

LANDTAG  
Rheinland-Pfalz  
**17/4584**  
VORLAGE

- zu Vorlagen 17/4500/4515 -

# Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

## Ergebnisse der Welle 2018

Projektgruppe Medienvertrauen:

PD Dr. Nikolaus Jakob, Dr. Ilka Jakobs, Prof. Dr. Oliver Quiring, Prof. Dr. Christian Schemer, Prof. Dr. Tanjev Schultz (JGU Mainz), Prof. Dr. Marc Ziegele (HHU Düsseldorf)

Institut für Publizistik | Johannes Gutenberg-Universität Mainz

- Medienvertrauen als Voraussetzung für das Funktionieren von Demokratie  
(z.B. Tsfati & Cohen, 2005)
- Ist Vertrauen grundsätzlich das Mittel der Wahl?  
Ist jede Form von Misstrauen falsch, unangebracht etc....?
- Menschen, die Medien misstrauen, sind...
  - » ... weniger bereit, sich zu informieren
  - » ... trauen generell demokratischen Systemen weniger
  - » ... sind weniger bereit, demokratisch getroffene Entscheidungen zu akzeptieren
- Soziale Entwicklungen ("Lügenpresse", "Fake News")  
→ Rückgang des Medienvertrauens?

**Ziel des Projekts:** Momentaufnahmen der Vertrauenssituation & Aufzeigen langfristiger Entwicklungen

1. Struktur und Dynamik des Vertrauens in öffentliche Kommunikation
  - » Berücksichtigung des Wandels von Meinungsbildungsprozessen durch Digitalisierung (bspw. Verbreitung von Fake News und Verschwörungstheorien)
2. Ursachen des Vertrauens
  - » Entwicklung eines theoretisch fundierten Erklärungsmusters für Vertrauen und Misstrauen in öffentliche Kommunikation
3. Folgen des Vertrauens oder Misstruens in öffentliche Kommunikation
  - » Betrachtung verschiedener Mediengattungen und zahlreicher anderer Akteure im Spektrum der politischen und gesellschaftlichen Kommunikation auf differenzierte Weise
  - » Betrachtung der Folgen von Ver- oder Misstrauen für die politische Partizipation



### Regelmäßige bevölkerungsrepräsentative Befragungen

- Trendbefragung erstmals im Jahr 2008 (N. Jakob), seit 2015 jährliche Durchführung
  - » CATI-Umfragen (Telefoninterviews), repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre
  - » Aufbauend auf jahrelanger Vertrauensforschung am Institut für Publizistik (IfP)
  - » Unabhängig, kein „Auftraggeber“
  
- Bisherige Wellen
  - » Oktober/November 2018 (n=1.200; IFAK)
  - » Dezember 2017 (n=1.200; IFAK)
  - » Oktober 2016 (n=1.200; IFAK)
  - » Juni/Juli 2015 (n=500; IfP)
  - » Mai 2008 (n=850; IfP)

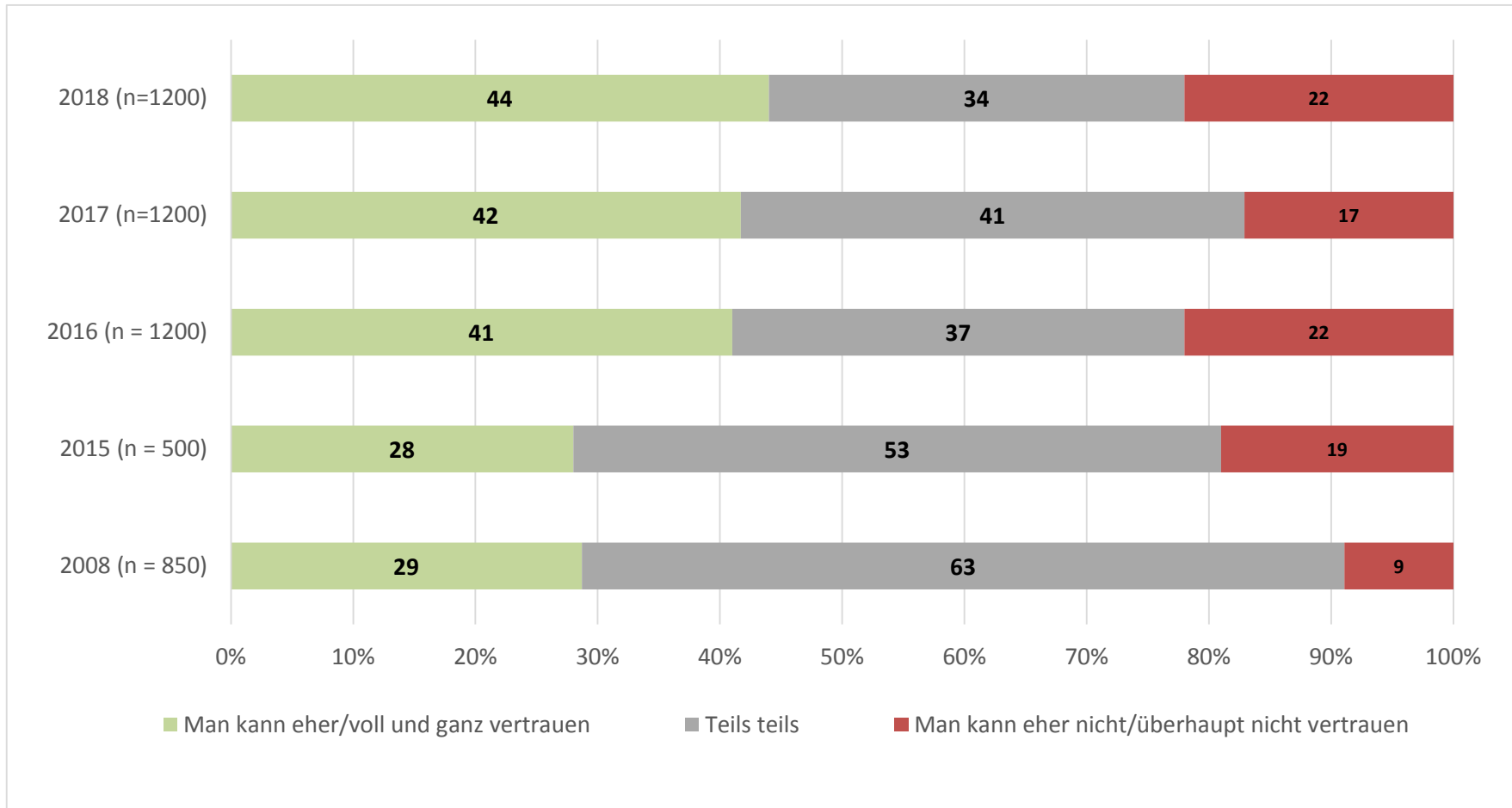
---

# Zentrale Befunde der Welle 2018

Grundlage der Daten: 1.200 Befragte, für Bürger in Deutschland ab 18 Jahren repräsentative CATI-Befragung im Oktober/November 2018, durchgeführt von IFAK im Auftrag der JGU Mainz, Statistische Fehlertoleranz: 2,8 Prozent.

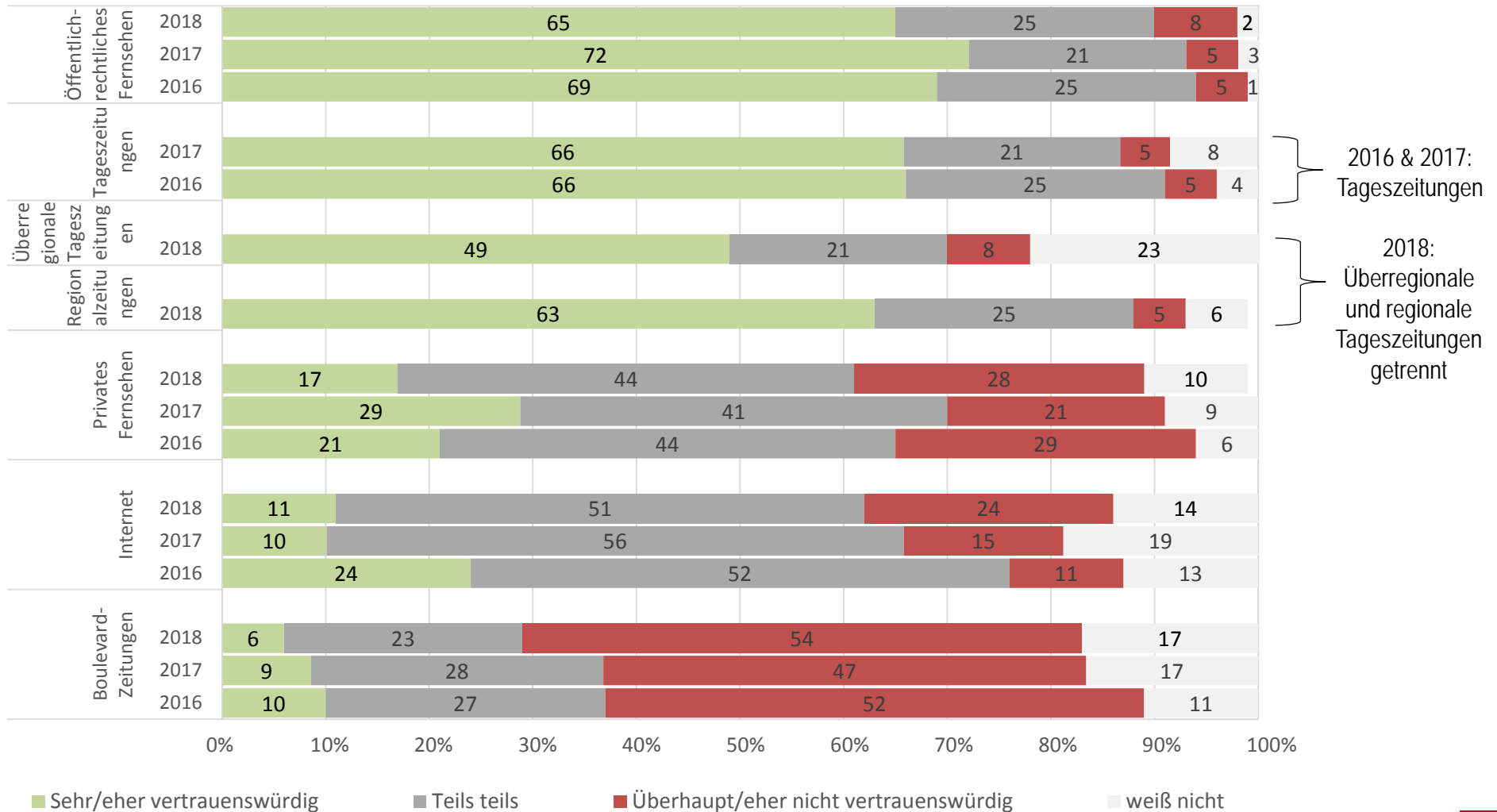
## BEFUND 1: ENTWICKLUNG DES MEDIENVERTRAUENS

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



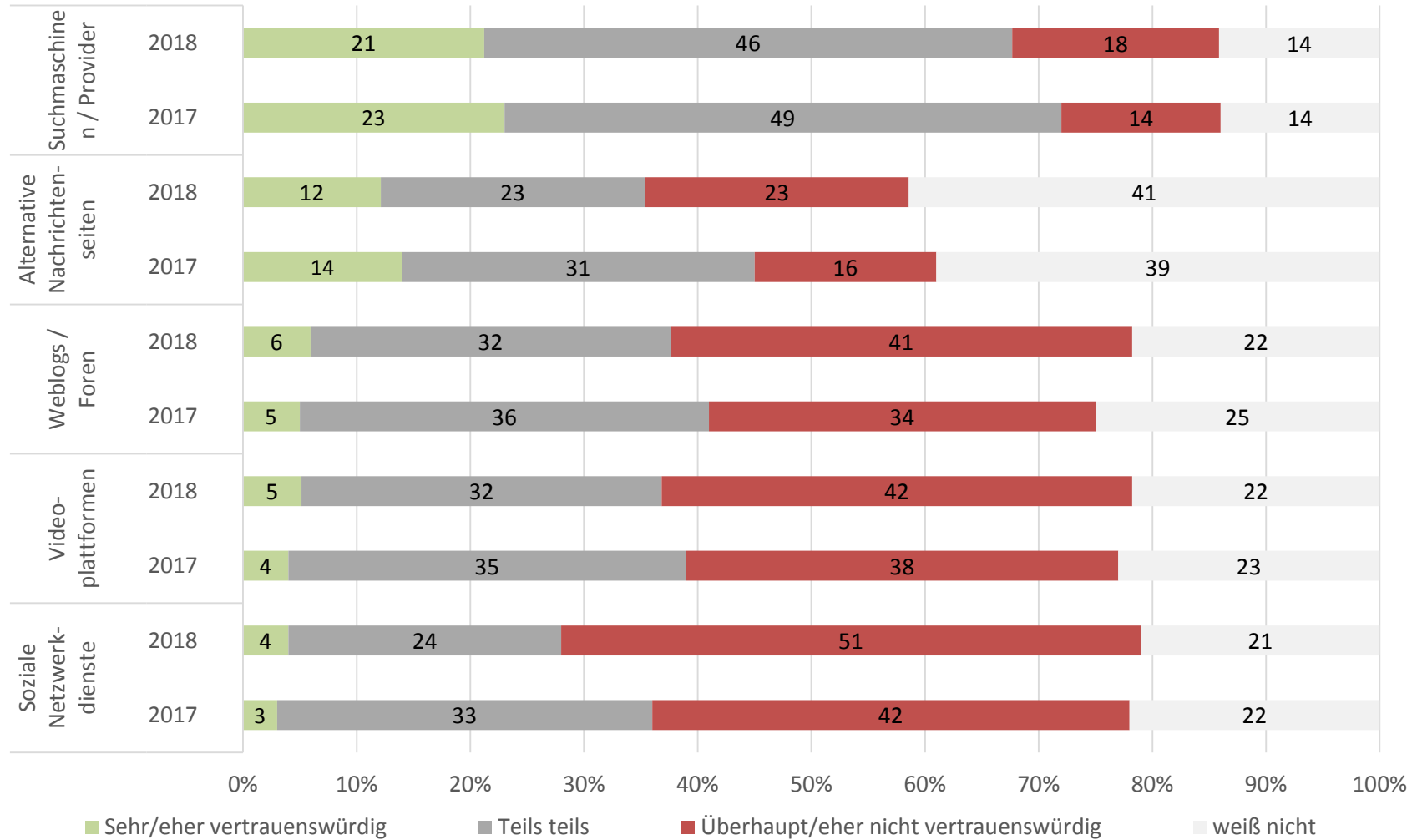
## BEFUND 2: VERTRAUEN IN VERSCHIEDENE MEDIENGATTUNGEN (2016-2018)

Frage: „Wie vertrauenswürdig finden Sie diese Angebote?“



## BEFUND 3: VERTRAUEN IN VERSCHIEDENE INTERNETQUELLEN (2017-2018)

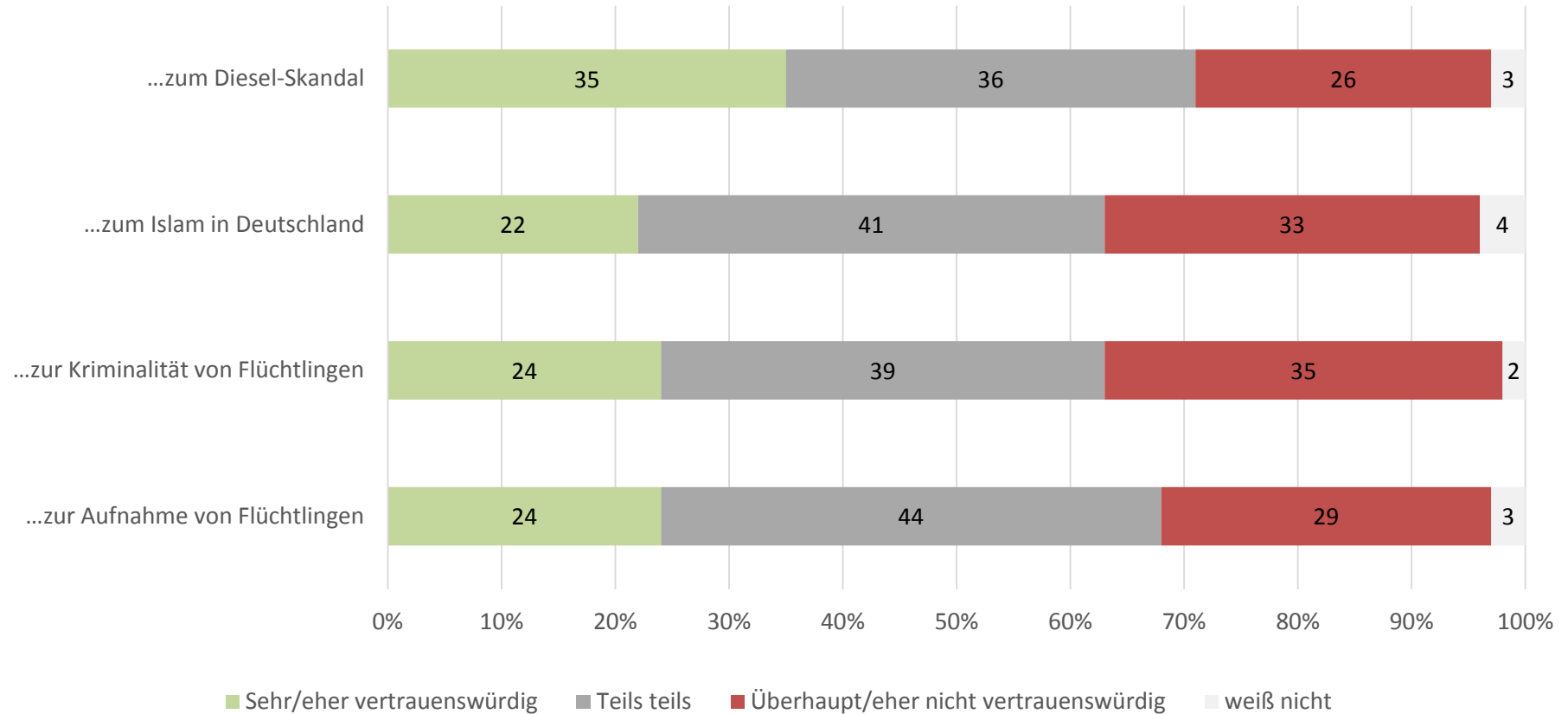
Frage: „Wie vertrauenswürdig finden Sie diese Angebote?“





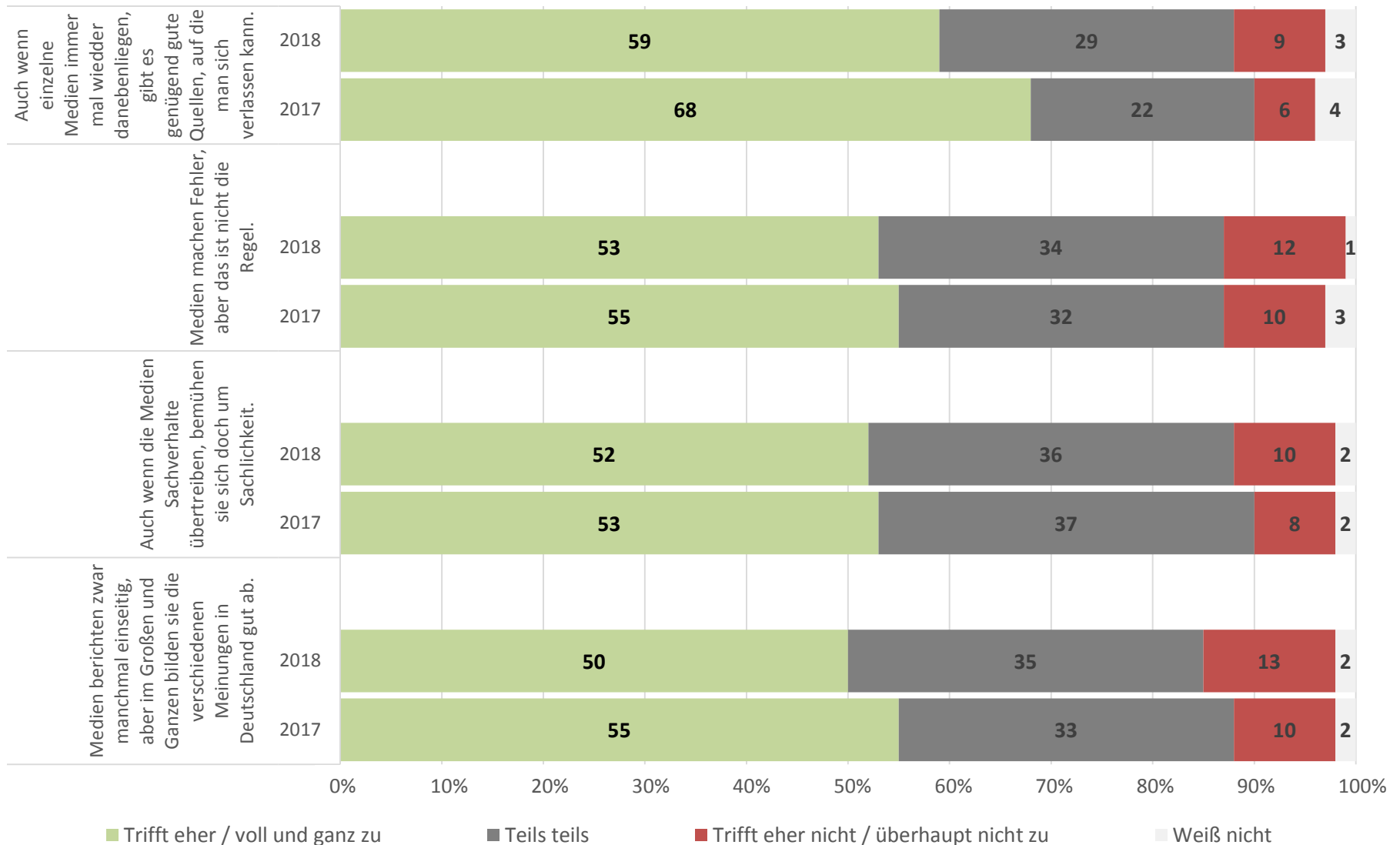
## BEFUND 4: VERTRAUEN IN DIE BERICHTERSTATTUNG ZU VERSCHIEDENEN THEMEN (2018)

Frage: „Wie sehr vertrauen Sie den etablierten Medien bei der Berichterstattung...“



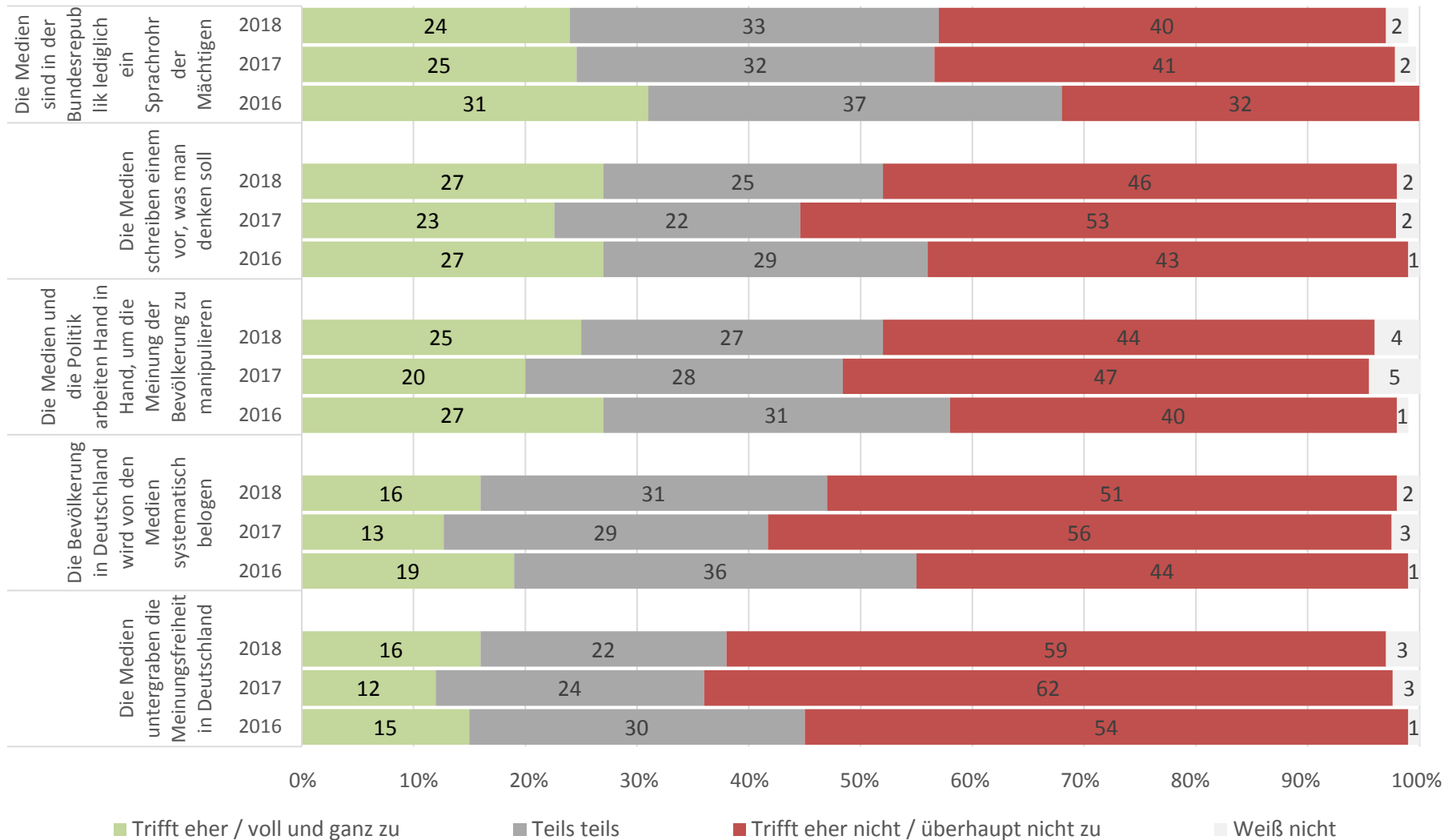
## BEFUND 5: MEDIENSKEPTIZISMUS

Frage: „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“



## BEFUND 6: MEDIENZYNISMUS (2016-2018)

Frage: „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“



## BEFUND 7: PROFIL DER ZYNIKER (2017-2018)

„Die Medien und die Politik arbeiten zusammen, um die Bevölkerung zu manipulieren!“

„Die Bevölkerung wird von den Medien systematisch belogen!“

Hohe wirtschaftliche Zukunftsangst

Höhere Präferenz für politische Ränder (AfD / Die Linke) bei gleichzeitig niedrigem politischen Interesse

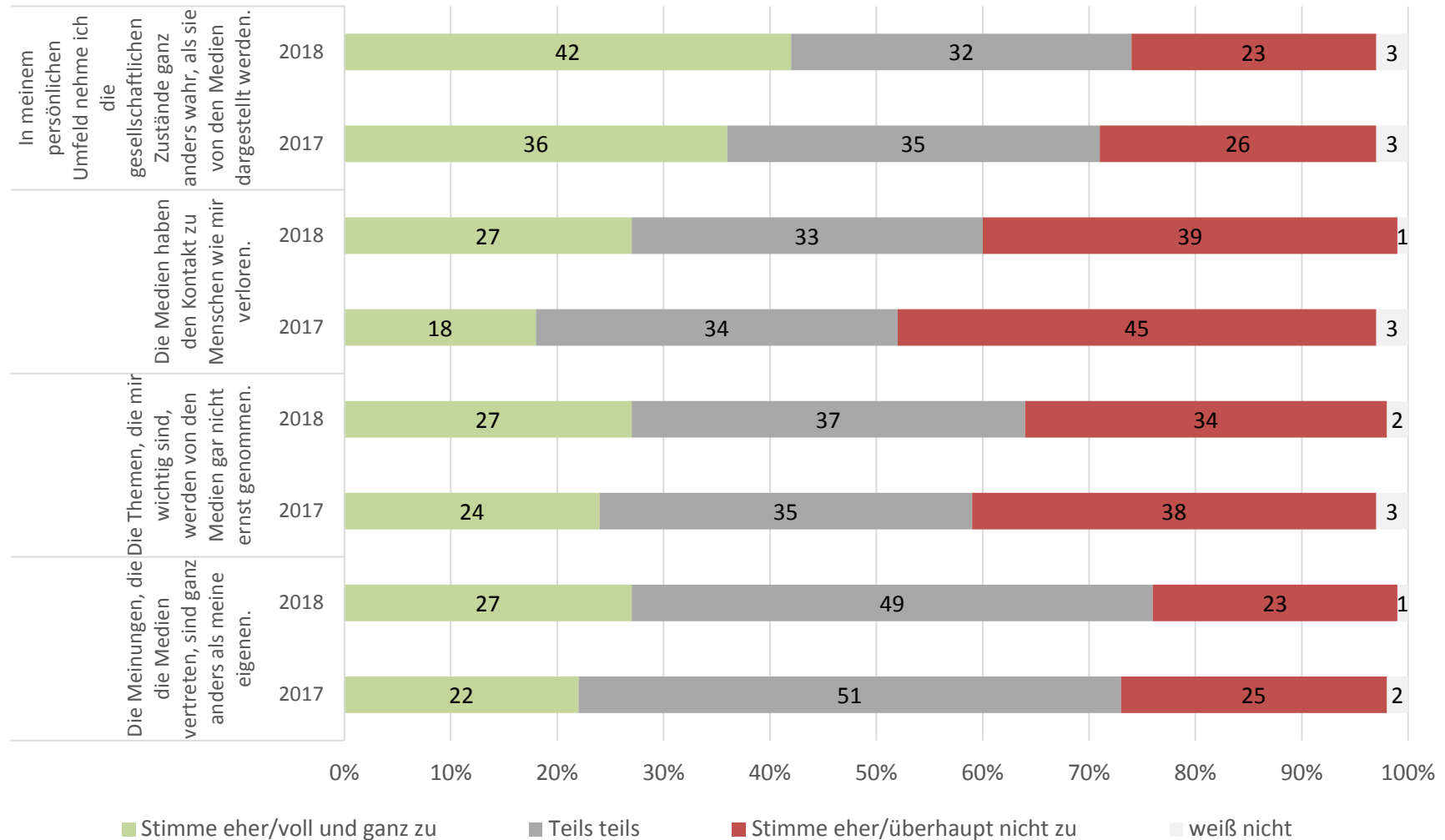
Häufige Nutzung alternativer Online-Nachrichtenseiten, häufiges Lesen von Nutzer-Kommentaren

Niedrigere formale Bildung

Basis: Regressionsanalysen mit folgenden Prädiktoren: Offline-Mediennutzung, Online-Mediennutzung (traditionelle Nachrichtenmedien und weitere Quellen), politisches Interesse, Parteipräferenz, wirtschaftliche Zukunftsangst, Soziodemografie (Alter, Geschlecht, Bildung, Region) .

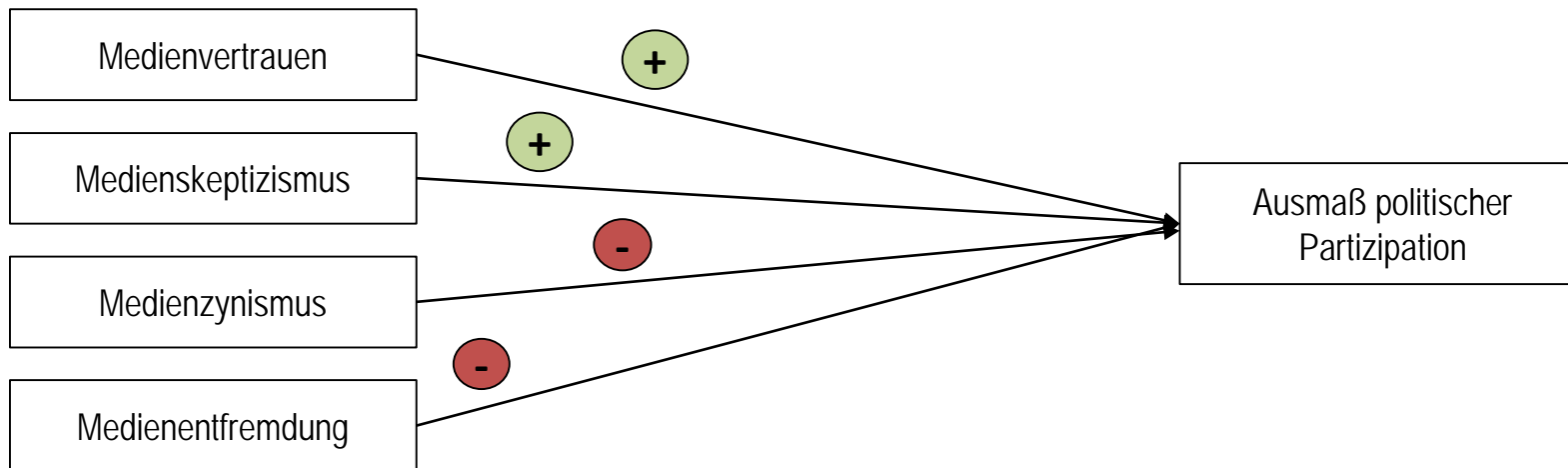
## BEFUND 8: MEDIENENTFREMDUNG (2017-2018)

Frage: „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“



### Verschiedene Formen von Ver- und Misstrauen haben Folgen für die politische Beteiligung

- Politische Partizipation als wichtige Form der Teilhabe der Bürger am politischen System
- Gemessen über sechs Fragen, in denen die Befragten jeweils angaben, ob sie sich z.B. zukünftig folgendermaßen beteiligen:
  - » „Ich werde mich in einer Partei, politischen Bewegung oder Bürgerinitiative engagieren.“
  - » „Ich werde bei den nächsten Wahlen meine Stimme abgeben.“
  - » „Ich werde mich an politischen Demonstrationen oder Kundgebungen beteiligen.“



## Kernbefunde aus der Welle 2018

- Vertrauen in etablierte Medien ist im Zuge der Lügenpresse-Debatte keineswegs in großem Stil erodiert
  - „Gesunder“ Skeptizismus ist weiter verbreitet als „schädlicher“ Zynismus
  - Dennoch hat sich ein harter Kern an Kritikern herausgebildet, der die etablierten Medien pauschal verurteilt
  - Zudem ist das Medienvertrauen der Deutschen gerade bei „heiklen“ Themen niedriger
  - Schließlich ist eine zunehmende Entfremdung zwischen den Bürgern und den etablierten Medien sichtbar
- Keine Notwendigkeit zur Hysterie, aber etablierte Medien müssen sich das Vertrauen der Bürger auch in Zukunft durch gute journalistische Arbeit aktiv erarbeiten – nicht zuletzt, um zu verhindern, dass die politische Partizipation der Bürger abnimmt



## Wie soll es weitergehen?

- Minimum: Weiterführung der jährlichen Trendbefragung
  - » Finanzierung lief Ende 2018 aus
- Optimum: Weiterführung der jährlichen Trendbefragung mit Panel
  - » Steigerung der Aussagekraft durch Erfassen kurz- und langfristiger Veränderungen
  - » Zusätzlicher Fokus auf Jugend: Erforschung von Mediensozialisation/-aneignung
  - » Stärkung von Medienkompetenz



Vielen Dank!

Kontakt: [medienvertrauen@uni-mainz.de](mailto:medienvertrauen@uni-mainz.de)

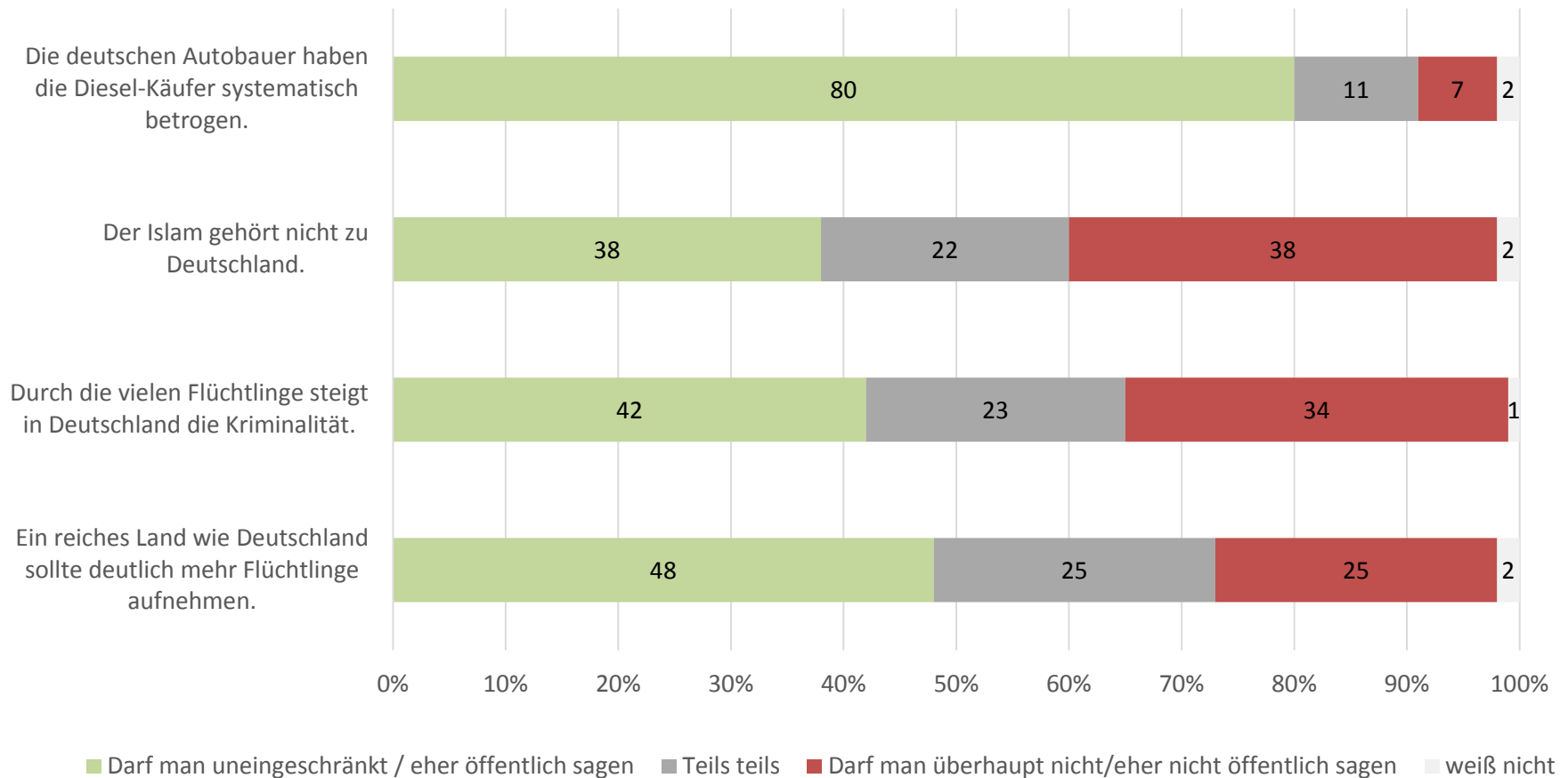
Website: [www.medienvertrauen.de](http://www.medienvertrauen.de)

---

# Anhang

## BEFUND 8: MEINUNGSFREIHEIT UND REDEVERBOTE (2018)

**Frage:** „Darf man diese Aussagen öffentlich äußern, ohne dass man sich dabei den Mund verbrennt?“



## Warum fördern?

- Hohe Relevanz der Thematik für intakte Demokratie
- Kein kommerzielles Institut: Wir sind unabhängig von Medienunternehmen und wollen das auch bleiben
- Relevanz von unternehmens-/ organisationsunabhängiger Finanzierung, um Überparteilichkeit beizubehalten
- Rheinland-pfälzische Landesregierung hat zentrale Rolle in der deutschen Medienpolitik (Vorsitz Rundfunkkommission)
- Rheinland-Pfalz und Mainz als maßgeblicher Standort für Medien und Medienforschung
- Forschergruppe verfügt über enormen Erfahrungsschatz im Forschungsgebiet

## Befund 4: Entfremdung trotz hohen Vertrauens - Zusammenhänge mit Medienentfremdung (Regression)

Weniger Medienentfremdung	Mehr Medienentfremdung
<ul style="list-style-type: none"><li>• Häufige Nutzung von...<ul style="list-style-type: none"><li>– öffentlich-rechtlichem Fernsehen (ARD/ZDF)</li><li>– Nachrichten auf Websites von etablierten Medien (Spiegel Online)</li><li>– Nachrichten auf Sozialen Netzwerken wie Facebook</li></ul></li><li>• Hohes politisches Interesse</li><li>• Hohe Wahlpräferenz von...<ul style="list-style-type: none"><li>– Bündnis 90/Die Grünen</li><li>– SPD</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Häufige Nutzung von...<ul style="list-style-type: none"><li>• alternativen Nachrichtenportalen</li><li>• Nachrichten auf Videoplattformen wie YouTube</li></ul></li><li>• Häufigkeit des Lesens und Schreibens von Nutzerkommentaren auf den Facebook-Seiten von Medien</li><li>• Hohe Wahlpräferenz AfD</li><li>• Hohe allgemeine Politikverdrossenheit</li><li>• Geringe Zufriedenheit mit der Demokratie</li><li>• Geringe Zufriedenheit mit der eigenen wirtschaftlichen Situation</li></ul>

## Befund 5: Teilweise lückenhaftes Medienwissen in Deutschland

Frage	Korrekte Antwort	% der Befragten, die die korrekte Antwort wussten*	% der Befragten, die die falsche Antwort nannten*
„Journalisten dürfen berichten, was sie wollen, es gibt keine gesetzlichen Schranken.“	Falsch	53%	38%
„Journalisten sind gesetzlich dazu verpflichtet, den Wahrheitsgehalt ihrer Beiträge zu prüfen.“	Wahr	60%	28%
„Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat den gesetzlichen Auftrag, die verschiedenen Meinungen in der Bevölkerung abzubilden.“	Wahr	72%	15%
„Der Staat prüft in Deutschland, ob jemand Journalist werden kann.“	Falsch	73%	11%
„Journalisten müssen jeden Beitrag, den sie veröffentlichen wollen, vorher von Behörden prüfen lassen.“	Falsch	78%	11%

**Frage:** „Ich lese Ihnen einige Aussagen über Medien und Journalismus vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese Aussagen richtig oder falsch sind.“  
(Angaben in der Tabelle in %, Basis: 1.200 Befragte)

\* Fehlende Angaben zu 100 Prozent: „Weiß nicht“.

## Befund 5: Teilweise lückenhaftes Medienwissen in Deutschland – Zusammenhang mit Medienvertrauen

