern) und die politischen Vorgänge nicht verstehen (intern), tendieren zu einem sinkenden Vertrauen in die Institutionen und damit auch in die klassischen Medien. Für die subjektive politische Wirksamkeitserwartung wird ein positiver Zusammenhang mit dem Medienvertrauen vermutet. An dieser Stelle wird der Fokus damit bewusst auf medienexterne Faktoren gelegt. Obgleich es zunächst naheliegender scheint, ein geringes Medienvertrauen mit Qualitätsaspekten der Berichterstattung – zum Beispiel durch die angenommene Einseitigkeit in der Flüchtlingsdebatte – zu begründen, können externe Faktoren möglicherweise ebenso viel oder mehr zur Erklärung des Phänomens Medienvertrauen beitragen. (21)

Mit diesem politischen Kompetenzbewusstsein (interne Wirksamkeit) korrelieren das Vertrauen in Nachrichten und Informationen zum aktuellen Geschehen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und Radio sowie in überregionalen und regionalen Zeitungen hochsignifikant positiv. Entsprechend vertraut unter den Befragten mit hohem Kompetenzbewusstsein diesen Medien weit mehr als die Hälfte – und weit mehr als im Gesamtdurchschnitt –, während unter Befragten mit niedrigem Kompetenzbewusstsein ihnen jeweils maximal ein Drittel vertraut (vgl. Abbildung 6): Beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen stehen dabei 73 Prozent, die gesendeten Nachrichten voll und ganz oder weitgehend Glauben schenken, 28 Prozent gegenüber, die geringerem Vertrauen in das öffentlich-rechtliche Fernsehen haben. Auch hier sind die Unterschiede zwischen Personen mit niedrigem und hohem politischen

Abb. 5 Nachrichten- und Informationsquellen zum aktuellen Geschehen nach externer politischer Wirksamkeit
Nutzung „täglich/mehrmals pro Woche“, in %

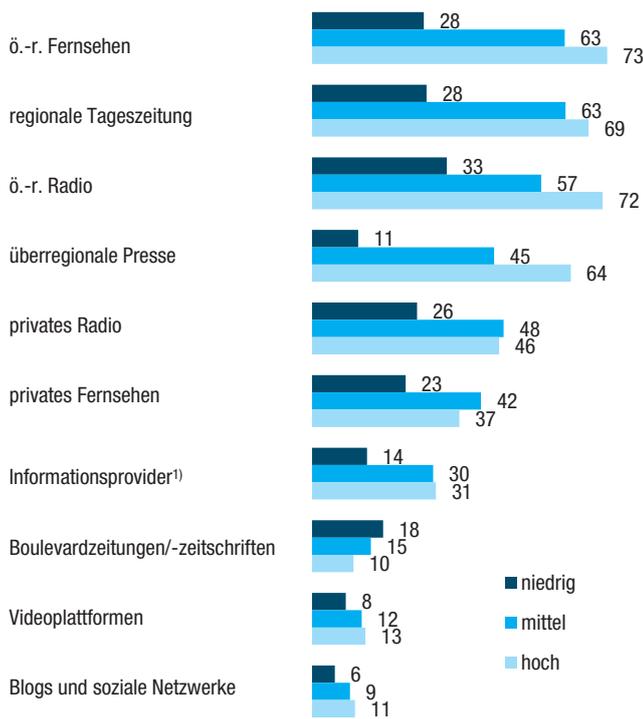


1) Unter "Informationsprovider" wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2017).

Quelle: Studienreihe "Medien und ihr Publikum" – Medien als Träger politischer Information.

Abb. 6 Vertrauen in Medien nach interner politischer Wirksamkeit
 "vertraue ich voll und ganz/weitgehend", in %

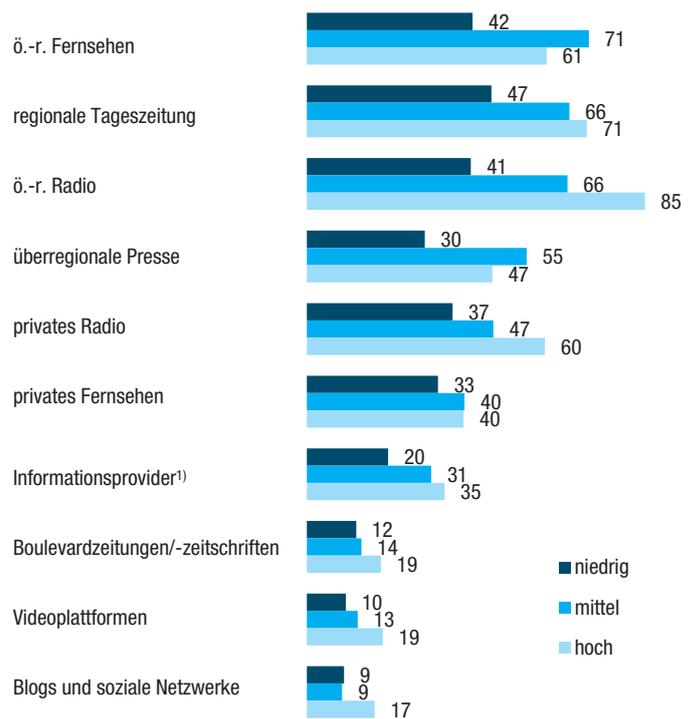


1) Unter "Informationsprovider" wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2 017).

Quelle: Studienreihe "Medien und ihr Publikum" – Medien als Träger politischer Information.

Abb. 7 Vertrauen in Medien nach externer politischer Wirksamkeit
 "vertraue ich voll und ganz / weitgehend", in %



1) Unter "Informationsprovider" wurden zusammengefasst: Internetseiten oder Nachrichtenportale von Providern und Suchmaschinen oder Internetseiten oder Apps von Nachrichtenangeboten, die nur im Netz präsent sind.

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2 017).

Quelle: Studienreihe "Medien und ihr Publikum" – Medien als Träger politischer Information.

Kompetenzbewusstsein deutlich und liegen zwischen 39 und 53 Prozentpunkten. Der wiederum einzig negative, jedoch nur moderat signifikante und im Vergleich schwächste Zusammenhang besteht zum Vertrauen in Boulevardzeitungen. So geben 18 Prozent der Menschen mit niedrigem internen Kompetenzbewusstsein an, dieser Mediengattung jedenfalls weitgehend zu vertrauen, während es unter den Menschen mit hohem Kompetenzbewusstsein rund 10 Prozent sind.

Auch die Analysen der externen politischen Wirksamkeit zeigen ähnlich hochsignifikant positive Zusammenhänge mit dem Vertrauen in das öffentlich-rechtliche Fernsehen und Radio sowie zu überregionalen und regionalen Zeitungen. Diese fallen allerdings – wie bei der Nutzung von Informationsangeboten – schwächer aus. Auch die Differenzen zwischen den Menschen mit einem hohen und einem niedrigen Gefühl der externen politischen Wirksamkeit fallen mehrheitlich geringer aus, als dies bei den Extremgruppen nach dem Gefühl der internen politischen Wirksamkeit der Fall ist. Lediglich beim Vertrauen in das öffentlich-recht-

liche Radio, dem 85 Prozent der Menschen mit einem hohen Gefühl der externen politischen Wirksamkeit, aber nur 41 Prozent der Menschen mit einem niedrigeren Gefühl der externen politischen Wirksamkeit vertrauen, geht die Schere weiter auseinander (vgl. Abbildung 7). In Abgrenzung zur internen politischen Wirksamkeit gibt es bei der externen Dimension keinen negativen Zusammenhang mit dem Vertrauen in Boulevardzeitungen. Ergänzend zeigt sich jedoch ein hochsignifikanter Zusammenhang mit dem Vertrauen in Nachrichten auf Nachrichtenportalen ab, welchen 35 Prozent der Gruppe mit dem Gefühl hoher externer Wirksamkeit, aber nur 20 Prozent jener mit dem Gefühl niedriger externer Wirksamkeit vertrauen.

Fazit

Die vorliegenden Befunde zeigen, dass das Vertrauen der Bevölkerung, insbesondere in die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Anbieter sowie der regionalen und überregionalen Printmedien, weiterhin hoch ist. Dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen bescheinigen 71 Prozent, es bringe „die Themen, die für die Gesellschaft wichtig sind“, und 66 Prozent stimmen der Aussage zu: „berichtet so über die Dinge, wie sie wirklich sind“.

Vertrauen in Printmedien und ö.-r. Rundfunk weiterhin hoch

62 Prozent vertrauen seiner Berichterstattung voll und ganz bzw. weitgehend. Auch im Vergleich zu anderen Anbietern erzielen die öffentlich-rechtlichen Sender hier die höchste Zustimmung. (22)

**Medienkritische
Einstellungen
gegenüber 2016
rückläufig**

Im Vergleich zu den Ergebnissen aus dem Vorjahr – im Jahr 2016 war die politische und mediale Diskussion in besonderem Maße von der Flüchtlingskrise geprägt – deuten die aktuellen Befunde darauf hin, dass es aktuell weniger Menschen gibt, die die Politik, und ihre politischen Akteure stark in Zweifel ziehen und gegenüber der Berichterstattung in den klassischen Medien kritisch eingestellt sind. Dennoch ist weiterhin von einer quantitativ relevanten Bevölkerungsgruppe auszugehen, die der Berichterstattung in den klassischen Medien und deren Wahrhaftigkeit grundsätzlich misstraut. So sagen in der aktuellen Studie aus dem Frühjahr 2017 (Medien und ihr Publikum) 38 Prozent, dass das in den Nachrichten der Medien vermittelte Bild weniger oder gar nicht mit dem eigenen Bild übereinstimmt; 55 Prozent sind der Meinung, dass in den Medien häufig absichtlich die Unwahrheit gesagt wird.

**Politische Zweifel
und geringes
politisches
Kompetenzempfinden
beeinflussen das
Medienvertrauen**

Politische Zweifel und eine geringe politische Wirksamkeitserwartung sind in der mittleren Altersgruppe besonders häufig. Ein wesentliches Merkmal dieser Gruppe ist ihre niedrige formale Bildung, ein deutlicher Hinweis darauf, dass formale Bildung in Bezug auf die Distanz zum politischen System und ein geringes Medienvertrauen besonders relevant ist. Nichtwähler und Unentschlossene sind in dieser Bevölkerungsgruppe überdurchschnittlich vertreten. Dabei zeigt sich, dass Medienvertrauen in einem deutlichen Zusammenhang mit der generellen Unzufriedenheit mit dem politischen System und der Wahrnehmung einer geringen politischen Wirksamkeit (insbesondere auf der externen Dimension) steht. Je stärker die Zweifel am politischen System sowie das Gefühl der eigenen Wirkungslosigkeit ausgeprägt sind, um so kritischer ist auch das Bild von der Berichterstattung in den klassischen Medien.

Die Korrelationsanalysen zwischen politischem Zweifel, politischem Wirksamkeitsempfinden und Mediennutzung ermöglichen keine kausalen Interpretationen, sie zeigen aber einige statistisch signifikante und deutliche Zusammenhänge. So steht die Nutzung öffentlich-rechtlicher Medien und einzelner Printangebote mit politischem Zweifel und einer geringeren politischen Wirksamkeitsempfinden in einem negativen Zusammenhang. Anders ausgedrückt: Menschen mit einer hohen Nutzung der Informationen in diesen Angeboten zweifeln weniger am politischen System, den politischen Akteuren und haben ein stärkeres politisches Wirksamkeitsempfinden. Politische Zweifel stehen dagegen in einem positiven Zusammenhang mit der Nutzung von Informationen in sozialen Netzwerken. Korrespondierend mit der Nutzung gilt dies auch für das Vertrauen: Menschen, die starke politische Zweifel und ein geringes Wirksamkeits-

empfinden haben, vertrauen den Printmedien und den öffentlich-rechtlichen Sendern weniger, stattdessen stärker den Informationen in sozialen Netzwerken. Insbesondere für die Gruppe der politischen Zweifler ist dieser Befund evident: Im Vergleich aller Informationsanbieter gibt es nur in Bezug auf die sozialen Netzwerke einen signifikant positiven Zusammenhang: Starke politische Zweifel gehen mit einem hohen Vertrauen in die Informationen aus sozialen Netzwerken und einem geringen Vertrauen in die klassischen Medien einher.

Dieser Befund zeigt aber auch, dass monokausale, generelle „Schulduweisungen“ an die Medien wenig zielführend sind. Vielmehr handelt sich hier vielmehr um gegenseitige Abhängigkeiten verschiedener Variablen der politischen Partizipation und der Beurteilung politischer Vorgänge, die im Zusammenhang mit dem Medienvertrauen stehen. Dessen ungeachtet sind weitere Faktoren, die hier nicht Gegenstand der Analyse waren, so die Qualitätsaspekte auf der Angebotsseite wie Objektivität, Neutralität und Ausgeglichenheit der Berichterstattung, wichtige Einflussfaktoren auf das Medienvertrauen.

Die deutlichen Unterschiede in der Beurteilung der Glaubwürdigkeit öffentlich-rechtlicher Fernseh- und Radioangebote, regionaler und überregionaler Printangebote auf der einen und Boulevardpresse, privaten Sendern und sozialen Netzwerken auf der anderen Seite verdeutlichen die von der Bevölkerung wahrgenommenen Qualitätsunterschiede in der Berichterstattung.

Das – inhaltlich oft diffuse – Misstrauen der „Zweifler“ und Entfremdeten gegenüber den etablierten Medien dürfte jedoch nur die Spitze des Eisberges für ein grundsätzliches Dilemma sein, vor dem Medienanbieter stehen: ein allgemeines Unbehagen gegenüber Politik, Wirtschaft und anderen gesellschaftlichen Eliten, das sich im Zuge der Krisen der vergangenen Jahre nun auch offensiv manifestiert. Dieses Unbehagen erfasst auch die Medien, da sie „als Teil des Systems“ wahrgenommen werden. Der Eindruck, dass die Medien das Establishment stützen oder gar von ihm gelenkt werden, gibt diesem Dilemma weitere Nahrung. Hinzu kommt, dass Medien in ihrer Funktion als Übermittler von Nachrichten ebenso wie von Meinungen der Politik(er) und anderer gesellschaftlicher Eliten nicht selten in „Mithaftung“ genommen werden für die Inhalte, die sie übermitteln.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Schulz, Tanjev/Nikolaus Jakob/Marc Ziegele/Oliver Quiring/Christian Schemer: Erosion des Vertrauens zwischen Medien und Publikum. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. In: Media Perspektiven 5/2017, S. 246-259.

**Zusammenhang
zwischen Beurteilung
politischer Vorgänge
und Medienvertrauen**

**Qualitätsunterschiede
in den Angeboten
werden wahr-
genommen**

**Diffuses Unbehagen
wirkt auf Medien-
wahrnehmung**

- 2) Vgl. Engel, Bernhard/Angela Rühle: Medien als Träger politischer Information. Ergebnisse aus der Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ (MiP). In: Media Perspektiven 7-8/2017, S. 388-407.
- 3) Für einen ausführlichen Studiensteckbrief vgl. Engel, Bernhard/Eva Holtmannspötter: Studienreihe: Medien und ihr Publikum. Neue Wege für die Erhebung der intermedialen Mediennutzung. In: Media Perspektiven 2/2017, S. 91–100; für ausführliche Informationen zum Modulsample vgl. Engel/Rühle (Anm. 2.).
- 4) Vgl. Engel Rühle (Anm. 2).
- 5) Vgl. van Eimeren, Birgit/Andreas Egger: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien (2016). Online unter: <http://www.br.de/presse/inhalt/pressemitteilungen/glaubwuerdigkeitsstudie-pdf-100.html> (abgerufen am 20.11.2017).
- 6) Dual-Frame-Stichprobe mit 30 Prozent Mobilfunk-Interviews zur besseren Ausschöpfung schwer erreichbarer Zielgruppen.
- 7) Vgl. Klare Antworten: Glaubwürdigkeit der Medien 2016, qualitative Analyse im Auftrag des Bayerischen Rundfunks (unveröffentlicht).
- 8) Vgl. Westdeutscher Rundfunk: Glaubwürdigkeit der Medien Dezember 2016. Quelle: <http://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/unternehmen/studie-glaubwuerdigkeit-download-100.pdf> (abgerufen am 10.8.2017).
- 9) Vgl. van Eimeren/ Egger (Anm. 5)
- 10) Vgl. ebd.
- 11) Vgl. ebd.
- 12) Diese wurden in der Studie „Medien als Träger politischer Information“ gemeinsam abgefragt.
- 13) Vgl. van Eimeren/Egger (Anm. 5).
- 14) Vgl. Campbell, Angus/Gerald Gurin/Warren E. Miller. The Voter Decides. Evanston 1954.
- 15) Vgl. Hadjar, Andreas/Dennis Köthemann: Klassenspezifische Wahlabstinenz – Spielt das Vertrauen in politische Institutionen eine Rolle? In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 66/2014, S. 51ff.
- 16) Vgl. Cabarello, Claudio: Nichtwahl. In: Falter, Jürgen W./ Harald Schoen (Hrsg.): Handbuch Wahlforschung. Wiesbaden 2014, S. 437-489, hier S. 460.
- 17) Vgl. ebd.
- 18) Vgl. Beierlein, Constanze/Christoph J. Kemper/Anastassya Kovaleva/Beatrice Rammstedt: Political Efficacy Kurzska (PEKS). Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen. Gesis-Working Papers 18/2012. Quelle: www.gesis.org/zis. Im Unterschied zur hier vorgeschlagenen Version der Skala mit fünf Ausprägungen wurde in der vorliegenden Studie eine Skalierung mit vier Ausprägungen eingesetzt (stimme voll und ganz, weitgehend, weniger, gar nicht zu). Diese Skalierung wurde verwendet, um im Fragebogen keinen Bruch zu vollziehen, in dem die Mehrheit der Fragen mit der Viererskala erhoben wird.
- 19) Für die interne politische Wirksamkeit ergibt sich dabei ein Cronbach's Alpha-Wert von 0,679. Bei der externen Wirksamkeit liegt er bei 0,632. Nimmt man alle Aspekte zusammen, ergibt sich ein Wert von 0,604.
- 20) Vgl. Klare Antworten (Anm. 7).
- 21) Vgl. zum Thema Leistungsbewertung der Medien z.B. ARD-Forschungsdienst: Glaubwürdigkeit der Medien. In: Media Perspektiven 1/2017, S. 52-56.
- 22) Vgl. auch Engel/Rühle (Anm. 2).

