

„Neutral vermitteln“ oder „ermächtigend berichten“?

Strukturelle Unterschiede von journalistischem Rollenselbstverständnis und bevölkerungsseitigen Erwartungen

Louise Sprengelmeyer / Julius Reimer / Hannah Immler / Wiebke Loosen / Julia Behre / Sascha Hölzig*

*In der Forschung zu journalistischen Rollen gewinnen in letzter Zeit „Beziehungsstudien“ an Bedeutung, die mithilfe von Journalist*innen- und Bevölkerungsbefragungen ermittelte Selbst- und Fremderwartungen an journalistische Leistungen gegenüberstellen. Methodisch dominieren dabei Vergleiche von Mittelwerten, Korrelations- oder Hauptkomponentenanalysen, die vordefinierte, kommunikatorzentrierte Dimensionen über die Umfragedaten legen. Wir gehen in diesem Beitrag hingegen explorativ vor und untersuchen, welche latenten Dimensionen den Einschätzungen zur Wichtigkeit journalistischer Aufgaben auf beiden Seiten zugrunde liegen. Die Basis bilden Daten der deutschen Worlds-of-Journalism-Teilstudie und einer für Deutschland repräsentativen Bevölkerungsumfrage, in denen jeweils die gleichen 21 Rollenitems abgefragt wurden. Mit explorativen Faktorenanalysen decken wir unterschiedliche Rollenbild-Strukturen auf: Aufseiten der Journalist*innen lassen sich die Faktoren inhaltlich klar(er) voneinander abgrenzen, v. a. im Hinblick auf neutrale und interventionistisch-aktivistische Rollenfacetten. Auf Bevölkerungsseite bündeln die Faktoren ganz verschiedenartige Rollenfacetten. Regressionsanalysen zeigen, dass Unterschiede in der Bedeutung dieser Rollen für Bürger*innen insbesondere durch Alter und thematisches Nachrichteninteresse vorhergesagt werden können.*

Schlüsselwörter: journalistische Rollen, latente Dimensionen, Journalismus, Journalist*innen, Bevölkerung, Publikum, Journalismus/Publikum-Beziehung, Beziehungsstudie, Deutschland, explorative Faktorenanalysen, Regressionsanalysen

* Louise Sprengelmeyer, M. A., Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, Deutschland, l.sprengelmeyer@leibniz-hbi.de, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4109-5515>.

Julius Reimer, M. A., Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, Deutschland, j.reimer@leibniz-hbi.de, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5961-909X>.

Hannah Immler, M. A., Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, Deutschland, h.immler@leibniz-hbi.de, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8332-4251>.

Prof. Dr. Wiebke Loosen, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, Deutschland, w.loosen@leibniz-hbi.de, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2211-2260>

Julia Behre, M. A., Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, Deutschland, j.behre@leibniz-hbi.de, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2704-6178>.

Dr. Sascha Hölzig, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Rothenbaumchaussee 36, 20148 Hamburg, Deutschland, s.hoelig@leibniz-hbi.de, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4493-0651>.

“Neutral Transmission” or “Empowered Reporting”

Structural Differences between Journalists' Perceptions of Their Role and Public Expectations

“Relationship studies” have become increasingly recognized as an effective analytical tool for research into journalistic roles, often characterized by comparisons between the reflexive and external expectations of journalistic performance as determined by surveys completed by both journalists and citizens. Methodologically, these studies mostly involve comparisons of mean values, correlation or principal component analyses, which overlay predefined, communicator-centered dimensions on the survey data. In this paper, however, we take an exploratory approach and examine which latent dimensions underlie the assessments of the importance of journalistic tasks according to both groups of participants. We draw on data from the German Worlds of Journalism sub-study and a representative population survey conducted in Germany, in which the same 21 role items were queried respectively. Using exploratory factor analyses, we uncover different role image structures: On the part of the journalist participants, the factors differ (more) clearly from one another, particularly on the question of neutral and interventionist-activist role facets. With respect to the population, the factors bundle very different role facets. Regression analyses show that differences in the importance of these roles on the part of citizens depend primarily on age and thematic news interest.

Keywords: journalistic roles; latent dimensions; journalism; journalists; citizens; audience; journalism/audience relationship; relationship study; Germany; exploratory factor analyses; regression analyses

1. Einleitung

Die Journalismusforschung hat sich lange vorrangig als „Kommunikatorforschung“ verstanden. Zwar war theoretisch stets „irgendwie“ unstrittig, dass Journalismus ohne ein Publikum nicht denkbar ist, dennoch hat es in Praxis wie Theorie eher eine paradoxe „zentrale Nebenrolle“ gespielt (Heinonen 2011). Seit einigen Jahren sprechen wir nun von einem „audience turn“ (Costera Meijer & Groot Kormelink 2017) in Journalismus und Journalismusforschung, der stärker die Perspektive der Nutzer*innen einnimmt. Wir stellen uns in diesem Beitrag weder auf die eine (Kommunikator-zentriertheit) noch auf die andere Seite (Publikumzentriertheit), sondern dazwischen. Eine solche Sichtweise des Dazwischen nimmt das Relationale in den Blick: eine Journalismus/Publikum-Beziehung, modelliert als soziale Beziehung im Modus der Co-Orientierung (Loosen & Schmidt 2012), die gekennzeichnet ist durch gegenseitige Wahrnehmung(en) und (Erwartungs-)Erwartungen – und mehr und mehr auch durch Beziehungspraktiken (Loosen, Reimer & Sprengelmeyer 2022).

Eine besondere Bedeutung für diese Beziehung haben journalistische Rollen(selbst)verständnisse, die auch im Mittelpunkt dieses Beitrags stehen: Denn was wir über journalistische Selbst- und auch Fremderwartungen wissen, liegt größtenteils in Form von Befunden zu diesem kommunikatorzentrierten Konstrukt vor. Gleichwohl beinhaltet es stets schon eine relationale Komponente, enthält also „Spuren eines Publikums“, von Publikumbildern und erwarteten Publikumserwartungen (Loosen & Schmidt 2017). Mediennutzende wiederum haben immer schon Vorstellungen darüber, was sie von journalistischen Angeboten erwarten (können), und (mehr oder weniger prononcierte) Erwartungen, welche Funktion Journalismus in der Gesellschaft erfüllen sollte und welche Rollen Journalist*innen ausfüllen sollten (Prochazka & Schweiger 2020; Wilner, Montiel Valle & Masullo 2021). Dieser Beziehungsaspekt hat sich nicht verändert.

Was sich jedoch in den letzten zwei bis drei Jahrzehnten mit dem Medienwandel geändert hat und oft als Transformation der Journalismus/Publikum-Beziehung

behandelt wird, sind die Möglichkeiten der wechselseitigen Wahrnehmung von Journalismus und Publikum sowie die Erwartungen an zu erbringende Leistungen. Diese Transformationsdiagnose ist sowohl Ausgangspunkt als auch Befund einschlägiger Forschung. Die dabei aktuell besonders virulenten Themen verweisen alle auf gewisse „Beziehungsprobleme“ zwischen Journalismus und Publikum – etwa der immer wieder ermittelte „News Gap“ (Boczkowski & Mitchelstein 2017) zwischen journalistischem Angebot und publikumsseitiger Nachfrage, das störanfällige Vertrauen in Medien (Schultz, Ziegele, Jakobs, Jakob, Quiring & Schemer 2020) sowie ganz generell die sich mit dem Medienwandel neu entwickelnden bzw. erweiterten Erwartungen an Journalismus in Bezug auf Transparenz, Partizipation, Dialog (Kramp & Loosen 2018).

In den letzten Jahren lässt sich zudem vermehrt ein besonderer Typus von Studien in diesem Forschungsfeld beobachten, der solche „Beziehungsprobleme“ zwischen Journalismus und Publikum zum Anlass nimmt, nach der Kongruenz der beiderseitigen Erwartungen an Journalismus und Einschätzungen seiner Leistungen zu fragen: sog. „Beziehungsstudien“ (Loosen, Reimer & Hölzig 2020; Übersetzung d. Verf.), die Journalist*innen- mit Bevölkerungsumfragen zueinander in Beziehung setzen – wie wir es auch im vorliegenden Beitrag tun. Allerdings geht es uns hierbei nicht um den Vergleich der jeweils als wichtig oder weniger wichtig bewerteten Aspekte, sondern um die latenten Strukturen hinter diesen Bewertungen. Wir konzentrieren uns also nicht auf detaillierte Einzelbetrachtungen von Rollenitems, sondern nehmen einen ganzheitlichen Blick ein, der sonst häufig allein schon durch die Vielzahl der Rollenitems erschwert wird. Durch unseren Fokus auf latente Strukturen wollen wir zeigen, wie (unterschiedlich) die einzelnen Rollenitems gesehen werden. Dieser holistische Angang erlaubt uns, insbesondere noch mehr über das bevölkerungsseitige Verständnis von journalistischen Rollenitems zu lernen. Damit einhergehend prüfen wir außerdem die Zusammenhänge zwischen den gefundenen Strukturmustern mit verschiedenen soziodemografischen Merkmalen der Bevölkerung und Variablen zur Nachrichtennutzung.

2. Forschungsstand

Zu journalistischen Rollenorientierungen lassen sich mindestens drei Forschungsstränge ausmachen: erstens Studien zum journalistischen Rollenselbstverständnis, zweitens Untersuchungen publikumsseitiger Erwartungen an Rolle und Leistungen des Journalismus und drittens systematische Vergleiche von journalistischen Selbst- und Fremderwartungen, die in den letzten Jahren mit dem Wandel der Journalismus/Publikum-Beziehung an Bedeutung gewonnen haben.

2.1. Journalistische Rollenselbsterwartungen

Innerhalb des ersten Forschungsstrangs werden journalistische Rollen verstanden als generalisierte und aggregierte Selbst- bzw. Erwartungserwartungen im Hinblick darauf, was im Journalismus angemessen und wünschenswert ist (Hanitzsch, Vos, Standaert, Hanusch, Hovden, Hermans & Ramaprasad 2019). Sie umfassen damit zum einen „the professional values and beliefs individual journalists embrace as a result of their professional socialization (cognitive roles)“ (Hanusch & Hanitzsch 2019: 284) und zum anderen jene „expectations, which journalists believe are deemed desirable in society (normative roles)“ (ebd.). Journalistische Rollenselbsterwartungen schließen also – ob bewusst oder unbewusst – immer auch (erwartete) Fremderwartungen des

Publikums mit ein; sie haben eine relationale Komponente (Loosen & Schmidt 2017), sind wandelbar, werden stetig (neu) gebildet, (re-)interpretiert, angeeignet und durchaus auch angefochten (Hanitzsch & Vos 2017, 2018).

In der empirischen Journalismusforschung haben journalistische Rollen eine besondere Bedeutung: Eine erste Itembatterie entwickelten bereits Johnstone, Slawski und Bowman (1972) auf Basis von Cohen (1963) – ohne qualitative Vorstudie und rein theoriebasiert. Jedes Item steht für eine bestimmte Rollenfacette, die ein*e Journalist*in als Teil ihrer*seiner Rolle betrachten kann. Diese Batterie wurde seitdem von zahlreichen Forscher*innen übernommen und immer wieder, meist theoriegeleitet, um weitere Rollenfacetten, also Items, ergänzt, v. a. von Weaver und Kolleg*innen (etwa 2019) in ihren Befragungen US-amerikanischer Journalist*innen sowie in den Worlds-of-Journalism-Studien (WJS) von Hanitzsch et al. (etwa 2019). Für Deutschland stellten Scholl und Weischenberg (1998) eine ähnliche Itembatterie auf. Auch aufgrund der Vielfalt verschiedener Batterien mit ihren bis zu 21 Items (Hanitzsch et al. 2019) lag ein Fokus dieser Forschung darauf, mithilfe von Faktorenanalysen allgemein(er)e Rollen zu identifizieren, d. h. Bündel von Rollenfacetten bzw. Items.

Im Gegensatz zur Literatur, in der sowohl einzelne Rollenitems als auch ihre Zusammenfassungen zu Faktoren als Rollen bezeichnet werden, differenzieren wir begrifflich zwischen Rollenfacetten und Rollen. Rollen entsprechen den Faktoren bzw. latenten Dimensionen, die der Faktorenanalyse zufolge den Einschätzungen zur Wichtigkeit journalistischer Leistungen zugrunde liegen. So stellten Weaver, Willnat und Wilhoit (2019) etwa die Rollen des *disseminator*, *interpretive watchdog*, *adversarial* und *populist mobilizer* auf. Weitere Studien leiteten bspw. die *monitorial*, *collaborative*, *interventionist* und *accommodative* Rollen ab (Hanitzsch 2011; Hanitzsch et al. 2019; Steindl, Lauerer & Hanitzsch 2017). Der Vergleich der hierbei in verschiedenen Studien gefundenen Faktoren ist allerdings dadurch erschwert, dass hinter der gleichen Bezeichnung dieser Rollen häufig unterschiedliche Itemkombinationen stehen oder umgekehrt unterschiedliche Bezeichnungen übereinstimmende Zusammenstellungen von Rollenfacetten umfassen (etwa bei Fawzi & Mothes 2020; Hanitzsch et al. 2019; Riedl & Eberl 2020; Weaver et al. 2019). Wir orientieren uns daher vornehmlich an Hanitzsch und Vos (2018), die auf Basis einer Literaturstudie 25 Rollenfacetten unterscheiden. Diese Facetten lassen sich wiederum einzelnen Items der WJS-Batterie zuordnen, was zu eindeutigen Bezeichnungen führt (Tabelle 1).

Zentral für das Rollenselbstbild deutscher Journalist*innen – sowie der meisten ihrer Kolleg*innen weltweit (Hanitzsch et al. 2019) – ist laut den WJS-Erhebungen die Rolle des*der neutralen Vermittler*in, die im Zeitverlauf sogar an Bedeutung gewonnen hat (Steindl et al. 2017): favorisiert sind die Facetten des *objective reporter*, *analyst* und *detached observer*. Rollenfacetten, die Regierungsnähe und -unterstützung implizieren (*mouthpiece*, *collaborator*), sind hingegen, ebenso wie *agenda-setter*, deutlich weniger akzeptiert (ebd.). Gleichzeitig zeichnet sich eine zunehmende Publikumsorientierung ab, erkennbar an wachsenden Zustimmungswerten zu den Rollenfacetten des *mood manager* und *mass(-oriented) disseminator* (ebd.). In einer qualitativen Befragung zeigten deutsche Journalist*innen zudem einen weltweit herausstechenden Fokus auf die Facette des *educator* (Hanitzsch et al. 2019).

2.2. Erwartungen der Bevölkerung an die Rolle von Journalist*innen

Die Fremderwartungen des Publikums an den Journalismus werden teilweise mit den gleichen Items erhoben wie die Selbsterwartungen der Journalist*innen (etwa Riedl & Eberl 2020; van der Wurff & Schoenbach 2014). Dabei zeigt sich, dass die

Tabelle 1: Übersicht über die Rollenitems/-facetten

WJS-Rollenitem (Hanitzsch et al. 2019; Steindl et al. 2017)	Rollenfacette (wenn nicht anders angegeben i. A. a. Hanitzsch & Vos 2018)
Dinge so berichten, wie sie sind	<i>objective reporter</i> (i. A. a. Scholl & Weischenberg 1998)
Ein unparteiischer Beobachter sein	<i>detached observer</i> (i. A. a. Hanitzsch et al. 2019)
Inhalte anbieten, die ein möglichst großes Publikum anziehen	<i>mass(-oriented) disseminator</i> (<i>disseminator</i> nicht i. S. v. Hanitzsch & Vos 2018, sondern von Willnat, Weaver & Wilhoit 2019)
Aktuelles Geschehen einordnen und analysieren	<i>analyst</i>
Den Menschen die Möglichkeit geben, ihre Ansichten zu artikulieren	<i>access provider</i>
Informationen vermitteln, die Menschen zu politischen Entscheidungen befähigen	(<i>decision</i>) <i>mobilizer</i>
Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen motivieren	(<i>participation</i>) <i>mobilizer</i>
Die Regierung kontrollieren	(<i>politics</i>) <i>watchdog</i>
Die Wirtschaft kontrollieren	(<i>business</i>) <i>watchdog</i>
Die politische Tagesordnung bestimmen	<i>agenda-setter</i> (i. A. a. Standaert, Hanitzsch & Dedonder 2021)
Die öffentliche Meinung beeinflussen	<i>public influencer</i> (eigene Bezeichnung)
Ein Gegengewicht zur Regierung bilden	<i>adversary</i>
Toleranz und kulturelle Vielfalt fördern	<i>missionary</i>
Als Erzähler die Welt in Geschichten vermitteln	<i>world storyteller</i> (eigene Bezeichnung)
Für sozialen Wandel eintreten	<i>change agent</i>
Das Publikum bilden	<i>educator</i>
Nationale Entwicklung unterstützen	<i>facilitator</i>
Regierungspolitik unterstützen	<i>collaborator</i>
Ein positives Bild der Regierung vermitteln	<i>mouthpiece</i>
Unterhaltung und Entspannung bieten	<i>mood manager</i>
Rat, Orientierung und Hilfestellung für den Alltag bieten	<i>guide</i>

WJS = Worlds-of-Journalism-Studie; i. A. a. = in Anlehnung an/wörtlich übernommen von ...; i. S. v. = im Sinne von/sinngemäß dem Verständnis folgend von ...

Erwartungen verschiedener Teilpopulationen erheblich variieren können. Als relevante Einflussfaktoren haben sich dabei etwa soziodemografische Merkmale erwiesen: So ergab die Befragung der US-Bevölkerung von Vos, Eichholz und Karaliova (2019),

dass die meisten Rollenitems als umso unwichtiger erachtet wurden, je höher das *Alter* der Befragten war. Im deutschsprachigen Raum hingegen zeigten ältere Befragte tendenziell höhere Erwartungen (Fawzi & Mothes 2020; Riedl & Eberl 2020). Im Hinblick auf das *Geschlecht* stellte sich heraus, dass in Österreich Frauen stärker der Meinung sind, dass Journalist*innen als *missionary*, (*participation*) *mobilizer* und *mood manager* agieren sollten (Riedl & Eberl 2020). In den USA erachten Männer die *watchdog*-Rolle als wichtiger (Willnat et al. 2019). In der US-Studie von Willnat et al. (2019) war zudem ein höherer *formaler Bildungsgrad* mit insgesamt geringeren Erwartungen verbunden. Riedl und Eberl (2020) wiederum fanden einen positiven Zusammenhang zwischen der formalen Bildung österreichischer Befragter und ihrer Zustimmung zu den Rollenfacetten des *detached observer*, *objective reporter* und *analyst* sowie einen negativen Zusammenhang zu den Facetten *collaborator*, *mood manager* und *mass(-oriented) disseminator*. Darüber hinaus fanden sich bereits Unterschiede bei Menschen verschiedener *politischer Orientierung*: Liberalere bzw. linkere Befragte schreiben vielen Rollenfacetten eine höhere Bedeutung zu und favorisieren insbesondere jene, die eine journalistische Teilhabe am sozialen Wandel sowie die Förderung von Toleranz und kultureller Vielfalt hervorheben (Fawzi & Mothes 2020; Riedl & Eberl 2020; Vos et al. 2019).

Ein entscheidender Einfluss scheint schließlich von der *Nachrichtennutzung* auszugehen, wobei sich – je nachdem, welcher Aspekt der Nutzung betrachtet wird – ein differenziertes Bild ergibt: Während etwa Willnat et al. (2019) für die USA zeigen, dass eine intensivere Nutzung von TV oder Print wie auch von sozialen Medien als Nachrichtenquellen mit insgesamt höheren Erwartungen an journalistische Funktionen assoziiert ist, kommen Vos et al. (2019) zu dem Ergebnis, dass sich die Wertschätzung verschiedener journalistischer Rollen in Abhängigkeit zur Art der genutzten Hauptnachrichtenquelle unterscheidet. Wer (inter)nationale Nachrichten überwiegend im Fernsehen konsumiert, erwartet vom Journalismus eher eine neutrale Beobachtung. Wer Zeitungen als wichtigste Nachrichtenquelle angibt, erachtet die Kritik und Kontrolle von politischen und wirtschaftlichen Akteur*innen als wichtiger (ebd.). Die Nutzung sozialer Medien als Hauptnachrichtenquelle für (Inter)Nationales ist hingegen vorrangig mit Rollenitems assoziiert, die eine stärkere Publikumsorientierung widerspiegeln (z. B. „Unterhaltung und Entspannung bieten“ und „Rat, Orientierung und Hilfestellung für den Alltag bieten“) oder eine aktivistische Haltung (z. B. „für sozialen Wandel eintreten“) (ebd.).

Auch das *Interesse an verschiedenen Nachrichtenthemen* hat sich als relevanter Einflussfaktor erwiesen. So geht das Interesse an Politik, Wirtschaft und anderen sozialen Themen mit stärkeren Erwartungen in Bezug auf traditionell-professionelle journalistische Rollen einher, wohingegen das Interesse an Themen wie Kriminalität oder Prominenten mit eher publikumsorientierten Erwartungen assoziiert war (van der Wurff & Schoenbach 2014). Damit im Einklang steht der Befund, dass Menschen mit hohem politischen Interesse dazu tendieren, generell höhere Erwartungen an Journalismus zu hegen (Fawzi & Mothes 2020) oder jenen Rollenfacetten eine stärkere Bedeutung beizumessen, welche die besondere Rolle des Journalismus für politische Informiertheit, Meinungsbildung und Partizipation hervorheben (Riedl & Eberl 2020).

2.3. Journalistische Selbst- und Fremderwartungen im Vergleich

Der dritte Forschungsstrang konnte bislang v. a. aufzeigen, dass journalistische Selbst- und Fremderwartungen häufig auseinanderfallen (Tsifti, Meyers & Peri 2006; Vos et al. 2019; Willnat et al. 2019). Diese Diskrepanz wird in der Regel als Gefahr für

die Journalismus/Publikum-Beziehung gewertet, die seitens des Publikums etwa in sinkendem Vertrauen oder Nachrichtenvermeidung münde (Abdenour, McIntyre & Dahmen 2021; Loosen et al. 2020).

Jedoch sind die Befunde häufig nicht eindeutig (Riedl & Eberl 2020). So deuten bspw. die Studien von Tsati et al. (2006) und Willnat et al. (2019) darauf hin, dass die US-Bevölkerung die eher objektiv informierende Rolle als wichtiger erachtet als US-Journalist*innen, während Vos et al. (2019) – ebenfalls für die USA – das Gegenteil aufzeigen. Dabei treten auch einseitig paradoxe Befunde auf, etwa, dass die Bürger*innen gleichzeitig größeren Wert auf die *collaborator*-Rollenfacette, also die Unterstützung der Regierungspolitik, und zugleich auf die Kontrolle der Regierung als *watchdog* zu legen scheinen (ebd.; Riedl & Eberl 2020).

Betrachtet man jedoch nur die jeweils als am wichtigsten sowie die als am unwichtigsten bewerteten Rollenfacetten, dann unterscheiden sich zumindest die Rangfolgen der Items auf Journalismus- und Bevölkerungsseite kaum. Auf dieser Ebene der Priorisierung sind die Vorstellungen also relativ ähnlich (Abdenour et al. 2021; Loosen et al. 2020; Tsati et al. 2006; Vos et al. 2019).

Darüber hinaus zeigen Faktoren- sowie Hauptkomponentenanalysen, dass US-Journalist*innen und -Bürger*innen verschiedene Rollen unterschiedlich konzeptualisieren: So extrahieren Gil de Zuñiga und Hinsley (2013) aufseiten der Journalist*innen zwei (uphold fairness sowie ensure accountability) und bevölkerungsseitig einen Faktor(en) und schließen daraus, dass die Bevölkerung nicht klar zwischen bestimmten journalistischen Rollen differenziert. In der Studie von Willnat et al. (2019) laden die einzelnen Rollenitems aufseiten der Journalist*innen klar auf die vier im Vorfeld definierten Faktoren (interpretive, populist mobilizer, adversarial und disseminator), während dies aufseiten der befragten Bürger*innen nur bei der *interpretive function* der Fall ist.

3. Forschungsfragen und Methodik

„Beziehungsstudien“ und Bevölkerungsbefragungen erbrachten also z. T. widersprüchliche und für die einzelnen Länder divergierende Befunde. Auch hat die empirische Messung von (In-)Kongruenzen bei den Bewertungen einzelner Rollenitems (z. B. mit Mittelwertvergleichen oder Korrelationsanalysen) ihre Grenzen (Loosen et al. 2020) und kann aufgrund der Fülle der Items kaum die latenten, inhaltlichen Dimensionen hinter den Bewertungen berücksichtigen. Daher greifen wir auf ein strukturentdeckendes, faktorenanalytisches Verfahren zurück. Das hat den Vorteil, dass wir uns nicht auf vorab getroffene Annahmen über eine erwartbare Struktur stützen. Wir untersuchen Rollenbild-Strukturen also explorativ und legen dabei einen Schwerpunkt auf die Seite der Bürger*innen. Folgende Forschungsfragen sind für uns leitend:

- 1) *Welche latenten Dimensionen liegen den Einschätzungen zur Wichtigkeit journalistischer Leistungen aufseiten von Bürger*innen und Journalist*innen zugrunde und wie unterscheiden sie sich?*
- 2) *Welche Merkmale aufseiten der Bevölkerung sagen am besten voraus, welche dieser ermittelten Dimensionen als wichtig erachtet werden?*

Die Datengrundlage bilden zwei repräsentative Umfragen, in denen die Teilnehmenden jeweils die Wichtigkeit der 21 WJS-Rollenitems (Hanitzsch et al. 2019) auf einer 5-Punkte-Likert-Skala von „unwichtig“ („1“) bis „extrem wichtig“ („5“) beurteilten. Die repräsentative Bevölkerungsumfrage, durchgeführt von April bis Mai 2019, um-

fasst nach listenweisem Fallausschluss noch 905 Telefoninterviews (CATI) mit zufällig ausgewählten, volljährigen Personen. Die Befragung der Journalist*innen im WJS-Projekt (Steindl et al. 2017) erfolgte von November 2014 bis August 2015. Von den 775 befragten Journalist*innen bewerteten 689 alle Rollenitems, sodass ihre Daten verwertbar waren.

Für die Untersuchung von potenziellen Einflussfaktoren auf die Erwartungen der Bürger*innen wurden in der Bevölkerungsumfrage neben soziodemografischen Merkmalen (Alter, Geschlecht, Wohnort, formale Bildung) und politischer Orientierung auch die genutzten Nachrichtenquellen sowie thematischen Interessen erhoben. Politische Orientierung wurde analog zum Reuters Institute Digital News Report (RDNR) (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos & Nielsen 2019) durch Selbsteinschätzung auf einer 7-Punkte-Likert-Skala von „links außen“ („1“) bis „rechts außen“ („7“) und dem dort verwendeten Einleitungstext zur Definition von „links“ und „rechts“ erfasst. Die Mediennutzung wurde anhand von zwei offenen Fragen zu den drei wichtigsten Offline- und Online-Nachrichtenquellen abgefragt und anschließend manuell nach Gattungen (TV, Radio, Zeitung, Online, soziale Medien, Suchmaschinen) kodiert. Das Interesse an insgesamt zwölf Nachrichtenthemen, die in Hard und Soft News aufgeteilt werden, wurde – ebenfalls analog zum RDNR (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy & Nielsen 2017) – auf einer 5-Punkte-Likert-Skala von „überhaupt nicht interessiert“ („1“) bis „äußerst interessiert“ („5“) erhoben.¹ Für die Analysen wurden die Daten so gewichtet, dass sie im Hinblick auf Geschlecht, Wohnort und Alter repräsentativ für die deutsche Bevölkerung sind.

Da konkrete theoretische Annahmen zu Zusammenhängen der Variablen gerade aufseiten der Bevölkerung noch lückenhaft sind, wurde jeweils eine explorative Faktorenanalyse (EFA; Schätzmethode: Unweighted Least Squares) durchgeführt, um die latenten Dimensionen der journalistischen Rollenverständnisse von Journalist*innen und Bürger*innen zu identifizieren. Beide Datensätze eigneten sich nach dem Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium (KMO) für eine Faktorenanalyse: Die Gesamtwerte lagen auf Journalist*innen- wie Bevölkerungsseite mit 0,86 bzw. 0,87 im guten Bereich (Klopp 2013).

Nach Kaiser-Guttman-Kriterium, Scree-Test und Parallelanalyse erschien für die Gruppe der Journalist*innen eine sechs-faktorielle Lösung am angemessensten, für die Bevölkerung eine vier-faktorielle. Jedes Rollenitem wurde demjenigen Faktor zugewiesen, auf den es am höchsten lädt. Im Falle von Doppelladungen wurde das Fürntratt-Kriterium herangezogen (Bortz & Schuster 2010). Auch die Lösung mit einer Kurzskala, also lediglich zwei Items, aufseiten der Journalist*innen ließen wir zu, da der Faktor sich als reliabel erwies. Um die Interpretation der Faktoren zu erleichtern, dabei aber die Unabhängigkeit der Faktoren zu erhalten, wurden die Achsen varianzmaximierend orthogonal rotiert (Backhaus, Erichson, Plinke & Weber 2018).

Der zweite Teil der Analyse widmet sich den Einflüssen auf die Bewertungen der bevölkerungsseitig identifizierten Faktoren. Die jeweilige Faktorwichtigkeit wurde als Mittelwertindex aller zu diesem Faktor gezählten Rollenitems berechnet. Der Einfluss von soziodemografischen Merkmalen sowie politischer Einstellung, Mediennutzung

1 Hard News: internationale, politische, regionale/lokale, Unternehmens-/Wirtschafts-, Gesundheits-/Bildungs-, Wissenschafts-/Technologie-, Kriminalitäts-/Justiz-/Sicherheits-Nachrichten; Soft News: Unterhaltungs-/„Promi“- , Lebensstil-, Kunst-/Kultur-, Sport-, witzige/ausgefallene Nachrichten.

und Themeninteresse wurde mittels linearer multipler Ordinary Least Squares-Regressionsanalysen (OLS) überprüft.²

Alter, Geschlecht, formale Bildung und Wohnregion (Ost/West inkl. Berlin) gingen als soziodemografische Variablen in die Modelle ein. Politische Orientierung wurde als metrische Variable behandelt. Die Nachrichtennutzung wurde dichotom auf Gattungsebene betrachtet, gegliedert nach Offline- (TV, Radio, Zeitung) und Online-Gattungen (Internet generell, soziale Medien, Suchmaschinen). Darüber hinaus wurde die exklusive Nutzung von Offline-Rundfunkangeboten als eigene Variable kodiert, um Aussagen über solche Personen zu treffen, die weder Print- noch Online-Nachrichten rezipieren. Weitere derartig gelagerte Betrachtungen, etwa der exklusiven Internetnutzung, waren leider aufgrund der geringen Fallzahlen nicht möglich, da diese Art der Nachrichtennutzung seltener war und die Datenlage dementsprechend nicht belastbar ausfiel. Da nur wenige Personen angaben, an den aufgelisteten Themen wenig oder überhaupt nicht interessiert zu sein, wurden Dummyvariablen für „starkes“ sowie „kein bis mittleres Interesse“ an Hard bzw. Soft News gebildet.

Eine Dokumentation und Begründung aller Auswertungsschritte samt R-Code findet sich auf *GitHub*.³

4. Ergebnisse

Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt in drei Schritten: Zunächst stellen wir die Faktorenlösung für die Journalist*innen vor, dann jene für die Bürger*innen, anschließend beleuchten wir mittels Regressionsanalysen mögliche Einflüsse auf die Bewertung der ermittelten Dimensionen durch die Bevölkerung.

4.1. Faktorenanalytischer Vergleich der journalistischen Rollenverständnisse

Für die Gruppe der Journalist*innen existiert bereits eine Vielzahl an theoretisch und empirisch ermittelten Dimensionen, die helfen, erhobene Rollenselbstbilder zu interpretieren. Wir verzichten deshalb darauf, die einzelnen Faktoren hier zu benennen und nummerieren sie stattdessen nur, um nicht weiter zur begrifflichen Unschärfe, Beliebigkeit und Austauschbarkeit beizutragen, die innerhalb der Journalismusforschung bereits konstatiert wird (Hanusch & Banjac 2018). Aufseiten der Bevölkerung, der in diesem Kontext deutlich weniger erforschten Gruppe, orientiert sich unsere Interpretation an den durch die einzelnen Items repräsentierten Rollenfacetten (aufbauend auf Tabelle 1, Ergebnisse in Tabelle 2 und 3), wobei die hochladenden Items des jeweiligen Faktors im Mittelpunkt stehen. Hierfür orientieren wir uns nicht an etablierten Bezeichnungen aus kommunikatorzentrierter Forschung, sondern sprechen von journalistischen Aufgaben, da dies u. E. die bevölkerungsseitige Sicht auf journalistische Leitungen besser trifft.

4.1.1. Sechsfaktorielle Lösung für die Journalist*innen

Für die Gruppe der Journalist*innen ergab sich ein Modell mit sechs Faktoren, das insgesamt 53 Prozent der Gesamtvarianz erklärt, wobei jeder Faktor zwischen sechs

2 Fälle mit fehlenden Werten wurden ausgeschlossen; Daten zeigen keine Hinweise auf Multikollinearität (VIF < 1,80), starke Ausreißer (Cook's D < 0,69), Heteroskedastizität der Residuen oder Verletzung der Normalverteilungsannahme.

3 <https://github.com/Leibniz-HBI/Rollen-JouBevRep-EFA>.

und 14 Prozent zur Aufklärung beiträgt (Tabelle 2, sortiert nach Eigenwert). Die Rollenitems laden alle positiv und zum großen Teil hoch ($\geq 0,50$).⁴ Inhaltlich repräsentieren die Faktoren jeweils und insgesamt gut das Spektrum jener journalistischen Leistungen, die immer wieder als Rollenbündel innerhalb der Journalismusforschung hervorgehoben werden (Hanitzsch, Hanusch, Mellado, Anikina, Berganza, Cangoz, Co-man, Hamada, Hernández, Karadjov, Moreira, Mwesige, Plaisance, Reich, Seethaler, Skewes, Noor & Yuen 2011): als „Vierte Gewalt“ mit kritischer Distanz zu den Mächtigen in Politik und Wirtschaft agieren (Faktor 1), möglichst objektiv und neutral berichten (Faktor 3), zur politischen Meinungsbildung und Entscheidungsfähigkeit der Bürger*innen beitragen (Faktor 4), interventionistisch-aktivistisch agieren und für bestimmte soziale und kulturelle Werte eintreten (Faktor 2), sich stark am Publikum und in Richtung Unterhaltung orientieren (Faktor 6) sowie als „Kollaborateur*in“ oder Partner*in die Regierung(spolitik) unterstützen (Faktor 5).

Der im Modell der Journalist*innen – gemessen am erklärten Varianzanteil – bedeutendste Faktor 1 bündelt die klassischen *watchdog*- und Kontrollfunktionen im Hinblick auf Politik und Wirtschaft mit der Rollenfacette des *adversary* und der Leistung des politischen Agenda Setting. Die Kombination dieser Items lässt sich im Sinne eines kritischen, Themen setzenden Journalismus verstehen, der Missstände aus Politik und Wirtschaft öffentlich macht. Alle vier Rollenitems korrelieren hoch mit diesem ersten Faktor.

Der zweite Faktor umfasst die meisten Rollenitems. Allerdings laden nur zwei der insgesamt sechs Items hoch auf diesen Faktor: „für sozialen Wandel eintreten“ sowie „Toleranz und kulturelle Vielfalt fördern“. Inhaltlich aufgegriffen sind folglich Aspekte, die auf gesellschaftliche Veränderungen abzielen und die Facetten eines *change agent* bzw. *missionary* implizieren. Hinzu treten Rollenitems wie die Unterstützung der nationalen Entwicklung sowie die Bildungs- und eine Art „Weltvermittlungs“-Funktion und das Beeinflussen der öffentlichen Meinung. Eine gemeinsame Klammer für diese einzelnen Items sehen wir darin, dass sie sich alle auf soziales Engagement und die aktive Förderung bestimmter Werte beziehen lassen. So kann sich ein aktives Mitwirken am gesellschaftspolitischen Wandel auch darin widerspiegeln, die öffentliche Meinung – etwa durch Anstoßen einer Debatte – zu prägen oder die nationale Entwicklung – auf konstruktive Weise in eine bestimmte Richtung gehend – zu unterstützen, über die Vermittlung der Welt in Geschichten Toleranz zu fördern und dadurch Bürger*innen zu bilden, und als eine Art *public influencer* zu fungieren.

Deutlich abgrenzen lässt sich diese eher aktivistische Rolle von Faktor 3, der sich auf objektive und sachliche Berichterstattung durch eine*n unbeteiligte*n Beobachter*in bezieht. Ergänzend findet sich noch die *analyst*-Facette, also das Rollenitem „aktuelles Geschehen einordnen und analysieren“, welches hier eine geringere Ladung aufweist. Insgesamt steht dieser Faktor deutlich für das Berichterstattungsmuster des objektiven Journalismus.

Auch der vierte Faktor steht für ein etabliertes Rollenverständnis: jenes der politischen Mobilisierung des Publikums zu Meinungsbildung und Partizipation. Hier

4 In Anlehnung an Gorsuch (1974) sowie Kline (1994) berücksichtigt die inhaltliche Interpretation der Faktoren nur jene mit mäßig hohen Ladungen von mindestens 0,30. Ladungen sind Korrelationen der manifesten Variablen mit den unbeobachteten extrahierten Faktoren. Hoch lädt eine Variable auf einen Faktor, wenn mindestens ein Wert von 0,50 erreicht wurde (Backhaus et al. 2018), unabhängig vom negativen oder positiven Vorzeichen (Kline 1994). Schwerpunkt der Ergebnisdarstellung sind jene Rollenitems, die – aufgrund ihrer hohen Ladung – einen Faktor markieren.

Tabelle 2: Faktorenlösung für die Gruppe der Journalist*innen

Faktor	Rollenfacetten	Faktorladung	Rollenitems	h^2	Eigenwert (Anteil erklärter Varianz)
1	<i>(politics)</i>	0,85	Die Regierung kontrollieren	0,85	2,94 (0,14)
	<i>watchdog, (business)</i>	0,79	Die Wirtschaft kontrollieren	0,73	
	<i>watchdog, agenda-setter, adversary</i>	0,64	Die politische Tagesordnung bestimmen	0,55	
		0,58	Ein Gegengewicht zur Regierung bilden	0,52	
2	<i>change agent, missionary, facilitator, world</i>	0,67	Für sozialen Wandel eintreten	0,58	2,15 (0,10)
		0,58	Toleranz und kulturelle Vielfalt fördern	0,54	
	<i>storyteller, educator, public influencer</i>	0,47	Nationale Entwicklung unterstützen	0,41	
		0,42	Als Erzähler die Welt in Geschichten vermitteln	0,24	
		0,42	Das Publikum bilden	0,24	
		0,37	Die öffentliche Meinung beeinflussen	0,17	
3	<i>objective reporter, detached observer, analyst</i>	0,80	Dinge so berichten, wie sie sind	0,65	1,61 (0,08)
		0,66	Ein unparteiischer Beobachter sein	0,48	
		0,42	Aktuelles Geschehen einordnen und analysieren	0,32	
4	<i>(participation) mobilizer, (decision) mobilizer, access provider</i>	0,73	Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen motivieren	0,84	1,60 (0,08)
		0,69	Informationen vermitteln, die Menschen zu politischen Entscheidungen befähigen	0,84	
		0,42	Den Menschen die Möglichkeit geben, ihre Ansichten zu artikulieren	0,45	
5	<i>mouthpiece, collaborator</i>	0,80	Ein positives Bild der Regierung vermitteln	0,72	1,54 (0,07)
		0,79	Regierungspolitik unterstützen	0,71	
6	<i>mood manager, mass(-oriented)disseminator, guide</i>	0,73	Unterhaltung und Entspannung bieten	0,65	1,25 (0,06)
		0,61	Inhalte anbieten, die ein möglichst großes Publikum anziehen	0,39	
		0,41	Rat, Orientierung und Hilfestellung für den Alltag bieten	0,19	

gebündelt sind Items wie „Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen motivieren“ und „Informationen vermitteln, die Menschen zu politischen Entscheidungen befähigen“. Sie lassen sich der *mobilizer*-Facette zuordnen. Menschen die Möglichkeit zu bieten, ihre Ansichten zu artikulieren, also einen Zugang zur Öffentlichkeit bereit-

zustellen, ist ebenfalls ein Teil dieses Konstrukts, allerdings mit einer vergleichsweise geringen Ladung.

In seiner inhaltlichen Bedeutung gut abgrenzbar ist auch Faktor 5. Dieser umfasst lediglich zwei Rollenitems, die beide gleichermaßen hoch auf den Faktor laden und sich auf die Unterstützung der Regierung(spolitik) beziehen.

Faktor 6 umfasst Aspekte, die sich als Unterhaltung und Publikumsorientierung im Sinne hoher Reichweiten sowie als Unterstützung im Alltag zusammenfassen lassen.

4.1.2. Vier-Faktoren-Lösung für die Bevölkerung

Aufseiten der Bürger*innen umfasst das Modell vier Faktoren (Tabelle 3, sortiert nach Eigenwert). Mit 37 Prozent ist die Varianzaufklärung geringer als bei den Journalist*innen. Dies führen wir auf eine größere Heterogenität im Vergleich zur Berufsgruppe der Journalist*innen zurück. Inhaltlich zeigt sich insgesamt: Im Vergleich zu den Journalist*innen sind die Rollenerwartungen der Bevölkerung weniger klar voneinander abgegrenzt. Die Faktoren bündeln verschiedene und teils als gegensätzlich wahrgenommene – in Praxis und Theorie klassischerweise also eher voneinander getrennt gedachte und empirisch betrachtete – Rollenverständnisse. Dies bedeutet allerdings nicht, dass in den gefundenen vier Faktoren keine inhaltliche Kohärenz zu erkennen wäre, für die wir jeweils ein eigenes Faktorlabel gefunden haben.

Der erste Faktor bündelt insgesamt acht Rollenitems und lässt sich mit Blick auf die bevölkerungsseitig erwarteten journalistischen Leistungen mit dem Label „ermächtigendes Berichten und Einordnen“ benennen. Drei Items laden hier besonders hoch: „aktuelles Geschehen einordnen und analysieren“, „Dinge so berichten, wie sie sind“ und „Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen motivieren“. Neben den Rollenfacetten des *analyst* und *objective reporter* umfasst der Faktor also auch die Facette des (*participation*) *mobilizer*. Auch die anderen Rollenitems dieses Faktors gehen in ähnliche Richtungen, indem sie zum einen die Aufgabe einer neutralen sowie ausgewogenen Berichterstattung betonen („ein unparteiischer Beobachter sein“ und „den Menschen die Möglichkeit geben, ihre Ansichten zu artikulieren“), auf der anderen Seite aber auch Rollenitems, die eine aktive Teilhabe des Journalismus in politische und gesellschaftliche Entwicklungen umfassen („Informationen vermitteln, die Menschen zu politischen Entscheidungen befähigen“, „Toleranz und kulturelle Vielfalt fördern“ und „das Publikum bilden“).

Auch auf den zweiten Faktor laden drei Rollenitems besonders hoch: „Unterhaltung und Entspannung“ sowie „Rat, Orientierung und Hilfestellung für den Alltag bieten“ prägen diesen Faktor. *Mood manager* und *guide* fallen hier zusammen. Auch das Item „nationale Entwicklung unterstützen“ markiert diesen Faktor noch. Dass dieses Rollenitem mit den beiden anderen hochladenden Items auftritt, könnte darauf hindeuten, dass die Unterstützung der nationalen Entwicklung auf Bevölkerungsseite eher als konstruktive Leistung verstanden wird – ebenso wie aufseiten der Journalist*innen im Rahmen von Faktor 2 – und weniger im Sinne der ursprünglich mit diesem Item intendierten Bedeutung eines parteiischen und mit der Regierung kollaborierenden Journalismus. Deutlich wird dieses vermutlich konstruktive Verständnis auch darin, dass das Item „für sozialen Wandel eintreten“, wenngleich schwach, ebenfalls auf diesen Faktor lädt. Die übrigen Items zielen auf eine Unterhaltungsfunktion des Journalismus ab, sodass sich die durch den Faktor markierte Rollendimension insgesamt als „orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“ interpretieren lässt.

Der dritte Faktor, den wir überschreiben mit „regierungsunterstützendes Agenda Setting“, vereint Rollenitems, die eine starke Bindung des Journalismus an die Regie-

Tabelle 3: Faktorenlösung für die Gruppe der Bürger*innen

Faktor	Rollenfacetten	Faktor- ladung	Rollenitems	h^2	Eigenwert (Anteil erklärter Varianz)
Ermächtigendes Berichten und Einordnen	<i>analyst, objective reporter, (participation) mobilizer, detached observer, access provider, (decision) mobilizer, missionary, educator</i>	0,63	Aktuelles Geschehen einordnen und analysieren	0,44	2,43 (0,12)
		0,57	Dinge so berichten, wie sie sind	0,39	
		0,55	Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen motivieren	0,36	
		0,49	Ein unparteiischer Beobachter sein	0,39	
		0,47	Den Menschen die Möglichkeit geben, ihre Ansichten zu artikulieren	0,40	
		0,46	Informationen vermitteln, die Menschen zu politischen Entscheidungen befähigen	0,33	
		0,46	Toleranz und kulturelle Vielfalt fördern	0,25	
		0,42	Das Publikum bilden	0,25	
Orientierende Unterhaltung und Hilfestellung	<i>mood manager, guide, facilitator, mass(-oriented) disseminator, world storyteller, change agent</i>	0,60	Unterhaltung und Entspannung bieten	0,40	2,11 (0,10)
		0,55	Rat, Orientierung und Hilfestellung für den Alltag bieten	0,40	
		0,50	Nationale Entwicklung unterstützen	0,32	
		0,47	Inhalte anbieten, die ein möglichst großes Publikum anziehen	0,30	
		0,42	Als Erzähler die Welt in Geschichten vermitteln	0,25	
		0,35	Für sozialen Wandel eintreten	0,30	
Regierungs- unterstützendes Agenda Setting	<i>collaborator, public influencer, agenda-setter, mouthpiece</i>	0,60	Regierungspolitik unterstützen	0,50	1,81 (0,09)
		0,60	Die öffentliche Meinung beeinflussen	0,40	
		0,58	Die politische Tagesordnung bestimmen	0,46	
		0,56	Ein positives Bild der Regierung vermitteln	0,46	
Kontrolle Mächtiger	<i>(politics) watchdog, (business) watchdog, adversary</i>	0,73	Die Regierung kontrollieren	0,57	1,51 (0,07)
		0,55	Die Wirtschaft kontrollieren	0,41	
		0,45	Ein Gegengewicht zur Regierung bilden	0,26	

rung und ihre Politik nahelegen: etwa sie zu unterstützen sowie von ihr ein positives Bild in der Öffentlichkeit zu zeichnen. Derartige Items beschreiben ein Kollaborationsverhältnis zur Regierung und ein eher paternalistisches zur Bevölkerung, einhergehend mit Bezeichnungen wie *collaborator* sowie *mouthpiece*. Gleichzeitig gehören diesem Faktor Facetten an, die als *public influencer* und *agenda-setter* betitelt werden. Sowohl die Items „die öffentliche Meinung beeinflussen“ als auch „die politische Tagesordnung bestimmen“ ordnet die Journalismusforschung traditionell eher dem Bereich des gesellschaftlichen Engagements zu. Hier ergänzen sie jedoch die Vorstellung, Journalismus solle die Regierung in ihrem Handeln unterstützen. Dies deutet darauf hin, dass diese Punkte aufseiten der Bevölkerung anders verstanden werden als seitens der befragten Journalist*innen.

Der letzte Faktor, die „Kontrolle Mächtiger“, bildet ganz klassisch eine Kritik- und Kontrollfunktion ab. Dieser *watchdog*-Faktor gestaltet sich ähnlich wie bei den Journalist*innen, allerdings fällt bei der Gruppe der Journalist*innen noch die Aufgabe zusätzlich darunter, die politische Tagesordnung zu bestimmen. Unter den Bürger*innen setzt sich der extrahierte Faktor aus drei Items zusammen: die Regierung und die Wirtschaft zu kontrollieren sowie ein Gegengewicht zur Regierung darzustellen.

4.2. Wichtigkeit der Faktoren auf Bürger*innenseite

Die vier identifizierten Faktoren werden von der Bevölkerung als unterschiedlich wichtig beurteilt. So beträgt der berechnete Mittelwertindex für den Faktor „ermächtigendes Berichten und Einordnen“ 4,05, während der Faktor „regierungsunterstützendes Agenda Setting“ mit einem Mittelwertindex von 2,61 als deutlich weniger wichtig – sogar als eher unwichtig – bewertet wird (Tabelle 4). Die Faktoren „orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“ sowie „Kontrolle Mächtiger“ liegen mit Werten von 3,40 bzw. 3,24 dazwischen, aber oberhalb der Skalenmitte – sie werden also als eher wichtig angesehen. Auch wenn deutliche Unterschiede erkennbar sind, wird keines der in den Faktoren zusammenkommenden journalistischen Aufgabenbündel von der Bevölkerung als generell unwichtig bewertet. Allerdings streuen die Werte für die beiden Faktoren höher, denen im direkten Vergleich eine geringere Wichtigkeit zugesprochen wird.

Tabelle 4: Wichtigkeit der Faktoren auf Bürger*innenseite

Faktoren	Ermächtigendes Berichten und Einordnen	Orientierende Unterhaltung und Hilfestellung	Regierungsunterstützendes Agenda Setting	Kontrolle Mächtiger
Mittelwertindex	4,05	3,40	2,61	3,24
Standardabweichung	0,61	0,70	0,94	0,99

In die Mittelwertindex-Berechnung sind immer alle Items des jeweiligen Faktors mit eingegangen; Min = 1, Max = 5; Daten gewichtet; N = 905.

Vorangegangene Studien haben gezeigt, dass die Erwartungen verschiedener Bevölkerungsgruppen an journalistische Funktionen z. T. erheblich variieren (Abschnitt 2.2.). Dies gilt vor allem für Personen, die sich in Bezug auf soziodemografische Merkmale wie Alter, Geschlecht und formale Bildung, aber auch in ihrer politischen Ein-

stellung, Präferenzen in der Mediennutzung oder nachrichtlichen Themeninteressen unterscheiden. Um die Beziehung zwischen solchen Merkmalen der befragten Bürger*innen und ihrer Bewertung der vier Faktoren zu beleuchten, wurde für jeden Faktor ein separates lineares OLS-Modell berechnet, in das die oben genannten Bevölkerungsmerkmale als unabhängige Variablen eingingen (Tabelle 5).⁵ Die moderate Erklärungskraft der Faktoren – zwischen $R^2 = 0,20$ („orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“) und $R^2 = 0,10$ („ermächtigendes Berichten und Einordnen“) – deutet darauf hin, dass noch weitere Einflussfaktoren existieren. Die Auswertung zeigt, dass ältere Personen allen Faktoren – mit Ausnahme von „ermächtigendem Berichten und Einordnen“ – signifikant mehr Wichtigkeit beimessen als jüngere Menschen. Vergleichsweise deutlich fällt dieser Zusammenhang bezüglich der „Kontrolle Mächtiger“ aus: Der signifikante β -Koeffizient zeigt an, dass bei einer Zunahme des Alters um eine Standardabweichung (SD; SD = 18,91), die Beurteilung der Wichtigkeit im Schnitt um 0,28 Standardabweichungen steigt, bei einer SD von 0,99 also um 0,28 Skaleneinheiten. Dieser Wert ist zugleich der höchste über alle vier Modelle hinweg.

Weibliche Befragte beurteilen das „ermächtigende Berichten und Einordnen“ sowie die „orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“ im Journalismus als signifikant wichtiger als männliche (0,18 Skaleneinheiten \pm 0,11 SD; 0,19 Skaleneinheiten \pm 0,13 SD). Personen mit einem (Fach)Hochschul- oder Universitätsabschluss messen dem „ermächtigenden Berichten und Einordnen“ eine höhere Wichtigkeit bei als Personen mit formal niedrigerem Bildungsgrad, während sie „orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“ als weniger wichtig einschätzen. Der Vergleich zwischen Befragten aus den alten und neuen Bundesländern zeigt außerdem, dass letztere sowohl die „orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“ als auch die „Kontrolle Mächtiger“ als geringfügig wichtiger bewerten als erstere. Im Gegensatz zu anderen Studien fanden wir keinen signifikanten Zusammenhang zwischen der politischen Orientierung und der Bewertung journalistischer Rollen.

Es zeigen sich jedoch signifikante Unterschiede je nachdem, welche Mediengattungen die Befragten als wichtige Nachrichtenquellen nutzen: Personen, die Online-Nachrichtangebote zu ihren wichtigsten Informationsquellen zählen, betrachten den Faktor „orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“ als weniger wichtig (-0,19 Skaleneinheiten \pm -0,13 SD). Dies trifft ebenfalls auf Befragte zu, für die Printzeitungen (-0,14 Skaleneinheiten \pm -0,10 SD) oder ausschließlich offline genutzte Rundfunkkanäle (-0,17 Skaleneinheiten \pm -0,12 SD) wichtige Nachrichtenquellen sind. Demgegenüber steht die Nutzung von Fernsehnachrichten, die in den vorliegenden Modellen mit einer höheren Bewertung dieses Faktors einhergeht (0,11 Skaleneinheiten \pm 0,08 SD). Ein ähnliches Bild ergibt sich für „regierungsunterstützendes Agenda Setting“: Dieser Faktor wird ebenfalls von Fernsehnachrichten-Nutzer*innen als wichtiger bewertet (0,07 Skaleneinheiten \pm 0,07 SD) und von Personen, die Online-Nachrichten als relevante Informationsquelle angeben, für weniger wichtig befunden (-0,20 Skaleneinheiten \pm -0,19 SD). Einen Journalismus, der „ermächtigend berichtet und einordnet“, beurteilen Personen, die Printzeitungen als wichtige Quelle nennen, als bedeutsamer. Der „Kontrolle Mächtiger“ messen dagegen diejenigen eine signifikant höhere Wichtigkeit bei, die soziale Medien zu ihren wichtigsten Nachrichtenquellen zählen. Für die Mediengattungen Radio und Suchmaschinen ergaben die Modelle keine signifikanten Werte.

5 Zur besseren direkten Vergleichbarkeit der Zusammenhänge, auch über die verschiedenen Skalen hinweg, werden hier die standardisierten β -Koeffizienten dargestellt.

Weitere relevante Erklärungsfaktoren in diesem Kontext stellen die Themeninteressen der Bevölkerung dar: Ein ausgeprägtes Interesse an Hard News geht mit der Zuschreibung einer höheren Wichtigkeit aller Faktoren einher. Hier sticht insbesondere der Zusammenhang mit dem Faktor „ermächtigendes Berichten und Einordnen“ hervor, der mit einem β -Wert von 0,26 (0,42 Skalenpunkte) der zweitstärkste in den berechneten Modellen ist. Wer sich (auch) für Soft News interessiert, bewertet vor allem eine „orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“ sowie „regierungsunterstützendes Agenda Setting“ als wichtiger. Für die beiden anderen Faktoren zeigen sich keine signifikanten Zusammenhänge.

5. Vergleichende Diskussion

Die Faktoren aufseiten der Journalist*innen stehen jeweils für theoretisch konsistent(er)e Rollenbilder und legen ein relativ klares professionelles Selbstverständnis nahe. Dieser Befund ist wenig überraschend, denn auch in anderen Studien fallen die empirisch ermittelten Rollenselbstverständnisse von Journalist*innen in der Regel vergleichsweise uniform bzw. stark konturiert aus, was an geringeren Standardabweichungen und recht klaren Zuordnungen der einzelnen Items zu den bekannten Rollendimensionen erkennbar ist. Die Bevölkerung gliedert sich hingegen stärker in unterschiedliche Subgruppen mit divergierenden Erwartungen an Journalismus (Loosen et al. 2020; Riedl & Eberl 2020; Tsfati et al. 2006). Wir haben es also auf der einen Seite mit Journalist*innen als einer vergleichsweise homogenen sozialen Gruppe mit relativ konkreten geteilten Berufsnormen und -vorstellungen zu tun. Unter Journalist*innen gibt es durchaus eine gewisse Idealvorstellung davon, was Journalismus leisten soll. In diesem Sinne finden sich in den Selbstbeschreibungen immer auch mögliche Spuren von sozialer Erwünschtheit wieder. So verweisen Studien, die zwischen *role conception* und *role enactment* (Tandoc, Hellmueller & Vos 2013; Raemy, Beck & Hellmueller 2019; Ranji 2022) unterscheiden, oftmals auf Diskrepanzen. Auf der anderen Seite steht demgegenüber eine Bevölkerung, die verschiedene Milieus, Strata, Berufsgruppen und andere soziale Einheiten umfasst, die Unterschiedliches vom Journalismus erwarten (Loosen et al. 2020; Tsfati et al. 2006).

Konzeptuell legen die einzelnen Faktoren der Journalist*innen eine – mit Blick auf die vier-faktorielle Lösung der Bevölkerung – vergleichsweise deutliche Differenzierung zwischen einem „interventionistischen“ und einem „passiven Pol“ nahe (Berganza-Conde, Oller-Alonso & Meier 2010): Interventionistisch bezieht sich hierbei auf das Einbringen von grundlegenden persönlichen Überzeugungen und Wertvorstellungen und den bekennenden Einsatz *für* etwas, auch im Sinne eines anwaltschaftlichen Journalismus (Faktor 2 und Faktor 5). Demgegenüber steht ein unparteiisches und eher distanzierteres Verständnis von Journalismus bzw. der journalistischen Berufsrolle (Faktor 1, Faktor 3, Faktor 4 und Faktor 6). Es ist plausibel, dass Journalist*innen eher in die eine oder andere Richtung tendieren, etwa je nachdem, für welches Medienangebot sie tätig sind.

Demgegenüber erwartet die Bevölkerung mehrere Leistungen vom Journalismus insgesamt (nicht unbedingt von jedem einzelnen journalistischen Angebot). Deswegen korrelieren die Rollenitems relativ hoch miteinander und gliedern sich in weniger Faktoren. Der Befund, dass in der Bevölkerung einige Items mit stark unterschiedlichen Bezügen auf einen Faktor laden, verweist auf diese diversen Erwartungen an Journalismus. Theoretisch scheinen sich die Items zu widersprechen; in der Realität entsprechen sie aber verschiedenen Facetten von Journalismus, die man als Bürger*in durchaus als gleich(sam) wichtig bewerten kann.

Tabelle 5: Wichtigkeit der Faktoren nach Soziodemografie und Nachrichtennutzung

Unabhängige Variable	Ermächtigendes Berichten und Einordnen	Orientierende Unterhaltung und Hilfestellung	Regierungsunterstützendes Agenda Setting	Kontrolle Mächtiger
R^2 /angepasstes R^2	0,10/0,08	0,20/0,18	0,15/0,13	0,13/0,11
Soziodemografika				
Alter	0,03	0,13***	0,16***	0,28***
Weiblich	0,11**	0,13***	0,05	-0,02
Bildung: (Fach-)Hochschulabschluss	0,10*	-0,12**	-0,08	0,04
Wohnort: Neue Bundesländer (exklusive Berlin)	0,03	0,08*	0,01	0,07*
Rechte politische Einstellung	-0,05	0,06	0,02	-0,05
Nachrichtennutzung Offline				
Fernsehen	-0,00	0,08*	0,07*	-0,01
Radio	0,02	-0,00	-0,04	-0,00
Zeitung	0,09*	-0,10*	-0,08	0,03
Nur Offline-Rundfunk	-0,01	-0,12**	-0,03	-0,04
Nachrichtennutzung Online				
Internet generell	0,06	-0,13**	-0,19***	-0,02
Soziale Medien	0,01	-0,02	0,02	0,14***
Suchmaschinen	-0,02	-0,06	-0,05	-0,06
Nachrichtennutzung nach thematischem Interesse				
Starkes Interesse an Hard News	0,26***	0,10**	0,07*	0,15***
Starkes Interesse an Soft News	-0,04	0,19***	0,12**	0,03

Zelleneinträge sind standardisierte OLS-Regressionskoeffizienten (β); AV: Wichtigkeit der ermittelten Faktoren; Daten wurden gewichtet; $N = 784$; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Aufseiten der Bevölkerung ergibt sich dennoch ein inhaltlich interpretierbares Bild, das uns dabei hilft, besser zu verstehen, wie Bürger*innen die einzelnen journalistischen Rollen relativ zueinander interpretieren: Journalismus soll vorrangig einordnen, analysieren, berichten und zur politischen Teilhabe motivieren (Faktor 1: „ermächtigendes Berichten und Einordnen“). Als wichtig erachtet wird aber auch, dass er Unterhaltung, Entspannung, Rat, Orientierung und Hilfestellung bietet sowie (wahr-

scheinlich in einem konstruktiv-lösungsorientierten Sinne) die nationale Entwicklung unterstützt (Faktor 2: „orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“) und Politik und Wirtschaft kritisch kontrolliert (Faktor 4: „Kontrolle Mächtiger“). Als weniger wichtig wird demgegenüber erachtet, dass Journalismus regierungsunterstützend die öffentliche Meinung beeinflusst und die politische Tagesordnung bestimmt (Faktor 3: „regierungsunterstützendes Agenda Setting“).

Im Einklang mit Ergebnissen anderer Studien aus dem deutschsprachigen Raum (Fawzi & Mothes 2020; Riedl & Eberl 2020) ist das Alter aufseiten der Bevölkerung tendenziell positiv mit der den Rollen(facetten) zugeschriebenen Wichtigkeit assoziiert. Ein noch stärkerer Prädiktor als soziodemografische Variablen ist das thematische Nachrichteninteresse: Hier zeigt sich deutlich, dass ein hohes Interesse an Hard News mit einer höheren Einschätzung der Wichtigkeit aller vier ermittelten Faktoren journalistischer Aufgaben einhergeht. Im Vergleich dazu konnte das Interesse an Soft News lediglich höhere Bewertungen für die Faktoren „orientierende Unterhaltung und Hilfestellung“ sowie „regierungsunterstützendes Agenda Setting“ vorhersagen. Im Unterschied zu anderen Studien (Fawzi & Mothes 2020; Riedl & Eberl 2020; Vos et al. 2019) findet sich in unseren Daten allerdings kein Zusammenhang zwischen politischen Einstellungen – gemessen anhand einer Selbsteinschätzung – und Erwartungen an journalistische Leistungen.

Als ebenfalls relevanter Prädiktor für Erwartungen an Journalismus erweist sich, ob Online-Nachrichten bzw. soziale Medien wichtige Nachrichtenquellen für die Befragten darstellen oder ob vorrangig traditionelle Nachrichtenquellen wie z. B. Rundfunk dazu gezählt werden. Dies kann als Indiz dafür gewertet werden, dass differenzierte Zusammenhänge zwischen Aspekten der Nachrichtennutzung und gesellschaftlichen Erwartungen an Journalismus gefunden werden können, wenn nicht die „regelmäßig genutzten“ Nachrichtenangebote (wie etwa bei Willnat et al. 2019) in der Analyse berücksichtigt werden, sondern der Fokus auf die „wichtigsten“ Angebote gelegt wird (wie etwa bei Vos et al. 2019). Zukünftige Arbeiten sollten daher tiefergehend untersuchen, inwiefern sich die zunehmende Ausdifferenzierung von Nachrichtenangeboten und damit einhergehende Verschiebungen in den Mustern der Nachrichtennutzung (bspw. die komplementäre, hauptsächliche oder exklusive Nutzung eines Angebots) auf Erwartungen an journalistische Leistungen auswirken.

6. Fazit

Mit unserem Vergleich setzen wir bei den „Beziehungsstudien“ an, in denen mittels Journalist*innen- und Bevölkerungsbefragungen ermittelte Selbst- und Fremderwartungen an journalistische Leistungen miteinander verglichen werden. Wir erweitern jedoch die Perspektive bisheriger Forschung, indem wir einen explorativen Ansatz wählen und den Fokus bewusst auf die Bevölkerungsseite und damit die bisher in dieser Hinsicht weniger erforschte Gruppe legen. Mit diesem Vorgehen sind allerdings auch Limitationen verbunden: Vergleichsarbeiten wie unsere bilden einen der drei Forschungsstränge, die wir einleitend dargestellt haben, und alle eint, dass teils recht abstrakte Listen von Rollenitems herangezogen werden – einst konzipiert für professionelle Akteur*innen im Journalismus, ausgehend von rein theoretischen Überlegungen ohne qualitativ-empirische Fundierung. Das inhaltliche Verständnis journalistischer Rollen ist auch gegenwärtig noch wenig erforscht. Erste Anhaltspunkte liefern etwa die offen fragenden Herangehensweisen von Standaert et al. (2021) sowie Banjac und Hanusch (2022).

Welche Bedeutung journalistischen Rollen beigemessen wird und wie diese interpretiert und bewertet werden, kann sich im Laufe der Jahre verändern und je nach politischem und Mediensystem unterscheiden (Hanitzsch et al. 2019; Standaert et al. 2021; Weaver et al. 2019). Wir vergleichen Journalist*innen und Bürger*innen in Deutschland miteinander, bewegen uns also in einem westlichen Kontext, den auch die herangezogenen Rollenitems widerspiegeln im Sinne eines “view that emphasizes journalism’s (potential) contribution to the proper workings of democracy” (Hanitzsch & Vos 2017: 124). Unser faktorenanalytischer Vergleich zeigt dabei verschiedene Rollenbild-Strukturen, die den Verdacht nahelegen, dass abgefragte Items in den beiden Gruppen teils unterschiedlich verstanden werden.

Die Varianzaufklärung beider Faktoren-Lösungen variiert, aufseiten der Bevölkerung fällt sie deutlich geringer aus. Die moderate Erklärungskraft der Regressionsmodelle deutet außerdem darauf hin, dass relevante unabhängige Variablen nicht berücksichtigt wurden – bspw. weitere soziodemografische Merkmale wie Beruf und Einkommen, medienbezogene Merkmale wie Medienvertrauen und Nutzung alternativer Nachrichtenkanäle sowie psychologische Merkmale etwa in Form von Extraversion, Verträglichkeit oder Verschwörungsmentalität. Zu berücksichtigen ist ferner, dass die Erhebungen der beiden Datensätze zeitlich weiter auseinanderliegen: Die WJS-Befragung ist deutlich älter. Wie journalistische Rollen bewertet werden, dürfte allerdings abhängig sein von aktuellen Ereignissen und Wahrnehmungen der Berichterstattung, insbesondere aufseiten der Bevölkerung.

Insgesamt werden der Einfluss neuer Medientechnologien, das damit einhergehende Auftreten vielfältiger Akteur*innen im Journalismus, die „beyond traditional journalism“ (Hanusch & Banjac 2018: 34) agieren, sowie die sich wandelnde Journalismus/Publikum-Beziehung bisher kaum in theoretischen Rollenmodellen und ihren Operationalisierungen berücksichtigt (ebd.). Daher stellt sich die Frage, inwieweit die etablierten Rollenkonzepte (noch) dazu geeignet sind, gegenwärtige journalistische Rollen(selbst)erwartungen angemessen zu beschreiben. Um dies zu klären, bedarf es vermehrt qualitativer Methoden, induktiver Ansätze und explorativer Forschung – aufseiten des Journalismus und der Bevölkerung. Solche Studien lassen sich durchaus auch als „verständigungsorientierte Beziehungsstudien“ verstehen, denn sie können in Wissenschaft, Praxis wie auch breiter Öffentlichkeit zu einer relationalen Verständigung über Erwartungen an Journalismus und seine Leistungen beitragen.

Literatur

- Abdenour, J., McIntyre, K., & Dahmen, N. S. (2021). Seeing eye to eye: a comparison of audiences’ and journalists’ perceptions of professional roles and how they relate to trust. *Journalism Practice*, 15(3), 329–347.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2018). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung*. Springer.
- Banjac, S., & Hanusch, F. (2022). A question of perspective: exploring audiences’ views of journalistic boundaries. *New Media & Society*, 24(3), 705–723.
- Berganza-Conde, M. R., Oller-Alonso, M., & Meier, K. (2010). Journalistic roles and objectivity in Spanish and Swiss journalism. An applied model of analysis of journalism culture. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65), 488–502.
- Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2017). The gap between the media and the public. In C. Peters & M. Broersma (Hg.), *Rethinking journalism again: societal role and public relevance in a digital age* (175–187). Routledge.
- Bortz, J., & Schuster, C. (2010). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler*. Springer.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton University Press.

- Costera Meijer, I., & Groot Kormelink, T. (2017). Revisiting the audience turn in journalism: how a user-based approach changes the meanings of clicks, transparency and citizen participation. In B. Franklin & S. Eldridge II (Hg.), *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies* (345–353). Routledge.
- Fawzi, N., & Mothes, C. (2020). Perceptions of media performance: expectation-evaluation discrepancies and their relationship with media-related and populist attitudes. *Media and Communication*, 8(3), 335–347.
- Gil de Zúñiga, H., & Hinsley, A. (2013). The press versus the public: what is “good journalism”? *Journalism Studies*, 14(6), 926–942.
- Gorsuch, R. L. (1974). *Factor Analysis*. W. B. Saunders.
- Hanitzsch, T. (2011). Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators: professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries. *International Communication Gazette*, 73(6), 477–494.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Mellado, C., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I., Coman, M., Hamada, B., Hernández, M. E., Karadjov, C. D., Moreira, S. V., Mwesige, P. G., Plaisance, P. L., Reich, Z., Seethaler, J., Skewes, E. A., Noor, D. V., & Yuen, E. K. W. (2011). Mapping journalism cultures across nations. *Journalism Studies*, 12(3), 273–293.
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: the discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27(2), 115–135.
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: a new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2), 146–164.
- Hanitzsch, T., Vos, T. P., Standaert, O., Hanusch, F., Hovden, J. F., Hermans, L., & Ramaprasad, J. (2019). Role orientations: journalists’ views on their place in society. In T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad, & A. S. de Beer (Hg.), *Worlds of journalism. Journalistic Cultures around the Globe* (161–197). Columbia University Press.
- Hanusch, F., & Banjac, S. (2018). Studying role conceptions in the digital age: a critical appraisal. In *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies* (28–39). Routledge.
- Hanusch, F., & Hanitzsch, T. (2019). Modeling journalistic cultures: a global approach. In T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad, & A. S. de Beer (Hg.), *Worlds of journalism. Journalistic cultures around the globe* (283–307). Columbia University Press.
- Heinonen, A. (2011). The journalist’s relationship with users. New dimensions to conventional roles. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, et al. (Hg.), *Participatory journalism. Guarding open gates at online newspapers* (34–55). Wiley-Blackwell.
- Johnstone, J. W. C., Slawski, E. J., & Bowman, W. W. (1972). The professional values of American newsmen. *Public Opinion Quarterly*, 36(4), 522.
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. Routledge.
- Klopp, E. (2013). Explorative Faktorenanalyse. https://psydok.psycharchives.de/jspui/bitstream/20.500.11780/3369/1/Explorative_Faktorenanalyse_final.pdf [13.07.2022].
- Kramp, L., & Loosen, W. (2018). The transformation of journalism: from changing newsroom cultures to a new communicative orientation? In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink (Hg.), *Communicative figurations. Transforming communications in times of deep mediatization* (205–239). Palgrave Macmillan.
- Loosen, W., Reimer, J., & Hölig, S. (2020). What journalists want and what they ought to do. (In)congruences between journalists’ role conceptions and audiences’ expectations. *Journalism Studies*, 21(12), 1744–1774.
- Loosen, W., Reimer, J., & Sprengelmeyer, L. (2022, 30. Mai). Journalism and its audience: building a relationship typology. 72. *Konferenz der International Communication Association*, Paris.
- Loosen, W., & Schmidt, J.H. (2012). (Re)Discovering the audience. The relationship between journalism and audience in networked digital media. *Information, Communication & Society*, 15(6), 867–887.

- Loosen, W., & Schmidt, J.-H. (2017). Between proximity and distance: including the audience in journalism (research). In B. Franklin & S. Eldridge II (Hg.), *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies* (354–363). Routledge.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2017). *Reuters institute digital news report 2017*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf [13.07.2022].
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). *Reuters institute digital news report 2019*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf [13.07.2022].
- Prochazka, F., & Schweiger, W. (2020). Vertrauen in Journalismus in Deutschland: eine Typologie der Skeptiker. Erwartungen an Medien und die Wahrnehmung ihrer Umsetzung. *Media Perspektiven*, 51(4), 196–206.
- Raemy, P., Beck, D., & Hellmueller, L. (2019). Swiss journalists' role performance: the relationship between conceptualized, narrated, and practiced roles. *Journalism Studies*, 20(6), 765–782.
- Ranji, B. (2022). Journalistic illisio in a restrictive context: role conceptions and perceptions of role enactment among Iranian journalists. *Journalism*, 23(2), 517–532.
- Riedl, A., & Eberl, J.-M. (2020). Audience expectations of journalism: what's politics got to do with it? *Journalism*. December.
- Scholl, A., & Weischenberg, S. (1998). *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie*. Westdeutscher Verlag.
- Schultz, T., Ziegele, M., Jakobs, I., Jakob, N., Quiring, O., & Schemer, C. (2020). Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen 2019: Medienzynismus weiterhin verbreitet, aber mehr Menschen widersprechen. *Media Perspektiven*, 51(6), 322–330.
- Standaert, O., Hanitzsch, T., & Dedonder, J. (2021). In their own words: a normative-empirical approach to journalistic roles around the world. *Journalism*, 22(4), 919–936.
- Steindl, N., Lauerer, C., & Hanitzsch, T. (2017). Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. *Publizistik*, 62(4), 401–423.
- Tandoc, E. C., Hellmueller, L., & Vos, T. P. (2013). Mind the gap: between journalistic role conception and role enactment. *Journalism Practice*, 7(5), 539–554.
- Tsfati, Y., Meyers, O., & Peri, Y. (2006). What is good journalism? Comparing Israeli public and journalists' perspectives. *Journalism*, 7(2), 152–173.
- van der Wurff, R., & Schoenbach, K. (2014). Civic and citizen demands of news media and journalists: what does the audience expect from good journalism? *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(3), 433–451.
- Vos, T. P., Eichholz, M., & Karaliova, T. (2019). Audiences and journalistic capital: roles of journalism. *Journalism Studies*, 20(7), 1009–1027.
- Weaver, D. H., Willnat, L., & Wilhoit, G. C. (2019). The American journalist in the digital age: another look at U.S. news people. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 101–130.
- Willnat, L., Weaver, D. H., & Wilhoit, G. C. (2019). The American journalist in the digital age: how journalists and the public think about journalism in the United States. *Journalism Studies*, 20(3), 423–441.
- Wilner, T., Montiel Valle, D. A., & Masullo, G. M. (2021). “To me, there’s always a bias”: understanding the public’s folk theories about journalism. *Journalism Studies*, 22(14), 1930–1946.

