

Nikolaus Jackob

Vergessen oder Vergeben?

Journalistische Fehlleistungen und ihre Folgen
für das allgemeine Vertrauen in die Medien*

Medien machen Fehler – diese Einsicht ist weder überraschend noch strittig. Sie ist nicht überraschend, weil alles menschliche Tun grundsätzlich fehlerbehaftet und kontingent ist. Sie ist nicht strittig, weil Medienschaffende wie Medienkritiker, oftmals durchaus in Personalunion (vgl. z. B. Kalt 1993; Müller-Ullrich 1998), sich der Fehleranfälligkeit journalistischer Arbeit vielfach bewusst sind. Strittig hingegen war – vor allem im Kontext der Konstruktivismusdebatte in der Kommunikationswissenschaft (vgl. Schulz 1989; Kepplinger 1993; Bentele 1993) – und ist bisweilen die Frage, warum Medien Fehler machen. Die Antworten reichen von Erklärungen, die ganz allgemein die Fehlerhaftigkeit menschlicher Realitätswahrnehmung ins Feld führen, bis hin zu Anklagen, die von absichtlichen Manipulationen ausgehen. So strittig die Frage der Ursache von fehlerhafter Medienberichterstattung im öffentlichen Diskurs wie in der mit den Medien vorrangig befassten Fachwissenschaften war und teilweise heute noch ist – so klar lässt sich die Fehlerhaftigkeit der Medienberichterstattung in Theorie und Empirie herleiten: Zahlreiche Verlaufs- bzw. Zeitreihenstudien dokumentieren, wie Journalisten wichtige gesellschaftliche Themen wie Kriminalität (vgl. Fishman 1978; Pfeiffer et al. 2004; als Überblick vgl. Marsh 1991) und Wirtschaftsentwicklung (vgl. Blood/Phillipps 1997; Donsbach 1999; Quiring 2004) oder Technikfolgen (vgl. Kepplinger 1989) bisweilen faktisch falsch, sachlich überzogen, inhaltlich unvollständig oder verzerrt darstellten. Auch Einzelfallstudien zu prominenten Krisenfällen, z. B. dem Flüssigei-Skandal (vgl. Lerz 1996), dem Fall Joseph (vgl. Donsbach/Willkommen 2001) oder der BSE-Krise (vgl. Kepplinger/Knirsch 2002), dokumentieren Fehler in Medienberichten über wichtige Themen.

Mögliche Fehler in der Medienberichterstattung scheinen allerdings keinen bedeutenden Einfluss auf das relativ stabile Ansehen zu haben, das zumindest Teile der Medien – z. B. der öffentlich-rechtliche

* Dieser Beitrag dokumentiert Analysen einer vom Forschungsfonds der Johannes Gutenberg-Universität Mainz geförderten bevölkerungsrepräsentativen Befragung. Der Autor dankt Hans Mathias Kepplinger, Thomas Zerback und Nicole Podschuweit für ihre hilfreichen Anregungen.

Rundfunk in Deutschland (vgl. Reitze/Ridder 2006) – genießen. Während andere gesellschaftliche Akteure, etwa Politiker und Parteien, Banken, Manager und Unternehmen, infolge von Missständen und Missbräuchen in ihrem jeweiligen gesellschaftlichen Aktionsradius und Aufgabenfeld an Ansehen und Vertrauen verlieren, bleibt die Bewertung der Medien, wenngleich durchaus mit Schwankungen und bisweilen auf niedrigem Niveau, relativ stabil (vgl. Gaziano/McGrath 1986; Gaziano 1988; Robinson/Kohut 1988; Reitze/Ridder 2006). Es wird zwar in der Forschung darauf hingewiesen, dass auch die Medien an Vertrauen eingebüßt haben (vgl. z. B. Cappella/Jamieson 1997; Moy/Pfau 2000; Bennet et al. 2001; Tsfatı 2003), doch ist die Datenlage nicht so eindeutig, wie sie bisweilen erscheint, und im Vergleich mit anderen Institutionen schneiden die Medien durchaus gut ab (vgl. z. B. Lipset/Schneider 1987; Kohut/Toth 1998). Auch die folgenden Analysen werden zeigen, dass das Misstrauen in die Medien nicht so weit verbreitet ist, wie es den Anschein haben mag.

Es liegt nahe, sich eingehender mit der Frage zu beschäftigen, ob Fehler der Medien Einfluss auf das Vertrauen in ihre Berichterstattung haben: Wirkte sich beispielsweise die irreführende Medienberichterstattung über den ausgedienten Öltank Brent Spar, den die Shell AG Mitte der 1990-er Jahre im Nordostatlantik versenken wollte, auf das Vertrauen in die Medien aus? Viele Medien übernahmen die Sichtweise des maßgeblichen Shell-Antagonisten Greenpeace – eine Sichtweise, die in zentralen Punkten nicht den Fakten entsprach, den öffentlichen Diskurs aber dominierte (vgl. Schubert 2000; Berens 2001, S. 137-148; Kepplinger 2005, S. 28-31). Oder hatten die falschen Tatsachenbehauptungen einiger Medien im Fall Joseph aus Sebnitz, der angeblich von Neonazis ermordet, tatsächlich aber Opfer eines tragischen Unfalls wurde, eine Wirkung auf das Vertrauen der Menschen in die Medien (vgl. Donsbach/Willkommen 2001)? Kann die parteiische und vorverurteilende Berichterstattung einiger Medien im Kontext der so genannten Wormser Kinderschänder-Prozesse, die Deutschland zwischen 1994 und 1997 in Atem hielten, Einfluss auf das Vertrauen in die Medienberichterstattung gehabt haben? Eine Familie wurde bezichtigt, über Jahre hinweg Kindesmissbrauch betrieben zu haben – viele Medien vermittelten ein negatives Bild der angeklagten Familienangehörigen, obwohl die Prozesse noch im Gange waren und Zweifel sowohl an der Schuld der Angeklagten als auch an der Vorgehensweise der Justiz angebracht waren (vgl. Friedrichsen 1997; Sieverdingbeck 1997). Hinterließen die falschen Tatsachenbehauptungen des Magazins „Stern“ Spuren im Medienvertrauen, als bekannt wurde, dass

die 1983 veröffentlichten Hitler-Tagebücher gefälscht waren? Die Redaktion präsentierte die Fälschungen als historische Sensation und ruinierte durch eklatante Verstöße gegen journalistische Grundregeln den Ruf des Magazins (vgl. Seufert 2008; Welt-Online 2008). Und falls das Medienvertrauen von solchen und ähnlichen Fehlleistungen unbeeinflusst bleibt: Ist die Bevölkerung dann eher vergesslich oder neigt sie dazu, den Medien ihre Fehler zu vergeben?

Es ist für den vorliegenden Beitrag nicht notwendig, eingehender auf die genannten Beispiele einzugehen. Gleichwohl spielen sie im Folgenden noch eine Rolle: Alle vier Beispiele wurden zur Operationalisierung der in den nächsten Abschnitten aufgeworfenen Forschungsfragen herangezogen, sind sie doch weit mehr als Fallbeispiele für prominente Fehler von Medien, die zu ihrer Zeit lange und breit genug in der Öffentlichkeit diskutiert wurden, um bei Mediennutzern haften zu bleiben. Sie sind Sinnbilder journalistischer Fehlleistungen, die als anekdotische Evidenz die empirischen (Zeitreihen-)Studien zu Fehlern von Medien in den unterschiedlichsten Berichterstattungssegmenten ergänzen. Anders als Statistiken und Zahlen, die weniger einprägsam sind und sich zur Veranschaulichung des Forschungsproblems im Rahmen einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung kaum eignen (zur Wirkung von Fallbeispielen auf Rezipienten vgl. Daschmann 2001), sind sie plastische Beispiele für das Versagen von Journalisten bzw. von Medien. Die Frage lautet: Wenn Menschen, die regelmäßig Medien nutzen, die Gelegenheit haben, solche und ähnliche Fälle von fehlerhaften Medienberichten wahrzunehmen, welche Folgen haben solche Fehlleistungen für das Vertrauen der Menschen in die Medien? Damit verbunden sind Fragen wie: Erinnern sich die Menschen an solche Fehlleistungen, und woran erinnern sie sich im einzelnen – an die falschen Versionen, wie sie von einzelnen Medien kolportiert wurden, oder an die Fakten? Wie beurteilen Sie Fehlleistungen von Medien und welche Haltung entwickeln sie zu ihnen?

Theoretischer Hintergrund: Vertrauen in die Medien

Über das Vertrauen der Rezipienten in die Medien wird in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft erst seit kurzem intensiver und – theoretisch wie methodisch – systematischer nachgedacht (vgl. Kohring 2004; Dernbach/Meyer 2005). Das bedeutet jedoch nicht, dass das Fach zum Thema nicht bereits eine Fülle theoretischer Ansätze und Forschungsergebnisse produziert hat – das Gegenteil ist der Fall: Zu wenigen Themen wurde intensiver und produktiver geforscht. Dies

geschah jedoch meist im Kontext der Glaubwürdigkeitsforschung, die sich hauptsächlich der Frage widmete, was Medien und Medieninhalte in den Augen von Rezipienten glaubwürdig macht und welche Effekte glaubwürdige Kommunikation zeitigen kann (vgl. z. B. Nawratil 1997; Perloff 2003; Kohring 2004). Allerdings muss darauf hingewiesen werden, dass Glaubwürdigkeit nur eine Komponente des weiter gefassten Vertrauensbegriffs ist (Bentele 1998; Kohring 2004, S. 17), weswegen der umfassendere, aber auch anspruchsvollere Begriff des Vertrauens an Bedeutung im Fachdiskurs gewinnt.

Georg Simmel (1968, S. 263) definiert Vertrauen als „die Hypothese künftigen Verhaltens, die sicher genug ist, um praktisches Handeln darauf zu gründen“. Vertrauen sei als „Hypothese ein mittlerer Zustand zwischen Wissen und Nichtwissen um den Menschen. Der völlig Wissende braucht nicht zu vertrauen, der völlig Nichtwissende kann vernünftigerweise nicht einmal vertrauen“. Meist wird in der Forschung davon ausgegangen, dass Vertrauen davon abhängt, ob die beiden zentralen Rollenträger – Vertrauensgeber und Vertrauensnehmer (vgl. Gambetta 2001) – bereits positive Erfahrungen miteinander gemacht haben oder nicht. Eine in der Wissenschaft weit verbreitete und auch hier vertretene Ansicht ist, dass Vertrauen in sozialen Beziehungen eine in die Zukunft gerichtete, optimistische Haltung gegenüber den Absichten und Handlungen eines sozialen Akteurs ist (vgl. Gambetta 2001, S. 211f.), die oft vorangegangene Erfahrungen und bestehendes Wissen als Urteilsheuristiken inkludiert (vgl. auch Kohring 2004, S. 178-182). Dieser Gedanke ist für die folgenden Ausführungen von zentraler Bedeutung, kann man doch annehmen, dass sich das Vertrauen in die Medien nicht von anderen Vertrauensbeziehungen unterscheidet. Es liegt nahe, dass Rezipienten, die positive Erfahrungen mit einzelnen Medien bzw. den Medien als gesellschaftlichem Phänomen gemacht haben (oder gemacht zu haben glauben), ein höheres Maß an Vertrauen haben als Rezipienten, bei denen solcherlei positive Erfahrungen nicht vorliegen (vgl. Bishop/Schultz 1967; Bennet et al. 2001). Und es liegt weiterhin nahe, dass prominente Medienfehler wie die einleitend beschriebenen Fälle – wenn sie denn von den Rezipienten wahrgenommen und als negative Erfahrung eingestuft und abgespeichert werden – durchaus zu einem Verlust an Vertrauen beitragen können.

Dabei kann man nicht davon ausgehen, dass Medienrezipienten, wie andere Vertrauensgeber auch, sich über die einzelnen Situationen, in denen sie den Medien im Alltag vertrauen, detailliert Gedanken machen – etwa bei einer Kaufentscheidung, in der Wahlkabine oder in anderen Situationen, in denen Medieninformationen als

Basis für konkretes Handeln herangezogen werden. Oft finden solche Vertrauenshandlungen unreflektiert statt, sind Ausprägungen eines dem Menschen eigenen „affektiven Orientierungsmodus“ (Dederichs 1997, S. 69-75). Nicht immer liegen aufwändige Abwägungen zugrunde, die Vertrauensbeziehungen entgegen ihrem eigentlichen Zweck, der Reduktion von Komplexität (Luhmann 1989), verkomplizieren würden (vgl. auch Lewis/Weigert 1985; Lewicki et al. 1998). Dass in menschlichen Vertrauensbeziehungen ein gewisses Maß an „Unbewusstheit“ steckt, die Vertrauensprozesse beschleunigt und effektiver macht, bedeutet jedoch nicht, dass diese Vertrauensbeziehungen nicht sehr schnell bewusst werden und auf den Prüfstand geraten, wenn Zweifel an ihrer Tragfähigkeit entstehen. Es ist also durchaus nahe liegend, dass Rezipienten sich im Alltag kaum Gedanken über die Vertrauenswürdigkeit bestimmter Medien machen, wenn sie keinen Anlass haben, an ihr zu zweifeln. Mehr noch: Es ist anzunehmen, dass Rezipienten, solange sie keine gegenteiligen Erfahrungen machen, den Medien – zumindest jenen, die sie persönlich nutzen – ohne eingehendere Reflektion vertrauen, Vertrauen ist der „Normalzustand“ (vgl. Baier 2001, S. 42). Anders verhält es sich jedoch, wenn Medien in den Verdacht geraten, irreführend oder manipulativ Informationen zu verbreiten, wenn es zu manifesten Skandalen kommt. Machen Medienrezipienten infolge solcher Skandale die Erfahrung, dass einzelnen Medien oder dem Mediensystem als Ganzem nicht zu trauen ist, könnte dies zu nachhaltigem Misstrauen führen.

Aus den Darlegungen zum Vertrauen können zwei Annahmen abgeleitet werden, die in diesem Beitrag näher untersucht werden. Die erste Annahme lautet: Personen, die die negative Erfahrung gemacht haben, dass Medien fehlerhaft berichten, vertrauen weniger stark in die Medien als Personen, die solche negativen Erfahrungen nicht gemacht haben. Konkret wird untersucht, ob Personen, die sich an prominente Beispiele von Falschdarstellungen in den Medien erinnern, weniger Vertrauen in die Medien haben, als Personen, die sich nicht an solche Fehler erinnern und entsprechend nicht die Erfahrung gemacht haben, dass Medien auch falsch berichten. Die Ursache von fehlendem Vertrauen bzw. von Misstrauen muss jedoch nicht zwangsläufig in eigenen Erfahrungen mit Fehlleistungen der Medien begründet sein. Zumindest theoretisch könnte es ausreichen, wenn Personen sich bewusst sind, dass Medien Fehler machen – ob sie sich nun an einzelne Fälle erinnern oder nicht. Daher lautet die zweite Annahme, dass Personen, die unabhängig von eigenen Erfahrungen davon ausgehen, dass die Medien (häufig) Fehler machen, den Medien weniger vertrauen als Personen, die Medienfehler für selten halten

oder kein entsprechendes Bewusstsein für Medienfehler haben. Ergänzend wird angenommen, dass die Bewertung dieser Medienfehler – ob sie versehentlich oder systematisch entstehen, ob sie entschuldigbar oder unentschuldigbar sind – einen Einfluss auf das Vertrauen in die Medien hat. Es wird also im Folgenden untersucht, ob die Erinnerung an Medienfehler, interpretiert als Erfahrungskomponenten in der Vertrauensbeziehung zwischen Medien und Rezipienten, das Vertrauen in die Medien beeinflusst. Zugleich wird untersucht, ob die Einstellung gegenüber Medienfehlern, unabhängig von der eigenen Erinnerung an Medienfehler, auf das Vertrauen in die Medien einen Einfluss hat.

Anlage der Untersuchung

Die folgenden Analysen basieren auf einer für das Bundesgebiet repräsentativen Telefon-Befragung, die im Zeitraum vom 8. bis 30. Mai 2008 durchgeführt wurde. Auf Basis eines zufallsgesteuerten Stichprobenverfahrens wurden insgesamt 850 Interviews vollständig registriert. Zur Messung des Vertrauens in die Medien wurden drei Fragemodelle entwickelt, die auf unterschiedliche Weise das individuelle Vertrauensniveau der Befragten erheben.¹ Die drei Fragen wurden zu einem additiven Index zusammengefasst, der von 0 (gar kein Vertrauen) bis 10 (vollstes Vertrauen) reicht.

Um herauszufinden, ob die Befragten sich an Fälle erinnern, in denen die Medien falsch berichteten bzw. um zu prüfen, ob die Befragten sich an die korrekten Versionen der Ereignisse erinnerten oder an die von den Medien verbreiteten falschen Versionen, wurden ihnen die vier in der Einleitung beschriebenen Fallbeispiele („Brent Spar“, „Joseph aus Sebnitz“, „Hitler-Tagebücher“ und „Worms-Prozesse“) in Form von Erinnerungsfragen präsentiert. Die vier Fälle wurden auf zwei Teilstichproben (jeweils $n = 425$) verteilt, um die Befragungszeit zu optimieren und zugleich zu garantieren, dass – bei ausreichender Größe der Teilstichproben – jeder Befragte mit mindestens zwei Fall-

1 *Modell A:* „Wenn Sie einmal ganz allgemein an die Medien denken: Vertrauen Sie den Medien eher oder vertrauen Sie den Medien eher nicht?“ (Antworten auf 4er-Skala); *Modell B:* „Wie ist das, wenn es um wirklich wichtige Dinge geht – etwa Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale. Kann man da den Medien vertrauen oder nicht?“ (Antworten auf 5er-Skala); *Modell C:* „Ich nenne Ihnen im Folgenden einige Einrichtungen (Medien)/Personengruppen (Journalisten). Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie großes Vertrauen, etwas Vertrauen, kaum Vertrauen oder gar kein Vertrauen in diese Institutionen/Personengruppen haben.“

beispielen konfrontiert wird. Dabei wurden zwei Fragestrategien verwendet: Bei den Fällen Brent Spar und Joseph wurden die Befragten der beiden Teilstichproben zunächst gefragt, ob sie sich an den Fall selbst erinnerten – nach konkreten Fakten wurde nicht gefragt. Auf diese Weise sollte sichergestellt werden, dass sich nur diejenigen Befragten inhaltlich zu den Ereignissen äußern mussten, die von sich selbst sagten, sie erinnerten sich an den Fall.² Da die Verwendung eines solchen Filters in der Regel dazu führt, dass die Anzahl der Antworten auf die eigentlich interessierende Frage kleiner und für statistische Zwecke möglicherweise zu klein ausfällt, wurde in den beiden anderen Fällen (Hitler-Tagebücher und Worms-Prozesse) auf die Vor-Frage verzichtet. Damit wurde zwar in Kauf genommen, dass auch solche Befragte Angaben zum jeweiligen Fall machen mussten, die sich nicht spontan an den Fall erinnerten – es blieb ihnen jedoch die Alternative, die Antwort „Weiß nicht“ zu wählen.³

Die verwendeten Fallbeispiele interessierten nicht an sich, sondern dienten als Indikatoren für die eigentlich interessierende Frage: ob die Befragten zumindest in bestimmten Bereichen die Erfahrung gemacht haben, dass die Medien gelegentlich auch falsche Berichte publizieren. Zumindest an einen der vier genannten Fälle dürften sich viele Befragte erinnern – was es wahrscheinlicher macht, dass auf diese

- 2 *Brent Spar*: Frage: „Vor einigen Jahren wurde diskutiert, ob die Ölplattform der Firma Shell, Brent Spar, in der Nordsee versenkt werden darf. Erinnern Sie sich daran?“ Antworten: „Ja“, „Nein“; Nachfrage: „Greenpeace behauptete damals, dass in der Plattform 1500 Tonnen Schadstoffe wären. Shell hatte behauptet, es waren nur rund 100 Tonnen. Erinnern Sie sich daran, wie viele Tonnen es wirklich waren, 1500 oder 100?“ Antworten: „1500“, „100“, „Weiß nicht“; *Joseph*: Frage: „Vor einigen Jahren haben die Medien berichtet, der sechsjährige Joseph sei in Sebnitz von Neonazis ermordet worden. Erinnern Sie sich daran?“ Antworten: „Ja“, „Nein“; Nachfrage: „Die Ermittlungen haben sich lange hingezogen. Wissen Sie, wie die Sache ausgegangen ist? Haben die Ermittlungen die Berichte bestätigt oder widerlegt?“ Antworten: „Die Berichte wurden bestätigt“, „Die Berichte wurden widerlegt“, „Weiß nicht“.
- 3 *Hitler-Tagebücher*: Frage: „Der Stern hat von einigen Jahren die sogenannten Hitler-Tagebücher veröffentlicht. Wissen Sie noch, was der Stern damals berichtet hat?“ Antworten: „Der Stern...“ „...hat behauptet, Hitler habe die Tagebücher selbst geschrieben“, „...hat aufgedeckt, dass die Tagebücher gefälscht waren“, „Weiß nicht“; *Worms-Prozesse*: Frage: „Vor einigen Jahren berichteten die Medien über den sogenannten Wormser Kinderschänder-Prozess. Eine Familie stand im Verdacht, über Jahre hinweg Kinder missbraucht zu haben. Wissen Sie noch, wie der Prozess ausgegangen ist?“ Antworten: „Die Familie wurde...“ „...wegen Kinderschändung verurteilt“, „...freigesprochen, weil die Anschuldigungen falsch waren“, „Weiß nicht“.

Weise Befragte ermittelt werden können, die selbst schon die Erfahrung gemacht haben, dass Medien Falschdarstellungen publizieren.

Um weiterhin zu prüfen, ob den Befragten bewusst ist, dass Medien Fehler machen, und um herauszufinden, wie sie diese Fehler einschätzen, etwa hinsichtlich ihrer Frequenz, der Schuld an den Fehlern und der Entschuldbarkeit von Fehlern, wurde eine zweite Batterie von Fragen entwickelt: Nachdem den Befragten ein Fall fehlerhafter Medienberichterstattung beschrieben worden war, wurden sie darum gebeten einzuschätzen, ob solche Fehler eher eine Ausnahme sind oder häufiger vorkommen, ob es sich dabei um Fehler einzelner Journalisten oder um ein generelles Problem der Medien handelt, ob diese Fehler bedauerliche Irrtümer seien oder unentschuldbare Vorgänge, die nicht passieren dürften. Um unabhängig vom Fallbeispiel einen zweiten Indikator für das Bewusstsein von Medienfehlern verwenden zu können, wurde in einem späteren Teil des Interviews zusätzlich nach der Realitätstreue der Politikdarstellung der Medien gefragt.⁴

Befunde I: Große Wellen, k(I)eine Spuren?

Alle vier Fälle von Falschdarstellungen in den Medien waren lange und prominent genug Gegenstand der Berichterstattung und der gesellschaftlichen Diskussion, um zumindest in Teilen Spuren in der Erinnerung der Bevölkerung hinterlassen zu haben. Selbst wenn man ins Kalkül zieht, dass Menschen im Zweifelsfall schnell vergessen, Fakten möglicherweise nicht oder unvollständig in Erinnerung haben, sollten die großen Wellen, die die meisten der beschriebenen Fälle schlugen, zumindest dazu geführt haben, dass sich viele Be-

4 *Frequenz*: Frage: „Wie sehen Sie das, sind solche Fehler in der Berichterstattung der Medien eine Ausnahme oder kommt das häufiger vor?“ Antworten: „Das war eine Ausnahme“, „Das kommt häufiger vor“, „Weiß nicht“. *Schuld*: Frage: „Was meinen Sie: Sind das Fehler einzelner Journalisten oder ist das ein generelles Problem der Medien?“ Antworten: „Das sind Fehler einzelner Journalisten“, „Das ist ein generelles Problem der Medien“, „Weiß nicht“. *Entschuldbarkeit*: Frage: „Zu falschen Medienberichten gibt es verschiedene Meinungen. Ich lese jetzt mal zwei vor. Welcher von beiden würden Sie eher zustimmen?“ Antworten: „Der Eine sagt: Das ist bedauerlich, aber auch Journalisten können sich irren“, „Der Andere sagt: Das darf nicht passieren, mit einem normalen Irrtum hat das nichts zu tun“, „Weiß nicht“. *Politikdarstellung*: Frage: „Es gibt Leute, die behaupten, die Medien stellen die Politik völlig falsch dar. Andere sagen, die Medien stellen die Politik korrekt dar. Wie sehen Sie das?“ Antworten: „Die Medien stellen die Politik falsch dar“, „Mal so, mal so. Kommt darauf an“, „Die Medien stellen die Politik korrekt dar“, „Weiß nicht“.

fragte an einzelne Fälle und wenigstens in Teilen korrekt erinnern. Was blieb von den Aufsehen erregenden Berichterstattungswellen hängen (vgl. Tab. 1)?

Fall	Selbstaussage zur Erinnerung: „Ja“ (%)	Korrekte Erinnerung an zentrale Fakten/ Ergebnis (%)
Brent Spar (Halbgruppe A)	68*	5**
Joseph aus Sebnitz (Halbgruppe B)	30*	50**
Hitler-Tagebücher (Halbgruppe A)	-	40***
Worms-Prozesse (Halbgruppe B)	-	13***

Tab. 1: Erinnerung an die vier Fallbeispiele

* Basis: Befragte beider Teilstichproben (n=425), zu den anderen beiden Fallbeispielen wurde keine direkte Rückerinnerungsfrage gestellt.

** Basis: Befragte, die bei der vorgeschalteten Rückerinnerungsfrage mit „Ja“ geantwortet haben; Brent Spar n=289; Joseph n=127.

*** Befragte beider Teilstichproben; Hitler-Tagebücher n=423; Worms-Prozesse n=424.

Fragt man direkt danach, ob sie sich an die Diskussion um die Versenkung der Ölplattform Brent Spar erinnern, antworten 68 Prozent der Befragten spontan mit „Ja“ (n=425), an den Fall Joseph aus Sebnitz erinnerten sich nach eigener Angabe nur 30 Prozent der Befragten (n=425). Im Anschluss an die direkte Rückerinnerungsfrage wurden diejenigen, die angaben, sich zu erinnern, daher mit den beiden damals diskutierten Versionen zu zentralen Fakten beider Fälle konfrontiert (vgl. Fußnote 3). Interessanterweise ist es der auf den ersten Blick besonders „gut erinnerte“ Fall Brent Spar, der besonders falsch im Gedächtnis blieb: Nur 5 Prozent derer, die angaben, sich daran zu erinnern, gaben die richtige Antwort (Brent Spar enthielt nur 100 Tonnen Schadstoffe, wie von Shell angegeben). 14 Prozent gaben die falsche Version von Greenpeace wieder (1500 Tonnen Schadstoffe), 81 Prozent sagten aber: „Weiß nicht“ (n=289). Im Fall Joseph waren immerhin 50 Prozent der Antworten auf die Anschlussfrage korrekt (Berichte wurden widerlegt, es war kein Mord), und „nur“ weitere 50 Prozent glaubten, die falschen Medienberichte seien bestätigt worden oder antworteten mit „Weiß nicht“ (n=127). Da beide Fälle sehr unterschiedlich waren und die Medien im Fall Brent Spar die eigenen Falschdarstellungen nicht gleichermaßen kritisch hinterfragten wie im Fall Joseph (vgl. Donsbach/Willkommen 2001), verwundern die Unterschiede zwischen beiden Fällen nicht unbedingt. Was aber verwundern dürfte, ist das große Ausmaß an Unwissenheit.

Zu den Hitler-Tagebüchern und den Worms-Prozessen wurden die Teilnehmer der Befragung ohne vorgeschaltete Rückerinnerungsfrage befragt. Sie wurden vielmehr mit einer korrekten und einer falschen Version der Berichterstattung konfrontiert (vgl. Fußnote 4). In beiden Fällen offenbarten sich bei dem überwiegenden Teil der Befragten entweder keine oder falsche Erinnerungen an den tatsächlichen Gang der Ereignisse: Bei den Hitler-Tagebüchern wussten immerhin 40 Prozent der Befragten ($n=423$), dass der „Stern“ behauptet hatte, Hitler habe die Tagebücher selbst geschrieben. 25 Prozent glaubten, der „Stern“ habe die Fälschung aufgedeckt, und 36 Prozent gaben zu, es nicht zu wissen.⁵ Dass gut 60 Prozent der Befragten sich an den größten Skandal der neueren deutschen Mediengeschichte nicht oder falsch erinnern, ist erstaunlich, weil dieser zum Zeitpunkt der Befragung sein 25-jähriges „Jubiläum“ feierte und Gegenstand vieler aktueller Berichte und Reportagen war.⁶ Selbst wenn man nicht Zeuge der damaligen Ereignisse war oder die Fakten vergessen hatte, gab es im Jahr 2008 im Vorfeld und während des Befragungszeitraums ausreichend Gelegenheit, an Informationen zum Fall zu gelangen.

Beim weitaus weniger prominent diskutierten Fall der Worms-Prozesse sagten insgesamt 83 Prozent der Befragten ($n=424$), sie wüssten nicht mehr, wie das Gerichtsverfahren ausgegangen sei. Immerhin 13 Prozent erinnerten sich richtig (Freispruch), nur 5 Prozent falsch. Daraus folgt erneut: Große Teile der Bevölkerung haben zu prominenten und zu ihrer Zeit viel diskutierten Berichterstattungswellen, in deren Rahmen die Medien Darstellungen publizierten, die sich später als falsch herausstellten, keine oder falsche Erinnerungen.⁷

5 Werte oberhalb von 100 Prozent ergeben sich aufgrund von Rundungen (gilt für alle folgenden Ausführungen).

6 Der Skandal erstreckte sich im Wesentlichen auf die Zeit vom 25. April bis 5. Mai 1983. 25 Jahre später erschienen „Jubiläumsberichte“ (vgl. Welt-Online 2008) und „Jubiläums-Literatur“ (vgl. Seufert 2008).

7 Das Unwissen bei Mehrheiten von Befragten bleibt auch bestehen, wenn man Soziodemographika oder Mediennutzungsverhalten berücksichtigt: So wurde untersucht, ob ein Zusammenhang zwischen der Erinnerung und (a) Alter, Bildung und Geschlecht sowie (b) Fernsehnutzungsdauer, Nutzung politischer Magazine („Spiegel“, „Focus“) und Internet-Nutzung besteht. Weiterhin wurde versucht, auf Basis von Soziodemographika bzw. Mediennutzungsmustern multivariate Erklärungsmodelle für unterschiedliche Erinnerungsniveaus zu entwickeln. Doch weder Soziodemographika noch Mediennutzungsmuster hängen signifikant mit der Erinnerung an die Medienfehler zusammen.

Befunde II: „Grundvertrauen“ trotz Medien-Fehlern?

Welchen Einfluss hat nun die korrekte Erinnerung an Fehler in der Berichterstattung auf das Vertrauen in die Medien? Vertraut der kleinere Teil der Befragten, der sich korrekt an einen oder mehrere der Fälle erinnert, möglicherweise den Medien weniger als all diejenigen, die keine Erinnerungen haben oder den falschen Medienberichten Glauben schenkten? Wenn für die Beziehung zwischen Rezipienten und Medien gilt, was auch für andere Beziehungen gilt, dann müssten Zweifel an der Vertrauenswürdigkeit der einen Seite – gesetzt, Falschberichte der Medien werden als solche wahrgenommen und bewertet – zu Vertrauensverlusten bei der anderen Seite führen. Vergleicht man diejenigen Befragten, die bei den einzelnen Fallbeispielen richtige Erinnerungen zu Protokoll gaben, mit denjenigen, die falsche Erinnerungen wiedergaben bzw. „Weiß nicht“ antworteten, fällt zweierlei auf (vgl. Tab. 2): Erstens macht es keinen – zumindest keinen statistisch signifikanten – Unterschied, ob Befragte sich an Falschberichte der Medien erinnerten oder nicht; die Mittelwerte auf dem Vertrauensindex sind überall nahezu identisch. Zweitens fallen die Vertrauenswerte durchgängig recht hoch aus, was darauf hinweist, dass ein gewisses Grundvertrauen unter den Befragten vorherrscht: Bei allen vier Fallbeispielen bekundeten diejenigen mit richtigen Erinnerungen an die Fakten ein ähnlich hohes Maß an „Grundvertrauen“ in die Medien, wie diejenigen, die die falsche Version zu Protokoll gaben oder sich laut eigener Auskunft nicht mehr an die Fakten erinnerten. Daraus kann man folgern, dass die Erinnerung an falsche Berichte in den Medien – operationalisiert über das korrekte Faktengedächtnis – keinen Einfluss auf das grundsätzlich vorhandene Maß an Medienvertrauen zu haben scheint. Anscheinend vertrauen viele Menschen den Medien, einerlei ob sie sich an Fälle erinnern, in denen die Medien falsch berichteten, oder nicht, einerlei ob sie die falsche Version der Fallbeispiele im Gedächtnis hatten, keine Fakten mehr abrufen konnten oder sich korrekt an den Hergang bzw. das Ergebnis der Fälle erinnerten.

Um zu prüfen, ob die formulierte Schlussfolgerung haltbar ist und das „Grundvertrauen“ in die Medien in der Tat erfahrungsunabhängig ist, wurde in einem nächsten Schritt für alle vier Fälle einzeln geprüft, ob sich der „fehlende“ Zusammenhang zwischen Erinnerungsniveau und Vertrauen nicht doch einstellt, wenn man Soziodemographika (z. B. Alter) bzw. Mediennutzungsmuster (z. B. TV-Konsum) bemüht. Allerdings wurden keine relevanten (signifikanten) Zusammenhänge gefunden – die hohen Vertrauenswerte bleiben konstant: Durchgän-

gig geben große Mehrheiten der Befragten an, den Medien im Großen und Ganzen zu vertrauen. Entgegen den Erwartungen scheint das Vertrauen bei denjenigen sogar größer zu sein, die sich besser an die Fakten erinnern können und nicht die falschen (Medien-)Versionen der Ereignisse wiedergaben.

Fall	Mittelwert Vertrauensindex (0-10)	n
Brent Spar: Korrekte Erinnerung	6,6	15
Brent Spar: Falsche Erinnerung	6,6	41
Brent Spar: Weiß nicht	6,7	231
Sebnitz: Korrekte Erinnerung	6,7	61
Sebnitz: Weiß nicht	6,6	55
Worms-Prozesse: Korrekte Erinnerung	6,7	49
Worms-Prozesse: Falsche Erinnerung	6,1	21
Worms-Prozesse: Weiß nicht	6,7	335
Hitler-Tagebücher: Korrekte Erinnerung	6,8	166
Hitler-Tagebücher: Falsche Erinnerung	6,6	102
Hitler-Tagebücher: Weiß nicht	6,6	148

Tab. 2: Erinnerung an Fallbeispiele und Vertrauen in die Medien

Lesehilfe: Je höher die Werte auf dem Vertrauensindex, desto höher das Vertrauen in die Medien (0 = gar kein Vertrauen, 10 = vollstes Vertrauen).

Brent Spar: $F = .0$; $\eta^2 = .00$; $p = \text{n.s.}$; Sebnitz: $F = .1$; $\eta^2 = .00$; $p = \text{n.s.}$ („falsche Erinnerung“ wegen zu niedriger Fallzahlen nicht ausgewiesen); Worms-Prozesse: $F = 2.3$; $\eta^2 = .01$; $p = \text{n.s.}$; Hitler-Tagebücher: $F = 1.0$; $\eta^2 = .01$; $p = \text{n.s.}$

Befunde III: Vergessen oder Vergeben?

Dass auf die beschriebene Weise kein Zusammenhang zwischen der Erinnerung an Fehler der Medien und dem Vertrauen in die Medien nachgewiesen werden konnte, bedeutet allerdings nicht, dass es kein Bewusstsein für mögliche Fehler der Medien gibt – und dass dieses Bewusstsein nicht doch Bedeutung für das Vertrauen in die Medien hat. Sicher kann man gegen die Verwendung der Fallbeispiele und die Fragestrategie Einwände vorbringen: Die Beispiele liegen teils weit in der Vergangenheit, und selbst wenn die Befragten sich dennoch an die Beispiele und die zentralen Fakten erinnern, bedeutet das noch nicht, dass ihnen auch bewusst ist, dass einige Medien jeweils fehlerhaft berichteten. Es ist durchaus möglich, dass die Befragten z. B. falsche Erinnerungen zu Protokoll geben, ohne dass ihnen klar ist,

dass es sich dabei um die jeweils in den Medien dominierenden Versionen der Geschichte handelte. Überdies kann es durchaus sein, dass sie nie erfahren haben oder ihnen nie bewusst wurde, dass diese Versionen falsch waren. Zudem kann der ein oder andere Befragte auch geraten haben. Kurz: Die Befunde zeigen zwar, dass die Menschen sich an prominente Fälle von Falschdarstellungen in den Medien überwiegend nicht erinnern – ein Bewusstsein für Fehler der Medien lässt sich auf dem beschriebenen Weg nicht nachweisen.

Wie im Methodenteil dargelegt, wurde zur Untersuchung der zweiten Annahme, wonach Menschen weniger Vertrauen in die Medien haben, wenn sie sich (unabhängig von der eigenen Erinnerung) möglicher Fehler der Medien bewusst sind, eine zweite Batterie von Fragen entwickelt (vgl. Fußnote 4). Die Antworten ergeben ein differenziertes Bild: Mehr als zwei Drittel der Befragten (69 Prozent; $n=850$) sind der Auffassung, dass Fehler der Medien häufiger vorkommen und keine Ausnahme sind. Selbst wenn die Details einzelner Falschdarstellungen vergessen werden, besteht ein breiter Konsens dahingehend, dass die Medien häufig falsche Berichte publizieren. Deutlich fällt auch das Urteil der Befragten aus, ob solche Fehler der Medien auf das Konto einzelner Journalisten gehen oder ob es sich dabei um ein generelles Problem der Medien handelt: Die Befragten weisen die Schuld an Fehlleistungen der Medien mehrheitlich nicht den Journalisten zu (41 Prozent), sondern halten sie für ein grundsätzliches Problem der Medien (59 Prozent; $n=850$). Eine Mehrheit der Befragten hält die Fehler der Medien für bedauerliche Irrtümer (56 Prozent); eine Minderheit meint, dass Fehler nicht passieren dürften und mit einfachen Irrtümern nichts zu tun haben (44 Prozent; $n=850$). Bestätigt wird dieses differenzierte Bild durch die ergänzende Frage zur Angemessenheit der Politikdarstellung der Medien: Zwar sind nur 8 Prozent der Befragten der Auffassung, die Politik werde in den Medien falsch dargestellt, während 21 Prozent die Politikdarstellung der Medien für grundsätzlich korrekt hält. Aber 71 Prozent äußern durchaus gemischte Eindrücke und gehen davon aus, es gäbe fallweise richtigere und falschere Darstellungen in den Medien ($n=850$).

Man kann festhalten, dass jeweils Mehrheiten von Befragten davon ausgehen, dass die Darstellung der Medien, etwa im Bereich der Politikdarstellung, bisweilen fehlerhaft ist, dass Fehler zudem häufig geschehen, dass diese Fehler systemimmanent und nicht individuell verursacht sind und dass sie zugleich bedauerlich und mehr oder weniger entschuldbar sind. Es mag also in der Tat so sein, dass viele Medienrezipienten sowohl einzelne Fehler von Medien als auch da-

mit verbundene Fakten vergessen. Daraus folgt jedoch nicht, dass sie sich nicht bewusst sind, dass solche Fehler passieren – das Gegenteil ist der Fall. An diese Befunde schließen sich wichtige Fragen an: Besteht zwischen dem Bewusstsein und der Beurteilung von Medienfehlern einerseits und dem Vertrauen in die Medien andererseits eine Beziehung? Wie kann man erklären, dass die Mehrheit der Befragten die in ihren Augen durchaus häufigen Fehler für entschuldigbar, für „bedauerliche Irrtümer“ hält? Und: Kann die Einstellung zu Fehlleistungen der Medien das Vertrauen in die Medien umfänglich erklären?

Fall	Mittelwert Vertrauensindex (0-10)	n
Medien stellen Politik richtig dar. Mal so, mal so. Kommt darauf an.	7,2 ^a 6,6 ^b	168 573
Medien stellen Politik falsch dar.	5,8 ^c	64
Fehler sind Ausnahme. Fehler kommen häufiger vor.	7,3 ^a 6,4 ^b	252 547
Fehler sind Schuld einzelner Journalisten. Fehler sind generelles Problem der Medien.	7,1 ^a 6,4 ^b	321 472
Fehler sind entschuldigbar. Fehler sind unentschuldigbar.	6,9 ^a 6,3 ^b	447 368

Tab. 3: Einstellung zu Fehlern und Vertrauen in die Medien

abc Die Werte unterscheiden sich signifikant voneinander, wenn sie verschiedenen Superskripten angehören.

Lesehilfe: Je höher die Werte auf dem Vertrauensindex, desto höher das Vertrauen in die Medien (0 = gar kein Vertrauen, 10 = vollstes Vertrauen).

Realitätstreue der Politikdarstellung: $F = 28.7$; $\eta^2 = .07$; $p < .001$; Ausnahme vs. häufiger: $T = 9.2$; $\eta^2 = .10$; $p < .001$; Schuld einzelner vs. generelles Problem: $T = 7.5$; $\eta^2 = .07$; $p < .001$; entschuldigbar vs. unentschuldigbar: $T = 4.3$; $\eta^2 = .03$; $p < .001$.

Die Antworten auf die erste Frage fallen eindeutig aus (vgl. Tab. 3). Der Zusammenhang zwischen der Beurteilung von Medienfehlern und dem Vertrauen in die Medien ist durchgängig klar und statistisch signifikant. Diejenigen, die die Politikdarstellung der Medien für korrekt halten, äußern ein höheres Maß an Vertrauen als diejenigen, die ein negatives oder gemischtes Bild von der Politikdarstellung der Medien haben. Diejenigen, die Fehler für Ausnahmen halten, haben mehr Vertrauen in die Medien, als diejenigen, die von häufigen Fehlern in den Medien ausgehen. Diejenigen, die hinter den Fehlern individuelles Versagen von einzelnen Journalisten vermuten, zeigen mehr Vertrauen

als diejenigen, die ein generelles Problem der Medien hinter alledem vermuten. Diejenigen schließlich, die Medienfehler für bedauerliche Irrtümer halten, haben größeres Vertrauen in die Medien, als diejenigen, die Fehler unentschuldig finden und meinen, dass sie nicht passieren dürften. Was allerdings auch hier – wie zuvor – ins Auge fällt. Das Grundvertrauen in die Medien bleibt davon im Wesentlichen unberührt. Selbst die kritischen Befragten äußern fast durchgängig ein überdurchschnittlich hohes Vertrauensniveau.

Hinsichtlich der Bewertung von Medienfehlern kann man theoretisch zwei unterschiedliche Typen von Menschen unterscheiden: einen Typ, der die Berichterstattung der Medien im Großen und Ganzen für korrekt und Fehler für Ausnahmen hält, einzelnen Journalisten die Schuld gibt und der Auffassung ist, dass Fehler bedauerlich und entschuldigbar seien (im Folgenden „Niedriges Fehlerbewusstsein“), und einen Typ, der die Berichterstattung der Medien nicht so optimistisch beurteilt, eine hohe Fehlerfrequenz vermutet, ein systemisches Problem dahinter erkennt und zugleich die Fehlleistungen der Medien für unentschuldig hält (im Folgenden „Hohes Fehlerbewusstsein“). Vergleicht man diese beiden Gruppen mit unterschiedlichen Haltungen zu Medienfehlern miteinander, so zeigt es sich, dass Frauen weniger stark bereit sind, den Medien ihre Fehler zu „vergeben“ als Männer (37 Prozent vs. 49 Prozent; $V=.124$; $p<.001$; $n=747$). Weiterhin zeigt sich, dass der Anteil derer, die Medienfehler in milderem Licht sehen, mit dem Alter ansteigt (18-25 Jahre: 38 Prozent vs. 60+ Jahre: 55 Prozent; $\rho=.139$; $p<.001$; $n=751$). Höher Gebildete bewerten jedoch Medienfehler nicht signifikant anders als niedriger Gebildete ($\rho=.006$; $p=n.s.$; $n=748$). Betrachtet man das Mediennutzungsverhalten der Befragten, so zeigt sich, dass der Anteil derer, die Medienfehler milder beurteilen, mit der durchschnittlichen täglichen Fernsehdauer kontinuierlich ansteigt: von 23 Prozent unter den TV-Abstinente bis zu 58 Prozent unter den Vielsehern, die täglich mehr als vier Stunden fernsehen ($\rho=.148$; $p<.05$; $n=752$). Die Internet-Nutzung ($\rho=.056$; $p=n.s.$; $n=753$) oder die regelmäßige Lektüre von politischen Magazinen ($\rho=.011$; $p=n.s.$; $n=753$) hat jedoch keinen signifikanten Einfluss auf die Bewertung von Medienfehlern. Zusammengefasst gehören also eher Ältere, Männer und Vielseher zur Gruppe derer, die Fehlleistungen der Medien milder beurteilen, während eher Jüngere, Frauen und Wenigseher zu kritischeren Urteilen neigen.

Der Hinweis, dass regelmäßiger TV-Konsum die Bereitschaft erhöht, Fehler der Medien zu vergeben, mag als mögliche Erklärung dafür dienen, dass bestimmte Befragte die in ihren Augen durchaus

häufigen Fehler für entschuldbar, für „bedauerliche Irrtümer“ halten. Doch damit ist die zweite, zu Beginn dieses Kapitels formulierte Frage nach den Gründen für die „Vergebung“ nicht beantwortet. Ein Grund dafür, dass viele Befragte Fehler der Medien für häufig aber durchaus entschuldbar halten, mag das Image der Medien in breiten Kreisen der Bevölkerung sein: Medien werden üblicherweise als unabhängige, dem Gemeinwohl verpflichtete Kontrollinstanz betrachtet, die den Mächtigen auf die Finger klopft, sowie als unverzichtbare Informationsquelle für alle Belange des Lebens. Kohut und Toth (1998) argumentieren, dass die Kritik an den Medien (in den USA) u. a. dadurch neutralisiert wird, dass ihnen die Funktion eines „watch dogs“ in der Gesellschaft zugeschrieben wird. Falls die Sichtweise, die Medien dienen grundsätzlich dem Gemeinwohl oder höheren Zwecken und erfüllten eine wichtige Funktion in der Gesellschaft, in der Bevölkerung weit verbreitet wäre, könnte dies in der Logik attributionstheoretischen Denkens eine mögliche Erklärung dafür sein, dass ihnen Fehler eher vergeben werden: Fehlleistungen würden im Kontext des eigentlichen, gemeinwohlorientierten Auftrages betrachtet und bewertet, sie könnten entsprechend als weniger schlimm beurteilt werden, weil sie ja grundsätzlich nicht aus negativen (z. B. egoistischen) Motiven entstanden wären, sondern nur bedauerliche Irrtümer darstellten. Um diese Annahmen prüfen zu können, wurden die Befragten gebeten, wichtige gesellschaftliche Akteursgruppen (auch Journalisten) dahingehend zu beurteilen, ob diese eher dem Gemeinwohl oder eher Eigeninteressen dienen.

Vergleicht man die Gruppe mit niedrigem Fehlerbewusstsein, also diejenigen Befragten, die ein eher mildes Urteil über die Fehlleistungen der Medien abgegeben haben, mit der Gruppe mit hohem Fehlerbewusstsein, also denjenigen Befragten, die weniger stark bereit waren, Medienfehler zu vergeben, offenbart sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen dieser Haltung zu Fehlern der Medien und dem Image der Journalisten als Dienstleister am Gemeinwohl: Diejenigen Befragten, die falsche Berichte als eher seltenes Phänomen betrachteten, eher auf individuelle Fehlleistungen zurückführten und eher für bedauerliche Irrtümer hielten, waren mehrheitlich der Meinung, dass Journalisten dem Gemeinwohl dienen (52 Prozent), während kritischere Befragte, die von einer größeren Fehlerhäufigkeit ausgingen, generelle Ursachen hinter Fehlern vermuteten und bekundeten, dass solche Fehler „nicht passieren dürften“, zu mehr als zwei Dritteln sagen, Journalisten dienen eher Eigeninteressen (69 Prozent; $V=.206$; $p<.001$; $n=684$).

Frage: „Ich nenne Ihnen jetzt einige Berufe. Wer vertritt Ihrer Meinung nach eher die Interessen des Gemeinwohls und wer vertritt eher eigene Interessen?“		
	„Journalisten dienen eher dem Gemeinwohl“ (n = 390) %	„Journalisten dienen eher Eigeninteressen“ (n = 294) %
Hohes Fehlerbewusstsein	49	69
Niedriges Fehlerbewusstsein	52	31
Gesamt	101	100

Tab. 4: Einstellung zu Fehlern und Image der Medien

Basis: 684 Befragte, die Angaben zur Haltung zur Fehlleistungen der Medien gemacht und die Frage zum Image des Journalistenberufs beantwortet haben. $p < .001$.

Der Schluss liegt nahe, dass ein Gutteil des milden Urteils derer, die Medienfehler für bedauerliche, verzeihbare Irrtümer halten, nicht allein auf habitualisierten TV-Konsum zurückgeführt werden kann. Vielmehr scheint mit der milden Einstellung gegenüber Fehlern in den Medien ein insgesamt positiveres Bild von der Funktion der Medien in der Gesellschaft zu korrespondieren: Menschen, die ein positives Medienimage haben, verzeihen den Medien Fehler eher als Menschen mit negativem Medienimage. Diese Schlussfolgerung stützt sich zwar nur auf einen einzigen Indikator, ist aber angesichts des fast diametral entgegengesetzten Urteils des kritischeren Teils der Befragten und angesichts existierender Belege (vgl. z. B. Kohut/Toth 1998) durchaus plausibel.

Abschließend steht noch die Antwort auf die Frage aus, inwiefern die beschriebenen Einstellungsmuster gegenüber Fehlleistungen der Medien das allgemeine Vertrauen in die Medien erklären können: Der Zusammenhang zwischen den Einschätzungen der Befragten hinsichtlich der Angemessenheit der Mediendarstellung, der Frequenz und Ursache von Fehlern sowie der Frage, ob Fehlleistungen der Medien entschuldbar sind oder nicht, ist offensichtlich – und in jedem einzelnen Fall statistisch signifikant. Kann aber die Haltung gegenüber Medienfehlern das Zustandekommen von allgemeinem Medienvertrauen umfänglich erklären? Betrachtet man die verschiedenen Facetten des oben beschriebenen Einstellungsmusters (also die verschiedenen zur Messung der Einstellung herangezogenen Indikatoren) gemeinsam mithilfe einer Regressionsanalyse, zeigt sich: Die – auf Basis bivariater Betrachtungen – konstatierten signifikanten Zusammenhänge zwischen dem Fehlerbewusstsein und dem Medienvertrauen finden sich bei multivariater Betrachtung für jede einzelne Einstellungs-

dimension statistisch signifikant wieder. Die multivariate Betrachtung bestätigt auch, dass die Haltung gegenüber Fehlleistungen der Medien – ob diese beispielsweise häufig, systematisch und unentschuldigbar sind oder nicht – mit dem Vertrauen in die Medien zusammenhängt ($r^2 = .251$). Um Vertrauen in die Medien umfassend erklären zu können, leistet die Haltung zu Medienfehlern anscheinend einen zu kleinen Beitrag. Gleichwohl lässt sich ein Teil des Medienvertrauens auf diese Weise erklären.

Zusammenfassung

In der Gesamtschau lassen sich die Befunde dieses Beitrages wie folgt zusammenfassen:

- Direkt nach vier bekannten Fällen von Falschdarstellungen in den Medien gefragt, offenbarten sich bei großen Teilen der Befragten keine oder falsche Erinnerungen. Dabei spielt weder die Form der Frage noch die Ursache des festgestellten Unwissens eine entscheidende Rolle.
- Egal ob die Befragten sich (korrekt) an die einzelnen Fälle erinnerten oder nicht, sie äußerten allesamt ein ähnlich hohes Maß an Vertrauen (Vertrauensindex 0-10: \bar{X} 6,6). Die Erinnerung an falsche Berichte in den Medien hat offenbar keinen Einfluss auf das grundsätzlich vorhandene Medienvertrauen.
- Unabhängig davon, ob sich die Befragten an Falschdarstellungen in den Medien erinnerten oder nicht, gaben jeweils Mehrheiten von Befragten an, dass die Darstellung der Medien häufig fehlerhaft sei, dass Fehler zugleich bedauerlich und mehr oder weniger entschuldigbar seien. Aus der fehlenden Erinnerung an Einzelfälle folgt also nicht, dass die Befragten kein Bewusstsein von und keine Haltung zu Fehlern in den Medien haben.
- Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Beurteilung von Medienfehlern und dem Vertrauen in die Medien: Befragte, die von einer hohen Fehlerhäufigkeit ausgehen, systemische Hintergründe vermuten und Fehler für unentschuldigbar halten (hohes Fehlerbewusstsein; Vertrauensindex 0-10: 6,3), äußern signifikant weniger Vertrauen als Befragte, die Fehler für ein seltenes und entschuldigbares individuelles Versagen halten (niedriges Fehlerbewusstsein; Vertrauensindex 0-10: 7,1). Doch geben selbst Skeptiker mehrheitlich an, dass sie eher den Medien vertrauen – auch hier bestätigt sich der Befund, dass die Mehrheit ein gewisses Grundvertrauen in die Medien mitbringt, und es scheint, dass Medienfehler von den meisten Menschen vergeben werden.

- Eine Erklärung für diese Vergebungsbereitschaft mag im Image der Medien begründet sein: Die Mehrheit der Befragten attestiert den Medien einen Dienst am Gemeinwohl, diese Befragten neigen eher dazu, falsche Berichte als seltenes Phänomen und als bedauerliche Irrtümer zu betrachten. Eine Minderheit der Befragten unterstellt den Medien die Verfolgung von Eigeninteressen, entsprechend gehen sie von einer größeren Fehlerhäufigkeit aus und bekunden, dass solche Fehler „nicht passieren dürften“.
- Die Haltung gegenüber Fehlleistungen der Medien und das positive bzw. negative Bild von ihrer gesellschaftlichen Funktion hängen mit der Vertrauensattribution zusammen. Wer ein positives Bild von den Medien hat, neigt eher dazu Medienfehler zu vergeben und weist in der Regel ein höheres Medienvertrauen auf. Allerdings erklärt dieses einheitliche und in seinen Teilen signifikante Muster die allgemeine Vertrauensattribution nicht vollständig. Es müssen also – neben der Haltung gegenüber Medienfehlern und dem Image der Medien – weitere (psychologische) Ursachen für Medienvertrauen existieren.

Fazit und Diskussion

Diese explorative Studie hat einige Befunde zu Tage gefördert, die Relevanz für die Frage nach dem Vertrauen in die Medien haben. Allerdings lassen sich auf zwei wichtigen Ebenen Einwände gegen die vorgebrachten Schlussfolgerungen vorbringen: Erstens muss man hinsichtlich der Operationalisierung der unabhängigen Variablen konzedieren, dass die empirische Untersuchung des Erinnerungsvermögens von Befragten immer gewissen Problemen unterworfen ist. So ist es durchaus denkbar, dass einige derer, die sich korrekt an Fakten zu den einzelnen Fallbeispielen erinnerten, nur richtig geraten haben. Weiterhin ist es denkbar, dass diejenigen, die korrekte Versionen der in den Medien berichteten Ereignisse im Gedächtnis hatten, damit nicht zwangsläufig Fehler der Medien in Verbindung bringen. Selbst wenn man mit den vorgestellten Fragemodellen die vorhandenen Erinnerungen zu den Fallbeispielen angemessen erhoben haben sollte, bedeutet das nicht, dass damit auch eine Schuldzuweisung für Falschdarstellungen verbunden ist. Gleichwohl ist die Schlussfolgerung, dass große Teile der Befragten sich nicht an die Fälle bzw. nicht an die korrekten Versionen der Ereignisse erinnern, korrekt.

Zweitens muss man hinsichtlich der Interpretation der Daten konzedieren, dass das Urteil, den Medien würden Fehlleistungen u. a. deshalb verzeihen, weil ihnen im Großen und Ganzen ein Dienst am Gemeinwohl unterstellt wird, nur auf einen einzelnen Indikator

(„Gemeinwohl vs. Eigeninteressen“) beruht. Auch muss man darauf verweisen, dass die Feststellung, die jeweilige verzeihende oder unversöhnliche Haltung zu Medienfehlern habe einen Einfluss auf die Attribution von Vertrauen, insgesamt nur einen eingeschränkten Beitrag zur Erklärung des in der Bevölkerung vorhandenen Medienvertrauens leisten kann – der errechnete Regressionswert ist nicht besonders hoch. Dies ist angesichts der Komplexität des Themas Vertrauen nicht verwunderlich, aber auch nicht weiter problematisch, schließlich sind die Befunde aussagekräftig genug, um einen Beitrag zur Diskussion des für die moderne Gesellschaft wie auch die Kommunikationswissenschaft wichtigen Themas Medienvertrauen zu leisten.

So drängt sich angesichts der beschriebenen Befunde die Frage auf, ob den Medien im Konzert der gesellschaftlichen Akteure nicht doch eine Sonderrolle zukommt, die sie gegen die bei anderen Akteuren und Institutionen (z. B. aus Politik und Wirtschaft) akut und chronisch progredierenden Vertrauensverluste immunisiert. Es könnte durchaus sein, dass die Funktion und Arbeitsweise der Medien – verglichen mit anderen gesellschaftlichen Institutionen – anderen Beurteilungskriterien unterliegt oder mit anderen Erwartungen von Seiten der Bürger korrespondieren. Vielleicht ist das Vertrauen in die Medien deshalb relativ hoch, weil die Medien als Konkurrenz oder Komplementärinstanz zu anderen gesellschaftlichen Instanzen betrachtet werden. Vielleicht ist aber auch die Erwartung an die Medien eine andere: Wenn man ohnehin davon ausgeht, dass Fehler passieren können, man aber meist weniger schlimme Folgen als bei Fehlern von anderen Akteuren erwartet und zugleich annimmt, dass alle Leistungen der Medien, auch ihre Fehlleistungen, letztlich aus deren Dienst am Gemeinwohl resultieren, dann wird es einfacher, Fehler zu entschuldigen. Das Fazit dieses Beitrags mag also lauten: Die Fehlleistungen der Medien werden, ob vergessen oder nicht, zumindest in vielen Fällen vergeben – das positive Image der Medien mag ein Grund dafür sein. Doch es sind weitere Forschungsanstrengungen nötig, um ein klareres Bild zu bekommen.

Literatur

- Baier, Annette (2001): Vertrauen und seine Grenzen. In: Hartmann, Martin/Offe, Claus (Hg.): Vertrauen. Die Grundlage des sozialen Zusammenhalts. Frankfurt am Main, New York, S. 37-84.
- Bennet, Stephen Earl/Rhine, Staci L./Flickinger, Richard S. (2001): Assessing Americans' Options about the News Media's Fairness in 1996 and 1998. In: Political Communications, 18. Jg., S. 163-182.

- Bentele, Günter (1993): Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit? Einige Anmerkungen zum Konstruktivismus und Realismus in der Kommunikationswissenschaft. In: Bentele, Günter/Rühl, Manfred (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. München, S. 152-171.
- Bentele, Günter (1998): Vertrauen/Glaubwürdigkeit. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Opladen, S. 305-311.
- Berens, Harald (2001): Prozesse der Thematisierung in publizistischen Konflikten. Ereignismanagement, Medienresonanz und Mobilisierung der Öffentlichkeit am Beispiel von Castor und Brent Spar. Wiesbaden.
- Bishop, Robert L./Schultz, Sue A. (1967): The Credibility Gap. Is it Widening? In: Journalism Quarterly, 44. Jg., S. 740f.
- Blood, Deborah J./Phillips, Peter C. B. (1997): Economic Headline News on the Agenda: New Approaches to Understanding Causes and Effects. In: McCombs, Maxwell/Shaw, Donald L./Weaver, D. (Hg.): Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda Setting Theory. Mahwah, S. 97-113.
- Cappella, Joseph N./Jamieson, Kathleen Hall (1997): Spiral of Cynicism. The Press and the Public Good. New York.
- Daschmann, Gregor (2001). Der Einfluss von Fallbeispielen auf Leserurteile. Experimentelle Untersuchungen zur Medienwirkung. Konstanz.
- Donsbach, Wolfgang (1999): Sieg der Illusion. Wirtschaft und Arbeitsmarkt in der Wirklichkeit und in den Medien. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Kepplinger Hans Mathias/Donsbach, Wolfgang (Hg.): Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998. Freiburg, München, S. 44-77.
- Donsbach, Wolfgang/Willkommen, Anja (2001): Störfall im Mediensystem. Wie die Medien über die Vorkommnisse in Sebnitz berichteten. Wissenschaftliche Zeitschrift TU Dresden, 50. Jg., S. 20-26.
- Dederichs, Andrea (1997): Vertrauen als affektive Handlungsdimension. Ein emotionssoziologischer Bericht. In: Schweer, Martin K. W. (Hg.): Vertrauen und soziales Handeln. Facetten eines alltäglichen Phänomens. Neuwied, Berlin, S. 62-77.
- Dernbach, Beatrice/Meyer, Michael (Hg.) (2005): Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven. Wiesbaden.
- Fishman, Mark (1978): Crime Waves as Ideology. In: Social Problems, 25. Jg., H. 5, S. 531-543.
- Friedrichsen, Gisela (1997): Strafjustiz „Gut gemeint, schlecht gemacht“. In: Der Spiegel, Nr. 26, S.78f.
- Gambetta, Diego (2001): Können wir dem Vertrauen vertrauen? In: Hartmann, Martin/Offe, Claus (Hg.): Vertrauen. Die Grundlage des sozialen Zusammenhalts. Frankfurt am Main.
- Gaziano, Cecile/McGrath, Kristin (1986): Measuring the Concept of Credibility. In: Journalism Quarterly, 44. Jg., S. 451-467.

- Gaziano, Cecile (1988): How Credible is the Credibility Crisis? In: *Journalism Quarterly*, 65. Jg., S. 267-278.
- Kalt, Gero (Hrsg.) (1993): *Schlecht informiert. Wie die Medien die Wirklichkeit verzerren. Eine Fallsammlung.* Frankfurt am Main.
- Kepplinger, Hans Mathias (1989): *Künstliche Horizonte. Folgen, Darstellungen und Akzeptanz von Technik in der Bundesrepublik.* Frankfurt am Main.
- Kepplinger, Hans Mathias (1993): Erkenntnistheorie und Forschungspraxis des Konstruktivismus. In: Bentele, Günter/Rühl, Manfred (Hg.): *Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven.* München, S. 118-125.
- Kepplinger, Hans Mathias/Knirsch, Kerstin (2002): Erlaubte Übertreibungen. In: Nawratil, Ute/Schönhagen, Philomen/Starkulla jr., Heinz (Hg.): *Medien und Mittler sozialer Kommunikation. Beiträge zur Theorie, Geschichte und Kritik von Journalismus und Publizistik.* Leipzig, S. 265-274.
- Kepplinger, Hans Mathias (2005): *Die Mechanismen der Skandalierung. Die Macht der Medien und die Möglichkeiten der Betroffenen.* München.
- Kohring, Matthias (2004): *Vertrauen in Journalismus. Theorie und Empirie.* Konstanz.
- Kohut, Andrew/Toth, Robert C. (1998): The Central Conundrum: How Can the People Like What They Distrust? In: *The Harvard International Journal of Press and Politics*, 3. Jg., S. 110-117.
- Lerz, Michael (1996): *Skandalberichterstattung: Die Entwicklung des „Flüssigei-Skandals“ 1985 und der Fall Birkel.* Magisterarbeit München.
- Lewicki, Roy J./McAllister, Daniel J./Bies, Robert J. (1998): Trust and Distrust. *New Relationships and Realities.* In: *The Academy of Management Review*, 23. Jg., S. 438-458.
- Lewis, J. David/Weigert, Andreas (1985): Trust as a Social Reality. In: *Social Forces*, 63. Jg., S. 967-985.
- Lipset, Seymour M./Schneider, William (1987): *The Confidence Gap. Business, Labor and Government in the Public Mind.* Baltimore.
- Luhmann, Niklas (1989): *Vertrauen. Ein Mechanismus zur Reduktion sozialer Komplexität.* Stuttgart.
- Marsh, Harry L. (1991): A Comparative Analysis of Crime Coverage in Newspapers in the United States and Other Countries from 1960-1989. In: *Journal of Criminal Justice*, 19. Jg., S. 67-79.
- Moy, Patricia/Pfau, Michael (2000): *With Malice Toward All? The Media and Public Confidence in Democratic Institutions.* Westport.
- Müller-Ullrich, Burkhard (1998): *Medienmärchen. Gesinnungstäter im Journalismus.* München.
- Nawratil, Ute (1997): *Glaubwürdigkeit in der sozialen Kommunikation.* Wiesbaden.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Petersen, Thomas (2005): *Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie.* München.

- Noelle-Neumann, Elisabeth/Köcher, Renate (2002): Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie 1998-2002. München, Allensbach.
- Perloff, Richard M. (2003): The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century. Mahwah.
- Pfeiffer, Christian/Windzio, Michael/Kleimann, Matthias (2004): Die Medien, das Böse und wir. In: Monatsschrift für Kriminologie und Strafrechtsreform, 87. Jg., S. 415-435.
- Quiring, Oliver (2004): Wirtschaftsberichterstattung und Wahlen. Konstanz.
- Reitze, Helmut/Ridder, Christa-Maria (Hg.): Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005. Baden-Baden.
- Robinson, Michael J./Kohut, Andrew (1988): Believability and the Press. In: Public Opinion Quarterly, 52. Jg., S. 174-189.
- Schubert, Bianca (2000): Shell in der Krise. Zum Verhältnis von Journalismus und PR in Deutschland, dargestellt am Beispiel der „Brent Spar“. Münster, Hamburg.
- Schulz, Winfried (1989): Massenmedien und Realität. Die „ptolemäische“ und die „kopernikanische“ Auffassung. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen, S. 135-149.
- Sieverdingbeck, Detlef (1997): Kinderschänder-Prozess. Wie die Schläge eines Hammers. In: Focus, 13. Jg., S. 30.
- Seufert, Michael (2008): Der Skandal um die Hitler-Tagebücher. Frankfurt am Main.
- Simmel, Georg (1968): Soziologie. Untersuchung über die Formen der Vergesellschaftung. Berlin.
- Welt-Online: Medienskandal: So war das mit den Hitler-Tagebüchern. Abgerufen unter: www.welt.de/vermischtes/article1926069/So_war_das_mit_den_Hitler_Tagebuechern.html (16. März 2009).