

Wie glaubwürdig sind die Medien?



Letzte Woche habe ich mich an dieser Stelle über die fatale Wirksamkeit der russischen Propaganda geäußert. Dazu haben mich eine Reihe von Fragen und Kommentaren erreicht. Es sind zwei Fragen und eine Feststellung: Was ist mit der Nato – verbreitet die nicht auch Propaganda? Zweite Frage: Wie viel Geld investieren die USA für Propaganda in europäischen Ländern? Und die Feststellung: Unsere Medien sind auch nicht mehr glaubwürdig. Vor allem diese Feststellung hat mich beschäftigt. Sind die Medien wirklich nicht mehr glaubwürdig? Waren sie früher glaubwürdiger? In meinem Wochenkommentar sage ich Ihnen, warum ich meine, dass die Fragen nach der amerikanischen Propaganda und die Glaubwürdigkeit der Medien zusammenhängen. Aber nicht so, wie sie jetzt vielleicht meinen.

Russland investiert in Europa pro Jahr über eine Milliarde Euro in die Propaganda. Ein Teil des Geldes fließt in den russischen Staatssender RT, ein Teil in verdeckte Massnahmen wie Bots und Trolls in den sozialen Medien. Diese Propaganda habe ich letzte Woche thematisiert. Zu denken gibt vor allem, dass die Propaganda bei jungen Menschen offenbar wirkt. Warum das so ist, habe ich letzte Woche thematisiert. Der Kommentar hat viele Reaktionen ausgelöst. Lob und zustimmende Äusserungen, vielen Dank dafür, aber auch kritische Fragen und Bemerkungen. Darunter immer wieder die Frage: Was ist mit der Nato? Was ist mit den USA? Investieren die hier bei uns nicht auch Geld in Propaganda?

Auf den ersten Blick wäre das ja nur logisch: Im Ukraine-Krieg stehen sich indirekt Russland und die USA respektive die Nato gegenüber, also werden wohl die USA und die Nato bei uns ebenfalls aktiv sein mit ihrer Propaganda, oder? Doch so einfach ist es nicht. In kritischen Medien

taucht zwar seit Jahren immer wieder der Vorwurf der Nato-Propaganda auf, konkrete Aktionen sind mir aber nicht bekannt. Ich bin in meiner bisherigen Laufbahn nie mit explizierter US-Propaganda konfrontiert worden, weder in meinen Funktionen als Chefredaktor noch online im Netz. Mit einer einzigen Ausnahme: Die Hersteller von Kampfflugzeugen kämpfen auch mit PR-Agenturen in der Schweiz um den prestigeträchtigen Auftrag der Schweizer Armee. Das bedeutet: Die Agenturen versuchen die Produkte ihres Auftraggebers in den Medien in einem guten Licht erscheinen zu lassen. Wesentlicher als die Öffentlichkeit sind aber die Entscheidungsträger im Parlament und im VBS. Hier sorgen Lobbyisten für gute Kontakte zwischen den Anbietern und den Käufern der Flugzeuge. Diese Aktivitäten gehen aber nicht von den USA oder von der Nato aus, sondern von den Anbietern der Kampfflugzeuge, also etwa von der Firma Lockheed Martin.

Wertegemeinschaft mit den USA

Trotzdem spricht Oskar Lafontaine in einem Gast-Artikel in der aktuellen «Weltwoche» von einem noch nie da gewesenen Ausmass der US-Propaganda in den Medien und der politischen Debatte in Deutschland. Sind die USA, ist die Nato also doch aktiv mit Propaganda bei uns? Die Antwort bleibt Nein. Natürlich versuchen die amerikanische Politik und der jeweilige Präsident den Aktionen etwa der US-Armee ihren Spin zu geben. Statt von einem Angriff auf den Irak ist dann von einer Befreiungsmision die Rede. Doch dieser Spin funktioniert nicht einmal im eigenen Land. Aber auch ohne US-Propaganda verurteilt jeder vernünftige Mensch im Westen den brutalen Überfall der russischen Armee auf die Ukraine. Und zwar nicht aus einer anti-russischen oder einer pro-amerikanischen Haltung heraus, sondern weil wir uns darin einig sind, dass kein Land ein anderes kriegerisch überfallen darf. Das gilt übrigens nicht nur für Russland, sondern auch für die USA. Die Reaktionen fallen in Bezug auf die Ukraine besonders heftig aus, weil der Krieg quasi vor unserer Haustüre stattfindet.

Es ist wohl umgekehrt das Resultat russischer Propaganda, dass auch bei uns die Nato zuweilen als Aggressor gesehen wird. Doch die Nato ist ein Verteidigungsbündnis. Das Grundprinzip der Nato ist die Beistandspflicht: Wenn ein Nato-Land angegriffen wird, stehen ihm alle Nato-Länder bei. Das grösste Problem der Nato war in der Vergangenheit, dass die Mitgliedsländer selbst immer weniger in ihr Militär investiert haben und die Nato deshalb immer schwächer wurde. Wir erinnern uns alle an die ständigen Appelle des damaligen US-Präsidenten Donald Trump an Deutschland und die anderen Nato-Mitglieder, die Militärausgaben auf mindestens zwei Prozent ihres Bruttoinlandsprodukts zu erhöhen. Trump biss dabei jahrelang auf Granit. Nicht gerade ein Leistungsausweis für Propaganda.

Die Glaubwürdigkeit der Medien

Wenn es keine US-Propaganda gibt in der Schweiz und die Medien unbeeinflusst schreiben und kommentieren können, – wie kommt es dann, dass sie sich dennoch mehr oder weniger deutlich hinter die Ukraine und damit auch hinter die USA stellen? Und zwar alle, vielleicht mit der (notorischen) Ausnahme der «Weltwoche»? Die Antwort ist wohl: weil wir in der Schweiz zum westlichen und damit zum amerikanischen Kulturkreis gehören. Russland verschafft sich seine Einflussphäre mit Waffengewalt und mit Rohstoffen – die USA mit Handel und Kultur. Wir schauen amerikanische Filme, hören amerikanische Musik und identifizieren uns mit den Werten, die den Westen und damit Amerika ausmachen. Es braucht

keine Propaganda, damit unsere Medien in diesen Chor einstimmen, weil wir kulturell zum Westen gehören und dessen Werte teilen. Warum aber empfinden viele Menschen unsere Medien dennoch nicht mehr als glaubwürdig?

Die erste Frage wäre natürlich, ob das überhaupt stimmt. Infratest erhebt im Auftrag des Westdeutschen Rundfunks regelmässig die Einschätzung der Menschen in Deutschland zur Glaubwürdigkeit und Qualität der deutschen Medien. Das Resultat: Etwa zwei Drittel der Deutschen empfinden die Medien als glaubwürdig, 90 Prozent der Befragten bezeichnen die Qualität der Medien als gut bis sehr gut. In der Schweiz ist das nicht anders. Umgekehrt heisst das aber auch: Ein Drittel der Deutschen misstraut den Medien. Eine Studie von PWC hat das schon 2018 festgestellt: Das Vertrauen in die Medien sinkt.

Medien sind besser, aber weniger glaubwürdig

Die Situation ist also einigermassen paradox: Einerseits attestieren Studien wie das Jahrbuch «Qualität der Medien» den Medien regelmässig gute bis sehr gute Qualität, andererseits scheint die Glaubwürdigkeit der Medien zu sinken. Waren die Medien früher also qualitativ besser? Die Antwort darauf ist mit ziemlicher Sicherheit nein. Ich befrage jede Woche Medienschaffende über ihre Mediennutzung und frage dabei immer, ob die Medien früher besser waren. Die allermeisten Medienschaffenden antworten, dass sie früher mehr Zeit und auch mehr Geld zur Verfügung gehabt hätten, dass die Qualität der Berichterstattung aber eher schlechter gewesen sei. Wenn ich mir alte Zeitungen ansehe und im Archiv von SRF herumstöbere, kann ich mich dieser Meinung nur anschliessen: Klar gibt es immer mal wieder hervorragende Texte oder gute Reportagen. Im Grossen und Ganzen aber war die Qualität sicher nicht besser als heute. Wenn die Medien aber heute eher besser arbeiten, – warum sind sie dann weniger glaubwürdig?

Ich habe zufällig diese Woche das neue Buch von Karl Lüönd vorgestellt: Es heisst «Selbstbestimmt bis zuletzt», Thema ist die Geschichte der Sterbehilfe in der Schweiz. Lüönd beschreibt in seinem Buch nicht nur die Auseinandersetzungen um das Sterben und den Tod in der Schweiz, er gibt darin auch einen spannenden Rückblick auf die Gesellschaftsgeschichte der Schweiz. Das Buch setzt Anfang der 70er-Jahre ein, als das Verhältnis zwischen Arzt und Patient vergleichbar war mit dem Verhältnis von Chef und Angestelltem: Die Ärzte waren Götter in Weiss und die Patienten hatten nichts zu sagen. Etwas allgemeiner gesagt: Die Gesellschaft anerkannte Autoritäten wie Ärzte, Professoren, hohe Militärs oder Bundesräte. Deren Wort hatte Gewicht und wurde nicht hinterfragt. Die Medien hatten eine vergleichbare Autorität: Wenn etwas gedruckt in einer Zeitung stand, dann musste es stimmen, – erst recht, wenn in einer Zeitung stand, was ein Arzt, ein Professor, ein hoher Militär oder ein Bundesrat sagte. Für einmal sei hier bewusst nur die männliche Form genutzt: Es waren alles Männer.

Gargantueskes Durcheinander von Stimmen

Heute ist das ganz anders: Egal, wer etwas sagt, es wird hinterfragt. Ob weltweit führender Forscher, Chefarzt, Bundesrat oder Militär – der Rang spielt keine Rolle mehr. Es zählt das bessere Argument. Uniformen, Titel und Statussymbole haben ihre Bedeutung verloren. Was zählt, ist allenfalls die Anzahl Follower auf Twitter, Facebook oder YouTube. Der Vorteil dieser Entwicklung ist, dass kaum ein Thema, kaum eine Haltung einfach so gesetzt werden kann, weil schlicht niemand mehr die Autorität für eine solche Setzung hat. Jedes Thema muss ausdiskutiert werden, von

der Beschaffung eines Kampfflugzeugs über die Strategie in der Stromerzeugung bis zur Bekämpfung der Corona-Pandemie. Unsere Gesellschaft ist deshalb heute sicher demokratischer, weil viel mehr Menschen mitreden und mitbestimmen können.

Die Kehrseite davon ist Unordnung. Ein gargantueskes Durcheinander von Stimmen, Ansichten und Kanälen. Alles ist verhandelbar, nicht ist mehr heilig. Auch nicht der Papst, die Nationalbank oder die Schweizer Armee und schon gar nicht die Medien. Oft geht Lautstärke vor inhaltlicher Qualität. In vielen Fragen ist es schwierig geworden, festen Boden unter die Füße zu kriegen, weil kaum mehr etwas feststeht. Das erklärt das Paradox, dass die klassischen Medien einerseits qualitativ besser geworden sind, gleichzeitig aber an Glaubwürdigkeit verloren haben: Denn sie haben nicht an Glaubwürdigkeit verloren, sie haben ihre Autorität verloren. Man könnte auch sagen: ihre Macht.

Kakofonie als Normalzustand

Die einzige Macht, die den Medien noch geblieben ist, das ist die Macht der Öffentlichkeit: Sie haben die Macht, ein Thema oder eine Information öffentlich zu machen. Aber sie haben nicht mehr die Macht, sie haben nicht mehr die Autorität, die Sicht der Öffentlichkeit auf dieses Thema zu bestimmen. Sobald ein Thema lanciert ist, klinken sich Hunderte, Tausende Stimmen ein in den Diskurs. Andere Medienkanäle, Meinungsmacher in den sozialen Medien, Diskussionen in Talkshows, Nutzerkommentare. Es gibt kein Thema, bei dem sich nicht zwei gegenteilige Meinungen finden lassen – selbst dass die Erde rund ist, wird von den Flat-Earthern bestritten. Der Normalzustand des gesellschaftlichen Diskurses ist Kakofonie.

Wenn die meisten Medien und wesentliche gesellschaftliche Kreise in der Beurteilung eines Sachverhalts einig sind, ist das heute deshalb verdächtig. Zu Beginn der Coronakrise, als alle öffentlichen Stimmen den Kurs des Bundesrats unterstützten, kam der Verdacht auf, die Regierung habe die Medien gekauft, es gebe geheime Anordnungen, was die Medien schreiben müssten. Jetzt, nachdem Russland die Ukraine attackiert hat und im Westen sich Medien und Politik weitestgehend einig sind in der Verurteilung des russischen Angriffskriegs, kommt der Verdacht auf, dass Propaganda der USA oder der Nato dahinterstecken könnte. Beides ist falsch: Das Zusammenrücken ist die Reaktion einer Gesellschaft, die sich angegriffen fühlt. In der Coronakrise löste sich die grosse Einigkeit nach etwa einem halben Jahr auf – epische Diskussionen und politischer Zank rund um die Massnahmen und die Impfung waren die Folge. Das wird auch in der Beurteilung des Ukraine-Kriegs der Fall sein: Die Einheitsfront des Westens ist bereits am Bröckeln. Waffen liefern oder nicht? Russisches Gas und Erdöl boykottieren oder nicht? Mit der Einigkeit des Westens ist es bald vorbei.

Warum wir die Medien trotzdem brauchen

Diese Kakofonie der vielen Stimmen und die epischen Diskussionen, das mag aus der Sicht des Kremles aussehen wie eine Schwäche des Westens. Da gibt es keinen starken Mann (und keine starke Frau), niemand hat die Autorität, eine Meinung durchzudrücken. Vielleicht hat deshalb Russland viel Geld in die Propaganda investiert, vielleicht war Putin überzeugt, dass er mit Desinformation den Westen nachhaltig destabilisieren kann. Doch die vielstimmige Diskussion ist in Wahrheit eine Stärke: Die ständige Diskussion führt dazu, dass alle Argumente, auch die der russischen

Trolls, ständig überprüft werden. Dass alle Haltungen immer wieder neu ausgehandelt werden. Die ständige Diskussion und das ständige Aushandeln machen den Westen deshalb resistenter gegenüber Einflussversuchen von totalitären Staaten. Die Medien spielen dabei eine wichtige Rolle als Ermöglicher und Moderatoren dieser Diskussion. Ja, sie haben vielleicht Glaubwürdigkeit verloren, sie haben kaum mehr Autorität. Das heisst aber nicht, dass wir die Medien und zwar viele unterschiedliche Medien für diese Diskussion nicht bräuchten. Starke Medien ermöglichen jene Auseinandersetzungen, die unsere Gesellschaft braucht. Starke Medien sind deshalb auch das beste Gegenmittel gegen Propaganda.

Basel, 29. April 2022, Matthias Zehnder mz@matthiaszehnder.ch

PS: Nicht vergessen – [Wochenkommentar abonnieren](#). Dann erhalten Sie jeden Freitag meinen Newsletter mit dem Hinweis auf den neuen Kommentar, einen Sachbuchtip, einen Tipp für einen guten Roman, das aktuelle Fragebogeninterview und mein persönlicher Tipp für ein gutes, digitales Leben. Einfach [hier klicken](#). Und wenn Sie den Wochenkommentar unterstützen möchten, finden Sie [hier](#) ein Formular, über das Sie spenden können.

Quellen

Colibasanu, Antonio (2022): *Putins Plan*. In: «Cicero», 28. 4. 2022. S. 14f. [; 29.4.2022].

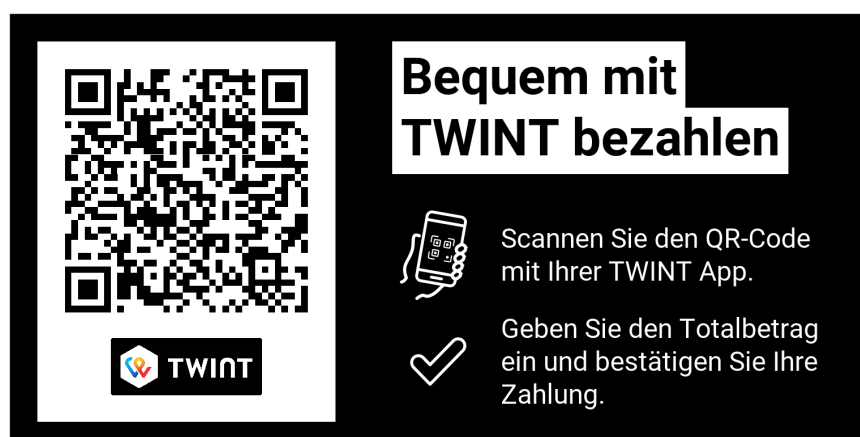
infratest dimap *Glaubwürdigkeit der Medien 2020. Eine Studie im Auftrag des Westdeutschen Rundfunks*. In: WDR. [<https://www.daserste.de/ard/die-ard/Glaubwuerdigkeit-der-Medien-WDR-Studie-100.pdf>; 29.4.2022].

Lafontaine, Oskar (2022): *Amerika treibt Europa in einen Atomkrieg*. In: «Die Weltwoche», 28. 4. 2022. S. 22. [www.weltwoche.ch; 29.4.2022].

PwC (2018): *Vertrauen in Medien*. In: PwC. [<https://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/pwc-studie-vertrauen-in-medien-2018.pdf>; 29.4.2022].

Schmid, Andreas (2019): *Kampfjet-Kauf: Lobbyisten verstricken sich*. In: NZZ Magazin. [<https://magazin.nzz.ch/schweiz/kampfjet-kauf-hersteller-heuern-be-rater-und-pr-agenturen-an-ld.1522464>; 29.4.2022].

Spenden für den Wochenkommentar ist jetzt so einfach wie bezahlen im Hofladen



Bequem mit TWINT bezahlen

Scannen Sie den QR-Code mit Ihrer TWINT App.

Geben Sie den Totalbetrag ein und bestätigen Sie Ihre Zahlung.