

Journalist:innen – Menschen wie du und ich!? Zur konzeptionellen Natur von publikumsseitigen Repräsentationserwartungen an die Medien

Auch abseits scharfer „Lügenpresse“-Vorwürfe zeigen sich viele Menschen enttäuscht von den Medien: Sie finden ihre Themen, ihre Lebenswelt und ihre Sichtweisen kaum wieder (Jandura et al., 2018). Diese Erwartungen des Publikums an die Medien rühren aus den Aufgaben, die den Medien in der Gesellschaft zugeschrieben werden und die sich aus zentralen Werten einer Demokratie wie dem Vielfalts- oder Repräsentationsgedanken definieren.

Um besser zu verstehen, woher das Gefühl mangelnder Repräsentation rührt, kann der Blick auf die Objekte gerichtet werden, an denen die Repräsentationserwartungen anknüpfen. Während Repräsentation im Hinblick auf die Medieninhalte eine etablierte Perspektive in der Forschung ist (z.B. genderbezogene Repräsentation, Jürgens et al., 2022; Repräsentation von Minderheiten, Ahmed & Matthes 2017), rücken jüngere Debatten um Quoten in Redaktionen (vgl. Neue deutsche Medienmacher*innen, 2020), aber auch Schimpfbegriffe wie „links-grün-versifft Journalisten“ weitere Ankerpunkte – nämlich die Journalistinnen und Journalisten – ins Blickfeld. Vorwürfe, die Journalist:innen als Teil einer abgehobenen Elite verorten, legen zumindest nahe, dass ein wahrgenommenes Repräsentationsdefizit auch am Personal der Medienhäuser anknüpfen könnte. Ziel der vorliegenden Analyse ist es daher, die publikumsseitige Wahrnehmung der Misrepräsentation durch die Medien in seinen konzeptuellen Bestandteilen aufzuschlüsseln. Dabei beantworten wir die Frage, ob neben den Inhalten auch die Personen der Medienschaffenden Ankerpunkt für Repräsentationserwartungen des Publikums sind.

Methode

Analytische Grundlage sind bevölkerungsrepräsentative CATI-Befragungen ab 18 Jahren (N= 2400). Um Befunde zu erzielen, die robust im Hinblick auf aktuelle gesellschaftliche Debatten sind, erfolgt die Betrachtung zu zwei Zeiträumen: Eine Querschnittsbefragung wurde jeweils Ende der Jahre 2022 und 2023 durchgeführt. Zur Messung der wahrgenommenen Misrepräsentation wurden zum einen die Medieninhalte und zum anderen die Medienschaffenden als Ankerpunkte von wahrgenommenen Repräsentationsdefiziten abgefragt (siehe Tabelle A1 im Anhang). Zusätzlich diente uns Medienvertrauen, gemessen über drei Items ($\alpha = .86-.88$), als Kriteriumsvariable zur Beurteilung der Konstrukte.

Ergebnisse

Um die konzeptuellen Bestandteile von wahrgenommener Misrepräsentation durch die Medien zu betrachten, wurden zunächst verschiedene Konstruktkonstellationen anhand einer konfirmatorischen Faktoranalyse gegenübergestellt. Vergleicht man zunächst eine Ein-Faktor-Lösung mit einer Zwei-Faktor-Lösung, zeigen sich in beiden Varianten der konfirmatorischen Faktoranalyse zufriedenstellende Faktorladungen der einzelnen Items ($>.7$, vgl. A3). Die Modellgüte war in beiden Varianten vergleichbar bzw. die Zwei-Faktor-Lösung erwies sich in beiden Betrachtungsjahren als geringfügig besser (vgl. A2). Eine eindeutige Entscheidung zugunsten einer Variante fällt daher schwer. Auffällig war jedoch, dass beide Faktoren – die inhaltsbezogene (IMR) und akteursbezogene (AMR) Misrepräsentation – in der Zwei-Faktor-Lösung hoch korreliert sind ($r = .93$). Gleichzeitig legte die Formulierung der Items nahe, dass es allein messmethodisch bedingt zwei Dimensionen geben müsste. Eingedenk dieser Besonderheiten wurde eine bi-faktorielle Modellierung berücksichtigt (vgl. Chan et al., 2006), die neben den zwei Faktoren einen zusätzlichen Generalfaktor für Misrepräsentation (GMR) vorsieht. Diese Modellierung des Messmodells war der Ein-Faktor- sowie der Zwei-Faktor-Lösung hinsichtlich der Modellgüte überlegen. Blickt man auf die Faktorladungen, so erwiesen sich die inhalts- und akteursbezogene Misrepräsentation als schwächere Konstrukte im

Vergleich zum Generalfaktor. Im Vergleich zur Ein-Faktor-Lösung erlaubte es diese bi-faktorielle Modellierung aber, die messmethodisch vorhandene Dimensionsstruktur aufzufangen.

In einem zweiten Schritt wurde Medienvertrauen (MV) als Kriteriumsvariable hinzugezogen, da sie in engem Bezug zur wahrgenommenen Misrepräsentation steht (vgl. Fawzi et al., 2021), um zu sehen, welchen Beitrag die verschiedenen Misrepräsentationskonstrukte zur Erklärung dieser leisten. Tatsächlich offenbarten sich auch in allen Modellen negative Bezüge von Misrepräsentationsgefühl zu Medienvertrauen. Die bi-faktorielle Modellierung des Misrepräsentationskonstruktes mit einem Generalfaktor und zusätzlich zwei spezifischen Dimensionen erzielte die höchste erklärte Varianz im Hinblick auf das Medienvertrauen ($R^2 = .53-.56$, vgl. Abb 1). Allerdings zeigte sich, dass die erklärte Varianz von Medienvertrauen kaum geringer ausfällt, wenn man ein Modell schätzt, in dem ausschließlich die inhaltbezogene Repräsentation als exogene Variable berücksichtigt wurde ($R^2 = .50-.53$). Berücksichtigt man dagegen nur die akteursbezogene Misrepräsentation als erklärende Variable, fällt die erklärte Varianz im Medienvertrauen deutlich geringer aus ($R^2 = .38-.42$).

Es kann geschlussfolgert werden, dass das Hinzuziehen einer akteursbezogenen Misrepräsentation weder zur konzeptionellen Schärfung eines allgemeinen Misrepräsentationskonstruktes beiträgt, noch dessen Erklärungskraft im Hinblick auf Medienvertrauen stärkt. Zwar können vielfältigere Redaktionen im Ergebnis zu einem vielfältigeren Medienprodukt führen. Für die Publikumserwartungen scheint aber zu gelten: die Botschaft ist wichtiger als die Kommunikator:innen.

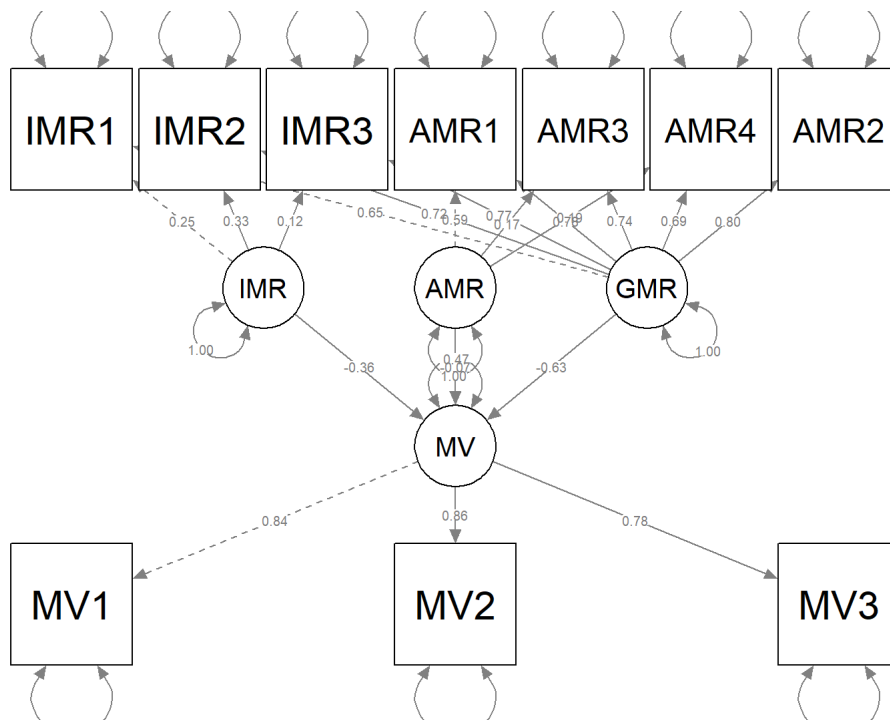


Abbildung 1. Bi-faktorielle Modellierung von Misrepräsentation als exogenes Konstrukt zur Erklärung von Medienvertrauen

Literatur

Ahmed, S., & Matthes, J. (2017). Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis. *International communication gazette*, 79(3), 219-244.

Fawzi, N., Steindl, N., Obermaier, M., Prochazka, F., Arlt, D., Blöbaum, B., Dohle, M., Engelke, K. M., Hanitzsch, T., Jakob, N., Jakobs, I., Klawier, T., Post, S., Reinemann, C., Schweiger, W. & Ziegele, M. (2021). Concepts, causes and consequences of trust in news media – A literature review and framework. *Annals of the International Communication Association*, 45(2), 154–174.

Jandura, O., Kösters, R., & Wilms, L., (2018). Mediales Repräsentationsgefühl in der Bevölkerung. Analyse nach politisch-kommunikativen Milieus. *Mediaperspektiven* 3/2018, 118-127.

Jürgens, P., Meltzer, C. E., & Scharrow, M. (2022). Age and gender representation on German TV: A longitudinal computational analysis. *Computational Communication Research*, 4(1).

Neue deutsche Medienmacher*innen (2020). Viel Wille, kein Weg. Diversity im deutschen Journalismus. Verfügbar unter:

https://neuemedienmacher.de/fileadmin/uploads/2020/05/20200509_NdM_Bericht_Diversity_im_Journalismus.pdf

Anhang

Tabelle A1: Übersicht über M, SD der Items zur wahrgenommenen Misrepräsentation durch Medien und Medienvertrauen

	2022		2023		α
	M	SD	M	SD	2022/2023
<i>Inhaltsbezogene Misrepräsentation</i>					
IMR1: Die Themen, die mir wichtig sind, werden in den Medien gar nicht ernst genommen.	2,74	1,07	2,6	1,15	2022: .78 2023: .79
IMR2: In meinem persönlichen Umfeld nehme ich die gesellschaftlichen Zustände ganz anders wahr als sie von den Medien dargestellt werden.	3	1,16	2,89	1,22	
IMR3: Die Meinungen, die in den Medien vertreten werden, sind ganz anders als meine eigenen.	2,78	0,98	2,78	1,03	
<i>Akteursbezogene Misrepräsentation</i>					
AMR1: Die meisten Journalisten haben den Kontakt zu Menschen wie mir verloren.	2,51	1,06	2,5	1,18	2022: .86 2023: .86
AMR2: Die meisten Journalisten denken über Politik ganz anders als ich.	2,85	1,04	2,77	1,11	
AMR3: Die meisten Journalisten leben in einer ganz anderen Welt als ich.	2,74	1,17	2,72	1,25	
AMR4: Die meisten Journalisten schauen von oben herab auf Menschen wie mich	2,06	0,97	2,05	1,07	
<i>Medienvertrauen</i>					
MV1: Man kann ihnen vertrauen.	3,33	1,04	3,21	1,08	2022: .87 2023: .88
MV2: Man kann sich auf die Medien verlassen.	3,18	1,02	3,12	1,08	
MV3: Wenn es um wirklich wichtige Dinge geht - etwa Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale und Krisen - kann man den Medien vertrauen.	3,37	1,09	3,25	1,13	

Tabelle A2: Übersicht Modellgüte verschiedener Messmodelle von wahrgenommener Misrepräsentation durch Medien

Modell	Chi-Quadrat (df), p	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
2022					
Zwei-Faktor-Modell	98,81(13), p<.001	.98	.96	.08	.03
Ein-Faktor-Modell	137,23(14), p<.001	.97	.95	.09	.03
Bi-Faktor-Modell	39,87(8), p<.001	.99	.98	.06	.02
2023					
Zwei-Faktor-Modell	85,06(13), p<.001	.98	.97	.07	.02
Ein-Faktor-Modell	120,83(14), p<.001	.97	.96	.09	.03
Bi-Faktor-Modell	25,81(8), p=.001	.99	.99	.05	.01

Tabelle A3: Standardisierte Faktorladungen

	Zwei-Faktor-Modell	Ein-Faktor-Modell	Bi-Faktor-Modell
2022			
IMR: Inhalte			
IMR1	.69		.22(n.s.)
IMR2	.76		.39(n.s.)
IMR1	.78		.07
AMR: Akteure			
AMR1	.84		.49
AMR2	.77		-
AMR3	.78		.21
AMR4	.73		.23
Corr: IMR-AMR	.93		
Generalfaktor: Misrepräsentation			
IMR1		.67	.65
IMR2		.73	.72
IMR1		.75	.77
AMR1		.82	.78
AMR2		.77	.79
AMR3		.77	.73
AMR4		.73	.69
2023			
IMR: Inhalte			
IMR1	.69		.13
IMR2	.79		.25(n.s.)
IMR1	.78		.18(n.s.)

AMR: Akteure			
AMR1	.84		.33
AMR2	.78		-
AMR3	.78		.15
AMR4	.76		.42
Corr: IMR-AMR	.93		
Generalfaktor: Misrepräsentation			
IMR1		.67	.67
IMR2		.77	.76
IMR1		.75	.76
AMR1		.83	.79
AMR2		.78	.80
AMR3		.78	.76
AMR4		.75	.70

Tabelle A4: Erklärungskraft der Modellierungsoptionen von Misrepräsentation für die Kriteriumsvariable Medienvertrauen

	Zwei-Faktor-Modell	Ein-Faktor-Modell	Bi-Faktor Modell	Ausschließlich akteursbezogene Misrepräsentation	Ausschließlich inhaltsbezogene Misrepräsentation
2022					
Inhaltsbezogene Misrepräsentation	-1.024		-.36		-.73
Akteursbezogene Misrepräsentation	.326		-.07	-.62	
Allgemeine Misrepräsentation		-.67	-.63		
R ²	.54	.45	.53	.38	.53
2023					
Inhaltsbezogene Misrepräsentation	-.844		-.38		-.70
Akteursbezogene Misrepräsentation	.140		-.12	-.64	
Allgemeine Misrepräsentation		-.69	-.64		
R ²	.51	.47	.57	.42	.50

Hinweis: Fett bedeutet, dass der Prädiktor mindestens auf einem Niveau von $p < .05$ signifikant ist