

Unglaubwürdig/beleidigend: die Medienlandschaft

+++

Medien im Glaubwürdigkeitsstrudel

von Torben Grombery

Von Jahr zu Jahr büßen Medien in Deutschland immer mehr an Glaubwürdigkeit ein. Zeitungen und Zeitschriften liegen mittlerweile wie Blei in den Regalen. Der Verlust der Glaubwürdigkeit ist dramatisch.

- Anfang 2016 sprachen sich im INSA-Meinungstrend nahezu 70 Prozent der Deutschen offen gegen die GEZ-Zwangsgebühren und somit gegen die öffentlich-rechtlichen Medien aus.
- Und schon jeder Vierte gab unverblümt an, nicht mehr bezahlen zu wollen, weil er die Berichterstattung eben nicht mehr für neutral erachtet. Weitere Erhebungen zeichnen jetzt ein noch wesentlich düstereres Bild.

Die westlichen Medien befinden sich demnach nicht nur beim Thema Glaubwürdigkeit auch weiterhin im freien Fall. Wir alle können tagtäglich beobachten, wie die gedruckten Nachrichtenblätter wie Blei in den Regalen der Zeitungshändler und Kioske liegen bleiben.

Das hat vielfältige Gründe. Der gewichtigste Grund bleibt jedoch

- das stetig sinkende Vertrauen in die Mainstream-Medien. Die Hoffnungen auf eine korrekte und relativ wertneutrale Berichterstattung ohne Bevormundungs- und Erziehungscharakter schwinden fortwährend.

Das zumindest belegen jetzt weitere Erhebungen - diesseits wie jenseits des Atlantiks. Die *Gallup Organization* ist eines der führenden Markt- und Meinungsforschungsinstitute mit Sitz in der US-amerikanischen Hauptstadt Washington. Die renommierten Datenforscher haben unlängst ein vernichtendes Urteil in Bezug auf die Glaubwürdigkeit der westlichen Medien ermittelt. Das Ergebnis der jüngsten Gallup-Umfrage belegt: Nur noch 30 Prozent der Amerikaner glauben, dass ihnen die Printmedien und Fernsehnachrichten die Wahrheit servieren. Bei den Anhängern der Republikanischen Partei, in der Altersgruppe zwischen 18 und 49 und bei den Parteiunabhängigen fällt das Vertrauen in die Mainstream-Medien mitunter noch weitaus desaströser aus: 14 Prozent, 26 Prozent und 30 Prozent lauten die Zahlen für die aufgeführten Gruppen.

Gelenkte Berichterstattung

Die einzige Gruppe, unter deren Mitgliedern mit hauchdünner Mehrheit nach wie vor Vertrauen in diese Berichterstattung vorherrscht, sind die Anhänger der Demokraten — und das liegt nicht an dem inoffiziellen Wappentier der demokratischen Partei, dem Esel. Bei den Demokraten glauben, so die repräsentativen Gallup-Erhebungen, 51 Prozent der Befragten nach wie vor an einen hohen Wahrheitsgehalt in der Berichterstattung der Fernseh- und Printmedien.

Das Fazit des US-amerikanischen Ökonomen und Publizisten *Prof. Dr. Paul Craig Roberts* dazu lautet:

- ◆ *»Ältere US-Bürger, welche die Demokraten wählen, sind die letzte verbliebene Gruppe, die den etablierten Medien noch vertraut. Dieses irrtümliche Vertrauen basiert allerdings auf ihrer Sozialisation. Denn ältere Anhänger der Demokraten glauben ungefähr ähnlich an die Regierung wie die Anhänger der Republikaner an das evangelikale Christentum. So glaubt die gesetztere Generation von Demokraten noch fest daran, dass die damalige Regierung unter Führung von Präsident Roosevelt Amerika vor der Großen Depression gerettet hat. Da die Medienschaffenden unserer Zeit stramm mit der Regierung verbandelt sind, beeinflusst das Vertrauen in die Regierung auch das Vertrauen in ebenjene Medien, die der Regierung nahestehen. Da diese Generation aus leichtgläubigen Anhängern der Demokraten, die mit dem beschriebenen Mythos aufgewachsen ist, aussterben wird, werden die Vertrauensquoten der Demokraten absehbar ebenso auf das Niveau der Republikaner herabsinken.«*

Und weitere Faktoren, wie die permanent erstarkenden neuen »alternativen« Medien und modernen Kommunikationswege sind da noch nicht mit eingerechnet.

Auch in der Bundesrepublik sind die Vorwürfe gegen die althergebrachten Medienmacher äußerst vielfältig. Von »*Pinocchio-Presse*«, »*Lückenpresse*« über »*gelenkte Berichterstattung*« bis hin zur »*Lügenpresse*« reichen die Vorwürfe und Schimpfworte gegen die sogenannten etablierten und öffentlich-rechtlichen Medienhäuser.

So haben zwei Forscher vom *Institut für Wirtschaftsjournalismus der Universität im bayrischen Würzburg* unlängst festgestellt, dass

- schon 2015 mehr als 62 Prozent der Bürger im Alter von 25 bis 34 Jahren der hiesigen Presselandschaft in keinsten Weise mehr ihr Vertrauen schenken, ein alarmierender Anstieg innerhalb nur eines Jahres. 2014 war noch weniger als die Hälfte (47,1 Prozent) in dieser Altersgruppe skeptisch gegenüber der Berichterstattung der Medien eingestellt.

Für ihre Analyse griffen die beiden Forscher auf öffentlich zugängliches Datenmaterial wie das des Eurobarometers zurück. Dabei handelt es sich um eine alljährliche Befragung der Bevölkerung im Auftrag der *Europäischen Kommission*, die von unterschiedlichen Umfrageinstituten in den einzelnen Mitgliedsstaaten der EU durchgeführt wird. Entsprechend sollte diese Erhebung auch gewertet werden.

- Doch selbst ohne den unbekanntem Faktor »*Plus X*« sind die weiteren Allgemeindaten, also der Anteil der Deutschen, die der Presse insgesamt misstrauen, absolut verheerend.
- Von 2014 auf 2015 räumten die Demoskopien demnach für die Bundesrepublik Deutschland eine Steigerung von vier Prozent auf mittlerweile rund 50 Prozent ein.

Fast jeder zweite Bürger vertraut also seinen Medien nicht mehr. Auch hierbei spielt das Geschlecht eine weniger große Rolle.

Wir freuen uns auf die Werte für das laufende Jahr, die dann vielleicht geeignet sind, ein Umdenken in den Köpfen der Handelnden zu bewirken. Wetten sollten wir darauf indes nicht.

>>>

So beleidigen Zeitungen ihre Leser

Markus Gärtner

Haben die Deutschen kollektiv einen an der Waffel? Sind sie einfach nur dämlich? Mainstream-Medien und Politiker gefallen sich immer mehr darin, die Menschen in diesem Land exakt so zu diffamieren.

Das klingt dann in Berichten und Kommentaren der Mainstream-Presse etwa SO:

- ◆ Wir sind als Exportweltmeister nicht schlau genug, die Segnungen der Globalisierung zu verstehen.
- ◆ Wir haben die vielen Fachkräfte unter den Kriegsflüchtlingen und Wirtschaftsmigranten einfach nicht erkannt.
- ◆ Wir sind zu naiv, den *bösen Iwan* (Putin) zu durchschauen.
- ◆ Wir können nicht einmal vernünftige Anlageentscheidungen treffen, wenn wir unsere Ersparnisse in Wertpapiere investieren.

Schlimmer noch:

- ◆ Wir machen uns angesichts der blühenden Landschaften in Deutschland (Reichtum, wenig Arbeitslosigkeit, eine »Schwarze Null« im Bundeshaushalt sowie »glänzende Perspektiven«) einfach zu viele Sorgen.

Sind wir zu dumm zum Sparen?

Die Tageszeitung *Welt* befand vor wenigen Tagen, wir hätten von schlaudem Sparen »keine Ahnung«. Zu dumm zum Sparen also auch noch. Der Grund:

- Es gab eine Studie der Allianz. Die hat natürlich ein starkes Interesse daran, die deutschen Sparer in Aktien zu treiben. Denn damit erzielt sie mit den angelegten Beiträgen ihrer Kunden (in vielen Fällen dieselben) eine bessere Rendite.
- Diese Allianz bescheinigt den Deutschen, zu wenig vom Vermögen in Aktien anzulegen und damit »zuletzt rund 200 Milliarden Euro verschenkt« zu haben.

Ganz nebenbei:

- Die Tatsache, dass die Deutschen im internationalen Vergleich weniger Geld in Aktien anlegen, hat dazu geführt, dass die Ersparnisse hierzulande geringeren Schwankungen ausgesetzt sind als in vergleichbaren westlichen Ländern.

Und noch etwas:

- Der Vorwurf, den die Zeitung in dem Bericht erhebt, die Deutschen sparten sich um ihr Vermögen, er fällt allein auf den Autor zurück. Denn es sind die Notenbanken, die mit ultralockerer Geldpolitik die Zinsen dauerhaft zu Boden zwingen und die Ersparnisse der Deutschen pulverisieren helfen.

Natürlich erinnert sich keiner der vielen Journalisten, die über diese Allianz-Studie berichtet haben, dass sie in der *New Economy* zu Beginn des vergangenen Jahrzehnts Millionen Deutsche in riskante Papiere mit Firmen, die nur Versprechungen, aber noch keine Gewinne vorzeigen konnten, getrieben haben.

- Die Kampagne, die in einem finanziellen Blutbad endete, wurde damals flankiert von dem Schauspieler *Manfred Krug*. Dessen Telekom-Versprechungen transpor-

tierten die Massenmedien bis ins letzte Wohnzimmer, weil es ihren Werbekunden (*der Finanzwirtschaft*) so gefiel.

- Genauso an der Nase herumgeführt haben uns die Leitmedien vor der Finanzkrise 2008. Vor diesem Desaster wurden wir stets beruhigt, einen Immobiliencrash werde es nicht geben. Die Schlagzeilen von damals sind heute nur noch peinlich.

Aber zurück zu den »dummen« Deutschen.

- ◆ Das *Handeisblatt* beleidigt seine Leser als »*Nation der Geldglucken*«. Sie hätten eine paradoxe Angst vor Armut.
- ◆ Die *Welt* befindet: »*Die Deutschen sind ein Fall für den Psychoanalytiker*.«

Und warum das?

- ◆ Weil sie (obwohl grenzenlos export freudig) »*zu den größten Gegnern des Handelsabkommens zwischen der EU und den USA (TTIP) wurden*«. Diese Ablehnung habe jedoch »*kaum sachliche Gründe*« und liege in Wahrheit an »*einer kollektiven, sehr deutschen Angst*«.

Aha, eine Psychose also. Die können nicht ganz dicht sein, die Deutschen. Der wachsende und sachlich begründete Widerstand gegen TTIP, bei dem viele Journalisten lieber den Versprechungen und Zusicherungen von *Angela Merkel*, *Sigmar Gabriel* und anderen Lobbyisten vertrauen, wird bis hin zur *Augsburger Allgemeine* als »*seltsame Angst der Deutschen vor dem Freihandel*« beschrieben. Paranoia gegen etwas, das doch nur segensreich und alternativlos sein soll. Wie dumm muss man sein.

- ◆ Im Januar 2015 bezeichnete Gabriel während eines Abstechers zum Weltwirtschaftsforum in Davos die Deutschen sogar als »*reich und hysterisch*«, was die TTIP-Debatte schwierig mache.
- ◆ In der *Welt* (online) vom 27. April 2016 werden Politiker, die sich für TTIP aussprechen, mit dem Etikett »*liberal*« versehen, während die Deutschen pauschal als »*zu satt und bequem für den Welthandel*« abgekanzelt und diffamiert werden.

Besonders deutlich wurde die Verachtung der medialen Klasse für ihr eigenes Publikum am Beispiel der Flüchtlingskrise.

Die vielen bösen Ausländerhasser

Weil viele Deutsche die Willkommenskultur nicht wie die Pillen ihres Hausarztes schluckten, sondern hinterfragten und sich kritisch äußerten — sich gar von »*wutschnaubenden Besserdeutschen*« und zornigen Ausländerhassern im Internet vereinnahmen ließen, mahnte die *Huffington Post* zu Beginn der Flüchtlingswelle, »*Millionen Deutsche*« ließen sich »*von Rattenfängern für dumm verkaufen*«.

Selbst die Meinungsforscher stimmen in dieses infame Lied ein. Und die Zeitungen schreiben dann ausführlich und fleißig darüber, wenn so eine Nachricht kommt. Ein Beispiel:

- ◆ Eine Allensbach-Umfrage besagte vor wenigen Tagen, dass trotz sicherer Arbeitsplätze und materieller Zufriedenheit die Deutschen mit wenig Hoffnung in die Zukunft blickten.

Wie kann man nur so blöd sein, seine eigenen, glänzenden Perspektiven zu verschmähen, soll das wohl heißen.

❖ **Das ist das Niveau, auf dem Politiker und Medien mit ihren Wählern beziehungsweise mit ihrem Publikum kommunizieren.**

Ist es nicht konsequent, wenn derart beleidigte Menschen auf den Kauf solcher Printprodukte verzichten?

Quelle der beiden Beiträge: KOPP exklusiv Nr. 40/2016