

Michael Meyen / Lukas Friedrich

Medienskepsis in Ostdeutschland

Warum das Misstrauen in den Journalismus
kein Erbe der DDR ist.

Mit einer Fallstudie aus Bautzen

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<https://dnb.de> abrufbar.

Michael Meyen / Lukas Friedrich
*Medienskepsis in Ostdeutschland.
Warum das Misstrauen in den Journalismus
kein Erbe der DDR ist.
Mit einer Fallstudie aus Bautzen*
Köln: Halem, 2025

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung
sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner
Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche
Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer
Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt
oder verbreitet werden.

© 2025 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-732-8

ISBN (PDF): 978-3-86962-733-5

Herbert von Halem Verlagsges. mbH & Co. KG
Boisseréestr. 9-11, 50674 Köln
<https://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

Satz: Herbert von Halem Verlag
LEKTORAT: Herbert von Halem
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
Gestaltung: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

1. WARUM WIR DIESES BUCH GESCHRIEBEN HABEN. ZUR EINFÜHRUNG	9
2. DER GLAUBWÜRDIGKEIT AUF DER SPUR. EINE FORSCHUNGSGESCHICHTE	20
2.1 Urteile über Medienangebote	22
2.2 Das Konzept Glaubwürdigkeit	25
2.3 Umfragen zur Medienbewertung in der Nachkriegszeit	28
2.4 Medienglaubwürdigkeit im ersten Nachkriegsjahrzehnt	29
2.5 Umfragen zur relativen Glaubwürdigkeit von Medienangeboten	31
2.6 Absolute Glaubwürdigkeit	34
2.7 Fazit	37
3. MEDIENNUTZUNG UND MEDIENBEWERTUNG IN DER DDR. EINE TYPOLOGIE AUF DER BASIS BIOGRAFISCHER INTERVIEWS	39
3.1 Mediennutzung in der DDR: Forschungsstand	41
3.2 Methode	43
3.3 Mediennutzertypen in der DDR	52

4.	VOM PR- ZUM PROPAGANDASTAAT. MEDIEN, JOURNALISMUS, ÖFFENTLICHKEIT: DIE DDR UND WIR	64
4.1	Die Nebelkerze ›vierte Gewalt‹	66
4.2	Die Kommunikationsstrategie der SED	68
4.3	Interne Öffentlichkeiten und das Ende der DDR	72
4.4	Erleben wir gerade ein Déjà-vu?	75
5.	DIE DDR ALS GEGENMODELL: SYSTEMKONKURRENZ, GESCHICHTSPOLITIK UND DIE MULTIPOLARE WELT Wilhelm Domke-Schulz im Gespräch mit Michael Meyen	77
6.	MEDIENNUTZUNG UND MEDIENBEWERTUNG HEUTE. ACHT GRUPPENDISKUSSIONEN IN OSTDEUTSCHLAND UND EINE IN COBURG	97
6.1	Auswahl der Diskussionsteilnehmer	99
6.2	Muster I: Die DDR im kollektiven Gedächtnis	107
6.3	Muster II: DDR- und BRD-Medien im Vergleich	110
6.4	Muster III: Medienkritik	117
6.5	Typologie	121
6.5.1	Typ 1: Die Flüchtlinge	122
6.5.2	Typ 2: Die Skeptiker	132
6.5.3	Typ 3: Die Verweigerer	141
6.5.4	Typ 4: Die Gläubigen	149
6.6	Einflussfaktoren	157

7.	DIE ERFINDUNG VON ›BROWN UNDER‹. EINE FALLSTUDIE ZUM EINFLUSS DER BERICHTERSTATTUNG AUF DAS PUBLIKUM	161
7.1	Die politische Landschaft der Stadt	164
7.2	Untersuchungsmaterial und Analysestrategie	170
7.3	Bautzen in der überregionalen Öffentlichkeit	172
7.4	Journalismusqualität und Medienskepsis	183
8.	DEMOKRATIE MUSS GESTALTET WERDEN Jörg Drews im Interview mit Michael Meyen	187
9.	STAATSFERNE, OST-BASHING UND DIE KLUFT ZWISCHEN IDEOLOGIE UND WIRKLICHKEIT. EIN FAZIT ZU DEN WURZELN DER ›MEDIENSKEPSIS OST‹	202

1. WARUM WIR DIESES BUCH GESCHRIEBEN HABEN. ZUR EINFÜHRUNG

Wie viel DDR steckt in der Unzufriedenheit mit den Leitmedien, die im Osten Deutschlands spätestens 2014 mit Pegida auch öffentlich sichtbar wurde und seither ein Dauerbrenner ist in den akademischen und öffentlichen Debatten, die sich um die Glaubwürdigkeit des Journalismus drehen: Mit dieser einfachen Frage sind wir vor zweieinhalb Jahren in die zweite Phase eines Forschungsverbundes gegangen, dem die Sponsoren aus der Politik ins Stammbuch geschrieben haben, den Blick auf die Vergangenheit nachzujustieren, dabei die frühen 1990er-Jahre mitzudenken und so dem Protest eine Spitze zu nehmen. Etwas kürzer: Ist die Medienkritik ein ›Erbe der DDR‹ und lässt sich da etwas machen, wenn wir die herrschende Erzählung über die Vergangenheit nachjustieren? Die Antwort ist noch kürzer: nein.

Wir stützen uns dabei neben der Literatur und früheren Studien¹ auf neun Gruppendiskussionen, geführt 2023 und 2024 in sehr unterschiedlichen Settings, eine Fallstudie zum Zusammenspiel von Medienrealität und Medienbewertung aus dem Raum Bautzen sowie etliche Gespräche mit Medienmachern² und widersprechen auf dieser Basis ausdrücklich einer aktuellen Untersuchung von vier Leipziger Kollegen, die mit Unterstützung eines Ministeriums in Dresden einer ganz ähnlichen Frage

1 Vgl. vor allem MICHAEL MEYEN: »Wir haben freier gelebt«. Die DDR im kollektiven Gedächtnis der Deutschen. Bielefeld [transcript] 2013 und ALEXIS VON MIRBACH; MICHAEL MEYEN: *Das Elend der Medien. Schlechte Nachrichten für den Journalismus*. Köln [Herbert von Halem] 2021.

2 Vgl. BIANCA KELLNER-ZOTZ; MICHAEL MEYEN: *Wir sind die anderen. Ostdeutsche Medienmenschen und das Erbe der DDR*. Köln [Herbert von Halem] 2023.

nachgegangen sind und dabei auch methodisch einen ganz ähnlichen Ansatz hatten – hier: 61 Interviews mit Menschen in Sachsen, von denen 42 den »Medienkonsum der Eltern« als eine »Wurzel« für ihre Einstellungen zum Journalismus nannten, 32 »Erfahrungen mit Medien in der DDR« und 15 den »Vergleich« von einst und jetzt.³ Ganz abgesehen davon, dass solche Zahlen in der qualitativen empirischen Sozialforschung nichts zu suchen haben, da die Teilnahme die Bereitschaft und die Fähigkeit voraussetzt, über den Gegenstand zu sprechen (zwei Eigenschaften, die in der Bevölkerung keineswegs gleich verteilt sind und folglich jede Hochrechnung nach der Wahrscheinlichkeitstheorie genauso ausschließen wie mathematisch-statistische Auswertungsverfahren⁴), und auch abgesehen davon, dass die vier Autoren mit keiner Silbe darüber nachdenken, dass sie selbst sowohl die Rekrutierung als auch die Antworten beeinflusst haben könnten: Es macht wenig Sinn, die Forschungsfrage direkt an die Gesprächspartner weiterzugeben. Was soll jemand sagen, wenn er gebeten wird, darüber nachzudenken, was ihn geprägt hat? Er wird sich an das halten, was von Leitmedien und anderen Instanzen der Bewusstseinsindustrie (Schule, Museen, Kirchen, Kultur) als legitim geädelt wurde – auch und gerade, wenn ein Universitätstonband mitläuft.

Unsere Studie hat, wenn man so will, ein verwandtes Problem – allerdings mit umgekehrten Vorzeichen. Journalismusskeptiker, Medienverweigerer und Wähler von AfD, BSW, die Basis oder anderen Protestparteien mussten bei uns kein Blatt vor den Mund nehmen, weil sie den Forschern unterstellen konnten, die Dinge ganz ähnlich zu sehen oder wenigstens Verständnis dafür zu haben. Das hat den Zugang zu Milieus erleichtert, die der steuerfinanzierten Wissenschaft den Rücken gekehrt haben, und für Ausgewogenheit gesorgt, da Verteidiger des traditionellen Journalismus und moderate Kritiker keinen Anlass hatten, sich einer akademischen Studie, bezahlt vom Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung, zu verweigern oder sich dort zu verstellen.

3 JUDITH KRETZSCHMAR; MARKUS BEILER; UWE KRÜGER; FLORIAN DÖRING: *Von Lügenpresse und abgehobenen Eliten. Journalismus- und Demokratievertrauen in Sachsen*. Bielefeld [transcript] 2025, S. 181.

4 Vgl. MICHAEL MEYEN; MARIA LÖBLICH; SENTA PFAFF-RÜDIGER; CLAUDIA RIESMEYER: *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft*. 2. Auflage. Wiesbaden [Springer] vs 2019, S. 37.

Dass die Leipziger früher fertig waren als wir, hat zwei Vorteile. Zum einen können wir das übernehmen, was ihre Gesprächspartner zum »Misstrauen gegen den etablierten Journalismus« gesagt haben, und zum anderen spiegeln die Interpretationen, die darauf aufgebaut werden, den Stand des öffentlich (in der großen Arena) gerade Angesagten. Punkt eins, die Medienkritik, wird von den Kollegen unter den Überschriften »Tendenz« und »Kommerz« zusammengefasst. Hier »die Wahrnehmung politischer Tendenzen und Einseitigkeiten« und dort »eine aus Profitstreben resultierende Boulevardisierung von Berichterstattung, ein Fokus auf Skandale und Sensationen sowie eine verfälschende Verknappung und unsachgemäße Zuspitzung von Inhalten«. ⁵ Dem ist nichts hinzuzufügen. Das Projekt »Media Future Lab«, 2018 bis 2023 gefördert vom Freistaat Bayern, unterstreicht den Leipziger Befund. Ob eher die »Tendenz« bemängelt wird oder der »Kommerz«, hängt neben Alter, Formalbildung und Geschlecht vor allem von der Bewertung des politischen Systems ab und damit von den Erfahrungen, die der Einzelne gemacht hat. ⁶

Das führt zum zweiten Punkt, zu den Erklärungen, mit denen das Leipziger Zentrum Journalismus und Demokratie aufwarten kann – eine Einrichtung, die 2019 auf Initiative der sächsischen SPD an der Universität etabliert wurde und damit mindestens indirekt auch eine Reaktion auf die DDR-Förderlinie ist, die 2017 auf Bundesebene im Kontext der AfD-Wahlerfolge von der sächsischen CDU angeregt wurde, 2018 bis 2025 gut 50 Millionen Euro kostete und so nicht nur uns ermöglichte, einer Frage systematisch auf den Grund zu gehen. Vielleicht wenig überraschend, da Michael Meyen nach seiner Kritik am Corona-Journalismus im Frühjahr 2020 in den Leitmedien zur Persona non grata erklärt wurde sowie später sogar zu einem »Fall für den Verfassungsschutz« ⁷ und Lukas Friedrich nach Kontaktschuldvorwürfen die Skizze für dieses Projekt nicht einmal im Forschungsverbund »Das mediale Erbe der DDR« vorstellen durfte, in dem er ja immerhin Mitglied und Doktorand war: Unsere Publikationen

5 KRETZSCHMAR et al.: *Lügenpresse* (wie Anm. 3), S. 260.

6 Vgl. MIRBACH/MEYEN: *Elend der Medien* (wie Anm. 1) sowie ALEXIS VON MIRBACH: *Medienräume. Ein Bürgerbuch zur Zukunft des Journalismus*. Köln [Herbert von Halem] 2023.

7 *Süddeutsche Zeitung*, 31. März 2023. – Es gab anschließend ein Disziplinarverfahren und eine Disziplinarstrafe, verhängt von der Landesrechtsanwaltschaft Bayern. Das Verwaltungsverfahren läuft noch.

werden entweder gar nicht (Media Future Lab, DDR-Erinnerung⁸) oder nur am Rande erwähnt (Journalismus und Mediennutzung in der DDR), was zum Teil zu Fehleinschätzungen oder Fortschreibungen von offenkundig Falschem führt.⁹ Wir würden diese Ignoranz hier nicht erwähnen, wenn wir nicht durch frühere Kooperationen wüssten, dass es sich um eine bewusste Entscheidung handelt. Wissenschaft kastriert sich so selbst und gibt den Anspruch auf Wahrheit auf.

Das beginnt bereits beim Umgang mit dem Untersuchungsmaterial. Die Leipziger präsentieren eine Fülle an Zitaten, ohne die Aussagen sozial zu verankern. Wenn ich nicht weiß, wie alt eine Person ist, wie sie DDR und Bundesrepublik erlebt hat und mit welchen Verhältnissen sie heute klarzukommen hat, kann ich ihre Aussagen weder einordnen noch verstehen. Stattdessen wird permanent quantifiziert, was aus den bereits genannten Gründen in die Irre führt, an den Zielen qualitativer empirischer Sozialforschung (Kontext, Bedeutung, Sinn) vorbeigeht und außerdem verkennt, dass die Inhalte in einem Interview erst im Austausch mit dem Forscher entstehen. Lässt man Beschreibungen und Symptome (Stichwort: Repräsentationslücke¹⁰) genauso beiseite wie einen Aktivismus, der zur Publikumsbeschimpfung führt (die Leute verstehen einfach nicht, warum Ausgewogenheit beim »Thema Klimawandel« schaden würde, und schießen sich so angeblich mehr oder weniger selbst ins Knie¹¹), oder den Allgemeinplatz, dass die Urteile über Journalismus, Politik und Demokratie zusammenhängen (dazu gleich mehr), werden die Ursachen für die Medienskepsis in Sachsen vor allem in der Vergangenheit gesucht – im »Misstrauen gegenüber staatlichen Institutionen« in der DDR (dort »weit verbreitet« wegen »der repressiven Natur des Regimes«), in der damals »fehlenden Meinungsfreiheit«, in der »langjährigen Einparteienherrschaft der SED« (das lassen wir unkommentiert stehen als Beispiel für den

8 Vgl. MEYEN: »Wir haben freier gelebt« und MICHAEL MEYEN: *Das Erbe sind wir. Warum die Leipziger Journalistik zu früh beerdigt wurde. Meine Geschichte*. Köln [Herbert von Halem] 2020.

9 Nur ein Beispiel: »Die meisten Einwohner der DDR hatten« nicht erst »spätestens 1989 das Vertrauen in deren Mediensystem verloren« (S. 79). DDR-Medien waren von Anfang an unglaubwürdig, aus den immer gleichen Gründen. Vgl. MICHAEL MEYEN: *Hauptsache Unterhaltung. Mediennutzung und Medienbewertung in den 50er Jahren*. Münster [Lit] 2001.

10 Vgl. WERNER PATZELT: Mängel in der Responsivität oder Störungen in der Kommunikation? Deutschlands Repräsentationslücke und die AfD. In: *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 49 (2018), S. 885-895.

11 KRETZSCHMAR et al.: *Lügenpresse* (wie Anm. 3), S. 263.

Verzicht auf Präzision und die Anbiederung an das politische Gedächtnis), in der »Erfahrung von Einflusslosigkeit und Fremdbestimmung« und sogar in der DDR-Propaganda, die schließlich immer dazu gedrängt habe, dass sich »wirklich« alle beteiligen, und so, das lässt sich implizit schließen, offenbar einen bestimmten »Anspruch« erzeugt habe, der bis heute nachwirke.¹²

Unser Material widerlegt diesen Erklärungsversuch. Vermutlich hätte dafür auch der gesunde Menschenverstand gereicht. Wenn der Arm der DDR so lang wäre, wie allenthalben behauptet wird, dann müssten heute alle Sachsen ab einem bestimmten Alter und möglicherweise auch ihre Kinder, beeinflusst durch Eltern, Verwandte und Lehrer mit entsprechenden Erfahrungen, skeptisch oder gar ablehnend auf den Journalismus- und Politikbetrieb schauen. Unsere Gesprächsrunden zeigen das Gegenteil. Wir finden hier sowohl Lob, Verständnis und freundliche Gleichgültigkeit als auch fundierte Kritik und dezidierte Ablehnung. Die Trennlinien verlaufen dabei nicht zwischen DDR-Bürgern und Nachgeborenen oder zwischen Ost- und Westdeutschen, sondern zwischen Menschen, die von Steuergeldern abhängen und mit dem politischen System seit 1990 eher positive oder zumindest keine negativen Erfahrungen gemacht haben, und Menschen, die sich öffentlich ins Abseits gestellt sehen, Brüche verkraften und verarbeiten mussten oder einen Widerspruch zwischen der Medienrealität und ihrer eigenen Erfahrungswelt gesehen haben, der sich nicht verdrängen ließ und dann dazu führte, auch bei anderen Themen genauer hinzuschauen.

Dass die Trennlinien damit allenfalls angedeutet sind, zeigt schon ein Blick auf die beiden jüngsten Best- und Longseller zum Thema ›Osten‹ – geschrieben von zwei Professoren, geboren 1967 in Gotha (Dirk Oschmann) und 1968 in Rostock (Steffen Mau), die trotz oder auch wegen ihrer Herkunft (so genau weiß man das nie) Erfolg haben im größeren Deutschland (eine gut bezahlte und nicht so leicht kündbare Position) und dennoch sehr unterschiedlich auf die Gegenwart schauen. Während der eine (Oschmann) beklagt, dass wir immer noch in einem geteilten Land leben, und dafür vor allem die Leitmedien verantwortlich macht, die mehr oder weniger »komplett in westdeutscher Hand« seien und deshalb »normalerweise auch vollständig von westdeutschen Perspektiven

12 Ebenda, S. 260-274.

beherrscht« werden (hier im Indikativ, da vielfach belegt),¹³ spricht der andere vom »Stempel der DDR« und entwertet die Demokratieerfahrung vom Herbst 1989 bis zum Frühjahr 1991 gleich doppelt, weil er das Märchen von der »ersten und letzten freien Wahl der Volkskammer am 18. März 1990« weiterträgt, ganz so, als habe es keinerlei Einfluss aus dem Westen gegeben und vor allem keine Medienkampagne, die den DDR-Menschen gegen jede Evidenz einredete, dass ihr Land pleite sei und der Sozialismus ein einziges Verbrechernes, und weil er genau in dieser Zeit eine »Form der Selbstentmachtung« zu sehen glaubt, eine Fata Morgana jenseits aller Fragen nach Macht und Geld, die er braucht, um von einer »zivilgesellschaftlichen Formschwäche« sprechen zu können und davon, dass sich im Osten »kein gelebtes Repertoire der demokratischen Beteiligung ausbilden« konnte.¹⁴ Etwas einfacher: Der eine zielt auf die Westdeutschen und die Machtverhältnisse und der andere auf die Vergangenheit und die Ostdeutschen. Eine Mischform findet sich bei Christina Morina, 1976 geboren in Frankfurt an der Oder, die SED, runde Tische und das anschließende Kopieren des westdeutschen Modells zu einer »Demokratieanspruchsgeschichte« verknüpft, die den Osten bis heute anders macht.¹⁵

Um noch für einen Moment bei diesem Professoren-Dreigestirn zu bleiben: Die zugespitzte Gegenüberstellung soll die Relevanz unserer Ausgangsfrage unterstreichen (wie viel DDR steckt in der ostdeutschen Medienkritik), den Deutungsrahmen abstecken und zugleich das Fundament für unsere Suche nach Antworten skizzieren. Die soziologische Basis liefert Steffen Mau. An seiner wichtigsten These ist nicht zu rütteln: Deutschland besteht aus zwei Teilgesellschaften. Und das wird auf absehbare Zeit auch so bleiben. Mau spricht von einer »Phantomgrenze«, die nicht nur nach Europa- oder Bundestagswahlen im Fernsehen zu sehen ist, sondern fast überall da entsteht, wo gemessen werden kann. Vermögen

13 DIRK OSCHMANN: *Der Osten: eine westdeutsche Erfindung*. Berlin [Ullstein] 2023, S. 30. – Zum Ost-West-Thema in den Leitmedien vgl. LUTZ MÜKKE: *30 Jahre staatliche Einheit – 30 Jahre mediale Spaltung*. Frankfurt/M. [Otto-Brenner-Stiftung] 2021 und (aus der Perspektive eines Machers) ALEXANDER TESKE: *Inside Tagesschau. Zwischen Nachrichten und Meinungsmache*. München [Langen Müller] 2025.

14 STEFFEN MAU: *Ungleich vereint. Warum der Osten anders bleibt*. Berlin [Suhrkamp] 2024, S. 39, 43, 51. – Zur Wahlbeeinflussung aus dem Westen vgl. DANIELA DAHN; RAINER MAUSFELD: *Tamtam und Tabu. Die Einheit: Drei Jahrzehnte ohne Bewährung*. Frankfurt/M. [Westend] 2020.

15 CHRISTINA MORINA: *Tausend Aufbrüche. Die Deutschen und ihre Demokratie seit den 1980er Jahren*. München [Siedler] 2023, S. 292.

und Technik in den Haushalten, Firmenhauptsitze und Patente, Vereine, Tennisplätze und Parteimitglieder. Egal. Es reicht eigentlich zu wissen, dass »nur zwei Prozent der gesamtdeutschen Erbschaftssteuer« im Osten gezahlt werden.¹⁶ Zwei Prozent. Mehr ist da nicht. Der »Stempel der DDR« und das, was gleich danach folgte, haben, sagt Steffen Mau in der Sprache der Soziologie, einen ganz »eigenen Entwicklungspfad« produziert, den er lange vor der staatlichen Teilung beginnen lässt und zu dem Kultur und Kirche genauso gehören wie die »Stärke der Arbeiterschicht«. Der Osten ist und bleibt ein Land der kleinen Leute, in dem abseits der Großstädte Handwerker und kleine Gewerbetreibende auch deshalb den Ton angeben, weil die Spitzenpositionen mit Menschen besetzt sind, die gedanklich und manchmal auch darüber hinaus dem Westen treu bleiben. Und: Der ländliche Osten stirbt langsam aus. Bis zu 25 Prozent weniger Menschen bis 2040, schätzen manche. Steffen Mau: »Schrumpfende Gesellschaften sind oft Gesellschaften des Rückzugs und der Defensivität«. Aus der Angst vor dem Bedeutungsverlust macht der Soziologe eine »Wagenburgmentalität« und einen Schlüssel, der erklären soll, warum der »Kultur- und Deutungsraum Ostdeutschland« so anders tickt – bei der Sicht auf die Vergangenheit selbstredend, aber vor allem überall da, wo heute gestritten wird: Migration, Klimawandel und Gendern, Ukraine, Israel und AfD.¹⁷ Wieder zugespitzt: Der Ossi sieht seine Felle davonschwimmen und gräbt sich entweder ein oder schlägt um sich.

Auch Dirk Oschmann, ein Literaturwissenschaftler, psychologisiert, nachdem er mit dem Meinungsklima abgerechnet hat. Jeder wisse, sagt er, dass über den Osten »zynisch, herablassend, selbstgefällig, ahistorisch und selbstgerecht« berichtet werde. Die Folge: Der Begriff »Osten« sei zu einem »infamen Zeichen der Unterscheidung« geworden, zu einer »Markierung«, die nicht nur diejenigen ausbremse und ausschließe, die mit der SED aufgewachsen sind, sondern auch ihre Kinder und Enkel. Viel wichtiger als der »Stempel der DDR« ist für Oschmann der Stempel, den jede Herkunft aus dem Osten mit sich bringt – auch bei den Jüngeren. Der Westen, sagt er, hat sich den Osten so zugerichtet, dass von dort keine Gefahr droht. Der Osten steht für all das, was niemand mag. Nazis,

16 MAU: *Ungleich vereint* (wie Anm. 14), S. 38.

17 Ebenda, S. 19–34.

Fremdenfeindlichkeit, Doping, Sachsen.¹⁸ Wir sind deshalb nach Bautzen gegangen, in eine Stadt, die als »Inbegriff des braunen Ostens« gilt,¹⁹ haben untersucht, was die Leitmedien über die Region erzählen, und mit den Menschen vor Ort gesprochen. In den Protokollen spiegelt sich auch das, was Dirk Oschmann »ein Vielfaches an politischer Erfahrung« nennt. Realsozialismus, Umsturz, die anderthalb Jahre »Basisdemokratie«, bis der Westen übernahm, und schließlich die »gegenwärtige Spielart der Demokratie«, ²⁰ zu der er vieles sagt, was auch in unseren Gruppendiskussionen zur Sprache kam. Der lange Atem von Faschismus und westlichem Kolonialismus. Das Versprechen auf Teilhabe, das ohne Macht und Geld hohl bleibt. Politiker, die sich Dokortitel erschleichen, vor Lobbyisten katzbuckeln und sich an nichts erinnern wollen, wenn es hart auf hart kommt. Eine Presse, die kein Korrektiv mehr ist. Vor diesem Hintergrund wirkt es geradezu zynisch, wenn Ilko-Sascha Kowalczuk, Jahrgang 1967, noch ein Akademiker mit DDR-Jugend, allerdings ohne Professur, seinen Landsleuten attestiert, dass sie den »Freiheitsschock« von 1989/90 immer noch nicht verarbeitet hätten und Wohlstand mit Freiheit verwechseln würden, wobei strafmildernd anzumerken ist, dass Kowalczuk zugibt, sich nicht als »Ostler« zu fühlen und in dem genannten Buch eher Kämpfer als Analytiker oder Beobachter zu sein.²¹

Yana Milev, ebenfalls ostdeutsch und ungefähr so alt wie Kowalczuk, Mau und Oschmann, würde vermutlich sagen: Hier sprechen »Quoten-Ostdeutsche« – drei von den zwei Millionen, geboren zwischen 1935 und 1975, die »im neuen System als protektionswürdig galten und Aufstiegschancen erhielten« – weil sie eine Oppositionsbiografie mitbrachten oder das passende Wertesystem, sich deshalb »sogleich als Bundesbürger« fühlen konnten²² und auch jetzt keinen Anlass haben, mit dem System zu brechen, ganz im Gegenteil. Dirk Oschmann hat sein Buch geschrieben, weil er sich nicht zum »Ostdeutschen« machen lassen wollte, »mit all den damit verbundenen pejorativen Implikationen«. Warum sonst sollte jemand betonen, dass er seit 1990 grün wählt und die Leitmedien nutzt,

18 OSCHMANN: *Osten* (wie Anm. 13), S. 31, 76.

19 EDDA SCHLAGER: Bautzen Brown Under? In: *Cicero* vom 18. Oktober 2020.

20 OSCHMANN: *Osten* (wie Anm. 13), S. 94.

21 ILKO-SASCHA KOWALCZUK: *Freiheitsschock. Eine andere Geschichte Ostdeutschlands von 1989 bis heute*. München [C. H. Beck] 2024, S. 11, 25, 29.

22 YANA MILEV: *Das Treuhand-Trauma. Die Spätfolgen der Übernahme*. Berlin [Das Neue Berlin] 2020, S. 247f.

und sich von dem »Unsinn« abgrenzen, »der von Verschwörungstheoretikern, Querdenkern, der AfD und ähnlich Gesinnten produziert wird.«²³ Auch Steffen Mau kennt die Zauberwörter, die die Türen zu den Schatzkammern des Steuerstaates und seiner Wissenschaftsförderung öffnen. Für ihn ist »die Demokratie ernsthaft in Gefahr«, wenn es bei Wahlen »nach rechts« geht, und er weiß auch, wer den »Vertrauensschwund« in nahezu alle Institutionen von den Leitmedien über die Gerichte bis zur Wissenschaft zu verantworten hat: »die AfD samt ihrer rechten Vorfeldorganisationen und Netzwerke«.²⁴

Bevor wir uns in der politischen Rhetorik der Gegenwart und in den Grabenkämpfen von Akademikern verlieren, bei denen es immer auch um den Zugang zu den Fleischtöpfen der Macht geht, setzen wir an dieser Stelle ein Stoppschild und erinnern an unser Forschungsproblem und die wichtigste These. Die »ostdeutsche Medienskepsis« (Projekttitel) hat nichts mit dem zu tun, was die Menschen in der DDR erlebt haben. Um dies nachvollziehbar zu machen, tauchen wir zunächst in die Forschung zum Medienvertrauen und zur Glaubwürdigkeit des Journalismus ein, fassen das Wissen zur Nutzung und zur Bewertung von Medienangeboten in der DDR zusammen und vergleichen außerdem die Medienstrukturen von damals mit denen von heute. Wir brauchen diesen Link zur Vergangenheit genau wie die eher abstrakte und gleichfalls historisch unterfütterte Diskussion eines zentralen Konzepts der medienpolitischen Debatte aus zwei Gründen. Zum einen können wir so zeigen, dass die Kriterien Vertrauen und Glaubwürdigkeit nicht geeignet sind, die Leistungen des Journalismus zu bewerten. Wer auch immer danach gefragt wird, verlinkt die Leitmedien mit dem politischen System und urteilt folglich über etwas ganz anderes. Diese Verknüpfung bringt zum anderen Differenzierung mit sich. Auch in der DDR gab es Medienverweigerer und Medienjunkies genauso wie Menschen, denen egal war, was Presse, Funk und Fernsehen brachten, während sich bei anderen das ganze politische Denken um dieses Thema drehte – manchmal mit der Konsequenz, das Land zu verlassen.

Pro- und Contra-Stimmen nebeneinanderzustellen (wie in der Leipziger Studie), ist deshalb nur dann sinnvoll, wenn ich die Oberfläche verlasse und nicht nur die soziale Position der Befragten berücksichtige

23 OSCHMANN: *Osten* (wie Anm. 13), S. 145, 176.

24 MAU: *Ungleich vereint* (wie Anm. 14), S. 108, 112.

und die Erfahrungen, die sie deshalb gemacht haben, sondern auch die Kräfte, die die Medienrealität bestimmen. Dazu gehören auch die Erzählungen, die in der politischen Bildung über Medien und Journalismus verbreitet werden, und damit das für den Einzelnen jeweils verfügbare gesellschaftliche Wissen über diesen Komplex. In der DDR war, um das an dieser Stelle nur mit einem Beispiel zu illustrieren, die Verzahnung von Macht und Öffentlichkeit transparent. Dort war jedem klar, dass die Medienhäuser entweder dem Staat gehören oder den Parteien und Massenorganisationen und man folglich sehen, hören und lesen kann, wie die Welt gerade von ganz oben aussieht, wenn man Fernsehen und Radio einschaltet oder eine Zeitung aufschlägt. Kein DDR-Bürger wäre folglich auf die Idee gekommen, objektive, unparteiliche und neutrale Berichterstattung zu erwarten oder in den Redaktionen gar eine ›vierte Gewalt‹ zu sehen, einen Gegenspieler, Herausforderer und Kontrolleur der Herrschenden²⁵ – Narrative, die vor allem die USA und Großbritannien nach 1945 im Westen Deutschlands verankert haben, in den Jahren der Zweistaatlichkeit auch im Osten zum Maßstab wurden und es so bis heute im ganzen Land erschweren, die Medienlandschaft so zu sehen, wie sie ist (als Spielfeld und Besitzstand einiger weniger ultrareicher Familien und der fünf »Kartellparteien«, »die immer stärker im Staat aufgehen«²⁶).

Noch einmal anders formuliert und auf unser Anliegen bezogen: In diesem Theorie- und Geschichtsteil umreißen wir das, worauf sich unsere Befragten beziehen – die Mediennutzer in Bautzen und Coburg, in Freiberg, Hildburghausen und Halle an der Saale genauso wie die Produzenten oder ein professioneller Beobachter wie Wilhelm Domke-Schulz, Jahrgang 1956, Absolvent der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg und heute eine kraftvolle Stimme in der Gegenöffentlichkeit, auch und gerade zur DDR-Geschichtsschreibung. Wir dokumentieren das Interview, das Michael Meyen Ende 2023 mit Domke-Schulz für das Portal *Apolut* geführt hat, weil hier nicht nur eine andere Erzählung über die Vergangenheit aufscheint (Stichworte: die DDR als »Gegen-

25 Vgl. RICHARD DAVID PRECHT; HARALD WELZER: *Die vierte Gewalt. Wie Mehrheitsmeinung gemacht wird, auch wenn sie keine ist*. München [Goldmann] 2022 sowie vor allem HANS WAGNER: Vom Gespenst, das als »Vierte Gewalt« erscheint. Bemerkungen zu einer Demokratiegefährdung, die sich als ihr Gegenteil ausgibt. In: *Zeitschrift für Politik* 2007, S. 324–335.

26 PHILIP MANOW: *(Ent-)Demokratisierung der Demokratie*. Berlin [Suhrkamp] 2020, S. 82.

modell, zerstört auf dem Weg einer ›feindlichen Übernahme‹²⁷) und die Gedächtnispolitik im Lichte von Propaganda und Zensur aufscheint (und damit im Kontext unseres Forschungsinteresses), sondern weil hier zugleich ein Schlüssel zur Differenzierung unserer wichtigsten These geliefert wird. Wer wie die beiden Gesprächspartner die DDR auch als junger Erwachsener erlebt hat und dort sogar in den Medien Fuß fassen wollte, hat es leichter, die Nebelkerzen zu durchschauen, die in der Bundesrepublik rund um diese Welt aufgestellt worden sind – leichter jedenfalls als Menschen, die in und mit diesem Nebel aufwachsen oder aufgewachsen sind. Das passiert allerdings keineswegs automatisch, sondern setzt (wie schon beschrieben) voraus, dass ein Bruch zwischen Medienrealität und Wirklichkeit wahrgenommen wird. Dies wird wahrscheinlicher, wenn »institutionelle Ordnung« und »oberste Wirklichkeit« (Konzepte, mit denen der Sozialkonstruktivismus das beschreibt, was für uns »unmöglich zu ignorieren« ist²⁸) schon einmal in sich zusammengebrochen sind.

Diesen Befund betten wir in zwei Ergebniskapitel ein. In einem ersten Schritt geht es dort um die Medienbewertung im Osten Deutschlands – um Muster, Unterschiede und Ursachen sowie um die Perspektive von Medienmachern mit DDR-Vergangenheit. In Schritt zwei präsentieren wir anschließend die Fallstudie zur Stadt Bautzen – von einer Medieninhaltsanalyse über die Folgen für Hentschke Bau, einen der größten Arbeitgeber der Region, bis zu einem Interview mit Hentschke-Geschäftsführer Jörg Drews, einem Ostdeutschen, der auch autobiografisch zu Wort kommt und so den Kreis schließt.

27 Siehe zu diesem Topos auch ILKO-SASCHA KOWALCZUK: *Die Übernahme. Wie Ostdeutschland Teil der Bundesrepublik wurde*. München [C.H. Beck] 2019 und DANIELA DAHN: *Der Schnee von gestern ist die Sintflut von heute. Die Einheit – eine Abrechnung*. Reinbek b. Hamburg [Rowohlt Taschenbuch] 2019.

28 PETER L. BERGER; THOMAS LUCKMANN: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*. Frankfurt/M. [Fischer Taschenbuch] 2016, S. 24, 117.

2. DER GLAUBWÜRDIGKEIT AUF DER SPUR. EINE FORSCHUNGSGESCHICHTE²⁹

In diesem Kapitel geht es um die Meinungsumfragen zu den Themen Glaubwürdigkeit der Medien oder Vertrauen in den Journalismus, die nach 1945 über die westlichen Besatzungsmächte nach Deutschland kamen, später dann von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der alten Bundesrepublik in der Langzeitstudie Massenkommunikation adaptiert wurden und seit 2014 eine Renaissance erleben. In allen drei Verwertungskontexten hatten diese Umfragen das gleiche Ziel: Sie sollten und sollen Medienstrukturen legitimieren, die Politik und Großkapital Definitionsmacht garantieren. Zugespitzt formuliert: Es ging und geht in diesen Umfragen nicht darum, die Leistungen des Journalismus oder der Medieneinrichtungen insgesamt zu bewerten und dann möglicherweise zu verbessern. Zielgruppe für die Ergebnisberichte waren vielmehr politische Entscheidungsträger, die zunächst einen Nachweis benötigten, dass Demokratisierung und Re-Education bzw. die Rundfunkordnung in Westdeutschland auf einem guten Weg sind, und neuerdings auch nach Belegen für die Behauptung fragen, dass die größte Gefahr für die öffentliche Meinungs- und Willensbildung aus dem Internet kommt³⁰ und die Plattformzensur folglich gerechtfertigt ist.³¹

29 Dieses Kapitel stützt sich auf einen Text von Michael Meyen: Die Erfindung der Glaubwürdigkeit. Umfragen zur Medienbewertung in Deutschland seit 1945. In: ASTRID BLOME; TOBIAS EBERWEIN; STEFANIE AVERBECK-LIETZ (Hrsg.): *Medienvertrauen. Historische und aktuelle Perspektiven*. Berlin [Walter de Gruyter] 2020, S. 59-75.

30 ALEXIS VON MIRBACH: *Jenseits von Gut und Böse*. In: MIRBACH/MEYEN: *Elend* (wie Anm. 1), S. 12-50, hier S. 18-22.

31 Vgl. MICHAEL MEYEN: *Cancel Culture. Wie Propaganda und Zensur Demokratie und Gesellschaft zerstören*. Berlin [Hintergrund] 2024.

Die Medien- und Journalismuskritik, die spätestens 2014 mit den Pegida-Demonstrationen in Dresden auch öffentlich sichtbar wurde und seitdem ein zentrales Thema der allermeisten Protestbewegungen gegen die jeweilige Regierungspolitik ist, hat die Forschungstradition zu den Indikatoren Glaubwürdigkeit und Vertrauen neu belebt und einen regelrechten Förderboom ausgelöst. Beispielhaft genannt seien hier die Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen³² und die Arbeiten aus dem Münsteraner Graduiertenkolleg »Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt«.³³ Die Kommunikationswissenschaft hat hier auf einen Bedarf reagiert, dabei die Instrumente genutzt, die in der Literatur zu finden waren, und sich dann in der ungewohnten öffentlichen Aufmerksamkeit gesonnt. Dies erklärt, warum es zwar Leitmedienresonanz gibt und zahlreiche Veranstaltungen, aber keinen Versuch, aus der Traditionslinie auszubrechen oder die Dienstleistungsfunktion akademischer Forschung wenigstens zu reflektieren.

Dieses Kapitel beleuchtet den Entstehungshintergrund der entsprechenden Studien in Westdeutschland und zeigt dabei erstens, dass Glaubwürdigkeit kein geeignetes Kriterium ist, um die Leistungen des Journalismus zu bewerten. Wir widersprechen damit sowohl den Unkenrufen, die aus Umfragen zu diesem Thema eine Medienkrise ableiten, als auch den Freudenschreien, die regelmäßig zu hören sind, wenn Studien behaupten, dass die Glaubwürdigkeit der Medien (oder einzelner Angebote) angeblich gestiegen oder wenigstens nicht weiter gefallen sei. Wenn eine Glaubwürdigkeitskrise der Medien festgestellt wird, dann ist damit (das ist die zweite These dieses Kapitels) eine Krise des gesellschaftlichen Systems insgesamt gemeint. Dies rechtfertigt drittens zugleich den Ansatz, auf den sich dieses Buch stützt – Gespräche, die über Fragebögen und Skalen hinausgehen und individuelle Deutungen und Erklärungen zulassen.

Um diese Argumentation nachvollziehbar zu machen, skizzieren wir zunächst die Probleme bei der Messung von Urteilen über Medienangebote (Abschnitt 1) sowie das Konzept Glaubwürdigkeit (Abschnitt 2), be-

32 Vgl. OLIVER QUIRING et al.: Zurück zum Niveau vor der Pandemie – Konsolidierung von Vertrauen und Misstrauen. In: *Media Perspektiven*, Heft 9/2024, S. 1-14.

33 BERND BLÖBAUM: *Vertrauen, Misstrauen und Medien*. Wiesbaden [Springer vs] 2022. – Zum »Verständnis von politischem Vertrauen und seiner unheiligen Allianz mit repressiver Informationspolitik« vgl. HENRIEKE STAHL: Sollen wir dem Staat vertrauen? In: *Cicero* vom 15. Dezember 2024.

vor anschließend die Meinungsumfragen vorgestellt werden, die von den westlichen Besatzungsmächten und den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Auftrag gegeben wurden (Abschnitte 4 bis 6). Um die Ergebnisse dieser Umfragen einordnen zu können, wird außerdem der Kontext beschrieben, in dem diese Art der Sozialforschung in Westdeutschland implementiert wurde (Abschnitt 3).

Um nicht falsch verstanden zu werden: Wenn im Schlussabschnitt dazu geraten wird, auf Umfragen zur Glaubwürdigkeit von Medienangeboten zu verzichten und die Qualität von journalistischer Arbeit auf andere Weise zu bestimmen, dann heißt dies nicht, dass Journalisten einfach nacherzählen sollen, was sie in Politik und Wirtschaft hören, und auch nicht, dass egal ist, was berichtet wird. Kritik und Kontrolle, öffentlich machen, was alle wissen müssen, Transparenz: Qualität ist messbar, auch im Journalismus – allerdings nicht über Umfragen, in denen es um Glaubwürdigkeit geht. Was solche Studien messen, ist ein Artefakt. Wer die Menschen fragt, ob sie den Medien glauben oder ihnen gar vertrauen, bekommt das, was er verdient: eine Antwort, die allenfalls die Zufriedenheit mit dem gesellschaftlichen System insgesamt ausdrückt und im Zweifel vor allem denen hilft, die die Studie bezahlen.

2.1 Urteile über Medienangebote

Glaubwürdigkeit ist keine Eigenschaft, die Texte, Personen oder Institutionen von vornherein haben, sondern das Ergebnis einer Zuschreibung. Glaubwürdigkeit entsteht während eines Prozesses, bei dem der Rezipient oder die Rezipientin eine Person oder einen Inhalt, eine Quelle oder einen anderen Sachverhalt überprüft und einschätzt.³⁴ Wie bei allen entsprechenden Bewertungen handelt es sich um ein Urteil darüber, wie angenehm oder unangenehm, nützlich oder schädlich, wertvoll oder wertlos etwas für die Betroffenen ist.³⁵ Solche Urteile sind persönlich und subjektiv. Ein Objekt, das für den einen Menschen sehr angenehm ist, kann für einen anderen vollkommen uninteressant sein. Wie die meisten Ob-

34 MICHAEL MEYEN: *Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster*. 2. Auflage. Konstanz [UVK] 2004.

35 WERNER HERKNER: *Psychologie*. Wien: [Springer] 1992, S. 217f.

jekte haben Nachrichtensendungen wie etwa die *Tagesschau* verschiedene Eigenschaften: Sie sind zu kurz oder zu lang, hektisch oder langweilig, ästhetisch ansprechend oder old fashioned – eine Liste, die jeder nach Belieben ergänzen und korrigieren kann. Ein Urteil über Personen, Sachverhalte und Gegenstände setzt sich aus mindestens zwei Komponenten zusammen: aus den Kriterien, nach denen das Objekt wahrgenommen wird, und aus den Bezugspunkten – aus jenen Aspekten und Bestandteilen, auf die die Kriterien angewendet werden.³⁶

Bewertungen schwanken und sind schon deshalb nicht konstant, weil sie vom Kontext abhängen und weil nicht immer alle Eigenschaften eines Objekts gleichzeitig bedacht werden. Wer gerade mit seinem Partner zufrieden ist, wird gnädiger sein, und wenn mir Caren Miosga gestern ein Autogramm gegeben hat, freue ich mich heute auf ihr Gesicht. Außerdem besteht zwischen Bewertungen und Entscheidungen kein starrer Zusammenhang, sondern lediglich eine Wahrscheinlichkeitsbeziehung. Normalerweise wählen wir zwar unsere Lieblingssendung, manchmal aber darf es auch etwas Abwechslung sein.³⁷ Gerade im Alltag sind die Entscheidungen außerdem oft längst gefallen: Man macht das, was man immer macht. Vielleicht gibt es inzwischen bessere Sendungen als die *Tagesschau*, aber lohnt der Unterschied wirklich das Umschalten?

Wie werden Medien wahrgenommen? Und vor allem: Was wird überhaupt bewertet? Werner Wirth hat eine Typologie der Bezugsobjekte vorgeschlagen:³⁸

- *Personen*: Moderatoren, Sprecher, Reporter, Redakteure, Kommentatoren auf der einen Seite (Personen, die für den Inhalt verantwortlich sind), Experten, Politiker, Amtspersonen und Augenzeugen auf der anderen (Personen, die in den Medien auftreten oder erwähnt werden);
- *Medieninhalte*: Genres (Nachrichten und Magazinsendungen, Pressekommentare und Vermischtes), Sendereihen (*Tagesschau*, *Tatort*, *ran*), Einzelsendungen und einzelne Beiträge;

36 BERTRAM SCHEUFELE: Mediendiskurs, Medienpräsenz und World Wide Web. In: PATRICK RÖSSLER; WERNER WIRTH (Hrsg.): *Glaubwürdigkeit im Internet*. München [Reinart Fischer] 1999, S. 69-88, hier S. 70.

37 HERKNER: *Psychologie* (wie Anm. 35), S. 223-227.

38 WERNER WIRTH: Methodologische und konzeptionelle Aspekte der Glaubwürdigkeitsforschung. In: RÖSSLER/WIRTH: *Glaubwürdigkeit* (wie Anm. 36), S. 47-66, hier S. 55f.

- *Mediensysteme*: Medienunternehmen (Burda, Axel Springer, Bertelsmann), einzelne Medienprodukte (Sat.1, ZDF, *Frankfurter Allgemeine*, *Bild*-Zeitung, *Stern*) und Organisationsformen (öffentlich-rechtliche Fernsehsender);
- *Mediengattungen*: Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitung, Zeitschrift, Internet.

Woran denken Mediennutzer, wenn sie um eine Meinung über die Presse gebeten werden? An ihren Lieblingsschreiber oder an den Sportteil, an die Heimatzeitung, an *Bild* oder an die Blätter, die sie vom Frisör kennen, an die Gewinne einiger Verlagshäuser, an den Zusatznutzen (Packpapier) oder an die Probleme, die sie vielleicht mit dem Lesen im Allgemeinen haben? Auch wenn es der Quadratur des Kreises gleicht, die Bewertung von Mediengattungen zu messen, konzentriert sich die Forschung gerade auf diesen Bereich.

Fast noch schwieriger als die Frage nach den Bezugspunkten scheint die nach den Bewertungskriterien. Die Verarbeitung neuer Eindrücke wird vom kognitiven System des Menschen mitbestimmt. Die Umwelt ist viel zu komplex, um komplett wahrgenommen zu werden.³⁹ Deshalb aktiviert der Mensch bestimmte Interpretationsmuster, sogenannte ›Schemata‹ oder ›Frames‹ – das, was an Wissen und Erfahrungen bereits gespeichert ist. Diese Informationen stehen nicht unverbunden nebeneinander, sondern sind miteinander vernetzt und eingebettet in eine ›kognitive Landkarte‹. Schemata steuern die Aufmerksamkeit, werten die Umweltsignale aus, verbinden sie mit dem Speicher und verändern diesen möglicherweise.⁴⁰

Für die Bewertung von Umfragen zur Glaubwürdigkeit der Medien hat das vier Konsequenzen. Das Urteil hängt erstens vom Bezugsrahmen ab. Wer an Fehler oder Einseitigkeiten in der Russland-Berichterstattung denkt,⁴¹ bewertet das Fernsehen anders als jemand, der der jüngsten Preisträgerin für kritischen TV-Journalismus gegenübersteht. Menschen urteilen zweitens in der Regel unvollständig: Sie ziehen das heran, was

39 Vgl. WALTER LIPPMANN: *Die öffentliche Meinung*. Frankfurt/M. [Westend] 2018.

40 WINFRIED SCHULZ: Kommunikationsprozess. In: ELISABETH NOELLE-NEUMANN; WINFRIED SCHULZ; JÜRGEN WILKE (Hrsg.): *Das Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt/M. [Fischer Taschenbuch] 2000, S. 140-171, hier 155.

41 Vgl. DARIA GORDEEVA: *Russlandbild in den deutschen Medien – Deutschlandbild in den russischen Medien. Konstruktion der außenpolitischen Realität in den TV-Hauptnachrichtensendungen*. Masterarbeit, LMU München [Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung] 2017.

im Moment der Urteilsbildung verfügbar, besonders auffällig oder gewissermaßen noch frisch ist. Ein Urteil über das Fernsehen wird vermutlich überdurchschnittlich stark von der Sendung beeinflusst, die man zuletzt gesehen hat. Einzelne Bewertungskriterien (wie etwa Glaubwürdigkeit) lassen sich drittens nicht von anderen Image-Schemata trennen. Der Image-Begriff hat vor allem in der Wirtschaftswissenschaft Karriere gemacht und steht dort als Kürzel für die psychologischen Einflüsse auf den Markt. Image soll hier verstanden werden als das »abstrahierende, teils unbewusste und nicht immer in Worte zu fassende Bild«, das Menschen von einem Objekt haben und das sie für wahr halten.⁴² Ein Urteil über die RTL-Nachrichten wird stets von Faktoren mitbestimmt, die mit Glaubwürdigkeit wenig zu tun haben. Und viertens beeinflussen Images die Erwartungen und werden außerdem auf die Bereiche übertragen, die man nicht aus eigener Erfahrung kennt. Selbst wer die RTL-Nachrichten nie sieht, hat in der Regel ein Bild von dieser Sendung, das sich entweder aus seinem Wissen über RTL oder das Fernsehen überhaupt speist oder aus anderen Quellen (Medien, Netzwerke).

Was alles zum Image von Medienpersonen und Medieninhalten, Mediensystemen und Mediengattungen gehört, ist unklar. In entsprechenden Studien werden oft einfach die Indikatoren abgefragt, die die Forscher in der Literatur oder beim Brainstorming gefunden haben, und manchmal auch die, die ihren Interessen am besten entsprechen.⁴³ Ergebnis sind die Bewertungen, die in den Fragebogen hineingeschrieben wurden und die den Mediennutzern (den Befragten) akzeptabel erscheinen.

2.2 Das Konzept Glaubwürdigkeit

Die Definitionen von Glaubwürdigkeit, die die Medienforscher nutzen, stammen aus der Psychologie – aus einer akademischen Disziplin, in der es um unser Erleben und Verhalten geht, um unsere Persönlichkeitsmerkmale und um die Situationen, in denen wir uns bewegen. Von wem lasse ich mich überzeugen? Wem kaufe ich ein Auto ab? Wie müssen diese Menschen aussehen, was sollten sie anhaben, wie sprechen? Die frühe Pro-

42 SCHEUFELE: *Mediendiskurs* (wie Anm. 36), hier S. 71-73.

43 MEYEN: *Mediennutzung* (wie Anm. 34), S. 224.

pagandaforschung hat das getestet und mit dieser Idee ihre Nachfolger an den Universitäten infiziert.

Der Psychologe Günter Köhnken etwa meinte, dass sich die Frage nach der Glaubwürdigkeit immer dann stelle, wenn eine Information entscheidungs- oder handlungsrelevant werde, die uns nicht aus eigener Wahrnehmung bekannt sei.⁴⁴ Damit ist das Legitimationsproblem repräsentativer Demokratien angesprochen. Um seine Aufgabe im politischen Prozess erfüllen zu können, ist der Wahl-Bürger auf Informationen angewiesen. Die meisten Informationen aber stammen aus zweiter Hand. Günter Bentele hat Glaubwürdigkeit als »eine Art Filter im Prozess des Wissenserwerbs« gesehen und zwei Bedingungen dafür genannt, dass Personen oder Institutionen für glaubwürdig gehalten werden können: Der Kommunikationspartner müsse erstens darauf vertrauen können, dass die Aussagen wahr sind und die jeweiligen Ereignisse adäquat beschreiben. Dieses Vertrauen werde durch Status, Sachverstand und Interessenunabhängigkeit unterstützt. Zweitens habe das kommunikative Verhalten »stimmig« zu sein. Da sich Glaubwürdigkeit erst im Zeitverlauf einstelle und leicht verspielt werden könne, gelte es, Widersprüche innerhalb einzelner Texte, zwischen verschiedenen Texten im Zeitverlauf sowie zwischen nonverbalem und verbalem Bereich zu vermeiden. Bentele hat vermutet, dass die Glaubwürdigkeit eine wichtige Rolle bei der Entscheidung spielt, welchen Medien und welchen Bereichen der Berichterstattung man sich zuwendet und wie man Medien überhaupt nutzt.⁴⁵

Nur: Bei öffentlicher Kommunikation über Massenmedien geht es keineswegs immer darum, Botschaften »als zutreffend zu akzeptieren und bis zu einem gewissen Grad in das eigene Meinungs- und Einstellungsspektrum zu übernehmen«. ⁴⁶ Ich muss Caren Miosga kein Auto abkaufen. Ich muss nicht einmal entscheiden, ob ich mit ihr ein Bier trinken möchte. Um dies nachvollziehen zu können, sei ein Blick in die Systemtheorie erlaubt. Bei Niklas Luhmann besteht Kommunikation aus drei Selektionen. Etwas wird ausgewählt und anderes nicht (Information). Was ausgewählt wurde, kann so dargestellt werden oder anders (Mitteilung). Und der Empfänger weiß beides: Mir wird nicht alles mitgeteilt und das

44 GÜNTER KÖHNKEN: *Glaubwürdigkeit*. München [Psychologie-Verlags-Union] 1990, S. 1.

45 GÜNTER BENTELE: Der Faktor Glaubwürdigkeit. Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. In: *Publizistik* 33 (1988), S. 406-426.

46 WIRTH: *Glaubwürdigkeitsforschung* (wie Anm. 38), S. 55.

hätte auch ganz anders aussehen können (Verstehen). Information, Mitteilung, Verstehen: Immer steht die Frage nach der Glaubwürdigkeit. Bei den Massenmedien allerdings schließt Luhmann Interaktionen unter Anwesenden per Definition aus. Dieses System füllt bei ihm das Gedächtnis der Gesellschaft. Massenmedien liefern das, was ich bei jedem Gespräch als bekannt voraussetzen kann, woran ich anknüpfen kann, weil ich weiß, dass der andere den Inhalt auch kennt oder nicht ohne Reputationsverlust zugeben kann, dass er ihn nicht kennt. Wenn wir Zeitung lesen, uns auf den Seiten der großen Verlage bewegen oder fernsehen, beobachten wir, welche Informationen die anderen haben, weil wir annehmen, dass diese Informationen ihr Handeln bestimmen, ihre Einstellungen, ihre Gefühle.⁴⁷

Mediennutzung ist Beobachtung. Wer die *Süddeutsche Zeitung* liest, die *Frankfurter Allgemeine* oder *Bild*, der will nicht nur wissen, »was Präsidenten und Professoren wissen, denen er unterstellt, dass sie dieselbe Zeitung lesen«,⁴⁸ Man will nicht nur mitreden können und die Blamage vermeiden, irgendwas nicht mitbekommen zu haben. Wer Zeitung liest oder die *Tagesschau* sieht, der will auch wissen, was die Mächtigen uns gerade wissen lassen wollen und wie wir das zu deuten haben, was dort behandelt wird. Leitmedien liefern Orientierung – in allen Gesellschaften. Leitmedien erlauben uns zu beobachten, was einflussreiche Gruppen für wichtig halten, und reproduzieren so die Ordnung, Tag für Tag. Ob wir das, was wir dort zu lesen, zu hören oder zu sehen bekommen, für glaubwürdig halten und mit Vertrauen adeln, spielt dabei keine Rolle. Die Medienrealität ist eine Realität erster Ordnung (genau wie das Gerät vor mir und der Baum da draußen). Diese Realität muss man kennen, um handeln zu können, um ernst genommen zu werden, um reagieren zu können, wenn etwas passiert, was einen wirklich betrifft. Günter Bentele hätte das schon in den 1980er-Jahren wissen können. Die Menschen, die er damals befragte, haben weder die *Bild*-Zeitung für glaubwürdig gehalten noch die Berliner *B.Z.* Gekauft wurden diese Blätter trotzdem.⁴⁹

47 Vgl. NIKLAS LUHMANN: *Die Realität der Massenmedien*. Opladen [Westdeutscher Verlag] 1996.

48 Vgl. STEFAN SCHULZ: *Redaktionsschluss. Die Zeit nach der Zeitung*. München [Hanser] 2016, S. 43f.

49 BENTELE: *Glaubwürdigkeit* (wie Anm. 45), S. 407, 420f.

2.3 Umfragen zur Medienbewertung in der Nachkriegszeit

Die Idee, die Glaubwürdigkeit von Medienangeboten zu untersuchen, ist ein Geschenk der us-Amerikaner. Nach dem Zweiten Weltkrieg haben die Besatzer nirgendwo so stark eingegriffen wie bei den Medien: Rundfunk und Presse sollten neue Menschen aus den Westdeutschen machen. Demokraten statt Nationalsozialisten. Um den Erfolg zu beweisen, wurde mit einem (zumindest in Deutschland) neuen sozialwissenschaftlichen Instrument gearbeitet – mit Meinungsumfragen. Alle drei westlichen Besatzungsmächte richteten Dienstbereiche ein, die solche Umfragen veranstalteten.⁵⁰ Inhaltliche Schwerpunkte waren die Besatzungspolitik und ihre Folgen für die Lage der Bevölkerung, die internationale Entwicklung (Stichwort: Kalter Krieg) und die Demokratisierungspolitik. Dass hierbei die Nutzung und die Bewertung der Medien eine besondere Rolle spielten, liegt auf der Hand: Wer sonst sollte die Umorientierung vorantreiben, wenn nicht die von den Militärregierungen lizenzierten oder die von ihnen betriebenen publizistischen Mittel?⁵¹ Die erste us-Umfrage lief noch vor Kriegsende in Hessen. Thema: das Hören ausländischer Rundfunkstationen während des Krieges.

Bis 1949 veranstaltete die Opinion Surveys Section der us-Militärregierung dann 72 Umfragen.⁵² Schon 1945 waren Deutsche als Interviewer eingestellt worden. Die britischen und französischen Behörden brauchten nicht nur länger (bis Ende 1946), um etwas Vergleichbares in Gang zu bringen, sondern beendeten die Umfragetätigkeit auch eher.⁵³ Nach der Besatzungszeit forschten nur die us-Amerikaner weiter. Die entsprechende Abteilung war zunächst dem Hohen Kommissar unterstellt und ab 1955 dann der Botschaft. Untersuchungsgegenstände waren nun vor allem der Ost-West-Konflikt sowie die eigene Öffentlichkeitsarbeit und damit weiterhin Mediennutzung und Medienbewertung.

50 MEYEN: *Hauptsache Unterhaltung* (wie Anm. 9), S. 51-55.

51 Vgl. ARNULF KUTSCH: Einstellungen zum Nationalsozialismus in der Nachkriegszeit. In: *Publizistik* 40 (1995), S. 415-447.

52 Vgl. ANNA J. MERRITT; RICHARD L. MERRITT (Hrsg.): *Public Opinion in Occupied Germany. The OMGUS Surveys, 1945-1949*. Urbana, Illinois [University of Illinois] 1970.

53 KUTSCH: *Einstellungen* (wie Anm. 51), S. 419.

Die us-Amerikaner haben ihren Einsatz für die Meinungsforschung in Deutschland stets auch ideologisch begründet: Man brauche ein Bollwerk gegen die Rückkehr des Totalitarismus. Wer seine Meinung äußern könne und andere Meinungen kenne, sei widerstandsfähiger gegen Diktaturen.⁵⁴ Die Umfragen waren also selbst Teil der Demokratisierungspolitik. Die us-Amerikaner schickten folgerichtig Experten in die deutschen Institute, förderten die Fachkommunikation und halfen bei der Gründung des Deutschen Instituts für Volksumfragen (DIVO). Dieses Institut verdankte seine Existenz der Angst vor dem ›sponsorship effect‹.⁵⁵ Die us-Amerikaner hatten 1950 getestet, ob die Menschen anders antworten, wenn kein us-Name im Kopf des Fragebogens stand, sondern ein deutscher. Zwar gab es nur bei wenigen Fragen Unterschiede, das reichte aber, um sechs deutsche Chef-Interviewer in die Selbstständigkeit zu entlassen. DIVO übernahm fortan nicht nur bei allen us-Umfragen die Feldarbeit, sondern auch das Auswahlverfahren (Random) der us-Dienststelle. Die Stichprobe wurde aus den Lebensmittelkarteien gezogen, die in den Nachkriegsjahren schon wegen des Hungers vollständig war. 1953 wurde das Auswahlverfahren dann verfeinert. Basis war jetzt die Einwohnermeldekartei.⁵⁶

2.4 Medienglaubwürdigkeit im ersten Nachkriegsjahrzehnt

Die us-Amerikaner haben das Image der Medien im Nachkriegsdeutschland mit einem sehr allgemeinen Indikator gemessen. Sie fragten regelmäßig, ob man den Nachrichten jetzt eher vertrauen könne als während des Krieges. Zwar ist es problematisch, die Befunde nebeneinanderzustellen (vgl. Tab. 1), da die Ergebnisse bis 1949 nur für die us-Zone gelten und danach außerdem die Frage etwas anders formuliert wurde, die Zeitreihe liefert aber einen plausiblen Trend: Die Glaubwürdigkeit der Medienangebote ist während der Besatzungszeit kontinuierlich gefallen. Der Ruf der Westmächte litt durch die katastrophale Ernährungslage und andere

54 OSCAR W. RIEGEL: *Report on a Survey of Public Opinion Research and Training in West Germany, June–September 1950*. 30. Oktober 1950, S. 4.

55 LEO P. CRESPI: The Influence of Military Government Sponsorship in German Opinion Polling. In: *International Journal of Opinion and Attitude Research* 4 (1950), S. 151–178.

56 MEYEN: *Hauptsache Unterhaltung* (wie Anm. 9), S. 53.

Versorgungsengpässe, von der Demütigung durch die militärische Niederlage und vom Einmarsch fremder Truppen ganz zu schweigen. Nach dem harten Winter 1946/47 sank die Stimmung auf einen Tiefpunkt.

TABELLE 1

Glaubwürdiger als im ›Dritten Reich‹?

	1/47	5/47	1/48	2/48	1/49	2/52	5/55
Mehr	74	57	47	42	53	55	56
Weniger	4	5	4	4	4	1	2
Genauso schlecht	–	–	–	31	25	17	9
Genauso gut	–	–	–	6	6	4	8
Keine Meinung	22	38	49	17	12	23	25
	100	100	100	100	100	100	100

OMGUS, 1947–1949, US-Zone: Does the news today appear to you more trustworthy, or less trustworthy, than the published during the war?

DIVO, 1952–1955, BRD: Do you believe that what the newspapers today report about important daily questions is more true to the facts or less true to the facts than during the Third Reich?

Angaben jeweils in Prozent.

Alarmiert durch die hohe Zahl von Antwortverweigerern änderten die us-Amerikaner Anfang 1948 die Kategorienvorgabe für den Glaubwürdigkeitsvergleich mit den Nationalsozialisten. Nun zeigte sich das ganze Ausmaß des Misstrauens: Über ein Drittel der Befragten sah keinen Unterschied zur Hitlerzeit. Dass die Bewertung der Besatzungsmächte und der Medienangebote zusammenhängen, ist auch deshalb wahrscheinlich, weil Mitte 1947 sowohl in der us-Zone als auch in Niedersachsen (britische Zone) jeweils 60 Prozent der Bevölkerung von einer Pressezensur ausgingen.⁵⁷

Die Zeitreihe in Tabelle 1 untertreibt den Glaubwürdigkeitsgewinn in den 1950er-Jahren noch, da die Medienangebote in der britischen Zone weit schlechter beurteilt worden waren als in der us-amerikanischen. Der Imageverlust der Inselmacht war besonders groß,⁵⁸ ihre Wirtschaftsstruktur machte die britische Zone anfälliger für das Hauptproblem der Nachkriegsjahre, den Hunger, und außerdem hatten die Briten eine zentrale Rundfunkstation für die gesamte Zone eingerichtet (in Hamburg) und zunächst

⁵⁷ Ebenda, S. 239f.

⁵⁸ KUTSCH: *Einstellungen* (wie Anm. 51).

nur Parteizeitungen lizenziert. Die Radiohörer aber wünschten Lokalstationen und die Zeitungsleser überparteiliche Blätter.⁵⁹ Das Mediensystem in der us-Zone (vier Hörfunksender, Gruppenzeitungen) kam dem entgegen.

Um dies noch einmal deutlich herauszustellen: Die Schwankungen im Urteil zur Glaubwürdigkeit der Medienangebote und vor allem der dramatische Verfall im Laufe des Jahres 1947 können nichts mit der Qualität des Journalismus zu tun haben. Die Ergebnisse spiegeln vor allem die Versorgungslage und das Urteil der Menschen über die Arbeit der Besatzungsmächte wider. Würde die Zeitreihe in Tabelle 1 nicht nur bis Mitte 1955 gehen, könnte man umgekehrt noch besser sehen, was Wirtschaftswunder und Glaubwürdigkeit der Medien miteinander zu tun haben. Der Soziologe Erwin K. Scheuch hat die ersten beiden Nachkriegsjahrzehnte nach einem Blick in die gleichen Umfrageberichte in drei Phasen eingeteilt. Bis 1949 beobachtete er einen Zerfall in Lokalwelten und danach einige Jahre des Wiederaufbaus bei mäßiger Zustimmung. Erst nach 1953 sei die Akzeptanz gewachsen und 1963 schließlich perfekt gewesen. »Wohlstand macht freundlich«.⁶⁰ Die Umfragen der us-Amerikaner zur Glaubwürdigkeit der Medien lassen diesen Wandel erahnen. Der Anteil derer, die die Presse »genauso schlecht« fanden wie im »Dritten Reich«, sank kontinuierlich.

Der Blick in die Geschichte zeigt zweierlei: Zum einen messe ich eher die Zustimmung zu den Verhältnissen, wenn ich die Menschen nach der Glaubwürdigkeit von Medien frage. Und zum anderen steht dieser Indikator für Gelingen und Akzeptanz der repräsentativen Demokratie – impliziert durch den Vergleich mit dem Nationalsozialismus. Dieser Link wirkt bis heute und erklärt die Unruhe, die immer dann ausbricht, wenn Umfragen einen Glaubwürdigkeitsverlust der Medien feststellen.

2.5 Umfragen zur relativen Glaubwürdigkeit von Medienangeboten

Um das bisher Gesagte zusammenzufassen: Wer in repräsentativen Bevölkerungsumfragen nach der Glaubwürdigkeit von Medienangeboten oder

59 MEYEN: *Hauptsache Unterhaltung* (wie Anm. 9), S. 240.

60 ERWIN K. SCHEUCH: Der Umbruch nach 1945 im Spiegel der Umfragen. In: UTE GERHARDT; EKKHARD MOCHMANN (Hrsg.): *Gesellschaftlicher Umbruch 1945–1990*. München [de Gruyter Oldenbourg] 1992, S. 9–25, hier S. 23–25.

nach dem Vertrauen der Nutzer fragt (egal ob auf Gattungsebene oder für einzelne Zeitungen oder Rundfunkanstalten), misst erstens lediglich die Zufriedenheit im Allgemeinen. Glaubwürdigkeit und Vertrauen lassen sich nicht von anderen Imagedimensionen trennen. Zweitens bringt der Entstehungskontext dieser Art von Forschung mit sich, dass die Befunde zu einem Maßstab für die (jeweils gegenwärtige) Qualität der Demokratie gemacht werden. Die us-Amerikaner haben den Westdeutschen aber noch ein drittes Problem vererbt: die Frage nach der relativen Glaubwürdigkeit – konstruiert für den mehr als unwahrscheinlichen Fall, dass das Fernsehen anders berichtet als die Zeitung (Tab. 2).

Vielleicht wären die Befunde zur Glaubwürdigkeit der Medien im Vergleich mit dem ›Dritten Reich‹ (Tab. 1) etwas freundlicher ausgefallen, wenn 1952 und 1955 nicht ausdrücklich nach Zeitungsberichten gefragt worden wäre. Die Untersuchungen zur relativen Glaubwürdigkeit von Medienangeboten aus dem gleichen Zeitraum deuten darauf hin, dass die Westdeutschen den Rundfunk (und später dann das Fernsehen) weit besser bewerteten als die Presse. Gefragt wurde jeweils, welchem Medium man bei widersprüchlichen Berichten vertrauen würde (Tab. 2).

TABELLE 2

Glaubwürdigkeit im Zweifelsfall

	1946	1955	1962	1964	1968
Hörfunk	43	57	30	26	13
Zeitung	27	10	17	14	14
Illustrierte	–	–	1	1	1
Fernsehen	–	–	23	43	50
Keine Meinung	30	33	29	20	22
	100	100	100	104	100

Opinion Surveys (1946), DIVO (1955), Emnid. US-Zone (1946), BRD (1962: mit Westberlin). Bevölkerung über 18 Jahre (Emnid: 16). Angaben in Prozent.

Fragen: Which presents the news more accurately (1946)?

If the radio news differ from what your newspaper reports, which would you be more apt to believe (1955)?

Wenn Sie einander widersprechende Nachrichten oder Berichte über dieselben Ereignisse aus diesen vier Quellen erhalten, wem würden Sie am ehesten Glauben schenken (1962 bis 1968)?⁶¹

61 Details zu den Quellen in MEYEN: *Hauptsache Unterhaltung* (wie Anm. 9), S. 242.

Allerdings sind die entsprechenden Ergebnisse auch hier mit Vorsicht aufzunehmen. Zum einen deutet der hohe Anteil an Antwortverweigerern darauf hin, dass viele Befragte mit dem Thema nichts anfangen konnten und die Frage möglicherweise zu schwierig war. Zum anderen ist unklar, was die Menschen zum Beispiel unter ›Zeitung‹ verstanden haben: die jeweilige Regionalzeitung, die *Frankfurter Allgemeine*, *Bild* oder das Kirchenblatt? Ähnliches gilt für die Zeitschriften. Dass jemand den *Stern* mit der gleichen Erwartung liest wie die *Neue Post*, ist jedenfalls nicht anzunehmen. Die Begriffe ›Zeitung‹ und ›Illustrierte‹ sind auch deshalb problematisch, weil sich die Gattungsbegriffe der Wissenschaft nicht mit dem Alltagsverständnis decken. Gefragt wurde außerdem ganz allgemein nach ›Nachrichten‹. Hat die Zeitungsläserin dabei auch an den Lokalteil, an die örtlichen Geschäftsinserate und die Todesanzeigen gedacht – an das, was sie von ihrem Blatt in erster Linie erwartet? Da der Glaubwürdigkeitsgewinn des Fernsehens parallel zur steigenden Teilnehmerzahl verläuft, ist anzunehmen, dass der Indikator ›Glaubwürdigkeit im Zweifelsfall‹ lediglich ein allgemeines Urteil über die Unterhaltungsqualität der Medien spiegelt.

TABELLE 3
Beliebtestes Medium

	1974	1985	1995	2000
Fernsehen	57	47	54	45
Hörfunk	25	31	27	32
Tageszeitung	17	20	17	16
Internet	–	–	–	6
Keine Meinung	1	2	2	1
	100	100	100	100

Langzeitstudie Massenkommunikation. Bevölkerung ab 14 Jahren. Befragte, die mehr als ein Medium mindestens mehrmals im Monat nutzen. Angaben in Prozent.

Frage (2000): Angenommen, Sie könnten nur noch eines haben – ich meine, entweder Fernsehen, Radio, Zeitung oder Internet. Was würden Sie am liebsten behalten? In den anderen Wellen: leicht abweichende Formulierungen.

Quelle: Klaus Berg; Christa-Maria Ridder: *Massenkommunikation VI. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–2000*. Baden-Baden [Nomos] 2002, S. 192 sowie Meyen: *Mediennutzung* (wie Anm. 34), S. 228.

Zusammengefasst: Das Medium, das die Bedürfnisse der großen Mehrheit, Unterhaltung und Überblickswissen, am besten erfüllt, steht an der

Spitze der Rangreihe, sobald es genügend Menschen erreicht. Das Radio und die Zeitung sind nicht plötzlich unglaubwürdiger geworden und die Journalisten in Print- und Hörfunkredaktionen plötzlich schlechter. Die Menschen können mit der Frage nichts anfangen und urteilen mit ganz anderen Kriterien als Glaubwürdigkeit. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat dieses Prinzip (Vergleich auf der Ebene Mediengattung) trotzdem übernommen, um die Überlegenheit des gebührenfinanzierten Fernsehens erst gegenüber der Verlegerpresse und dann gegenüber der kommerziellen Konkurrenz beweisen zu können (vgl. Tab. 3).

Was wurde in jener Zeit nicht alles an Gründen genannt für die Dominanz des Fernsehens in solchen Umfragen: die Visualität des Mediums und Parallelen zur menschlichen Wahrnehmung (Fernsehen als ›natural way of seeing the world‹), ein Grundbedürfnis nach ›Fern-Sehen‹, nach dem Erspähen von Bedrohungen am Horizont, und der quasi-offizielle Charakter öffentlich-rechtlicher Nachrichten.⁶² Die Befunde in Deutschland unterscheiden sich jedoch kaum von denen aus den USA.⁶³ Auch hier gilt: Vergleiche auf der Gattungsebene produzieren ebenso wie die Beschränkung auf einzelne Imagedimensionen lediglich ein allgemeines Urteil über die (Unterhaltungs-)Qualität der jeweiligen Angebote.

2.6 Absolute Glaubwürdigkeit

Glaubwürdigkeitsforschung ist Legitimationsforschung. Das war bei den Besitzern aus den USA so (Lizenzmedien) und in der Zeit des öffentlich-rechtlichen Monopols (Rundfunk) und hat sich seitdem nicht geändert. Gut studieren lässt sich das bei einem Blick in die Geschichte der kommerziellen Medienforschung im Westen Deutschlands.⁶⁴ Untersucht wurde nur, was auf dem Werbemarkt helfen konnte oder bei den Entscheidungsträgern in der Politik. In den ersten beiden Nachkriegsjahrzehnten gab es jenseits der Besitzerinteressen keinen Markt für Intermediavergleiche. Hörfunk, Tagespresse und Zeitschriften waren nur indirekt Konkurrenten

62 BENTELE: *Glaubwürdigkeit* (wie Anm. 45), S. 414.

63 MEYEN: *Mediennutzung* (wie Anm. 34), S. 237.

64 Vgl. MEYEN: *Hauptsache Unterhaltung* (wie Anm. 9), S. 43-86.

und profitierten außerdem durch die Bank vom Wirtschaftswunder, das Anzeigenaufkommen und Gebühreneinnahmen in die Höhe schnellen ließ.

Erst das Fernsehen veränderte die Wettbewerbslage. Steigende Reichweite, ein zweites Programm und die Ausweitung der Werbezeit auf 20 Minuten am Tag im Jahr 1962 brachten das Thema Medienkonkurrenz auf die Tagesordnung und führten nicht nur zu den Emnid-Studien, die in Tabelle 2 dokumentiert sind, sondern auch zur ersten Ausgabe der Studie Massenkommunikation der ARD im Jahr 1964 – ein medienpolitisches Instrument, das seitdem etwa alle fünf Jahre neu aufgelegt (jetzt als Langzeitstudie Massenkommunikation) und inzwischen von ARD und ZDF finanziert wird. Entstehungshintergrund war eine öffentliche Debatte über den Werbemarkt. Die Verleger fürchteten, dass das Fernsehen die Zeitung verdrängen oder ihr zumindest Marktanteile streitig machen könnte, und forderten Wettbewerbsbeschränkungen – die Geburtsstunde der Langzeitstudie Massenkommunikation. Dem Stand der Kommunikationsforschung entsprechend, stand die Vermittlung politischer Nachrichten im Zentrum dieser Untersuchung. Um die Einstellungen zu den tagesaktuellen Medien zu messen, wurden den Befragten vierzehn Statements vorgelegt. Zwölf davon bezogen sich auf den Informationsbereich und lediglich zwei auf die Unterhaltung.⁶⁵ Ab der zweiten Auflage hat diese Studie auch versucht, die ›absolute Glaubwürdigkeit‹ von Medienangeboten zu messen. Hierfür standen bis 1995 zwei Indikatoren:

- ein Statement (›berichtet wahrheitsgetreu und gibt die Dinge immer so wieder, wie sie wirklich sind‹) mit einer dreistufigen Skala (trifft zu, trifft teilweise zu, trifft überhaupt nicht zu; Tab. 4) und
- eine zehnteilige Objektivitätsskala, auf der die Mediengattungen zwischen 1 (›überhaupt nicht objektiv‹) und 10 (›vollkommen objektiv‹) verortet werden sollten (Tab. 5).

Beide Indikatoren zeigen einen dramatischen Glaubwürdigkeitsverlust der Funkmedien (schon damals, lange vor Facebook, Twitter, Verschwörungstheorien und den Debatten um Lügenpresse, Fake News oder Hate Speech) – vor allem bei Radio und Fernsehen (Tab. 4 und 5). Und beide Indikatoren lassen Zweifel an der Funktionsfähigkeit der Medien in Sachen Politikvermittlung aufkommen. Was ist das für eine Mediendemo-

65 MEYEN: *Mediennutzung* (wie Anm. 34), S. 31.

kratie, in der nicht einmal jeder fünfte Bürger Fernsehen, Hörfunk und Tagespresse Objektivität zubilligt?

TABELLE 4

Wahrheitstreue

	1970	1985	1995
Fernsehen	47	27	20
Hörfunk	45	25	19
Tageszeitung	32	18	20

ARD/ZDF: Langzeitstudie Massenkommunikation. Basis: Weitestes Publikum.

Frage (Beispiel): Ich habe hier Kärtchen mit verschiedenen Sätzen über Tageszeitungen. Bitte sagen Sie mir zu jedem Satz, ob er Ihrer Meinung nach für die Tageszeitungen zutrifft, nur teilweise zutrifft oder überhaupt nicht zutrifft. Hier: »berichtet wahrheitsgetreu und gibt die Dinge immer so wieder, wie sie wirklich sind« – trifft zu. Angaben in Prozent.

Quelle: Klaus Berg; Marie Luise Kiefer: *Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–1995*. Baden-Baden [Nomos] 1996, S. 252.

TABELLE 5

Objektivität

	1970	1985	1995
Fernsehen	51	33	20
Hörfunk	41	24	15
Tageszeitung	31	17	15

ARD/ZDF: Langzeitstudie Massenkommunikation. Basis: Weitestes Publikum.

Frage: Bitte sagen Sie mir jetzt zu jeder dieser Informationsquellen, für wie objektiv Sie sie halten. Benutzen Sie dazu bitte die auf der Liste eingezeichnete Skala von 1 bis 10. Dabei bedeutet 10 »Ich halte diese Informationsquelle für vollkommen objektiv«. 1 bedeutet »Ich halte diese Informationsquelle für überhaupt nicht objektiv«. Hier: Skalenpunkte 9 und 10. Angaben in Prozent.

Quelle: Klaus Berg; Marie Luise Kiefer: *Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–1995*. Baden-Baden [Nomos] 1996, S. 252.

Medienschelte war allerdings schon damals nicht angebracht. Die Indikatoren der Langzeitstudie Massenkommunikation zeichnen fast zwangsläufig ein düsteres Bild. Dass der Bezugspunkt Mediengattung ebenso problematisch ist wie die Konzentration auf eine einzige Image-Dimension wie Glaubwürdigkeit, wurde bereits mehrfach erwähnt. Dazu kommt die Formulierung des Statements. Welcher aufgeklärte Bürger mag sagen,

dass Funk und Presse die Dinge ›immer‹ so wiedergeben, ›wie sie wirklich sind‹? Ist es nicht eher umgekehrt erstaunlich, dass hier bei drei vorgegebenen Kategorien (trifft zu, teilweise, überhaupt nicht) fast jeder fünfte Befragte die Maximalnote vergibt? Und wäre auf der Zehner-Skala nicht schon eine Sieben Auszeichnung genug?

Wie schwierig es ist, die Bewertung von Medienangeboten zu messen, zeigen auch die entsprechenden Versuche der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf dem Gebiet der Fernsehnachrichten. Welcher Sender hat ›die besten Nachrichten‹, welcher Sendung würden die Zuschauer bei widersprüchlichen Meldungen ›am ehesten glauben‹? Es soll gar nicht bestritten werden, dass sich solche Befragungen medienpolitisch verwerten lassen, die Ergebnisse aber sagen nicht mehr als die Reichweiten. Warum sollten die Zuschauer die *Tagesschau* einschalten, wenn sie annehmen würden, dass eine andere Sendung ihnen eher das Gefühl vermitteln könnte, informiert zu sein, und die Sicherheit, dass die Welt noch steht? Einen öffentlichen Aufschrei gab es Mitte der 1990er-Jahre jedenfalls nicht. ARD und ZDF haben den Fragebogen damals stillschweigend geändert und in ihrer Langzeitstudie fortan die relative Glaubwürdigkeit auf Gattungsebene untersucht (Fernsehen, Radio, Zeitung, Zeitschrift, Internet; vgl. Tab. 2). Auf Nummer sicher gehen, sozusagen. Irgendwas im Netz ist ja immer unglaubwürdig.

2.7 Fazit

Eigentlich waren die Studien zu Vertrauen und Glaubwürdigkeit, zu Wahrheitstreue und Objektivität der Medien Mitte der 1990er-Jahre ein Auslaufmodell – kein Wunder nach den desaströsen Ergebnissen (Tab. 4 und 5). Alle genannten Indikatoren waren nicht mehr geeignet, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk oder die Medienordnung insgesamt zu legitimieren, und wurden deshalb nicht mehr verwendet (zumindest nicht in der Langzeitstudie Massenkommunikation). Ein Blick auf die Schwierigkeiten, Urteile über Medienangebote oder gar über ihre Glaubwürdigkeit zu messen (Abschnitte 1 und 2), lässt die Gesellschaft diesen Verzicht verkraften. Bei entsprechenden Umfragen wird ohnehin etwas anderes gemessen, als gemessen werden soll.

Die öffentlichen Debatten über die Qualität der Medien und hier vor allem über die Qualität des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die spätes-

tens nach dem Beginn des Ukraine-Konflikts 2014 nicht mehr auszusitzen waren und zu denen auch der Vorwurf gehört, dass vor allem leitende Journalisten Teil von transatlantischen Elite-Netzwerken und mithin in einem bestimmten politischen Interesse unterwegs seien, haben zu einer neuen Konjunktur der Glaubwürdigkeitsforschung geführt. Die Entstehungsgeschichte dieser Forschungstradition (der Vergleich mit dem ›Dritten Reich‹) wird dabei mittransportiert: Die Ergebnisse werden in der Öffentlichkeit zu einem Maßstab für die Qualität der Demokratie gemacht. Das wissen auch die Menschen, die sich an solchen Umfragen beteiligen. Sie wissen, was auf dem Spiel steht. Also (zum Beispiel) ein *Ja* zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk, damit das System als Ganzes nicht ins Wanken gerät.