

Medienwissen und Medienvertrauen

Eine Kreative Mittagspause zu einer Studie über Ver- und Misstrauen gegenüber den Medien.



Professor Tanjev Schultz, die wissenschaftliche Mitarbeiterin Viola Granow und Privatdozent Nikolaus Jackob, stellten ihre Studie zur Entwicklung des Medienvertrauens in Deutschland vor. KFA-Mitglied Michael Sommer moderierte. Foto: ZDF/T. Silz

Die gute Nachricht: Die Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. Die schlechte Nachricht: Ende 2017 misstrauten immer noch 17 Prozent der Menschen in Deutschland den Medien völlig (2016: 22 Prozent, 2015: 19 Prozent, 2008: 9 Prozent). Das Medienvertrauen scheint sich zu polarisieren: Der Hass der einen löst eine Gegenbewegung bei anderen aus. Denn die Zahl derer, die den Medien stark vertrauen, ist auf 42 Prozent gestiegen (2016: 41 Prozent, 2015: 28 Prozent, 2008: 29 Prozent). Zahlen, die viel über die letzten Jahre der Verunsicherung von Journalisten, aber auch von Bürgern aussagen.

Vorgestellt haben sie am 23. Mai im Sendezentrum 1 die Forscher Tanjev Schultz, Professor für Journalismus an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Nikolaus Jackob, Privatdozent, und Viola Granow, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Mainzer Institut für Publizistik. Für ihre Langzeitstudie waren 1.200 Deutsche ab 18 Jahren befragt worden.

Eingeladen hatte sie der Kreativitätsfonds-Ausschuss (KFA) zu einer

Kreativen Mittagspause, die rund 30 Kolleginnen und Kollegen nutzten, um sehr lebhaft über die Interpretation der Befunde zu diskutieren, die eigene Arbeit immer im Blick. Wie viel Vertrauen braucht man eigentlich? Blindes Vertrauen ist genauso wenig wünschenswert wie gar kein Vertrauen. Woher kommt das Gefühl mangelnder Repräsentation? Heute wird doch in allen TV-Formaten stark personalisiert, die sprichwörtliche Krankenschwester ist quasi omnipräsent. Haben Medien parallel zu vielen anderen Institutionen ihren Stellenwert verloren? Wer den Medien nicht vertraut, sich dort weniger informiert, vertraut auch weniger den demokratischen Institutionen.

Auch um paradoxe Phänomene ging es: Wenn Medien sich öffnen, klären sie einerseits auf, machen sich andererseits aber angreifbar. Trotzdem plädierten die drei Forscher für mehr Aufklärung. „Medienwissen und Medienvertrauen hängen zusammen“, so Tanjev Schultz. Dazu passt ein erschreckendes Ergebnis. Elf Prozent halten die Aussage „Journalisten müssen jeden Beitrag, den sie veröffentlichen wollen, vorher von Behörden prüfen lassen“ für wahr.

Was also tun? „Es gibt Verunsicherung, die es nicht besser wissen. Die können sie noch erreichen“, so Nikolaus Jackob. Allerdings: „Einen gewissen Teil der Bevölkerung werden Sie aber trotzdem nicht erreichen.“ Sein Ratschlag: „Sie dürfen nicht Ihr Selbstverständnis auf die 15 Prozent mit radikaler Meinung ausrichten. Wir haben eine Mehrheitsgesellschaft. Und 70 bis 80 Prozent sind mit dem, wie Sie sich darstellen, zufrieden.“

Ronald Dietrich

Mehr Daten?

Dieser Klick lohnt sich:
medienvertrauen.de