



# Misstrauen ist gut - Vertrauen ist besser.

## Über Wissen und Medienvertrauen in Zeiten von Fake News (-Vorwürfen)

best4 – DAS PRINT EVENT 2017

Prof. Dr. Bernd Blöbaum, 9. November 2017

# Zwischen Pulitzerpreis und Lügenpresse



Foto: Scilla Alecci



Foto: picture-alliance/dpa

# Von Wissen zu Vertrauen

Vertrauen basiert auf

- Erfahrung (der Leser mit dem Medium)
- Wissen (der Leser über Medieninhalte)
- Qualität (des Mediums)



Foto: Westend



Foto: C.H. Beck

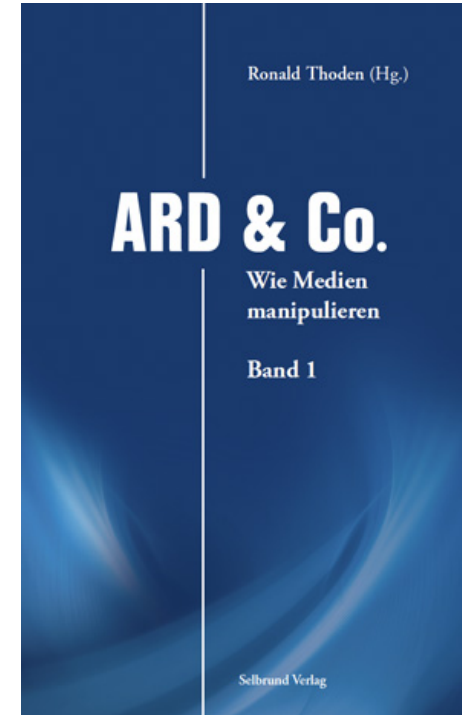
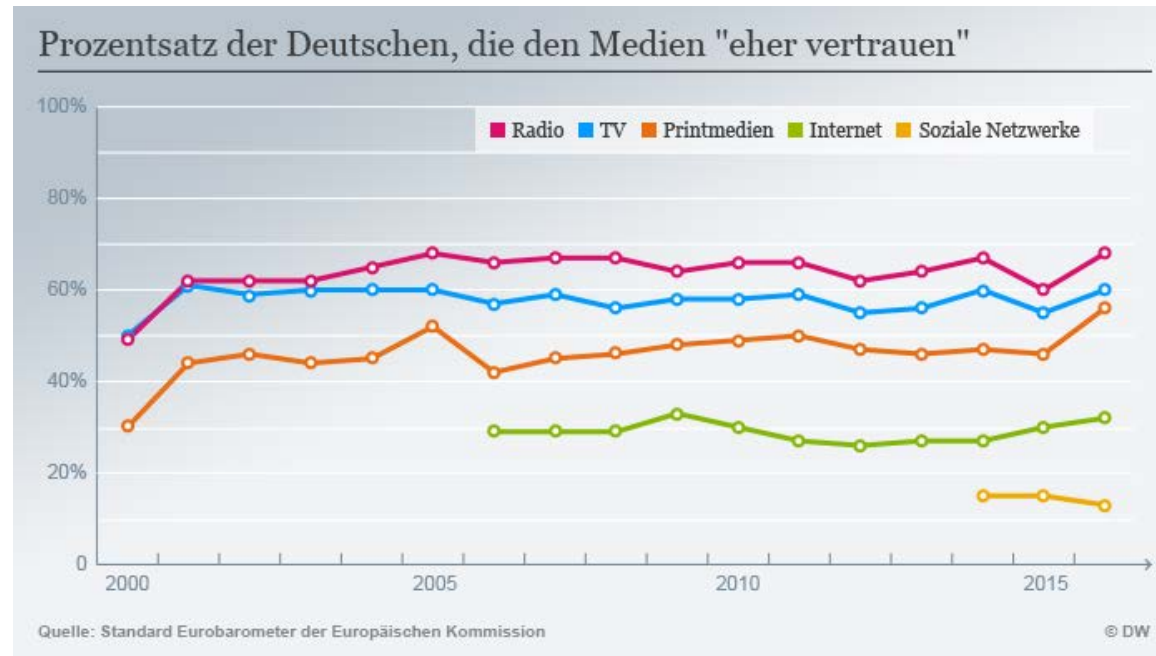


Foto: Selbrund

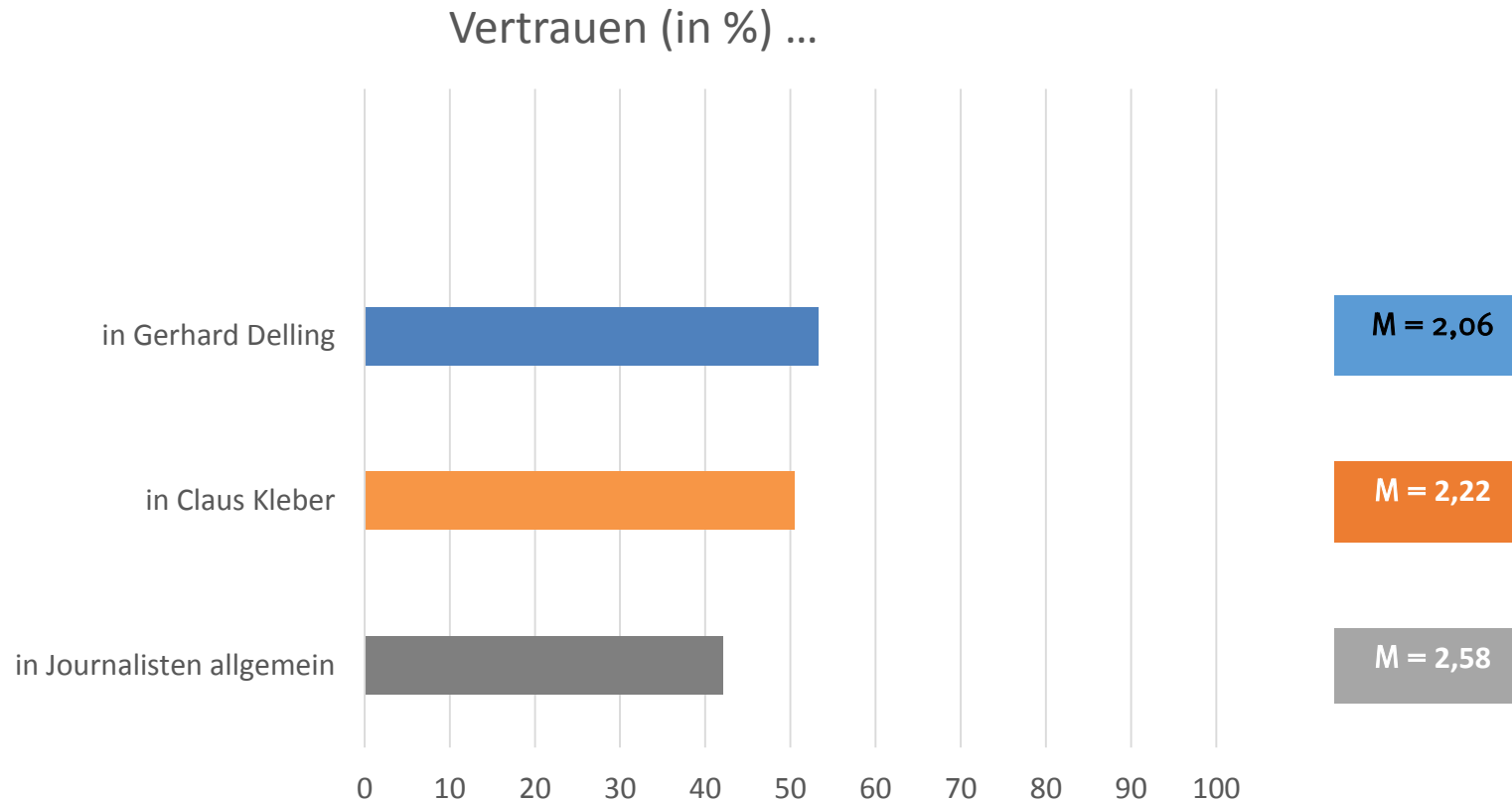
# Vertrauen in Medien - langfristig



# Vertrauenskrise?

- empirisch kaum belegbar
- Problem der Fragestellung

# Vertrauen in Journalisten



Datenquelle: IfK Trendstudie 2017

# Vertrauenskrise?

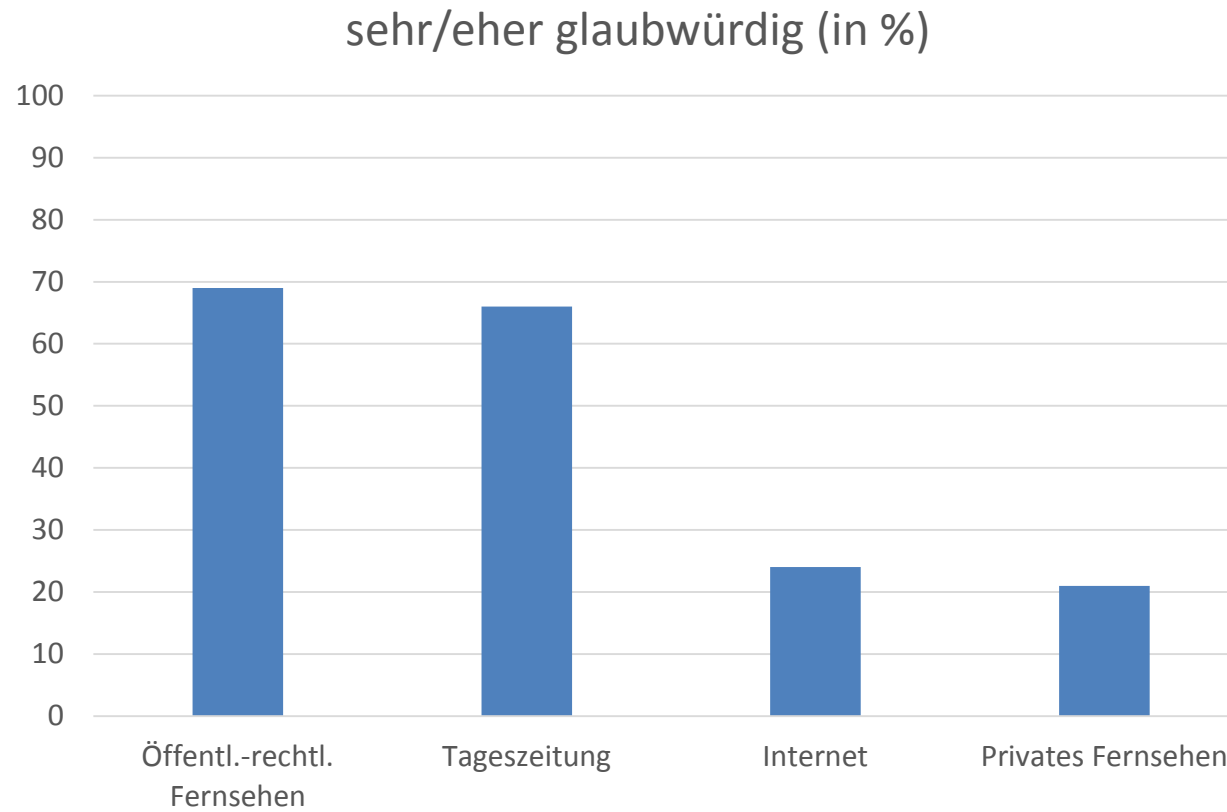
- empirisch kaum belegbar
- Problem der Fragestellung
  
- Medienskeptiker werden lauter und unversöhnlicher



# Printmedien zwischen Misstrauen und Vertrauen

- Hohe Glaubwürdigkeit von Print

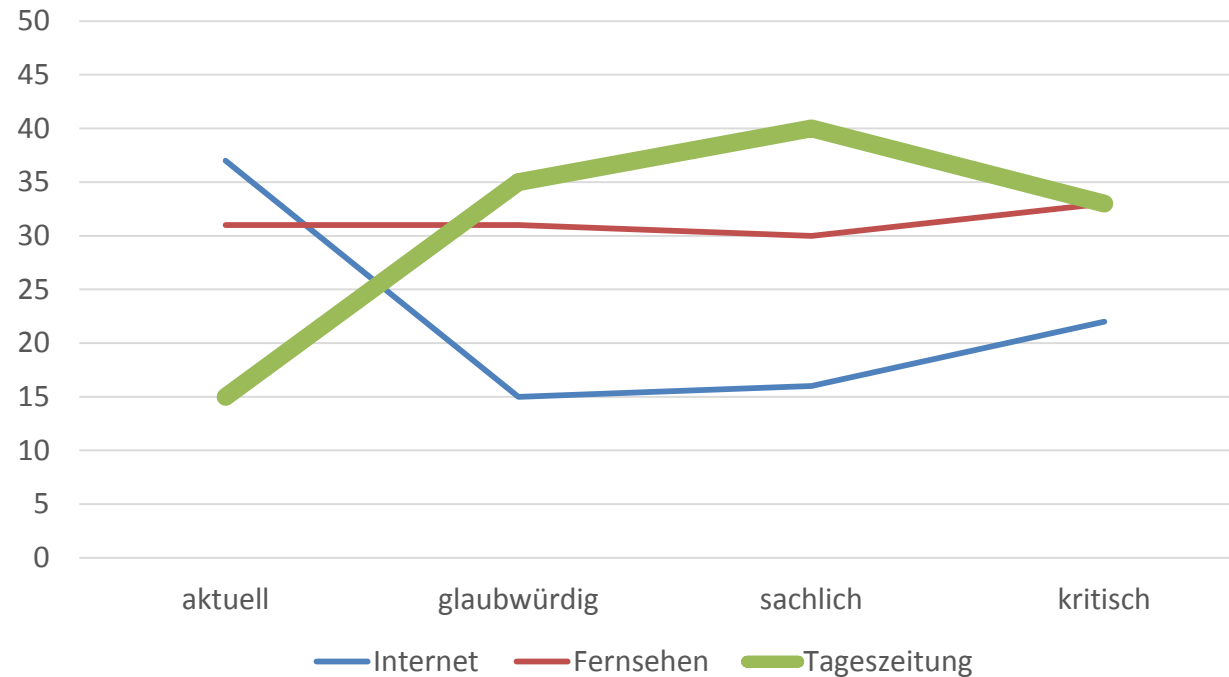
# Glaubwürdigkeit Mediengattungen



Datenquelle: Studie im Rahmen des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz an der Johannes Gutenberg-Universität, Mainz | Basis: Alle Befragten (n=1 200)

# Vertrauen und Medienimages

Images der Medien im Direktvergleich (ab 14 J. in %)



Datenquelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. | Basis: Alle Befragten, 2015: n=4 300, 2010: n=4 503; jeweils gewichtet.

# Printmedien zwischen Misstrauen und Vertrauen

- Hohe Glaubwürdigkeit von Print
- Print gilt als sachlich.
- Reputation der Printmarken strahlt auf deren Online-Ableger aus.

# Vertrauenswürdigkeit von Print

- Printmedien vermitteln *relevante* Informationen.
- Printmedien unterstützen die *Meinungsbildung*.
- Printmedien verbinden *Nutzwert* und *Nachhaltigkeit*.
- Printmedien strahlen Vertrauen aus.

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

[bernd.bloebaum@uni-muenster.de](mailto:bernd.bloebaum@uni-muenster.de)