

Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2023 Zurück zum Niveau vor der Pandemie – Konsolidierung von Vertrauen und Misstrauen

Von Oliver Quiring*, Marc Ziegele**, Tanjev Schultz*, Nayla Fawzi*, Nikolaus Jakob*,
Ilka Jakobs*, Christian Schemer*, Daniel Stegmann*, Christina Viehmann***

Lebensalltag 2023
weniger bedrohlich,
Krisen prägen aber
weiterhin politischen
und gesellschaftlichen
Alltag

Zwar war die weltweite Lage auch im Jahr 2023 wieder durch diverse Krisen geprägt, wie den fortdauernden Krieg in der Ukraine, den Terrorangriff der Hamas auf Israel im Oktober und den darauffolgenden Krieg im Gazastreifen. Aus einer nationalen Perspektive stellte sich die Lage jedoch – zumindest im Lebensalltag der meisten Bürgerinnen und Bürger – weniger direkt bedrohlich dar als in den vorausgegangenen Jahren. Im April 2023 wurde die Corona-Pandemie in Deutschland trotz weiterer Infektionen offiziell für beendet erklärt. Im Mai hob die Weltgesundheitsorganisation (WHO) den Gesundheitsnotstand auf. Auch war die Energieversorgung, verglichen mit dem Winter 2022/23, nicht im gleichen Ausmaß von Unklarheit und Verunsicherung geprägt.

Diese Entwicklung bedeutet aber nicht, dass sich die bestehenden vielfältigen sozialen, politischen, wirtschaftlichen und ökologischen Probleme und die damit verbundenen Auseinandersetzungen verflüchtigt hatten. So wurde die Einführung des Bürgergeldes beinahe genauso heftig diskutiert wie die des Gebäudeenergiegesetzes („Heizungsgesetz“), nicht selten auch öffentlich durch die Regierungskoalition. Stimmenzuwächse der AfD bei den Landtagswahlen in Hessen und Bayern und die sogenannte „Remigrationsdebatte“ seit November führten zu substantiellen Diskussionen um die politische Zukunft des Landes, die sich zu Beginn des Jahres 2024 in zahlreichen Demonstrationen manifestierten. (1) Die deutsche Wirtschaft schrumpfte im dritten und vierten Quartal 2023. (2) Und schließlich war 2023 nicht nur im weltweiten Schnitt, sondern auch in Deutschland das wärmste Jahr seit Beginn der Aufzeichnungen. (3) 2023 war also alles andere als ein ruhiges Jahr. Doch sowohl die Berichterstattung als auch die öffentliche Diskussion schienen nicht mehr so eindeutig von sehr wenigen unmittelbar bedrohlichen Ereignissen bestimmt zu sein wie in den Vorjahren, sondern sich zunehmend wieder mehr durch inhaltliche Vielfalt auszuzeichnen. (4) Insgesamt kann man folglich im Jahr 2023 – bei allen weiterhin bestehen-

den Problemen und Gefahren – von einer relativen Normalisierung der Lage in Deutschland sprechen.

Kurz und knapp

- 44 Prozent der deutschen Bevölkerung vertrauen den Medien, 31 Prozent vertrauen „teils, teils“.
- Damit ist das Medienvertrauen der Deutschen gegenüber 2022 moderat gesunken – in einzelnen Aspekten nähert es sich dem Niveau vor der Corona-Pandemie an.
- Der öffentlich-rechtliche Rundfunk genießt weiterhin das höchste Vertrauen von allen Mediengattungen.
- Auch andere etablierte Medien rangieren vorn. Weniger vertraut wird Onlinequellen und dem privaten Rundfunk.

Ist mit der „Normalisierung“ der Gesamtlage aber auch eine „Normalisierung des Vertrauens“ in die öffentliche Kommunikation verbunden? In der Hochphase der Corona-Pandemie hatte das Forschungsteam der Langzeitstudie Medienvertrauen Ende des Jahres 2020 einen Höchststand beim allgemeinen Vertrauen in die Medien gemessen und schon damals vermutet, es könnte sich um ein „momentanes Hoch“ in einer Ausnahmesituation handeln. (5) Im letzten Jahr 2022 wurde dann ein insgesamt leicht rückläufiges Vertrauen verzeichnet, aber noch kein Absinken auf das Niveau vor der Pandemie. (6) Wie steht es nun Ende 2023 um das Vertrauen der Deutschen in die Medien und ihre Berichterstattung? Gibt es eine weitere Annäherung an das Vorkrisenniveau? Dieser Frage geht die Langzeitstudie Medienvertrauen in ihrer mittlerweile neunten Befragungswelle nach.

Nach einer ersten Untersuchung 2008 und jährlichen Erhebungen von 2015 bis 2020 sowie einer weiteren im Jahr 2022 wurde Ende des Jahres 2023 erneut eine Umfrage zum Medienvertrauen umgesetzt. Die Studie ist wissenschaftlich unabhängig, finanziell unterstützt wird sie seit dem Jahr 2022 durch die Bundeszentrale für politische Bildung. Die aktuelle neunte Welle wurde – wie im Vorjahr – durch das Meinungsforschungsinstitut Verian (vormals Kantar Public) erhoben. Die Konzeption der Studie und die Auswertung der Daten liegen in den Händen der beteiligten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler.

Während Corona lag Medienvertrauen auf dem höchsten gemessenen Niveau

Methodik der neunten Welle der Mainzer Langzeitstudie

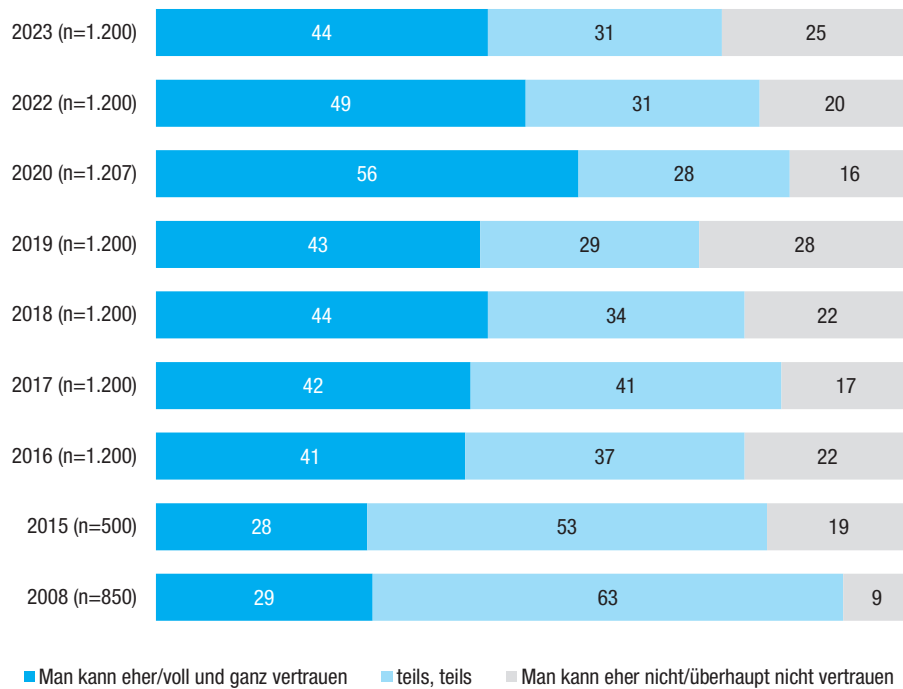
* Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

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

*** GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften Köln.

Im November und Dezember 2023 wurden bundesweit 1.200 Bürgerinnen und Bürger ab 18 Jahren in einer repräsentativen Telefonumfrage (CATI) befragt.

Abbildung 1
Medienvertrauen bei wichtigen Dingen 2008 bis 2023
Angaben in %



Frage: „Wenn es um wirklich wichtige Dinge geht – etwa Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale: Wie sehr kann man da den Medien vertrauen?“
Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahren). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen, "Weiß nicht"-Antworten werden nicht ausgewiesen.

Quellen: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

Bei einer Sicherheitswahrscheinlichkeit von 95 Prozent beträgt die statistische Fehlertoleranz maximal 3 Prozentpunkte.

Um die Kontinuität der Studie zu bewahren, enthielt der Fragebogen – wie schon in den Vorjahren – mehrere Fragen zum Medienvertrauen, zur Mediennutzung, zu Medienkritik und zu politischen Einstellungen sowie soziodemografischen Merkmalen. Ferner wurde zwischen dem Vertrauen in unterschiedliche Medien- und Onlineangebote differenziert. Außerdem wurden, anknüpfend an ältere Erhebungswellen, Anzeichen einer Entfremdung von den etablierten Medien sowie zu dem Bild, das die Menschen von Journalistinnen und Journalisten haben, untersucht. Schließlich widmete sich ein letzter Teil den durch die Bevölkerung wahrgenommenen Leistungen der Medien.

Gesundheitsgefahren, politische Skandale und Krisen – kann man den Medien vertrauen.“ Dieser Wert liegt ziemlich genau auf dem Niveau von 2019, dem letzten Jahr vor Beginn der Corona-Pandemie. Damals stimmten 43 Prozent zu. Die Zahlen geben deutliche Hinweise darauf, dass es sich bei den Zwischenhochs zu Pandemiezeiten (2020: 56 %, 2022: 49 %) tatsächlich um eine Sondersituation mit einem erhöhten Bedürfnis nach gesellschaftlichem Zusammenhalt handelte, wie die Forscherinnen und Forscher in den vergangenen Jahren bereits vermuteten. (7) Insgesamt scheinen die weiter bestehenden und durchaus drängenden Zukunftsfragen, wie die nach einer möglichen Ausweitung des Krieges in Europa bzw. nach einem immer deutlicher fortschreitenden Klimawandel, nicht die gleiche Einigkeit aufkommen zu lassen wie die direkte Bedrohung durch eine Pandemie. Auf einem seit Jahren recht stabilen Niveau bewegt sich der Anteil der Menschen, die mit „teils, teils“ antworteten. Die Zeichen stehen auch hinsichtlich dieser Mittelposition auf Konsolidierung.

Etwas gestiegen ist hingegen der Anteil derer, die den Medien „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ vertrauten. Dieser Wert liegt zwar noch unter dem Vor-Pan-

Medienvertrauen geht erneut leicht zurück und erreicht Niveau von 2019

Wie schon im Vorjahr ist das Gesamtvertrauen der Deutschen in die Medien gegenüber den Spitzenwerten während der Pandemie im Jahr 2020 weiter abgesunken (vgl. Abbildung 1). Ende des Jahres 2023 stimmten 44 Prozent der Aussage zu: „Wenn es um wirklich wichtige Dinge geht – etwa Umweltprobleme,

demie-Niveau von 2019. Dennoch bekundete im Jahr 2023 jeder vierte Bürger, den Medien tendenziell nicht zu vertrauen – im Vorjahr nur jeder fünfte. Der harte Kern an Menschen, der Medien nicht vertraut, ist mittlerweile fester Bestandteil der Nutzerinnen und Nutzer. (8)

Die Gründe für diese Ablehnung können jedoch verschiedener Natur sein. Es bleibt festzuhalten, dass Medienvertrauen, wie es hier sehr „global“ auf der Ebene des gesamten Mediensystems abgefragt wurde, gesellschaftlich keine eindeutige Wertigkeit besitzt. Blindes Vertrauen in falsch oder unzureichend informierende Medien wäre als gesellschaftlich problematisch einzuschätzen. (9) Auch das stetige Hinzukommen neuer Medien im Netz erfordert durchaus Skepsis vonseiten wachsamer Bürgerinnen und Bürger, um nicht für Desinformation und Verschwörungstheorien anfällig zu werden. Eine skeptisch-konstruktive Grundhaltung gegenüber verschiedenen Medien kann folglich durchaus gesellschaftlich positiv wirken. (10)

Skepsis gegenüber Mediensystem bedeutet nicht gleichzeitig Misstrauen in alle Medienangebote

Im Zusammenhang mit dem eben beschriebenen Systemvertrauen stellt sich immer wieder die Frage, an welche Medien die Menschen konkret denken, wenn sie nach ihrem Vertrauen gefragt werden. Deshalb fragte die Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen in der jüngsten Welle erstmals offen nach diesen Vertrauensobjekten. Die Frage lautete: „Es gibt verschiedene Medienangebote, aus denen man sich informieren kann. Können Sie mir bitte ein Medienangebot nennen, dem Sie besonders vertrauen? Also einen konkreten Radio- oder Fernsehsender, eine Zeitung oder eine Zeitschrift – oder eine bestimmte Internetseite oder einen Account oder Kanal auf einer Social-Media-Plattform?“. Es war möglich, hier auch mehrere Medienangebote zu nennen.

Wie Abbildung 2 zeigt, konnten oder wollten nur 76 von 1.200 Personen (6 % der Befragten) auf diese Frage keine Antwort geben (weiß nicht/keine Angabe). 57 Personen (5 %) sagten, es gebe gar kein vertrauenswürdige Medium. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die meisten Menschen in dem sehr vielfältigen Medienangebot in Deutschland ihre Nische finden. Vor diesem Hintergrund ist auch der Befund aus dem vorherigen Abschnitt zum Systemvertrauen zu relativieren. Dem Mediensystem insgesamt nicht zu vertrauen, bedeutet demnach nicht automatisch, gar kein Medienangebot zu finden, das vertrauenswürdig erscheint.

Offene Nennung belegt hohes Vertrauen in ö.-r. Angebote und Wochen- bzw. Tageszeitungen

Sieht man sich die konkreten Nennungen an, so denken die Menschen in Deutschland an recht verschiedene Medien. Teilweise benennen sie ganze Sender, Verlagshäuser oder noch breiter „das Internet“ oder „Radio“, andererseits konkrete Angebote wie die Tagesschau. Bei diesen offenen Nennungen stechen

eindeutig die öffentlich-rechtlichen Angebote heraus: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk, dessen Arbeitsgemeinschaft (ARD), das ZDF bzw. einzelne Landesrundfunkanstalten und Sendungen werden – wenn man sie zusammenzählt – bei Weitem am häufigsten genannt. Abbildung 2 zeigt nur Medienangebote, die mindestens zehn Mal genannt wurden. Der Befund erhärtet sich, wenn man die darauffolgenden Plätze betrachtet. Auch dort finden sich zahlreiche weitere Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, vor allem der Landesrundfunkanstalten (z. B. hr-INFO, MDR Thüringen). Neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk werden auch die beiden großen deutschen Nachrichtenmagazine (Focus und Der Spiegel) sowie die Wochenzeitung Die Zeit in einem nennenswerten Ausmaß erwähnt. Aber auch Tageszeitungen sind Objekte des Vertrauens. Wegen der Art der Abfrage dominieren dabei die überregionalen Tageszeitungen Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), Süddeutsche Zeitung (SZ) und Die Welt. Diese können aufgrund der Verteilung der Stichprobe über Gesamtdeutschland mehr Einzelnennungen erzielen als die ebenso sehr häufig genannten einzelnen Lokalzeitungen (z. B. Märkische Oderzeitung, Hannoverische Allgemeine Zeitung, Mannheimer Morgen).

Auffällig ist hingegen, dass private Rundfunkanbieter nur selten auftauchen (auf über zehn Nennungen kommen nur ntv, RTL und der TV-Sender Welt). Auch die Bild-Zeitung kommt auf nur vier Nennungen. Ferner sind – wenn auch teilweise innerhalb des Mediensystems mit viel Aufmerksamkeit diskutiert – (rechts-)alternative Medien, die sich als Gegenpol zu den zuvor genannten etablierten Medien positionieren, eher selten primärer Bezugspunkt des Vertrauens (z. B. „Reitschuster“ mit 5 und die „Junge Freiheit“ mit gerade 2 Nennungen). Festzuhalten ist, dass einem Großteil der Bevölkerung auch bei einer offenen Frage an vorderster Stelle etablierte Medien einfallen, wenn nach Vertrauenswürdigkeit gefragt wird.

Diesen Eindruck bestätigen auch die Daten für die einzelnen Mediengattungen. Das Vertrauen der Menschen in Deutschland erweist sich an dieser Stelle über die Jahre – entgegen allen öffentlichen und medialen Diskussionen – als erstaunlich stabil. Nach wie vor gilt der öffentlich-rechtliche Rundfunk als vertrauenswürdigste Einrichtung, gefolgt von den regionalen und überregionalen Tageszeitungen, hinter denen das Privatfernsehen sowie die Boulevardzeitungen rangieren (vgl. Abbildung 3). (11) Onlineangeboten diverser Couleur begegnen die Befragten auch 2023 nach wie vor mit ausgeprägten Bedenken (vgl. Abbildung 4).

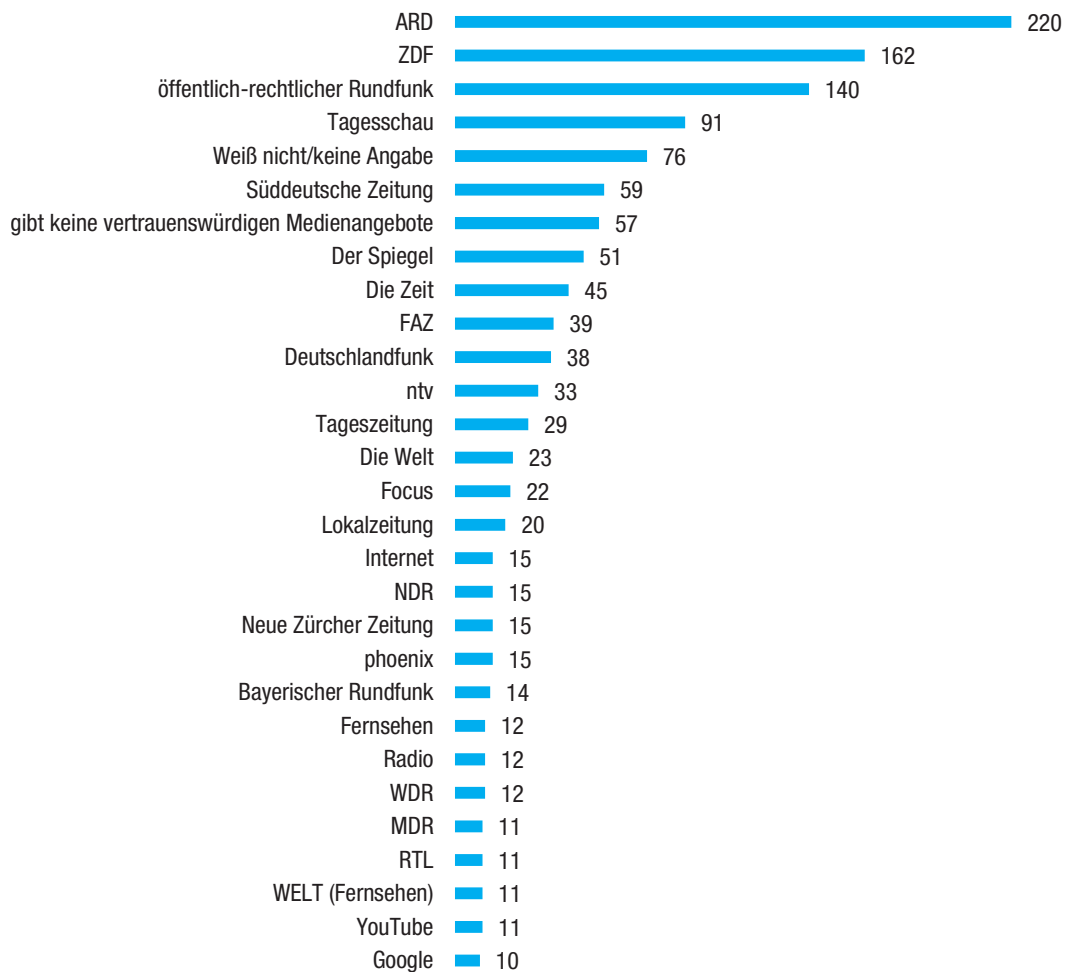
Doch auch die Veränderungen im Zeitverlauf sind eine Betrachtung wert. Der im letzten Jahr noch deutlich erkennbare, wenn auch nicht dramatische Vertrauensverlust beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen

Privaten Rundfunkanbietern wird weniger Vertrauen geschenkt

Vertrauen in Mediengattungen weitgehend stabil

Vertrauensniveau beim ö.-r. Rundfunk bleibt stabil

Abbildung 2
Frei genannte Medienangebote, denen Befragte besonders vertrauen (2023)
absolute Nennungen



Frage: „Es gibt verschiedene Medienangebote, aus denen man sich informieren kann. Können Sie mir bitte ein Medienangebot nennen, dem Sie besonders vertrauen? Also einen konkreten Radio- oder Fernsehsender, eine Zeitung oder eine Zeitschrift - oder eine bestimmte Internetseite oder einen Account oder Kanal auf einer Social-Media-Plattform?“
Mehrfachantworten möglich, insgesamt 1.751 Nennungen von 1.200 Befragten. Ausgewiesen sind nur Angebote, die mindestens zehn Mal genannt wurden.

Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahren)

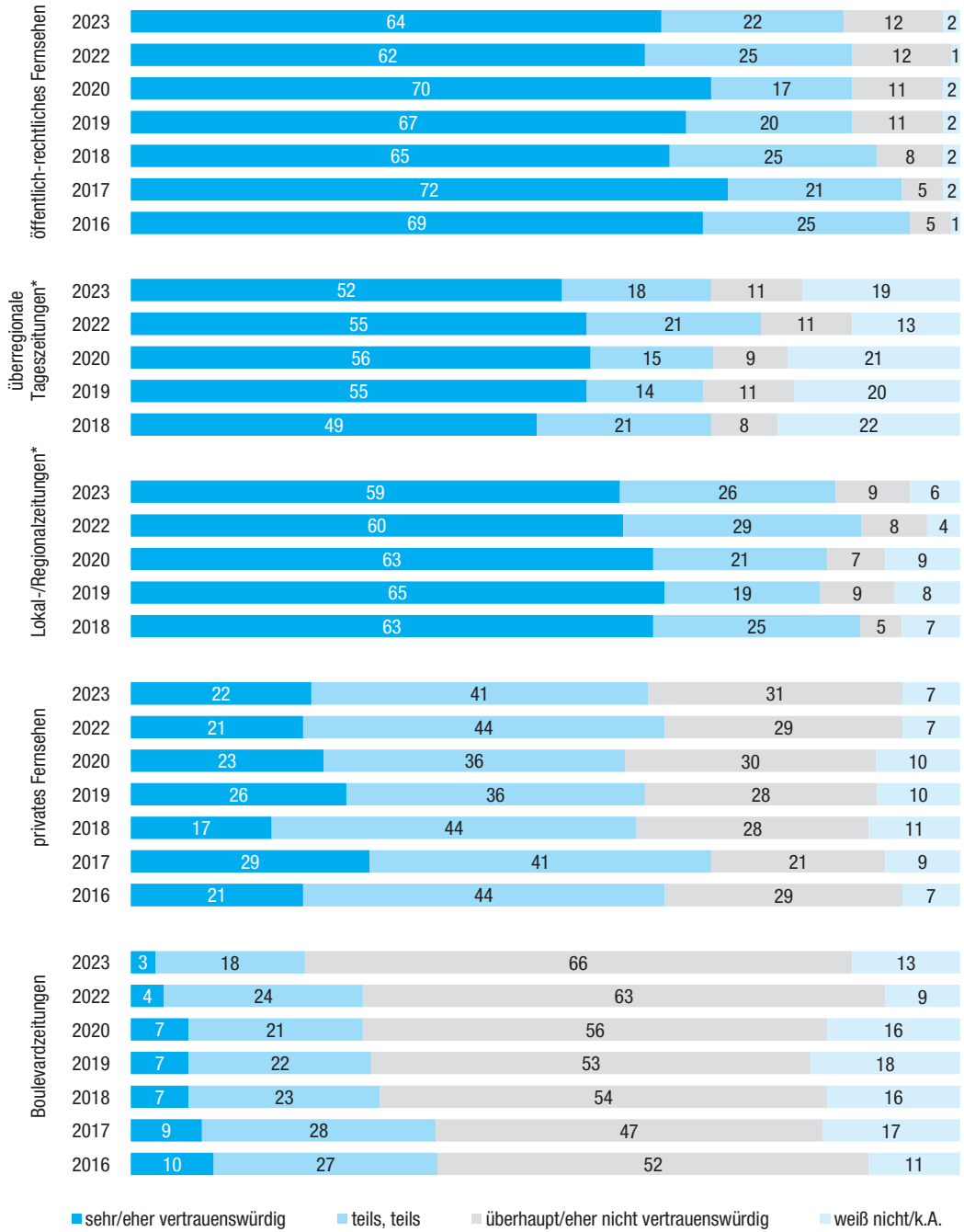
Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2023

(12) wiederholte sich nicht. Die kleine Steigerung beim Vertrauen von zwei Prozentpunkten (62% auf 64%) gegenüber dem Vorjahr liegt im Rahmen der Fehlertoleranz und sollte deshalb nicht überinterpretiert werden. Vielmehr ist das Vertrauensniveau trotz (oder womöglich gerade wegen) der stets wiederkehrenden Beitragsdiskussionen und der Einsetzung des Zukunftsrats (Rat für die zukünftige Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (13)) als stabil anzusehen. Auch der Anteil derer, die dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen nur „teils/teils“ bzw. „eher oder gar nicht“ vertrauten, hat sich nicht signifikant verändert.

Gleiches gilt für die regionalen und überregionalen Tageszeitungen. Auch hier liegen alle gemessenen Veränderungen im Rahmen der Fehlertoleranz und spiegeln eine Stabilität. Einzig bei den überregionalen Tageszeitungen fällt auf, dass nun beinahe wieder jede und jeder fünfte Befragte (19%) antwortete, keine Einschätzung abgeben zu können. Dies lässt darauf schließen, dass die entsprechenden Zeitungen weniger im Alltag der Befragten präsent sind als in früheren Jahren. Ähnliche Stabilität wie die Tageszeitungen weisen die Vertrauenswerte für das private Fernsehen und die Boulevardzeitungen auf. Auch hier ändert sich über die Jahre nur wenig. Die Boulevardzeitungen nähern sich dabei über die Jahre in kleinen

Bewertung
überregionaler
Tageszeitungen
fällt Befragten
teilweise schwer

Abbildung 3
Vertrauen in Mediengattungen 2016 bis 2023
 Angaben in %



* 2016 und 2017 anders abgefragt, daher liegen hier keine Vergleichswerte vor.
 Frage: „Manche Menschen halten bestimmte Medienangebote für vertrauenswürdiger als andere. Bitte sagen Sie mir, wie vertrauenswürdig Sie diese Angebote finden.“
 Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahren) (n=1.200). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen

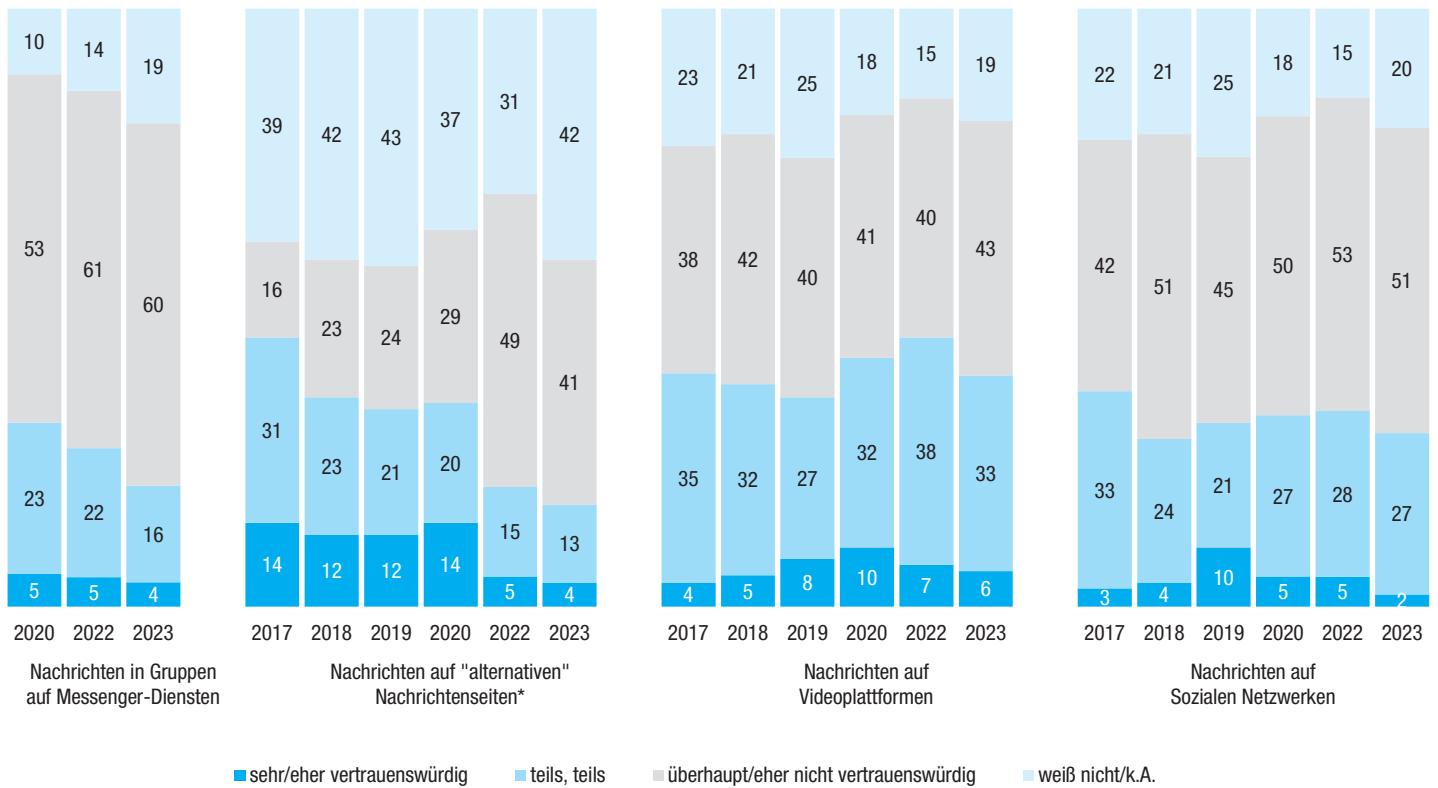
Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

Schritten einem kaum zu unterbietenden „Vertrauensniveau“ an. Dies verwundert aber auch wenig, wenn man sich vor Augen hält, dass deren Berichterstattung nicht primär in Richtung Seriosität zielt.

Das traditionell schon niedrige Vertrauen der deutschen Bevölkerung in Online-Nachrichtengebote setzt sich auch im Jahr 2023 fort. Nachrichten aus Sozialen Netzwerken erzielen mit gerade 2 Prozent

Vertrauen in Online-Nachrichtengebote erneut gesunken

Abbildung 4
Vertrauen in Onlineangebote 2017 bis 2023
 Angaben in %



* Formulierung 2022/23: "Alternative Nachrichtenangebote, z.B. Junge Freiheit, Reitschuster, Compact, Tichys Einblick", zuvor: "Alternative Nachrichtenseiten wie Politically Incorrect, Compact, Deutsche Wirtschaftsnachrichten oder Russia Today".

Frage: „Manche Menschen halten bestimmte Medienangebote für vertrauenswürdiger als andere. Bitte sagen Sie mir, wie vertrauenswürdig Sie diese Angebote finden.“

Basis: Internetnutzer (2017-2020), 2022/2023: alle Befragten (ab 18 Jahren). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

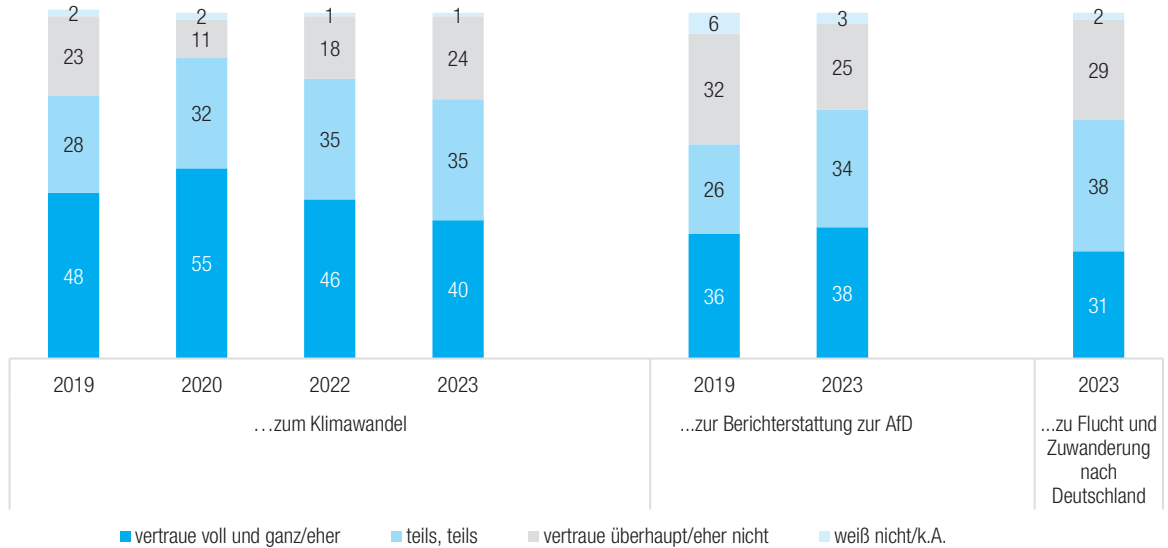
Quellen: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

Zustimmung einen neuen Tiefstwert. Das Vertrauen in Videoplattformen wie YouTube (6%), sogenannte alternative Nachrichtenseiten (4%) sowie die Nachrichten in Gruppen auf Messengerdiensten (4%) blieben gegenüber dem Vorjahr auf einem stabil niedrigen Niveau. Und nach wie vor ist der Anteil der Menschen, die bei der Frage nach den entsprechenden Angeboten keine Meinung haben, recht hoch.

Wie schon in den Vorjahren wurde auch in der aktuellen Studie das Vertrauen der Bevölkerung bei verschiedenen Themen erfragt. Ausgewiesen sind in Abbildung 5 nur die Themen, die 2023 erhoben wurden. Lagen Vergleichsdaten aus den Vorjahren vor, sind diese ergänzt. Wie sich zeigt, sank das Vertrauen in die Berichterstattung zum Klimawandel in den letzten Jahren deutlich (von 55% im Jahr 2020 auf aktuell 40%), obwohl der Klimawandel ein immer drängenderes Problem darstellt. Mit dem im Jahr 2023 stark diskutierten „Heizungsgesetz“ und den dort

verankerten Ge- und Verboten wurde zahlreichen Bürgerinnen und Bürgern erstmals klar, dass der Klimawandel auch Auswirkungen auf den eigenen Alltag bzw. Geldbeutel haben wird. Auf diese Nachrichten kann unter anderem dadurch reagiert werden, dass man den unerfreulichen Nachrichten schlicht keinen Glauben schenkt (14%) oder sie gleich ganz ignoriert. (15%) Noch unter diesen Werten liegen die Werte für das Vertrauen in die Berichterstattung zur AfD (38% Vertrauende) und zur Berichterstattung über Flucht und Zuwanderung (31% Vertrauende). Bei allen drei Themen ist der Anteil derer, die mit „teils/teils“ antworten, relativ hoch. Diese „Reizthemen“ fordern aber geradezu die Skepsis der Bürgerinnen und Bürger heraus, weil auch im Alltag teilweise hitzige Diskussionen geführt werden müssen, die den jeweiligen Standpunkt herausfordern, und eine teils heftige Gegenreaktion hervorrufen. Ähnlich niedrige Werte hatte das Forschungsteam in früheren Studien auch schon bei der Berichterstattung zum

Abbildung 5
Vertrauen in Medienberichterstattung über bestimmte Themen 2019 bis 2023
 Angaben in %



Frage: „In den Medien wird über verschiedene Themen berichtet. Bitte sagen Sie mir für die folgenden Themen, ob Sie den Berichten der etablierten Medien „überhaupt nicht“, „eher nicht“, „teils teils“, „eher“ oder „voll und ganz“ vertrauen. Wie ist das bei der Berichterstattung...“ In der Welle 2020 lautete die Frage: „Aktuell wird in den Medien viel über die Corona-Pandemie, aber auch über den Klimawandel oder den Islam berichtet. Bitte sagen Sie mir, ob Sie... (usw.)“.
 Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahren) (n=1.200). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quellen: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

Islam in Deutschland gemessen. (16) Hingegen vertrauen Menschen mehr in die Berichterstattung über Themen, bei denen sich die Bevölkerung relativ einig ist und deshalb in Diskursen wenig Gegenwind zu erwarten ist. Negativ interpretiert könnte man nun behaupten, dass die Medien gerade bei umstrittenen Themen weniger Vertrauen genießen. Positiv interpretiert könnte man sagen, dass die Bürgerinnen und Bürger bei diesen Themen genauer hinschauen und deshalb nicht voreilig und blind jeder Meldung vertrauen, was aus demokratiethoretischer Sicht durchaus sinnvoll ist. (17)

systematisch belogen wird (2023: 17 % Zustimmung). Abbildung 6 zeigt, dass diese Einstellungen im Jahr 2023 im Vergleich zu den Vorjahren wieder leicht zugenommen haben. Aber auch hier ist bei der Interpretation Vorsicht geboten: Nur die Veränderung in der Zustimmung zur Aussage, dass die Medien lediglich ein Sprachrohr der Mächtigen seien, liegt außerhalb der Fehlertoleranz von 3 Prozentpunkten und kann somit als echte Veränderung betrachtet werden. Und noch immer übersteigt die Ablehnung dieser Aussagen bei weitem die Zustimmung. Tendenziell ähneln die Werte am stärksten denen aus dem Vor-Pandemie-Jahr 2019. Wie schon in den Vorjahren ergibt sich der Befund, dass sich die (etablierten) deutschen Medien dauerhaft einem harten Kern an Menschen ausgesetzt sehen, die sie in ihrer Gänze ablehnen. Zwar sind diese Bürgerinnen und Bürger nicht in der Mehrheit, machen aber je nach Fragestellung dennoch einen nennenswerten Anteil von bis zu einem Viertel der Bevölkerung aus. Und es ist nach vielen Jahren ihrer Existenz nicht damit zu rechnen, dass sich diese Einstellungen einfach verändern lassen.

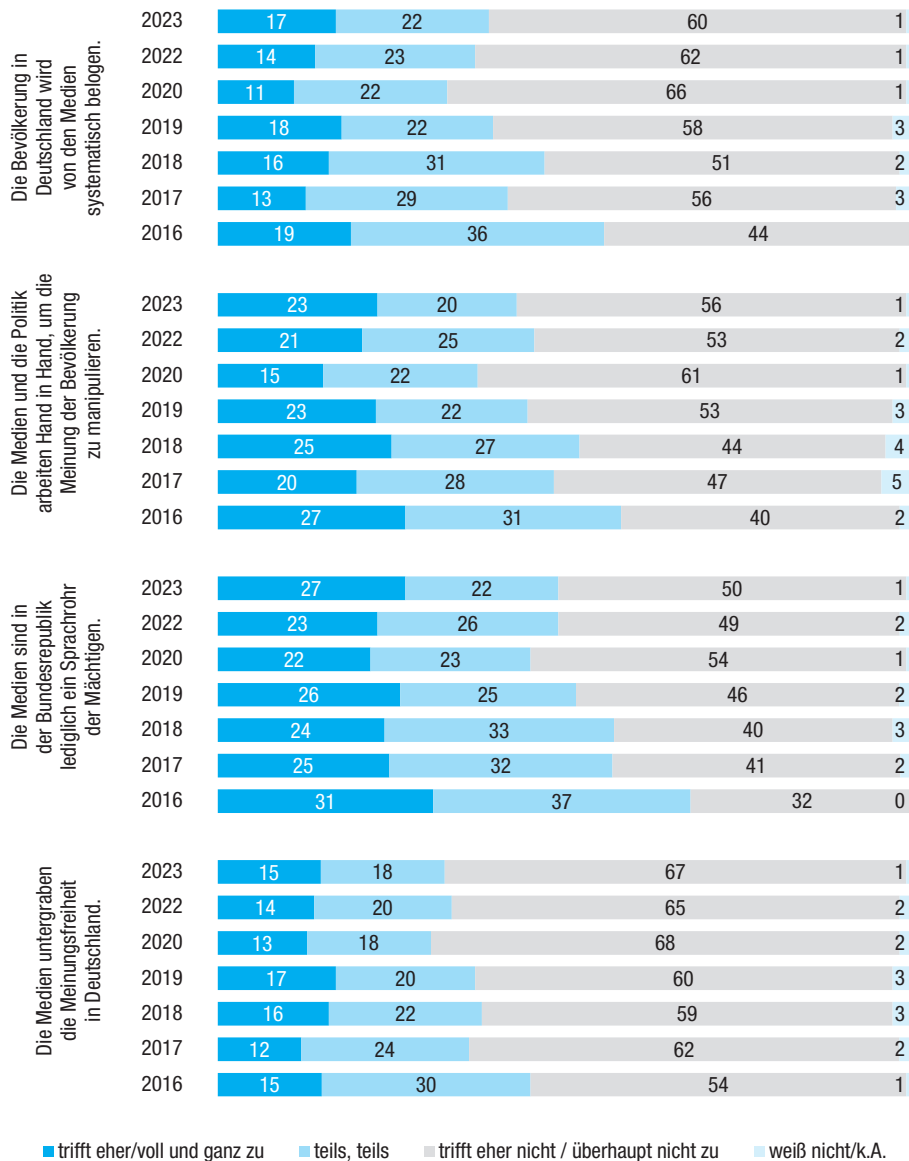
Medienzynismus erreicht Vor-Pandemie-Niveau

Entscheidend ist deshalb die Grundhaltung, aus der sich das Vertrauen bzw. Misstrauen der Bevölkerung speist. Aus diesem Grund werden in der Mainzer Langzeitstudie seit vielen Jahren auch Einstellungen erhoben, die als „Medienzynismus“ bezeichnet werden. Diese gehen über konstruktive Skepsis und Kritik im öffentlichen Diskurs hinaus und zeichnen sich vor allem durch undifferenzierte Ablehnung des gesamten Mediensystems und Nähe zu Verschwörungserzählungen aus. Typische Unterstellungen, die im Rahmen der „Lügenpresse-Debatte“ immer wieder auftauchten, sind beispielsweise, dass die Medien mit der Politik Hand in Hand arbeiten, um die Meinung der Bevölkerung zu manipulieren (2023: 23 % Zustimmung) bzw. dass die Bevölkerung von den Medien

Dennoch stehen die Medien nicht alleine in der Kritik. Die Ergebnisse für andere gesellschaftliche Institutionen relativieren den Blick auf vorhandenes oder fehlendes Medienvertrauen deutlich. Abbildung 7

Medienvertrauen liegt im Vergleich zu anderen Institutionen im Mittelfeld

Abbildung 6
Medienzynismus in Deutschland 2016 bis 2023
Angaben in %



Frage: „Wir bleiben bei den etablierten Medien in Deutschland. Was denken Sie, welche dieser Aussagen treffen Ihrer Meinung nach zu, welche treffen nicht zu?“

Basis: alle Befragten (ab 18 Jahren). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quellen: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

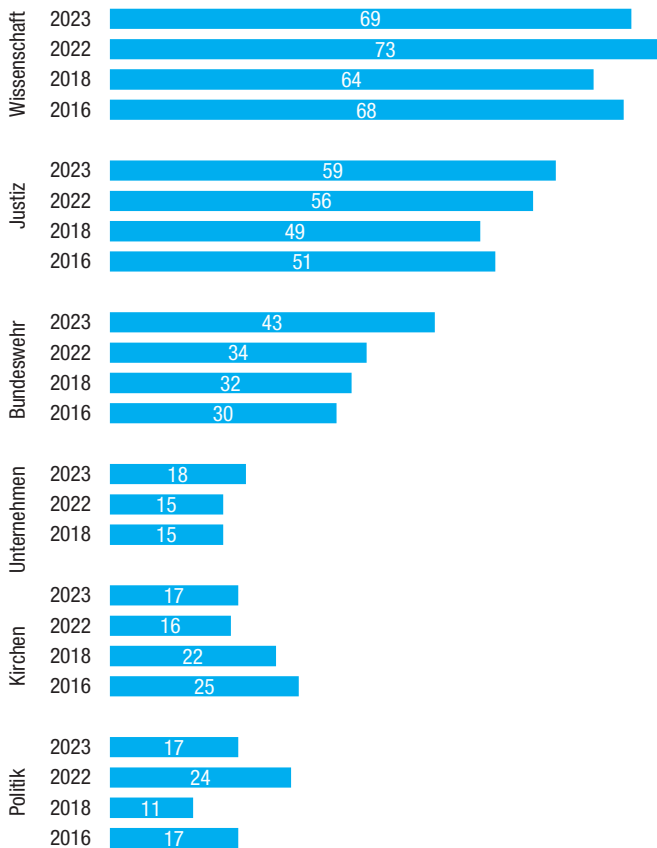
zeigt eine Reihe solcher Institutionen. Der Übersicht halber wurden hier nur die Anteile der Befragten angegeben, die den entsprechenden Institutionen „voll und ganz“ oder „überwiegend“ vertrauen. Bis auf die Unternehmen wurden alle Institutionen 2016 und 2018 bzw. 2022 und 2023 abgefragt.

Im Vergleich stehen die Medien recht eindeutig im Mittelfeld. Im Jahr 2023 vertrauten 44 Prozent der Menschen in Deutschland den Medien voll und ganz bzw. überwiegend (vgl. Abbildung 1). Sie liegen da-

mit vor der Politik und den durch Missbrauchskandale über mehrere Jahre gebeutelten Kirchen (jeweils 17%) sowie vor den Unternehmen (18%). Die Bundeswehr schloss 2023 hingegen erstmals zu den Medien auf (43%), was sicherlich nicht nur Vertrauen in die Bundeswehr selbst, sondern vor dem Hintergrund des Ukraine-Krieges auch Wertschätzung und den Wunsch nach einer stärkeren Landesverteidigung zum Ausdruck bringt. Vor den Medien lagen die Justiz (59%) und die Wissenschaft (69%). Betrachtet man die Veränderungen zu den Vorjahren, so sind

Abbildung 7
Vertrauen in Institutionen

Trifft eher/voll und ganz zu, Angaben in %



Frage: „Ich nenne Ihnen im Folgenden einige Institutionen unserer Gesellschaft. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie persönlich diesen Institutionen ‚überhaupt nicht‘, ‚kaum‘, ‚teils teils‘, ‚überwiegend‘ oder ‚voll und ganz‘ vertrauen.“
Ausgewiesen ist hier jeweils die Angabe von „voll und ganz“ und „überwiegend“ (addiert). Die Fragen zum „Militär“ wurden 2018 geändert in „Bundeswehr“.
„Unternehmen“ erst ab 2018 erfragt.
Basis: alle Befragten (ab 18 Jahren). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quellen: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

diese bei allen abgefragten Institutionen eher klein. Gegenüber der Vor-Pandemie-Zeit sind sie hingegen größer. Außer den Kirchen und der Politik haben alle anderen Institutionen nach der Pandemie eher an Vertrauen hinzugewonnen. Kritik an den Medien und damit verbundene Misstrauensbekundungen können folglich durchaus als „normale Erscheinung“ einer arbeitsteilig ausdifferenzierten Gesellschaft mit entsprechenden demokratischen Kontrollprozessen angesehen werden.

Medienentfremdung
– zwischen
Alltagswelt und
Medienwelt

Kritik an den Medien und ausbleibendes Vertrauen kann vielfältige Ursachen haben. Eine davon ist eine wahrgenommene Entfremdung zwischen der „Welt der Medien“ und der Alltagswelt, in der sich die Menschen in Deutschland wiederfinden. Wie bereits 2017, 2018 und auch 2022 wurden deshalb auch in der aktuellen Studie dazu Fragen gestellt (vgl. Abbildung 8).

Im Jahr 2023 gaben 22 Prozent der Befragten an, dass die Meinungen, die in den Medien vertreten werden, ganz andere sind als die, die von den Befragten selbst vertreten werden. Für weitere 45 Prozent traf dies zumindest teilweise zu. Ebenso nimmt fast ein Drittel der Menschen (31 %) in Deutschland die gesellschaftlichen Zustände im persönlichen Umfeld ganz anders wahr, als sie von den Medien dargestellt werden (weitere 32 % sagen, das sei teilweise der Fall). Offenbar bleibt eine Lücke zwischen der Lebenswelt der Menschen bzw. deren Wahrnehmung der Realität der Medien bestehen. Diese Lücke ist durch zahlreiche medienspezifische Eigenheiten, wie z. B. die Orientierung am Nachrichtenwert (z. B. Negativität, Prominenz der Akteure, Reichweite und Relevanz der Geschehnisse) (18) erklärbar und nicht zur Gänze zu schließen. Denn auch Nachrichten aus dem fernen Ausland, Nachrichten von prominenten Akteuren und vielfältige Meinungen sind Teil eines gesellschaftlich sinnvollen Medienangebotes. Sie geben – zumindest in Teilen – die existierende gesellschaftliche Vielfalt wieder und führen dazu, dass sich nicht alle Menschen zu allen Zeiten in der Berichterstattung wiederfinden können. Deshalb erscheint es fraglich, ob es sinnvoll wäre, die Konfrontation mit neuen Meinungen bzw. fremden Lebenswelten zugunsten von mehr lebensweltlicher Nähe und Homogenität weitgehend zu opfern, nur weil diese mit höheren Vertrauensgewinnen locken.

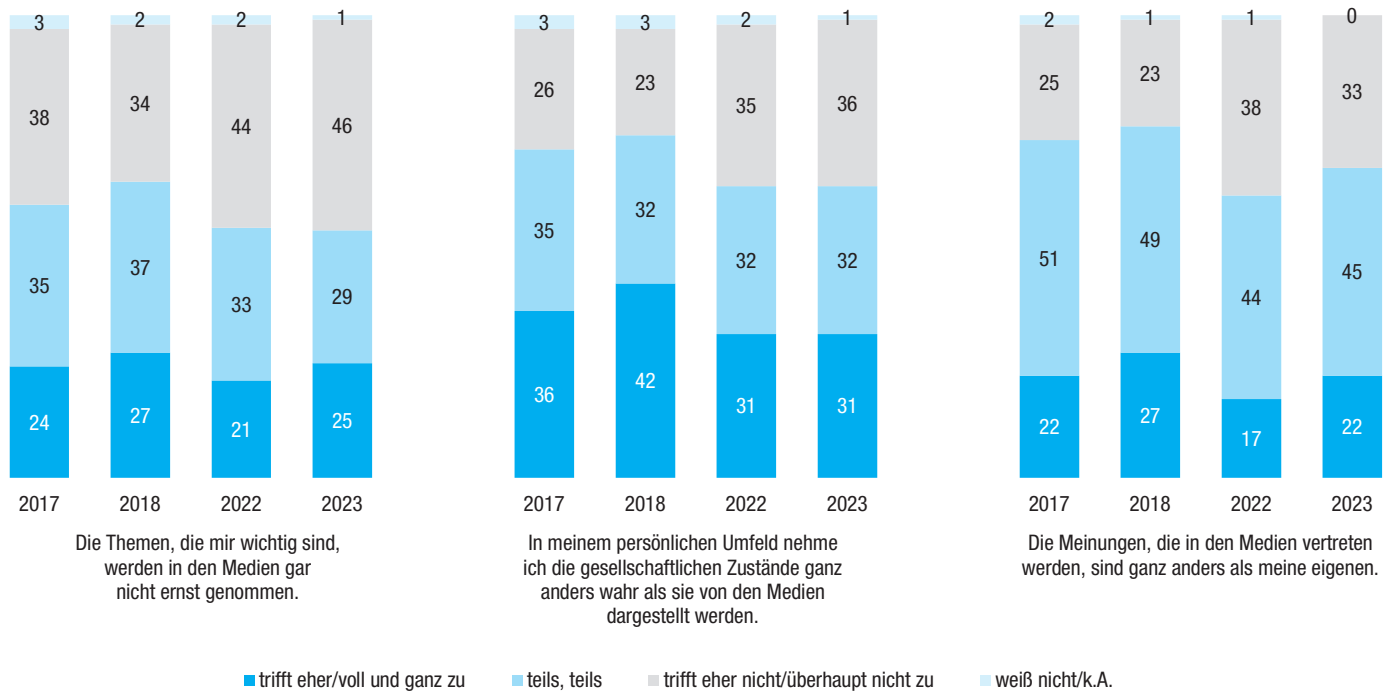
Bedenkenserwerter ist hingegen die Einschätzung, die eigene Lebenswelt werde von den Medien nicht ernst genommen. Mit ihren Themen nicht ernst genommen fühlen sich immerhin ein Viertel der Befragten. Weitere 29 Prozent sehen das zumindest zum Teil so. Hier könnten Bemühungen hilfreich sein, die empfundenen Responsivitäts- und Repräsentationslücken innerhalb eines prinzipiell schon vielfältigen journalistischen Angebotes weiter zu schließen. Betrachtet man die verschiedenen Indikatoren zusammen, so ist die Entfremdung gegenüber dem Vorjahr leicht gewachsen und bewegt sich auf das Vor-Pandemie-Niveau zu.

Bereits in der vorherigen Welle wurden die Fragen zur Entfremdung von der Berichterstattung durch Urteile über Journalistinnen und Journalisten und deren Verhältnis zur Bevölkerung ergänzt. Ohne Vergleichszeitpunkt fiel aber die Einordnung schwer. (19) Der Zeitvergleich schärft nun den Blick. Wie denkt also die Bevölkerung ein Jahr später über diese spezifische Berufsgruppe?

Steigende Distanz
zwischen
Bevölkerung und
Journalismus

Abbildung 9 zeigt, dass sich die wahrgenommene Distanz zwischen Bevölkerung und Journalistinnen und Journalisten seit dem Vorjahr vergrößert hat – allerdings in geringem Ausmaß. Die Befunde stehen damit im Einklang mit den oben immer wieder festgestellten Bewegungen einzelner Aspekte des Ver-

Abbildung 8
Medienentfremdung 2017 bis 2023
Angaben in %



Frage: „Wenn Sie nun noch einmal an die etablierten Medien im Allgemeinen denken und die Journalistinnen und Journalisten, die dort arbeiten; inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen auf diese zu?“
Basis: alle Befragten (ab 18 Jahren). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quellen: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

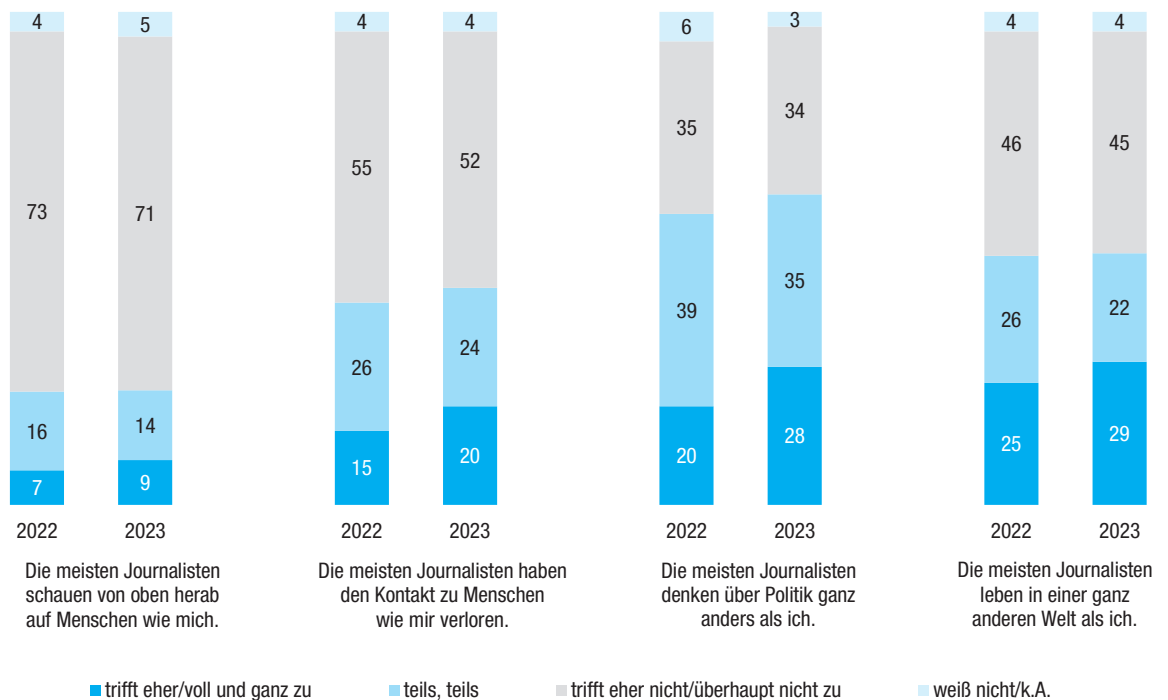
trauens in Richtung des Niveaus vor der Pandemie. Nach wie vor werfen die wenigsten Menschen Journalistinnen und Journalisten vor, überheblich zu sein: Nur 9 Prozent stimmen der Aussage zu: „Die meisten Journalisten schauen von oben herab auf Menschen wie mich.“ Der Unterschied zum Vorjahr (7 %) ist aufgrund der Fehlertoleranz nicht sinnvoll interpretierbar. Gleiches trifft für den Anteil der Menschen zu, die sich ambivalent äußern, und für die deutliche Mehrheit, die sich nicht von oben herab behandelt fühlt. Klar messbar gestiegen sind hingegen die Anteile der Menschen, die glauben, Journalistinnen und Journalisten hätten den Kontakt zu ihnen verloren (2023: 20 %, 2022: 15 %) und würden ganz anders über Politik denken als sie (2023: 28 %, 2022: 20 %). Ebenso ist der Anteil der Bevölkerung gewachsen, der glaubt, Journalistinnen und Journalisten würden in einer ganz anderen Welt leben als sie selbst (2023: 29 %, 2022: 25 %). Nimmt man noch die Anteile der Menschen dazu, die den jeweiligen Aussagen zumindest zum Teil zustimmen, ergibt sich insgesamt – wie schon im Vorjahr – ein deutlicher Unterschied zwischen der Wahrnehmung des Journalismus und der Bevölkerung. Hinsichtlich der Lebenswelt („Die meisten Journalisten leben in einer ganz

anderen Welt als ich“) und den politischen Meinungen der Journalistinnen und Journalisten nehmen deutlich über die Hälfte der Menschen in Deutschland zumindest teilweise eine Kluft wahr. Diese Wahrnehmung kann durchaus ihre Berechtigung haben, da sich – wie Journalismusstudien zeigen – Journalisten als Berufsgruppe tatsächlich in mehrfacher Hinsicht von der Gesamtbevölkerung unterscheiden. (20) Fehlenden Kontakt beklagen – zumindest teilweise – noch über 40 Prozent der Menschen in Deutschland. Und mehr als jeder Fünfte fühlt sich zumindest gelegentlich oder teilweise von oben herab behandelt.

Wenn es um Vertrauen geht, stellt sich die Frage, was getan werden kann, um Vertrauen zu gewinnen oder zurückzugewinnen. Ein möglicher, aber nicht immer ganz unproblematischer Weg ist dabei, sich in den Dienst der Vertrauenden zu stellen und das eigene Leistungsspektrum so zu gestalten, dass sich die Vertrauenden abgeholt fühlen. Zur sogenannten „Medienperformance“ wurden in der aktuellen Welle eine Reihe von Aspekten erstmals abgefragt, die sich auf das gesamte Mediensystem in Deutschland beziehen (vgl. Abbildung 10). Die Frage lautete: „Inwiefern

Mehr Vertrauen durch bessere Medienleistungen?

Abbildung 9
Bild von Journalistinnen und Journalisten 2022 bis 2023
Angaben in %



Frage: „Wenn Sie nun noch einmal an die etablierten Medien im Allgemeinen denken und die Journalistinnen und Journalisten, die dort arbeiten; inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen auf diese zu?“

Basis: alle Befragten (ab 18 Jahren). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quellen: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen auf die Medien zu? Wie gut gelingt es den Medien in Deutschland...“.

Die abgefragten Medienleistungen ergeben sich größtenteils aus der öffentlichen Aufgabe der Medien, wie sie in den Landespresse- und Landesmediengesetzen formuliert ist. Dazu gehört, die Bevölkerung mit Informationen zu versorgen („Die Bürgerinnen und Bürger über Ereignisse aus Politik und Gesellschaft zu informieren“), aber auch – und das wird in den oft überhitzten Diskussionen zur Rolle der Medien oft vergessen – zur Meinungsbildung aktiv beizutragen („Zur Meinungsbildung ... beizutragen“) und Kritik an und Kontrolle über Mächtige auszuüben („...Missstände und Skandale aufzudecken“; „...Politik zu kritisieren“). Ergänzend wurden unter anderem Aussagen bewertet, die Auskunft über die Ermöglichung von Teilhabe an politischen Prozessen geben können.

Gemischte Beurteilung hinsichtlich der Medienperformance

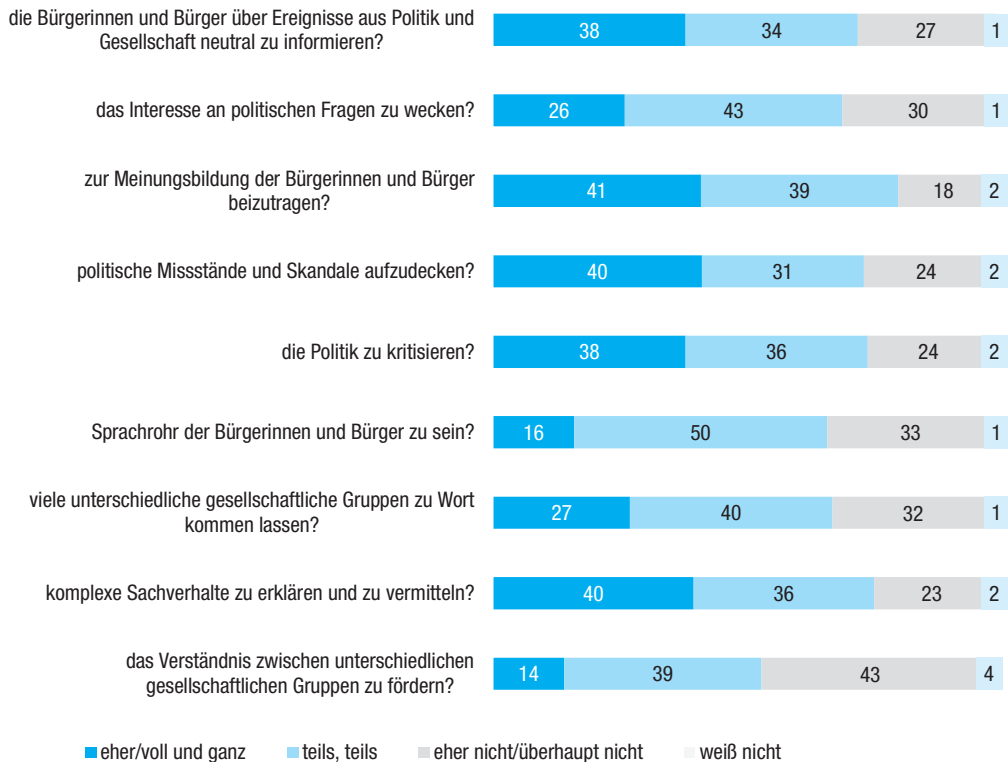
Bei allen hier abgefragten Aspekten fällt das Urteil gemischt aus. Am ehesten gelingt es den Medien in Deutschland, neutral zu informieren (38 % Zustimmung, 34 % teils/teils), zur Meinungsbildung beizutragen (41 % Zustimmung, 39 % teils/teils), die Politik zu kritisieren (38 % Zustimmung, 36 % teils/teils),

Misstände und Skandale aufzudecken (40 % Zustimmung, 31 % teils/teils) sowie komplexe Sachverhalte zu erklären (40 % Zustimmung, 36 % teils/teils). Die Menschen in Deutschland erkennen folglich die Leistung des Mediensystems bzw. seiner Teile im Bereich der öffentlichen Aufgabe durchaus an. Dennoch sieht jede und jeder fünfte bis dritte Defizite. Dazu ist aber anzumerken, dass die einzelnen genannten Ziele in einem Zielkonflikt stehen. Wenn erwartet werden würde, dass Medien ausschließlich neutral informieren, wäre es unmöglich, gleichzeitig zur Meinungsbildung beizutragen und zu kritisieren. Aus früheren Wellen dieser Studie ist bekannt, dass die meisten Menschen nur sehr wenig über die Funktionsweise von Medien wissen. (21) Und es kann nicht vorausgesetzt werden, dass großen Teilen der Bevölkerung bekannt ist, dass es für die verschiedenen Aufgaben diverse journalistische Formate gibt (im einfachsten Fall Nachricht und Kommentar), die gerade im digitalen audiovisuellen Bereich zunehmend verschwimmen.

Weniger gut schneiden die Medien in Deutschland ab, wenn es um Teilhabe geht. So finden nur 26 Prozent der Menschen in Deutschland eher bzw. voll und ganz, dass die Berichterstattung Interesse an politi-

Einstellungen zur Teilhabe durch Medien

Abbildung 10
Medienbezogene Performance-Indikatoren 2023
Angaben in %



Frage: „Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen auf die Medien zu? Wie gut gelingt es den Medien in Deutschland...“

Basis: Alle Befragten (ab 18 Jahren). Geringfügige Abweichungen von 100 Prozent aufgrund von Rundungen.

Quelle: Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen

schen Fragen weckt (weitere 43 % zumindest teilweise), nur 16 Prozent, dass die Medien Sprachrohr der Bürgerinnen und Bürger sind (50 % teilweise) und nur 27 Prozent, dass viele gesellschaftliche Gruppen zu Wort kommen (40 % teilweise). Einerseits lassen die Ergebnisse an dieser Stelle auf eine gewisse „Bürgerferne“ von Teilen der deutschen Medien schließen, wie sie sich schon beim Bild vom Journalismus andeutete. Andererseits ist zu fragen, ob die Leistungserwartungen an dieser Stelle unter Umständen zu hoch sind. In einem ausdifferenzierten Mediensystem ist es schwer möglich, alle Bedürfnisse auf allen Kanälen durch alle Einzelangebote zu allen Zeiten abzudecken. Ebenso wenig kann politisches Interesse einseitig durch die Medien „erzeugt“ werden. In dieser Hinsicht stehen die Bürgerinnen und Bürger ebenso in der Pflicht wie bei der Wahl ihrer Informationsquellen.

samte deutsche Medienlandschaft ohne weitere Differenzierung ab. Eine Frage aus der aktuellen Studie lässt sich jedoch – wenn auch nicht statistisch direkt – als Vergleichsmaßstab heranziehen: Danach gefragt, inwieweit die Befragten der Aussage „Der öffentlich-rechtliche Rundfunk stellt die Vielfalt der Meinungen in der Gesellschaft angemessen dar“ zustimmen würden, stimmten 46 Prozent der Befragten eher bzw. voll und ganz zu, weitere 27 Prozent noch teilweise, was eine Verbesserung gegenüber dem Vorjahr darstellt (40 % eher/voll und ganz, 31 % teilweise).

Fazit

Die meisten im Rahmen der Langzeitstudie Medienvertrauen gemessenen Vertrauensindikatoren haben sich gegenüber dem Vorjahr nur wenig, oft sogar nur auf einem statistisch nicht seriös ausweisbaren Niveau verändert. Wenn überhaupt, bewegen sich so gut wie alle einschlägigen Werte auf das Niveau des letzten Jahres vor der Pandemie – 2019 – zu, was einem leichten Sinken entsprechen würde. Die Schritte sind jedoch aktuell so klein, dass von einer vorläufigen

Medienvertrauen nähert sich dem Niveau vor der Pandemie an

Ö.-r. Rundfunk stellt Vielfalt der Meinungen dar

Mit Einschränkungen wäre ein dermaßen breiter Anspruch noch am ehesten an die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu stellen. Die aktuelle Studie fragt die oben genannten Leistungen aber nur für die ge-

Konsolidierung des Vertrauens und Misstruens in die Medien in Deutschland ausgegangen werden kann. Kurz gesagt: Die Pandemiedividende ist verbraucht. Wie es 2024 weitergeht, bleibt offen und ist aus den Daten nicht solide prognostizierbar.

Einstellungen zu Medien bleiben stabil

Die Bürgerinnen und Bürger in Deutschland sind hinsichtlich ihrer Einstellungen zu ihren Medien deutlich stabiler, als es in der oft hitzigen öffentlichen Debatte über einzelne Streitfragen erscheint. Aus journalistischer Perspektive könnte man nun einwenden, das wäre quasi gar keine Nachricht wert. Das Gegenteil ist der Fall, hier sind „no news“ „good news“. Denn erstens scheinen sich nur wenige Menschen von Einzelereignissen, Superlativen und dem täglichen Aufreger in der Berichterstattung – von „Ampelversagen“ bis „Heiz-Hammer“ – zu sehr treiben zu lassen. Und zweitens bietet eine Phase relativer Stabilität die Chance, die spätestens seit 2014 aufgekommene „Lügenpresse“-Debatte und die damit verbundene, stets „heiße“ Vertrauensdebatte nüchtern zu reflektieren. Dabei gilt es vom Blicken auf möglichst hohe Vertrauenswerte wegzukommen und das Vertrauen der deutschen Bevölkerung in ihre Medien mit anderen wichtigen Funktionen der Medien in Beziehung zu setzen.

Medienvertrauen durch Nähe zum Publikum

Vertrauen lässt sich teilweise recht einfach durch (suggerierte oder tatsächliche) Nähe erreichen. Es stellt sich aber die Frage, ob es demokratietheoretisch sinnvoll wäre, journalistische Distanz dieser Nähe zu opfern. Ebenso dürfte die täglich wiederkehrende Berichterstattung über das direkte Umfeld („aus dem Alltag“) auf Dauer schlicht langweilig werden. Zwar ist erwartbar, dass neue Ideen, neue Meinungen und neue Perspektiven Widerspruch, Skepsis oder sogar Ablehnung provozieren, die dann im demokratischen Prozess und mit – vorzugsweise konstruktiven – Auseinandersetzungen ausgeräumt werden müssen. Das ist aber im Sinne echter Bürgerbeteiligung (und damit „Bürgernähe“). Vertrauen stellt deshalb nur einen Zielwert unter vielen anderen dar. Deshalb ist es für ein demokratisches Mediensystem keine Katastrophe, wenn nicht allen einzelnen Medienangeboten stets umfassend vertraut wird. Das Gegenteil ist der Fall.

Anmerkungen:

- 1) Nach einer aktuellen Studie der R+V Versicherung zählen Anfang 2024 die Sorge um eine Spaltung der Gesellschaft sowie Angst vor politischem Extremismus jeder Couleur (linksextrem, rechtsextrem, islamistischer Extremismus) zu den Hauptängsten der Deutschen. Vgl. R+V Versicherung: Die Ängste der Deutschen; <https://www.ruv.de/newsroom/themenspezial-die-aengste-der-deutschen> (abgerufen am 20.2.2024).
- 2) Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz: Die wirtschaftliche Lage in Deutschland im Dezember 2023, Pressemitteilung vom 13.12.2023; <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/Wirtschaftliche-Lage/2023/20231213-die-wirtschaftliche-lage-in-deutschland-im-dezember-2023.html> (abgerufen am 20.2.2024).

- 3) Vgl. Deutscher Wetterdienst: Deutschlandwetter im Jahr 2023, Pressemitteilung vom 29.12.2023; https://www.dwd.de/DE/presse/pressemitteilungen/DE/2023/20231229_deutschlandwetter_jahr2023_news.html (abgerufen am 20.2.2024).
- 4) Zur Vielfalt der Nachrichten vgl. z.B. Maurer, Marcus/Simon Kruschinski/Pablo Jost: Fehlt da was? Perspektivenvielfalt in den öffentlich-rechtlichen Nachrichtenformaten. Mainz: Johannes Gutenberg-Universität, 2024; https://www.polkom.ifp.uni-mainz.de/files/2024/01/pm_perspektivenvielfalt.pdf (abgerufen am 11.3.2024)
- 5) Für die Ergebnisse der ersten bis siebten Welle in einer Gesamtdarstellung vgl: Jakob, Nikolaus/Tanjev Schultz/Ilka Jakobs/Oliver Quiring/Christian Schemer/Marc Ziegele/Christina Viehmann: Medienvertrauen in Deutschland. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2023; https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/bpb_SR_Medienvertrauen-in-Deutschland_online.pdf (abgerufen am 11.3.2024).
- 6) Vgl. Schultz, Tanjev/Marc Ziegele/Nikolaus Jackob/Christina Viehmann/Ilka Jakobs/Nayla Fawzi/Oliver Quiring/Christian Schemer/Daniel Stegmann: Medienvertrauen nach Pandemie und „Zeitenwende“. Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2022. Media Perspektiven 8/2023; https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2023/MP_8_2023_Mainzer_Langzeitstudie_Medienvertrauen.pdf (abgerufen am 11.3.2024).
- 7) Vgl. hierzu auch: Viehmann, Christina/Marc Ziegele/Oliver Quiring: Gut informiert durch die Pandemie? Nutzung unterschiedlicher Informationsquellen in der Corona-Krise. In: Media Perspektiven 11/2020, S. 556-577; https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2020/1011-20_Viehmann_Ziegele_Quiring.pdf (abgerufen am 13.3.2024).
- 8) Vgl. Jakob u. a. (Anm. 5); Jackob, Nikolaus/Tanjev Schultz/Ilka Jakobs/Marc Ziegele/Oliver Quiring/Christian Schemer: Medienvertrauen im Zeitalter der Polarisierung. In: Media Perspektiven 5/2019, S. 210-220; https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2019/0519_Jakob_Schultz_Jakobs_Ziegele_Quiring_Schemer_2019-06-12.pdf (abgerufen am 12.3.2024); Schultz u. a. (Anm. 6).
- 9) Vgl. Forst, Rainer: The Justification of Trust in Conflict. Conceptual and Normative Groundwork, ConTrust Working Paper Series, No. 2, Frankfurt am Main 2022; [contrust.uni-frankfurt.de/wp-2](https://www.contrust.uni-frankfurt.de/wp-2) (abgerufen am 21.02.2023).
- 10) Vgl. Quiring, Oliver/Marc Ziegele/Christian Schemer/Nikolaus Jackob/Ilka Jakobs/Tanjev Schultz: Constructive Skepticism, Dysfunctional Cynicism? Skepticism and Cynicism Differently Determine Generalized Media Trust. International Journal of Communication, 15(2021): S. 3497-3518; <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/16127/3514> (abgerufen am 12.3.2024)
- 11) Radio wurde, wie schon in den meisten Vorjahren, nicht abgefragt.
- 12) Vgl. Schultz u. a. (Anm. 6).
- 13) Vgl. <https://rundfunkkommission.rlp.de/rundfunkkommission-der-laender/zukunftsrat> (abgerufen am 24.2.2024).
- 14) Zur Reduktion kognitiver Dissonanz vgl. Festinger, Leon: A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford: Stanford 1957.
- 15) Zur sogenannten „News Avoidance“ vgl. Link, Elena: A normative perspective on information avoidance behaviors: Separating various types of avoidance-related norms. Communications. 2023. Advanced Online Publication; <https://doi.org/10.1515/commun-2022-0085> (abgerufen am 2.3.2024).
- 16) Vgl. Jakobs, Ilka/Tanjev Schultz /Christina Viehmann/Oliver Quiring/Nikolaus Jackob/Marc Ziegele/Christian Schemer: Medienvertrauen in Krisenzeiten. Media Perspektiven 3/2021, S. 152-162; <https://www.ard-media.de>

- de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2021/2103_Jakobs_ua.pdf (abgerufen am 14.3.2024).
- 17) Für einen prägnanten Überblick zum Wert des Misstrauens vgl. Mühlfried, Florian: Misstrauen. Zum Wert eines Unwertes. Ditzingen 2019.
- 18) Für einen umfassenden Überblick vgl. Maier, Michaela/Karin Stengel/Joachim Marschall: Nachrichtenwerttheorie. Baden-Baden, 2010.
- 19) Vgl. Schultz u. a. (Anm. 6).
- 20) Vgl. Weischenberg, Siegfried/Maja Malik/Armin Scholl: Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz 2006, S. 69-72; Steindl, Nina/Corinna Lauerer/Thomas Hanitzsch: Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. In: Publizistik, 62/2017, S. 401-423.
- 21) Vgl. 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; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2018/artikel/luegenpresse-hysterie-ebbt-ab> (abgerufen am 2.3.2024).