



Misstrauen-/Vertrauensschaffendes Potential im Medienvergleich am Beispiel der AfD

Anna-Maria Ebermann, Anna Langer, Thu Phuong Luu und Celina Weidner

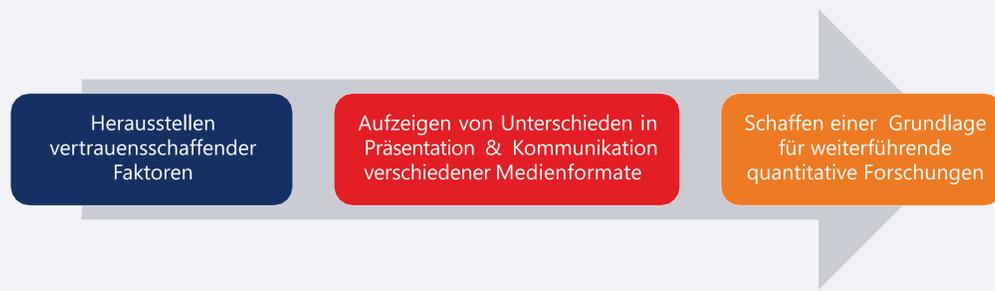
Forschung zur Publizistik, 3. Semester Kommunikationsmanagement

Forschungsfrage

Wie unterscheiden sich die Medienformate Twitter und TV-Sendungen im Hinblick auf die Vertrauensförderung der Rezipienten in Politiker?

Eine Analyse der politischen Kommunikation der AfD

Ziele der Forschung



Methodik

Quantitative Inhaltsanalyse nach Fröh von Tweets auf den Twitter-Profilen führender AfD-Politiker von August bis Oktober 2019



Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring von ausgewählten Fernsehinterviews mit AfD-Politikern von August bis Oktober 2019



Die AfD ..

.. eine polarisierende Partei ..
.. mit stark zunehmender (medialer) Aufmerksamkeit & (gesellschaftlichem) Zuspruch!



Das Verhältnis zwischen AfD und Medien/Presse scheint angespannt.

Perspektive der AfD

- Die Medien agieren voreingenommen und geben eine verzerrte Berichterstattung ab
- AfD nutzt Social Media als zentrales Sprachrohr

Framing

„Ein Frame ist ein Deutungsrahmen. Unser Gehirn hat davon sehr viele, sie sind durch unsere Erfahrung mit der Welt entstanden, und sie helfen, Fakten zu bewerten und einzuordnen. Aktiviert werden sie durch Wörter. [...] Wer glaubt, wir Menschen würden nur auf Basis von Fakten entscheiden, unterliegt einer Illusion.“
(Wehling, 2016)

„Nicht Fakten, sondern „Frames“ gewinnen Wahlen“
(Wehling, 2016)

Welche Frames & Framing-Strategien nutzt die AfD, um Vertrauen zu schaffen?

Politik(er) und Vertrauen



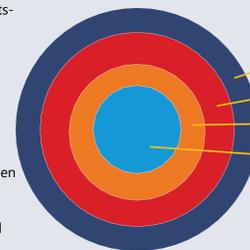
Dimensionen politischen Vertrauens in Anlehnung an Matuschek & Lange (2016)

- Zeigt, wie Vertrauen generiert wird
- Es können Leitlinien für die politische Kommunikation abgeleitet werden
- Im Forschungsprojekt kann überprüft werden, ob und auf welchen Dimensionen vertrauensschaffendes Potential genutzt wird

Vertrauen in Medien

Schichtenmodell zum Vertrauen in die Medien nach Lucassen und Schraagen

- Vertrauens- bzw. Glaubwürdigkeitseinschätzungen können sich auf unterschiedliche Bezugspunkte richten (siehe Modell).
- Die einzelnen Schichten stellen zunehmende Spezifikationen des Medienvertrauens dar, in dessen Zentrum das Vertrauen in die Botschaft steht.
- Direkte Beeinflussung der einzelnen Schichten wenn sie aufeinander folgen,
- oder vermitteln als Zwischenglied die Einflüsse übergeordneter auf nachfolgende Schichten



- Generelle Vertrauensneigung
- Vertrauen in das Medium
- Vertrauen in die Quelle
- Vertrauen in die Botschaft

(Lucassen & Schraagen, 2012)

Weiterführende Literatur

- Beisel, K. M.; Denk, D. & Förderl-Schmid, A. (25. September 2017). *Sind die Medien Schuld am Erfolg der AfD?* Abgerufen von <https://www.sueddeutsche.de/medien/bundestagswahl-sind-die-medien-schuld-am-erfolg-der-afd-1.3682373> (24.11.2019). Engelke, K. M. (2018). *Die journalistische Darstellung von Vertrauen, Misstrauen und Vertrauensproblemen im Kontext der Digitalisierung*. Theoretische Entwicklung und empirische Erfassung von Vertrauensdimensions-Frames. Baden-Baden: Nomos.
- Friedrichsen, M., & Kohn, R. (2013). *Digitale Politikvermittlung: Chancen und Risiken interaktiver Medien*. Stuttgart, Kirchheim/Weinstraße: Springer VS.
- Fröh, W. (2017). *Inhaltsanalyse*. 9. Aufl. München: UVK.
- Gäbler, B. (2017). *AFD und Medien. Analyse und Handreichungen*. OBS Arbeitsheft, 92.
- Hans, B. (2017). *Inszenierung von Politik. Zur Funktion von Privatheit, Authentizität, Personalisierung und Vertrauen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in News Media. *Communication Research* 34 (2), 231-252.
- Lucassen, T., & Schraagen, J. M. (2012). Propensity to trust and the influence of source and medium cues in credibility evaluation. *Journal of Information Science*, 38(6), 566-577.
- Matuschek, K., & Lange, V. (November 2016). *Politik und Glaubwürdigkeit. So können Parteien und politische Akteure das Vertrauen der Bürger_innen zurückgewinnen!* Von Friedrich-Ebert-Stiftung Bibliothek: <http://library.fes.de/opus4/frontdoor/index/index/docId/44158> abgerufen
- Mayring, P. (1992). *Einführung in die qualitative Sozialforschung*. München: Beltz Verlag.
- Wehling, E. (2016). *Politisches Framing: Wie eine Nation sich ihr Denken einredet-und daraus Politik macht*. Köln: Halem Verlag.