

Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2018

## ▶ Medienvertrauen im Zeitalter der Polarisierung

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

### Verunsicherung im Journalismus durch pauschale Kritik

In vielen Redaktionen ist eine Verunsicherung darüber zu spüren, wie sich die Digitalisierung und veränderte Gewohnheiten in der Mediennutzung auf die Zukunft des Journalismus auswirken werden. Dazu kommt der Eindruck einer gewachsenen Feindseligkeit, nicht zuletzt gespeist durch aggressive Kommentare im Internet oder die pauschale Kritik an den „Mainstream-Medien“. Hinter der greifbaren Verunsicherung verbergen sich durchaus herausfordernde Forschungsfragen, wie etwa: Schwindet in der Gesellschaft der Rückhalt für die etablierten Informationsmedien, stecken sie in einer schweren Vertrauenskrise? Oder ist diese Wahrnehmung verzerrt und das Verhältnis zum Publikum keineswegs so gestört? Welche Konsequenzen hätten nachhaltige Veränderungen im Medienvertrauen für das Mediensystem, seine Akteure und die Demokratie als Ganzes? Und wie ließe sich im journalistischen Alltag einer eventuellen Abwärtsspirale etwas entgegensetzen? Wissenschaftliche Forschung versucht, darauf systematische Antworten zu liefern, die über individuelle Eindrücke und Gefühle hinausgehen.

### Medienvertrauen bereits seit 15 Jahren im Blick der Forschung

Seit etwa 15 Jahren beschäftigt sich die deutsche Kommunikationswissenschaft mit dem Vertrauen der Bürger in die Medien aus einem umfassenden Blickwinkel. (1) Davor stand zumeist ein Teilaspekt der Vertrauensbeziehung zwischen Medien und Rezipienten im Mittelpunkt: die subjektiv wahrgenommene Glaubwürdigkeit einzelner Medien und Kommunikationsquellen. (2) Seit dem Aufkommen der „Lügenpresse“-Vorwürfe – hauptsächlich im Jahr 2015 – gewann die bis dahin in akademischer Abgeschiedenheit arbeitende Medienvertrauensforschung an Aktualität, und sie erfuhr auch eine neue Ausrichtung. Die Debatte, der sich immer mehr Forscher anschlossen und die seit Anfang 2019 auch in einem DFG-Forschernetzwerk weitergeführt wird (3), fächerte sich zunehmend auf.

### Kurz und knapp

- In der fünften Welle der Mainzer Langzeitstudie wurden im Herbst 2018 rund 1 200 Bürger befragt.
- 44 Prozent stimmten der Aussage zu, dass man den Medien „bei wichtigen Dingen“ vertrauen könne.
- Das Vertrauen in den ö.-r. Rundfunk und die Tageszeitungen ist weiterhin hoch, die Werte für das Internet sinken.
- Bei einer Minderheit verfestigt sich jedoch das Misstrauen gegenüber Medien.
- Vor allem bei bestimmten neuralgischen Themen zeigt sich eine größere Skepsis gegenüber der Medienberichterstattung.

Zunächst lautete die zentrale Frage unter Journalisten und Wissenschaftlern, ob es tatsächlich eine Vertrauenskrise gebe und wie hoch das Vertrauen in die Medien eigentlich sei. Die Antwort war einhellig: „Die“ große Vertrauenskrise gab es nicht (4), vielmehr stieg das generelle Vertrauen der Bevölkerung in den letzten Jahren zum Teil sogar an. Gleichzeitig fand man zunehmende Polarisierungstendenzen in Form einer wachsenden Anzahl an Menschen, die den etablierten Medien und traditionellen Informationsangeboten entweder vollständig ablehnend bis zynisch gegenüberstanden oder die diesen Medien und Informationsangeboten großes Vertrauen entgegenbrachten. (5) Im nächsten Schritt wurde die Detailauflösung höher: Stand zunächst das eher globale Institutionenvertrauen in vielen Studien im Vordergrund, kamen angesichts des Pluralismus im deutschen Mediensystem gehäuft Studien auf, die das Vertrauen in einzelne Medien, Redaktionen und Journalisten ins Auge fassten. (6) Bereits die ältere Glaubwürdigkeitsforschung konnte zeigen, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Tagespresse großes Vertrauen unter den Rezipienten genossen. (7) Zum selben Befund kommt die neuere Medienvertrauensforschung (8), die auch für die Nachrichtenformate der öffentlich-rechtlichen Programme ein vergleichsweise hohes und stabiles Vertrauen nachweisen konnte. (9)

Zuletzt rückte in der Forschung die Frage in den Mittelpunkt, ob die Medienberichterstattung auch nach den rezipierten Medieninhalten variiert. Konkret wurde vermutet, dass die Mediendarstellung strittiger Themen – insbesondere solcher, die neuralgische Punkte in der Bevölkerung treffen – als weniger vertrauenswürdig wahrgenommen wird als Medienberichte über weitgehend unstrittige Themen, die weniger polarisieren. Ein Grund dafür könnte sein, dass die Berichterstattung hier auf weniger stark festgelegte Prädispositionen von Rezipienten trifft, die im Widerspruch zur Berichterstattung stehen könnten. (10) Auch hier zeigten aktuelle Studien, dass diese Annahme zutrifft – insbesondere der Berichterstattung zur „Flüchtlingskrise“ wurde vergleichsweise wenig vertraut. (11)

### Fragestellung schrittweise erweitert

Die beschriebene Ausdifferenzierung der deutschen Medienvertrauensforschung schlug sich schließlich auch in der Betrachtung der Ursachen von Medien-

### Suche nach Ursachen der Medienskepsis

\* Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

\*\* Institut für Sozialwissenschaften der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.

vertrauen, -skepsis und -zynismus nieder. Die Zahl möglicher Faktoren, die Einfluss auf das Medienvertrauen haben können, weitete sich über die Jahre aus, dazu gehören unter anderem Bildung, individuelle Mediennutzung, interpersonales Vertrauen, die individuelle Vertrauensdisposition, politisches Interesse, die Neigung zu verschwörungstheoretischem Denken, politischer Extremismus, Demokratiezufriedenheit und einige mehr. (12)

#### **Fünfte Welle der Mainzer Langzeitstudie**

**Fünfte Welle  
im Herbst 2018 mit  
1 200 Befragten**

Die Ergebnisse der mittlerweile fünften Erhebungswelle der Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen ergänzen und erweitern die eben beschriebenen Befunde. Gefördert wurde die Untersuchung vom Impulsfond des Landes Rheinland-Pfalz sowie dem Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Im Oktober und November 2018 wurden bundesweit 1 200 Bürgerinnen und Bürger ab 18 Jahren in einer repräsentativen Telefonumfrage (CATI) befragt, die das Meinungsforschungsinstitut IFAK im Auftrag der Forschungsgruppe am Mainzer Institut für Publizistik durchführte. Die maximale statistische Fehler-toleranz beträgt 2,8 Prozent. Die aktuellen Daten wurden erhoben, kurz bevor der Spiegel enthüllte, dass zahlreiche Artikel des Reporters Claas Relotius auf gefälschten Darstellungen beruhten.

**Erstmals auch nach  
themenspezifischem  
Medienvertrauen  
gefragt**

Wie in den bisherigen Wellen enthielt der Fragebogen mehrere Fragen zum Medienvertrauen, darüber hinaus Fragen zur Medien- und Internetnutzung, zu verschiedenen Mustern der Medienkritik, zu politischen Einstellungen sowie zu soziodemografischen Merkmalen. Erstmals gestellt wurden neu entwickelte Fragen zu themenspezifischem Medienvertrauen. Zudem wurde in der fünften Welle erneut zwischen dem Vertrauen in unterschiedliche Medienangebote differenziert.

Dass man je nach Verständnis des Konzepts Medienvertrauen zwischen dem Mediensystem als Ganzem sowie einzelnen Vertrauensobjekten bzw. -ebenen unterscheiden kann, ist keine neue Erkenntnis. Es gibt seit der frühen Glaubwürdigkeitsforschung Studien, die global nach dem Vertrauen in das etablierte Medienangebot bzw. -system fragen, und Studien, die Mediengattungen, Einzelmedien, Redaktionen oder Personen ins Auge fassen. Die Mainzer Langzeitstudie zeigte beispielsweise im Jahr 2017, dass vor allem der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Tagespresse hohes Vertrauen genossen, während das Vertrauen in Informationsangebote im Internet im Allgemeinen sehr gering war. (13)

**Öffentlich-rechtlicher  
Rundfunk und  
Tagespresse bei  
Medienvertrauen vorn**

Die aktuellen Zahlen verdeutlichen, dass sich an der Hierarchie der Vertrauensobjekte nichts geändert hat (vgl. Abbildung 1). Nach einem Vertrauenshoch im Jahr 2017 sind die Werte für das öffentlich-rechtliche Fernsehen in der aktuellen Erhebungswelle gesunken – 65 Prozent der Bevölkerung vertrauen der Berichterstattung (2017: 72 %, 2016: 69 %). Auch wenn derzeit unklar ist, ob

dieser Rückgang situativ ist oder einen Trend andeutet, liegt der öffentlich-rechtliche Rundfunk noch immer an der Spitze der verschiedenen Mediengattungen. Regionalzeitungen, die in der aktuellen Welle zum ersten Mal getrennt von überregionalen Zeitungen abgefragt wurden, liegen mit 63 Prozent direkt dahinter und genießen vergleichsweise hohes Vertrauen. Überregionale Zeitungen werden demgegenüber von 49 Prozent der Befragten als vertrauenswürdig eingeschätzt. Die Daten zeigen allerdings auch, dass viele Menschen überregionale Zeitungen nicht (mehr) aus eigenem Lesen und Erleben kennen: So enthalten sich 22 Prozent der Befragten eines Urteils über die Vertrauenswürdigkeit der überregionalen Presse und antworteten mit „Weiß nicht“ – ein Indiz dafür, dass die vergleichsweise niedrigen Vertrauenswerte hier eher auf Unkenntnis als auf Misstrauen hindeuten. Allerdings kommt auch die starke politische Richtungsfestlegung vieler Redaktionen als Grund für ein niedrigeres Vertrauen in Frage. Gemeinsam mit dem schlecht beleumundeten privaten Fernsehen und der Boulevardpresse rangiert das Internet mit seinen Informationsangeboten auf den hinteren Plätzen in puncto Medienvertrauen. Dabei ist zu beachten, dass die Onlineauftritte der Zeitungen und des Rundfunks vom Publikum als Teil der jeweiligen Marken betrachtet werden und sich das geringe Vertrauen gegenüber Informationen im Internet vor allem auf die Vielzahl anderer Quellen, beispielsweise in sozialen Netzwerken, bezieht.

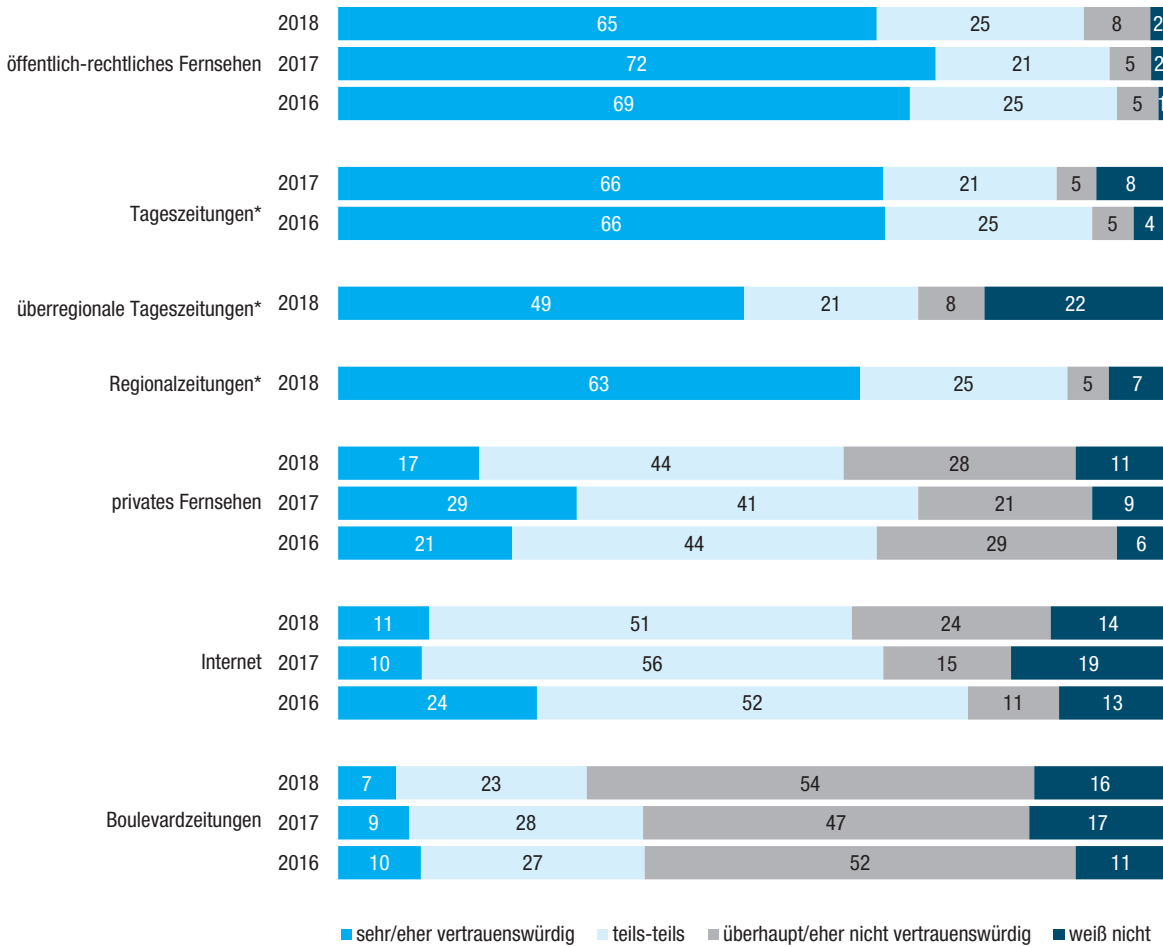
Bereits im Jahr 2017 nahm die Mainzer Forschungsgruppe an, dass die breite Diskussion über den Datenskanal von Facebook, über Fake News und Hate Speech im Internet viele Menschen vorsichtig und misstrauisch gegenüber Onlineinformationen gemacht hat. Die aktuellen Daten bestätigen den Trend: Das Vertrauen in Internetquellen war nach einem eklatanten Absturz im Vorjahr auch im Jahr 2018 gering (vgl. Abbildung 2). Bei detaillierter Betrachtung vertrauen nur 21 Prozent der Befragten den Nachrichten auf Seiten von Suchmaschinen (2017: 23 %), und nur 4 Prozent den Nachrichten in sozialen Netzwerken (2017: 3 %). Der Anteil derjenigen, die Nachrichten in sozialen Netzwerken generell für nicht vertrauenswürdig halten, ist innerhalb eines Jahres sogar von 42 auf 51 Prozent angestiegen.

Abstrahiert man von einzelnen Mediengattungen und -plattformen und nimmt das Globalvertrauen der Bevölkerung in die etablierten Medien in den Blick, wird der Befund der Vorjahre – steigendes Vertrauen in Zeiten von Polarisierung – unterstrichen. „Die“ große Vertrauenskrise gab und gibt es nicht. Im Gegenteil: Mit 44 Prozent stimmten 2018 mehr Befragte der Aussage zu, dass man den

**Vertrauen in  
Internetquellen  
weiter gesunken**

**Globalvertrauen auf  
Allzeithoch**

**Abb. 1 Vertrauen in verschiedene Mediengattungen 2016 bis 2018**  
in %



\*Bis einschließlich 2017 wurde nicht zwischen regionalen und überregionalen Tageszeitungen differenziert, in der Welle 2018 wurden sie erstmals gesondert abgefragt.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen.

**Polarisierung verfestigt sich**

Medien „bei wichtigen Dingen“ vertrauen könne, als in allen anderen Wellen zuvor (42% im Jahr 2017; 41% im Jahr 2016) (vgl. Abbildung 3).

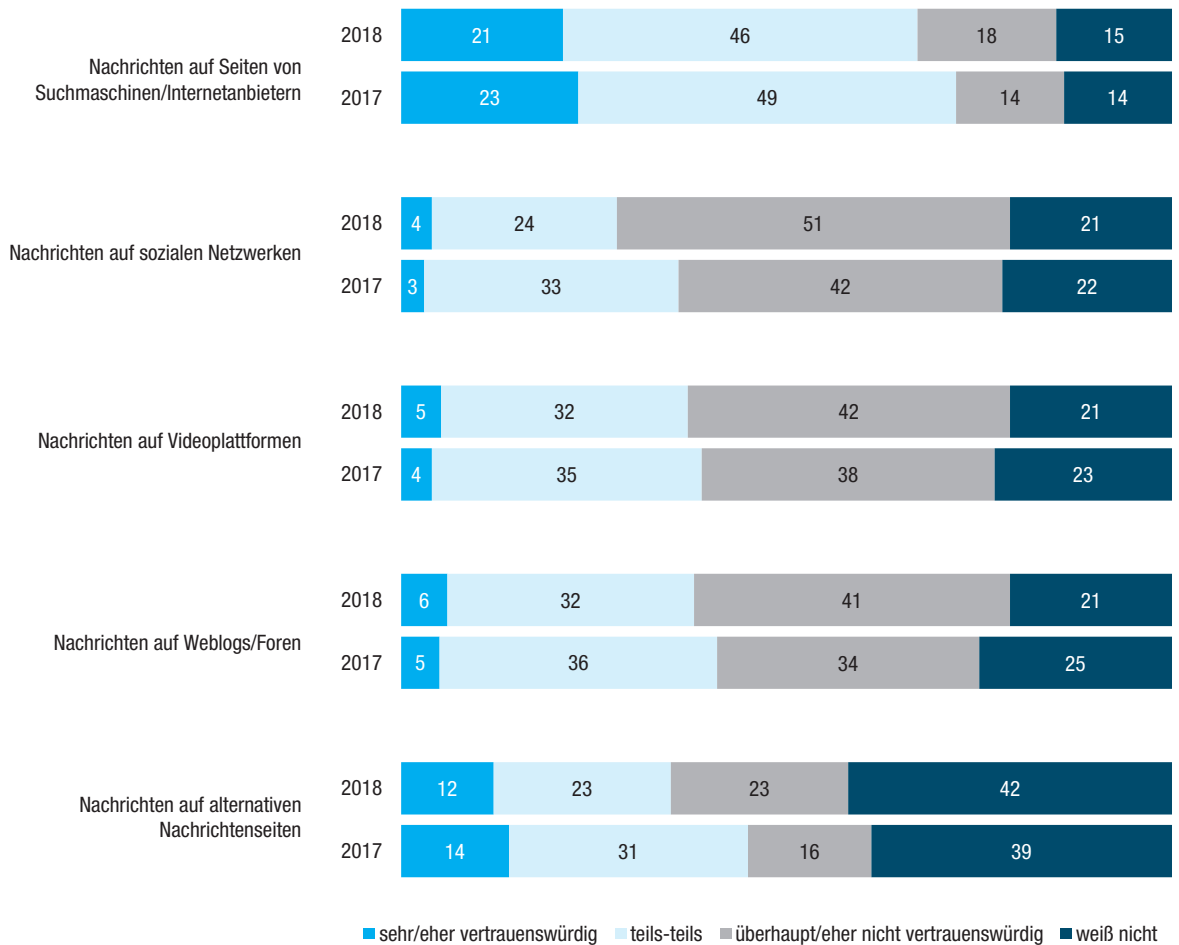
Zugleich spricht aus den 22 Prozent Ablehnung dieser Aussage (17% im Jahr 2017; 22% im Jahr 2016) eine sich verfestigende Polarisierung: Die Gruppe derjenigen, die beim Vertrauen eine mittlere Position einnehmen („teils, teils“) ist so klein wie noch nie in den bisher fünf Umfragewellen der Mainzer Forschungsgruppe. Ihr Anteil beträgt nun 34 Prozent. Im Vorjahr waren es 41 Prozent, vor zehn Jahren noch 63 Prozent. Offenbar sehen sich viele Menschen angesichts einer polarisierten Debatte dazu veranlasst, auch selbst Position für oder gegen die Medien zu beziehen. Diese Lesart der Daten wird auch dadurch gestützt, dass immerhin 25 Prozent der Bevölkerung der Aussage zustimmen, „[d]ie Medien arbeiten mit der Politik Hand in

Hand, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren“. Ein Jahr zuvor waren es 20 Prozent, 2016 27 Prozent. Den medienzynischen Vorwurf, die Medien würden die Bevölkerung in Deutschland systematisch belügen, teilen aktuell 16 Prozent (2017: 13%, 2016: 19%). Nur eine Minderheit von rund einem Fünftel äußert demnach starke Ablehnung gegenüber den etablierten Medien in toto, dennoch haben die „Lügenpresse“-Vorwürfe und sicherlich auch einige journalistische Fehlgriffe Spuren hinterlassen: Pauschale Kritik und Polemik haben sich in den vergangenen Jahren verfestigt.

Für die Konzeption der vorliegenden Studie war angesichts des zeitgeschichtlichen Hintergrunds der Debatte um Medienvertrauen die Frage relevant, ob Medienvertrauen je nach berichtetem Thema variiert. Mittlerweile berichtete auch eine weitere aktuelle Studie in dieser Zeitschrift, dass die Medienberichterstattung vor allem bei neuralgischen Themen wenig Vertrauen genießt: „Insbesondere die Flüchtlingskrise hat die Menschen in Deutsch-

**Kaum Vertrauen bei den Themen Flüchtlinge und Islam**

**Abb. 2 Vertrauen in verschiedene Internetquellen 2017 und 2018**  
in %



Basis: Nur Internetnutzer, n=999.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen.

land aufgewühlt. Fast zwei Drittel der Befragten (63 %) sind sehr skeptisch, wenn Medien über Flüchtlinge berichten. Auch mit zeitlichem Abstand zum Höhepunkt der Flüchtlingskrise bleiben Rezipienten bei diesem Thema eher misstrauisch“. (14) Es gebe einen „Vertrauensverlust bezüglich der Medienberichterstattung [...], der bis heute nicht kompensiert ist. Bei der Berichterstattung über Flüchtlinge genießen Medien nach wie vor eher geringes Vertrauen. Die Befragungen zeigen eine hartnäckige Medienskepsis bei einem kleinen Teil der Bevölkerung; bei der überwiegenden Mehrheit der Rezipienten gelten aktuelle Massenmedien als vertrauenswürdig.“ (15)

Die aktuellen Daten der Mainzer Langzeitstudie unterstreichen diesen Eindruck: Nur jeweils 24 Prozent der Befragten stimmten den Aussagen zu, sie würden der Berichterstattung über die Aufnahme von Flüchtlingen und über die Kriminalität von Flüchtlingen vertrauen; 29 Prozent (generell zur Aufnahme von Flüchtlingen) und 35 Prozent (zur Kriminalität) hielten die Medienberichte für eher nicht oder überhaupt nicht vertrauenswürdig (vgl.

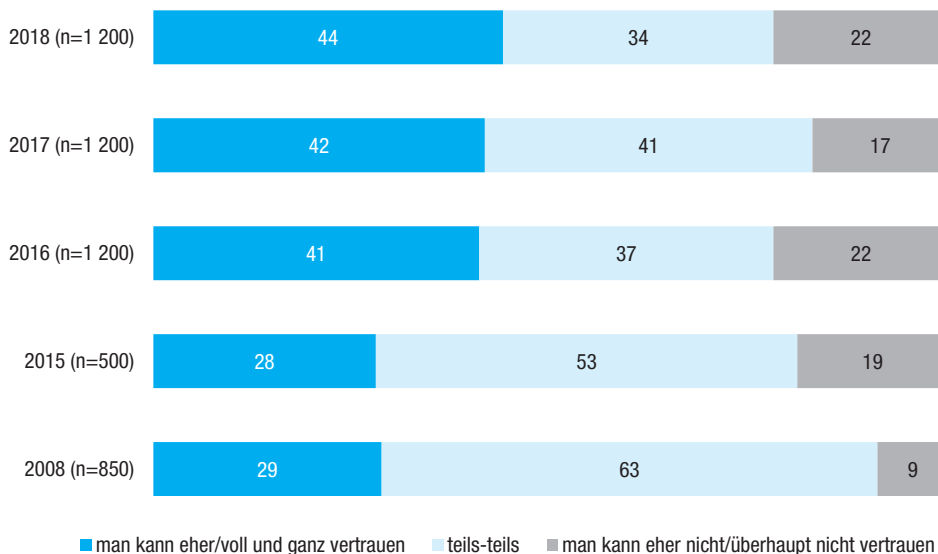
Abbildung 4). Wenig Vertrauen genießt auch die Berichterstattung über den Islam in Deutschland: Nur 22 Prozent der Befragten hielt die Mediendarstellung für vertrauenswürdig – 33 Prozent dagegen äußerten ihr Misstrauen. Dass es die Vertrauensforschung tatsächlich substanziell voranbringt, nach Berichterstattungsthemen zu unterscheiden, zeigt sich auch darin, dass die Befragten der Berichterstattung zum Diesel-Skandal weit stärker vertrauen: Hier waren 35 Prozent der Auffassung, man könnte den Medienberichten vertrauen.

Vor allem bei den neuralgischen Themen, wie der Rolle des Islam in Deutschland und den Folgen der Flüchtlingsmigration, wird den Medien vielfach unterstellt, sie gäben nur einen kleinen Meinungskorridor vor. (16) Sie würden entscheiden, was erlaubt und erwünscht sei, und verhängten regelrechte Redeverbote. Der Streit dreht sich häufig

**Meinungskorridor der Medien ist vielen Bürgern zu eng**

**Abb. 3 Vertrauen in die Medien bei wichtigen Dingen 2008 bis 2018**

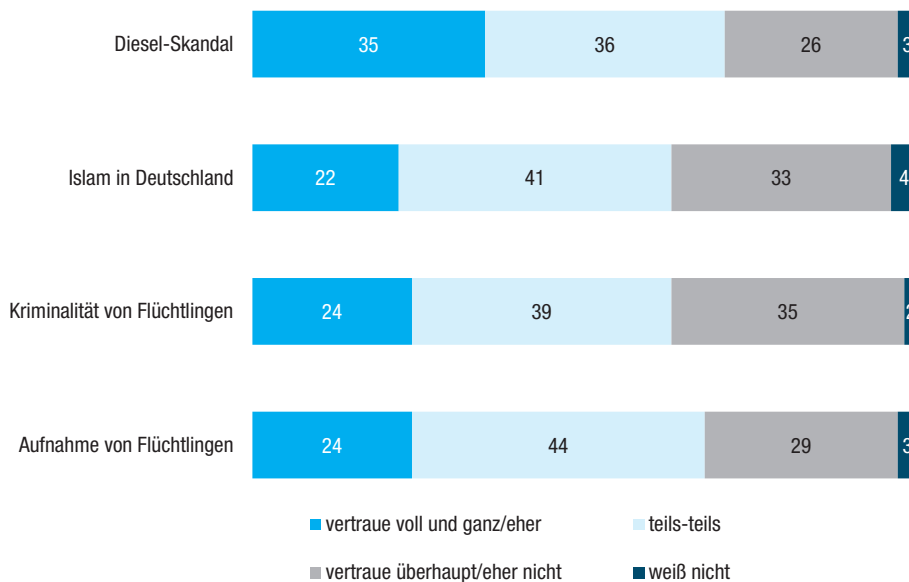
Aussagen über Medien: Wenn es um wirklich wichtige Dinge geht – etwa Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale und Krisen – kann man den Medien vertrauen?, in %



Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen.

**Abb. 4 Vertrauen in die Medienberichterstattung über bestimmte Themen 2018**

in %



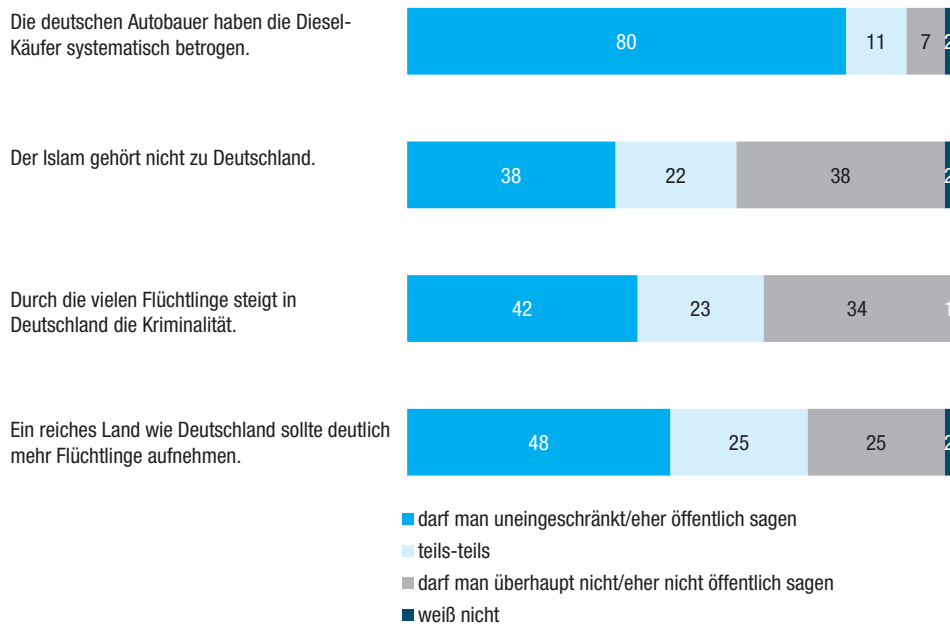
Basis: n=1 200.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen.

um die Frage, was man „sagen darf“, ohne sich „den Mund zu verbrennen“ oder als Extremist gebrandmarkt zu werden. In der Mainzer Langzeitstudie stimmt nur eine Minderheit von 16 Prozent

der Aussage zu, dass die Medien die Meinungsfreiheit in Deutschland prinzipiell untergraben. Eine klare Mehrheit – 59 Prozent – hält diese Aussage für unzutreffend. Allerdings sagen auch 27 Prozent: „Die Medien schreiben einem vor, was man denken soll.“

**Abb. 5 Empfundene „Redeverbote“ bei bestimmten Themen 2018**  
in %



Basis: n= 1 200.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen.

#### Minderheit empfindet „Redeverbot“ bei bestimmten Themen

Mit Blick auf konkrete Themen haben jeweils mehr als ein Drittel der Deutschen den Eindruck, dass man nicht öffentlich sagen dürfe: „Durch die vielen Flüchtlinge steigt in Deutschland die Kriminalität“ und „Der Islam gehört nicht zu Deutschland“ (vgl. Abbildung 5). Allerdings sind auch jeweils rund 40 Prozent der Meinung, dass man dies sehr wohl sagen dürfe. 25 Prozent der Befragten haben das Gefühl, man verbrenne sich den Mund, wenn man äußere, ein reiches Land wie Deutschland sollte noch deutlich mehr Flüchtlinge aufnehmen. Kein Redeverbot nehmen die Deutschen dagegen beim Diesel-Skandal wahr – 80 Prozent meinen, dass man öffentlich sagen dürfe, dass die Autobauer die Diesel-Käufer systematisch belogen haben. Auch hier lohnt sich also der Blick in die einzelnen Berichterstattungsfelder und eine detaillierte Analyse: Befragte, die den etablierten Medien wenig oder gar nicht vertrauen, nehmen über alle Themen stärkere Redeverbote wahr als Befragte mit einem moderaten oder hohen Medienvertrauen.

#### Wachsende Entfremdung in Bezug auf Themenauswahl und Meinungsspektrum

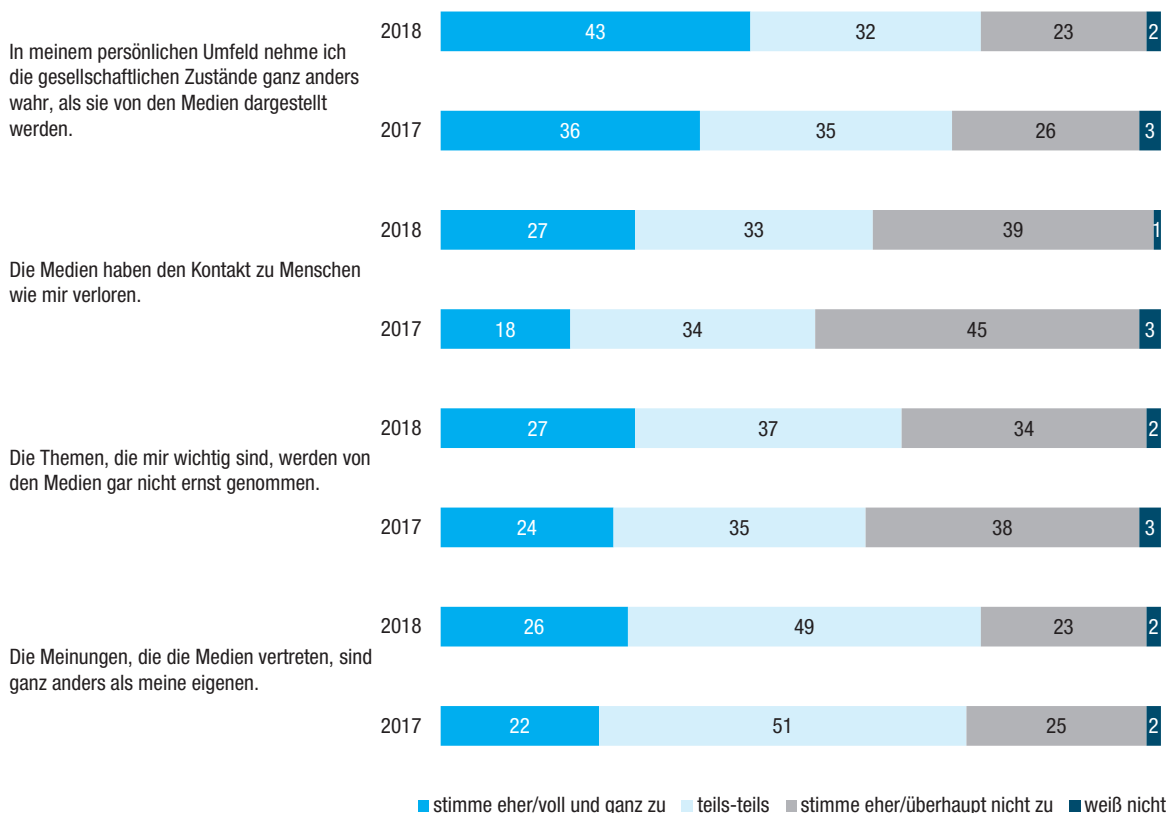
Viele Menschen fühlen sich in ihrer eigenen Meinung und Weltsicht offenbar im Widerspruch zu dem, was ihnen medial als tolerabel vorgegeben erscheint (vgl. Abbildung 6). Entsprechend sagen 26 Prozent der Befragten aktuell, dass die „Meinungen, die die Medien vertreten, [...] ganz anders als meine eigenen“ seien (22 % im Jahr 2017). Hinzu kommt, dass die bereits im letzten Jahr konstatierte Entfremdung eines beträchtlichen Teils der Bevölkerung (17) zum Teil noch zugenommen hat – und zwar kohärent über alle Aussagen hinweg: Sagten im Jahr 2017 noch 36 Prozent, die gesell-

schaftlichen Zustände würden in den Medien ganz anders dargestellt, als sie diese in ihrem persönlichen Umfeld wahrnehmen, waren es 2018 43 Prozent. 18 Prozent der Befragten gaben im Jahr 2017 an, die Medien hätten „den Kontakt zu Menschen wie mir verloren“ – 2018 waren es 27 Prozent. Dass Themen, die ihnen selbst wichtig sind, von den Medien „gar nicht ernst genommen würden“, sagten im Jahr 2017 24 Prozent – auch hier gab es 2018 einen Anstieg auf 27 Prozent. Weiterführende Analysen zeigen, dass jenes gute Viertel der Bevölkerung, das eine besonders starke Entfremdung aufweist und sich sowohl bei der Themensetzung als auch im Meinungsspektrum der Medien nicht repräsentiert sieht, besonders niedrige Vertrauenswerte aufweist.

In der Gesamtschau legen die Befunde nahe, dass das Vertrauen in die etablierten Medien im Zuge der „Lügenpresse“-Debatte zwar keineswegs in großem Stil erodiert ist. Dennoch hat sich ein relevanter Kern an Kritikern herausgebildet, der den etablierten Medien gegenüber zynisch eingestellt ist, sie pauschal verurteilt und ihnen zum Beispiel vorwirft, mit der Politik unter einer Decke zu stecken bzw. die Bevölkerung systematisch zu belügen. Diese Mediennutzer finden sich, so zeigt eine übergreifende Analyse der Daten aus den Jahren 2017 und 2018, überdurchschnittlich häufig an den

#### Mediennutzer finden sich vor allem an Rändern des politischen Spektrums

**Abb. 6 Aspekte der Entfremdung zwischen Medien und Bürgern 2017 und 2018**  
in %



Basis: n= 1 200.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen.

Rändern des politischen Links-Rechts-Spektrums (vgl. Tabelle 1). Sie sind formal niedriger gebildet, politisch weniger interessiert und politikverdrossener als diejenigen Bürger, die die etablierten Medien nicht pauschal verurteilen. Weiterhin vertrauen die Zyniker ihren Mitmenschen weniger und blicken mit mehr Sorgen auf ihre wirtschaftliche Zukunft. Schließlich zeigt sich, dass die etablierten Medien vor allem von denjenigen Bürgern pauschal verurteilt werden, die häufig alternative Nachrichtenquellen im Social Web konsumieren (Blogs/Diskussionsforen, sogenannte „alternative“ Nachrichtenseiten) und regelmäßig Nutzerkommentare auf den Seiten der etablierten Medien lesen.

**Mögliche Folgen von Medienvertrauen für die politische Beteiligung**

Ein zumindest moderates Vertrauen in die etablierten Nachrichtenmedien wird regelmäßig als wichtige Voraussetzung für eine funktionierende Demokratie gesehen: Studien zeigen, dass Menschen, die den Medien grundsätzlich misstrauen, sie weniger nutzen, um sich über das politische Weltgeschehen zu informieren. (18) Eine Konsequenz ist,

dass sich diese Menschen bei Wahlentscheidungen eher auf ihre politischen Prädispositionen stützen und aktuelle Informationen über Parteien und Kandidaten vernachlässigen. (19) Auch sind diese Menschen weniger bereit, demokratisch getroffene Entscheidungen zu akzeptieren. (20) Doch beteiligen sich Bürgerinnen und Bürger, die den Medien misstrauen, auch weniger an Wahlen und sind sie weniger bereit, sich in politischen Parteien zu engagieren? Um die Zusammenhänge von verschiedenen Formen des Medienvertrauens bzw. -misstrauens mit dem Ausmaß an politischer Beteiligung der Bürger genauer zu untersuchen, wurden die Teilnehmer der aktuellen Welle gefragt, ob sie sich in Zukunft auf verschiedene Arten und Weisen politisch beteiligen werden. Zu den sechs Möglichkeiten gehörten zum Beispiel „Ich werde bei den nächsten Wahlen meine Stimme abgeben“, „Ich werde mich in einer Partei, politischen Bewegung oder Bürgerinitiative engagieren“ und „Ich werde mich an politischen Demonstrationen oder Kundgebungen beteiligen“. Die Höhe der politischen Beteiligungsbereitschaft jedes Befragten wurde über einen Summenindex gemessen, der die Zahl der zukünftig genutzten Beteiligungsmöglichkeiten beinhaltet. Dieser Index wurde mit verschiedenen Formen des Medienvertrauens und -misstrauens

**Tab. 1 Einflussfaktoren auf die pauschale Verurteilung von Medien (Medienzynismus)**

| Unabhängige Variablen   | Abhängige Variable:<br>Medienzynismus (n=1 754) |
|---|---|
| <b>Soziodemografika</b>   |   |
| Alter   | –   |
| Geschlecht (1=weiblich)   | –   |
| Bildung recodiert (1=mind. Hochschulreife)                                      | –.10***   |
| Region (1=Osten)  | –   |
| Größe des Wohnorts  | –   |
| Interpersonales Vertrauen (5=hoch)  | –.12***   |
| <b>Einstellungen zur Politik/Wirtschaft: Werte von 1 (niedrig) bis 5 (hoch)</b> |   |
| Politikverdrossenheit   | .21***  |
| Wirtschaftliche Zukunftsangst   | .09***  |
| Wahlabsicht CDU/CSU   | –   |
| Wahlabsicht SPD   | –.10***   |
| Wahlabsicht Grüne   | –.09***   |
| Wahlabsicht FDP   | –   |
| Wahlabsicht Linke   | .05*  |
| Wahlabsicht AfD   | .14***  |
| <b>Mediennutzung: Werte von 1 (nie) bis 5 (täglich)</b>                         |   |
| Öffentlich-rechtlicher Rundfunk   | –.15***   |
| Tageszeitungen  | –.10**  |
| Privates Fernsehen  | .07**   |
| Boulevardzeitungen  | –   |
| Seiten/Apps von etablierten Medien  | –.08***   |
| Seiten/Apps von Suchmaschinen- und Internetanbietern                            | –   |
| Soziale Netzwerke (Facebook etc.)   | –   |
| Videoplattformen (YouTube etc.)   | .05*  |
| Diskussionsforen/Weblogs  | .06*  |
| Alternative Nachrichtenseiten (compact etc.)                                    | .16***  |
| Häufigkeit des Lesens von Nutzerkommentaren                                     | .07*  |

R<sup>2</sup> (korr.)

\*p&lt;.05, \*\*p&lt;.01, \*\*\*p&lt;.001

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen.

korreliert, darunter allgemeines Medienvertrauen, Medienzynismus (in Form einer pauschalen Ablehnung und Verurteilung von etablierten Medien), Medienskeptizismus (in Form eines konstruktiven Bewusstseins, dass Medien Fehler machen, dies aber nicht die Regel ist) und Medienentfremdung (in Form eines Gefühls, dass die etablierten Medien die eigene Lebenswelt nicht mehr gut abbilden). (21)

Die Korrelationsanalyse zeigt einen signifikant positiven Zusammenhang zwischen allgemeinem Medienvertrauen und dem Ausmaß an geplanter politischer Beteiligung (vgl. Tabelle 2). Gleiches gilt für den Zusammenhang zwischen Medienskeptizismus und geplanter politischer Beteiligung. Je höher das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger in die etablierten Nachrichtenmedien ist bzw. je eher sie diese Medien mit einer konstruktiven Skepsis betrachten, desto eher können sie sich vorstellen, sich über verschiedene Wege demokratisch zu engagieren. Umgekehrt sinkt das Ausmaß geplanter politischer Beteiligung, je stärker die Befragten medienzynische Einstellungen vertreten und je

mehr sie sich von den etablierten Medien entfremdet fühlen.

Strenggenommen ermöglicht diese Analyse keine kausalen Aussagen – das Ausmaß politischer Beteiligung kann schließlich auch die Ursache von hohem oder niedrigem Medienvertrauen sein. Dennoch unterstreichen die Befunde, dass sich die möglichen Folgen eines geringen Medienvertrauens nicht auf die Mediennutzung selbst beschränken, sondern auch für die politische Beteiligung und damit für die Demokratie relevant sind.

Auf den ersten Blick erscheinen einige der Befunde der fünften Welle der Mainzer Langzeitstudie widersprüchlich. Vor allem die Erkenntnis, dass das bisher höchste je gemessene Globalvertrauen in das deutsche Mediensystem auf der einen Seite mit

**Vermeintliche Widersprüche als Zeichen von Polarisierung und Differenzierung**



**Tab. 2 Zusammenhänge von Medienvertrauen, -skeptizismus, -zynismus und -entfremdung mit dem Ausmaß geplanter politischer Beteiligung**

|  | Ausmaß geplanter politischer Beteiligung <sup>b)</sup> |
|--|--|
| <b>Medienvertrauen</b>                 |  |
| Pearson-Korrelation                    | .183***  |
| Signifikanz (2-seitig)                 | < .001   |
| <b>Medienskeptizismus<sup>a)</sup></b> |  |
| Pearson-Korrelation                    | .135***  |
| Signifikanz (2-seitig)                 | < .001   |
| <b>Medienzynismus<sup>a)</sup></b>     |  |
| Pearson-Korrelation                    | -.137***   |
| Signifikanz (2-seitig)                 | < .001   |
| <b>Medienentfremdung</b>               |  |
| Pearson-Korrelation                    | -.126***   |
| Signifikanz (2-seitig)                 | < .001   |

a) Mittelwert-Skalen aus mehreren Items (1=stimme überhaupt nicht zu, 5=stimme voll und ganz zu).

b) Summenindex aus sechs politischen Beteiligungsmöglichkeiten.

Basis: n=1 199.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen.

einer mehr oder minder zementierten Entfremdung auf der anderen Seite einhergeht. Ein Grund dafür ist sicherlich die zunehmende Polarisierung der Gesellschaft. Die Analyse und Interpretation von Medienvertrauen in Zeiten von Polarisierung verlangt detailliertere Betrachtungen, insbesondere von einzelnen Vertrauensobjekten und Ursachen. Zugleich liegen die Widersprüche aber, wie Bernd Blöbaum argumentiert, in der Natur der Sache: „Vertrauen und Misstrauen können zugleich auftreten.“ (22) Es kommt darauf an, wonach man fragt: Insgesamt ist ein großer, zuletzt gewachsener Anteil der Bevölkerung nach wie vor offenbar zufrieden mit der Arbeit des deutschen Mediensystems und seiner zentralen Repräsentanten, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der (lokalen) Tagespresse. Unzufrieden sind jedoch viele Menschen mit der Auswahl und Darstellung bestimmter Themen sowie mit der Qualität einzelner Medien. Hohes Vertrauen in das System bei zugleich starker Skepsis gegenüber einzelnen Medien, Redaktionen und Berichterstattungsthemen sind folglich nur vordergründig ein Widerspruch. Dahinter verbirgt sich vielmehr eine erhebliche Differenzierungsfähigkeit großer Teile des Publikums, die man ernst nehmen sollte.

#### Folgerungen für den deutschen Journalismus

Der US-amerikanische Journalistik-Professor Jay Rosen schrieb im September 2018 einen „Brief an die deutschen Journalisten“, der in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung veröffentlicht wurde. (23) In diesem Brief konstatiert er vor dem Hintergrund der fortgeschrittenen Polarisierung und Vertrauenserosion in den USA, dass Journalisten vor allem dann als „veraltert“ und „abgehoben“ wahrgenom-

men werden, wenn sie nur über die „Manöver herrschender Eliten“ berichten. Ein „allzu enges Verhältnis zu den politischen Akteuren“ führt – seinen Gedanken weitergedacht – dazu, dass sich der journalistische (Hauptstadt-)Diskurs an den Themen und Meinungen von Eliten orientiert. In der Folge fühlen sich weite Teile der Bevölkerung von dem, was sie in den wichtigsten etablierten Medien präsentiert bekommen, in Auswahl und Meinungstendenz nicht repräsentiert. Hier folgert Rosen: „Menschen, die sich übergangen fühlen, sind unempfindlich für komplexe und unbequeme Wahrheiten. Der Punkt ‚genauer zuhören‘ sollte deshalb ganz oben auf Ihrer Agenda stehen.“ (24)

Diese Empfehlung lässt sich mit Daten der hier präsentierten fünften Welle der Mainzer Langzeitstudie stützen: Weite Teile der Bevölkerung, je nach Statement zwischen knapp 30 und mehr als 40 Prozent, fühlen sich in ihrem Lebensgefühl, ihren Themenprioritäten und ihren politischen Ansichten in der Medienberichterstattung nicht oder nicht ausreichend repräsentiert. Ob diese Wahrnehmung so zutrifft oder – wie man auf Basis aktueller, in dieser Zeitschrift publizierte Milieustudien annehmen darf (25) – Resultat subjektiver Wahrnehmungsverzerrungen ist, bleibt zunächst irrelevant: Bereits dieser Eindruck hat reale Folgen, wie auch Jay Rosen schreibt: Der Eindruck fehlender Repräsentation in der Berichterstattung und mangelnder Responsivität des Journalismus mit Blick auf möglicherweise kulturell und sozial anders eingebettete Menschen, die nicht zu den Kommunikationseliten in diesem Land zählen, führt zu steigender Entfremdung.

Dass es eher kontraproduktiv ist, wenn man die mehr oder weniger festen Einstellungen, Meinungen und Themenprioritäten der Bevölkerung unzureichend adressiert, zeigt eine aktuelle Studie des Teams um Marcus Maurer am Beispiel der Flüchtlingskrise: „Weil die deutschen Medien sehr konsonant über das Thema berichteten, trafen viele Rezipienten ausschließlich auf Informationen, die ihrem eigenen Standpunkt widersprachen. Folglich zweifelten viele an der Glaubwürdigkeit der Beiträge und der Medien insgesamt. Gesellschaftlich betrachtet können Massenmedien folglich vor allem dann Glaubwürdigkeit zurückgewinnen, wenn sie bei kontroversen Themen vielfältige Standpunkte vertreten.“ (26) Allerdings kann dies nicht bedeuten, dass Medien dem Publikum einfach nach dem Munde reden sollten. Denn natürlich müssen etwaige Vorurteile und weit verbreitete falsche Annahmen auch medial kritisch aufgegriffen und widerlegt werden (beispielsweise die in der Bevölkerung verbreitete Überschätzung des Anteils muslimischer Bürger in Deutschland). Als weitere Strategien sind denkbar: die Stärkung der Lokal- und Regionalberichterstattung, die die nötige Nähe zu den Bürgern herstellen kann; eigenständige Themenrecherche und Reportagen, die die eingefahrene Agenda und die Routinen der „Nachrichtensbürokratie“ aufweichen; eine stärkere Responsivität im Umgang mit den Rückmeldungen von Rezi-

pienten – und damit insgesamt eine Stärkung der klassischen Artikulationsfunktion des Journalismus. Solche und ähnliche Strategien sind nicht nur ein Dienst am Journalismus, sondern – wie die weiter oben dargestellten Auswirkungen von Medienvertrauen auf politische Partizipation insinuieren – auch ein Dienst an der Demokratie insgesamt.

### Fazit

Wie in den Jahren zuvor kann abschließend konstatiert werden, dass der Journalismus in Deutschland bisher nicht unter einer schweren allgemeinen Vertrauenskrise zu leiden scheint. Die Anzeichen für eine zunehmend zementierte Polarisierung sowie eine wachsende Entfremdung zwischen den traditionellen Medien und durchaus nicht zu vernachlässigenden Teilpopulationen der Gesellschaft müssen jedoch ernst genommen werden. Dabei wird es nicht zuletzt darauf ankommen, die in vielen Redaktionen herrschende Verunsicherung konstruktiv zu wenden und sich noch stärker darum zu bemühen, auch den entfremdeten Teilen des Publikums, die sich nicht (mehr) angesprochen fühlen, in Form und Inhalt Angebote zu machen. Dabei gilt es zugleich, auch den Bedürfnissen des weitaus größeren Teils des Publikums zu genügen, das bei aller berechtigten Skepsis noch immer beträchtliche Vertrauensbereitschaft aufweist.

**Keine allgemeine Vertrauenskrise, aber Entfremdung in Teilpopulationen**

**Harter Kern der Kritiker von Journalismus kaum noch zu erreichen**

Auch wird man anerkennen müssen, dass ein gewisser harter Kern von Menschen existiert, der in fundamentaler Opposition zu allem steht, was die gegenwärtige demokratische Ordnung Deutschlands kennzeichnet. Diese Menschen wird man vermutlich mit keiner noch so elaborierten journalistischen Strategie überzeugen können, ist jene radikale Medienkritik doch zu einem gewissen Teil auch identitätsstiftend für diese Gruppe. Für die Forschung wie auch den Journalismus selbst besteht folglich eine große Herausforderung darin, die Profile der verschiedenen Teilgruppen genauer herauszuarbeiten, die Ursachen verschiedener medienskeptischer bzw. -zynischer Einstellungen näher zu analysieren und die richtigen Schlussfolgerungen für die journalistische Praxis zu ziehen.

### Anmerkungen:

- 1) Vgl. Kohring, Matthias: Vertrauen in Journalismus. Theorie und Empirie. Konstanz 2004; Kohring, Matthias/Jörg Matthes: Revision und Validierung einer Skala zur Erfassung von Vertrauen in Journalismus. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 52, 3/2004, S. 377-385; Jakob, Nikolaus: Gesehen, gelesen – geglaubt? Warum die Medien nicht die Wirklichkeit abbilden und die Menschen ihnen trotzdem vertrauen. München 2012.
- 2) Vgl. Bentele, Günter: Der Faktor Glaubwürdigkeit. Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. In: Publizistik 33, 2-3/1, 1988, S. 406-426; Nawratil, Ute: Glaubwürdigkeit in der sozialen Kommunikation. Opladen 1997.
- 3) Medienvertrauen in der digitalen Welt, DFG-Projekt Nummer 416876773.
- 4) Vgl. Reinemann, Carsten/Nayla Fawzi: Eine vergebliche Suche nach der Lügenpresse. In: Der Tagesspiegel v. 24.1.2016. Quelle: <http://www.tagesspiegel.de/politik/>

analyse-von-langzeitdaten-eine-vergebliche-suche-nach-der-luegenpresse/12870672-all.html (abgerufen am 12.2.2019); Reinemann, Carsten/Nayla Fawzi/Magdalena Katharina Obermaier: Die „Vertrauenskrise“ der Medien – Fakt oder Fiktion? Zu Entwicklung, Stand und Ursachen des Medienvertrauens in Deutschland. In: Lilienthal, Volker/Irene Neverla (Hrsg.): „Lügenpresse“ Anatomie eines politischen Kampfbegriffs. Köln 2018, S. 77-94.

- 5) Vgl. Schultz, Tanjev/Nikolaus Jakob/Marc Ziegele/Oliver Quiring/Christian Schemer: Erosion des Vertrauens? Misstrauen, Verschwörungstheorien und Kritik an den Medien in der deutschen Bevölkerung. In: Media Perspektiven 5/2017, S. 246-259; Ziegele, Marc/Tanjev Schultz/Nikolaus Jakob/Viola Granow/Oliver Quiring/Christian Schemer: Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“. In: Media Perspektiven 4/2018, S. 150-162.
- 6) Vgl. Jakobs, Ilka: Vertrauenszuschreibungen an Medien. Eine experimentelle Studie zu den Ebenen von Vertrauen in Medien, Dissertation. Mainz 2018.
- 7) Vgl. die Wellen der ARD-ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, beispielhaft Breunig, Christian/Bernhard Engel: Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images im Vergleich. In: Media Perspektiven 7-8/2015, S. 323-341.
- 8) Vgl. Schultz u.a. (Anm. 5); Ziegele u.a. (Anm. 5).
- 9) Vgl. Blöbaum, Bernd: Bezugspunkte von Medienvertrauen. Ergebnisse einer explorativen Studie. In: Media Perspektiven 12/2018, S. 605.
- 10) Vgl. Maurer, Marcus/Pablo Jost/Milan Pfoh/Maximiliane Porath/Lea Wilke: Motivierte Zweifel. Wie die Voreinstellungen der Rezipienten zum Berichterstattungsgegenstand ihre Wahrnehmung der Medienglaubwürdigkeit beeinflussen. In: Medien und Kommunikationswissenschaft 66, 3/2018, S. 316.
- 11) Vgl. Blöbaum (Anm. 9), S. 604; Arit, Dorothee/Jens Wolling: Die Flüchtlingsdebatte in den Medien aus der Perspektive der Bevölkerung. Veränderungen von Nutzungsmustern, Erwartungen, Bewertungen und Einstellungen 2016 und 2017. In: Media Perspektiven 6/2017, S. 325-337.
- 12) Vgl. Jakob, Nikolaus: The Tendency to Trust as Individual Predisposition – Exploring the Associations between Interpersonal Trust, Trust in the Media and Trust in Institutions. In: Communications, 37, 1/2012, S. 99-120; Tsfati, Yariv/Gal Ariely: Individual and Contextual Correlates of Trust in Media across 44 Countries. In: Communication Research, 41, 6/2014, S. 760-782; Hanitzsch, Thomas/Arjen van Dalen/Nina Steindl: Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. In: The International Journal of Press/Politics, 23, 1/2018, S. 3-23; Jakob, Nikolaus/Tanjev Schultz/Marc Ziegele/Christian Schemer/Oliver Quiring: Mediennutzer und Medienfans. Merkmale eines gespaltenen Publikums. In: Haller, Michael (Hrsg.): Öffentliches Vertrauen in der Mediengesellschaft. Köln 2017, S. 118-138; Jakob, Nikolaus/Oliver Quiring/Christian Schemer: Wölfe im Schafspelz? Warum manche Menschen denken, dass man Journalisten nicht vertrauen darf – und was das mit Verschwörungstheorien zu tun hat. In: Renner, Karl N./Tanjev Schultz/Jürgen Wilke (Hrsg.): Journalismus zwischen Autonomie und Nutzwert. Festschrift für Volker Wolf. Konstanz 2017, S. 225-250.
- 13) Vgl. Ziegele u.a. (Anm. 5), S. 152-155.
- 14) Vgl. Blöbaum (Anm. 9), S. 604; vgl. auch Arit/Wolling (Anm. 11); Maurer, Marcus/Pablo Jost/Milan Pfoh/Maximiliane Porath/Lea Wilke: Motivierte Zweifel. Wie die Voreinstellungen der Rezipienten zum Berichterstattungsgegenstand ihre Wahrnehmung der Medienglaubwürdigkeit beeinflussen. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 66, 3/2, 2018, S. 302-319.
- 15) Vgl. Blöbaum (Anm. 9).

- 16) Vgl. z. B. Krüger, Uwe: Medien im Mainstream. Problem oder Notwendigkeit? In: Aus Politik und Zeitgeschichte 30-32/2016. Quelle: <http://www.bpb.de/apuz/231307/medien-im-mainstream?p=all> (abgerufen am 30.4.2019).
- 17) Vgl. Ziegele u.a. (Anm. 5), S. 157.
- 18) Vgl. Ladd, Jonathan M.: Why Americans hate the media and how it matters. Princeton 2012.
- 19) Vgl. Ladd, Jonathan M.: The role of media distrust in partisan voting. In: Political Behavior 32 4/2010, S. 567-585.
- 20) Vgl. Tsfati, Yariv/Jonathan Cohen: Democratic consequences of hostile media perceptions: The case of Gaza settlers. Harvard International Journal of Press/Politics 10, 4/2005, S. 28-51.
- 21) Vgl. zu diesen Konzepten auch Ziegele u. a. (Anm. 5).
- 22) Vgl. Blöbaum (Anm. 9), S. 606.
- 23) Vgl. Rosen, Jay: Brief an die deutschen Journalisten. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 2.9.2018. Quelle: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/jay-rosen-schreibt-einen-brief-an-die-deutschen-journalisten-15765235.html> (abgerufen am 11.3.2019)
- 24) Ebd.
- 25) Vgl. Jandura, Olaf/Raphael Kösters/Lena Wilms: Mediales Repräsentationsgefühl in der Bevölkerung. Analyse nach politisch-kommunikativen Milieus. In: Media Perspektiven 3/2018, S. 118-127.
- 26) Vgl. Maurer u. a. (Anm. 10), S. 316.

