

merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de

Elisa Eberle: Studie: Alles Fake?!

Beitrag aus Heft »2017/05 Self-Tracking. Lifelogging. Quantified Self.«

Der Grad des Vertrauens in die öffentlich-rechtlichen Medien ist in etwa mit dem in die Bundesregierung zu vergleichen. Damit ist er vor privaten Medien und deutlich hinter der Polizei angesiedelt – so ein Ergebnis der Studie Alles Fake?!. Ein Drittel spricht Fake News eine Bedeutung im deutschen Wahlkampf zu, ein Viertel sieht auch das Ergebnis als anfällig. Medial fühlt sich etwa ein Drittel politisch gut informiert. Fast genauso viele vermuten, dass in den Medien aus Gründen politischer Korrektheit nicht alles berichtet wird. Für politische Informationen sind das Fernsehen (73 %) und das Internet (61 %) die beliebtesten Quellen. Bei letzterem greifen die Befragten vor allem auf die Onlineangebote von Zeitungen (50 %) zurück. Am vertrauensvollsten erscheinen gedruckte Zeitungen sowie deren Online-Angebote, während Facebook und Twitter von den wenigsten als vertrauenswürdig angesehen werden. An Onlinediskussionen beteiligt sich knapp die Hälfte der sich online informierenden Personen – aktiv (10 %), passiv (35 %) –, vor allem Anhängerinnen und Anhänger von DIE LINKE, FDP und AfD.

Obwohl mehr als die Hälfte der Wahlberechtigten Fake News als altes Problem einschätzt, sieht knapp derselbe Anteil darin eine Gefahr für die Demokratie. 35 Prozent verstehen Falschinformationen auch als Instrument, um ungewollte, richtige Nachrichten unglaubwürdig erscheinen zu lassen. Die Gefahr der Desinformation wird insbesondere im Social Web vermutet. Sich selbst sehen nur sechs Prozent der Befragten als beeinflussbar an. Im Kampf gegen Fake News seien Medien, Journalistinnen und Journalisten, Social Media und Nutzende ungefähr gleich verantwortlich. Eine staatliche Einmischung findet nur wenig Zustimmung. Als hilfreiche Maßnahme wird vor allem die Nutzung weiterer Quellen (40 %) oder die Prüfung von Absender und Impressum (je etwa 30 %) genannt. Die Studie wurde mittels Onlinebefragung von YouGov im YouGov Online Panel bevölkerungsrepräsentativ mit 1.017 deutschen Wahlberechtigten durchgeführt.

www.yougov.de