

Julia Faltermeier

Konstruktiver Journalismus

Was motiviert Journalist:innen,
ihre Gewohnheiten zu ändern?

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag

Reihe Medienwissenschaft

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag

Reihe Medienwissenschaft

Band 47

Julia Faltermeier

Konstruktiver Journalismus

Was motiviert Journalist:innen, ihre Gewohnheiten
zu ändern?

Tectum Verlag

Julia Faltermeier
Konstruktiver Journalismus
Was motiviert Journalist:innen, ihre Gewohnheiten zu ändern?

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag
Reihe: Medienwissenschaft; Bd. 47

1. Auflage 2025

© Die Autorin

ISBN 978-3-68900-454-5
ePDF 978-3-68900-455-2
ISSN 1861-7530



DOI: <https://doi.org/10.5771/9783689004552>

Umschlagabbildung: Rojda Çomak-Deliduman

Gesamtherstellung:
Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Angaben sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung
– Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

Vorwort

Die Welt brennt an zahlreichen Ecken und Enden. Gleichzeitig wenden sich zunehmend mehr Menschen von der medialen Berichterstattung ab. Einer der am häufigsten genannten Gründe: Die Nachrichten ließen die Menschen in einer negativen, hilflosen Stimmung zurück. Zu selten würde über Lösungsansätze gesprochen. Das ist im Konstruktiven Journalismus anders. Konstruktive Beiträge adressieren immer auch die Frage: Was jetzt? Wie kann es weitergehen? Der Blick nach vorn und eine lösungsorientierte Berichterstattung soll Menschen nicht nur ein vollständigeres Bild der Welt liefern, sondern sie gleichzeitig auch *befähigen*.

Wie jeder Journalismus lebt auch der Konstruktive Journalismus davon, dass er Anwender:innen findet. Genau diese Frage hat Julia Faltermeier in ihrer herausragenden Forschungsarbeit wissenschaftlich untersucht. Erstmalig analysiert sie, welche Gründe und Anlässe bei Journalist:innen für eine Zuwendung zu und langfristige Auseinandersetzung mit Konstruktivem Journalismus geführt haben.

Die Ergebnisse zeigen eindrucksvoll, dass ein ›Wechsel‹ zum Konstruktiven Journalismus noch immer mit erheblichen Herausforderungen verbunden ist. So zeigen ihre Ergebnisse, dass eine nachhaltige Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus neben einem hohen Maß an intrinsischer Motivation, auch eine Veränderung der Arbeitsbedingungen und journalistischer Gewohnheiten erfordert. Die zentrale Schlussfolgerung mit sehr hoher Praxisrelevanz und einer gewissen Dringlichkeit angesichts schwindender Verkaufs- und Zugriffszahlen im Journalismus insgesamt: Es bedarf einer unterstützenden redaktionellen Kultur inklu-

sive veränderter Arbeitsbedingungen und verbindlicher Strukturen, um Konstruktiven Journalismus nicht nur als nette Randnotiz zu verbuchen.

Julia Faltermeier hat mit ihrer Untersuchung nicht nur ein zentrales Thema für die Transformation des Journalismus wegweisend aufgegriffen, sondern gleichzeitig auch eine in allen Belangen überdurchschnittliche Forschungsarbeit vorgelegt. Ihre Arbeit überzeugt sowohl durch eine außergewöhnlich eigenständige und gewissenhafte Arbeitsweise als auch den Fokus auf mögliche Anwendungen ihrer Ergebnisse für den journalistischen Alltag. Damit gelingt ihr eine herausragende Mischung aus theoretisch-wissenschaftlicher Arbeit gepaart mit praktischer Anwendbarkeit. Aus ihren Ergebnissen leitet sie klare und umsetzbare Handlungsempfehlungen ab – für Medienhäuser, Redaktionen und Journalist:innen.

Prof. Dr. Maren Urner

Danksagung

Danken möchte ich den sieben Journalist:innen, die sich
die Zeit genommen haben, mich in ihre berufliche und persönliche
Gedankenwelt eintauchen zu lassen und bei jeder Frage
Rede und Antwort gestanden haben.

Und meinem Vater, dessen Erfahrungsschatz und Geduld
mich in gemeinsamen Diskursen auch weit über diese Arbeit hinaus
bereichert haben.

Inhalt

Vorwort	V
Danksagung	VII
Abbildungsverzeichnis	XIII
Einleitung	1
1 Journalismus in der Krise: A profession under pressure	7
1.1 Rolle und Aufgaben des Journalismus in der digitalisierten Gesellschaft	8
1.2 Digitaler Strukturwandel: Journalismus muss sich anpassen	10
1.2.1 Ökonomische Dimension	11
1.2.2 Technische Dimension	13
1.3 Der Qualitätsdiskurs: Was macht Qualität aus?	15
1.3.1 Dimensionen journalistischer Qualität	15
1.3.2 Nachrichtenwert: Qualität beginnt bei der Selektion	19
1.4 Das Publikum wendet sich ab: Nachrichten ohne Rezipient:innen	20
1.4.1 Die Konsequenz der Aufmerksamkeitsökonomie: <i>news fatigue</i>	21
1.4.2 Das Phänomen der <i>news avoidance</i>	23
2 Konstruktiver Journalismus: A way to counter crisis?	27
2.1 Die Idee einer konstruktiven Berichterstattung	28
2.1.1 Ursprung und Entwicklung	30
2.1.2 Kernmerkmale des Konstruktiven Journalismus	32

2.2	Auf die Krise reagieren: Lösungsansätze des Konstruktiven Journalismus	35
2.2.1	Strukturen verändern: Redaktionen und ihre Berichterstattung	36
2.2.2	Ein neues Qualitätsverständnis: Orientierung am Publikum	42
2.2.3	Das Publikum zurückholen: Die Wirkung von konstruktiven Geschichten	46
2.3	Geäußerte Einwände und Bedenken	50
3	Verhaltensforschung: What makes a shift in journalistic work?	53
3.1	Journalismus als Gewohnheit	54
3.1.1	<i>Habit Formation</i> : Entstehung journalistischer Gewohnheiten	54
3.1.2	<i>Habit Loop</i> : Routinen im journalistischen Alltag	56
3.1.3	Durchführungsintention: Berichterstattung umdenken	58
3.2	Der journalistische Habitus	60
3.2.1	Zur Konstruktion des Habitus: Selbst- und Weltbild	61
3.2.2	Habitus im Beruf: Journalist:in als Berufswahl	62
3.2.3	Habitus als Prägung der journalistischen Einstellung	64
3.2.4	Habitus und der <i>Hysteresis</i> -Effekt	65
3.3	Motivation zum Wechsel in den Konstruktiven Journalismus	67
3.3.1	Selbstbestimmung: Beruf als Teil der Selbstverwirklichung	68
3.3.2	Intrinsische Motivation: Journalistische Überzeugungen	70
3.3.3	Extrinsische Motivation: Redaktionelle Impulse	71
3.3.4	Der Korruptionseffekt: Wenn der Anreiz fehlschlägt	74
4	Empirisches und methodisches Vorgehen	75
4.1	Qualitative Sozialforschung	75
4.2	Auswahl des Erhebungsinstruments	77
4.2.1	Das Leitfadenterview	77
4.2.2	Fragestellungen für das Interview	78
4.3	Auswahl des Analyseinstruments	82
4.3.1	Qualitative Inhaltsanalyse	83
4.3.2	Kategoriensystem	84
4.4	Herleitung der Hypothesen	85
4.5	Stichprobe: Auswahl der zu befragenden Journalist:innen	90

5	Ergebnisse: Analyse und Interpretation des Datenmaterials	99
5.1	Darstellung und Zusammenfassung der Befragungsergebnisse	100
5.2	Interpretation: Journalistische Gewohnheiten verändern	119
5.2.1	Im Berufsalltag: Journalist:innen als Gewohnheitstiere	120
5.2.2	Die Bereitschaft zum Konstruktiven: Motivationen sind vielfältig	122
5.2.3	Auf lange Sicht: Den Habitus anpassen	132
5.3	Überprüfung der Hypothesen	138
6	Fazit und Ausblick: What now?	145
6.1	Methodenkritik und Limitationen	146
6.2	Was daraus folgen kann: Handlungsempfehlungen für Journalist:innen und Redaktionen	148
6.3	Weiterer Forschungsbedarf	152
	Literaturverzeichnis	155

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Nachrichteninteresse und -vertrauen in Deutschland nach dem »Reuters Institute Digital News Report 2024« (vgl. Behre u. a. 2024: 12; 46; 58)	22
Abbildung 2:	Ergebnisse aus dem »Reuters Institute Digital News Report 2024«: Daten für die Nachrichtenvermeidung seit 2017 (vgl. Behre u. a. 2024: 58)	24
Abbildung 3:	Eigene Darstellung, zusammengestellt nach (vgl. Jørgensen/Risbro 2021: 4; vgl. Haagerup 2017: 19; vgl. Sauer 2019: 30 ff.; vgl. Steinigeweg 2023: 35)	34
Abbildung 4:	Anteil der Nachrichtenvermeider:innen, die an folgenden Arten von Nachrichten interessiert sind (vgl. Newman u. a. 2023: 24)	46
Abbildung 5:	Eigene Darstellung, Gewohnheitsschleife nach Duhigg (vgl. Duhigg 2012: 28 f. u. 264)	57
Abbildung 6:	Ausprägung der intrinsischen Motivation bei den befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)	105
Abbildung 7:	Ausprägungen der identifizierten und integrierten Regulation bei den befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)	109
Abbildung 8:	Ausprägung der Kategorie Karriereplanung bei den befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)	112

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 9: Ausprägungen der organismischen Integration bei den befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)	117
Abbildung 10: Motivationsstrahl der befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)	124

Einleitung

Ein Blick in die Nachrichtenlandschaft von heute vermittelt einem das Gefühl, auf einem Flughafen zu sein. Alles ist schnelllebig, laut und geschäftig – und alle sind immer auf dem Sprung. So beschreibt es der Soziologe Johan Galtung und schlussfolgert über den Journalismus von heute:

Alle berichten darüber, wie wichtige Menschen in ein Flugzeug ein- und wieder aussteigen, ohne Kontext. Das kann ich nicht verstehen, damit degradieren sich Medienschaffende ja selbst, wie sie da vor dem Flugzeug warten, nur um ein paar Schritte einer bestimmten Person zu sehen [...]. Man sollte nicht nur sagen, was ist, sondern sich fragen: Was nun? (Hirschi 2019 o. S.)

So unzufrieden sich Galtung mit der Situation des Journalismus in der modernen, digitalisierten Welt zeigt, so viel verbindet ihn auch damit. Schließlich ist er doch der Begründer des Nachrichtenwerts – der Theorie, die die Kriterien der Nachrichtenauswahl formuliert und damit festlegt, was eine Nachricht eigentlich überhaupt erst ausmacht. Zu diesen Kriterien gehören auch Negativität und Prominenz. Allerdings sei sein Katalog von Nachrichtenfaktoren genauso in gewisser Weise auch »eine Warnung, wie man es nicht machen sollte!«, erklärt Galtung (ebd. 2019 o. S.). Zwar sollten Journalist:innen sich auf solche Nachrichten konzentrieren, genauso aber auf das Gegenteil. Angesichts der durch die Digitalisierung der Gesellschaft entstandenen Masse an Informationsmedien und damit an gegenseitiger Konkurrenz hat sich offenbar das Verständnis der Medien-

branche weiter verfestigt, wonach nur schlechte Nachrichten gute Nachrichten sind (vgl. Stehr 2023: 23 ff.). Der Kampf um Kund:innen beflügelt Medienschaffende darin, möglichst aufsehenerregende Nachrichten zu platzieren. In der kurzweiligen digitalen Umgebung buhlen sie um die Aufmerksamkeit ihrer potenziellen Rezipient:innen. Die Folge: »Nicht mal in der U-Bahn eine Nachrichtenpause!« (Fries 2024 o. S.). Durch das Verwischen von Grenzen zwischen Mediengattungen sowie zwischen Sozialen Netzwerken und Nachrichten sind User:innen immer und überall mit Nachrichten konfrontiert. Auch die Algorithmen tragen dazu bei.

Dass sich Medien immer mehr auf Negativität und Sensation stürzten, störte den einstigen Nachrichtentheoretiker Galtung. Und mit dieser Problematisierung ist er nicht der Einzige, denn auch das breite Publikum zeigt sich unzufrieden mit der Nachrichtenlandschaft. Es ist überfordert und erschöpft von der Nachrichtenflut. Die Folge: Von Jahr zu Jahr steigt die Zahl derer, die abschalten. Das zeigt eine jährlich erscheinende repräsentative Studie des Reuters Institute der Universität Oxford (vgl. Behre u. a. 2024: 58). Der Bericht weist unter anderem darauf hin, mit der Coronapandemie habe sich dieses Phänomen der Nachrichtenvermeidung deutlich verstärkt (ebd. 2024: 44). Der Journalismus in Deutschland sieht sich also vor großen Herausforderungen, zumal inzwischen eine Tendenz weg vom Sensationsjournalismus und hin zu einem partizipativen Informationsjournalismus unverkennbar ist (vgl. Dernbach u. a. 2019: 5 f.).

Diese Tendenz greift die Idee des Konstruktiven Journalismus¹ auf, der sich zwischenzeitlich als vielversprechender Ansatz gegen die krisenhafte Situation des Journalismus etabliert hat. Damit Medienschaffende und ihre Produkte nicht bedeutungslos werden, braucht es neue Ideen. Der Konstruktive Journalismus will den Blick von Journalist:innen erweitern: Vertreter:innen des Ansatzes argumentieren, entgegentreten könne man der Krise nur, wenn man sich von der Problemfokussierung des herkömmlichen Journalismus² löse und stattdessen den Fokus vor allem auf die Lösungssuche richte (vgl. Steinigeweg 2023: 12). So wolle man nicht

- 1 Der Begriff des Konstruktiven Journalismus wird als Eigenname verstanden und deshalb großgeschrieben.
- 2 Die Beschreibung des herkömmlichen Journalismus soll lediglich dazu dienen, eine Abgrenzung zwischen dem Nachrichtenjournalismus und dem Konzept des Konst-

nur informieren, sondern auch Hoffnung und Perspektiven bieten, die dem Publikum helfen sollen, sich aktiv mit den Herausforderungen der Gegenwart auseinanderzusetzen (ebd. 2023).

Ellen Heinrichs, eine der Verfechter:innen des Konstruktiven Journalismus und Geschäftsführerin des Bonn Institute, das sich in Deutschland für das Implementieren von Konstruktivem Journalismus in Redaktionen einsetzt, erklärte im Februar 2024 in der Süddeutschen Zeitung, Journalist:innen müssten versuchen, in der digitalisierten Welt, in der Menschen »in Content ertrinken, weiterhin Informationsangebote zu machen, die einen tatsächlichen Mehrwert für die Gesellschaft darstellen« (Menden 2024 o. S.). Journalismus müsse sich nicht bloß an die veränderten technischen Bedingungen in Zeiten des Internets anpassen, sondern sich auch inhaltlich ändern.

Die Idee einer konstruktiveren, lösungs- und handlungsorientierten Berichterstattung haben inzwischen einige Medienhäuser auf der ganzen Welt aufgegriffen und konstruktive Formate ins Leben gerufen. Prominente Beispiele sind etwa die New York Times mit ihrer 2012 erstmals erschienenen Kolumne »Fixes«, die Lösungsvorschläge für sehr unterschiedliche Probleme dieser Welt thematisiert. In Deutschland berichtet DIE ZEIT mit ihrem Projekt »Plan D« über Probleme und bereits existierende Lösungen ihrer Leser:innen selbst. NDR Info beleuchtet im Ressort »Perspektiven« Fortschritte und positive Entwicklungen auf der Welt. Diese konstruktiven Formate können durchaus Erfolge verbuchen: So berichten Medienhäuser, dass konstruktive Formate die Resonanz auf Beiträge und die Interaktion mit dem Publikum verbessern. Auch der »Digital News Report 2024« hebt den Wunsch der Rezipient:innen nach lösungsorientierten Geschichten hervor (vgl. Behre u. a. 2024: 61). Hier wird deutlich, dass konstruktive Inhalte vom Publikum nachgefragt werden. Trotz der zunehmenden Bekanntheit und dem Aufgreifen konstruktiver Formate durch Medienhäuser zeigt sich aber, dass sich diese Form des Journalismus noch nicht großflächig durchgesetzt hat. Als Leitkonzept orientie-

rativen Journalismus zu schaffen. Der Begriff soll keine Wertung implizieren. Auch Steinigeweg verwendet diese Bezeichnung (vgl. Steinigeweg 2023: 51).

ren sich bisher zumeist eher kleinere, jüngere Medien daran. Woran liegt das, wenn konstruktive journalistische Produkte doch in der Tat Erfolg in Aussicht stellen? Um diese Frage zu klären, lohnt es sich, den Blick auf die andere Seite zu richten: auf die der Medienmacher:innen, denn »die größten Kritiker sitzen in den eigenen Reihen« (Penke 2017 o. S.). Obwohl der Konstruktive Journalismus immer prominenter wird, besteht vor allem aus der Branche selbst der Vorwurf der »Schönfärberei« (ebd. 2017 o. S.). Die Probleme nicht zu benennen und sie stattdessen lieber weichspülen und gute Laune verbreiten zu wollen – dieses Narrativ scheint sich vor allem unter Journalist:innen zu halten. Ein Grund für die Skepsis könnte eine journalistische Gewohnheit sein: »Er [Konstruktiver Journalismus] ist uns [...] noch nicht in Fleisch und Blut übergegangen, die größte Schwierigkeit [...] ist es, ihn in der alltäglichen Praxis durchzuziehen«, erklärt Oliver Reinhard, Feuilleton-Ressortleiter bei der Sächsischen Zeitung (ebd. 2017 o. S.).

Aus einer konstruktiven Perspektive stellt sich damit die Frage: Was ist ausschlaggebend dafür, dass sich nicht wenige Journalist:innen trotzdem für den Konstruktiven Journalismus entscheiden? Im Rahmen dieser Arbeit soll genau diese Frage beantwortet werden. Sie widmet sich der Untersuchung der Motivation von Journalist:innen, die langfristig konstruktiv berichten, und analysiert die sozialpsychologischen Faktoren, die diese Verhaltensänderung im beruflichen Kontext bewirken. Anhand einer qualitativen Studie soll folgende erkenntnisleitende Forschungsfrage beantwortet werden: Welche Gründe und Anlässe führen dazu, dass Journalist:innen sich langfristig dem Konstruktiven Journalismus zuwenden und welche sozialpsychologischen Faktoren (Motivation, Gewohnheit, Habitus) sind dabei von besonderer Bedeutung?

Dazu soll im ersten Kapitel der Arbeit zunächst ein tiefergehender Blick auf die Krise des Journalismus selbst, ihre Symptome und Ursachen gerichtet werden. Im zweiten Kapitel wird der Konstruktive Journalismus als möglicher Lösungsansatz aufgegriffen und das Konzept mit seinen kennzeichnenden Merkmalen ausgeführt. In einem dritten – letzten theoretischen – Kapitel soll die Verhaltensforschung herangezogen werden, um die genaueren Hintergründe von (journalistischen) Gewohn-

heiten als Ursache für die Unsicherheit im Hinblick auf das Konzept des Konstruktiven Journalismus zu beschreiben. Bei einem Wechsel geht es nämlich nicht nur um die praktische Anwendung eines neuen Konzepts, was sich allein durch kognitiven Lernzuwachs bewerkstelligen lässt. Vielmehr ist mit dem Konstruktiven Journalismus ein Paradigmenwechsel in der Nachrichten- beziehungsweise Berichterstattungskultur verbunden, der nicht allein durch Änderungen in den handwerklichen Abläufen umgesetzt werden kann. Damit geht ein neues journalistisches Leitbild einher, das die partizipative Rolle der Rezipient:innen und entsprechend weiterentwickelte Formate in der Nachrichtenrecherche und Informationsvermittlung in den Mittelpunkt stellt. Außerdem soll hierbei auch der Blick auf das Verändern von Gewohnheiten gerichtet und die theoretische Bedeutung von (intrinsischer und extrinsischer) Motivation hierfür geklärt werden.

Daran anschließend wird das methodische Vorgehen im Rahmen dieser Arbeit dargelegt (Kap. 4): Um die individuellen und subjektiven Dynamiken und Motivationen für einen Wechsel zum Konstruktiven Journalismus herauszuarbeiten, wurden Journalist:innen aus verschiedenen konstruktiven Redaktionen in Deutschland befragt. Anschließend werden die transkribierten Interviews qualitativ analysiert und ausgewertet. Die vorgenommene Auswahl der zu befragenden Journalist:innen konzentriert sich auf die Ausführenden, also konstruktiv berichtende Journalist:innen. Es wurde hier vor allem Wert daraufgelegt, Journalist:innen in der unmittelbaren Praxis zu befragen. Durch eine detaillierte Analyse von sieben³ ausgewählten Redaktionen, die jeweils verschiedene inhaltliche Schwerpunkte und Ausspielwege (Audio, Video, Social Media/Online) abdecken und sowohl öffentlich-rechtliche als auch privat-rechtliche Medienhäuser repräsentieren, sollen vielschichtige Einblicke gewonnen werden.

3 In die Analyse für diese Veröffentlichung wurden lediglich sieben Redaktionen aufgenommen. Ursprünglich waren es acht Journalist:innen, allerdings musste ein Datensatz im Nachhinein herausgenommen werden, da sich die befragte Person nachträglich *gegen* eine Veröffentlichung ihrer Zitate entschieden hatte. Mehr dazu in Kapitel 4.5.

Ziel dieser Untersuchung ist, nicht nur die Beweggründe und Motivationen von Journalist:innen zu erforschen, die sich für den Konstruktiven Journalismus entschieden haben, sondern auch konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten. Diese sollen Redaktionen und Journalist:innen, die bisher noch keine oder nur wenige Berührungspunkte mit Konstruktivem Journalismus hatten, dabei unterstützen, sich dieser Richtung zu öffnen und sie in ihre tägliche Arbeit zu integrieren. Durch ein besseres Verständnis der sozialpsychologischen Mechanismen und beruflichen Anreize kann die Arbeit einen wertvollen Beitrag dazu leisten, die Integration des Konstruktiven Journalismus weiter voranzutreiben und so eine nachhaltige Verbesserung der Medienberichterstattung zu erzielen. Möglicherweise hilft sie auch, den Beziehungsschwierigkeiten zwischen dem Journalismus und seinen Rezipient:innen entgegenzuwirken – und das Verhältnis zwischen beiden neu zu beleben.

1 Journalismus in der Krise: A profession under pressure

»Kaum etwas beschäftigt den Journalismus so nachhaltig wie sein eigener Wandel« (Hepp u. a. 2021: 552). Die Medienlandschaft steckt im Umbruch – und das schon seit mehr als zwei Jahrzehnten. Die Digitalisierung stellt den Journalismus nämlich bis heute vor Herausforderungen – sowohl inhaltliche als auch technische und finanzielle (vgl. Steinigeweg 2023: 9). Doch wie Hepp u. a. bereits andeuten: Die krisenhafte Situation des Journalismus ist keinesfalls ein Novum, sondern beschäftigt die Branche schon lange:

Schon vor mehr als drei Jahrzehnten gab es Diskussionen über die angebliche Linkslastigkeit bestimmter Medien, Glaubwürdigkeitsprobleme der Journalisten, schwindendes Vertrauen in die Gültigkeit der Berichterstattung und die Qualität der politischen Kommunikation sowie über die ethischen Maßstäbe, an denen sich die damals aufkommende ›Mediengesellschaft‹ orientieren sollte. (Weischenberg 2018: VII)

Zäsuren wie der Strukturwandel durch das Internet als Ursache für die heutige Krise haben Vorläufer, etwa in der Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern oder des Radios. Später wurde mit Hinzukommen des privaten Rundfunks und dem Erfolg des Printmarktes die Legitimation journalistischer Produkte erneut herausgefordert, und deren Qualität als Hervorhebungsmerkmal gewann an Bedeutung (vgl. Neuberger & Kapern 2013: 126). Medienskandale wie etwa die vom Stern 1983 veröffentlichten gefälschten »Hitler-Tagebücher« ließen die Qualitätsdebatte des

Journalismus wieder aufkochen (vgl. Prinzing 2016: 108). In den 1990er-Jahren trugen Klagen über Medienaffären maßgeblich zum Glaubwürdigkeitsverlust des Journalismus bei (vgl. Weischenberg 2018: 34). Inzwischen ist sogar von einem »Verfall der Nachrichtenqualität« (Geuß 2018: 11) die Rede. Letzteres vor allem auch deshalb, weil sich der Journalismus mit Aufkommen des Internets mit maßgeblichen Strukturveränderungen der Medienlandschaft konfrontiert sah (ebd. 2018). Damit müssen unweigerlich auch die Anforderungen und Erwartungen an den Journalismus neu verhandelt werden (vgl. Neuberger & Kapern 2013: 127). So wird vor allem die Frage nach journalistischer Qualität in Zeiten des Umbruchs unter geänderten Umständen immer wieder gestellt.

Diese Krise des Journalismus kann also auch als dessen Findungsphase betrachtet werden, in der er für sich Professionalitäts- und Qualitätskriterien neu definiert und seine veränderte Beziehung zum Publikum hinterfragt. Um zu verstehen, warum der Konstruktive Journalismus als Weg aus dieser Krise gelten kann, müssen zuvor die Symptome und Ursachen dieser Krise beleuchtet werden. Es handelt sich dabei um Aspekte auf verschiedenen Ebenen des Journalismus, die allesamt vor Herausforderungen stehen. Diese Herausforderungen scheinen teilweise so gravierend, dass Weischenberg in seinem Buch »Medienkrise und Medienkrieg« sogar provozierend im Untertitel fragt: »Brauchen wir überhaupt noch Journalismus?« (Weischenberg 2018). Mit dem Wandel der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ändert sich also auch die Funktion des Journalismus.

1.1 Rolle und Aufgaben des Journalismus in der digitalisierten Gesellschaft

Um herauszuarbeiten, welche Aufgaben der Journalismus in der heutigen Zeit überhaupt erfüllen muss, ist nach Ansicht von Blöbaum immer auch dessen soziale und materielle Einbettung zu betrachten:⁴ »Das Sys-

4 Hier ist anzumerken, dass im Fokus dieser Arbeit der professionelle Informations- bzw.

tem Journalismus ist vielfältig strukturell mit seiner Umwelt gekoppelt« (Blöbaum 2016: 152). So verändere ein durch die Digitalisierung bedingter Strukturwandel auch die Aufgaben des Journalismus. Im Kern seien sie gleichgeblieben, allerdings forme sich deren Erfüllung mit der Entwicklung der Gesellschaft (ebd. 2016). Die Digitalisierung ist nach Auffassung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft ein zentraler »gesellschaftlicher Wandlungsprozess« (DGPK 2008: 3). Habermas fasst diesen als »Strukturwandel der Öffentlichkeit« (vgl. Habermas 2021) zusammen. Dieser sei vor allem auch durch ein dialogorientierteres Rollenverständnis innerhalb des Journalismus selbst sowie zwischen Journalismus und Publikum markiert (vgl. Lilienthal u. a. 2014: 19).

Blöbaum definiert den Journalismus als »Funktionssystem der Gesellschaft« (Blöbaum 2016: 151) – und verortet ihn damit auf einer Ebene mit Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. »Der traditionelle Bezugspunkt für Journalismus ist der durch Information aufgeklärte Staatsbürger – und nicht eine marketingdefinierte Zielgruppe«, sagt Blöbaum (ebd. 2016: 154). Damit stellt er die Aufgabe der Informationsvermittlung in den Mittelpunkt und schiebt den kommerziellen Aspekt journalistischer Produkte in den Hintergrund. In einer modernen Gesellschaft habe der Journalismus vor allem eine Aufgabe: »die Herstellung von Öffentlichkeit« (ebd. 2016: 152). Damit gehe auch seine zentrale Funktion für die Demokratie einher, denn ohne Öffentlichkeit sei auch die Meinungsbildung und damit das Mitentscheiden und Mitwirken von Bürger:innen an gesellschaftlichen Prozessen kaum möglich (vgl. ebd. 2016).

Die Rolle des Journalismus in der modernen Gesellschaft sei aber vor allem auch geprägt durch dessen Differenzierung (vgl. ebd. 2016: 155): Das gelte einerseits für die inhaltliche – horizontale – Ebene hinsichtlich verschiedener Themenressorts, die sich inzwischen herausgebildet haben. Aber auch auf vertikaler Ebene, hinsichtlich der Zuständigkeiten, habe eine Differenzierung stattgefunden: Angestellte in Medienhäusern nehmen jetzt unterschiedliche Positionen ein – als Praktikant:innen, Volontär:innen, Redakteur:innen und Chefredakteur:innen (vgl. ebd. 2016). Diese

Nachrichtenjournalismus steht und die Untersuchungen ausschließlich hierauf bezogen sind.

Differenzierungsprozesse sind laut Blöbaum bedingt durch die gleichzeitige Differenzierung der modernen Gesellschaft, die sich vor allem im Hinblick auf die Kommunikation im Zuge der Digitalisierung mehr und mehr erweitert und verdichtet: Nicht nur würden Informationen nun auf vielfältigen Wegen wechselseitig ausgetauscht, auch die Menge der Informationen habe zugenommen (vgl. ebd. 2016). Wo der Journalismus also zuvor dazu da gewesen sei, darüber zu entscheiden, welche Informationen an die Öffentlichkeit gelangen und welche nicht, verändere sich seine Funktion und Aufgaben mit der Verdichtung der Gesellschaft. Statt *Gatekeeper* sei er jetzt vielmehr Kurator und Verifikator von Informationen. Er fungiere als *Gatewatcher* und ordne ein (vgl. Bruns 2009: 107 ff.; vgl. Godulla & Wolf 2022: 8).⁵ Er müsse die Informationsflut strukturieren, sie durch permanentes redaktionelles Entscheiden organisieren und gesellschaftsrelevante Informationen bereit- und sicherstellen (vgl. Blöbaum 2016: 155). In dieser Aufgabe stecke gleichzeitig auch seine Leistung zur Selbstbeobachtung der Gesellschaft (vgl. ebd. 2016). Mit dem Internet sei diese Aufgabe zwar schwieriger geworden, es biete aber auch neue Verbreitungs- und Kontaktmöglichkeiten mit dem Publikum (vgl. Neuberger 2009: 38).

Der Wandel des Journalismus ist also kein in sich abgeschlossenes und von der übrigen Welt abgegrenztes Phänomen, sondern eine Entwicklung, die bedingt ist durch den Wandel der modernen Gesellschaft, die Digitalisierung und damit einhergehende veränderte Art und Weise zu kommunizieren (vgl. Blöbaum 2016: 155).

1.2 Digitaler Strukturwandel: Journalismus muss sich anpassen

Wie bereits beschrieben, hat der Prozess der Digitalisierung – innerhalb der Gesellschaft, aber auch im Journalismus – für einen Strukturwandel auf

5 »Statt einer Bewachung der eigenen Eingangs- und Ausgangstore, die auf eine Beschränkung des Informationsflusses abzielt (also Gatekeeping im konventionellen Sinne), beschreibt Gatewatching die Beobachtung der Ausgangstore von externen Nachrichten- und anderen Quellen mit der Absicht, wichtiges Material zu identifizieren, sobald es verfügbar wird« (Bruns 2009: 113).

mehreren Ebenen gesorgt: »Die Grenzen zwischen den Mediengattungen – Hörfunk, Fernsehen, Zeitungen, Zeitschriften, Onlinemedien usw. – beginnen sich ebenso aufzulösen wie die Grenzen zwischen privater, teil-öffentlicher und öffentlicher Kommunikation« (DGPuK 2008: 3). Das World Wide Web hat insbesondere die technischen und ökonomischen Rahmenbedingungen, in denen sich der Journalismus bewegt, verändert und von ihm gefordert, sich anzupassen (vgl. Weischenberg 2018: 77 ff.). Mit Aufkommen des Internets sei der Journalismus, vor allem zuerst der Printjournalismus, ins Wanken geraten – denn immer weniger Firmen schalteten Anzeigen in Zeitungen, sondern wechselten lieber zu Onlinewerbung (vgl. Pöttker 2013: 30). Doch nicht nur für die Zeitungen stelle das Internet eine Bedrohung dar. Auflagen, Reichweiten und Werbeeinnahmen seien für keinen Ausspielweg mehr garantiert (vgl. ebd. 2013: 30 ff.). In den vergangenen Jahrzehnten habe laut Neuberger deshalb eine Kommerzialisierung der Massenmedien stattgefunden und journalistische Standards des professionellen Journalismus in der virtuellen Welt stünden nun zunehmend infrage (vgl. Neuberger 2009: 65). Pöttker fasst diese desolate Dauersituation des Journalismus als »professionelle Krise« (Pöttker 2013: 41), eine »De-Professionalisierung« (Weischenberg 2010: 48) des Journalismus zusammen.

1.2.1 Ökonomische Dimension

Die zunehmende Ökonomisierung des Journalismus habe zur Folge, dass journalistische Standards in den Hintergrund träten (vgl. Pöttker 2013: 29; vgl. Weischenberg 2010: 33). »Der Trend zur Ökonomisierung ist prägend für das deutsche Mediensystem«, resümiert Lichtenstein schon vor mehr als einem Jahrzehnt (Lichtenstein 2011: 216). Wirtschaftliche Kriterien und Logiken hätten für den Journalismus mit der Digitalisierung zunehmend an Bedeutung gewonnen (vgl. ebd. 2011). Sie bestimmten die Handlungen der Redakteur:innen wie Themenwahl und Publikationsentscheidungen – oder, wie Beck u. a. es formulieren: »Medienprodukte werden auf zwei Märkten feilgeboten, dem Leser- und dem Werbemarkt« (Beck u. a. 2010: 37), denn auf dem digitalen Markt gelten andere Regeln und hier müsse sich der Journalismus nun behaupten und neu legitimieren

(vgl. Weischenberg 2018: 3). Hier ist er »ökonomischen Zwängen unterworfen, die seinen Spielraum nachhaltig begrenzen« (Godulla & Wolf 2022: 2). Für den Journalismus bedeutet das: Das alte Geschäftsmodell funktioniert nicht mehr (vgl. Haim 2019: 34). »Die zunehmende Verlagerung der Verlagsinhalte zu (kostenlosen) Online-Nachrichtenmedien hat vor allem der Print-Branche stark zugesetzt und dort einen bereits seit Jahrzehnten anhaltenden Abwärtstrend der Auflagen noch verstärkt« (Prochazka 2020: 17). Obwohl dieses Problem die Printmedien zuerst traf, gilt es auch für die übrigen journalistischen Produkte. Weischenberg stellt fest: »(...) nicht nur das Jahrhundert der Zeitungen ist vorbei – auch das Goldene Zeitalter, in dem der ganze Journalismus ökonomisch ein Selbstläufer war« (Weischenberg 2018: 272). Das Internet habe den Journalismus also dazu gezwungen, neue Finanzierungsmöglichkeiten zu suchen (vgl. Haim 2019: 34), denn im digitalen Raum seien User:innen inzwischen an kostenlose Inhalte durch globale Konzerne gewöhnt und zeigten nur noch eine geringe Zahlungsbereitschaft für journalistische Produkte (vgl. Auer 2016: 501). Unter den Rezipient:innen herrsche eine »Gratis-Mentalität« (vgl. Arnold 2016: 552; vgl. Haim 2019: 34). Auch der Versuch, journalistische Inhalte hinter sogenannten *paywalls*, verschiedenartigen Bezahl-schranken, zu verstecken und auf Werbung zu verzichten, habe sich als nicht besonders erfolgreich erwiesen (vgl. Haim 2019: 35 ff.). Journalistische Produkte müssten sich also vom Rest abheben und sich über Kompetenz und Qualität qualifizieren, denn Qualität gelte als wichtiges Kriterium für das Publikum, das einen gewissen Qualitätsstandard von journalistischen Produkten erwarte (vgl. ebd. 2019). Doch nicht nur das Publikum entscheidet darüber, ob es Inhalte rezipiert – journalistische Produkte unterliegen auch den Regeln des Internets. Vielmehr gilt inzwischen: Algorithmen – also Klicks, Likes und Reichweiten – entscheiden, wie erfolgreich und vor allem wie sichtbar journalistische Inhalte für ihr potenzielles Publikum sind, denn das Publikum habe online eine große Auswahl (vgl. Weischenberg 2018: 87 ff.). Die Konkurrenz bilden nun nicht mehr nur andere Medienhäuser und deren digitale Angebote, sondern auch Influencer:innen und Blogger:innen sowie andere digitale Akteur:innen, die ihren Teil zur Informationsflut beisteuern (vgl. ebd. 2018).

Sich diesen neuen Regeln anzupassen, habe im Journalismus zu einer engen Verknüpfung von journalistischen und ökonomischen Zielen geführt, wodurch zunehmend die journalistische Qualität leide (vgl. Beck u. a. 2010: 38; vgl. Weischenberg 2010: 48). Online gehe es um Schnelligkeit und Skandalisierung. Mit reißerischen und provokanten Überschriften, sogenanntem *clickbaiting*, versuchten Medienmacher:innen, die Aufmerksamkeit ihres Publikums zu erhaschen (vgl. Prochazka 2020: 142 f.). Die Ökonomisierung sei so prägend, dass es nach Ansicht von Weischenberg sogar zu einer neuen Form des Journalismus, zu einem sogenannten »market-driven-journalism« (McManus 1994) gekommen sei, »der die bewährten Nachrichtenwerte erodieren lasse« (Weischenberg 2018: 66).

1.2.2 Technische Dimension

In finanzieller Hinsicht hat die Digitalisierung also große Herausforderungen mit sich gebracht, die der Journalismus bewältigen muss. Das gilt auch für die technischen Gegebenheiten, die sich mit dem Internet verändert haben. Die eröffneten neue Möglichkeiten zur Distribution und Interaktion – und forderten vom Journalismus, sich in der neuen digitalen Welt einzufügen. Im »Web 2.0« (O'Reilly 2007: 17 ff.)⁶ habe sich nicht nur die Funktion des Journalismus und das Format und die Verbreitung seiner Inhalte geändert, sondern vor allem auch die Beziehung zu seinem Publikum – die sich jetzt vor allem durch ihre Wechselseitigkeit auszeichne (vgl. Weischenberg 2018: 277). Statt der vorherigen dispersen Kommunikation könne im Internet nun jede:r jederzeit mit jeder/jedem synchron kommunizieren, sowohl Rezipient:innen und Macher:innen journalistischer Produkte als auch das Publikum untereinander (vgl. Godulla & Wolf 2022: 4). Dies ermögliche auch eine Feedbackfunktion – User:innen könnten durch Klicks, Likes oder Kommentare Feedback zu (journalistischen) Inhalten geben (vgl. ebd. 2022: 5). Im Internet existiere ein »Global Village« (McLuhan & Powers

6 Das *Web 2.0* bezeichnet eine durch die sozialen Online-Netzwerke ermöglichte neue Öffentlichkeit im Internet, eine sogenannte »selbstorganisierte Laienkommunikation« (Neuberger 2009: 41), die sich durch soziale Vernetzung Kollaboration und Interaktivität/Partizipation auszeichnet (vgl. Paulussen u. a. 2008: 265; vgl. Godulla & Wolf 2022: 3).

1992), eine »participatory culture« (Jenkins 2006: 3), die sich durch Vernetzung, Rückkopplung und Interaktion auszeichne (vgl. ebd. 2006). Wo zu Zeiten der Massenmedien eine einseitige One-To-Many-Kommunikation herrschte, also Medienmacher:innen Informationen sandten, das Publikum jedoch keine Möglichkeit hatte zu antworten, so herrsche mit dem Internet durch soziale Online-Netzwerke die Many-To-Many-Kommunikation (vgl. Neuberger & Kapern 2013: 208). Dies biete Rezipient:innen neue Möglichkeiten der Teilhabe, eine Rückkanalfunktion (vgl. Neuberger 2009: 38), und damit »einen Journalismus, der permanent in Kontakt zu seinem mittlerweile aktiv gewordenen Publikum steht« (Godulla & Wolf 2022: 11). Das Publikum könne nun »Quelle, Publikum und Kritiker« sein (Neuberger 2009: 76) und sowohl selbst Inhalte, wann immer es will, konsumieren als auch eigene erstellen und veröffentlichen (vgl. ebd. 2009: 39 f.; vgl. Godulla & Wolf 2022: 5). Daraus leitet sich das von Toffler eingeführte Wort »prosumer« ab (eine Verbindung aus engl. *consumer* und *producer*) (Kotler 2010: 51). Der durch die Nutzer:innen selbst erstellte Inhalt wird auch als *user generated content* bezeichnet (vgl. Godulla & Wolf 2022: 5). Ein Risiko hierbei sei jedoch, dass es teils schwer sei, journalistische Inhalte von user-generierten Inhalten zu unterscheiden, denn Herkunft und Seriosität seien oft unklar (vgl. Neuberger 2009: 25). Das Internet bringe damit Quellenprobleme mit sich, die es vorher nicht gab (vgl. Weischenberg 2018: 9). Dies erfordere wiederum mehr Transparenz und Verifikation seitens des Journalismus (vgl. ebd. 2018), denn Online-Medien seien besonders durch das enge Zusammenspiel von Qualität und Glaubwürdigkeit herausgefordert (vgl. Wolling 2003: 333). Doch die Technisierung des Journalismus könne auch eine Chance sein, wie Lilienthal u. a. schreiben:

Der Journalismus, seine Akteure und Produkte durchlaufen einen tiefgreifenden Strukturwandel, der den Journalismus in historisch einmaliger Weise beflügelt – sowohl das journalistische Handwerk als auch die redaktionellen Kommunikations- und Produktionspraktiken, aber auch die journalistische Darstellung sind von den Einflüssen der Digitalisierung erfasst. Um sich weiterentwickeln zu können, müssen Journalisten grundlegend umdenken, vor allem im Hinblick auf die radikalisierte Konkurrenz und die forcierte Anspruchshaltung

des Publikums, und sie müssen Bewährtes in eine neue, dialogisch orientierte Medienumwelt transformieren. (Lilienthal u. a. 2014: 19)

1.3 Der Qualitätsdiskurs: Was macht Qualität aus?

Über Qualität lässt sich bekanntlich streiten – zweifelsohne gilt das nach Ansicht von Weiß in Bezug auf den Journalismus (vgl. Weiß 1997: 185). Prinzing schreibt dazu: »Journalismus kann sein wie Wein: Auf Kunden ausgerichtet, die ihn mögen, von außerordentlicher Güte, aufwändig gedruckt und stets auch Spiegel jeweiliger Mode« (Prinzing 2016: 106). Unter dem »Spiegel jeweiliger Mode« kann hier die fortdauernde Entwicklung des Qualitätsdiskurses verstanden werden, denn über Qualität im Journalismus debattieren Wissenschaftler:innen, Journalist:innen sowie der Rest der Gesellschaft schon seit vielen Jahrzehnten – beziehungsweise vielmehr darüber, wieso sie als bedroht gilt und was zu tun ist, um sie zu bewahren (vgl. Arnold 2016: 551). Aus den ökonomischen und technischen Veränderungen der Medienlandschaft, die etwa den Kampf um Reichweiten und die Aufmerksamkeit des Publikums mit sich bringen und gleichzeitig höhere Kosten und Zeitdruck für die Redaktionen, resultiert also auch die *Qualitätskrise* des Journalismus (vgl. Neuberger 2018: 39).

Ruß-Mohl ging 1992 sogar so weit und konstatierte: »Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln« (1992: 85). Dieses vielfach zitierte Fazit Ruß-Mohls ist zwar keinesfalls neu, doch es beschreibt die Diffusität des Qualitätsbegriffs und das Problem vieler Wissenschaftler:innen, ihn kaum fassen zu können (vgl. Neuberger & Kapern 2013: 127). Dennoch hat sich bis heute einiges getan, weshalb Ruß-Mohls Pudding-Vergleich nicht mehr ganz zutreffen mag (vgl. Geuß 2018: 15).

1.3.1 Dimensionen journalistischer Qualität

Zentrale Vertreter des Diskurses sind neben Ruß-Mohl noch McQuail, Hagen, Schatz und Schulz sowie Wyss, Arnold, Pöttker und Weischenberg (vgl. Geuß 2018: 12). Um den metaphorischen Pudding besser zu befestigen

beziehungsweise die Qualitätsbestimmung journalistischer Produkte zu operationalisieren, hat Ruß-Mohl als einer der ersten konkrete Qualitätsmaßstäbe entworfen (vgl. Ruß-Mohl 1992: 85). Zu diesem Zweck sollen deduktiv bestimmte Standards als »Leitplanken für die Bestimmung journalistischer Qualität« dienen (Neuberger & Kapern 2013: 127). Ruß-Mohl legte dazu in seinem sogenannten »Magischen Vieleck« fünf Dimensionen für Qualitätsbewertung an: Objektivität, Komplexitätsreduktion, Aktualität, Originalität und Transparenz (Ruß-Mohl 1992: 86). Zu jeder dieser fünf Dimensionen führt er beschreibende Qualitätskriterien auf.⁷ So finden sich unter der Dimension Objektivität ergänzend die Kriterien Faktentreue, Auswahlregeln, Trennung von Nachricht und Meinung, Vielfalt der Perspektiven, Ausgewogenheit und Hintergrund. Der Qualitätsdimension Komplexitätsreduktion ordnet Ruß-Mohl die Kriterien Faktentreue, Vereinfachung und Verständlichkeit zu. Zur Dimension Aktualität gehören Neuigkeit und Wichtigkeit. Die Dimension Originalität beschreibt die Kriterien Leseanreiz und Eigenrecherche. Für Transparenz führt Ruß-Mohl Quellenkritik und das Offenlegen der Berichterstattungs-Bedingungen an (vgl. ebd. 1992). Mit seinem Magischen Vieleck gelang Ruß-Mohl nach Ansicht von Pürer »als einem der Ersten [...], Mehrdimensionalität und Multiperspektivität von Qualität im Journalismus« darzulegen (Pürer 2015: 80 f.). Er stelle Qualitätsmaßstäbe als abhängige Variablen dar – je nach Art des Mediums, Zielgruppe, Genre etc. (vgl. ebd. 2015). Auch Prinzing, die den Wein-Vergleich auf die Qualitätsdefinition im Journalismus anwendet, betont die Relevanz des jeweiligen Blickwinkels, aus dem Qualität bewertet werden soll, und stellt fest: »Qualität im Journalismus ist multiperspektivisch« (Prinzing 2016: 106). Je nach Perspektive bestehen nämlich unterschiedliche Erwartungshaltungen an die Qualität journalistischer Produkte: die Ansprüche des Publikums, der Gesellschaft und derer, die Medieninhalte produzieren, also Journalist:innen, Verlage und Sender (vgl. Neuberger & Kapern 2013: 128).

7 Da es in dieser Untersuchung um das Berichten der Journalist:innen selbst und deren Beweggründe – zumindest unter dem Gesichtspunkt der Qualität –, nicht aber um externe Akteur:innen gehen soll, konzentriert sich dieses Unterkapitel auf solche Qualitätskriterien, die sich auf den Kern des journalistischen Handwerks beziehen.

Zudem hänge es vom Rollenverständnis der Journalist:innen ab, wie sie jene verschiedenen Erwartungshaltungen priorisieren (vgl. ebd. 2013). In einer modernen, demokratischen Gesellschaft dominiere meist die gesellschafts- und publikumsorientierte Perspektive (vgl. ebd. 2013). Auch hier gibt es jedoch Facetten: So kommt es nach Ansicht von Pürer zum Beispiel darauf an, ob ein:e langjährige:r BILD-Leser:in danach gefragt wird, Qualität zu definieren oder ein:e Unternehmer:in, der/die Wert auf den Wirtschafts-Teil der Frankfurter Allgemeinen Zeitung legt (vgl. Pürer 2015: 80). Dagegen legt vermutlich ein:e Jurist:in viel mehr Wert darauf, dass Inhalte korrekt wiedergegeben und nicht gesetzeswidrig sind (vgl. ebd. 2015).

Sowohl aus normativer als auch aus ökonomischer Sicht ergibt sich also eine Relevanz des publikumsorientierten Qualitätsbegriffs: Welchen Sinn haben journalistische Inhalte, wenn sie nicht den Ansprüchen ihres Publikums entsprechen und dieses sie folglich auch nicht rezipiert? Auch Pöttker weist auf eine publikumsorientierte Qualitätsmessung hin und betont die Relevanz der Verständlichkeit publizistischer Produkte (vgl. Pöttker 2000: 377). Neu ist hier, dass Pöttker die Rezipient:innenorientierung als zentralen Referenzpunkt für Qualitätssicherung im Journalismus hervorhebt (vgl. Beck u. a. 2010: 22). Arnold, der die Kommerzialisierung als Problem des Qualitätsdiskurses beschreibt (vgl. Arnold 2009: 80), argumentiert ähnlich publikumsorientiert. Journalismus gelte als »eine Reaktion auf das Problem, wie in einer komplexen, sich ständig ändernden Gesellschaft aktuelle Handlungsorientierung für die Akteure möglich ist« (Arnold 2016: 555). Diesem *Orientierungsproblem* der Rezipient:innen könne der Journalismus besser oder schlechter entgegenkommen (vgl. ebd. 2016). Arnold leitet daraus folgende Qualitätsdimensionen ab: »Vielfalt, Aktualität, Relevanz, leichte Zugänglichkeit (Verständlichkeit) und Glaubwürdigkeit« (vgl. ebd. 2016).

In seiner Funktion für die Gesellschaft muss Journalismus und sein Qualitätsanspruch auch dem Gemeinwohl dienen, dem »Public Value« (Neuberger & Kapern 2013: 129). Diese öffentliche Aufgabe des Journalismus ist – vor allem für öffentlich-rechtliche Angebote – im Medienstaatsvertrag festgelegt:

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind bei der Erfüllung ihres Auftrags der verfassungsmäßigen Ordnung und in besonde-

rem Maße der Einhaltung journalistischer Standards, insbesondere zur Gewährleistung einer unabhängigen, sachlichen, wahrheitsgemäßen und umfassenden Information und Berichterstattung wie auch zur Achtung von Persönlichkeitsrechten verpflichtet. Ferner sollen sie die einem öffentlich-rechtlichen Profil entsprechenden Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit achten und in ihren Angeboten eine möglichst breite Themen- und Meinungsvielfalt ausgewogen darstellen. (MStV 2024: 30)

Der Medienstaatsvertrag gibt dem Journalismus so bestimmte Qualitätsstandards vor, an die er sich halten muss – auch, um politische Einflussnahme zu verhindern (vgl. Arnold 2016: 556). »Journalismus kann seine Funktion und seine öffentliche Aufgabe jedoch nur erfolgreich wahrnehmen, wenn das Publikum seine Angebote gerne nutzt und etwas mit ihnen anfangen kann« (ebd. 2016). Die Nahbarkeit und die Möglichkeit zur Identifikation dürfe nach Ansicht von Arnold bei der Produktion journalistischer Produkte also nicht außer Acht gelassen werden. Die Grundsätze müssten unterhaltend und auf die Lebenswelt des/der Einzelnen anwendbar sein (vgl. ebd. 2016). »Das Publikum sollte sich also in der Berichterstattung direkt oder indirekt wiederfinden« (ebd. 2016). Aus ökonomischer Perspektive kann Qualität in diesem Kontext als *Erfolgsfaktor* betrachtet werden (vgl. ebd. 2016: 554). Auflagen und Quoten können so durchaus auch als Orientierungshilfe für Qualität dienen (vgl. Ruß-Mohl 1992: 88). Das komme auch den ökonomischen Interessen der Medienhäuser entgegen (vgl. Neuberger & Kapern 2013: 128).

Abschließend lässt sich Folgendes zusammenfassen: Um Qualität im Journalismus messen zu können, gibt es keine universell anwendbare Schablone, durchaus aber definierbare Variablen, die – je nach Medium, Zielgruppe und der Perspektive, aus der Qualität bewertet wird – unterschiedlich priorisiert werden können. Journalistische Qualität kann sich auf vieles beziehen. Wie gut ein journalistisches Produkt sich dem Publikum und seinen Lebenswelten annähert und Rezipient:innen als Orientierungshilfe Handlungsmöglichkeiten anzeigt, gehört jedoch sicherlich zu einem der zentralen Qualitätsmaßstäbe und kann als allgemeingültig angesehen werden. Qualitätskriterien einzuhalten ist auch Teil der Auf-

gabe des Journalismus für eine demokratische Gesellschaft. Diese kann er besser oder schlechter erfüllen. Festhalten lässt sich aber: Ähnlich wie bei Wein geht es bei der Qualität letztendlich vor allem auch um die Ansprüche und Empfindungen der Kund:innen.

1.3.2 Nachrichtenwert: Qualität beginnt bei der Selektion

Doch worüber eben jene Kund:innen entscheiden, sind die Nachrichten, die zuvor erst einmal ausgewählt werden müssen. Journalist:innen entscheiden das anhand des Nachrichtenwertes eines Ereignisses. Dieser kann also ebenfalls als journalistisches Qualitätskriterium verstanden werden (vgl. Weber 2016: 119). Um den Begriff des Nachrichtenwerts zu erklären, gibt es einen viel genutzten Vergleich: Mann beißt Hund oder Hund beißt Mann? Die Frage, welches Thema eher berichtenswert ist, ist nicht sonderlich kontrovers (vgl. Eilders 2016: 432). Dass sich der Journalismus in den vergangenen Jahren zunehmend kommerzialisiert hat, zeigt sich auch in der Nachrichtenlage: Journalist:innen und Medien konzentrieren sich in ihrer Nachrichtenauswahl zunehmend auf Faktoren wie Negativität und Prominenz (vgl. Hirschi 2019 o. S.).

Um zu verstehen, welche Auswirkungen der Nachrichtenwert auf die Rezipient:innen hat, lohnt sich ein kurzer Abriss der Nachrichtenwertforschung. Walter Lippmanns Arbeit zum »news value« gilt als Ausgangspunkt für das Feld der Nachrichtenwertforschung (vgl. Eilders 2016: 431 f.). Er legte 1922 fest, dass bestimmte Merkmale eines Ereignisses dieses erst nachrichtenwertig machen und damit berichtenswert. Zu diesen Merkmalen, den sogenannten »news values«, zählen laut Lippmann Sensationalismus, Nähe, Relevanz, Eindeutigkeit und Faktizität (vgl. ebd. 2016: 432). Wann ein Ereignis es also wert ist, darüber zu berichten, und damit einen Nachrichtenwert besitzt, entscheiden Journalist:innen anhand bestimmter Selektionskriterien, sogenannter *Nachrichtenfaktoren* (vgl. Weber 2016: 114). Diese Nachrichtenmerkmale entwickelten verschiedene Akteur:innen immer weiter. Etwas später bestimmten Walter und Ruge konkrete Nachrichtenfaktoren: Faktizität, Sensationalismus, Relevanz, Nähe und Eindeutigkeit (vgl. ebd. 2016). Diese Arbeit griff wiederum etwas später, 1965, in Europa der norwegische Forscher Østgaard auf. Er bestimmte drei »nachrichten-

inhärente Faktoren«, die den Nachrichtenstrom prägen (vgl. Eilders 2016: 432): Vereinfachung, Identifikation, Sensationalismus (vgl. ebd. 2016: 433). Diese drei Faktoren nach Östgaard beinhalteten wiederum verschiedene Aspekte, die Galtung und Ruge (1965) dann wieder etwas später als Nachrichtenfaktoren bezeichnen. Sie bestimmten zwölf Nachrichtenfaktoren: zeitliche Kongruenz, Intensität, Eindeutigkeit, Bedeutsamkeit, Konsonanz, Überraschung, Kontinuität und Variation. Neben diesen Faktoren, die kulturunabhängig sind, nennen sie auch vier kulturabhängige Merkmale: Elitestatus von (wirtschaftlich stärkeren) Nationen, Elitestatus von Personen, Personalisierung und Negativität (vgl. Galtung & Ruge 1965: 70 ff.).

Winfried Schulz (1976) verortete Nachrichtenfaktoren anders als seine Vorgänger nicht als objektiv festzustellende Eigenschaften eines Ereignisses, sondern als »journalistische Hypothesen der Realität« und stellte damit die Subjektivität im Rahmen der journalistischen Nachrichtenselektion heraus (Eilders 2016: 436):

Das Publikum [...] ist also auf die Darstellung des Weltgeschehens in den Medien angewiesen [...]. Dieser [abgebildete] Bruchteil [des Geschehens] stellt keine »eins-zu-eins«-Verkleinerung des Weltgeschehens dar, sondern ist entlang der journalistischen Auswahlkriterien verzerrt [...]. (ebd. 2016: 432)

Nur so sei allerdings jene Komplexitätsreduktion möglich, die notwendig sei, um eine Umweltbeobachtung zu leisten (vgl. ebd. 2016: 436). Dennoch nehme das Publikum so die Welt eindeutig schlechter wahr, als sie eigentlich sei. Das wiederum habe Auswirkungen auf dessen Verhalten und Einstellungen (vgl. ebd. 2016: 432).

1.4 Das Publikum wendet sich ab: Nachrichten ohne Rezipient:innen

Aber nicht nur das konstruierte – negative – Abbild der Medienrealität hat Auswirkungen auf das Publikum, sondern auch die durch die Digitalisierung entstandenen neuen technischen Gegebenheiten. Neben sei-

nen neuen Möglichkeiten der Teilhabe hat es gleichzeitig auch mit der Informationsflut im Internet zu kämpfen: »With mobile devices and social media platforms, news consumption is interspersed throughout the day without the predictability that characterized access to media in the times of print newspapers and broadcast news« (Villi u. a. 2022: 148). Durch Online-Plattformen und digitale Technologien gibt es nun scheinbar unbegrenzte Möglichkeiten für Rezipient:innen, Nachrichten zu konsumieren (vgl. Choi 2016: 249). Und durch die allgemeine Zugänglichkeit – neben dem Computer auch über mobile Endgeräte – kann dieser Nachrichtenkonsum ohne Weiteres jederzeit und ortsunabhängig durchgeführt werden. Die Konsequenz dieser Entwicklung: Das Publikum wird nachrichtenmüde (vgl. Behre u. a. 2024).

1.4.1 Die Konsequenz der Aufmerksamkeitsökonomie: *news fatigue*

Prinzipiell könnten digitale Plattformen eine Chance für User:innen sein »to increase their levels of news involvement« (Villi u. a. 2022: 149). Dies gelte nicht nur für solche, die besonders nachrichteninteressiert sind. Vielmehr können auch diejenigen, die soziale Online-Netzwerke nicht bewusst für den Nachrichtenkonsum nutzen, dort darauf stoßen (vgl. Mitchelstein u. a. 2020: 1137 ff.), zum Beispiel indem andere Nutzer:innen dieser sozialen Online-Netzwerke Nachrichten teilen oder der Algorithmus ihnen Nachrichteninhalte vorschlägt (vgl. Thorson & Wells 2016: 309 ff.). Im digitalen Raum müssen sich journalistische Inhalte aber in einer »Ökonomie der Aufmerksamkeit« behaupten und um die Aufmerksamkeit des Publikums kämpfen (Franck 1998). Nachrichten stehen mit unterhaltenden Inhalten im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Nutzer:innen (vgl. Villi u. a. 2022: 149). »In the contemporary digital environment, news consumption is integrated into broader patterns of social media sociability, which leads to a constant competition between news and entertainment« (ebd. 2022). In der digitalisierten Gesellschaft ist der Nachrichtenkonsum nicht mehr isoliert, sondern eingebettet in die Geselligkeit der sozialen Online-Netzwerke. Dies mündet in einen »news overload«, einen Überfluss an Nachrichten, mit denen Rezipient:innen zurechtkommen müssen, und von der sie erschöpft sind (ebd. 2022: 150). Das zeigt auch der

»Reuters Institute Digital News Report 2024«.⁸ Im Jahr 2024 gaben 41 Prozent der Befragten an, von der Nachrichtenmenge in der heutigen Zeit erschöpft zu sein (vgl. Behre u. a. 2024: 59). 2019 waren es noch 26 Prozent. In der jüngsten Altersgruppe, den 18- bis 24-Jährigen, fühlen sich besonders viele erschöpft, etwa die Hälfte. Die Studie zeigt: Seit fast zehn Jahren lässt sich ein Abwärtstrend hinsichtlich des Nachrichteninteresses beobachten, der sich im Jahr 2024 etwas abbremst (siehe Abb. 1). Das gilt nicht nur für Deutschland, sondern zeigt sich überwiegend auch im internationalen Vergleich (Newman 2024 o. S.). Für Deutschland gaben im Jahr 2024 lediglich 55 Prozent der Befragten an, überaus oder sehr an Nachrichten interessiert zu sein – im Vergleich zu 2015 also ein Rückgang von fast 20 Prozentpunkten (26,67 %).

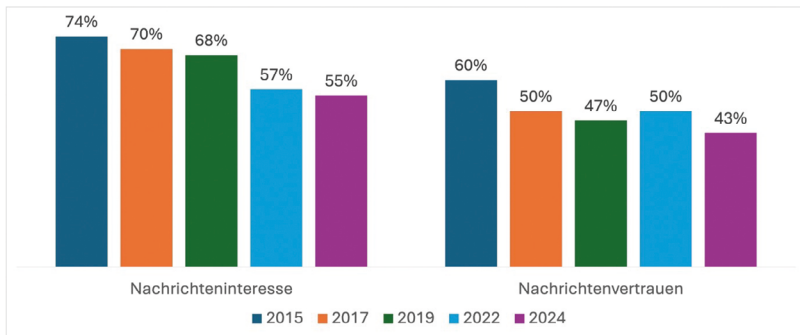


Abbildung 1: Nachrichteninteresse und -vertrauen in Deutschland nach dem »Reuters Institute Digital News Report 2024« (vgl. Behre u. a. 2024: 12; 46; 58)

- 8 Bem »Reuters Digital News Report« handelt es sich um eine repräsentative Studie, die das Reuters Institute for the Study of Journalism jährlich koordiniert und durchführt und damit die Nachrichtennutzung international vergleicht. Erstmals führte es die Studie 2012 durch. Die Erhebung zum Bericht für das Jahr 2024 fand in insgesamt 47 Ländern statt und soll »generelle Trends, aber auch nationale Besonderheiten erkennen« (Behre u. a. 2024: 2). Für die Ergebnisse für Deutschland ist als Kooperationspartner das Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut zuständig. Zu ihrem Nachrichtennutzungsverhalten befragt wurden für den Bericht 2024 pro Land etwa 2.000 Erwachsene ab 18 Jahren (vgl. ebd. 2024: 8).

Das abnehmende Nachrichteninteresse macht sich insbesondere auch bei den Jüngeren (18 bis 24-Jährigen) bemerkbar. Während es in dieser Gruppe 2015 noch 67 Prozent waren, geben im Jahr 2024 nur noch 41 Prozent an, überaus oder sehr an Nachrichten interessiert zu sein (vgl. Behre u. a. 2024: 12). Ähnliches gilt für das Vertrauen der Nutzer:innen in Nachrichten. Hier sind im Jahr 2024 noch 43 Prozent der Befragten der Ansicht, sie könnten »dem Großteil der Nachrichten in Deutschland meist vertrauen« (ebd. 2024: 44). Im Vergleich zu 2015 lässt sich eine Abnahme von 17 Prozentpunkten (28,33 %) feststellen (siehe Abb. 1). Die Altersgruppe ab 55 Jahren vertraut den Nachrichten am ehesten. Anzumerken ist, dass das Vertrauen in diesem Alterssegment 2024 im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben ist (vgl. ebd. 2024: 44). Die beiden Trends – das abnehmende Nachrichteninteresse sowie das -vertrauen – wirken sich auf das Nachrichtennutzungsverhalten des Publikums aus und hängen unmittelbar mit einem weiteren Trend zusammen, den das Reuters Institute beobachtet: das Phänomen der *news avoidance*.

1.4.2 Das Phänomen der *news avoidance*

Der bereits beschriebene »news overload« verstärkt die Nachrichtenmüdigkeit und führt teils sogar zu einer »news paralysis« (Villi u. a. 2022: 150), einer Überforderung der Nutzer:innen. Aufgrund dieser Konfrontation mit Nachrichten in der digitalen Welt – jederzeit und überall bei der Mediennutzung – entscheiden Rezipient:innen, welche Nachrichten sie überhaupt konsumieren wollen und welche sie vielleicht eher umgehen oder gar ganz meiden (vgl. Ha u. a. 2018: 720 ff.). Viele von ihnen haben »keine Lust auf Krieg und Krise« und meiden immer häufiger den täglichen, wöchentlichen oder gar monatlichen Blick in die Nachrichten oder wenden sich von bestimmten Nachrichtenmedien ab (Toff & Kalogeropoulos 2020: 366). Skovsgaard und Andersen (vgl. 2020: 460 ff.) sowie van den Bulck (vgl. 2006: 231 ff.) unterscheiden in die absichtliche und die unabsichtliche Nachrichtenvermeidung. Die absichtliche Form der Nachrichtenvermeidung bezieht sich auf die Intention des/der Rezipient:in, Nachrichten aufgrund einer bestimmten allgemeinen Abneigung gegen Nachrichten zu vermeiden. Die zweite Form, die unabsichtliche Nach-

richtenvermeidung, erfolgt unbewusst. Nutzer:innen bevorzugen dabei andere digitale Inhalte gegenüber Nachrichten. Dieses Phänomen der Nachrichtenvermeidung, der *news avoidance*, hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen (vgl. Behre u. a. 2024: 58). Der Begriff der *news avoidance* kann als »active or intentional resistance or rejection of news« verstanden werden (Villi u. a. 2022: 149). Das Phänomen gilt als zentraler Aspekt einer eingehenden Analyse des Nachrichtenkonsums in der modernen, digitalisierten Gesellschaft (ebd.). Villi u. a. gehen davon aus, »that it is a multifaceted phenomenon that is performed as part of a collective cultural context« (ebd. 2022). Das kann zur Konsequenz haben, dass sie kaum oder sogar überhaupt nicht mehr am öffentlichen Diskurs teilnehmen (vgl. Kleinen-von Königslöw 2020: 101f.). Im »Reuters Institute Digital News Report« haben im Jahr 2024 69 Prozent der Befragten angegeben, mindestens gelegentlich Nachrichten zu vermeiden (siehe Abb. 2). Das sind so viele Menschen wie noch nie seit der ersten Erhebung dieser Frage 2017.

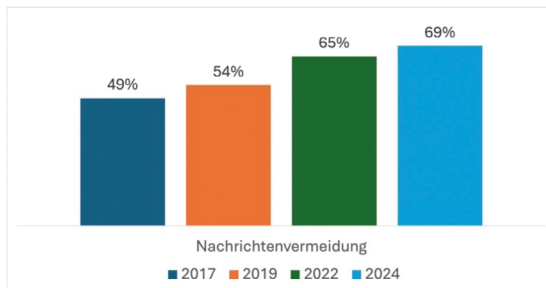


Abbildung 2: Ergebnisse aus dem »Reuters Institute Digital News Report 2024«: Daten für die Nachrichtenvermeidung seit 2017 (vgl. Behre u. a. 2024: 58)

Der stärkste Anstieg des Verhaltens der Nachrichtenvermeidung ist in den Jahren von 2019 bis 2022 zu beobachten, was die Corona-Pandemie als Ursache vermuten lässt. Am stärksten ist das Phänomen der *news avoidance* bei Menschen im Alter zwischen 35 und 44 Jahren erkennbar, hier waren es 78 Prozent. Neben Überforderung und Erschöpfung durch die Menge an Informationen zeichnen sich weitere Gründe für Nach-

richtenvermeidung ab: So gaben Befragte an, »dass zu viel über bestimmte Themen wie Politik berichtet wird und dass Nachrichten negative Auswirkungen auf die Stimmung haben« (Behre u. a. 2024: 59). Auch das Vertrauen in die jeweiligen Nachrichtenmedien spiele eine Rolle. So wenden sich Menschen von Medien ab, denen sie nicht vertrauen, und verlassen sich eher auf persönliche Beziehungen als Quelle (vgl. Wagner & Boczkowski 2019: 871). Gründe für Nachrichtenvermeidung sind aber vielfältig: Die empfundene überwiegende Negativität der Nachrichtenberichterstattung könne zu einem »emotional overload for media consumers« führen (Villi u. a. 2022: 150).

Die Einordnung des Phänomens der Nachrichtenvermeidung ist vor allem auch auf normativer Ebene durch die jeweilige Gesellschaft geprägt: So gilt der Nachrichtenkonsum in der westlichen Gesellschaft als wichtig für demokratische Prozesse (vgl. Woodstock 2014: 834). Nachrichtenvermeidung wird somit als schädlich für eine funktionierende demokratische Gesellschaft und informierte Bürger:innen interpretiert (vgl. Skovsgaard & Andersen 2020: 459 ff.). Diese Annahme unterstützen Studien, die einen negativen Effekt der Nachrichtenvermeidung auf politisches Wissen und Engagement zeigen (vgl. Blekesaune u. a. 2012: 112).

2 Konstruktiver Journalismus: A way to counter crisis?

Die beschriebenen Entwicklungen scheinen bedrohlich – für diejenigen, die Nachrichten rezipieren und sich von der Weltlage und dem gesellschaftlichen Diskurs isolieren, auf ganz andere Weise aber auch für die, die sie machen. Journalist:innen droht, ihr Publikum zu verlieren. Die Krise des Journalismus scheint diesmal anders zu sein. Das zeigt sich nicht nur am beschriebenen Rückzugsverhalten der Rezipient:innen, sondern auch in akademischen Kreisen und in der Branche selbst ist diese Erkenntnis angekommen. Es stellt sich die Frage: Wie kann der Krise begegnet werden?

Crises are good if you survive them. And we have now come to a turning point in the media world. And the cure is not new apps, faster deadlines and more of the same with less money. People do not need more news. They need better news. Our road to success in the news business is not to beat Twitter and the competitor by 8 seconds. It is to be relevant and meaningful in people's lives. (Haagerup 2017: 15 f.)

Die Krise des Journalismus kann als Wendepunkt begriffen werden, findet Haagerup, einer der Vorreiter:innen der Bewegung des Konstruktiven Journalismus. Die Hinwendung der Profession zum Konstruktiven Journalismus sei die notwendige Reaktion, die es nun brauche, bevor sich das Publikum ganz abwende und der Journalismus seine Funktion für die Gesellschaft nicht mehr wahrnehmen könne (vgl. ebd. 2017). Haagerup fragt: »If the story of the world is happy and sad, why do we tend

to tell just one?» (Union (EBU) 2016 o. S.). Die Antwort auf diese Frage gibt er – und geben gemeinsam mit ihm viele andere Forscher:innen – sich selbst: Das Problem sei der »negativity bias«⁹ des herkömmlichen Journalismus. Diese überwiegende Negativität in der herkömmlichen Nachrichtenberichterstattung kritisieren – ähnlich wie die Rezipient:innen – auch weitere Vertreter:innen des Konstruktiven Journalismus, etwa Gyldensted, McIntyre und Urner. Journalist:innen sorgten mit ihrer »Vorliebe fürs Negative« für eine Verzerrung des Weltbildes (Urner 2019: 23). »(Nur) was nicht funktioniert, hat einen Nachrichtenwert« (ebd. 2019). Es brauche deshalb ebenso Nachrichten über Dinge, die funktionieren. Ein Konstruktiver Journalismus könne helfen, dass es »ein vollständigeres Bild unserer Welt gibt« – und ein möglichst realistisches (2019: 72). Schließlich gebe es in der Welt niemals nur Schwarz und Weiß. So seien es vielmehr die Nuancen und Facetten, die Grautöne, die der Konstruktive Journalismus abzubilden versuche (vgl. ebd. 2019: 99).

2.1 Die Idee einer konstruktiven Berichterstattung

Entgegen der passiven Problemfokussierung des herkömmlichen Journalismus (vgl. Bro 2024: 50) geht es dem Konstruktiven Journalismus nach Peter Bro vor allem darum, aktiv zu werden und sich in der heutigen Zeit – statt hauptsächlich auf Probleme – vor allem auch auf »potentials« zu konzentrieren (ebd. 2024: 69). »[W]hile the nature of problems may have changed as our societies develop, the culture of news reporting has been remarkably consistent in form and focus« (ebd. 2024: 2). Auch für Haagerup ist die Notwendigkeit deutlich:

9 Rozin und Royzman gehen von einem »general bias« aus, einer Voreingenommenheit, die dafür sorgt, dass Menschen (und Tiere) negative Dinge/Vorkommnisse stärker gewichten als positive – selbst wenn sich Positives und Negatives ausgleichen. Die beiden Autoren bezeichnen dieses Phänomen als den »negativity bias« (Rozin & Royzman 2001: 296) based on both innate predispositions and experience, in animals and humans, to give greater weight to negative entities (e. g., events, objects, personal traits.

We need to understand that constructive news is neither an alternative to critical watchdog journalism nor is it an argument for harmless positive news. We need good reporting, which can inspire to possible solutions to the problems facing society, giving way to a new and more meaningful role for journalism: Not only documenting problems and finding who is to blame for them, but also facilitating dialogues in our communities on how they might be solved. (Haagerup 2017: 23)

In der Umsetzung geht es dem Konstruktiven Journalismus vor allem um das Abbilden von Lösungen zu den vielen Problemen, über die Journalist:innen sonst berichten. Vielfach wird er deshalb auch als lösungsorientierter Journalismus beschrieben (vgl. Urner 2019: 74 ff.). Steinigeweg beschreibt, die Grundidee des Konstruktiven Journalismus sei

durch das Berichten möglichst vielfältiger Perspektiven und die Orientierung an Lösungen von gesellschaftlich relevanten Problemen, Konflikten oder Missständen die existierende Medienlandschaft sinnvoll zu ergänzen und demokratische Prozesse zu stärken. (Steinigeweg 2023: 12)

Einer konstruktiven Berichterstattung gehe es jedoch nicht darum, »am Ende eines Artikels noch eine Lösung dranzuklatschen, sondern sich eine zukunftsorientierte Denkweise anzutrainieren [sic!]« (Urner 75). Dieses Umdenken beschreibt auch eine der Vorreiter:innen des Konstruktiven Journalismus, Gyldensted. In ihrem Buch »From Mirrors to Movers« erklärt sie, dass Journalist:innen, statt die Welt zu spiegeln, an ihre Arbeit lieber so herangehen sollten, etwas zu bewegen (vgl. Gyldensted 2015).

Ziel des Konstruktiven Journalismus seien also vor allem positive Effekte auf die Gesellschaft, um gegen die Krise des Journalismus zu wirken. Meier unterteilt den Gegenstandsbereich in drei Ebenen: die Mikroebene, das heißt die der Rezipient:innen, die sich nach dem Konsumieren konstruktiver Beiträge besser fühlen und handlungsfähiger sein sollen, die Mesoebene der Medienunternehmen, die durch Konstruktiven Journalismus eine bessere Publikumsbindung und so auch bessere

Reichweiten erzielen sollen, und zuletzt die Makroebene, die sich auf die Gesellschaft bezieht, die von den Lösungsansätzen konstruktiver Beiträge profitieren und deren Fortschritt durch die Anregung gesellschaftlichen Engagements gefördert werden soll (vgl. Meier 2018: 765 f.). Doch warum ist es ausgerechnet der Konstruktive Journalismus, der plötzlich in wissenschaftlichen Diskursen und Redaktionen so präsent ist – oder anders gefragt: »Why do we suddenly talk so much about constructiveness?« (Ahva & Hautakangas 2018). Hier lohnt ein Blick auf die Hintergründe der Bewegung des Konstruktiven Journalismus und seine Vorgänger.

2.1.1 Ursprung und Entwicklung

Die Idee zum Konstruktiven Journalismus ist kein Phänomen des 21. Jahrhunderts: Schon einige namenhafte Vertreter aus der Branche haben im Laufe der Zeit mehr Konstruktivität eingefordert: »Around the turn of the last century, journalists, editors, and owners of newspapers, such as William Randolph Hearst, Joseph Pulitzer, William Stead, Lord Northcliff and Henrik Cavling, (...) believed that journalism should (...) help solve societal problem« (Bro 2024: 81).¹⁰ In der Journalismusforschung kann man den Ansatz des Konstruktiven Journalismus bei anderen »journalistic reforms« und neuen Ideen verorten, die auch bereits eine konstruktivere Herangehensweise im Journalismus gefordert haben (Ahva & Hautakangas 2018: 658). So gibt es bereits seit über hundert Jahren verschiedene Bewegungen im Journalismus, die einen aktiveren Journalismus forderten (vgl. Bro 2024: 22) – etwa der public journalism, der civic journalism, der community journalism oder der partizipative Journalismus (vgl. ebd. 2024: 81).

Der moderne konstruktive Gedanke kam in den USA zum ersten Mal unter dem im amerikanischen Raum häufiger genutzten Begriff *solutions journalism* auf. Im Jahr 2001 veröffentlichte die Autorin Tina Rosenberg einen Artikel in der New York Times: »Look at Brazil!« und setzte damit den ersten lösungsorientierten Ansatz in die Welt (vgl. Urner 2019: 72 f.).

10 An dieser Stelle sei angemerkt, dass im vorausgegangenen Zitat die Wende zum 20. Jahrhundert gemeint ist.

Gemeinsam mit zwei Kolleg:innen gründete sie im Jahr 2013 dann das Solutions Journalism Network, eine gemeinnützige Organisation, die sich zur Aufgabe gemacht hat, lösungsorientierten Journalismus weltweit in die Redaktionen zu tragen (siehe hierzu www.solutionsjournalism.org). Ihren *Ursprung* hatte die heutige moderne Debatte über Konstruktiven Journalismus allerdings sicherlich im skandinavischen Raum: Fast zeitgleich, genauer gesagt fünf Jahre vor Rosenberg, im Jahr 2008, schrieb Haagerup, Journalist und ehemaliger Nachrichtenchef von DR, Dänemarks öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalt, das erste Mal über »Konstruktive nyheder«, konstruktive Nachrichten, in einer Kolumne für eine dänische Tageszeitung (Haagerup 2008 o. S.). Einige Jahre später, 2015, mit einer überarbeiteten Auflage 2017, veröffentlichte er sein Buch, das den Ansatz – und vor allem dessen Berechtigung – genauer erklären sollte: »Constructive News: How to Save the Media and Democracy with Journalism of Tomorrow« (Haagerup 2017). Gemeinsam mit der dänischen Journalistin und Autorin Gyldensted prägte Haagerup den Begriff des Konstruktiven Journalismus und machte ihn populär (vgl. Steinigeweg 2023: 12 ff.). Für das Jahr 2015 als Beginn des Trends des Konstruktiven Journalismus spricht auch, dass es seitdem immer mehr kommunikationswissenschaftliche Studien dazu gibt (vgl. Lough & McIntyre 2023). Einige Jahre später, im Jahr 2017, gründete Haagerup das Constructive Institute an der Universität in Aarhus in Dänemark (vgl. Haagerup 2017: 150). Ähnlich wie beim Solutions Journalism Network handelt es sich um eine gemeinnützige Organisation, die zum Konstruktiven Journalismus forscht. Das Institut bietet Schulungen, Trainings und Fortbildungen für Redaktionen an, die sich mit einer konstruktiven Berichterstattung vertraut machen wollen. Während sich die Zielsetzungen der beiden Institute ähneln, ist der US-amerikanische Ansatz im Vergleich zum dänischen wesentlich weniger normativ fundiert (vgl. Kramp & Weichert 2020: 85 f.). In Deutschland gibt es inzwischen das Pendant, das Bonn Institute, das eng mit dem Constructive Institute zusammenarbeitet. Gegründet hat es Ellen Heinrichs, ehemalige Journalistin bei der Deutschen Welle und einst Stipendiatin am Constructive Institute. In der Praxis gilt die Neurowissenschaftlerin und Autorin Maren Urner als Vorreiterin: Im Jahr 2016 gründete sie gemeinsam mit ihrem Kollegen, dem Neurowissenschaftler Han Lang-

eslag, Perspective Daily – das erste deutsche unabhängige¹¹ konstruktive, lösungsorientierte, durch Mitgliedsbeiträge finanzierte Onlinemagazin (vgl. Urner 2019: 66). Als Vorbild diente den beiden Gründer:innen das damals bereits erfolgreiche Projekt aus den Niederlanden: De Correspondent (vgl. ebd. 2019: 70). Später folgten etwa das Wirtschaftsmagazin enorm und das Politikmagazin Kater Demos (vgl. Steinigeweg 2023: 23).¹² Auch etablierte große deutsche Medienhäuser haben inzwischen konstruktive Elemente oder Formate in ihr Programm aufgenommen: So zum Beispiel DIE ZEIT, der NDR, DER SPIEGEL, die Deutsche Welle, das ZDF und RTL Deutschland. International haben neben der New York Times auch etablierte Medienhäuser wie The Guardian und die BBC Konstruktiven Journalismus in ihre Angebote integriert (vgl. McIntyre 2015: 85). In der modernen digitalisierten Gesellschaft hat das Konzept neben den bereits beschriebenen Krisensymptomen des Journalismus vor allem auch durch die Corona-Pandemie nochmals Aufwind bekommen (vgl. Kramp & Weichert 2020: 4 ff.).

Doch so vielschichtig und verbreitet der konstruktive Ansatz in den Journalismus-Formen dieser Welt sein mag, so schwer ist er greifbar: Eine konkrete Begriffsdefinition oder genauere Definition der Kriterien für die praktische Umsetzung gibt es bisher nicht (vgl. Steinigeweg 2023: 12; vgl. Ahva/Hautakangas 2018: 658). Das lässt wiederum Raum für Missverständnisse, sowohl in der Wissenschaft als auch unter den Journalist:innen selbst (vgl. Bro 2024: 11). Im Folgenden sollen deshalb die Kernmerkmale des Konstruktiven Journalismus beschrieben werden.

2.1.2 Kernmerkmale des Konstruktiven Journalismus

Das wohl bedeutendste Merkmal der konstruktiven Berichterstattung ist sicherlich seine Lösungsorientierung. Um diese in der Praxis mitzudenken, erweitert der Konstruktive Journalismus die üblichen im herkömmlichen Journalismus gestellten W-Fragen »Was?«, »Wer?«, »Wo?«, »Wann?«,

11 Perspective Daily finanziert sich über Mitgliedsbeiträge und ist somit werbefrei (siehe hierzu <https://perspective-daily.de/faq>).

12 An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass das Magazin enorm inzwischen als Good Impact bekannt ist, Kater Demos wurde im Jahr 2018 eingestellt.

»Wie?« um die zusätzliche Frage: »Was jetzt?« (vgl. Haagerup 2017: 40). Dabei müsse allerdings nicht immer eine Lösung gefunden werden. McIntyre betont, »a constructive news story does not require the inclusion of a solution« (McIntyre 2015: 16). Das unterscheide ihn auch von anderen Ansätzen, zum Beispiel vom Positivjournalismus (vgl. Urner 2019: 112 f.). Vielmehr gehe es dem Konstruktiven Journalismus um den aktiven Versuch, zu Problemen, die es gibt, bereits bestehende Lösungsansätze zu präsentieren, über Dinge zu berichten, die bereits funktionieren und so die journalistische Aufgabe für die Öffentlichkeit zu erfüllen. Für einen Blick in die Zukunft sei es außerdem nicht an dem/der konstruktiven Journalist:in, den einen, richtigen Weg zu finden (vgl. Beiler & Krüger 2018: 179). Vielmehr gehe es um das Darlegen potenzieller, bereits bestehender Lösungsmöglichkeiten, die es ebenso zu hinterfragen wie zu präsentieren gilt (vgl. ebd. 2018). Verdeutlichen lässt sich das mit dem Ansatz des Konstruktivismus, der nicht nur in der Begrifflichkeit starke Ähnlichkeiten mit dem Konstruktiven Journalismus hat. So gibt es aus konstruktivistischer Perspektive nicht die eine, objektive Wahrheit, denn »Wahrheit wird von uns gemacht« (Köck 2015: 371). Diese Tatsache erkennen konstruktive Journalist:innen an (vgl. Urner 2019: 60 ff.) und achten stets darauf, dass das Bild der Realität, das sie vermitteln, möglichst ausgewogen ist (vgl. Pranz & Sauer 2017: 105). Hier wird auch klar: Der Ansatz des Konstruktiven Journalismus soll keine Alternative zum herkömmlichen Journalismus darstellen oder ihn ersetzen. Vielmehr ergänze und korrigiere der konstruktive Blick den »mainstream news journalism« (Haagerup 2017: 142).

	Nachrichten-journalismus	Investigativer Journalismus	Konstruktiver Journalismus
Zeit:	Gegenwart	Vergangenheit	Zukunft
Fragen:	Was? Wann?	Wer? Warum?	Was jetzt? Wie weiter?
Stil:	Dramatisch	Kritisch/Anklagend	Neugierig
Rolle:	Polizist:in, Wächter:in	Ermittler:in, Richter:in, Wächter:in	Aufklärer:in, Moderator:in, Vermittler:in
Fokus:	Aktualität, Sensation, Konflikt, Gefahren	Skandale, Täter, Opfer	Lösungen, Best Practice / Umgang mit Problem(en)
Ziel:	Schnelligkeit	Schuldzuweisung, Vorwürfe	Inspiration
	Problemzentriert		Lösungszentriert
	Passiv		Aktiv

Abbildung 3: Eigene Darstellung (zusammengestellt nach vgl. Jørgensen/Risbro 2021: 4; vgl. Haagerup 2017: 19; vgl. Sauer 2019: 30 ff.; vgl. Steinigeweg 2023: 35)

Während der tagesaktuelle Nachrichtenjournalismus das Problem und zugehörige Fakten dokumentiert und der investigative Journalismus Beweise ermittelt und urteilt beziehungsweise eine Schuldzuweisung vornimmt, versucht der Konstruktive Journalismus in einem darauffolgenden Schritt, als Vermittler nach einem Umgang mit dem Problem zu suchen. Weitere Vertreter:innen des Konstruktiven Journalismus betonen dessen Wichtigkeit. So stellt Steinigeweg fest, dass es in der modernen, digitalisierten Gesellschaft »nicht mehr an einem Zugang zu Informationen mangelt, sondern an der Zeit und Aufmerksamkeit seitens der Rezipient:innen, diese Informationen angemessen zu verarbeiten und einzuordnen« (Steinigeweg 2023: 10).

Teil der Lösungssuche ist insofern auch die entsprechende Kontextualisierung des Themas. Während der herkömmliche Journalismus sich eher auf das aktuelle Ereignis und – damit verbunden – geäußerte Standpunkte verschiedener Akteur:innen konzentriert, versucht der Konstruktive Journalismus, langfristige Entwicklungen einzuordnen, deren Ursachen

und Folgen sowie möglichst vielfältige Perspektiven darauf abzubilden (vgl. Hooffacker 2020: 15).

Letzteres greift auch die Frage nach der sozialen Verantwortung auf. So beschreiben seine Vertreter:innen den Konstruktiven Journalismus als verantwortungsvollen Journalismus (vgl. Steinigeweg 2023: 27), der »die Hintergründe und Folgen gesellschaftlicher Ereignisse auslotet und der Gesellschaft zur Selbstreflexion zur Verfügung stellt« (Hooffacker 2020: 15). Nach Ansicht von Haagerup soll eine konstruktive Berichterstattung einen positiven sozialen Einfluss und ein besseres Engagement des Publikums erreichen. Das wirke sich auch positiv auf die Publikumsbindung und die Gesellschaft im Allgemeinen aus. Schließlich sei es am Journalismus zu »do good for society« und etwas zum demokratischen Prozess beizutragen (Haagerup 2017: 13).

2.2 Auf die Krise reagieren: Lösungsansätze des Konstruktiven Journalismus

Die aktuelle konflikthafte Berichterstattung, die Verbrechen, Unfälle und Gefahren stärker gewichtet als gelingende soziale Prozesse, weil sie dramatischer als Geschichten über positive Entwicklungen sind, zeichnet also ein zu düsteres und realitätsfernes Bild von der Welt (vgl. Ahva & Hautakangas 2018: 657). Weniger dramatische Geschichten über positive Entwicklungen blieben so »unnoticed under the news radar« (ebd. 2018). Die Konsequenz: Das Publikum fühlt sich hoffnungslos und ohnmächtig, wendet sich ab, vermeidet Nachrichten, wie es aktuell zunehmend der Fall ist. Der Konstruktive Journalismus möchte, anhand neuer, erweiterter Komponenten ein Gegengewicht gegen die herkömmliche Berichterstattung bieten, die eine Verzerrung des Weltbildes fördert – vor allem auch bei globalen Ereignissen wie der Klimakrise, der Corona-Pandemie oder dem russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine. Indem der Konstruktive Journalismus versucht, den Blick zu weiten und auch Themen aufgreift, die nicht in das von Negativität geprägte Berichtsmuster passen, versucht er, dieses Weltbild zu korrigieren. So werde ein möglichst vollständiges Bild der Welt vermittelt (vgl. Urner 2019: 118 f.). Darüber hinaus

werde aber auch die Erwartungshaltung des Publikums unterbrochen – die Rezipient:innen werden mit Themen konfrontiert, mit denen sie nicht rechnen. Ganz konkret trifft nach Ansicht von Maren Urner der von ihr übersetzte vielfach zitierte Satz des Autors und Psychotherapeuten Steve de Shazer den Sachverhalt: »Das Reden über Probleme schafft Probleme, das Reden über Lösungen schafft Lösungen« (ebd. 2019: 74). Damit stellt sich nun jedoch die Frage: *Wie* will der Konstruktive Journalismus das umsetzen? Hierzu müssen zunächst Kernmerkmale ausdifferenziert und bewusst in das Muster der Berichterstattung integriert werden. Das betrifft sowohl die Strukturen innerhalb der Redaktionen und Medienunternehmen als auch die konstruktive individuelle Herangehensweise an journalistische Beiträge.

2.2.1 Strukturen verändern: Redaktionen und ihre Berichterstattung

In seinem Buch »Constructive News: How to Save the Media and Democracy with Journalism of Tomorrow« erzählt Haagerup von seinen Erfahrungen als Journalist während seiner Ausbildung: »A good story is a bad story. If nobody gets mad, it's advertising« (Haagerup 2017: 13). »If it bleeds, it leads« (Bro 2024: 1) oder »Only bad news are good news« sind andere Formulierungen dieses Leitsatzes. Noch immer herrsche der Glaube in der Branche, dass Medienunternehmen nur dann erfolgreich sind, wenn sie viel Blut, Gewalt und Sensation zeigen (vgl. Haagerup 2017: 51). Im Konstruktiven Journalismus gehe es darum, sich von »Nachrichtenfaktoren wie Prominenz, persönlicher Einfluss und Zentralität sowie Sensationalismus, Negativität oder Kriminalität« abzuwenden (Steinigeweg 2023: 341). Jørgensen und Risbro beschreiben in ihrem »Handbook for Constructive Journalism« eine Art *Leitfaden* für Konstruktiven Journalismus (vgl. Jørgensen & Risbro 2021). Dieser ist als Orientierungshilfe für interessierte Journalist:innen gedacht, die konstruktiv berichten wollen, und soll ihnen Schritte in der Produktion eines konstruktiven Beitrags ermöglichen. Anhand ihres »Constructive Compass«, der Werte beziehungsweise Kernmerkmale einer konstruktiven Geschichte beschreibt, fassen die Autor:innen unter dem Akronym SINC vier Möglichkeiten zusammen, an denen sich ein konstruktiver journalistischer Beitrag orientieren kann:

»S« (solution-oriented) steht für einen leistungsorientierten Startpunkt, »I« (involvement) steht für das Einbeziehen der Bürger:innen, Unternehmen oder politischer Akteur:innen bzw. Machthaber:innen. »N« (nuanced overview) steht für eine differenzierte Berichterstattung und »C« (critical enquiry) für das kritische Hinterfragen – sowohl des Problems selbst als auch der recherchierten Lösungsansätze (ebd. 2021: 20).

Um Konstruktiven Journalismus beziehungsweise konstruktive Elemente in der journalistischen Praxis und in Redaktionen zu integrieren, brauche es jedoch auch strukturelle Veränderungen: »Constructive reporting needs more resources, time and space« (Meier 2018: 777). Außerdem sollten die Merkmale des Konstruktiven Journalismus wie Perspektivenvielfalt auch innerhalb der Redaktion vertreten sein. Dazu gehöre beispielsweise die Inklusion aller Bevölkerungsgruppen – sowohl in der Berichterstattung als auch in den Redaktionen selbst (vgl. Heinrichs 2021: 22 f.; dazu mehr in Kapitel 2.2.1.3). Sprachlich lasse sich dies umsetzen, indem konstruktive Journalist:innen von einer *Wir-gegen-die-anderen-Mentalität* Abstand nähmen (vgl. Urner 2019: 183) und auf Inklusivität sowohl über die Sprache als auch über die Themenauswahl (z. B. Beiträge über soziale Gerechtigkeit, Gleichberechtigung etc.) »ein übergreifendes Gemeinschaftsgefühl erzeugen möchten« (Steinigeweg 2023: 46).

2.2.1.1 Lösungs- und Zukunftsorientierung

Wie bereits herausgestellt, ist das Merkmal der Lösungsorientierung zentral für den Ansatz des Konstruktiven Journalismus. Konstruktive journalistische Nachrichten grenzen sich von solchen des herkömmlichen Journalismus vor allem durch ihren lösungsorientierten Ansatz ab. Sie legen ihren Schwerpunkt weniger auf die Problematik oder den Konflikt, sondern messen der Suche nach Lösungen und neuen Perspektiven mehr Gewicht bei (vgl. Steinigeweg 2023: 25). Hierbei ist allerdings wichtig anzumerken, »dass es sich um bereits bestehende Lösungsansätze handelt und gleichzeitig zu zeigen, welche (ggf. negativen) Konsequenzen diese mit sich bringen« (ebd. 2023: 348). Haagerup spricht in

diesem Zusammenhang auch von »Best Practice«,¹³ also Beispiele von Fällen, bei denen die Problembewältigung besser läuft oder sogar bereits gelungen ist (Haagerup 2017: 143). Um diese Lösungsansätze zu finden, braucht es tiefergehende Recherchen (vgl. Kramp & Weichert 2020: 82). Dabei dürfe jedoch nach Ansicht von Meier der lösungsorientierte Blickwinkel, aus dem ein Thema betrachtet werde, nicht für eine Verkürzung des Problems sorgen und »not be at the expense of a differentiated and comprehensive presentation of a complex social problem« (Meier 2018: 777). Diese Lösungsansätze sind vonseiten der Journalist:innen kritisch zu beleuchten, zu hinterfragen (vgl. Haagerup 2017: 108). Auch Urner betont immer wieder die Wichtigkeit des »Kritischen Denkens« (Urner 2019: 207). Letzteres impliziere auch eine veränderte *Haltung* konstruktiver Journalist:innen: Die veränderte Denk- und Herangehensweise an journalistische Beiträge setze eine bewusste Unvoreingenommenheit voraus. So arbeiten konstruktive Journalist:innen in ihrer Recherche, Themenauswahl und Interviewführung statt anklagend und dramatisch vielmehr neugierig und aufgeschlossen (vgl. ebd. 2017: 19). Auch besteht eine veränderte Beziehung zwischen Journalist:innen und Nachrichtenpublikum, denn sie wandelt sich von einer reinen Informationsverbreitung durch die Journalist:innen zu einer Gesprächsvermittlung mit Expert:innen und politischen Akteur:innen (vgl. ebd. 2017: 136 ff.).

Dieser Fokus des Konstruktiven Journalismus auf die Zukunft und auf Lösungen wird auch deutlich durch die Verbindung zur Positiven Psychologie.¹⁴ Gyldensted argumentiert, dass dieser Fokus ebenso für den Konstruktiven Journalismus gelte, denn die Problemfokussierung des herkömmlichen Journalismus Sorge – ähnlich wie in der klinischen defizitorientier-

13 Der Begriff »Best Practice« kommt ursprünglich aus der Betriebswirtschaftslehre und meint bereits gelungene Prozesse und »Bestleistungen« in einem Unternehmen/einer Branche, die dann als »Referenzgröße« (Benchmark) für den Vergleich und die Optimierung der eigenen Vorgehensweisen herangezogen werden (Syska 2006: 29).

14 Das Forschungsfeld der Positiven Psychologie konzentriert sich – anders als die klinische Psychologie – auf die Stärken und »positiven Aspekte menschlichen Lebens« und deren Förderung für das eigene Wohlbefinden (Ruch/Proyer 2011: 61). Über positive Eigenschaften schreibt Seligman, amerikanischer Psychologe und vielfach zitierter Vertreter der Forschungsrichtung: »Optimism is only one of two dozen strengths that bring about greater well-being« (Seligman 2002: 10).

ten Psychologie – für negative Effekte auf das Individuum: »Balancing positive and pessimistic explanatory styles in news report is one place to begin« (Gyldensted 2011: 21). Auch McIntyre betont, Konstruktiver Journalismus nutze die Techniken der Positiven Psychologie, »to create more productive, engaging news stories [...]«, und resümiert: »This approach offers a way to rehabilitate journalism« (McIntyre 2015: iii). Ähnlich wie die Positive Psychologie versuche, dass das Individuum auf diese Weise zu einem erfüllteren Leben kommt, erhoffe sich der Konstruktive Journalismus, zu einer positiven Entwicklung der Gesellschaft beitragen zu können. Dabei gehe es jedoch ebenso wenig darum, negative Aspekte auszublenden und wegzulassen, sondern diese einzubeziehen, verschiedene neue Perspektiven aufzuzeigen und so auch einen Beitrag zu einer informierten Gesellschaft zu leisten (vgl. Kramp & Weichert 2020: 78).

2.2.1.2 Themenvielfalt und Kontextualisierung

Themenvielfalt ist in der konstruktiven Berichterstattung wichtig, um das »full picture« abzubilden, also neben negativen Geschichten auch solche zu erzählen, die Positives berichten (Haagerup 2017: 98). Die Lösungssuche ist aber keine universell anwendbare Schablone. So kann sich die Herangehensweise je nach Sachverhalt unterscheiden. Nach Ansicht von Urner finden sich vor allem auf lokaler Ebene viele Themen, bei denen konstruktive Journalist:innen ihren Rezipient:innen – anders als oftmals bei globalen Themen – direkt konkrete Handlungsoptionen vermitteln können, wodurch Rezipient:innen in die Lage versetzt werden, »Lösungswege auf ihr Alltagshandeln zu übertragen« (Kramp & Weichert 2020: 53 f.). Unter Themenvielfalt kann allerdings ebenso gut die Vielfalt in den Darstellungsformen verstanden werden (vgl. ebd. 2020: 58): Um konstruktiv zu berichten, könne man schließlich nicht nur die Länge in den verschiedenen der Darstellungsformen abwechseln, sondern auch andere Elemente wie zu Beispiel im Online-Bereich Grafiken und Gamification zur Kontextualisierung nutzen und lösungsorientiert kombinieren (vgl. ebd. 2020). So argumentiert Meier, dass sich für konstruktive Beiträge vor allem längere Darstellungsformen wie zum Beispiel das Feature eignen, um den Sachverhalt samt Lösungsansatz auch differenziert genug darstellen zu können (vgl. Meier 2018: 777).

Neben Lösungen will der Konstruktive Journalismus schließlich vor allem auch Zusammenhänge darlegen und vermitteln (vgl. Hooffacker 2020: 2). Kontextualisierung kann auch als »Hintergrundberichterstattung mit Mehrwert« verstanden werden (Kramp & Weichert 2020: 55). In der Praxis der Nachrichtenproduktion bedeutet das nach Heinrichs, vor allem auch über das Agenturmaterial hinauszugehen und weiter zu recherchieren (vgl. ebd. 2020). Um eine Gesellschaft vollständig und umfassend zu informieren und einer Verzerrung des Weltbildes entgegenzuwirken, ohne bloß Schlagzeilen im Schnelldurchlauf zu publizieren, braucht es Kontextualisierung. Dazu gehören einordnende Fakten und Recherchen zu Lösungen (vgl. Steinigeweg 2023: 32). So kann die Recherche von Lösungsansätzen als Hintergrundberichterstattung verstanden werden. Um diese darzulegen, bedarf es jedoch einer genaueren Betrachtung nicht nur des Problems und seiner Symptome, sondern auch seiner Ursachen und möglichen Lösungen. Hierzu müssen Zusammenhänge dargelegt und Informationen verständlich vermittelt werden – »die Fakten sollen mit erklärendem Kontext präsentiert werden« (Hooffacker 2020: 2). Gerade bei Krisen sind Recherchen zu Hintergründen und zur Einordnung von besonderer Bedeutung (vgl. ebd. 2020). »Der lösungsorientierte Ansatz ist häufig auch evidenzbasiert, also beweisgestützt«, erklärt Urner (Urner 2019: 74). Sie betont dabei vor allem »die Frage nach der Übertragbarkeit« (ebd. 2019). Für eine:n konstruktiven Journalist:in sei es zentral, nicht nur das Problem, sondern auch die recherchierten Lösungsansätze kritisch zu hinterfragen und auf mögliche Schwachstellen oder Widersprüche zu untersuchen (vgl. ebd. 2019). Dabei seien Aspekte wie »Kultur, Infrastruktur und Politik« wichtig, um die Übertragbarkeit zu prüfen (ebd. 2019: 74). Kontextualisierung sei vor allem wichtig, weil es in der digitalisierten Gesellschaft weniger an der Zugänglichkeit zu Informationen fehle, sondern vielmehr an der Aufmerksamkeitsspanne des Publikums, Inhalte entsprechend einzuordnen (vgl. Steinigeweg 2023: 10).

2.2.1.3 Perspektivenreichtum und Diversität

Zu jenem vollständigen Weltbild, das konstruktive Journalist:innen für ihre Rezipient:innen abbilden wollen, gehört neben einer Vielfalt an Themen und einordnenden Fakten nach dem Ansatz des Konstruktivi-

ven Journalismus genauso eine Vielfalt an Perspektiven auf einen Konflikt oder einen Sachverhalt – gerade im gesellschaftspolitischen Kontext – im Rahmen der Berichterstattung. Darüber hinaus signalisieren die Medienschaffenden so auch, »dass sie Rezipient:innen als mündige Bürger:innen ansehen, welche sich ihre Meinung selbst bilden können« (Steinigeweg 2023: 348). Auch kann die jeweilige Darstellungsform eine Rolle spielen: So können Pro- und Contra-Beiträge verschiedene Meinungen zu einem Thema sachlich gegenüberstellen und so zur Perspektivenvielfalt beitragen. Wichtig sei jedoch nach Ansicht von Steinigeweg vor allem, die verschiedenen Stimmen in Relation zueinander zu setzen (vgl. ebd. 2023: 32). Andernfalls bestehe bei der Quellenauswahl die Gefahr einer »false balance« (Jørgensen & Risbro 2021: 11).¹⁵ Die Notwendigkeit von Perspektivenreichtum gelte aber nicht nur für die journalistischen Produkte an sich, sondern auch für ihre Macher:innen: »Nur durch den Einbezug diverser, inklusiver Perspektiven könne nach konstruktiven Journalist:innen der Anspruch der Vermittlung eines ausgewogenen Weltbilds erfüllt werden« (Steinigeweg 2023: 31). Um eine möglichst diverse Perspektivenvielfalt zu erreichen, brauche es – sowohl bei der Auswahl der Protagonist:innen als auch unter denen, die auswählen, also in den Redaktionen selbst – Vertreter:innen aus Minderheiten wie zum Beispiel Menschen mit Migrationsgeschichte. Das beuge zum einen Vorurteilen und Klischees vor und fördere gleichzeitig auch den Dialog innerhalb aller Gruppen einer Gesellschaft (vgl. Heinrichs 2021: 22). Dazu gehöre etwa, bewusst auch Expert:innen mit Migrationsgeschichte oder jeden Geschlechts ausgewogen auszuwählen. Um Diversität in Reaktionen zu fördern, können bei der Auswahl von Auszubildenden beziehungsweise Volontär:innen ebenfalls darauf geachtet werden (vgl. Steinigeweg 2023: 32). Diversität in Redaktionen sei vor allem auch vor dem Hintergrund wichtig, weil die subjektive Perspektive des/der recherchierenden Journalist:in immer auch in Themenauswahl, Recherche und Berichterstattung einfließt (vgl. ebd. 2023). Das kann wiederum auch das Identifikations-

15 »When selecting sources, it is important to include voices that represent all sides of a story, that point to solutions, and that might add nuances. However, if we lend equal weight to sources whose argument is not supported by data and/or relies merely on opinion, then we run the risk of endorsing ›false balance‹« (Jørgensen & Risbro 2021: 11).

potenzial erhöhen beziehungsweise den Bezug zur Lebenswelt der Rezipient:innen, die ebenfalls verschiedene soziodemografische Hintergründe besitzen. Im Umkehrschluss kommt Diversität unter den berichtenden Journalist:innen so auch der Themenvielfalt zugute. Perspektivenreichtum könne außerdem auch eine gezielte Interaktion des Publikums in konstruktiven Angeboten fördern (vgl. Kramp & Weichert 2020: 60).

2.2.2 Ein neues Qualitätsverständnis: Orientierung am Publikum

Wie bereits in Kapitel 1.3 und 1.4 herausgestellt wurde: Qualität liegt im Auge des Publikums. An ihm will sich der Konstruktive Journalismus stärker orientieren. Qualität bezieht sich damit nicht nur auf journalistische Standards. Vielmehr vollzieht sich hier auch ein stetiger Perspektivwechsel der Journalist:innen, in dessen Verlauf »die Wünsche einzelner Rezipient:innen in den Vordergrund treten, ohne dass journalistische Werte, Ethikkodizes und Verantwortlichkeiten gegenüber der Gesellschaft in Mitleidenschaft gezogen werden« (Steinigeweg 2023: 11). So gilt die Lösungsorientierung in konstruktiven Geschichten nicht nur Unternehmen, einflussreichen wirtschaftlichen oder politischen Akteur:innen, sondern vor allem auch Rezipient:innen, die durch konkrete Handlungsoptionen motiviert werden sollen. Auf diese Weise kommt der Konstruktive Journalismus gleichzeitig auch seiner Aufgabe für eine demokratische, informierte Gesellschaft nach. Die neue Beziehung zum Publikum fordert auch eine andere Haltung der Journalist:innen ein. So richtet sich der aufklärerische, vermittelnde Gedanke konstruktiver Journalist:innen vor allem auch auf das Publikum (vgl. ebd. 2023: 30).

2.2.2.1 Identifikations- und Handlungspotenzial

Statt einer »erlernten Hilflosigkeit« (Seligman u. a. 2011), die die Rezipient:innen aufgrund einer überwiegenden Negativität in den Nachrichten und eines damit einhergehenden verzerrten Weltbilds verspüren, will eine konstruktive Berichterstattung ihre Rezipient:innen wieder mündig und vor allem handlungsfähig machen.¹⁶ Das Publikum soll durch

16 Die erlernte Hilflosigkeit ist eine Erkenntnis des Psychologen Seligman, der anhand

Konstruktiven Journalismus wieder das Gefühl von Selbstwirksamkeit erlangen (vgl. Maurer 2022: 145). Das kann beispielsweise gelingen, wenn von konstruktiven Journalist:innen recherchierte Lösungsansätze konkrete Handlungsoptionen beinhalten, die einerseits eine tiefgehende Recherche erfordern, andererseits aber dem Publikum vermitteln, dass sie selbst etwas gegen das Problem tun und zur Lösung beigetragen können (vgl. Steinigeweg 2023: 32). Dabei hilft auch eine direkte Ansprache der Rezipient:innen (vgl. ebd. 2023: 348). Das Aufzeigen von Handlungsmöglichkeiten ergänzt auch die Kontextualisierung der Problematik. »Es wird belegt und indirekt impliziert, dass Rezipient:innen durch aktives (prosoziales) Handeln selbst Teil der Lösung sein können« (ebd. 2023: 33). Das Publikum zum Handeln motivieren zu wollen muss aber nicht zwingenderweise Fokus einer jeden konstruktiven Redaktion sein, vielmehr legt jedes Medienhaus und jede Redaktion dieses Konzept anders aus. Handlungsoptionen zu recherchieren, gehört aber in jedem Fall zu einer konstruktiven, lösungsorientierten Berichterstattung. Das können sowohl Positivbeispiele wie bereits beschriebene Best-Practice-Fälle sein, aber auch Vorbilder, mit denen sich Rezipient:innen identifizieren können (vgl. ebd. 2023: 348).

Das Identifikationspotenzial sei in konstruktiven Beiträgen generell höher als in solchen des herkömmlichen Journalismus. Nach Ansicht von Seng könne man beispielsweise mehr Empathie und Offenheit für Geflüchtete schaffen, indem konstruktive journalistische Beiträge einen »erweiterten Blick auf Flüchtlinge [ermöglichen], indem beispielsweise persönliche Geschichten erzählt werden« (Seng 2018; zitiert in Kramp & Weichert 2020: 15). Solche Geschichten könnten laut Seng das »Verständnis für Flüchtlinge und Menschen mit Fluchterfahrung« fördern (ebd. 2018).

von Experimenten festgestellt hat, dass Proband:innen, wenn sie nur lange genug in einem bestimmten Kontext negative Erfahrungen erleben, davon ausgehen, selbst nichts mehr zur Veränderung ihrer Lage beitragen zu können – und es selbst wenn sich der Kontext ändert, auch nicht mehr versuchen (vgl. Seligman u. a. 2011). Urner bezieht diese Theorie auf einen Großteil des Nachrichtenpublikums in der modernen Gesellschaft und begründet so auch einen Teil der Nachrichtenmüdigkeit (vgl. Urner 2019: 45). Dabei ist allerdings anzumerken, dass die Theorie der erlernten Hilflosigkeit nicht ganz unumstritten ist.

Gleichzeitig machen solche Berichte abstrakte, komplexe Zusammenhänge weniger abstrakt und bringen sie dem Publikum näher. Der Erfolg konstruktiver Geschichten hänge vor allem auch von »der persönlichen Relevanz des Themas für die individuelle Lebenswirklichkeit« der Rezipient:innen ab (vgl. Kramp & Weichert 2020: 54).

Mit Identifikationspotenzial ist auch gemeint, dass Lösungsansätze für das Individuum, den Rezipient:innen selbst, etwas Positives bedeuten, beispielsweise Lösungen für Missstände im öffentlichen Raum, Lokalpolitik etc. (vgl. ebd. 2020: 54). Bei der Themenauswahl könne nach Ansicht von Maria Exner von DIE ZEIT außerdem darauf geachtet werden, eine Balance zwischen abstrakten, aber sehr relevanten Themen und solchen »Geschichten [zu finden], die ganz nah am persönlichen Erleben sind«, nahbar sind und mit denen das Publikum sich sofort identifizieren kann (ebd. 2020: 55). Das Mittel der Personalisierung ist hier also zentral (vgl. ebd. 2020: 62).

2.2.2.2 Partizipation und Aktivierung

Motiviert werden sollen die Rezipient:innen beim Ansatz des Konstruktiven Journalismus aber nicht nur zur Handlung bezüglich eines berichteten Problems, sondern auch zur Partizipation an den Medieninhalten selbst, das heißt zur Interaktion mit den Medienmacher:innen. Die Beziehung zum Publikum ist im digitalen Medienzeitalter wichtiger geworden und hat sich verändert. Das gilt auch für die Perspektive der Rezipient:innen, was an dem sich ausbreitenden Phänomen der Nachrichtenvermeidung erkennbar ist, aber auch an den Vertrauensproblemen des Journalismus (vgl. Steinigeweg 2023: 33). Auch darauf reagiert der Konstruktive Journalismus. Um Transparenz und Nähe zu schaffen und das Vertrauen wiederherzustellen, suchen Konstruktive Journalist:innen den *Dialog* mit ihrem Publikum (vgl. Heinrichs 2021: 30 ff.). So betonen konstruktive Journalist:innen ihre bewusste Publikumsorientierung. Gleichzeitig erfahren sie auch mehr über die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Rezipient:innen und können so ein Verhältnis auf Augenhöhe fördern (vgl. Heinrichs 2022: 154). Das Publikum zur Partizipation zu ermutigen, ist also eine *Win-Win-Situation*, »ein wechselseitiger Lernprozess« (Steinigeweg 2023: 33): Journalist:innen erfahren so mehr über ihre Rezipient:innen und können ihre Inhalte dar-

auf ausrichten und auf deren Wünsche eingehen. Außerdem erhalten sie direktes Feedback und sehen, wie ihre Inhalte angenommen werden und erlangen neue Anregungen für zukünftige Inhalte. Gleichzeitig ist das Publikum informiert, kann teilweise mitentscheiden und profitiert von dieser Wechselseitigkeit – die selbstverständlich durch die digitalen Möglichkeiten (wie in Kapitel 1.2.2 beschrieben) erweitert wird (vgl. ebd. 2023).

Diese starke Interaktion wird auch unter den Begriffen des partizipativen Journalismus oder Dialogjournalismus verstanden, die ihr Publikum zur Teilnahme ermutigen und aktivieren wollen. Beim partizipativen Journalismus geht die Idee der Aktivierung so weit, dass Rezipient:innen nicht nur selbst Themen einbringen, sondern auch an redaktionellen Leitlinien mitarbeiten dürfen und eigene Beiträge in die Berichterstattung einbringen, was die Bereitschaft zur Partizipation des Publikums zusätzlich fördern kann (vgl. ebd. 2023: 34; vgl. Kramp & Weichert 2020: 60). Aber auch die »publikumsaktivierenden Veranstaltungsreihen«, zum Beispiel (digitale) Panels, in denen Medienmacher:innen mit ihrem Publikum über ihre Inhalte sprechen und diskutieren, stellen Möglichkeiten zur Partizipation dar (Kramp & Weichert 2020: 60). Weitere Wege der Partizipation sind niedrigschwellige Optionen, etwa Kommentarspalten unter Online-Beiträgen, in denen Rezipient:innen ihre Gedanken, Rückmeldungen und Kritik direkt vermerken können (vgl. Steinigeweg 2023: 33). Um den Dialog voranzutreiben, können Journalist:innen darauf reagieren und Fragen beantworten, erklären etc. Hier ist eine zuverlässige und wertschätzende Kommunikation vor allem in sozialen Online-Netzwerken wichtig (vgl. ebd. 2023: 348). Dennoch beschränkt sich eine solche Form des Publikumsdialogs bisher überwiegend auf die Kommunikation in sozialen Online-Netzwerken (vgl. ebd. 2023: 34; vgl. Kramp & Weichert 2020: 78). Aktiv werden müssten nach Ansicht von Bro aber auch die Journalist:innen selbst, um den negativity bias beziehungsweise ihre *Vorliebe fürs Negative* zu überwinden (vgl. Bro 2024: 42). So könnten sie nicht nur in der Lösungssuche einen »active part in problem-solving« einnehmen, sondern auch in der Sprache, indem sie aus einer *Wir-Perspektive* sprechen und sich so auf zwei Ebenen mit in die Problemlösung einbeziehen (ebd. 2024: 48 f.). Dabei ist jedoch anzumerken, dass dies auch zu Vereinnahmungsversuchen führen kann.

2.2.3 Das Publikum zurückholen: Die Wirkung von konstruktiven Geschichten

Alle diese Ansätze und Zielsetzungen des Konstruktiven Journalismus würden aber wenig nützen, wenn sie niemand rezipiert. »Naturally, if the general aim of different constructive forms of journalism is to inflict social change by engaging audiences and activating citizens, there is a great need to study how audiences respond to constructiveness« (Ahva & Hautakangas 2018: 660). Die Publikumsorientierung der Redaktionen nehme durch den in Kapitel 1 beschriebenen Wandel des Journalismus ohnehin zu (vgl. Blöbaum 2016: 159) – konstruktive Journalist:innen müssen sich also, um ihre Zielsetzungen umzusetzen, auf die Bedürfnisse ihrer Rezipient:innen konzentrieren, die diese auch ganz klar äußern: So geben im »Digital News Report 2023« beispielsweise 55 Prozent derjenigen, die Nachrichten vermeiden, an, sie seien an *positiven* Nachrichten interessiert. 46 Prozent bekunden Interesse an Lösungen in Nachrichten und 39 Prozent wünschen sich mehr Erklärung in Nachrichten. Lediglich 35 Prozent wünschen sich die großen Geschichten des Tages.

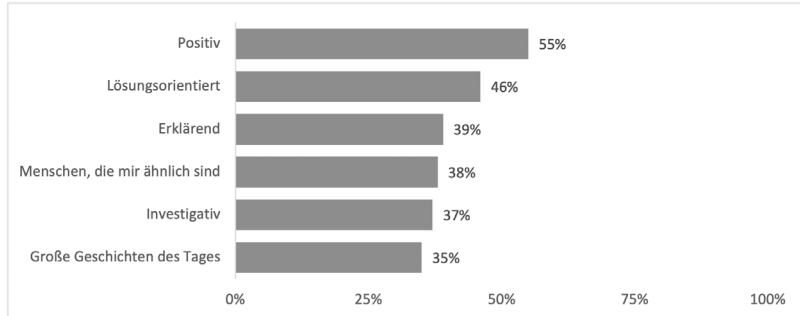


Abbildung 4: Anteil der Nachrichtenvermeider:innen, die an folgenden Arten von Nachrichten interessiert sind (vgl. Newman u. a. 2023: 24)

Die Ergebnisse zeigen, dass Rezipient:innen, die Nachrichten vermeiden, nicht gänzlich uninteressiert an Nachrichten sind, »but our data suggest that less sensationalist, less negative, and more explanatory approaches might help, especially with those who have low interest in news« (Newman u. a. 2023: 24). Die Forschenden resümieren: »We can interpret this

as an oft-stated desire for the news to be a bit less depressing and a bit easier to understand« (ebd. 2023). Unterstützt werden diese Ergebnisse durch den sogenannten »user needs priority index« des »Digital News Reports 2024«, der anzeigen soll, wie gut Nachrichtenmedien die zentralen Bedürfnisse ihrer Rezipient:innen erfüllen (Newman u. a. 2024: 28): Während das wichtigste Nutzer:innenbedürfnis, »being up to date«, bereits gut erfüllt wird, besteht eine wesentlich größere Lücke gegenüber dem Bedürfnis, verschiedene Perspektiven, mehr Kontext und ein breiteres Spektrum an Ansichten auf ein Thema zu bekommen (63 % der Befragten wollen das, 51 % geben an, dass die Medien das gut umsetzen). Eine ebenso große Diskrepanz gibt es zwischen dem *user need*, Nachrichten sollten ihr Publikum besser, optimistischer und hoffnungsvoller auf die Welt blicken lassen und dessen Umsetzung in den Medienhäusern (vgl. ebd. 2024). Die Forscher*innen des »Digital News Reports 2024« resümieren: »It is clear news consumers would prefer to dial down the constant updating of news, while dialling up context and wider perspectives that help people better understand the world around them« (vgl. ebd. 2024). Sowohl aus ökonomischem als auch aus inhaltlichem Interesse ist es für den (Konstruktiven) Journalismus wichtig, sich den Bedürfnissen des Publikums zuzuwenden. Es lohnt sich also zu untersuchen, wie und vor allem *ob* konstruktive Geschichten das Publikum beeinflussen und inwiefern sie sich auch für die Medienhäuser auszahlen, die sich nicht zuletzt finanzieren müssen.

2.2.3.1 Statistik: Reichweiten und Klickzahlen

Konkrete Zahlen, wie sich ein konstruktiver Beitrag auf den Erfolg eines Medienunternehmens auswirkt, gibt es bisher nicht. Durchaus weisen Studien allerdings Anhaltspunkte auf, die den Effekt konstruktiver Geschichten auf zentrale Faktoren für die Monetarisierung zeigen: So können wie bereits beschrieben konstruktive Inhalte die *Interaktivität* der Rezipient:innen auf sozialen Online-Netzwerken stärken und so für eine höhere Reichweite sorgen (vgl. Beiler & Krüger 2018: 178): »Reichweite, Verweildauer, Leserinnen- und Leserbindung oder Sharing-Rate in sozialen Netzwerken sind deutlich höher als bei problemorientierten Geschichten« (Kramp & Weichert 2020: 79). Nicht die akut steigenden Klickzahlen sind

demnach entscheidend, sondern vielmehr die *conversions*,¹⁷ zum Beispiel Abonnement-Abschlüsse, die sich für die Medienhäuser langfristig lohnen (vgl. Heinrichs 2021: 37). Einige Studien weisen jedoch darauf hin, dass diese beschriebene aktivierende Wirkung eher für junge Menschen zwischen 18 und 29 Jahren gilt und mehr für überregionale Inhalte als für Lokaljournalismus (vgl. Kramp & Weichert 2020: 53). Dieses Argument ist allerdings relevant, sofern gerade jüngere Menschen eine zentrale Rolle besitzen, um langfristig Veränderung in der Welt voranzutreiben, und dass vor allem sie bei zukünftigen Entwicklungen im Nachrichtenwesen anhand ihres Nutzungsverhaltens mitentscheiden werden. Junge Menschen als Zielgruppe und deren Selbstwirksamkeit ist also besonders wichtig (vgl. ebd. 2020: 82). Das bestätigen auch die Ergebnisse aus dem »Engaging News Project« von Curry und Hammonds: Konstruktive und lösungsorientierte Texte stärken die Bindung zwischen Publikum und Medienmacher:innen und kommen so auch dem Vertrauen zugute. Hinsichtlich der Partizipation und Interaktion zeigt die Studie, dass Teilnehmende, die lösungsorientierte Artikel gelesen haben, diese für ein tieferes Verständnis auch zu Ende lesen, darüber eher mit Bekannten sprechen, die Artikel in sozialen Online-Netzwerken teilen und eher bereit sind, zu handeln (vgl. Curry & Hammonds 2014). In einer Studie der Otto-Brenner-Stiftung bestätigen außerdem Befragte, die in leitenden Positionen sind, etwa der NDR-Chefredakteur Adrian Feuerbacher oder auch Marcus Bornheim, Chefredakteur von ARD-aktuell, die positive Resonanz ihres Publikums auf konstruktive Inhalte, insbesondere in sozialen Online-Netzwerken (vgl. Kramp & Weichert 2020: 65). Zudem sind Menschen tendenziell eher bereit dazu, Geld für journalistische Produkte auszugeben, wenn sie einen praktischen Mehrwert – zum Beispiel Orientierungshilfe und Einordnung – im Alltag erhalten (vgl. Wellbrock & Buschow 2019: 16). Das kann sich auch in der Werbung niederschlagen: So könne ein nutzwertiges, weniger dramatisierendes Umfeld für potenzielle Werbekunden attraktiver sein (vgl. Heinrichs 2021: 40).

17 Der Begriff *conversion* bezeichnet im Marketing den Moment, wenn z. B. ein:e Besucher:in einer Webseite zu eine:r Kund:in wird (vgl. Looschelders 2022: 2f.). Hier bezieht sich der Begriff auf die Bindung des/der Rezipient:in an ein journalistisches Produkt, indem er oder sie z. B. ein Abonnement abschließt.

2.2.3.2 Auswirkungen auf das Individuum: Stimmung und Verhalten

Genauer ist inzwischen jedoch über die Wirkung konstruktiver Geschichten auf die Rezipient:innen selbst bekannt. Gyldensted untersuchte in ihrer Studie, wie Rezipient:innen Nachrichten wahrnehmen und fand heraus, dass eine Nachricht mit einem negativen Framing positive Emotionen verringert und negative deutlich verstärkt (vgl. Gyldensted 2011).¹⁸ Deutliche Hinweise gibt es außerdem zu den Emotionen des Publikums nach der Rezeption eines konstruktiven Beitrags. So zeigen Studien, dass sich Rezipient:innen nach dem Konsumieren von lösungsorientierten Nachrichten hoffnungsvoll, inspiriert, empathisch, gesellschaftlich zugehörig und selbstwirksam fühlen (vgl. Curry & Hammonds 2014: 1 ff.). Außerdem haben sie ein weniger negatives Weltbild und fühlen sich nach der Rezeption weniger niedergeschlagen (vgl. Meier 2018: 776). Das kann beispielsweise zu einer höheren Bereitschaft führen, Informationen aufzunehmen und zu behalten (vgl. McIntyre 2015: 62 f.). Außerdem lösen konstruktive Nachrichten bei ihren Rezipient:innen weniger Stress, Angst und Anspannung aus, wodurch sie sich gelassener und offener gegenüber neuen Einflüssen und Perspektiven fühlen (vgl. Maurer 2022: 150). Auch ein Einfluss auf Einstellungen und Verhalten ist feststellbar (vgl. McIntyre 2015: 142 ff.). Hinsichtlich des in Kapitel 1.4 beschriebenen Phänomens der Nachrichtenmüdigkeit und -vermeidung wird deutlich: Negative Nachrichten können besser verarbeitet werden, wenn Nutzer:innen parallel auch konstruktive Beiträge rezipieren (vgl. McIntyre 2020: 48 f.). Konstruktive Nachrichten könnten außerdem für mehr Toleranz und Empathie gegenüber anderen Kulturen und dem Umfeld sorgen (vgl. Heinrichs 2021: 44). Auch Neurowissenschaftlerin Urner betont die positiven Effekte aus psychologischer Sicht: »Wir fühlen uns weniger erschlagen von der Fülle an Nachrichten [...] und können unseren Blick auf die Zukunft richten« (Urner 2019: 97). Das könne auch dazu führen, dass die in konstruktiven Nachrichten aufgeführten Handlungs-

18 Mit Framing (deutsch: Rahmung) ist eine bestimmte Formulierung gemeint, die das Rezeptionsverhalten des Gegenübers beeinflusst. So verstehen viele unter Klimawandel etwas anderes als unter Klimakrise (vgl. Röhlig 2019). Die Entscheidung über die Formulierung kann, muss sie aber nicht absichtlich getroffen werden. »Häufig entstehen Frames durch inhaltliche Verzerrungen der Wirklichkeit aufgrund einer unbewusst voreingenommenen Perzeption« (Oswald 2019: 2 f.).

optionen das gesellschaftliche Engagement und Verantwortungsbewusstsein unterstützen und demokratiefördernd wirken (vgl. Meier 2018: 764). Eine Studie von Baden u. a. zeigt: Je intensiver eine Nachricht lösungsorientiert formuliert war, desto besser fühlten sich die Rezipient:innen und desto eher waren sie dazu geneigt, zu handeln, etwa zu spenden oder sich umweltbewusster zu verhalten. Die Forschenden kommen zu dem Schluss: »More constructive journalism would better serve society« (Baden u. a. 2019: 1940). Auch hier liegt wieder ein besonderer Fokus auf jungen Menschen, die empfänglicher für Lösungen sind (vgl. Kramp & Weichert 2020: 67). »Im Vergleich zu konventionellen Nachrichtenposts führen konstruktive Nachrichten auf Instagram zu optimistischeren Gedanken über die Zukunft und zu Gefühlen der Hoffnung« (Steinigeweg 2023: 342). Auch die Interaktion und der Dialog unter den Nutzer:innen selbst sei auf sozialen Online-Plattformen konstruktiver (vgl. Kramp & Weichert 2020: 64). Nichtsdestotrotz ist an dieser Stelle anzumerken, dass der Konstruktive Journalismus als Forschungsgegenstand der Kommunikationswissenschaft noch nicht lange besteht. Repräsentative Ergebnisse zu den langfristigen Wirkungen einer konstruktiven Berichterstattung gibt es noch nicht, obgleich die Anzahl verschiedener Studien zur Wirkung in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen ist (vgl. Lough & McIntyre 2023: 1084).

2.3 Geäußerte Einwände und Bedenken

Neben genannten Verfechter:innen des Konstruktiven Journalismus gibt es aber auch Kritik am Ansatz (vgl. Heinrichs 2021: 33). In Deutschland äußert sich vor allem die Journalistin und Autorin Kathrin Hartmann skeptisch hinsichtlich des Konstruktiven Journalismus (vgl. Beiler & Krüger 2018: 182). Nach ihrer Darlegung führen konstruktive Nachrichten zwar nicht zu einer negativen, durchaus aber zu einer positiven Verzerrung des Weltbildes, weil sie für komplexe Probleme und gesellschaftliche Konflikte vereinfachte Lösungen anbieten. Das sei zu kurz gedacht und könne das »gesellschaftliche Ungleichgewicht oder die Probleme möglicherweise sogar noch verstärken« (Hartmann 2018 o. S.). Nach Ansicht von Hartmann sollten Lösungen für komplexe Probleme vielmehr gesamtgesellschaftlich

diskutiert und erarbeitet werden (vgl. ebd. 2018). Aufgrund der vereinfachten Darstellung von Problemen und Konflikten hält Hartmann die in konstruktiven Beiträgen angeführten Lösungsansätze für naiv. Vielmehr seien die vorgestellten Lösungsansätze »fast ausschließlich ökonomisch-technokratischer Natur« (Hartmann 2014 o. S.). So unterstützten sie Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen und förderten so kapitalistische Dynamiken (vgl. Hartmann 2018 o. S.). Dadurch bestehe das Risiko, dass der Journalismus für PR-Zwecke missbraucht wird: Konstruktive Journalist:innen, die über positive Entwicklungen und Lösungsansätze von Organisationen berichten, boten Unternehmen so bloß eine Plattform, um eigene Inhalte zu verbreiten (vgl. Hartmann 2014 o. S.). Außerdem stellt Hartmann die Unabhängigkeit konstruktiver Institute, etwa des Solutions Journalism Network, von ihren Geldgebern zur Debatte (vgl. ebd. 2014). Zudem fehle es bei den recherchierten Lösungen häufig an Evidenz und ausreichender Darstellung der Kritik daran. Dieses Argument teilt auch der Literaturwissenschaftler Magnus Klaue. Im Jahr 2016 bezeichnet er Konstruktiven Journalismus als »das passende Propagandaformat für die deutsche Zivilgesellschaft« (Klaue 2016 o. S.). So seien konstruktive Journalist:innen aufs Positive nahezu versteift und suchten nach »der sonnigen Ausnahme gegenüber dem tristen Normalfall« (ebd. 2016).

Beide ignorieren allerdings die Tatsache, dass Konstruktiver Journalismus keine Lösung erfindet, sondern dort, wo es eine gibt, diese in die Berichterstattung aufnimmt und ebenso kritisch beleuchtet wie das Problem, und dass Evidenz eine zentrale Rolle beim Hinterfragen von Lösungsoptionen spielt (vgl. Urner 2019: 74 u. 117; vgl. Krüger & Meyen 2018: 353). Auch Haagerup betont: »It is not the job of any professional journalist to define what the right solution is. That would be turning journalism into activism or pure politics. But just as professional journalists can facilitate a public debate on problems, we can facilitate a debate on how to solve them« (Haagerup 2017: 141). Zudem gelten auch im Konstruktiven Journalismus die journalistischen Qualitätsstandards wie Sorgfalt, Transparenz und Neutralität (vgl. Steinigeweg 2023: 56).

Wie es scheint, kann der Konstruktive Journalismus durchaus ein Weg sein, um auf die Krisensymptome des Journalismus zu reagieren und ihnen zu

begegnen. Dies wirkt sich nicht nur auf den Mehrwert und die Qualität der journalistischen Berichterstattung aus, sondern auch auf Rezipient:innenseite wird eine klare Empfänglichkeit deutlich, wie Klickzahlen und Reichweiten zeigen. Dies wirft die Frage auf: Woran liegt es, dass sich ein konstruktiver Ansatz in Medienhäusern und unter Journalist:innen noch nicht längst großflächig ausgebreitet hat, sondern immer noch überwiegend in separaten, extra als konstruktiv ausgewiesenen Redaktionen existiert? Hierfür lohnt sich – neben dem bereits angeführten Abriss allgemeiner Bedenken aus Wissenschaft und Medienlandschaft sowie von Journalist:innen selbst – ein genauer Blick auf das journalistische Handwerk als langjährige, erlernte Routine und Teil des eigenen (journalistischen) Habitus.

3 Verhaltensforschung: What makes a shift in journalistic work?

Die Kritik an den Inhalten und der Darstellung traditioneller Nachrichtenformate greift der Konstruktive Journalismus also auf und entwickelt neue Konzepte einer partizipativen Berichterstattung, die mit differenzierten Hintergrundrecherchen und einer lösungsorientierten journalistischen Herangehensweise Rezipient:innen einen besseren Umgang mit Nachrichten ermöglichen sollen (vgl. Neuberger 2019: 33). Eine Veränderung der Berichterstattung und Informationsstrategien kann jedoch nicht einfach per Dekret angeordnet werden, sondern bedarf einer reflektierten Perspektive von Redaktionen und Journalist:innen auf die Bedeutung von Nachrichten für die Rezipient:innen (vgl. Steinigeweg 2023: 94 f.). Eine Annäherung an den Konstruktiven Journalismus verlangt von den Medienmacher:innen also die Veränderung ihrer bisherigen *Gewohnheiten und Routinen* (vgl. Duhigg 2012: 26 ff.). Wenn Nachrichten nicht mehr in erster Linie nach ihrem Sensations- und Negativitätsgehalt recherchiert und aufbereitet werden, sondern einen (imaginären) Dialog von Kund:innen und Gesellschaft ermöglichen sollen, dann sind neben einem veränderten Nachrichtenhandwerk auch die *subjektiven Haltungen* der Redakteur:innen hierzu herausgefordert, damit bisherige Routinen sich überhaupt ändern können (vgl. Steinigeweg 2023: 26 ff.). Doch wie werden Handlungen zu Gewohnheiten und worauf kommt es an, wenn man sie wieder verändern will?

3.1 Journalismus als Gewohnheit

Der Konstruktive Journalismus kann wie bereits beschrieben als eine Form der Berichterstattung verstanden werden, mit der eine im Vergleich zur bisherigen Medienpraxis neue Qualität der Informationsvermittlung für die Gesellschaft erfolgt. Damit soll der Verantwortung, die dem Journalismus insgesamt als »Vierter Gewalt« zukommt (Bidlo 2012: 151), besser als bislang entsprochen werden. Dabei steht über eine kritische und verständlich aufbereitete Themenaufbereitung hinaus insbesondere die Suche nach Lösungen im Vordergrund – weg vom Sensationsjournalismus und hin zu einem informierenden, erklärenden und einbeziehenden, handlungsmotivierenden Konstruktiven Journalismus. In der Umsetzung bedeutet das einen *Paradigmenwechsel* in der journalistischen Berichterstattung. Schließlich beinhaltet die journalistische Ausbildung noch immer, das Handwerk nach den Maßstäben des herkömmlichen Journalismus zu lernen und zu verinnerlichen. An dieser Stelle drängt sich die Frage auf, was Journalist:innen dazu führt, von den gewohnten und damit routinisierten Formen der Berichterstattung überzugehen zu einer neuen Form, die auch mit einer notwendigen Selbstkritik und -reflexion, neuen Recherchestrategien und Erklärungswegen sowie einer anderen Haltung gegenüber der eigenen professionellen Rolle einhergeht (vgl. Steinigeweg 2022: 362 f.).

3.1.1 *Habit Formation*: Entstehung journalistischer Gewohnheiten

Gewohnheiten bestimmen den Alltag: Ob es das Autofahren oder die Fahrroute zur Arbeitsstelle betrifft oder die routinemäßigen Arbeitsschritte im Berufsalltag von Journalist:innen wie zum Beispiel das Schreiben einer Nachrichtenmeldung – zu entscheiden, welches Ereignis eine Nachricht ist und zu bewerten, welche Informationen damit verbunden relevant genug sind, um sie zu veröffentlichen. Informationsselektion und -priorisierungen folgen einem System von gewohnten Einordnungen auf der Grundlage des Bewährten.

Dadurch entlasten Gewohnheiten den eigenen Energiehaushalt. Regelmäßige und immer wiederkehrende Tätigkeiten müssen so nicht ständig neu durchdacht und reflektiert werden, sondern sind automatisierte Pro-

zesse (vgl. Duhigg 2012: 26 ff.). Sie folgen einem konkreten Anreiz, der routinemäßige Handlungsimpulse auslöst und das Individuum am Ende des Prozesses durch das fertige Produkt (z. B. ein Artikel, Radiobeitrag oder Film) belohnt (vgl. Verplanken & Orbell 2023: 72).

Durch diese Automatisierung der Abläufe werden weder die Intention noch die Sinnhaftigkeit der Gewohnheit überprüft: Der unsympathische Nachbar kann – egal, was er tut – die Antipathie ihm gegenüber nur verstärken, mögliche Kompetenzen werden häufig uminterpretiert oder ausgeblendet (vgl. ebd. 2023: 73). Für den Journalismus bedeutet dies die Gefahr, die Wirkungen von Nachrichteninhalten auf die Rezipient:innen nicht zu berücksichtigen und damit den Glauben des Publikums an die Seriosität und Qualität von Nachrichten aufs Spiel zu setzen (vgl. Stehr 2023: 156).

Ein Journalismus, der sich immer auf eingefahrenen Gleisen bewegt und sich gewohnheitsmäßig an immer gleichen Denk- und Wahrnehmungsmustern orientiert, verliert mit der Zeit die Fähigkeit, die Auswirkungen seiner Produkte auf die Nutzer:innen zu reflektieren. So kann eine Konsequenz sein, dass Journalist:innen die krisenhaften Zustände ihrer Branche und das veränderte Verhalten ihrer Rezipient:innen zwar bemerken, den Grund dafür allerdings nicht in ihren eigenen gewohnten Denk- und Handlungsabläufen suchen und diese korrigieren, sondern in anderen Bereichen (die Digitalisierung, Konkurrenz, das Zeitphänomen etc.) oder sich schlichtweg damit abfinden. »As the proverbial creatures of habit, people tend to repeat the same behaviors in recurring contexts«, konstatieren Wood und Rüniger über die Natur von Gewohnheiten (Wood & Rüniger 2016: 289). Sie beschreiben Gewohnheiten als kognitive Strukturen, die in konkreten Situationen unbewusst aktiviert werden »so that people are prepared to repeat performance when the context cues are encountered again« (ebd. 2016: 294). Es ist deshalb grundsätzlich sinnvoll, eine Gewohnheit – vor allem im beruflichen Kontext – immer wieder gezielt und bewusst zu hinterfragen, damit das Endprodukt kontrollierbar bleibt. Andernfalls werden Gewohnheiten und diese bestimmende Handlungsabläufe nicht mehr überprüft und in ihrer Umsetzung kaum noch kontrolliert und versperren damit auch den Blick für Veränderungen und (konstruktivere) Alternativen (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 27 f.).

Dadurch entstehen nach Festinger *kognitive Dissonanzen* (vgl. Festinger 1957). Das birgt die Gefahr, dass Wichtiges nicht mehr registriert wird.¹⁹

3.1.2 *Habit Loop*: Routinen im journalistischen Alltag

Nach Ansicht von Duhigg routinisieren sich Gewohnheiten im Zusammenhang mit Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsstrukturen stets nach der Formel: Auslösereiz, Routinehandlung, Belohnung (vgl. Duhigg 2012: 29 ff.; vgl. Abb. 5). Damit stellen sie jene kognitive Struktur dar, mit deren Hilfe Menschen meist unbewusst ihren Alltag strukturieren (vgl. Verplanken/Orbell 2023: 29). Bevor jedoch der Automatisierungseffekt eintritt und eine Strategie zur Gewohnheit wird, überlegen sie durchaus, nach welchen Verhaltensregeln und -mustern sie eine immer wiederkehrende Situation bewältigen wollen. Eine solche Reflexion findet nach der Automatisierungsphase von Gewohnheiten nicht mehr statt – das mentale Muster ist dann internalisiert (vgl. ebd. 2023: 72).

Zu Beginn entsteht eine Gewohnheit durch einen bewussten, kognitiven, also überlegten und reflektierten Vorgang. Je öfter die der Gewohnheit zugrundeliegenden Ablaufmechanismen (Reiz, Reaktion, Belohnung) wiederholt werden, umso stärker werden die Abläufe automatisiert und umso weniger registriert sie das Bewusstsein in der aktuellen Situation (vgl. ebd. 2023: 29 ff.). Diese automatisierten Abläufe bezeichnet Duhigg als »habit loop«, als eine Gewohnheitsschleife (Duhigg 2012: 29 f.).

Es gibt Handlungsabläufe, die wir täglich – vielleicht sogar mehrmals täglich – immer wieder im gleichen Muster (auslösender Reiz, Reaktion und Belohnung) ausführen, sodass diese sich verfestigen und besonders nachhaltig sind (vgl. ebd. 28 f.). Handlungsabläufe, die sich nur gelegent-

19 Festinger geht davon aus, dass sich widersprechende Kognitionen – also Wahrnehmungen, Gedanken, etc. – für einen Zustand der Dissonanz, eine Art innerer Konflikt, sorgen und für das Individuum unangenehme Gefühle auslösen, die es vermeiden will (vgl. Raab u. a. 2010: 42). Eine Folge kann sein, widersprechende Einflüsse abzulehnen und selektiv nur noch solche Informationen bewusst aufzunehmen, die wenig bis keine Dissonanz hervorrufen. Damit erklärt Festingers Theorie »das Streben der Menschen nach Widerspruchsfreiheit« (ebd. 2010).

lich wiederholen, können im Umkehrschluss auch leichter wieder aufgelöst werden (vgl. ebd.: 29).

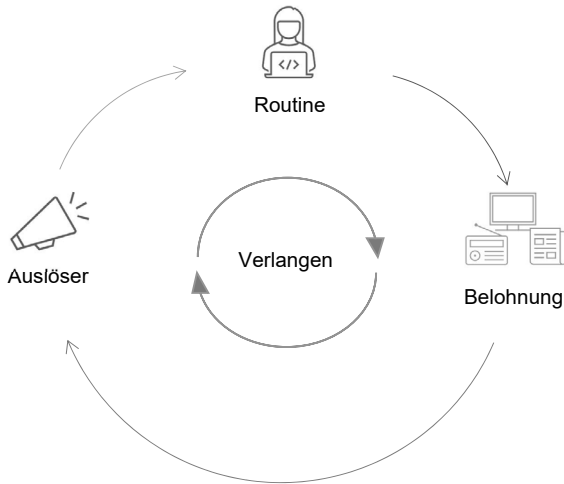


Abbildung 5: Eigene Darstellung, Gewohnheitsschleife nach Duhigg (vgl. Duhigg 2012: 28 f. u. 264)

Ein Beispiel kann der Alltag einer Nachrichtenredakteurin sein: Sich wiederholende Tätigkeiten nach dem Habit Loop sind hier etwa das Selektieren von berichtenswerten Ereignissen und richtigen Recherchequellen sowie die Analyse, welche Inhalte in diesem Kontext wichtig zu erwähnen sind (vgl. ebd.). Handelt es sich dabei um täglich wiederkehrende Abläufe, dann werden sich diese zunehmend automatisieren und die journalistischen Ablaufprozesse und Routinen des Wahrnehmens und des Publizierens von Nachrichten bestimmen (vgl. ebd.: 55). Wie qualitativ (gut) und sinnvoll ein einmal automatisierter Ablaufprozess ist, wird allerdings nicht immer wieder neu überprüft, sondern durch die wiederholte alltägliche Anwendung unbewusst als autorisiert und bewährt fortgeführt. So können beispielsweise die Prüfchecks nach dem Wahrheitsgehalt einer Nachricht solche automatisierten Vorgänge beinhalten: mit Auslösereiz (Eingang einer Eilmeldung), Reaktion (Überprüfung/Bearbeitung) und danach der Entscheidung, wie damit umgegangen werden soll (Veröffentlichung oder nicht), was den Artikel gewissermaßen abschließt und die

Belohnung darstellt (vgl. ebd.). Letzteres spielt eine zentrale Rolle, sofern sich Gewohnheiten nach dem Muster des Verstärkungslernens bilden und dabei eng mit der intrinsischen Motivation zusammenhängen (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 17 f.). Je intensiver Gewohnheiten im individuellem Normen- und Wertesystem verankert sind, umso nachhaltiger wirken sie (vgl. Duhigg 2012: 26 f.). Je stärker diese sich mit den subjektiven Vorstellungen und Wahrnehmungen emotional vernetzen, desto schwieriger ist es, Gewohnheiten zu verändern. Haben also Journalist:innen die oben genannten Prüfchecks und das erlernte Handwerk der Nachrichtenberichterstattung so internalisiert, dass diese mit ihrem jeweiligen individuellen Selbstkonzept übereinstimmen, werden sie ratifiziert und automatisiert. Die Handlungs- und Denkabläufe können dann nur noch unter großen Anstrengungen verändert werden (vgl. ebd.).

3.1.3 Durchführungintention: Berichterstattung umdenken

Da es Gewohnheiten gibt, die im Lauf des beruflichen Werdegangs – wie etwa bei einem Wechsel vom herkömmlichen zum Konstruktiven Journalismus – verändert werden sollen, lohnt sich eine Betrachtung der Schnittstellen und Modalitäten von Veränderungsprozessen. Auslöser dafür, dass eine Gewohnheit verändert werden soll, können insbesondere soziale Übergänge in neue Lebenswelten oder Ereignisse sein, zum Beispiel ein beruflich oder privat begründeter Ortswechsel, eine Hochzeit, Scheidung oder Geburt, aber auch Umstrukturierungen im Berufsalltag durch neue konzeptionelle Rahmenbedingungen wie zum Beispiel ein Strategiewechsel in der Programmgestaltung oder ein neuer inhaltlicher Fokus (vgl. Duhigg 2012: 277 ff.). Auf neue Rahmenbedingungen eine individuelle Antwort zu geben, ist häufig auch mit der Notwendigkeit verbunden, Gewohnheiten aufzugeben: Der Umzug an einen anderen Lebensort ist verbunden mit der Suche nach neuen sozialen Netzwerken, ein Wechsel der Arbeitsstelle bringt nicht nur mit sich, sich an neue Gesichter zu gewöhnen, sondern auch, sich neue Arbeitsinhalte und Arbeitsabläufe anzueignen usw.

»Eine schlechte Gewohnheit kann man nicht beseitigen, man kann sie nur verändern« (Duhigg 2012: 69). Wie bereits ausgeführt, ist bei der

Entstehung von Gewohnheiten der auslösende Reiz entscheidend für das Ingangsetzen der *Gewohnheitsautomatik* (vgl. ebd.: 81). Sollen Gewohnheiten verändert werden, muss allerdings zunächst deren konkrete Ablaufstruktur identifiziert werden: Was ist der Auslösereiz, was ist die Reaktion und welche Belohnungserwartung ist damit verbunden? Nach Ansicht von Duhigg ist deshalb wichtig, den Auslösereiz beizubehalten, eine Belohnung bereitzustellen, aber der Reaktion neue Routineimpulse hinzuzufügen (vgl. ebd.: 78): Wenn Journalist:innen vom herkömmlichen zum Konstruktiven Journalismus wechseln, dann müssen alte Redaktionsroutinen (2. Phase im Habit Loop) verändert und neue internalisiert werden. Das ist möglich, sobald die Ablaufstruktur einer Gewohnheit reflektiert und Letztere entschlüsselt wird. Der Fokus der Veränderung sollte laut Duhigg vor allem auf der zweiten Phase, die der Reaktion, liegen, die auf den Auslösereiz (1. Phase) folgt, und diese gezielt umbauen (vgl. ebd.: 81 f.). Urner hebt hervor, dass das Unterbrechen von Gewohnheiten erfordert, den Situationskontext zu verändern: Der auslösende Reiz muss identifiziert werden, die Reaktion darauf gezielt kontrolliert und gleichsam mit einer subjektiven Belohnung verbunden werden. Diese soll zu Wiederholungen motivieren, sobald der Auslösereiz den programmierten Ablauf wieder in Gang setzt (vgl. Urner 2019: 123 ff.).

Davon abgeleitet würde die Ablaufstruktur für eine:n Journalist:in im Wechsel von der herkömmlichen zur konstruktiven Berichterstattung bedeuten, dass der Auslösereiz, Nachrichten zu recherchieren, beibehalten wird. Allerdings werden die darauffolgenden Reaktionen und Verhaltensweisen (2. Phase) nachhaltig verändert, indem sie durch die veränderte Selektion von Nachrichtenthemen, die Problematik beschreibende und einordnende Hintergrundrecherche und vor allem die Suche nach Lösungsoptionen ergänzt werden. Ein bewährtes Verfahren zur Gewohnheitsänderung bietet Urner mit ihrer Stufenplanung an (Reiz, Routine, Belohnung, Verlangen), die eng mit den Erfolgsaussichten einer Gewohnheitsänderung im Sinne einer Selbstregulation verknüpft sind (vgl. ebd.: 124–128).

3.2 Der journalistische Habitus

Vor dem Hintergrund der organismischen Integrationstheorie nach Deci und Ryan ist es das implizite Interesse des Menschen, sich dem Umfeld gegenüber mit seinen Kompetenzen und Fähigkeiten zu präsentieren, dadurch Anerkennung zu erwerben und soziale Integration zu sichern (vgl. Deci & Ryan 1993: 223). Wie das Individuum mit seinen angeborenen und erworbenen Fähigkeiten und Bedürfnissen seinem Umfeld begegnet, ist von seiner subjektiven Haltung geprägt, also auf der Grundlage des Selbstbildes und der damit verbundenen interpretierten Erwartungen des Umfeldes an das Subjekt (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 115). Sie setzen sich aus erworbenen Eigenschaften und sozialkulturellen Normen, Werten und (Milieu-)Erfahrungen zusammen. Diese wiederum ergeben sich aus dem Umgang und Austausch mit sozialen Milieus wie Familie, Nachbarschaft, Schule, Peergroup und später Ausbildung, Beruf etc. (vgl. ebd. 2018).

Vieles davon eignen sich Menschen unbewusst an – es wird dann über den Habitus durch das Verhalten in das Umfeld transferiert (vgl. Lueg 2012: 31 f.; vgl. Corsten 2012: 320). So erlebt ein:e Journalist:in in der journalistischen Ausbildung eine Prägung nicht nur des beruflichen Selbst, sondern auch darüber hinaus: durch Begegnungen, den Austausch von Ansichten und Werten etc. Das Kennenlernen von Konzepten und Theorien – zum Beispiel derjenigen zum Nachrichtenwert, aber auch zu Denkweisen im Journalismus als Branche – prägt vermutlich auch maßgeblich die *eigene Sichtweise*, mit der der oder die Journalist:in später ihren Beruf ausübt. Ein anderes Szenario könnte aber auch die Journalistin sein, die als Kind stets ermutigt wurde, Neues auszuprobieren und offen zu bleiben. Möglicherweise ist sie im Erwachsenenalter eher geneigt, sich an neuen Formen der Berichterstattung und an einem Umdenken zu probieren. Der Habitus stellt damit in gewisser Weise die individuelle *Plattform* für die Interaktion mit der Welt dar. Er folgt damit dem Bedürfnis des Individuums, Kontinuität, Abgrenzung und Anschlussfähigkeit an das private und berufliche Umfeld herzustellen (vgl. Bolder u. a. 2012: 11). Dabei korrespondiert der berufliche Habitus unmittelbar mit dem subjektiven Norm- und Wertemuster sowie mit den damit verknüpften Selbstwirksamkeitsbestrebungen eines Menschen (vgl. Corsten 2012: 330). Umfang

und Qualität der sozialen Integration korrespondieren eng mit dem Sozialen Kapital (vgl. Lenger u. a. 2013: 370 f.) wie auch mit der individuellen Reputation und der Vertrauenswürdigkeit und damit dem Grad der Integrität eines Menschen (vgl. Lueg 2012: 61 f.).

3.2.1 Zur Konstruktion des Habitus: Selbst- und Weltbild

Insoweit ist unter dem Habitus eine Internalisierung überwiegend unbewusster Denk- und Handlungsstrukturen zu verstehen, die sich ebenso unter dem Einfluss angeborener Eigenschaften wie über die Vorgaben von Familie und sozialem Umfeld (Kultur, Werte, Normen, Rituale etc.) konstituieren. Dabei sind vor allem die frühen Kindheitsjahre prägend (vgl. Bröskamp 2017: 17 f.). Nach Bourdieu vermittelt der Habitus das Verhältnis und die Haltung des Individuums zur (Um-)Welt, dem »Raum der Lebensstile« (Bourdieu 1987: 277) und beschreibt somit ein System von Haltungen und Dispositionen, die durch Herkunft und Lebenswelten geprägt sind. Er wird als Ergebnis des Aufwachsens und Sozialisierens durch familiäre, sozioökonomische und milieubezogene Rahmenbedingungen und Erfahrungen sichtbar (vgl. ebd. 1987: 277 f.). Hierüber verhandelt das Subjekt mit seinem Umfeld – der Habitus wird zum individuellen Medium, um sich mit der Welt möglichst aus subjektiver Sicht erfolgreich auszutauschen (vgl. Lenger u. a. 2013: 13 f.).

Im Habitus spiegeln sich somit Lebensstile, Rituale und Wertvorstellungen. Das Individuum präsentiert seine Fähigkeiten und Erwartungen, wie es die Welt sieht und versteht; der Habitus stellt das individuelle Format dar, um sich die Wertschätzung des Umfeldes zu sichern (vgl. Rohlf 2011: 70). Mit dem Habitus beschreibt Bourdieu das subjektive Skript eines Menschen, in dem dessen Interpretation der Welt durch seine individuellen Wahrnehmungen erkennbar wird, und subjektive Antworten darauf bereithält. Insoweit zeigt sich anhand des Habitus, wie das Subjekt den Herausforderungen seines Umfelds – auf Grundlage seines Normen- und Wertesystems und in Orientierung an den erlernten soziokulturellen Ritualen – begegnet. Der Habitus ist somit wie eine Art *Generator* des Menschen: »Das Habitus-Konzept ist daher bestens geeignet, die Strukturen des journalistischen Feldes zu verstehen, wie sie von Journalisten

im Verlauf ihrer beruflichen Sozialisation inkorporiert und als selbstverständlich wahrgenommen werden« (Hanitzsch 2023: 290). So ist beispielsweise davon auszugehen, dass das Aufwachsen eines Menschen in tiefer Armut oder großem Reichtum die individuellen Erwartungen und Lebensziele und damit auch den Habitus in Bezug auf berufliche Lebenswelten entscheidend bestimmen wird: Während sich die eine kaum ein Leben im absoluten Luxus vorstellen könnte, würde der andere sich mit einem Leben in Armut nicht arrangieren wollen (vgl. Möller 2017: 105 ff.).

3.2.2 Habitus im Beruf: Journalist:in als Berufswahl

Das Bestreben von Journalist:innen, sich ihrem beruflichem Umfeld wirksam zu präsentieren und so Anerkennung zu sichern, gelingt deshalb nur bei einer ausreichenden Übereinstimmung der persönlichen Überzeugungen mit den konzeptionellen Anforderungen der Redaktion (vgl. Loosen u. a. 2008: 25). Ohne eine Übereinstimmung zwischen Subjekt (Selbstbild) und Konzept (Anforderungen) ist ein erfolgreiches Handeln in der Praxis nur begrenzt möglich – es sei denn, diese Übereinstimmung stellt sich im Verlauf der Zeit her (vgl. Deci & Ryan 1993: 228). Im Habitus spiegeln sich demnach alle Erfahrungen, Interpretationen und Präferenzen wider, die die Sozialisation des Menschen mit sich bringt (vgl. Lueg 2012: 21 f.). Diese wiederum ist geprägt vom Aufwachsen in reichen oder armen Verhältnissen, von den persönlichen Erfahrungen mit Eltern, von der Erziehung mit Geschwistern, dem erlernten Verhältnis zur Kultur, den eigenen Bewältigungsstrategien von Krisen und Konflikten, dem Umgang mit dem Umfeld sowie dessen Regeln und Ritualen, gesellschaftlichen Normen und Konventionen: Rassismus und Fundamentalismus oder Humanität und demokratische Grundhaltung. Sie fließen in den beruflichen Habitus ein und damit auch in das journalistische *Werteverständnis* und Rollenbild in der Ausübung der Berichterstattung (vgl. ebd. 2012: 75 ff.). Über den Zusammenhang zwischen dem eigenen Werteverständnis und dem journalistischen Beruf stellen Hanitzsch u. a. fest, dass der individuelle Wertekompass mit 60,4 Prozent einen deutlichen Einfluss auf die Arbeit von Journalist:innen hat (vgl. Hanitzsch u. a. 2019: 114 f.). Die Produkte journalistischer Tätigkeiten (z. B. Artikel, Radiobeiträge

oder Filme) hängen somit von einem weitgehend gelungenen Transfer subjektiver und beruflicher Überzeugungen ab (vgl. Lueg 2012: 28 f.). Sie prägen aber auch den beruflichen Habitus nachhaltig: Was für den herkömmlichen Nachrichtenjournalismus als guter Artikel gilt, bedeutet für den Artikel im Rahmen des Konstruktiven Journalismus möglicherweise das Gegenteil. Damit hat der konzeptionelle Wechsel journalistischer Berichterstattung nachhaltige Auswirkungen auf den beruflichen Habitus, der ohne größere Brüche nicht erfolgreich abgeschlossen werden kann. Mit der Aufnahme des neuen journalistischen Arbeitskonzepts geht nicht automatisch auch ein aktualisierter Habitus einher. Die »Trägheit« des Habitus kann also dazu führen, dass journalistische Praxis und Habitus eine Zeit lang inkongruent bleiben (Lueg 2012: 104). Der Habitus generiert das (journalistische) Selbstbild und beeinflusst vor diesem Hintergrund das individuelle Verhalten und Handeln, um eine möglichst positive Selbstdarstellung gegenüber dem beruflichen Umfeld zu erreichen. Dabei stehen nach der Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan insbesondere drei zentrale Grundbedürfnisse im Vordergrund: »Bedürfnis nach Kompetenz oder Wirksamkeit (effectance [...]), Autonomie oder Selbstbestimmung [...] und soziale Eingebundenheit (social relatedness) oder soziale Zugehörigkeit (affiliation [...])« (Deci & Ryan 1993: 229). Es liegt also insoweit im grundlegenden Interesse des Individuums, Anschluss und Integration im beruflichen Kontext zu finden.

Daraus folgt auch, dass jede Erwerbstätigkeit in der Regel eigene berufsspezifische Merkmale aufweist, die den Habitus beeinflussen (vgl. Lueg 2012: 32 f.). So gibt es elementare Unterschiede zwischen dem habituellen Verhalten von zum Beispiel einer Professorin, einem Schreiner oder einer Bankangestellten – mit jeweils verschiedenen Ausprägungen sind diese gleichwohl unverkennbar mit den berufsspezifischen Kennmerkmalen verbunden, die dann vom Individuum auf der Grundlage seines Selbstbildes für sich interpretiert und übersetzt werden (vgl. Rohlf 2011: 114). Dies gilt jedoch gleichermaßen auch für den Wechsel von Tätigkeiten innerhalb eines Berufsfeldes, zum Beispiel von herkömmlichen zu konstruktiven Berichterstattungsformaten. Mit dieser Veränderung ist – individuell variierend – eine andere Philosophie der Berichterstattung und der Vermittlung von Information für eine demokratisch mündige Gesell-

schaft verbunden, die höchstwahrscheinlich auch zu habituellen *Umorientierungen* des/der ausübenden Journalist:in führt.

3.2.3 Habitus als Prägung der journalistischen Einstellung

Insoweit kann davon ausgegangen werden, dass der Habitus das Selbstverständnis des Individuums in dessen subjektiver Haltung gegenüber dem beruflichen Umfeld kommuniziert und damit auch bestimmt, welche Handlungsziele, Verhaltensmuster und Logiken (Denkstrategien, Positionen, Meinungen etc.) relevant erscheinen, um das gewünschte Ergebnis einer Handlung zu erreichen (vgl. Rosenberg 2012: 361). Das bedeutet, dass es in jedem Fall einen Zusammenhang zwischen Beruf beziehungsweise Berufswahl und der Sozialisation des Menschen gibt, der sich in den individuellen Denk- und Handlungsstrukturen zeigt und sich über »Automatismen außerhalb der bewussten Kontrollierbarkeit« einstellt (Oevermann 2001: 45). Gleichzeitig werden berufliche Entscheidungen und Handlungen durch Gewohnheiten beeinflusst (vgl. Kutzner 2012: 207 f.): Prägende persönliche Erfahrungen – wie zum Beispiel das Aufwachsen in Armut oder Reichtum – können Auswirkungen auf die Entscheidungen im beruflichen Kontext haben, ohne dass sich das Subjekt dessen bewusst ist (vgl. ebd. 2012). Der Habitus verändert sich im Lauf des Lebens entsprechend der sich erweiternden individuellen Erfahrungen und der Entwicklung in der beruflichen und privaten Lebenswelt. Dadurch verändern sich beispielsweise auch individuelle Regulierungsmechanismen (Anpassungsfähigkeit, Begeisterungsfähigkeit, neue Prioritätensetzungen etc.) – die frühen familiären Sozialisationserfahrungen bleiben allerdings trotzdem nachhaltig und prägend (vgl. Bourdieu 1987: 112 ff.).

Insoweit kann der Habitus im sozialisatorischen Sinne als eine Art *Adapter* und damit als eine Verbindung des Individuums zu seinem gesellschaftlichen Umfeld verstanden werden. Gleichwohl markiert er keine festgeschriebene Bauanleitung für das Verhalten und Handeln einer Person, sondern eröffnet Möglichkeitsspielräume für das eigene Handeln (vgl. Kirchhoff & Prandner 2016: 104 f.). Letztere sind für den journalistischen Beruf von Bedeutung, weil sie bei einem Tätigkeitswechsel wie etwa

vom herkömmlichen zum Konstruktiven Journalismus durch ungenaue Übereinstimmungen von Subjekt und Tätigkeitsphilosophie auch neue Spielräume eröffnen können – zum Beispiel eigene Kompetenzen mit den ungewohnten Anforderungen zu kombinieren. Selbst bei begrenzter Übereinstimmung des individuellen Wertekompasses mit dem beruflichen Leitbild sind Kompatibilitäten also durchaus möglich.

Insoweit haben Gewohnheiten und Habitus einen entscheidenden Einfluss auf Inhalt und Qualität des beruflichen Handelns (vgl. Kutzner 2012: 229 ff.): »Der Habitus durchzieht also alle Formen der Praxis, die in verschiedenen Lebensbereichen auftretenden Handlungsmuster hängen miteinander zusammen« (Bremer & Teiwes-Kügler 2013: 204).

Der Habitus gibt demnach keine konkrete Verhaltensanleitung vor, sondern ermöglicht dem Individuum, aus einer Vielfalt von Handlungsstrategien *auszuwählen*. Für welche sich das Individuum entscheidet, hängt von dessen situationsbezogenen kognitiven und emotionalen Veranlagungen und von den Anreizen des beruflichen Umfelds ab. Jedoch unterscheidet der journalistische Habitus nicht getrennt nach beruflichen und privaten Überzeugungen, sondern tendiert vielmehr zu deren Verknüpfung (vgl. Raabe 2005: 185).

3.2.4 Habitus und der *Hysteresis*-Effekt

Sollen habituelle Automatisierungen verändert werden – etwa durch die Aufnahme einer neuen Tätigkeit, die nach einem Justieren des Habitus verlangt –, dann sind solche Änderungen nicht kurzfristig möglich, sondern bedürfen einer gewissen *Einübung* des Neuen. Dieses Training wird so lange gebraucht, bis das Individuum im Idealfall das Neue kognitiv und emotional im subjektivem Wertekompass und in Verhaltensmustern internalisiert hat (vgl. Lueg 2012: 32). Hierzu ein alltägliches Beispiel: Verliert jemand in Stresssituationen die Contenance und will sein oder ihr Verhalten hin zu mehr Geduld und weniger Aggression ändern, dann kann er oder sie sich das zwar kognitiv vornehmen (Entscheidung: »Künftig will ich ...«), gleichwohl wird die Person mehrere Wochen oder Monate benötigen, bis dieses neue Verhalten internalisiert ist und sich darauf

abgestimmt in Kognition, Emotion und Kommunikation automatisiert hat. Zur Verdeutlichung nennt Bourdieu die Tatsache, dass »plötzliche Armut oder plötzlicher Reichtum gerade nicht zeitnah zu einer entsprechenden Habitus-Neuformierung« führen (Lenger u. a. 2013: 24 f.). Dies wird darauf zurückgeführt, dass die bestehenden Prägungen des Habitus intensiv und nachhaltig sind und nicht einfach durch Änderungen von Lebensbeziehungsweise Berufsverhältnissen korrigiert werden können (vgl. Lueg 2012: 31). Vielmehr bestimmt der Habitus für eine mehr oder weniger lange Übergangsphase weiterhin das Selbstbild und Selbstverständnis eines Menschen. Insoweit entsteht für eine bestimmte Phase dieses Übergangs eine Ungleichzeitigkeit zwischen von objektiven sozialen Veränderungen und der subjektiven Habitus-Anpassung bedingten individuellen Präferenzen, die parallel zueinander verlaufen und nicht aufeinander bezogen reagieren (vgl. Lenger u. a. 2013: 24). Der subjektive Adaptionsprozess setzt erst nach und nach ein und kann die Veränderungen erst nach dieser Anpassungsphase in den beruflichen Habitus integrieren (vgl. ebd. 2013: 24 ff.).

Eine journalistische Umorientierung hin zum Konstruktiven Journalismus und der damit verbundenen veränderten beziehungsweise erweiterten Form der Berichterstattung, hinsichtlich der Themenauswahl, Recherche und Form der Informationsvermittlung, bedeuten für Journalist:innen oft eine nicht unerhebliche Änderung ihrer Prioritäten – weshalb die Umstellung eine Anpassungsphase im oben beschriebenen Sinne bedeuten dürfte. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass grundsätzlich nicht davon ausgegangen werden kann, dass der Zeitpunkt des beruflichen Tätigkeitswechsels in der Regel identisch ist mit dem Beginn eines veränderten Habitus. Dieser Antizipationsprozess beim Übergang vom herkömmlichen zum Konstruktiven Journalismus kann sich durch den so genannten *Hysteresis-Effekt* außerdem deutlich verzögern (vgl. Lueg 2012: 32). Das gilt insbesondere dann, wenn die konzeptionellen Veränderungen nur teilweise mit dem subjektiven Wertesystem übereinstimmen, wobei der Habitus danach bestrebt ist, sich an Vertrautem zu orientieren und gegebenenfalls neue Verhältnisse uminterpretiert – hier kann die Umstellung sogar ausbleiben (vgl. Lenger u. a. 2013: 25). Die Konsequenz wäre ein Widerspruch zwischen den Anforderungen durch die neue Tätigkeit und dem individuellen Selbstverständnis und damit eine Diskrepanz im

Habitus. Je mehr die persönlichen Überzeugungen also mit den beruflichen Anforderungen übereinstimmen, umso *nachhaltiger* ist auch die Vernetzung von Habitus und beruflicher Tätigkeit (vgl. ebd. 2013: 24 f.).

3.3 Motivation zum Wechsel in den Konstruktiven Journalismus

Um Motivation als eine theoretische Kategorie zu begreifen, wird sich ihr zunächst über die Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan angenähert (vgl. Deci & Ryan 1993: 223 ff.). Darauf folgend sollen dann bedeutsame Parameter der intrinsischen und extrinsischen Bewertungstheorie hinzugezogen werden (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 114). Dies ist erforderlich, um im Anschluss in einer ganzheitlichen Perspektive die Untersuchungskategorien für die empirische Befragung zu begründen und vorzubereiten.

Mit dem Begriff der Motivation ist eine komplexe sozialpsychologische Komponente angesprochen, die im Alltag von Menschen und in dessen auf Zukunft ausgerichtetem Handeln stets präsent ist (vgl. ebd. 2018: 25). Motivationen dienen als Antrieb, um private und berufliche Ziele zu erreichen, und bestimmen damit das Energielevel und die Richtung des eigenen Verhaltens und der Handlungen (vgl. Frühwirth 2020: 6). Was Motivation auslöst beziehungsweise was wodurch sie hervorgerufen wird, hängt mit subjektiven, also intrinsischen, *Steuerungsmechanismen* zusammen, deren Basis insbesondere internalisierte Norm- und Wertemuster darstellen, die durch die Familie als zentrale Sozialisationsinstanz vermittelt werden (vgl. Steinigeweg 2023: 228 f.). Andererseits wird Motivation aber auch durch das soziale Umfeld und externe Sozialisationsinstanzen wie zum Beispiel Kindergarten, Schule, Peergroup, Ausbildung und Beruf beeinflusst (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 20 f.). Im weiteren Lebensverlauf wird dieser Erfahrungsschatz immer wieder erweitert, teilweise verändert oder neu übersetzt. Motivation geht dabei immer mit einem absichtsvollen Handeln einher, um letztlich ein konkretes Ziel zu erreichen (vgl. ebd. 2018: 119 f.).

Es sind deshalb insbesondere zwei Dimensionen, die den zentralen Referenzrahmen für Motivationen bestimmen: Einmal das zielgerichte-

te subjektive Verhalten, um etwas zu realisieren oder zu vermeiden (vgl. ebd. 2018: 4 f.). Dabei geht es um den Anreiz der intrinsischen Motivation, wobei es sich hier um die internalisierten Werte und Normen, Neugier, Überzeugungen und Interessen handelt (vgl. Frühwirth 2020: 10 f.). Zum anderen können extrinsische Motivationsanreize eine Handlung auslösen, etwa durch Belohnung oder Aufwertung des sozialen Status oder auch durch subjektive Bedrohungen (z. B. Traumata) (vgl. Becker 2019: 194 f.; vgl. Brandstätter u. a. 2018: 172).

Ist die Motivation im Wesentlichen extrinsisch orientiert, kommt es zu einem Abebben des Handlungsmotivs, sobald die Anreize oder Bedrohungspotenziale wegfallen oder bedeutungslos werden, etwa durch eine Veränderung der subjektiven Haltung. Wenn jedoch mit den äußeren Anreizen das persönliche Interesse geweckt wurde, kann die im Ausgangspunkt extrinsische Motivation sogar bei einem Wegfall der Anreize aufrechterhalten werden, sofern nun eine subjektive Relevanz für das Individuum besteht (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 113 f.).

3.3.1 Selbstbestimmung: Beruf als Teil der Selbstverwirklichung

Motivation ist demnach stets mit einem zielgerichteten Handeln und einer Absicht verbunden – unabhängig davon, ob der Zeitraum bis zum Erreichen des anvisierten Zustandes sich auf wenige Minuten oder Sekunden (emotionale Effekte) oder aber Monate oder sogar Jahre bezieht, etwa bei dem Erwerben eines Schulabschlusses (vgl. Deci & Ryan 1993: 224 f.). Dabei ist anzumerken, dass Neugier und Erkundungsdrang im Menschen angelegt sind und ein natürliches Verhalten darstellen, um sich mit den eigenen Fähigkeiten und Ressourcen dem sozialen Umfeld gegenüber zu vermitteln. Dieses Verhalten wird auf die sogenannten *Basisbedürfnisse* des Menschen zurückgeführt (vgl. ebd. 1993: 229; vgl. Brandstätter u. a. 2018: 117).²⁰

Mit ihrer Selbstbestimmungstheorie entwickeln Deci und Ryan ein Konzept für Autonomie und Intentionalität und zeigen auf, wie eng die

20 Nach Deci und Ryan sind Basisbedürfnisse wie Autonomie, Kompetenz und Integration im Menschen mit der Geburt angelegte Grundbedürfnisse, nach deren Befriedigung gestrebt wird (vgl. Deci & Ryan 1993: 223).

intrinsische und damit vom Individuum hervorgebrachte Motivation sowohl von der Autonomie im Handeln des Menschen als auch von seinen individuellen Prioritäten abhängt (vgl. Deci & Ryan 1993: 224). Dabei ist für die beiden Autoren zunächst die Klärung des Selbst von Bedeutung, das durch den Selbstwert, die Selbsterkenntnis und das Bedürfnis nach Selbstbestimmung des Menschen definiert ist (vgl. ebd. 1993: 227). Hier wird auf das Prinzip der organismischen Integration verwiesen (vgl. ebd. 1993: 221; vgl. Brandstätter u. a. 2018: 115 f.). Es macht deutlich, dass das Selbst des Menschen in der Interaktion mit dem sozialen Umfeld nach Autonomie und Selbstbestimmung strebt, also nach der Übereinstimmung seiner Handlungen und dem subjektiven Wertekompass (vgl. Deci & Ryan 1993: 229).

Ullrich u. a. beschreiben das Selbst als »ein komplex organisiertes System von Überzeugungen, Werten, Gefühlen, Erwartungen und Zielen« (Ullrich u. a. 2023: 149). Das Selbst sei ein Kern der Identität und der Persönlichkeit eines Menschen: »Hier zeigt sich die Nähe der Begriffe Identität und Selbst; und Selbstkonzept als kognitive sowie Selbstwertgefühl als emotionale Dimension stellen Teilbereiche der Identität dar« (Rohlf 2011: 94).

Nicht auf gezielte Verhaltensstrategien zurückzuführende Impulse (z. B. auf der Couch am Smartphone verweilen) oder unkontrollierte beziehungsweise affektorientierte Reaktionen (z. B. aggressives Verhalten) gelten nicht als motiviert, da sie »kein erkennbares Ziel verfolgen« und deshalb auch nicht beabsichtigt vom Individuum gesteuert werden (Deci & Ryan 1993: 224).

Die Selbstbestimmungstheorie nach Deci und Ryan unterscheidet zwei Arten von Motivationen: die autonome und die kontrollierte Motivation (vgl. ebd. 1993; vgl. Roth 2023: 45). Menschen mit einer intrinsischen Motivation nehmen sich als selbstbestimmt und autonom in ihren Entscheidungen wahr (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 121), während sich Menschen mit einer extrinsischen Motivation zunächst eher als Objekt und damit als eher fremdbestimmt erleben (vgl. ebd. 2018: 116). Studien belegen, dass die selbstbestimmte intrinsische Motivation im Vergleich zur fremdbestimmten Motivation deutliche Vorteile hat, weil die Akteur:innen sich mit ihren Verhaltens- und Handlungsstrategien *identifizieren* und daher mit ihrem Selbst deutlicher im Einklang stehen (vgl. Deci & Ryan

1993: 231 ff.). Eine fremdbestimmte (extrinsisch herbeigeführte) Motivation führt eher zu einer distanzierteren Einstellung gegenüber dem eigenen Handeln (vgl. ebd. Brandstätter u. a. 2018: 85).

3.3.2 Intrinsische Motivation: Journalistische Überzeugungen

Motivation ist also stets verbunden mit der Intentionalität des menschlichen Handelns, vorausgesetzt, es versteht sich als zielgerichtet und mit einer Absicht verbunden, einen noch nicht realisierten Zustand herzustellen. Dabei wird dieses Verhalten auf die bereits beschriebenen Basisbedürfnisse des Menschen zurückgeführt (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 117).

Das Basisbedürfnis nach Autonomie folgt dem Wunsch, die eigenen Handlungen initiativ zu steuern und sich gegenüber dem sozialen Umfeld möglichst kompetent darzustellen (vgl. ebd. 2018). Das Bedürfnis nach sozialer Integration folgt dem Verlangen des Individuums, sich mit seinen Ressourcen erfolgreich in soziale Milieus einzubringen und sich dort zu integrieren (vgl. ebd. 2018). Diese menschlichen Grundbedürfnisse der »organismischen Wachstumstendenz« sind im Individuum angelegt und entscheidend für dessen Gefühl der Selbstwirksamkeit (Brandstätter u. a. 2018: 114).

Deci und Ryan verweisen auf die Nachhaltigkeit der intrinsischen Motivation, die durch das hohe Maß an Selbstbestimmtheit bewirkt wird und damit eher immateriellen, persönlichen und emotionalen Intentionen folgt (vgl. Deci & Ryan 1993: 224 f.). Gleichwohl können diese Beweggründe neutralisiert werden, wenn ihnen zum Beispiel extrinsische Anreize (Belohnungen) entgegengesetzt werden. Umgekehrt gilt wiederum, dass externe Anreize durch eine intrinsische Bedeutungszuschreibung des Individuums zu einer *neuen* persönlichen Relevanz führen und damit internalisiert werden können (vgl. ebd. 1993: 226). Dabei kann davon ausgegangen werden, dass auch extrinsisch herbeigeführte Handlungen durchaus selbstbestimmt sein können, sofern die äußeren Anreize nicht die inneren Anreize aufheben und damit der Grad der Selbstbestimmung geschmälert oder eliminiert wird (vgl. ebd. 1993: 226 f.). Dies kann noch verstärkt werden, je mehr die extern ausgelösten Motivationsgründe internalisiert werden und so in das innere Wertesystem eines Menschen passen (vgl.

ebd. Deci & Ryan 2000: 227). Ein Beispiel: Eventuell niedrigere Gehaltsvorstellungen einer (konstruktiven) Redaktion werden bei interessierten Journalist:innen, die mit dem Konzept übereinstimmen, vermutlich keine oder weniger subjektive Irritationen auslösen, weil das Selbstbestimmungspotenzial hinsichtlich der künftigen Tätigkeit hoch veranschlagt wird.

3.3.3 Extrinsische Motivation: Redaktionelle Impulse

Während Brandstätter u. a. die intrinsische Motivation eines Menschen als ein Handeln um seiner selbst willen bezeichnen (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 115 ff.), unterscheiden Deci und Ryan die extrinsische Motivation nicht allein anhand fremdbestimmter Impulse. Vielmehr differenzieren sie, ob extrinsische Auslöser durchaus mit dem individuellen Wertesystem – zumindest teilweise – übereinstimmen können. Dies würde darauf hindeuten, dass es durchaus extrinsische Impulse gibt (z. B. über Anreize), die eine Qualität ähnlich der intrinsischen Motivation entfalten können, wobei Deci und Ryan insgesamt vier solcher Regulationstypen unterscheiden (vgl. Deci & Ryan 1993: 227 ff.):

Als ausschließlich fremdbestimmte extrinsische Regulationen werden hier das »externale Regulationsmuster« sowie die »introjizierten Regulationen« bezeichnet (ebd. 1993: 228). Beide werden ausschließlich durch äußere beziehungsweise fremd auferlegte Bedrohungs- oder Belohnungsszenarien bestimmt (heteronome Kontrolle):

- a. Unter der externalen Verhaltensregulation werden externe Vorgaben verstanden, die der Mensch selbst nicht (mit-)bestimmen kann. Dabei handelt es sich um von einem/einer externe:n Akteur:in gesetzte *Rahmenbedingungen*, die ausschließlich in Form von Gratifikation oder Disziplinierung eingefordert werden. Das Individuum kann sich hierbei weder mit dem Handlungsprozess noch mit dem -ergebnis identifizieren (vgl. ebd. 1993: 227).
Ein Beispiel: Eine Journalistin richtet den Inhalt ihres Artikels nach den Präferenzen und Vorgaben ihres Vorgesetzten aus, um dadurch Anerkennung zu erfahren oder einer verbalen Abstrafung zu entgehen.

- b. Introjizierte Regulationen sind zwar intrinsisch angelegt, aber nicht vom Selbst des Subjekts bestimmt, sondern von eigens auferlegten inneren Zwängen, Ängsten und gefühlten Bedrohungen. Meistens handelt es sich hier um ethische und moralische Konflikte (Gefühl der Unfairness) oder einen inneren Druck, den eine Person verspürt. Das Subjekt handelt zwar selbst, aber unter dem Einfluss von ungewollt selbst auferlegten Bedrohungen, die kontrolliert und durch innere, nicht beeinflussbare *Zwänge* ausgelöst werden (vgl. ebd. 1993: 227 f.).

Ein Beispiel: Ein Journalist recherchiert zur Gewalt gegen Kinder, hat in seiner Kindheit jedoch selbst Gewalt durch eine erwachsene Bezugsperson erfahren.

- c. Als selbstbestimmte extrinsische Impulse werden die identifizierte Regulation sowie die integrierte Regulation bezeichnet: Bei der identifizierten Regulation handelt es sich um eine Verhaltensstrategie, in der das Handlungsziel zwar extrinsisch vorgegeben ist, aber mit Blick auf das eigene Selbstkonzept des Individuums subjektiv als *unterstützenswert* erscheint, weil es mit den eigenen Norm- und Wertvorstellungen und deshalb mit dem individuellen Selbstkonzept übereinstimmt (vgl. ebd. 1993: 228). Ein Beispiel: Eine Redaktion gibt für die Berichterstattung als übergeordnetes Thema soziale Gerechtigkeit und Armut vor. Dazu berichtet eine Journalistin über das Leben einer Familie, die Bürgergeld bezieht, weil sie davon überzeugt ist, dass es wichtig ist, über die Herausforderungen und Probleme dieser Familien zu informieren. Die Berichterstattung erfolgt nicht aus dem Gefühl heraus, etwas in dieser Richtung tun zu müssen, sondern aus der subjektiven Überzeugung heraus, sich für einen gesellschaftlichen Diskurs für sozial Benachteiligte einzusetzen.
- d. Mit der integrierten Regulation ist der größtmögliche *Selbstbestimmungsgrad* im Rahmen extrinsischer Motivation erreicht. Die Person identifiziert sich voll mit den extern vorgegeben Zielen und Handlungsmustern (vgl. ebd. 1993).

Ein Beispiel: Ein Journalist ist in einer Redaktion sowohl als Redakteur als auch als Vorgesetzter (z. B. Ressortleiter) tätig, muss in beiden Positionen unterschiedliche Rollen einnehmen und damit auch Unterschiede im Habitus berücksichtigen. Beide Rollen tangieren allerdings nicht sein Wertesystem und Selbstkonzept, weil er subjektiv beide Rollen in Übereinstimmung bringen kann. Insoweit ist der integrierte Regulationsstil die eigenständigste Form der extrinsischen Motivation, weil die extern vorgegebenen Zielparameter nicht als erzwungen empfunden werden. Mit der intrinsischen Motivation hat sie Parallelen, sofern beide Formen Selbstbestimmung implizieren. Allerdings erfolgt die intrinsische Motivation aus dem Individuum selbst (autotelisch), während die integrierte extrinsische Motivation eine vom außen initiierte instrumentelle Funktion übernimmt – allerdings unabhängig und autonom und ohne das Gefühl, bei der Ausführung der Handlung kontrolliert zu sein (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 116).

Hinsichtlich der Motivationslagen ist auch das Arbeitsumfeld und die Situation der Branche nicht irrelevant. So hat der krisenhafte Wandel des Journalismus auch hier zu strukturellen Veränderungen geführt, etwa zu »Ressourcenkürzungen sowie Entlassungen« (Lauerer u. a. 2019: 71). Und ohnehin ist die Erwerbstätigkeitslage von Journalist:innen – im Unterschied zu vielen anderen Berufen (z. B. Pädagog:innen, Psycholog:innen, Lehrer:innen etc.) durch einen Arbeitsmarkt strukturiert, der zu einem großen Teil auch in freiberuflicher Tätigkeit ausgeübt wird. Dieser Umstand fordert »nicht nur [eine] zunehmend individuelle sowie flexible Karriereplanung [...]. Abnehmende Integration durch mangelnde redaktionelle Sozialisation kann auch die Identifikation mit dem Beruf und dessen Werten verändern« (Lauerer u. a. 2019: 85). Das spielt auch für den Konstruktiven Journalismus als sich etablierende Bewegung eine Rolle. Denn es zwingt die betroffenen Akteur:innen dazu, ihre Karriereplanung kontinuierlich im Blick zu halten und individuell zu evaluieren und die Berufsbiografie darauf abzustimmen. Die Arbeitsplatzsicherheit und eventuelle Wechselmöglichkeiten sind ein Teil davon.

3.3.4 Der Korrumptierungseffekt: Wenn der Anreiz fehlschlägt

Werden Handlungen insbesondere durch äußere Anreize hervorgerufen oder konditioniert (z. B. durch Geld, Statuserhöhung, Bedrohung etc.) und wird durch sie ein Verhalten unter dem Aspekt der Selbstbestimmung gewissermaßen erzwungen beziehungsweise aufrechterhalten (über Finanzen), spricht man von »operanter Konditionierung« (Brandstätter u. a. 2018: 115). Das bedeutet, ein konkretes Verhalten wird durch eine Belohnung gezielt unterstützt oder ein unerwünschtes Verhalten durch eine Bestrafung unterbunden. Dies kann auch zu einer Schwächung der intrinsischen Motive führen, weil sich der innere Antrieb verändert und zum fremdbestimmten Auftrag umkehren kann: Nehmen Journalist:innen eher einen Job wegen des externen Anreizes an (mehr Geld), kann sich dies genauso mit der Zeit in eine intrinsisch motivierte Tätigkeit umkehren, wenn das berufliche Selbstkonzept mit dem subjektiven Wertmuster übereinstimmt (vgl. ebd. 2018: 114). Das gilt gleichermaßen auch dann, wenn eine intrinsisch motivierte Tätigkeit durch externe Anreize (Geld) das persönliche Interesse mindert oder ganz neutralisiert, weil der materielle Reiz das immaterielle persönliche Interesse aufheben kann (vgl. ebd. 2018: 115).²¹

21 Deci (1971) verweist im Zusammenhang mit dem Korrumptierungs-Effekt darauf, dass die intrinsische Motivation durch Anreize externer Rahmenbedingungen (z. B. Statuserhöhung, Geld) aufgehoben werden kann. Gleichwohl bleibt die intrinsische Motivation unbeeindruckt, wenn beispielsweise externe Belohnungen auf die unmittelbare Leistung (Abgabe eines Arbeitsergebnisses) erfolgt (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 115).

4 Empirisches und methodisches Vorgehen

Mit der Erhebung des Datenmaterials wird die Fragestellung untersucht, welche Motive und handlungsleitenden Impulse dazu führen, dass Journalist:innen sich dem Konstruktiven Journalismus zuwenden. Zur Erhebung und Analyse der Daten wird ein qualitatives Forschungsverfahren gewählt, weil die Komplexität von Wechselgründen und -motiven differenziert herausgearbeitet und mit den Wissensbeständen sozialpsychologischer Forschungserkenntnisse konfrontiert werden soll. Demzufolge werden zunächst der qualitative Zugang begründet, das angewendete Forschungsinstrument vorgestellt und die Fragestellungen für das Leitfadeninterview erläutert. Schließlich wird das Analyseinstrument der qualitativen Inhaltsanalyse in seiner Relevanz für die Studie dargestellt und kommentiert. Auf der Grundlage deduktiv abgeleiteter Kategorien werden dann die insgesamt sieben Interviews codiert. Auf die Begründung vier untergeordneter Forschungsfragen als Differenzierung der erkenntnisleitenden Forschungsfrage und die Herleitung der Hypothesen folgt die Beschreibung der Stichprobe.

4.1 Qualitative Sozialforschung

Empirische Sozialforschung will über wissenschaftlich abgesicherte Verfahren das Zusammenleben von Menschen und deren sozialen Milieus untersuchen, um Erklärungen über Handlungen der Akteur:innen zu gewinnen, die das Erleben, das Verhalten und die Biografie von Menschen nachweisbar beeinflussen (vgl. Döring & Bortz 2016: 4). In der

hier vorgestellten Studie wird ein qualitatives Forschungsverfahren zur Erhebung und Analyse des Datenmaterials verwendet. Dies geschieht, weil die auf einer naturwissenschaftlichen Methodologie basierende quantitative Forschung die isolierte Erhebung sozialer Merkmale bevorzugt, die eine auf die unmittelbaren Zusammenhänge des Erlebens und Handelns eingehende sozialwissenschaftliche Betrachtung nur über numerische Zugänge möglich macht (vgl. ebd. 2016: 63). Außerdem ist es Ziel der Studie, anhand der *subjektiven* Perspektive der befragten Journalist:innen zu analysieren, welche Beweggründe dem Wechsel zum Konstruktiven Journalismus zugrunde liegen. Es wird angenommen, dass es hierfür keine monokausale Begründung gibt, sondern diese durch verschiedene Ursachen und Synergien herauszustellen ist – beides ist nur erkennbar und nachvollziehbar, wenn in Form von Befragungen diese Wirkmechanismen differenziert herausgearbeitet werden können. Deshalb ist die qualitative Forschung mit ihrem tiefergehenden und interpretativen Paradigma eine geeignete Grundlage für die Generierung des hierauf bezogenen Erkenntnisgewinns. Sie kann diese komplexen Zusammenhänge aufdecken und beschreiben (vgl. ebd. 2016: 23).

Mit Blick auf die erkenntnisleitende Fragestellung der Studie, die aus der Retrospektive von Journalist:innen die äußeren und inneren Merkmale solcher Übergänge untersuchen will, sollen insbesondere die Gründe für eine Veränderung beruflicher Haltungen und Arbeitsstrategien aus der subjektiven Perspektive analysiert und interpretiert werden. Dieser Erkenntnisfokus legt nahe, sich für eine qualitative Untersuchung zu entscheiden, da so die Vernetzung von sachverhaltsbezogenen, emotionalen und sozioökonomischen Aspekten zuverlässig herausgearbeitet werden kann. Diese sich gegenseitig bedingenden Dynamiken spielen eine besondere Rolle in der qualitativen Forschung und lassen sich durch das »[...] Ineinandergreifen von Formulierung [...] der Fragestellung, Erhebung und Auswertung bis hin zur Generalisierung und Theoriebildung, die nicht in säuberlich getrennten Schritten nacheinander absolviert werden können«, herausstellen (Przyborski & Wohlrab-Sahr 2019: 106).

Der Fokus des Erkenntnisinteresses dieser empirischen Studie liegt auf Journalist:innen, die den Konstruktiven Journalismus in ihren Redaktionen bereits *praktizieren*. Die retrospektive Erhebung soll Aufschluss über

die Gründe und Impulse geben, die zum Wechsel der Berufsperspektiven geführt haben. Deshalb werden vor allem sozialpsychologische Untersuchungskategorien zur Interpretation des Datenmaterials herangezogen, um Aufschlüsse über die biografischen Dispositionen der Journalist:innen zu erhalten, die für den Wechsel ausschlaggebend waren. Die empirische Sozialforschung will das Verhalten von Menschen und sozialen Milieus untersuchen, umso das Leben in sozialen Kontexten aus Sicht der Individuen nachvollziehen und damit deren Verhalten erklären zu können (vgl. Döring & Bortz 2016: 4).

4.2 Auswahl des Erhebungsinstruments

In der empirischen Sozialforschung gibt es eine Reihe von qualitativen Erhebungsmethoden, etwa die ethnografische Feldbeobachtung, das narrative Interview, Gruppendiskurse etc., deren Einsatz unter erkenntnistheoretischen Gesichtspunkten ausgewählt wird.

Für die vorliegende Studie wird als Erhebungsinstrument die Befragung in Form eines Leitfadeninterviews gewählt (vgl. Helfferich 2022: 875 f.). Über eine Befragung können die Hypothesen in ihren Zusammenhängen unmittelbar eruiert und die subjektiven Positionen und Haltungen direkt abgefragt und reflektiert werden. Sie bieten mit der vertraulichen Befragungssituation eine Umgebung, in der sensible Informationen (Geld, Statuserhöhung etc.) verlässlich eingeholt und nachgefragt werden können. Insofern bieten Befragungen einen zuverlässigen und gleichzeitig flexiblen Erhebungsansatz, um individuell bedeutsame und biografisch relevante Informationen einzuholen (vgl. ebd. 2022: 876).

4.2.1 Das Leitfadeninterview

Mit einem Leitfadeninterview kann – wie für diese Untersuchung erforderlich – eine Verknüpfung von Theorieerkenntnissen in der Wissenschaftsliteratur mit dem empirischen Gegenmodell des Berufsalltags hergestellt werden. Die thematisch strukturierte Vorgehensweise nach Themenbereichen kann flexibel und auch variierend in der Interviewsituation

entfaltet werden: So bleiben Möglichkeiten für Abweichungen und offene, von der Fragenreihenfolge und Themenstruktur abweichende Dialoge und Kommentare. Damit werden die Themenblöcke ergänzt durch Schwerpunktsetzungen der Interviewten. Die Befragten können sich unmittelbar zu theorierelevanten Facetten, die Erkenntnisgegenstand der Themenblöcke sind, aus ihrer Sicht positionieren und diese kommentieren. Hierüber können wertvolle, nicht eingeplante und nicht erwartete Informationen generiert und analysiert werden. Dazu ist es wichtig, in der unmittelbaren Interviewsituation Vertrauen und damit eine kommunikative Basis herzustellen (vgl. Helfferich 2022: 880). Einzelne aus dem theoretischen Teil dieser Arbeit abgeleitete Themenblöcke werden in ihrer vorgesehenen Abfolge bearbeitet und potenziell breite Einlassungen und Erzählungen der befragten Personen durch Nachfragen differenziert und honoriert. Die Interviewerin bringt Nachfragen unmittelbar zu den Themen intuitiv ein. In der praktischen Anwendung des Leitfadens wird darauf geachtet, eine möglichst große Offenheit zuzulassen, um die relevanten Themen aus Sicht der Befragten ohne Begrenzungen zu explorieren. Der Charakter des Interviews sollte nicht dem eines Verhörs ähnlich sein. Vielmehr sollten die erkenntnisbezogenen Fragen so eingebracht werden, dass sie sich dem Erzählfluss der interviewten Person »anschmiegen« (Helfferich 2014: 567). Die Interviewsituation selbst stellt eine Kommunikation zwischen zwei Akteur:innen dar, in der die Rollen klar verteilt sind (Fragenstellerin/Zuhörer:in und befragte Person, Erzähler:in) und die Grundregel der Kommunikation von beiden angenommen wird (Fragen und Antworten inklusive Kommentare/Nachfragen zur Unterstützung der Verständigung) (vgl. ebd. 2014: 561).

4.2.2 Fragestellungen für das Interview

Die erkenntnisleitende Fragestellung dieser Arbeit, welche Gründe und Anlässe dazu *führen*, dass Journalist:innen sich langfristig dem Konstruktiven Journalismus zuwenden und welche sozialpsychologischen Faktoren (Motivation, Gewohnheit, Habitus) dabei von besonderer Bedeutung sind, soll aufgrund ihrer Komplexität in folgende vier untergeordnete Forschungsfragen unterteilt werden, die gemeinsam mit der Herleitung

der Hypothesen aufgrund ihrer engen gegenseitige Verknüpfung in Kapitel 4.4 näher ausgeführt werden:

- FF1: Wann und warum entscheiden sich Journalist:innen *für einen beruflichen Richtungswechsel* im Sinne des Konstruktiven Journalismus?
- FF2: Welche subjektiven (sozialpsychologischen) Faktoren sind hierfür entscheidend?
- FF3: Inwieweit beeinflussen berufliche Veränderungen (Karriereplanung) die individuellen Entscheidungsprozesse?
- FF4: Welche externen beruflichen Anreize können Journalist:innen für den Konstruktiven Journalismus motivieren und damit eine erfolgreiche Grundlage für das Initiieren intrinsischer Anreize darstellen?

Hieran soll sich auch die thematische Unterteilung des Leitfadens orientieren – die bereits beschriebenen theoretischen Untersuchungsbereiche spiegeln sich so in der Struktur der Themenblöcke und in den Fragestellungen wider. In Anlehnung an Helfferich (2014) ist das Leitfadeninterview relativ konsequent durchstrukturiert und wird entlang der deduktiv aus den theoretischen Grundlagen abgeleiteten und für die Untersuchung bedeutsamen Themenbereichen (Kategorien) entfaltet (vgl. Helfferich 2014: 560). Diese Standards von Erzählaufforderung und Abschlusskommentar der Interviewten sind in der Regel zwar gesetzt, gleichwohl konzentriert sich der Hauptteil des Interviews auf die mit der erkenntnisleitenden Fragestellung relevanten Themen (vgl. ebd. 2014: 560). Der Leitfaden ist wie folgt aufgebaut:

- a. Die Aufwärmphase wird formell zunächst eingeleitet mit der Vorstellung der Interviewerin, mit Informationen zu Anlass, Zielen der Untersuchung und Auswahl der Befragten sowie die Klärung zur Vertraulichkeit der Daten. Mit einer zunächst eher subjektiv konnotierten Erzählaufforderung sollen die interviewten Personen ermutigt werden, sich anhand zur Erzählung anregender Fragestellungen zum Gesamtthema und ihren Anfängen im Jour-

nalismus zu äußern – durch die Interviewerin werden auf diese Weise entsprechende inhaltliche Orientierungspunkte abgefragt (vgl. Helfferich 2022: 883). Zum persönlichen Aufwärmen diente hier die Frage nach dem Beginn der journalistischen Tätigkeit und den damit verbundenen Routinen und Gefühlen, die möglicherweise heute nach aktuell sind.

- b. Für den inhaltlichen Einstieg sollten zunächst erste subjektive Eindrücke über den Journalismus gewonnen werden – gerade mit Blick auf die in der Fachliteratur diskutierte Krise des Journalismus und mit Blick auf die Merkmale des Konstruktiven Journalismus, der in gewisser Weise aus dieser Krise herausführen soll. Daran schlossen sich Fragen nach einer Metapher für den Journalismus allgemein und für den Konstruktiven Journalismus zum Vergleich an, um persönliche Assoziationen herauszustellen. Hierüber wurden die beruflichen Identitätsmerkmale erhoben und mit einer Zufriedenheitsskala im Beruf abgeglichen.
- c. Im nächsten Schritt sollen im Hauptteil explizit die theoriegeleiteten Themenblöcke und die hierzu vorbereiteten Fragen eingebracht und durch die Interviewten frei beantwortet werden. Wie beschrieben dienen hierzu als Orientierung vier untergeordnete Themenblöcke. Im ersten Themenblock soll es um die Gründe für den Wechsel zum Konstruktiven Journalismus, die Bedeutung von Gewohnheiten und die Wirkungen auf den beruflichen Habitus gehen (FF1). Die Fragen im Leitfaden hierzu konzentrieren sich auf die Wechselgründe im Kontext von Gewohnheitsänderungen, die damit einhergehen. Hierbei sind neben motivierenden Auftaktfragen (Inwiefern unterscheidet sich der Konstruktive Journalismus vom herkömmlichen Journalismus und was hat der Wechsel bedeutet (viel Umlernen, neue Abläufe?) auch Multiple-Choice-Fragen integriert, um bestimmte Fragen (etwa Gründe des Wechsels) klarer herauszustellen und vergleichbar zu machen. Mit der Frage, wie schwer der Wechsel persönlich empfunden wurde, wurden die Auswirkungen von Gewohnheitsänderungen und Maßnahmen zur Einstellung auf das Neue erfragt. Die Auswirkungen auf den beruflichen Habitus (Selbstidentität) wurden

einerseits durch die ermittelten Unsicherheiten im neuen Job deutlich, andererseits aber auch über die Fragen nach den persönlichen Stärken und deren Einsatz im Konstruktiven Journalismus. Mit einer darauffolgenden Abfrage im Multiple-Choice-Verfahren sollte der Grad der beruflichen Orientierungsirritationen ermittelt und eingeordnet werden (Hysteresis-Effekt).

Im zweiten Themenblock soll es konkret um die sozialpsychologischen Faktoren gehen (FF2), zum Beispiel um Motivlagen für den Wechsel zum Konstruktiven Journalismus (intrinsische und extrinsische Motivation, identifizierte und integrierte Regulation). Hierzu stehen vor allem Fragen nach dem Gefühl von selbstbestimmtem und autonomem Arbeiten und dem Verhältnis zur Redaktionsleitung und zum Redaktionsteam im Vordergrund (z. B.: Haben Sie das Gefühl, selbstbestimmt und autonom arbeiten zu können?) oder die Qualität der Kommunikationsbeziehungen innerhalb der Redaktion und Fragen danach, was die befragte Person in erster Linie dazu bewegt hat, zum Konstruktiven Journalismus zu wechseln. Hierüber sind Hinweise auf die Einordnung der Motivationen und damit auch auf die Nachhaltigkeit des Wechsels zu erwarten.

Im dritten Themenblock steht die Gewichtung der Motivationsvarianten in der Bedeutung für den Berufswechsel im Mittelpunkt (FF3). Die Motivationsvarianten sollen hier weiter vertiefend analysiert werden, insbesondere auch mit Blick darauf, was letztlich den Ausschlag für den Wechsel gegeben hat. Die Fragen hierzu stehen im vertiefenden Zusammenhang zu den Motivationsgründen, die tendenziell den Ausschlag gegeben haben. Hier folgen also Fragen nach der Bedeutung von extrinsischen Anreizen (Geld, Status etc.) oder intrinsischen (persönlichen) Gründen. Erkenntnisse über mögliche Korrumpierungseffekte sollten insbesondere über die Frage nach der Priorität für einen erneuten Wechsel gewonnen werden.

Der vierte und letzte Themenblock bezieht sich konkret auf den Konstruktiven Journalismus und die Relevanz (externer) beruflicher Anreize (FF4). Diese Fragen zielen darauf ab, den Fokus auf

die Qualität der Arbeitsbedingungen zu legen und diese in ihren Wirkungen auf die Journalist*innen zu untersuchen. Hier konzentrieren sich die Fragen auf den Grad der Wertschätzung durch Vorgesetzte und Redaktionsumfeld, die Anerkennung von Leistung und Qualität und den Zusammenhang von Top-down und Bottom-up.²² Dabei stehen die beruflichen Rahmen- und Unterstützungsbedingungen in ihren Wirkungen auf die Motivationslagen im Fokus der Analyse.

Den Abschluss bildet die Frage, ob die befragte Person noch etwas ansprechen möchte, was ihr besonders wichtig erscheint. So soll sichergestellt werden, dass alle für das Untersuchungsziel relevanten Aspekte erfragt wurden und die befragte Person sich wertgeschätzt fühlt (vgl. ebd. 2022b: 884).

4.3 Auswahl des Analyseinstruments

Die qualitative Datenanalyse hält verschiedene Methoden bereit, zum Beispiel die qualitative Beobachtung, den qualitativen Fragebogen, die qualitative Dokumentenanalyse oder auch die qualitative Inhaltsanalyse (vgl. Döring & Bortz 2016: 599). Daneben gibt es weitere Analyseinstrumente wie hermeneutische, paraphrasierende oder psychoanalytische Textinterpretationen (vgl. Mayring & Fenzl 2022: 693). Die qualitative Inhaltsanalyse als eine methodische Analysevariante der qualitativen Sozialforschung erscheint für die Interpretation sozialwissenschaftlicher Interviewtexte als das am besten geeignete Verfahren.

22 Als Top-down- und Bottom-up-Ebene werden zunächst zwei verschiedene Richtungen beschrieben, in die etwa Anreize oder Veränderungen wirken können (vgl. Totzauer 2014: 15 ff., 73 ff.). Im Rahmen dieser Arbeit ist mit den Bezeichnungen die Frage der Hierarchie gemeint, genauer ob der Ansatz des Konstruktiven Journalismus eher durch ein Engagement von unten (aus der Redaktion heraus) oder aber von oben (von der Führungsebene aus) etabliert werden kann.

4.3.1 Qualitative Inhaltsanalyse

Die Intention einer strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ist, auf der Grundlage zentraler Kategorien das Textmaterial zu kodieren und einzuordnen (vgl. Mayring 2023: 101). Hierzu schlägt Mayring folgendes Verfahren vor: Zunächst werden die Kategorien als Extrakte aus den theoretischen Wissensbeständen gebildet und mit den dazugehörigen Merkmalen konkretisiert. Danach werden die Kategorien beschrieben, mit einem Schlüsselbeispiel exemplifiziert und die Kodierregeln festgelegt. Nach dem Konzept zur qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring wurde die Kategorienbildung für die später folgende Kodierung deduktiv vorgenommen (vgl. Mayring & Fenzl 2022: 691 ff.): Zunächst wurden die Wissensbestände zur Journalismusforschung und zu den sozialpsychologischen Faktoren des Wechsels (Gewohnheiten, Motivationen, Habitus) analysiert, die Einfluss auf das Entscheidungsverhalten haben könnten. Vertiefend wurden hierzu die Forschungsergebnisse zu Gewohnheiten, Motivationen und Habitus zusammengetragen, weil sie wichtige Aufschlüsse über die Entscheidungsgründe und Nachhaltigkeiten des Wechsels geben können (vgl. ebd. 2022: 693 ff.).

Mit der Entwicklung eines analyserelevanten deduktiv aus den theoretischen Wissensbeständen abgeleiteten Kategoriensystems folgt die Konkretisierung für das Kodieren durch Beschreibung der Kategorien und Benennung von Ankerbeispielen, um die Kategorien möglichst gut abgrenzbar voneinander zu halten. Es erfolgt ein erster Kodierdurchgang (hier von Interview 1) sowie die Aktualisierung der Kategorien und des Analysefokus. Daran schließt sich die Materialanalyse der gesamten Interviews (vgl. ebd. 2022: 698 f.). Die Kodierung im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse erfolgt mithilfe des Programms QCAmapping (<https://www.qcmap.org/ui/de/home>). Die Ergebnispräsentation wird in Form eines Gesamtüberblicks über die Erhebungsdaten zu den Einzelkategorien und danach gesondert in der Zusammenführung von Themenbereichen dargestellt, die für die erkenntnisleitende Fragestellung von herausgehobener Bedeutung sind.

4.3.2 Kategoriensystem

Auf der Grundlage der erkenntnisleitenden Fragestellung und der vier Forschungsfragen wurden folgende Kategorien samt Beschreibungsmerkmalen formuliert:

Kategorien	Beschreibende Merkmale
FF 1 Gründe für den Wechsel (und erste Anhaltspunkte für Korruptionierungseffekt)	• Persönliche, private, berufliche (und Kombinationen) • Ggf. Auswirkungen auf Nachhaltigkeit
FF1 Gewohnheiten (Habit Loop)/ Gewohnheiten verändern	• Automatisierungen/Routinen • Bedeutung für den Berufsalltag • Durchführungsintervention/Selbstregulation
FF 2 Intrinsische Motivation	• Subjektiver Normen- und Wertekompass • Selbstbestimmtheit (größtmöglich)
FF 2 Extrinsische Motivation	• externale, introjierte, identifizierte und integrierte Regulation
FF3 Identifizierte/ integrierte Regulation	• Extrinsisch und intrinsische Motivationen vernetzen sich
FF3 Karriereplanung	• Berufliche Anreize wie z. B. Geld, Status, Qualifikation/ Weiterbildung etc.
FF4 Habitus und Hysteresis-Effekt	• Integrität (Soziale Kompetenzen: Soziales Kapital kann nicht erkaufte, sondern muss erarbeitet werden) • Übereinstimmung Privates u. berufliches Selbstbild • Ungleichzeitigkeit (von Wechsel u. Habitus)
FF3 Korruptionierungs-Effekt	• Externe Anreize ohne Nachhaltigkeitseffekt • Untergrabung intrinsischer Motive durch externe Anreize (Geld etc.)
FF 4 Organismische Integration (Top-down u. Bottom-up)	• Einfluss der Redaktionsleitung/Vorgesetzten • Redakteur:innenleistung

4.4 Herleitung der Hypothesen

Für die Untersuchung der erkenntnisleitenden Fragestellung wurden in den Kapiteln 1–3 die hierfür relevanten theoretischen Grundlagen analysiert und eingeordnet. Die Analyseergebnisse der Forschungserkenntnisse und Wissensbestände haben gezeigt, dass es im Zusammenhang mit der erkenntnisleitenden Fragestellung einen erheblichen Forschungsbedarf gibt, insbesondere hinsichtlich der individuellen Dynamiken und Wirkungen, die den Ausschlag für einen Wechsel geben. Deshalb sollen im empirischen Teil der Untersuchung im Rahmen der qualitativen Befragung die individuellen und subjektiven Indikatoren herausgearbeitet werden, die im Zusammenhang mit einem Tätigkeitswechsel von Bedeutung sind. Um die relevanten Aspekte hierfür wissenschaftstheoretisch angemessen empirisch untersuchen zu können, sollen die theoretischen Grundlagen (Kapitel 1–3) durch die Einordnung der Forschungsergebnisse zur Krise des Journalismus, zum Konstruktiven Journalismus und der Verhaltensforschung aufbereitet und hinsichtlich der erkenntnisleitenden Fragestellung in Forschungsfragen und Hypothesen überführt werden. Dabei wird das Untersuchungsinteresse in die bereits aufgeführten vier Schwerpunktbereiche (Forschungsfragen 1–4) unterteilt – ihnen sind jeweils entsprechende Hypothesen zur Überprüfung zugeordnet.

Die erste untergeordnete Forschungsfrage beschäftigt sich mit dem Zeitpunkt und den Gründen für einen beruflichen Wechsel der befragten Journalist:innen und die damit einhergehende Konfrontation mit ihren journalistischen Gewohnheiten. Wie bereits dargelegt wird ein Wechsel der beruflichen Tätigkeiten aus unterschiedlichen Gründen vorgenommen: Unzufriedenheit mit der aktuellen Tätigkeit, materielle Angebote durch Redaktionen etc., aber auch private Veränderungen (Scheidung, Umzug etc.) können Auslöser für neue berufliche Weichenstellungen sein. Es kann damit sehr unterschiedliche Anlässe für einen beruflichen Wechsel geben. Interessant dabei ist im Rahmen dieser Arbeit, ob die Wahl für eine konstruktiv berichtende Redaktion eher zufällig oder gezielt erfolgt ist und welche Gründe letztlich ausschlaggebend für die Entscheidung waren. Zugleich leitet eine Entscheidung für den Wechsel einen neuen Lernprozess ein, da eine Aneignung neuer Arbeitskonzepte und Leitbilder

erforderlich ist. Demzufolge müssen alte Gewohnheiten aufgegeben und neue Routinen erarbeitet werden. Die Theoriegrundlagen weisen darauf hin, dass im Zusammenhang mit Entscheidungsprozessen die emotionale und kognitive Offenheit dazu beiträgt, die Prioritäten für einen Berufswechsel nach eher rationalen Kriterien zu entscheiden (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 114 ff.), soweit diese Entscheidung selbstbestimmt herbeigeführt werden kann (vgl. Deci & Ryan 1993: 223 ff.). Daraus lässt sich folgende erste Hypothese ableiten, wobei der Analysefokus hierbei auf der Selbst- und Fremdbestimmtheit der befragten Journalist:innen liegt:

H1: Wenn eine emotionale und kognitive Bereitschaft vorhanden ist, sich vom Konzept der herkömmlichen Berichterstattung abzuwenden, dann sind Journalist:innen eher dazu geneigt, sich dem Konzept des Konstruktiven Journalismus zu öffnen, weil der Wunsch nach Veränderung im Mittelpunkt steht.

Nach der Theorie der Grundbedürfnisse (vgl. Deci & Ryan 1993: 229), strebt das Individuum nach sicherer Integration in sein soziales Umfeld. Wenn diese nicht mehr im ausreichenden Maß gegeben ist, werden die anforderungsreichen Schritte der Veränderung in Kauf genommen (vgl. Verplanken & Orbell 2023: 77 ff.). Damit ist auch die Aufgabe alter Gewohnheiten und das Erlernen neuer Routinen verbunden (vgl. Duhigg 2012: 81 f.). Hieraus ergibt sich die zweite Hypothese der Analysefokus liegt hier auf den Gewohnheiten und der Durchführungsintention:

H2: Je größer die Unzufriedenheit mit dem aktuellen Job, umso eher führen extrinsische Anreize zu einer Wechselbereitschaft zum Konstruktiven Journalismus, obschon alte Routinen aufgegeben und neue Prozesse der Gewohnheitsveränderung in Kauf genommen werden müssen.

Die zweite untergeordnete Forschungsfrage lautet: Welche subjektiven (sozialpsychologischen) Faktoren sind für den Wechsel entscheidend? Je mehr eine Entscheidung für eine berufliche Veränderung intrinsisch motiviert ist, umso nachhaltiger ist diese für das Individuum. Umgekehrt bedeutet dies auch: Je mehr die Entscheidung durch extrinsische Anreize

beeinflusst wird, umso unsicherer bleibt die Nachhaltigkeit der Entscheidung. Im Theorieteil wird mit der intrinsischen Motivation ein Handlungsmotiv beschrieben, das subjektive Entscheidungen über einen hohen Grad an Selbstbestimmung und Autonomie begründet. Das bedeutet keineswegs, dass extrinsisch motivierte Entscheidungen, also durch äußere Anreize ausgelöste Wechselbereitschaft, immer auch als fremdbestimmt empfunden werden müssen. Mit den beiden Polen von intrinsischer auf der einen Seite und extrinsischer Motivationslage auf der anderen Seite sollen die Auswirkungen auf das Handeln der Redakteur*innen erfasst und eingeordnet werden. Dabei soll herausgearbeitet werden, welche Dimensionen von Motivation – intrinsische oder extrinsische – hierfür ausschlaggebend sind und welche Bedeutung sie für die künftige Tätigkeit hatten oder haben. Mit der intrinsischen Motivation verknüpft sich ein hohes Maß an persönlichen Überzeugungen und Identitätspotenzialen mit dem Handlungsziel (Konstruktiver Journalismus) (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 114 ff.). Der subjektive Werte- und Normenkompass stimmt mit den Leitmerkmalen des Konstruktiven Journalismus (Kontextualisierung, Aufzeigen von Lösungsoptionen, Rezipient:innenorientierung) überein (vgl. Steinigeweg 2023: 25 ff.). Daraus lässt sich die dritte Hypothese ableiten mit dem Analysefokus auf intrinsischer Motivation und der Bedeutung von Selbstbestimmung und Autonomie:

H3: Je mehr die Motivation intrinsisch gesteuert wird, d.h. die eigenen Normen und Werte mit dem Konzept des Konstruktiven Journalismus übereinstimmen, desto eher sind Journalist:innen dazu geneigt, sich dem Konstruktiven Journalismus nachhaltig/ langfristig zu öffnen/zuzuwenden.

Mit der extrinsischen Motivation wird die Bedeutung dieses Gegenmodells zur intrinsischen analysiert. Die Theoriegenerierung hierzu legt nahe, das Datenmaterial differenziert und nicht allein als Gegenmodell zu analysieren (vgl. Brandstätter u. a. 2018). Das insbesondere deshalb, weil neben dem fremdbestimmten Charakter der extrinsischen Motivation (vgl. Deci & Ryan 1993: 227) auch Varianten berücksichtigt werden müssen, in denen sich die extrinsische Motivation im Verlauf der Tätigkeit umkehren oder durch besondere subjektiv-individuelle und/oder äußere

re Rahmenbedingungen zu einer hohen als selbstbestimmt empfundenen Tätigkeit verändern kann (vgl. ebd. 1993: 228). Dadurch ergibt sich die vierte Hypothese mit dem Analysefokus auf der identifizierten und integrierten Regulation:

H4: Wenn keine intrinsische Motivation für den Konstruktiven Journalismus vorhanden ist, können gleichwohl wirtschaftliche bzw. materielle Anreize (extrinsische) Anreize dazu führen, dass sich Journalist:innen dem Konstruktiven Journalismus gegenüber öffnen.

In der dritten untergeordneten Forschungsfrage geht es darum, inwieweit berufliche Veränderungen die individuellen Entscheidungsprozesse beeinflussen. Während sich die ersten beiden Forschungsfragen mit den individuellen Dispositionen intrinsischer und extrinsischer Motivation in ihrer Bedeutung für die Wahl von Handlungszielen unter den Aspekten von Selbstbestimmung und Fremdbestimmung befassen, soll hier das Datenmaterial vor allem dazu genutzt werden, die Wirksamkeit extrinsischer Anreize auf ein nachhaltiges Verbleiben von Journalist:innen im Konstruktiven Journalismus herauszuarbeiten. Darüber hinaus gilt es zu evaluieren, in welchen Konstellationen von extrinsisch ausgelösten Tätigkeitswechseln (Geldanreize etc.) es gelungen ist, eine Verbindung zum persönlichen Normen- und Wertemuster der Journalist:innen herzustellen und damit trotz extrinsischem Auslösereiz eine intrinsische Annäherung herzustellen. Wird besagter externer Anreiz zurückgenommen oder verändert sich dessen Bedeutung aus Sicht der/des Journalist:in, führt dies höchstwahrscheinlich zu Desinteresse und erneuter Wechselabsicht (vgl. Becker 2019: 147). Entscheiden sich die Akteure trotz sachlicher beziehungsweise inhaltlicher Widerstände für den Konstruktiven Journalismus, kommt es beim Wegfall dieses Anreizes auch zu einem erhöhten Desinteresse und dem erneuten Wunsch nach einem beruflichen Wechsel (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 114 f.). Damit liegt der Analysefokus hier auf dem Korruptionseffekt. Die fünfte Hypothese lautet deshalb:

H5: Wenn Journalist:innen dem Konstruktiven Journalismus gegenüber eher ablehnend eingestellt sind, sich aber durch extrinsische Anreize (z. B.

ein besseres Gehalt) für das Arbeiten in einer Konstruktiven Redaktion entscheiden, hält diese Handlungs- und Wiederholungsbereitschaft nur so lange an, wie auch der Anreiz besteht.

Wie die Theorieerkenntnisse annehmen lassen, können durch äußere Anreize ausgelöste Handlungsentscheidungen bei (nachträglicher) Übereinstimmung mit den individuellen, internalisierten Wertekontext (vgl. Deci & Ryan 1993: 228) dazu führen, dass der externe Anreiz deutlich überlagert wird durch das persönliche Interesse am Konstruktiven Journalismus (vgl. Steinigeweg 2023: 39 ff.). Auch hier bezieht sich der Analysefokus auf die identifizierte und integrierte Regulation, diesmal im Kontext der Karriereplanung. Die daraus abgeleitete sechste Hypothese lautet also:

H6: Je mehr sich die über extrinsische Anreize ausgelösten Handlungsimpulse (z. B. mehr Geld) mit intrinsischen Anreizen (eigenen Überzeugungen und Werten) verknüpfen lassen, umso mehr können beide Motivationsformate internalisiert werden, und umso nachhaltiger ist die Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus.

Die vierte und letzte untergeordnete Forschungsfrage lautet: Welche externen beruflichen Anreize können Journalist:innen für den Konstruktiven Journalismus motivieren und damit eine erfolgreiche Grundlage für das Initiieren intrinsischer Anreize darstellen?

Berufliche Anreize und damit extrinsische Impulse zu setzen, um Journalist:innen für das Konzept des Konstruktiven Journalismus zu gewinnen, ist im Interesse betroffener Redaktionen und medienbezogener Einrichtungen, die sich mit dem Konzept beschäftigen. Geld, Statuserhöhung oder qualifikatorische Anreize durch verstärkte Fort- und Weiterbildung sind wichtige extrinsische Impulse. Gleichwohl verweisen Theorieerkenntnisse darauf, dass dies nicht in jedem Fall zum beabsichtigten Erfolg führt (vgl. Lenger u. a. 2013: 31 ff.). Auf der Grundlage dieser Forschungsfrage soll analysiert werden, unter welchen Voraussetzungen berufliche Anreize erfolgreich oder weniger erfolgreich auf betroffene Journalist:innen wir-

ken. Extrinsische Anreize, damit Journalist:innen für den Konstruktiven Journalismus gewonnen werden können, finden dort ihre Grenzen, wo persönliches beziehungsweise intrinsisches Interesse fehlt (vgl. Brandstätter u. a. 2018: 113 ff.) und auch im subjektiven Werte- und Normenkompass nicht in einem Mindestmaß verankert ist (vgl. Deci & Ryan 1993: 226). Mit dem Analysefokus auf dem Habitus und Hysteresis-Effekt ergibt sich hieraus folgende siebte Hypothese:

H7: Wenn die intrinsische Motivation für den Konstruktiven Journalismus nicht vorhanden ist, dann haben wirtschaftliche Anreize keinen bis wenig Einfluss darauf, dass sich Journalist:innen langfristig dem Konstruktiven Journalismus zuwenden.

In den theoretischen Wissensbeständen (vgl. ebd. 1993: 223 f.) wird darauf hingewiesen, dass ein Veränderungsprozess mit Blick auf die organismische Integration nachhaltig in Gang gesetzt und auf Kontinuität gestellt werden kann, wenn beide Ebenen (Top-down und Bottom-up) ihre Ressourcen miteinander vernetzen: die Redaktionsleitung beziehungsweise die Geschäftsführung auf der einen, die Bereitschaft der Journalist:innen zur Unterstützung des Konzepts auf der anderen Seite. Deshalb lässt sich mit dem Analysefokus auf die organismische Integration folgende achte und letzte Hypothese formulieren:

H8: Je mehr das externe (berufliche) Umfeld (Redaktion) dem Wunsch des Individuums nach Anerkennung und sozialer Integration nachkommt, desto eher wird die innere Bereitschaft zur Veränderung (Zuwendung zu Konstruktiven Journalismus) gefördert bzw. verstärkt.

4.5 Stichprobe: Auswahl der zu befragenden Journalist:innen

In der qualitativen Forschung geht es nicht darum, bestimmte Merkmale und deren Ausprägungen zu messen, sondern tiefergehende Erkenntnisse über einen Sachverhalt zu erlangen. Daher steht nicht die Repräsentativität der Stichprobe für die Grundgesamtheit (alle Journalist:innen in Deutsch-

land, die konstruktiv berichten), im Mittelpunkt (vgl. Schreier 2010: 241). Vielmehr geht es im Rahmen dieser Arbeit um den Kontext und die tiefen Erkenntnisse zu den Motivationsfaktoren ausgewählter Journalist:innen, die sich bereits langfristig dem Konstruktiven Journalismus zugewandt haben. Um einerseits ein gewisses Spektrum der Branche zu berücksichtigen und andererseits eine gründliche Datenauswertung im Rahmen dieser Arbeit zu gewährleisten, wurden zur Beantwortung der Forschungsfrage insgesamt acht Journalist:innen aus acht verschiedenen konstruktiven Redaktionen befragt, sieben dieser Datensätze sind in die Analyse für diese Veröffentlichung aufgenommen worden.²³ Eine größere Stichprobe ist aus forschungsökonomischen Gründen in diesem Rahmen nicht möglich (vgl. Döring 2023: 303). Aufgrund der kleineren Stichprobe ist hier eine Zufallsstichprobe keinesfalls sinnvoll. Das Ziel ist vielmehr, auf der Grundlage einer bewussten Stichprobenziehung möglichst aussagekräftige Ergebnisse zu erhalten (vgl. ebd. 2023). Für die Befragung wurden Redaktionen reichweitenstarker Medienhäuser ausgewählt, wodurch von einer gewissen Qualität des konstruktiven Formats ausgegangen werden kann. Auch wurde beachtet, dass die Formate eine gewisse Präsenz in der Forschungsliteratur zum Konstruktiven Journalismus aufweisen (vgl. Kramp & Weichert 2021: 26 ff.). Alle Befragten stimmten zu, dass sie namentlich erwähnt und Zitate von ihnen genutzt werden dürfen. Für die Datenerhebung wurden Journalist:innen aus folgenden konstruktiven Formaten befragt:

- a. Das »Klima Update« ist ein Fernsehformat, das RTL Deutschland in Kooperation mit GEO und KLIMA° vor acht produziert (vgl. Niemeier 2021 o. S.). Im »Klima Update« geht es – wie der Name schon sagt – um Entwicklungen in den Bereichen Klimawandel, Nachhaltigkeit und Umwelt. Es erscheint im Anschluss an »RTL aktuell« im Fernsehen donnerstags und samstags und ist rund 60 Sekunden lang. Das erste Mal wurde die Sendung im Juli 2021 ausgestrahlt. Das »Klima Update« wird abwechselnd von Christian

23 Durch den nachträglichen Rückzug eines/einer befragten Journalist:in, dessen/deren Daten bereits ausgewertet waren, hat sich die Stichprobe leicht verändert.

Häckl und Bernd Fuchs moderiert. 2022 wurde es für den Grimme-Preis nominiert. Einmal im Monat erscheint seit April 2021 die längere Version bei ntv, das »Klima Update Spezial«. Die Folgen sind etwa 15 Minuten lang, moderiert wird das Format von Clara Pfeffer und Maik Meuser. Dabei zeigen Pfeffer und Meuser nicht nur die Probleme des Klimawandels auf, sondern »bieten auch konkrete, nachhaltige Lösungsansätze« (Niemeier 2022 o. S.). Das »Klima Update Spezial« erscheint in Kooperation mit GEO, stern und wetter.de. Für die vorliegende Arbeit wurde Maik Meuser befragt. Er ist Fernsehmoderator bei RTL aktuell und Mitgründer des Klima Update. Als Lokaljournalist neben dem Studium beginnend, fing er nach seinem Studium der Politikwissenschaften und Germanistik bei Arte in Straßburg an und arbeitete dort für die Nachrichten. Danach folgte eine Redakteursausbildung bei der Deutschen Welle. Meuser moderierte das »Journal« bei der Deutschen Welle und ist seit 2015 bei RTL in Köln. Dort moderierte er erst das »Nachtjournal« und inzwischen auch Ausgaben von »RTL aktuell«. Außerdem arbeitet er für Investigativreportagen bei RTL.

- b. Perspective Daily ist ein konstruktives Online-Magazin, das als »so etwas wie die Wiege des Konstruktiven Journalismus in Deutschland« gesehen werden kann (Kramp & Weichert 2021: 47). Täglich erscheinen hier längere Artikel zu aktuellen Themen aus konstruktiver Perspektive – statt nach Ressorts hat die Redaktion ihre Inhalte in Themenbereiche wie »Gute Nachrichten«, »Armut und Ungleichheit«, »Kritisches Denken« oder »Klimaalarm!« unterteilt (siehe hierzu: <https://perspective-daily.de/themen>). Gegründet haben Perspective Daily die beiden Neurowissenschaftler:innen Maren Urner und Han Langeslag im Jahr 2016. Ein Jahr später wurde das Online-Magazin für den *Grimme Online Award* nominiert (vgl. ebd. 2021). Das digitale Magazin finanziert sich über Abonnements und ist werbefrei. Die Anschubfinanzierung kam durch Crowdfunding zustande. Für diese Arbeit wurde Katharina Wiegmann befragt; gemeinsam mit Felix Austen leitet sie die Redaktion von Perspective Daily. Ihre journalistische Karriere

begann Wiegmann in einer Lokalredaktion. Sie studierte Politikwissenschaften. In Prag arbeitete sie mehrere Jahre als Reporterin für eine deutschsprachige Zeitung. Seit 2017 ist sie Redakteurin bei Perspective Daily.

- c. Die Krautreporter sind ein durch Mitgliedsbeiträge finanziertes Online-Magazin. Es wurde 2014 gegründet (vgl. Pohlig 2014 o. S. vgl. Kramp & Weichert 2021: 36). Hier erscheint (teils ergänzt um kürzere Themennewsletter) montags bis freitags ein längerer Artikel zu einer großen Bandbreite an Themen, von Außenpolitik, über Klimakrise, Bildung, bis hin zu Beziehungen, Pflege alternder Eltern und Umgang mit Depressionen. Häufig erkundigen sich die Krautreporter bei Artikeln zu umfangreichen Themen zuerst in ihrer Community nach deren Fragen zum Thema. Es gibt keine klassischen Ressorts, die Reporter haben stattdessen in der Regel ein Schwerpunktthema wie beispielsweise »Macht und Demokratie«, »Faire Wirtschaft« oder »Sinn und Konsum«. Hinter Krautreporter steht eine Genossenschaft – jedes bereits zahlende Mitglied kann über die reguläre Unterstützung hinaus mit einer Einlage von 250 Euro Teilhaber werden. »Dass das Online-Magazin im Jahr 2021 über 16.000 zahlende Mitglieder [...] vorweisen kann, spricht dafür, dass es einen Bedarf an konstruktivem Community-Journalismus gibt, wie ihn die Krautreporter anbieten« (Kramp & Weichert 2021: 39). Dr. Christian Fahrenbach ist Gründungsmitglied der Krautreporter und Autor der »Morgenpost«, einem Montag bis Freitag erscheinenden Nachrichtennewsletter. Er wurde für diese Arbeit befragt. Fahrenbach studierte Betriebswirtschaftslehre und später Journalismus und Kommunikationswissenschaften. Auch er begann seine journalistische Karriere als Lokaljournalist. Inzwischen ist er freiberuflicher Journalist in New York. Neben seiner Tätigkeit als Reporter für die Krautreporter arbeitet er unter anderem für die dpa Deutsche Presse-Agentur.
- d. Die Dokumentationsreihe »plan b« erscheint seit 2017 im ZDF-Fernsehen und will »Geschichten des Gelingens zeigen« (Sommer 2017 o. S.). Sie ist das erste als konstruktiv ausgewiesene Doku-

mentationsformat öffentlich-rechtlicher Sender (vgl. Riehl 2017 o. S.). Dabei geht es um gesellschaftliche Themen wie Gesundheit und Soziales, aber auch umwelt- und klimarelevante Inhalte und Zukunftsideen. Jede Woche erscheint ein Film, der knapp eine halbe Stunde lang ist (vgl. Kramp & Weichert 2020: 53). Für diese Arbeit wurde Christian Dezer befragt, er hatte die Idee für das Format und ist Redaktionsleiter von »plan b«. Dezer studierte Journalistik und Politikwissenschaft am Dortmunder Institut für Journalistik. Auch er begann seine journalistische Karriere bei der Lokalzeitung, später arbeitete er freiberuflich für den WDR (Hörfunk) und volontierte danach beim ZDF. Dort arbeitete er als Redakteur und Reporter für die Aktualität (Nachrichten) und war mehrfach Studioleiter-Vertretung in verschiedenen In- und Auslandsstudios des ZDF. Er leitete verschiedene Redaktionen und war später zuständig für die Entwicklung neuer Dokumentarkonzepte. Vor seiner Tätigkeit bei plan b war er Leiter des investigativen Dokumentationsformats »ZDFzoom« und danach Redaktionsleiter des Politikmagazins »Frontal 21«.

- e. Bei dem digitalen WDR-Format »kugelzwei« »dreht sich alles um die Frage, wie wir im Alltag zufrieden, empathisch und zukunfts-fähig leben können« (<https://www.wdr.de/kugelzwei>). Es ist online auf der Webseite des WDR abrufbar, aber auch auf Instagram und TikTok. Das Format richtet sich ausdrücklich an eine jüngere Zielgruppe zwischen 18 und 29 Jahren und ist Teil des ARD & WDR Verbraucherportfolios. Inhaltlich geht es hier um Fragen wie »Zeitsparen am Flughafen«, aber auch um komplexere Themen wie das Erklären von »Wolkenfängern« zur Gewinnung von Trink- oder Gießwasser in trockneren Regionen. Im Rahmen dieser Arbeit wurde Annabell Thiel befragt, sie ist Redaktionsleiterin von »kugelzwei«. Thiel hat Musikwissenschaft studiert und ist ausgebildete Musikjournalistin. Als solche arbeitete sie einige Jahre freiberuflich. Seit 2020 arbeitet sie als Redakteurin und Formatentwicklerin beim WDR und bei funk.
- f. Der Podcast »Mission Klima – Lösungen für die Krise« ist ein konstruktives Format von NDR Info, das auch im Radioprogramm des

Norddeutschen Rundfunks gesendet wird. Die erste Folge erschien 2021. Redakteur:innen aus der Wirtschaftsredaktion besprechen hier Ideen für die Lösung der Klimakrise. »Es geht um Projekte und Ansätze, die wirklich etwas fürs Klima bringen – auch Konzepte aus dem Ausland werden unter die Lupe genommen« (Zitat der Redaktion). Eine Folge dauert etwa eine halbe Stunde; Themen sind etwa »Heizen mit Müll: Wie nachhaltig ist das?« oder »Größte Wärmepumpe ihrer Art – Esbjerg und das Meer«. Auch hier wechseln sich die Moderator:innen ab. Für diese Arbeit wurde Ines Burckhardt befragt. Sie ist stellvertretende Leitung der Abteilung »Hintergrund« beim NDR. Zuvor war sie viele Jahre lang Redakteurin bei NDR Info und ist seit dem Start Redakteurin und Reporterin bei »Mission Klima«. Burckhardt studierte Politik- und Wirtschaftswissenschaften. Über ein Fellowship bei der Financial Times verbrachte sie einige Monate in London. Später volontierte sie beim NDR und war dort in verschiedenen Redaktionen tätig, zuletzt in der Wirtschaftsredaktion von NDR Info.

- g. Mit seiner im vergangenen Jahr erschienenen Marke »Focus online Earth« will Focus online beziehungsweise Hubert Burda Media ebenfalls Fragen der Klimakrise diskutieren und nach Lösungen und Wegen aus der Krise suchen. Neben Autor:innen aus dem eigenen Haus trägt hier laut Redaktion auch ein Netzwerk aus Expert:innen aus der Forschung ihr Wissen bei. Aus der Redaktion befragt wurde Florian Reiter. Er ist Redaktionsleiter von »Focus online Earth«. Reiter begann seine journalistische Karriere bei einer Lokalzeitung. Danach studierte er Politikwissenschaften und arbeitete parallel als Musikjournalist. Im Anschluss volontierte er am Goethe-Institut im Bereich Kultur. Später begann er bei Focus online im Nachrichtenjournalismus, erst freiberuflich, dann festangestellt als Chef vom Dienst in verschiedenen Ressorts. Im Finanzressort schrieb er über Energie- und Klimathemen und wechselte mit der Gründung von »Focus online Earth« in diese Redaktion.

Bei den vorgestellten Redaktionen und Formaten handelt es sich um prominente und etablierte Beispiele des Konstruktiven Journalismus (vgl. Kramp & Weichert 2021). Es handelt sich hierbei um eine homogene Stichprobe, denn die Teilnehmer:innen weisen ähnliche Merkmale und Eigenschaften auf. Sie arbeiten in deutschen Medienhäusern als freiberufliche oder festangestellte Journalist:innen mit einer vergleichsweise guten beruflichen und finanziellen Sicherheit und praktizieren Konstruktiven Journalismus. Damit handelt es sich um gleichartige Fälle, die dafür geeignet sind, um die Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus als »Phänomen im Detail zu explorieren und zu beschreiben« (Schreier 2010: 243). Statt eines breiten Verständnisses lassen sich anhand dieser Auswahl vielschichtige, differenzierte und detaillierte Erkenntnisse gewinnen. Die befragten Journalist:innen bilden außerdem nahezu eine ausgeglichene Geschlechterverteilung ab, was der Übertragbarkeit zugutekommt. Die meisten von ihnen praktizieren parallel weiterhin herkömmlichen Journalismus. Zur Eingrenzung sollen keine Journalist:innen aus der obersten Führungsebene befragt werden (z. B. Chefredakteur:innen), sondern Praktiker:innen. Um die Vergleichbarkeit innerhalb der Stichprobe zu sichern, wurden ausschließlich Journalist:innen deutschsprachiger Formate befragt. Unterschiedliche Formatlängen ermöglichen differenzierte Einblicke in unterschiedliche Arbeitsweisen. Zudem sind durch die Auswahl von Online-, Social-Media-, Fernseh- und Audioformaten alle Ausspielwege berücksichtigt. Auch die Balance zwischen öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Kanälen ist gewährleistet. Diese Aspekte sollen zu einem größtmöglichen Erkenntnisgewinn und einer besseren Übertragbarkeit führen.

Die ausgewählten Redaktionen wurden mittels schriftlicher Anfragen per E-Mail kontaktiert, einige der befragten Journalist:innen aber auch direkt über persönliche Kontakte per Mail. Bei der Vereinbarung der Gesprächstermine wurde darauf geachtet, zwischen den einzelnen Interviews keine große Zeitspanne verstreichen zu lassen, damit die Voraussetzungen ähnlich bleiben. Die Interviews fanden deshalb größtenteils innerhalb einer Woche statt. Der Leitfaden war für die Befragten zu keinem Zeitpunkt einsehbar, sondern diente ausschließlich der Interviewerin als Orientie-

rung. Für jedes Interview war etwa eine Stunde angesetzt. Die Interviews fanden online per Videotelefonat statt, sieben von ihnen per Zoom und eins per Microsoft Teams (da für die interviewte Person einfacher). Da die meisten Interviews aufgrund von zu großer Entfernung virtuell stattfinden mussten, wurde dieses Setting, um gleiche Bedingungen für alle zu schaffen, für alle Interviews vereinbart. Zur Transparenz und Verständlichkeit fand zu Beginn eines jeden Interviews eine Kurzvorstellung der Interviewerin und der Arbeit samt dem Forschungsziel statt. Außerdem wurde die Frage der Anonymität geklärt. Alle Befragten werden im Rahmen dieser Arbeit ausschließlich in ihrer Rolle in der konstruktiven Redaktion befragt. Ihre Äußerungen können nicht automatisch auf ihre journalistische Tätigkeit im herkömmlichen Journalismus übertragen werden.

An dieser Stelle ist anzumerken, dass allein durch den persönlichen Kontakt während der Befragung ein Stichprobenbias entstanden sein kann. Außerdem könnten die Befragten in dem Wissen, dass sie namentlich genannt werden, Aspekte zurückgehalten und sich möglicherweise nicht allzu kritisch über ihren Arbeitgeber (Top-down) geäußert haben. Dies kann zu einer Verzerrung hinsichtlich der herauszufindenden Gründe und Motivationen für den Wechsel führen. Gleichwohl ist die Datenbasis für eine qualitative Studie ausreichend, zumal die begrenzte Quantität des Samples durch die tiefenanalytisch herausgearbeiteten Erkenntnisse über die Möglichkeiten der Erkenntnisgenerierung in quantitativen Erhebungen hinausreicht.

5 Ergebnisse: Analyse und Interpretation des Datenmaterials

Die zusammenfassende Analyse des Datenmaterials konzentriert sich auf die Anhaltspunkte, die für die befragten Journalist:innen für ihren Wechsel beziehungsweise ihre Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus ausschlaggebend waren.²⁴ Mit ihrer Entscheidung haben sie eine berufsbiografische Richtung in ihrer journalistischen Karriere eingeschlagen, die mit einem teilweise tiefgreifenden Wandel von Aufgaben und Gewohnheiten verbunden ist (vgl. Steinigeweg 2023: 13 ff.). Für die auf die Darstellung der Ergebnisse folgende Datenanalyse werden insbesondere auch die Wissensbestände der Verhaltensforschung herangezogen, um Handlungen, deren Motive und Nachhaltigkeit einzuordnen. Das Erkenntnisinteresse konzentriert sich zunächst darauf, wie sich die Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus aus subjektiver Sicht darstellt und was dazu geführt hat, die bisherige berufliche Praxis infrage zu stellen und mit dem Wechsel zum Konstruktiven Journalismus neue und – in Hinblick auf das journalistische Handwerk – teilweise unbekannte Wege zu gehen. Durch die Auswahl der interviewten Journalist:innen, die bereits

24 Im Rahmen dieser Arbeit wird immer wieder von einem Wechsel zum Konstruktiven Journalismus gesprochen. So ist es auch in der Kategorienbildung formuliert. An dieser Stelle ist anzumerken, dass damit auch diejenigen Befragten gemeint sind, die nicht völlig von der einen zur anderen Form von Journalismus gewechselt sind – und sich damit vom herkömmlichen Journalismus abgewandt haben –, sondern die lediglich eine Tätigkeit in einer konstruktiven Redaktion neben ihren weiterbestehenden Aufgaben im herkömmlichen Journalismus ausüben. Zum besseren Verständnis wird deshalb in dieser Arbeit gleichermaßen auch die offenere Formulierung der »Zuwendung« genutzt.

seit Jahren konstruktiv berichten und somit über umfangreiches Wissen zu den hier interessierenden Fragestellungen verfügen, konnten aus dem Datenmaterial valide und zuverlässige Aussagen generiert werden.

Zunächst werden die Ergebnisse der Befragung in Bezug auf die kodierten Einzelkategorien dargestellt. Im Anschluss werden sie für eine Filterung konkreter Faktoren sowie eine zentrale Weiterentwicklung der journalistischen Praxis gebündelt herangezogen.

5.1 Darstellung und Zusammenfassung der Befragungsergebnisse

Nachfolgend werden die Befragungsergebnisse zu den einzelnen Kategorien präsentiert. Damit soll ein Überblick über die Datenlage gegeben und gleichzeitig deren Bedeutung für Journalist:innen und Redaktionen im Zusammenhang mit dem Wechsel herausgestellt werden. Mit der deduktiven Ableitung der Kategorien aus den theoretischen Wissensbeständen, insbesondere der Verhaltensforschung, ist die Erwartung verbunden, dass die hier verwendeten Kategorien für eine tiefergehende Analyse des Datenmaterials hinsichtlich der Gründe, Motive und Nachhaltigkeit des Wechsels zum Konstruktiven Journalismus eine geeignete Grundlage darstellen: Die Untersuchung der Gründe sollte Aufschluss darüber geben, was zu einer Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus geführt hat und welche (inneren oder äußeren) Impulse hierfür den Ausschlag gegeben haben. Damit ist unmittelbar die Frage nach den Gewohnheiten verknüpft, die größtenteils den beruflichen (und privaten) Alltag bestimmen. Berufliche Wechsel bedeuten immer auch – vor allem zu Beginn –, eine Phase teilweiser Verunsicherung hinzunehmen, die zustande kommt, weil gewohnte Routinen aufgegeben oder verändert werden müssen. Warum also ist der Wunsch so stark, dass diese Unsicherheiten in Kauf genommen werden?

Mit den Gründen und Gewohnheiten wurden auch schon die damit verbundenen wesentlichen theoretischen Erklärungskontexte angesprochen: Die intrinsische Motivation folgt dem Wunsch nach Selbstbestimmung des Individuums und verkörpert damit sein individuelles Autonomieverständnis. Mit der extrinsischen Motivation soll der Blick darauf gerichtet

werden, inwieweit äußere Anreize den Impuls zur Zuwendung auslösen und sich mit deren subjektiver Bedeutung arrangieren können. Die identifizierte und integrierte Regulation eröffnen den Blick auf die Bedeutung extrinsischer Motivation als Verbindungselement für die Herstellung einer intrinsischen Annäherung und stellen nach Deci und Ryan die höchsten Formen der Selbstbestimmung in extrinsisch ausgelösten Entscheidungen zum Wechsel dar (vgl. 1993: 228). Das spielt vor allem eine zentrale Rolle, wenn es den Aspekt der Nachhaltigkeit solcher extrinsisch motivierten Wechsel zu untersuchen gilt. Die Karriereforschung hilft in diesem Zusammenhang zur Aufklärung über die Bedeutung beruflicher Karrieresteuerung aus Sicht der befragten Redakteur:innen. Die hier gewonnenen Erkenntnisse beantworten aus ganzheitlicher Perspektive der Befragten, inwieweit es seit der Zeit des Wechsels gelungen ist, die beruflichen Anforderungen mit den subjektiven Erwartungen und Zielen im neuen Job zu verknüpfen. Nach Deci und Ryan folgt die organismische Integration dem Bedürfnis des Individuums nach Verwirklichung von Selbstbestimmung und Autonomie und hängt hier unmittelbar mit einer erfolgreichen Verknüpfung von Individuum und Beruf ab. Der Habitus korrespondiert sehr eng mit dem Grad der subjektiven Übereinstimmung beziehungsweise mit der Annäherung an die Berufswelt – wobei zu überprüfen ist, inwieweit der Hysteresis-Effekt gerade in der Zeit des Übergangs vermeidbar ist. Über den Korruptionseffekt können sich unmittelbar oder zu einem späteren Zeitpunkt offene Berufswunschkonstellationen ergeben, die zu Wechselabsichten führen können. Im Folgenden werden nunmehr die Ergebnisse der Einzelkategorien im Überblick vorgestellt:

a. Gründe für den Wechsel

Die Gründe für den Wechsel sind wichtige Hinweise auf die Nachhaltigkeit der Entscheidung: Wurde der Wechsel wegen persönlicher oder beruflicher Probleme eingeleitet, ist dieser eigeninitiativ erfolgt oder lag ein interessantes Angebot vor, das ihn ausgelöst hat?

Drei von sieben Befragten berichten hinsichtlich ihrer Gründe, sich dem Konstruktiven Journalismus zuzuwenden, dass diese sowohl privaten als auch beruflichen Ursprungs waren. Unter privaten Gründen werden einerseits sowohl familiäre Ereignisse wie Geburt des Kindes, ein Orts-

wechsel etc. genannt, aber auch ein besonderes persönliches Interesse am Konstruktiven Journalismus (z. B. ausgelöst durch Tagungen, Lektüre usw.). Auffallend dabei ist, dass sich private und berufliche Impulse kombinieren und beide die Entscheidung beeinflusst haben: Bei der Hälfte der Journalist:innen waren nicht allein private Gründe ausschlaggebend – etwa, weil nach längerer Zeit einfach ein Wechsel angestanden hätte; andererseits wäre ohne externe Anreize durch eine Redaktion (mehr Geld, neue Aufgabe, interessanter Arbeitsbereich etc.) ein Wechsel zum damaligen Zeitpunkt offensichtlich nicht zustande gekommen. Bedeutsam ist hier, dass der Wunsch nach einer Tätigkeit im Konstruktiven Journalismus für die betreffenden Journalist:innen den Ausschlag zugunsten des Wechsels gegeben hat. Vier weitere Befragte berichten davon, dass ihre Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus in erster Linie über das Angebot einer Redaktion zustande gekommen ist: »Es war die tolle Position, wo es für mich Gelegenheit gab, das zu ergreifen [...]« (Interview 8, F.R., 89: 4–5).²⁵ Thiel berichtet, ein »beruflicher Aufstieg und Abwechslung« seien ausschlaggebend gewesen (Interview 5, A.T., 53: 22). Unter den Motiven findet sich aber auch Unzufriedenheit mit dem bisherigen Job oder gar der gesamten Branche des herkömmlichen Journalismus: »Für mich ist Konstruktiver Journalismus stärker als traditioneller Journalismus« (Interview 3, C.F., 27: 25 ff.). Zwei der befragten Journalist:innen geben an, dass sie sich in jedem Fall für das Konzept des Konstruktiven Journalismus interessiert haben; zwei weitere gaben hierzu an, sich wegen des interessanten beruflichen Angebots entschieden zu haben. Insgesamt zeigen die Antworten zu den Gründen des Wechsels, dass bei allen befragten Journalist:innen der Wechsel beruflich (mit-)bedingt war, jedoch bei drei Vierteln ein unmittelbares Interesse am Konzept des Konstruktiven Journalismus verbunden werden konnte. Insoweit kann angenommen werden, dass die Entscheidung für eine Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus nachhaltig und damit längerfristig wirksam ist. Die Frage, ob die Entscheidung nachhaltig ist, wird zu prüfen sein.

25 Alle Interviews wurden durchnummeriert und mit den jeweiligen Kürzeln von Vor- und Nachnamen der befragten Personen versehen. Dies dient auch zur Orientierung und Strukturierung der digitalen Transkripte dieser Untersuchung.

b. Gewohnheiten

Mit der Untersuchung von Gewohnheiten verbindet sich das Forschungsinteresse, die Bedeutung des beruflichen Wechsels für die Veränderungen der professionellen Routinen herauszuarbeiten. Da es sich bei Gewohnheiten um automatisierte – und damit internalisierte – Abläufe handelt, können Routinen auch nur unter besonderen Bedingungen abgelegt oder verändert werden (vgl. Duhigg 2012: 78). Dies hängt von der Intensität und von der Nachhaltigkeit einer einzelnen Gewohnheit ab. Dabei weisen die Antworten der Befragten darauf hin, dass aus deren Routinen wichtig sind, da sie Orientierung und Sicherheit geben. Als hilfreiche Routinen werden beispielsweise genannt: die Grundrecherchetechniken, etwa »nachfragen, nachrecherchieren, gegenchecken« (Interview 4, C.D., 35: 24), die fünf W-Fragen und der sogenannte Küchenzuruf, also die zentralen Aussagen eines Beitrags in ein bis zwei Sätzen herausstellen zu können (vgl. Interview 3, C.F., 24: 7 f.), »in kurzer Zeit Nachrichten und Themen zu durchdringen, von denen ich vorher noch gar keine Ahnung hatte« (ebd., 23: 41 f.), Abläufe wie Themenselektion und -aufbereitung, Komplexitätsreduktion, Quellencheck, Schnelligkeit (bei Eilmeldungen) und unter Zeitdruck zu arbeiten (vgl. Interview 2, K.W., 15: 39), aber auch den Aufbau einer Nachricht und Fokussierungskriterien. Reiter resümiert, insgesamt sei das ganze (journalistische) Handwerk »ein Stück weit immer Fließbandarbeit« (Interview 8, F.R., 84: 15). Man lerne, ein »Gespür [zu] entwickeln für Geschichten« und wie man sie – im Sinne eines guten Storytellings – erzählt (Interview 5, A.T., 49: 40). Meuser sieht einen weiteren Vorteil in Routinen: zu lernen, »so on the long run mit schlechten Nachrichten umgehen« und den Kern der Nachricht mit Distanz richtig vermitteln (Interview 1, M.M., 2: 13; 29). Vor allem aber auch die Problemorientierung und bei der Problembeschreibung zu bleiben, ist Teil der journalistischen Gewohnheit der meisten Befragten.

Für alle Befragten sind Gewohnheiten eine wichtige Grundlage für das berufliche Alltagshandeln. Gleichzeitig geben sechs Journalist:innen an, dass mit dem Wechsel zum Konstruktiven Journalismus auch eine erhebliche Verunsicherung verbunden war und teilweise noch ist: So schien die Übertragung des Konzepts aus der Theorie in die Praxis ungewohnt. Über »plan b« berichtet Dezer, »unsere große Unsicherheit war, wie wir

es am besten erzählen« (Interview 4, C.D., 41: 4). Wie eine lösungsorientierte Berichterstattung und das Format selbst in der Praxis aussehen, die Gewichtung von Problem und Lösung, scheint für viele der befragten Journalist:innen in ihren konstruktiven Anfängen also eine Herausforderung zu sein – laut Fahrenbach auch, weil es »insgesamt noch eine große Unsicherheit in der Begrifflichkeit gibt« (Interview 3, C.F., 33). Eine Anleitung für konstruktives Berichten gibt es bisher nicht. Diese Unsicherheit zeigt sich für Meuser auch hinsichtlich der Themenaufbereitung: »Ja, es gibt manchmal halt einfach Themen, [...] da was Positives zu finden, ist extrem schwer«, etwa bei den Auswirkungen des Klimawandels (Interview 1, M.M., S. 8). Eine weitere Unsicherheit bei der Entscheidung, sich dem Konstruktiven Journalismus zuzuwenden, ist laut Dezer auch das Image des Ansatzes:

Es waren Unsicherheiten, ganz große Unsicherheiten. Weil der lösungsorientierte Journalismus damals [...] diese rosarote Schönfärberei [...] hatte. Ich habe auch von ein paar Kollegen einen Anruf bekommen, die gesagt haben: Was machst denn du da jetzt? Das war die eine Unsicherheit. Ist das jetzt die richtige Entscheidung, in diese leichtere Welt zu gehen, wie viele gesagt haben, in diese positivere Welt? (Interview 4, C.D., 40: 28 ff.)

Das bestätigt auch Fahrenbach und möchte den Ansatz anders verstanden wissen: »Ich finde, Konstruktiver Journalismus wird noch sehr oft verstanden, als ginge es nur darum, Gute-Laune-Artikel zu schreiben« (Interview 3, C.F., 26: 17 f.).

Insgesamt berichten sechs von sieben Befragten von Unsicherheiten hinsichtlich der konstruktiven Berichterstattung. Diese Aussagen verweisen auf ein hohes Maß an Verunsicherungen, die der Wechsel mit sich bringt. Dies gilt insbesondere in der Anfangsphase, der Zeit des Übergangs. Deren Dauer lässt sich nicht exakt benennen, weil sie einen individuellen Faktor darstellt, der abhängig ist von den gelingenden Aneignungsprozessen eines veränderten Routinehandelns. Dieser Faktor korrespondiert wiederum mit den logistischen Unterstützungsbedingungen durch die Redaktion und der eigenen Offenheit dem Konzept gegenüber.

c. Intrinsische Motivation

Der subjektive Wertekompass und das Streben nach selbstbestimmtem Handeln sind zentrale Kennzeichen der intrinsischen Motivation. Sie folgt den Grundbedürfnissen des Menschen nach persönlicher Wirksamkeit und Autonomie sowie dem Wunsch nach sozialer Integration (vgl. Deci & Ryan 1993: 223 ff.). Alle der sieben Befragten bejahten die Frage, ob sie das Gefühl hätten, selbstbestimmt arbeiten zu können. Wenn ein Handeln wie die Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus intrinsisch motiviert ist, dann kann von einer hochgradigen Identifikation des Individuums mit der neuen Aufgabe ausgegangen werden. Das Datenmaterial zeigt, dass alle Befragten eine mehr oder weniger stark ausgeprägte intrinsische Motivation hinsichtlich ihrer Zuwendung zu Konstruktivem Journalismus angeben.

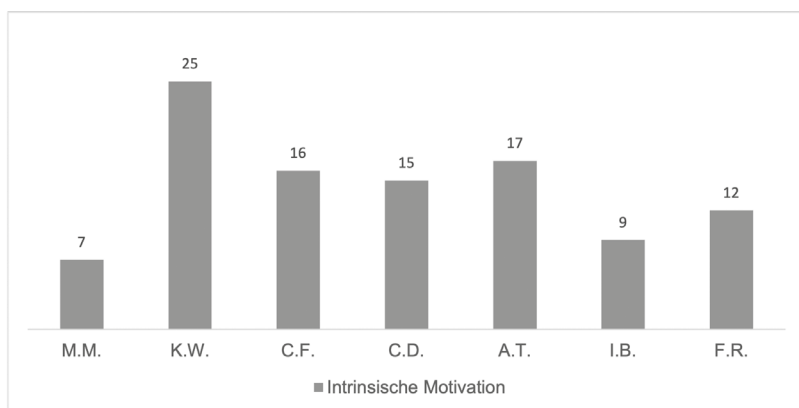


Abbildung 6: Ausprägung der intrinsischen Motivation bei den befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)

Ein Großteil bringt im Zusammenhang mit dem Wechsel eine relativ hohe intrinsische Motivation ein, die eine große Übereinstimmung des subjektiven Normen- und Wertesystems mit dem Konzept des Konstruktiven Journalismus belegt. Am häufigsten kodiert wurde die intrinsische Motivation bei Wiegmann von Perspective Daily. Wiegmann begeistert das »Evidenzbasierte und auch diese Herangehensweise, den Protagonisten nicht als Opfer zu begreifen [...], sondern immer zu gucken: Wel-

che Ressourcen haben Menschen eigentlich, um Probleme zu lösen?« (Interview 2, K.W., 14: 11 ff.). Für Wiegmann ist Beruf gleich Berufung und »lässt sich schwer von den anderen Teilen meiner Identität ablösen« (ebd. 13: 7 f.). Der berufliche Anreiz liegt vielmehr in ihr selbst, denn sie »möchte Journalismus machen, der Positives zur Gesellschaft beiträgt« (ebd. 21: 19). Berufung ist für vier der Befragten der Beruf der Journalistin beziehungsweise des Journalisten.

Ähnlich wie Wiegmann betont auch Meuser die persönliche Wichtigkeit des lösungsorientierten Blicks auf Probleme und Menschen: »Ich möchte [...] dem Zuschauer zeigen, es gibt ganz viele Möglichkeiten, also lohnt es sich nicht, den Kopf in den Sand zu stecken, sondern selbst auch ein bisschen aktiv zu werden« (Interview 1, M.M., 9: 36 ff.). Ihm reichte außerdem irgendwann nicht mehr das »reine Deskriptive mit all den schlechten Nachrichten« (ebd. 4: 4). Die Motivation zur Handlungsaufforderung und ihr Publikum zu motivieren, ist auch für Ines Burckhardt wichtig (vgl. Interview 7, I.B., 77: 27). Für Reiter ist die intrinsische Motivation Voraussetzung, um seinen Beruf überhaupt ausüben zu können, er »leide [...] wie ein Hund, wenn ich Sachen mache, wo ich keinen Sinn darin sehe oder die mir keine intrinsische Freude bereiten« (Interview 8, F.R., 84: 40 f.). Fahrenbach stellt bezüglich des Konstruktiven Journalismus sogar fest: »Es ist the only way to be« (Interview 3, C.F., 32: 16). Gemeinsam mit Thiel und Dezer weist Fahrenbach ebenfalls eine relativ hohe intrinsische Motivation auf. Für Dezer ist der Konstruktive Journalismus ein Antrieb, der die Gesellschaft »enorm nach vorne bringen kann. Visionäre, Pioniere, all die Menschen, die sich mehr als das Tägliche an Gedanken machen. Das finde ich sensationell« (Interview 4, C.D., 37 f.: 42 ff.). Thiel betont dabei vielmehr ihren Beruf als Leidenschaft, die ihr viel Freude bereitet (Interview 5, A.T., 50: 18 ff.). Sie schätzt die »Freiheit des Ausprobierens« (ebd. 49: 22) und auch mal das »System zu hinterfragen« (ebd. 50: 11).

Vier von sieben Befragten berichteten davon, ihr Interesse am Konstruktiven Journalismus sei vor und nach der Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus gleich hoch geblieben. Außerdem gaben fünf von sieben befragten an, ihre Stärken im Konstruktiven Journalismus einsetzen zu können: »Also ich bin ein sehr begeisterungsfähiger Mensch und das kann ich dann mal zeigen. Das kann man sonst eigentlich nie zeigen

im Journalismus, weil das immer gleich als mangelnde Distanz gewertet wird« (Interview 7, I.B., 77: 19 ff.). Über ihre Arbeit sagen zudem vier der Befragten zusammenfassend, sie sei geprägt von Unabhängigkeit und eigener Überzeugung.

Personen, die eine hohe intrinsische Motivation aufweisen, erzählten außerdem über sich, offen und neugierig zu sein und große Freude daran zu haben, sich in Themen einzuarbeiten und verschiedene Perspektiven gegenüberzustellen (vgl. Interview 2, K.W., 13: 13 ff.; vgl. Interview 3, C.F., 23: 41 f.; vgl. Interview 4, C.D., 35: 34).

d. Extrinsische Motivation

Der Einfluss äußerer Anreize auf den Wechselwunsch steht hier im Vordergrund. Hierunter werden ausschließlich jene externen Anreize verstanden und kodiert, die den Ausschlag für die Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus gegeben haben oder den Anreiz bilden, dabei zu bleiben. Sie werden im wissenschaftlichen Diskurs zunächst als fremdbestimmte Motivgründe eingeordnet – der Wechsel kommt durch äußere Impulse oder Gelegenheiten zustande und wird durch diese bestärkt.

Drei der sieben Befragten berichten, dass sie durch das Angebot der Redaktion beziehungsweise des/der Vorgesetzten den Wechsel beziehungsweise die Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus eingeleitet haben (A.T., I.B., F.R.). Dabei geben sie an, dass sich vor allem die Rahmenbedingungen als sehr unterstützende herausgestellt haben: Dazu gehört ein wertschätzendes Feedback durch Redaktion, Team und Rezipient:innen zu den Kernmerkmalen, die Redakteur:innen als besondere Anreize für ihr längerfristiges berufliches Engagement angeben. So berichtet beispielsweise Thiel über »tolles Feedback aus der Zielgruppe« (Interview 5, A.T., 57: 7).

Für die Befragten gehe es aber nicht nur um das Feedback des Publikums, sondern genauso auch um das innerhalb der eigenen Redaktion und aus dem eigenen Haus – zum Beispiel bei NDR Info:

Von den Chefredakteuren bei uns habe ich total das Gefühl, dass sie dahinterstehen und das superwichtig finden [...]. Und das ist natürlich toll, so eine Rückmeldung zu bekommen [...]. Das ist

schon auch wichtig, dass man weiß, die Chefs stehen dahinter, die treten dafür ein. (Interview 7, I.B., 81: 20 ff.)

Das begünstige auch, sich an so einen neuen Ansatz im Journalismus heranzutrauen, berichtet Burckhardt: »Das hat schon auch dazu beigetragen, dass ich das zum einen gesehen habe und zum anderen auch dachte, ja, da stehen alle dahinter« (Interview 7, I.B., 79: 27 f.). Die Relevanz der Unterstützung im Haus betont auch Dezer: »Das merke ich daran, dass ich [...] freie Hand habe, sowohl bei meiner Hauptredaktionsleitung als auch bei der Chefredakteurin« (Interview 4, C.D., 46: 30 f.). So werde er auch nach seinem Know-how gefragt, wenn es um das Implementieren von Konstruktivem Journalismus in anderen Redaktionen und Formaten des ZDF gehe (vgl. ebd. 31 ff.).

Konstruktives Arbeiten und Berichten mache auch »was mit einer Teamdynamik. Die ist dann vielleicht eine Schippe positiver als in anderen Redaktionen«, berichtet Thiel (Interview 5, A.T., 52: 4 f.). Das mache viel aus.

Aber auch die Auswirkungen, die ihre journalistischen Produkte auf ihr Publikum hätten, motivierten die Befragten. Es sei ein gutes Gefühl, »wenn ich höre, dass unsere Mitglieder aufgrund eines Artikels angefangen haben, sich politisch zu engagieren« (Interview 2, K.W., 21: 36 f.). Auch zu bemerken, dass ihre Arbeit Auswirkungen auf die Branche hat, sei ein Motivationsfaktor. Ansätze des Konstruktiven Journalismus, stärker auf die Bedürfnisse des Publikums einzugehen, finden sich sogar in der Tagesschau. »Da wird viel mehr kontextualisiert als früher. Das ist viel weniger eine bürokratische Sprache, dafür haben sie auch weniger Themen zum Beispiel« (Interview 3, C.F., 32: 10 ff.).

Motivieren und bestätigen würden aber auch die Zahlen, erklärt Reiter: »Man merkt an einer gewissen Reichweite, die wir erzielen, dass es schon wertgeschätzt wird. Sie ist besser, als wir uns jemals ausgemalt hätten« (Interview 8, F.R., 94: 6 ff.). Auch Dezer, Burckhardt und Fahrenbach berichten von der Relevanz der Nutzer:innenzahlen. Keine:r der Befragten weist eine auffallend hohe beziehungsweise häufig kodierte extrinsische Motivation auf. Insofern ist hier eine Darstellung im Diagramm nicht sinnvoll.

e. Identifizierte und integrierte Regulation

Die vorab beschriebene Kategorie der extrinsischen Motivation kann bei Akzeptanz durch das subjektive Wertesystem in den veränderten beruflichen Bedingungen (Konzept des Konstruktiven Journalismus) zu einem Selbstbild beitragen, das mit der identifizierten Regulation (Konzept wird als unterstützenswert erachtet) oder aber der integrierten Regulation (volle Übereinstimmung der Arbeitsinhalte mit dem individuellen Normen- und Wertemuster) zu einer hohen Identifikation im Verlauf der Berufsphase führt. Die Unterscheidung zur intrinsischen Motivation ist dadurch gekennzeichnet, dass die (völlige) Übereinstimmung bereits vor dem Wechsel vorhanden ist, während die beiden Regulationsvarianten der extrinsischen Motivation erst in der Phase der Annäherung erfolgen. Vier von sieben Befragten weisen eine vergleichsweise hohe identifizierte beziehungsweise integrierte Regulation auf.

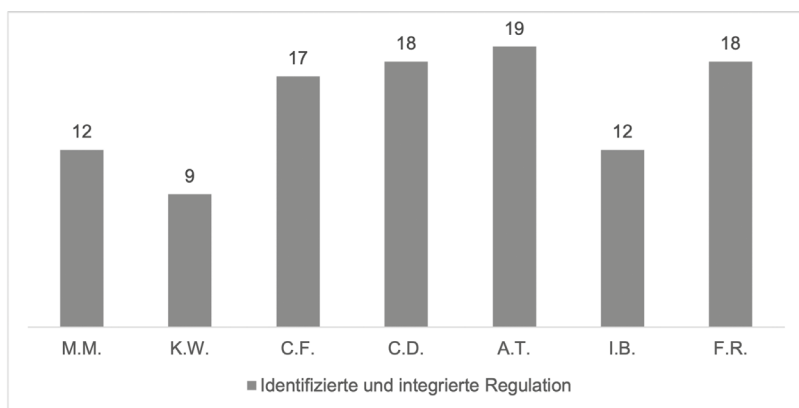


Abbildung 7: Ausprägungen der identifizierten und integrierten Regulation bei den befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)

Bei Thiel wurde die Kategorie am häufigsten kodiert. Für sie hat sich die Zufriedenheit in ihrem Beruf gesteigert und auch ihr Interesse am Konstruktiven Journalismus sei »viel größer geworden [...]. Ich fand den Ansatz supergut und klug und dachte, ich kann mich damit identifizieren [...]. Und jetzt finde ich es super krass, mich mit [...] Zukunftsdynamiken zu beschäftigen« (Interview 5, A.T., 55 f.: 43 ff.). Vom Konzept des Konst-

ruktiven Journalismus sei sie begeistert gewesen und habe sich mit dem Antritt ihrer Stelle als Redaktionsleitung (externer Anreiz) bei »kugelzwei« sofort inhaltlich eingearbeitet (vgl. ebd. 54: 32). Obgleich ihr die lösungsorientierte journalistische Herangehensweise anfangs schwergefallen sei, habe sie gemerkt, »wie man da nach wenigen Wochen eigentlich gut rein kommt, wenn man sich drauf einlässt« (ebd. 53: 11 ff.). Dabei identifiziere sie sich auch mit ihrer Position, denn »als Redaktionsleitung kann man natürlich die Vision für das, was wir tun, in der Art, wie wir Konstruktiven Journalismus machen, maßgeblich prägen«, das bereite ihr Freude (ebd. 54: 37 ff.).

Ebenfalls häufig kodiert wurde die identifizierte und integrierte Regulation bei Dezer, Reiter und Fahrenbach. Was Dezer besonders angesprochen habe sei,

dass es auf der Welt von so vielen Menschen Alternativen gibt. Als ich damit angefangen habe, habe ich gedacht: Okay, jetzt musst du einmal schauen, was es alles an Lösungen gibt. Relativ schnell habe ich festgestellt: Ach, du Schande, es gibt wirklich so viele Menschen, die sich mit Lösungsansätzen, mit konstruktiven Ideen, mit Neuanfängen und mit Alternativen beschäftigen. Dass man eigentlich völlig überrascht ist, dass die nie zutage treten, dass die nie auftauchen, dass man von denen nie hört und dass man von denen nichts sieht. (Interview 4, C.D., 37: 33 ff.)

Als ursprünglicher investigativer Journalist habe Dezer außerdem gemerkt, dass konstruktiv durchaus auch kritisch sein könne und müsse (vgl. ebd. 43: 12 ff.).

Auch Fahrenbach könne im Konstruktiven Journalismus immer mehr seine Interessen verfolgen und sich damit identifizieren: »Mich interessiert es, neue Situationen zu durchdringen, neue Menschen kennenzulernen, deren Motivation zu verstehen und das so neu zu verpacken, dass es anderen Menschen helfen kann, dass es andere Menschen weiterbringt« (Interview 3, C.F., 24: 23 ff.). Dennoch merkt Fahrenbach an, dass sich noch einiges tun müsse, denn der Konstruktive Journalismus sei derzeit noch wie »eine Verpackung, die gut funktioniert bei Konferenzen im

Moment und die noch mit Leben gefüllt werden muss« (ebd. 25: 14 f.). Bei Reiter wird die identifizierte und integrierte Regulation auch im Vorher-Nachher-Vergleich deutlich. So habe er anfangs über den Konstruktiven Journalismus gedacht: »Was ist das für ein Quatsch? Ich hatte es damals als Wischiwaschi-Wohlfühl-Journalismus verstanden, der versucht, Probleme zu verschweigen [...]. Mit der Zeit lernt man auch dazu [...]. Insofern ist die Begeisterung auf jeden Fall gewachsen« (Interview 8, F.R., 92: 19 ff.). Das sei ein großer Lernprozess gewesen (vgl. ebd. 87: 17). Inzwischen nehme er sogar an, er werde den konstruktiven Ansatz auch nach seiner Tätigkeit für »Focus online Earth« in seine Arbeit integrieren (vgl. ebd.).

Am wenigsten kodiert wurde die Kategorie der identifizierten und integrierten Regulation bei Wiegmann. Sie habe auch vor ihrer Tätigkeit bei Perspective Daily schon konstruktiv gearbeitet, ohne diese Begrifflichkeit zu kennen, findet sie (vgl. Interview 2, K.W., 14: 8 ff.).

Von einer Änderung seines Verhaltens beziehungsweise Arbeitens in seiner Tätigkeit als Journalist durch die Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus berichtet auch Meuser. Das zeige sich dadurch, dass er auch abseits seiner Tätigkeit für das »Klima Update« den konstruktiven Blick integriere. So betonte er am Ende jeder Ausgabe von »RTL aktuell«, die er moderiert: »Und ganz wichtig, bleiben Sie optimistisch« (Interview 1, M.M., 11: 40).

Über den Konstruktiven Journalismus und das »Klima Update« habe er gemerkt, wie wichtig dieser Ansatz sei: »Das hat sich bei mir wirklich bestätigt. Also, Optimismus ist eine Kernaufgabe, eine Kernpflicht für jeden guten konstruktiven Journalisten« (ebd. 12: 5 f.).

Sowohl die identifizierte als auch die integrierte Regulation stellen bei den extrinsischen Motivationsformaten den größten Grad an Selbstbestimmung dar. Alle drei Befragten mit extrinsisch herbeigeführten Wechselimpulsen haben im Lauf der Zeit (nach Tagen, Wochen oder Monaten) einen intrinsischen Bezug herstellen können.

f. Karriereplanung

Die Motivation zum Wechsel wird durch berufliche Impulse beeinflusst und die persönliche Karrieresteuerung hierdurch ausgerichtet. Dabei ergeben sich auf den ersten Blick Überschneidungen zur extrinsischen

Motivation (Anreiz durch externe Impulse) und zur organismischen Integration. Allerdings ist hier danach zu differenzieren, inwieweit die individuelle Verortung im beruflichen Prozess als sinnvoll oder als veränderungsbedürftig für die individuelle Berufskarriere eingeordnet wird. Um die Karriereplanung abgrenzen zu können, werden im Rahmen dieser Arbeit hauptsächlich extrinsische Aspekte betrachtet.

Besonders häufig kodiert wurde die Kategorie der Karriereplanung bei Wiegmann und Fahrenbach.

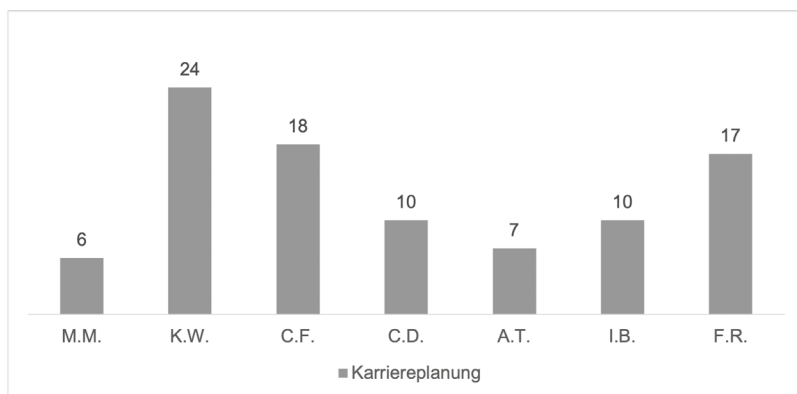


Abbildung 8: Ausprägung der Kategorie Karriereplanung bei den befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)

Beide berichten von wenig Hierarchien und einer anderen, unkonventionelleren Redaktionsstruktur. So gebe es bei Perspective Daily »keine klassische Chefredaktion und eine andere Art von Themenkonferenz: Wir entscheiden gemeinsam [...] in einer demokratischen Abstimmung, bei der alle die Augen geschlossen halten, um sich nicht gegenseitig zu beeinflussen« (Interview 2, K.W., 18: 15 ff.). Sobald auf diese Weise Artikel und Themenideen besprochen sind, bekommt jede:r Mitarbeitende »für ihren Artikel einen Buddy zugewiesen, also eine Person, mit der Ideen ausgetauscht und zusammengearbeitet werden kann« (ebd. 31 ff.). Auch bei der Einarbeitung habe es von der Redaktion viel Rückhalt gegeben. So gab es neben Literaturlisten zu dem Thema auch Unterstützung durch die Gründer:innen (vgl. ebd. 17: 4 f.). Vor allem die Interdisziplinarität

der Redaktion empfand Wiegmann diesbezüglich als bereichernd (vgl. ebd. 17: 14 ff.). So habe man sich gegenseitig ein- bis zweimal die Woche Workshops zu unterschiedlichen Themen gegeben (vgl. ebd.). Dieses Umfeld und das selbstbestimmte Arbeiten sorgten auch dafür, dass sie – obwohl die Redaktion nicht über große finanzielle Mittel verfüge – weniger gewillt sei, wieder zu gehen. »Bisher bin ich immer wieder zu dem Schluss gekommen, dass das für mich stimmt, dass ich finanzielle Einbußen in Kauf nehme oder ein niedrigeres Gehalt für all diese positiven Aspekte auf der Habenseite« (ebd. 20: 7 ff.). Die Freiheit im autonomen Arbeiten sowie das Vertrauen der Redaktion und potenzieller Vorgesetzter in die eigene Arbeit empfinden auch Fahrenbach, Thiel, Dezer und Reiter als großen Pluspunkt. Fahrenbach betont, »Konstruktiver Journalismus durch dieses Zentrierte auf die Nutzerbedürfnisse hat weniger Dünkel, und das ist mir total wichtig« (Interview 3, C.F., 28: 24 f.). In der Redaktion fühle er sich wohl, denn da »ist schon eine Gruppe an Menschen, die die gleiche Form von neuem Journalismus im Kopf haben« (ebd. 32: 37 f.). Insgesamt erlebe Fahrenbach den Umgang miteinander, auch zwischen den Leser:innen, als sehr respektvoll (vgl. ebd. 26: 11). Auch Reiter beschreibt das Verhältnis in der Redaktion und dem Unternehmen als sehr unterstützend und unabhängig. »Dort sind auch alle sehr debattierfreudig. Das ist auch etwas Gutes. Ich wurde aber noch nie von irgendetwas abgehalten oder gestoppt oder sonst etwas« (Interview 8, F.R., 91: 2 ff.). Das galt auch, bevor er seine Tätigkeit angetreten hatte: »Ich wurde hinzugezogen in dieser Konzeptionsphase, in den ersten Workshops, die wir dazu hatten [...]. Es wurde mir offengelassen, ob ich an dem Ende des Tages auch mitmachen möchte oder nicht« (ebd. 92: 1 ff.).

Fünf von sieben Journalist:innen sind mit ihrer aktuellen Integration in die Redaktion teilweise hoch zufrieden: Sie fühlen sich unterstützt und wertgeschätzt, die Einarbeitung war für sie zuverlässig organisiert und inhaltlich qualifiziert; ebenso positiv wird die Betreuung durch Mentor:innen beziehungsweise Kolleg:innen eingeschätzt.

g. Habitus und Hysteresis-Effekt

Wie ein Mensch sich selbst in Beziehung zu seinem Umfeld sieht, bringt er im Habitus zum Ausdruck. Dieser hat, wie bereits herausgestellt, gerade

im Journalismus eine hohe Relevanz, weil Kontakte geknüpft, Vertrauen hergestellt und Akteur:innen aus sehr unterschiedlichen Kontexten für die Informationsgewinnung motiviert werden müssen. Im beruflichen Habitus spiegeln sich sowohl diese persönlichen als auch die journalistisch-professionellen Erfahrungen. Veränderungen im beruflichen Milieu haben Auswirkungen auf den Habitus. Dabei kommt es zu einer Verzögerung zwischen den neuen beruflichen Tätigkeiten und ihrer Antizipation durch den Habitus. Diese Ungleichzeitigkeit beschreibt der Hysteresis-Effekt (vgl. Bourdieu 1987: 112 ff.; vgl. Lueg 2012: 104).

Für sechs der sieben Befragten gilt, dass sie ihre ersten journalistischen Erfahrungen im Lokaljournalismus gesammelt haben (M.M., C.F., K.W., C.D., A.T., F.R.). Meuser, Fahrenbach und Thiel berichten außerdem von Tätigkeiten bei der Schülerzeitung – ihr berufliches Selbst hat sich also schon in der Jugend entwickelt. Für drei der acht Befragten war der Weg zum Beruf des Journalisten nicht geradlinig: Fahrenbach studierte Betriebswirtschaft und traute sich erst später, den Traum des Journalistenberufs zu verfolgen (vgl. Interview 3, C.F., 23: 11 f.). Auch Dezer wollte eigentlich Medizin studieren, hat dann aber schnell den Weg des Journalisten eingeschlagen (vgl. Interview 4, C.D., 35: 8 ff.). Reiter hat eine berufliche Zwischenstation im Bereich Public Relations gemacht (vgl. Interview 8, F.R., 82: 42f.). Die übrigen Befragten hatten zwar im Kindes- und Jugendalter verschiedene Berufswünsche, dann aber schnell als klares Ziel den Traumberuf des/der Journalist:in vor Augen. Hinsichtlich ihrer Ausbildung hat die Mehrheit (fünf von sieben) ein Studium absolviert, einer davon im Fach Journalismus. Volontiert haben drei der sieben Befragten (C.D., I.B., F.R.). Bezüglich ihres Selbstbildes begreift sich Wiegmann »als Zukunftsforscherin oder Entdeckerin« (Interview 2, K.W., 13: 29). In seiner Berufsrolle als konstruktiver Journalist begreift sich Meuser als Vermittler (vgl. Interview 1, M.M., 7: 25). Ähnlich beschreibt es Burckhardt (vgl. Interview 7, I.B., 80: 3 ff.). Dezer war in Krisen- und Kriegsgebieten, war als Nachrichtenredakteur und als investigativer Journalist tätig. Er beschreibt, welche Relevanz berufliche Erfahrungen in anderen – nicht konstruktiven – Bereichen haben, um sich auf das Neue einzulassen: »Mit diesem Grundwissen kann man sich auf eine neue Form der Berichterstattung einlassen und das Gelernte umsetzen [...] und daraus

eine Mischung machen« (Interview 4, C.D., 42: 30 ff.). Aber nicht nur das Selbstbild, sondern auch das individuelle Bild vom Beruf des Journalisten und vom Journalismus selbst ist Teil des Habitus. Reiter vergleicht ihn mit einer dunklen Höhle:

Du würdest gerne wissen, was ist in dieser Höhle alles darin. Was wohnen dort für gefährliche Tiere? Welche verschiedenen Pfade gibt es, die ich gehen kann? Gibt es hier giftige Pilze? Schlage ich mir irgendwo den Kopf an oder so etwas? Der Job des Journalismus ist ein bisschen, eine Lampe hineinzuhalten. Es kann auch manchmal eine Lampe sein, die ein viel zu kleines Licht hat. Dann erkennt man weniger als vorher. Es kann auch irgendwo hin leuchten, was nichts bringt. Im besten Fall ist es aber eine Lampe, die zum Beispiel irgendetwas Relevantes zeigt, das du für dein Leben in der dunklen Höhle gebrauchen kannst. (Interview 8, F.R., 85: 22 ff.)

Die Lampe könne man als konstruktiver Journalist nach Ansicht von Reiter genauso hinhalten – nur eben mit der zusätzlichen Frage »Wie weiter?« (ebd.: 38).

Für das konstruktive Berichten sprechen Burckhardt und Wiegmann auch die Relevanz der journalistischen Haltung an. So beschreibt Wiegmann die Lösungsorientierung als gewinnbringende Haltung, »die sich, glaube ich, auch auf alle Lebensbereiche überträgt« (Interview 2, K.W., 15: 1 f.). Burckhardt empfindet die Haltung als konstruktive Journalistin als verändert, offener und zugewandter – »und das ist erstmal sehr, sehr ungewohnt für mich gewesen« (Interview 7, I.B., 76: 1 ff.). Hier zeigt sich der Hysteresis-Effekt, den auch Thiel beschreibt: »Ich finde, es ist ein bisschen wie so ein Muskel. Weil wenn du jahrelang trainiert hast, vom Problem aus zu denken, dann muss man die andere Richtung auch irgendwie erstmal ein bisschen trainieren, sich da auch so ein bisschen eingrooven« (Interview 5, A.T., 53: 5 ff.). Das sei ihr am Anfang schwergefallen (vgl. ebd.). Von diesem Umdenken berichtet auch Reiter (vgl. Interview 8, F.R., 87: 24 f.). Dezer empfindet das allerdings nicht als »Mehraufwand, sondern [...] als Umstellung in der Arbeitsweise. Hin zu einem anderen Blickwinkel, der dann zur selbstverständlichen journalistischen Tätigkeit wird« (Interview 4, C.D., 39: 9 ff.).

h. Korruptionseffekt

Wird der Wechsel zum Konstruktiven Journalismus ausschließlich oder hauptsächlich über externe Anreize (Geld, Status etc.) ausgelöst und folgt im weiteren Berufsverlauf keine intrinsische Annäherung zu Leitbild und Konzept, kann dies insbesondere beim Wegfall des äußeren Anreizes zu einem erneuten Wechsel beziehungsweise einem Abwenden der Person vom Konstruktiven Journalismus führen. Allerdings bedeuten Korruptionseffekte weder, sich etwas vorzumachen noch, sich generell von einer Redaktion abwenden zu wollen. Vielmehr liefert diese Kategorie Hinweise auf die Nachhaltigkeit des Interesses und der Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus. Im Rahmen der Befragung lässt sich der Korruptionseffekt am deutlichsten anhand der Frage feststellen, ob die Befragten für ein finanziell reizvolleres Angebot wechseln und sich damit vom Konstruktiven Journalismus abwenden würden. Insgesamt wurde bei drei der sieben Befragten ein Korruptionseffekt in niedriger Ausprägung kodiert (A.T., I.B., C.D.). Sie würden sich also vom Konstruktiven Journalismus abwenden, allerdings müssten dafür *andere* zentrale Aspekte stimmen: »Teamstrukturen, da müssen spannende Führungsaufgaben sein. Also vielleicht ein spannender Change-Prozess, der ansteht [...]. Oder eine spannende inhaltliche Transformation, die ansteht« (Interview 5, A.T., 56: 15 ff.). Ähnliches berichtet Dezer, für den es »noch zwei, drei Bereiche im Journalistischen [gibt], dort würde ich mir vorstellen können, auch noch einmal für drei, vier Jahre etwas anderes zu machen. Aber nicht aus finanziellen Gründen, sondern einfach wegen des Reizes des journalistischen Neulands« (Interview 4, C.D., 45: 32 f.). Auch Burckhardt schließt einen Wechsel nicht aus, betont aber, den Ansatz des Konstruktiven Journalismus mitzunehmen (vgl. Interview 7, I.B., 81: 7 f.). Etwas höher ist die Ausprägung des Korruptionseffektes bei Reiter: »Ich glaube tatsächlich, das, was ich jetzt mache, ist nichts, was ich ewig machen sollte. Besonders in dem Bereich Klima ist es auch gut, wenn immer wieder einmal neue Stimmen nachkommen. Ich will dort nicht 20 Jahre kleben bleiben« (Interview 8, F.R., 92: 30 ff.).

i. Organismische Integration

Mit der organismischen Integration verbindet sich die Vorstellung, dass diese einem natürlichen, im Menschen angelegten Bestreben wurzele, sich mit seinen Bedürfnissen und persönlichen Ressourcen in einen dialektischen Austauschprozess mit dem sozialen und beruflichen Umfeld zu begeben. Je mehr diese Dialektik vom Individuum als selbstbestimmt und mitgestaltend erlebt wird, umso deutlicher ist die motivationale Haltung intrinsisch und umso mehr handelt es sich um den Beleg für eine organismische Integration. Im Datenmaterial zeigen sich organismische Prozesse in der Verzahnung von subjektiven Norm- und Werteinteressen mit den beruflichen Leitzielen und Erwartungen an Journalist:innen. Eine hohe organismische Integration weisen Dezer, Thiel, Reiter und Burckhardt auf.

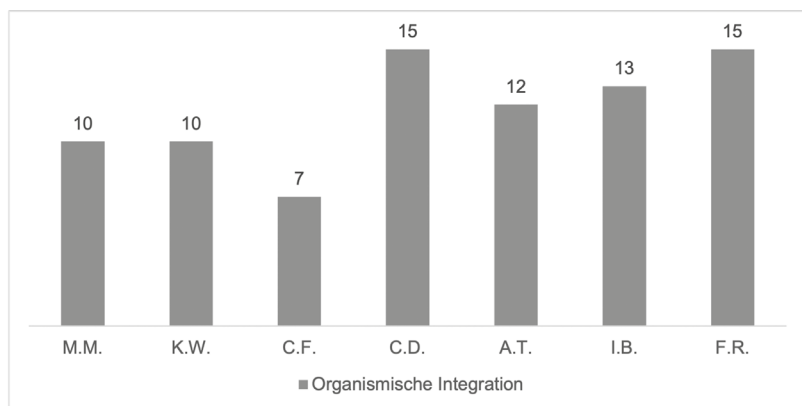


Abbildung 9: Ausprägungen der organismischen Integration bei den befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)

Durch die Verinnerlichung des Konzepts des Konstruktiven Journalismus verspüren Meuser, Thiel und Fahrenbach eine hohe Selbstwirksamkeit – Ähnliches berichtet auch deren Publikum selbst. Dezer beschreibt dabei die Auswirkungen des Konstruktiven Journalismus auf seine Person, denn er merke, wie man konstruktiv auch unabhängig von der Arbeit »andere Momente auslösen kann« (Interview 4, C.D., 38: 2). So habe er festgestellt, wie er inzwischen bei Diskussionen im eigenen Freundeskreis »immer etwas Konstruktives einfließen lassen kann. Das hat eine enor-

me Wirkung. Politische Diskussionen werden auf einmal ganz anders, auch im Freundeskreis [...]. Dieser Perspektivwechsel, den man auslösen kann« (ebd. 38: 2 ff.). Auch in Gesprächen mit anderen Menschen merke er mittlerweile, wie viel bewirkt werden kann, wenn man den konstruktiven Blick einfließen lässt. Er schätze am Konstruktiven Journalismus sehr, »dass man wahnsinnig viel verändern und möglich machen kann. Perspektiven schafft, Augen öffnet und damit auch Teilhabe fördert und neues Denken auslöst« (ebd. 38: 16 ff.). Das sei früher bei ihm anders gewesen (vgl. ebd. 43: 32 ff.). Heute sei es so, »das Schlechte kann ich gleich mit etwas Gutem untermauern und das macht natürlich eine Veränderung im Leben aus« (ebd. 43: 25 f.). Als Redaktionsleiter spüre er außerdem so etwas wie gelegentlichen Gegenwind und fühle sich sicher genug, bei Problemen das offene Gespräch zu seinen Vorgesetzten zu suchen (vgl. ebd. 43: 40). Der konstruktive Blick hat sich auch bei Burckhardt durch ihre Auseinandersetzung damit gefestigt und das Interesse daran zugenommen. Das zeige sich daran, »dass ich auch versuche, das bei anderen Beiträgen immer mitzudenken [...], wenn dann jemand aufhört mit der Problembeschreibung, dann frage ich immer nochmal [...]: Was wäre denn die Lösung?« (Interview 7, I.B., 79 f.: 41 ff.). Auch Reiter ist »gerne Teil des Versuchs geworden, das [Konzept des Konstruktiven Journalismus] zu etablieren« (Interview 8, F.R., 89: 7 f.). Denn mit dem Beginn seiner Tätigkeit als konstruktiver Journalist müsse man »sein Gehirn ein bisschen neu verkabeln. Ich weiß nicht, ob es noch klappen würde, es jetzt wieder zu entkabeln« (ebd. 92 f.: 43 f.). Außerdem erkenne er im Konzept inzwischen viel von sich als Mensch:

Meine Frau regt das immer sehr auf [...]. Manchmal kommt sie und will sich über ihren Tag auskotzen. Dann sage ich immer: Hast du denn das und das schon probiert? Dann sagt sie: Nein, das interessiert mich jetzt nicht. Ich will mich einfach einmal auskotzen. (ebd. 90: 14 ff.)

Seinen Grundoptimismus könne er im Konstruktiven Journalismus umsetzen, berichtet Reiter (vgl. ebd. 90: 20). In ihrer Rolle als Redaktionsleiterin findet sich Thiel zurecht und diese hat sie verinnerlicht. Das gilt

auch für die Redaktionsstruktur: »Holokratie light nenne ich es immer, also rollenbasiert. Ich glaube, es braucht einfach am Ende eine klare Entscheidung« (Interview 5, A.T., 57: 20 ff.). Als Redaktionsleiterin müsse sie manchmal Top-down-Entscheidungen treffen und ihren Autor:innen den Rücken stärken. Das mache sie gerne. »Da wurde mir auch gespiegelt, dass es eigentlich auch schön ist, so ein Vorbild zu haben. Jemanden, der dann auch den ganzen Workflow im Unternehmen nochmal anstoßen kann« (ebd. 57: 36 ff.). Inzwischen würde Thiel sogar die These aufstellen, »ist nicht jede Art von gutem Journalismus auf eine Art Konstruktiver Journalismus?« (ebd. 51: 15 f.). Die Relevanz der Top-down-Ebene bei der Etablierung von Konstruktivem Journalismus schätzen fünf der sieben befragten Journalist:innen als äußerst wichtig ein. Dabei betonen sie jedoch alle, dass es um eine *beidseitige* Bereitschaft geht und auch eine Top-down-Entscheidung ohne Bottom-up-Engagement nicht nachhaltig sein kann (vgl. Interview 1, M.M., 11: 26 ff.; vgl. Interview 4, C.D., 47: 6 ff.; vgl. Interview 5, A.T., 58: 2 ff.; vgl. Interview 7, I.B., 82: 1 ff.; vgl. Interview 8, F.R., 94: 31 ff.). Zwei der Befragten stehen dem Top-down-Konzept skeptisch gegenüber und vertreten vielmehr die Annahme, es müssten grundsätzliche strukturelle Veränderungen stattfinden (vgl. Interview 2, K.W., 22: 18) und es sei schwierig, Ursache und Wirkung gegeneinander abzugrenzen (Interview 3, C.F., 33: 16 f.).

Im folgenden Schritt sollen anhand der dargestellten Ergebnisse die aufgestellten Hypothesen überprüft werden. Im Anschluss folgt die Ergebnisinterpretation, um Rückschlüsse auf die Kontexte von Motivation und Habitus zu ermöglichen.

5.2 Interpretation: Journalistische Gewohnheiten verändern

Um zu verstehen, wieso sich Journalist:innen dem Konstruktiven Journalismus zuwenden und wie nachhaltig diese Entscheidung sein kann, ist ein Blick auf die Bedeutung von Gewohnheiten – sowohl im theoretischen Diskurs als auch im Empfinden der befragten Journalist:innen – unabdingbar. Um nämlich alte journalistische Gewohnheiten verändern zu können, müssen diese vor allem zunächst reflektiert werden. Nur auf dieser Grund-

lage können Rückschlüsse auf die Nachhaltigkeit und Selbstbestimmtheit von Motivationen und Entscheidungen für den Wechsel zum Konstruktiven Journalismus gezogen werden. Bereits im theoretischen Teil dieser Arbeit zur Bedeutung von Gewohnheiten in beruflichen Lebenswelten wird ihr hohes Entlastungspotenzial für die berufliche Gestaltung des eigenen Alltags deutlich: Wiederkehrende Aufgaben müssen nicht täglich neu reflektiert und geplant werden. Vielmehr sorgt die Gewohnheitsschleife (Habit Loop) dafür, dass häufig wiederkehrende Abläufe im Denken und Handeln automatisiert und Ablaufdynamiken unbewusst dann abgerufen werden, wenn ein Auslösereiz diese in Gang setzt (vgl. Duhigg 2012: 56).

5.2.1 Im Berufsalltag: Journalist:innen als Gewohnheitstiere

Dank jahrelang entwickelter Routinen ersparen sich Journalist:innen Zeit und vor allem Energie in ihrem Berufsalltag: Schließlich müssen sie gewisse für ihre tägliche Arbeit grundlegende Prozesse nicht mehr wiederholt reflektieren oder ständig neu planen. Das wird auch durch die Antworten der meisten Befragten deutlich. So ist offenbar gerade der Journalist:innenberuf für Routinen prädestiniert:

Das geht im Journalismus schnell, finde ich. Wenn man einmal die Grundrecherche, die journalistischen Standards und die ganzen Anforderungen begriffen hat, ist man in seinem Bereich relativ schnell in Routinen. (Interview 4, C. D., 35: 21 ff.)

Alle der befragten Journalist:innen berichten über solche Routinehandlungen und darüber, wie diese Sicherheit geben und ermöglichen, auch unter (ständigem) Zeitdruck Beiträge zu produzieren. Ob es sich um die routinemäßigen 5-W-Fragen beim Schreiben einer Nachrichtenmeldung handelt, oder das erlernte journalistische Handwerk für die Grundrecherche, die für die Selektion und das Aufbereiten von Nachrichten und Informationen als sehr entlastend wahrgenommen wird, oder um das kritische Hinterfragen (checken, nachfragen, kontaktieren etc.), all dies muss aufgrund routinierter Vorgehensweisen nicht mehr bewusst gesteuert werden, sondern ist als Ablauf im Gehirn gespeichert. Dieser wird in Gang

gesetzt, sobald der entsprechende Auslösereiz einsetzt: Zum Beispiel wird die Motivation zur Nachrichtenselektion durch den Eingang einer Eilmeldung (Auslösereiz) Routinehandlungen in Gang setzen: Prüfung der Nachricht, Festlegung des Nachrichtenkerns, Hintergrund recherchieren, Nachrichtmeldung beziehungsweise Artikel auf den Punkt bringen. Aber auch darüber hinaus sind journalistische Routinen wichtig, zum Beispiel auf einer mentalen Ebene – denn Journalist:innen können sich notgedrungen berufsbedingt nicht von einer negativen Nachrichtenlage abwenden. Sie ist zentraler Gegenstand ihrer Berichterstattung und damit ihres Berufsalltags. Auch mit besonders schlimmen Themen müssen sie also professionell umgehen können. Dabei helfen Routinen:

Weil Nachrichtenjournalismus geprägt davon ist, dass man in einer relativ kurzen Sendung relativ viele schlechte Nachrichten hat, seien es Krisen, seien es Kriege. Zu der Zeit war viel mit Islamismus, [...] Bedrohung der freien Welt, auch Bedrohung tatsächlich unserer Kollegen, es sind ja dann auch Menschen enthauptet worden im Irak. Das war sehr krass, und da habe ich aber auch zum Glück gemerkt, dass ich mich ganz gut schützen kann und muss. (Interview 1, M. M., 2: 13 ff.)

Zur Routine gehört offenbar aber nicht nur der Umgang mit schlechten Nachrichten, sondern auch die grundlegende Herangehensweise als Journalist:in:

»Weil in so einer klassischen Journalist:innen-Ausbildung [...] lernst du, die Sache darzustellen. Du lernst, sie vielleicht auch zu hinterfragen. Du lernst, gut zu argumentieren, du lernst diese ganzen Sachen wie Unabhängigkeit und so weiter, was alles wichtig ist, das würde ich niemals im Leben anzweifeln. Aber du lernst eben auch sehr, von diesem Problem aus zu denken.« (Interview 5, A.T., 51: 22 ff.)

So entlastend einerseits die Befragten das journalistische Routinehandeln erleben, so verunsichernd scheinen sie allerdings gerade deshalb auch den

beruflichen Wechsel zum Konstruktiven Journalismus wahrgenommen zu haben. Mit einer Veränderung von Gewohnheiten geht auch eine unangenehme Phase der Verunsicherung einher: Sechs der sieben Befragten haben diese Aussage bestätigt. Insgesamt zeigt sich also, wie sich Gewohnheiten und Routinen im Berufsalltag auch im individuellen Selbst verfestigen und Teil der eigenen Identität werden. Das kann zum Problem werden: Da Gewohnheiten nicht mehr bewusst in ihren Abläufen reflektiert werden, sind sie auch nicht mehr direkt steuerbar und man kann sie nicht einfach ablegen. Das heißt, Journalist:innen arbeiten automatisiert und zumeist unbewusst eine professionelle Agenda ab und können diese eventuell in ihrem Alltag nicht mehr kontrollieren.

5.2.2 Die Bereitschaft zum Konstruktiven: Motivationen sind vielfältig

Wer sich für einen Wechsel zum Konstruktiven Journalismus entscheidet, ist also mit der Herausforderung konfrontiert, eingespielte komfortable Arbeitsweisen grundlegend zu reflektieren und Teile dieser Gewohnheiten abzulegen. Das kann anstrengend und unangenehm sein. Wieso also entscheiden sich Journalist:innen trotzdem dazu? Dazu war zu Beginn der Arbeit die erste der vier untergeordneten Forschungsfragen dieser Arbeit aufgestellt worden:

FF1: Wann und warum entscheiden sich Journalist:innen für einen Richtungswechsel im Sinne des Konstruktiven Journalismus?

Als Gründe gaben die Befragten ganz unterschiedliche Umstände an – allerdings lassen sich die ausschlaggebenden Faktoren für einen Wechsel zum Konstruktiven Journalismus aus den Antworten der befragten Journalist:innen zum einen in rein äußere Anreize aus dem beruflichen Umfeld gliedern: spannende berufliche Angebote und Weiterentwicklungsmöglichkeiten. Zum anderen geben viele der Befragten eine Mischung aus verschiedenartigen inneren Anreizen an, also eine Veränderung des privaten Umfelds wie die Geburt des eigenen Kindes, die den Blick auf die (Nachrichten-)Welt verändert hat – oder auch bloß den Blick auf die berufliche Situation. Auch war oft eine Vermischung einer beruflichen

zufälligen Gelegenheit und persönlicher Interessen (durch Zufall auf das Konzept des Konstruktiven Journalismus gestoßen) der Grund. Oder aber es liegt an einem in einer Person angelegten dringenden Bedürfnis, Nachrichten so zu machen, wie es sich jeweils richtig anfühlt – zum Beispiel konstruktiv (vgl. Interview 2, K.W.). Demnach sind die Wechselabsichten mit subjektiven Wünschen nach einer beruflichen Veränderung (aus privaten oder beruflichen Gründen) und mit den Angeboten aus dem beruflichen Umfeld gewissermaßen gleich verteilt.

Der Wechsel schien bei den Befragten meistens in einem Augenblick stattzufinden, als sie sich bereits als fähige, kompetente Journalist:innen auf ihrem Gebiet und in ihrem Unternehmen bewiesen hatten. Dennoch gibt es auch hier Unterschiede: So haben Dezer und Meuser in großen Medienhäusern (ZDF und RTL) nach jahrelangem Einsatz für ihr Haus die Möglichkeit erhalten, ein eigenes Projekt zu leiten. Dagegen sind Burckhardt, Thiel und Reiter in eine bereits bestehende Redaktion im eigenen Haus gelangt – meist aber auch durch Anregung einer/eines Vorgesetzten und immer auch mit einer grundsätzlichen Offenheit für den konstruktiven Ansatz. Wiegmann stellt hier die Ausnahme dar, dadurch dass sie zu Beginn bei Perspective Daily, eingestiegen ist – damals noch ein Start-Up –, wodurch ein tiefes persönliches Interesse allerdings auch fast schon als vorausgesetzt gesehen werden kann, da finanzielle Ressourcen in einem solchen Fall bekanntlich rar sind.

Nachdem nun logistische Hintergründe und ein grober Abriss der Wechselgründe vorausgegangen sind, kann sich genauer mit der zweiten der vier untergeordneten Forschungsfragen auseinandergesetzt werden:

FF2: Welche subjektiven (sozialpsychologischen) Faktoren sind für den Wechsel entscheidend?

Im theoretischen Diskurs der Motivationen (für einen beruflichen Wechsel) wird – wie bereits an früherer Stelle dargelegt – in intrinsische und extrinsische Motivation unterschieden. Unter der intrinsischen Motivation verstehen Deci und Ryan auf der Grundlage der Selbstbestimmungs-

theorie, dass dieser ein intentionales, zielgerichtetes Verhalten zugrunde liegt, womit der Mensch in sozialen Situationskontexten seine Grundbedürfnisse nach Autonomie, Wirksamkeit und Integration zum Ausdruck bringt (vgl. Deci & Ryan 1993: 225). Insoweit handelt der Mensch, wie er handelt, weil er das so will. Der intrinsischen Motivation kommt damit eine hohe Bedeutung zu, weil sie in eindeutiger Weise den Willen des Individuums in der Interaktion zum Ausdruck bringt.

Um die Motivationen für eine Tätigkeit als Konstruktive:r Journalist:in herauszustellen, sei jedoch auf einen Umstand hingewiesen: Wie schon bei den ausschlaggebenden Gründen zeigen die Antworten der Befragten auch hier, dass sich gewissermaßen intrinsische und extrinsische Motivationen unter summarischen Gesichtspunkten voneinander abgrenzen lassen, nicht aber unter interpretativen und biografischen Aspekten. Vielmehr bedingen sich beide Dimensionen von Motivation gegenseitig und die Befragten bewegen sich auf einer Art Motivationsstrahl (Abb. 10):

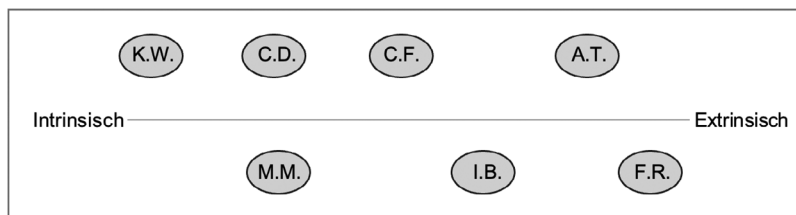


Abbildung 10: Motivationsstrahl der befragten Journalist:innen (Quelle: eigene Darstellung)

An dieser Stelle sei angemerkt, dass die für die Ergebniszusammenfassung gefertigte statistische Quantifizierung mit den qualitativen Ergebnissen nicht immer identisch sein kann. Zwar liefert sie im Vergleich und im Überblick hilfreiche Erkenntnisse bezüglich der Motivationsverteilung. Trotzdem kann es im Rahmen einer qualitativen Studie nicht genügen, diese Ausprägungen zu zählen und daraus Schlüsse zu ziehen. Vielmehr ist die Zahl dabei immer auch in den Kontext der qualitativen Interpretation zu setzen. Ebenfalls relevant für eine qualitative Interpretation ist der Umstand, dass lediglich drei der Befragten exklusiv zu einer Tätigkeit im Konstruktiven Journalismus gewechselt haben (K.W., C.D., A.T.).

Die übrigen Befragten arbeiten parallel zu ihrer Tätigkeit in einer konstruktiven Redaktion weiter im herkömmlichen Journalismus.

Das Datenmaterial bestätigt für die gesamte untersuchte Stichprobe ein persönliches Interesse am Journalismus insgesamt und damit eine (unterschiedlich hohe) intrinsische Motivation. In der Auswertung der Interviews wird deutlich, dass alle befragten Journalist:innen ihr persönliches Interesse am Konstruktiven Journalismus hervorheben und teilweise die hohe Relevanz unterstreichen, die dieser auch in ihrem persönlichen Umfeld hat: So berichtet Meuser, dass er müde von dem Negativismus in der Nachrichtenkultur sei (vgl. Interview 1, M.M., 4: 4). Dabei habe auch die Familiengründung beziehungsweise der Blick auf die Zukunft seiner Kinder sein Interesse am Konstruktiven Journalismus geweckt (vgl. ebd. 5: 11–13). Ähnliche Kernbotschaften geben drei weitere Befragte an und bringen damit ihre unmittelbaren persönlichen Interessen für den Konstruktiven Journalismus zum Ausdruck (vgl. Interview 2, K.W., 21: 13–19; vgl. Interview 3, C.F., 24: 22 ff.; vgl. Interview 4, C.D., 43 f.: 39 ff.). In diesen Interviews konnte eine unmittelbare Verknüpfung von subjektiven Wertkonzepten mit den beruflichen Erwartungen in Zusammenhang gebracht werden. Privates und Berufliches bilden eine Verantwortungsgemeinschaft, die nachhaltig trägt. Die Befragten mit einer hohen intrinsischen Motivation bezeugen ein hohes Maß an Lust am (Konstruktiven) Journalismus. Sie signalisieren so ihr besonderes Interesse an einer kritischen Reflexion ihrer Branche und ihrer eigenen journalistischen Praxis. Außerdem wollen sie ihrer Verantwortung für einen erklärenden und vermittelnden Informationsjournalismus nachkommen. Die Rezipient:innen verstehen sie als partizipierende gesellschaftliche Akteur:innen. Das Selbstkonzept der Redakteur:innen orientiert sich an einem partizipativen Verständnis von Journalismus, das gesellschaftlichen Entwicklungen gegenüber nicht nur aufgeschlossen ist, sondern eine Verantwortung trägt, mit ihnen mitzugehen. Mit dem Konstruktiven Journalismus können ihrer Meinung nach Rezipient:innen aus der Passivität geholt und zu gesellschaftlicher Verantwortung und Teilhabe ermutigt werden. Besonders in den Lösungsoptionen sehen sie ermutigende Aspekte im Konzept des Konstruktiven Journalismus. Diese würden dazu motivieren, mögliche Lösungen für Probleme und Krisen zu recherchieren, zu sondieren

und aufzubereiten, die bereits anderswo praktiziert werden, und den Rezipient:innen aus ihrer erlernten Hilflosigkeit herauszuhelfen (vgl. Uerner 2019: 47). Für die befragten Journalist:innen ist der Journalismus-Beruf so etwas wie eine Berufung in dem Sinne, dass sie ihn gewissenhaft, mit Freude und Leidenschaft sowie einem Bewusstsein für ihre Relevanz für die Gesellschaft ausüben. Damit ist er unweigerlich auch Teil des eigenen Selbstbildes. Anders als im herkömmlichen Journalismus wollen sie sich in besonderem Maße für ihre Rezipient:innen engagieren und sich dafür einsetzen, angemessene und verstehbare journalistische Produkte zu produzieren. Für eher intrinsisch überzeugte konstruktive Journalist:innen sind damit finanzielle Anreize nicht entscheidend. Vielmehr geht es ihnen um die Möglichkeit, Konstruktiven Journalismus im genannten Sinne umzusetzen. Der Korruptionseffekt als Hinweis auf die nicht spezifische Fokussierung auf den Konstruktiven Journalismus kommt hier nicht zur Geltung, weil die Journalist:innen selbst mit dem Konzept des Konstruktiven Journalismus eng assoziiert sind. Im Fall einer hohen intrinsischen Motivation kann also auch von einer hohen Nachhaltigkeit des Wechsels ausgegangen werden.

Die besonders starke intrinsische Motivation bei Wiegmann bestätigt ihre journalistische Ausbildung abseits vom klassischen Nachrichtengeschäft – die beschriebenen Routinen hatten bei ihr möglicherweise nicht lange Zeit, um zu reifen. Zudem berichtet sie von einer tiefen inneren Überzeugung, da sie bereits vor ihrer expliziten Tätigkeit im Konstruktiven Journalismus konstruktiv gearbeitet habe, nur ohne den Begriff zu kennen (vgl. Interview 2, K.W., 14: 10). Das lässt eine hohe Verknüpfung ihrer moralischen Haltung und ihres Berufs vermuten. Darüber hinaus ist anzumerken, dass Wiegmann die Einzige ist, die in einem vollkommen konstruktiven Medienhaus, Perspective Daily, hauptberuflich arbeitet. Auffallend ist, dass im Gespräch mit Meuser eine hohe intrinsische Motivation für den Konstruktiven Journalismus erkennbar ist, dies sich in der Statistik allerdings nicht entsprechend niederschlägt. Das kann auch daran liegen, dass er zwar Mitgründer des »Klima Update« ist, aber immerhin nach wie vor »noch zu 80 Prozent normalen Journalismus« macht (Interview 1, M.M., 4: 5 f.). Das Datenmaterial zeigt aber auch: Das Vorhandensein intrinsischer Motivation bedeutet nicht, dass diese allein

ausschlaggebend für den Wechsel war. Vielmehr zeigt sich gerade hier, dass extrinsische Anreize durch das berufliche Umfeld die vorhandene intrinsische Motivation für Synergieeffekte nutzen können. Interpretiert man diese Ergebnisse mit Blick auf die Gründe, wird nachvollziehbar, dass bei allen Befragten die beruflichen Anreize zur Entscheidung für den Wechsel zum Konstruktiven Journalismus eine unterschiedlich relevante Rolle gespielt haben. Damit wird die Beantwortung der dritten untergeordneten Forschungsfrage dringend:

FF3: Inwieweit beeinflussen berufliche Veränderungen (Karriereplanung) die individuellen Entscheidungsprozesse?

Im theoretischen Diskurs beschreiben Deci und Ryan (vgl. 1993: 225 ff.), sowie Brandstätter u. a. (vgl. 2018: 114 ff.) extrinsische Motivationen als eine unter dem Eindruck des äußeren Anreizes zustande gekommene Entscheidung: Geld- oder Statusanreize können hierfür ausschlaggebend sein, aber auch ethische Gründe, zum Beispiel weil man sich zu etwas moralisch verpflichtet fühlt. In extrinsischen Anreizen kommen Journalist:innen einem äußeren Druck beziehungsweise Anreiz nach, von dem sie sich weniger intrinsische Belohnungen als vielmehr extrinsische Entlohnungen erwarten (Anerkennung der Redaktion, besseres Gehalt, höhere Position, größere Reichweiten etc.). So können berufliche Anreize diese Personengruppen für den Wechsel motivieren, ohne dass eine unmittelbare persönliche Affinität zum Konstruktiven Journalismus besteht. Demnach kann hier gefolgert werden, dass ihre extrinsische Motivation sich in erster Linie auf eine materielle Verbesserung der beruflichen Situation bezieht, ihr journalistisches Interesse jedoch eine Grundlage dafür ist, ihre Offenheit gegenüber dem Konstruktiven Journalismus in Form einer aktiven Unterstützung des Konzepts zu kultivieren. Allerdings überrascht die Auswertung des Datenmaterials hierzu: Wurde zunächst angenommen, dass ein durch externe Impulse zustande gekommener Wechsel eher als Notlösung eingeleitet wird und deshalb die Nachhaltigkeit der Entscheidung begrenzt ist, zeigen die Ergebnisse hier, dass unter besonderen Rahmenbedingungen durchaus von Nachhaltigkeitseffekten ausgegangen werden kann. Insgesamt zeigt das Ergebnis der Befragungen,

dass vier der sieben Befragten über extrinsische Anreize zum Konzept des Konstruktiven Journalismus gekommen sind (M.M., A.T., I.B., F.R.). So war beispielsweise der Wechsel für Reiter nicht geplant und für ihn bestand zuvor auch keine besondere Begeisterung für Konstruktiven Journalismus, sondern eine eher abwertende Haltung (vgl. Interview 8, F.R., 92: 20). Das Angebot der Redaktion und die spannende berufliche Aufgabe seien dann aber ausschlaggebend gewesen und hätten ihn überzeugt. Auch Thiel ist erst durch den Vorschlag ihres Arbeitgebers zum Konstruktiven Journalismus gekommen und hielt diesen im Lauf der Zeit immer mehr für eine gute Sache (vgl. Interview 5, A.T., 56: 1 ff.). Hiernach bestimmen also extrinsische Motive den Wechsel, wenngleich auch hier verbunden mit einer Offenheit in der Haltung gegenüber dem Konstruktiven Journalismus. Für diejenigen, die in erster Linie den Wechsel extrinsisch im Sinne der externalen beziehungsweise der introjizierten Regulation (vgl. Deci & Ryan 1993: 228) als berufliches Weiterkommen genutzt haben, ist der Konstruktive Journalismus nicht ein wesentlicher Baustein im beruflichen Selbstkonzept, sondern vielmehr eine subjektive Variante von Handlungsmöglichkeiten für das berufliche Weiterkommen. Das bedeutet gleichzeitig, dass der Konstruktive Journalismus zwar den subjektiven Ansprüchen nach interessanter Tätigkeit entspricht, aber (noch) nicht in das berufliche Selbstbild aufgenommen ist. Eine rein extrinsisch motivierte Entscheidung für den Konstruktiven Journalismus hindert allerdings nicht an einer qualifizierten Ausübung der Tätigkeiten, sondern begrenzt lediglich den persönlichen Identifikationsstatus hinsichtlich des Konstruktiven Journalismus und die Nachhaltigkeit der subjektiv getroffenen Entscheidung. Zu der hauptsächlich intrinsisch geleiteten Motivlage unterscheidet sich diejenige mit einer extrinsischen Motivation, dass extrinsisch motivierte Personen für einen erneuten Wechsel höchstwahrscheinlich durchaus bereit wären, sofern die Voraussetzungen hierfür gegeben wären. Diese Haltung weist darauf hin, dass aus ihrer Sicht der Konstruktive Journalismus nicht gesetzt ist und sie durchaus offen sind für andere journalistische Aufgaben – außerhalb des Konstruktiven Journalismus. Hier kann sich der Korrumpierungseffekt in der Form andeuten, dass die ursprüngliche Wechselbereitschaft unspezifisch, also nicht primär auf den Konstruktiven Journalismus bezogen, sondern auf

die Erwartung eines beruflichen Weiterkommens gerichtet war. Die Nachhaltigkeit des ursprünglichen Wechsels ist damit eher unwahrscheinlich, da die Entscheidung nicht unmittelbar vom subjektiven Normen- und Wertesystem über Anreizgrenzen hinweg unterstützt werden kann. Diese Erkenntnis stützt auch die Beobachtung, dass zwei der Befragten (A.T.; F.R.) eher in einer abwartenden und distanzierten Haltung dem Konstruktiven Journalismus gegenüber geblieben sind – und hier auch der Korrumpierungseffekt anspricht. Thiel gibt beispielsweise an, dass auch sie eine berufliche Veränderung angestrebt habe mit einem gewissen Interesse für den Konstruktiven Journalismus (vgl. Interview 5, A.T., 56; 4 ff.). Ebenso signalisiert sie für den Fall eines anderen reizvollen Angebotes erneute Wechselabsichten auch außerhalb des Konstruktiven Journalismus.

Der Korrumpierungseffekt kann jedoch unwahrscheinlicher werden, wenn der zunächst extrinsisch zustande gekommene Aufgabenbereich in das eigene Selbstkonzept integriert wird – und damit nicht länger als fremdbestimmt wahrgenommen wird (vgl. Deci & Ryan 1993: 228). Das bestätigen auch die Aussagen der Journalist:innen: Die meisten der Befragten haben jene extrinsischen Impulse aufgenommen und sich damit identifiziert oder das Konzept sogar integriert und auf dieser Grundlage von langfristigen Auswirkungen auf ihr berufliches und privates Leben berichtet. Bei dieser identifizierten und integrierten Regulation ist mit der Zeit eine deutliche Annäherung der beruflichen Selbstidentität an die Leitmerkmale des Konstruktiven Journalismus eingetreten (vgl. ebd. 1993: 227 f.). Bei der Mehrheit der Befragten entwickelte sich die besondere Hinwendung zum Konstruktiven Journalismus erst im Verlauf der Ausübung ihrer Tätigkeit in der konstruktiven Redaktion. Zwar werden extrinsische Auslöser grundsätzlich als fremdbestimmte Impulse interpretiert, da der Wechsel durch äußere Anreize provoziert wird. Gleichzeitig können diese jedoch durch das Individuum als positive Konnotationen mit Blick auf die eigenen (intrinsischen) Intentionen wahrgenommen werden. Nahezu alle befragten Journalist:innen haben sich im Verlauf ihres Neubeginns den inhaltlichen Konzeptideen nicht nur angenähert, sondern diese auch als Teil ihres subjektiven Normen- und Wertekompasses angenommen und in ihre berufliche Selbstidentität integriert. Diese beiden besonderen Varian-

ten extrinsischer Motivation weisen ein hohes Maß an Selbstbestimmtheit aus, da der Konstruktive Journalismus mit Überzeugung umgesetzt wird. Obwohl sich diese innere Überzeugung erst mit der Zeit einstellt, kann später mit einer nahezu völligen Übereinstimmung von persönlichen Überzeugungen und beruflichen Handlungszielen und Erwartungen gerechnet werden (vgl. ebd. 1993: 228). Daher sind sie mit der intrinsischen Motivation vergleichbar. Das wird auch in den Aussagen der Befragten deutlich (M.M., C.F., C.D., A.T., I.B., F.R.). Für den Konstruktiven Journalismus heißt dies, dass Journalist:innen zwar über extrinsische Impulse herangeführt werden können, sich eine Nachhaltigkeit aber erst dann ergibt, wenn auch der subjektive Wertekompass und Habitus in dem Sinne passt, dass eine offene Haltung gegenüber den Rezipient:innen und der journalistischen Aufgabe besteht, zur gesellschaftlichen Transparenz für alle beizutragen. Das zeigt sich auch daran, dass finanziell attraktivere Angebote abgelehnt werden und ein Korruptionseffekt – obgleich ursprünglich extrinsische Anreize Wechselursache waren – damit ausbleibt. Mit der identifizierten und integrierten Regulation drückt sich also ein hoher Grad an selbstbestimmter Verwirklichung der persönlichen Ziele mit den beruflichen Erwartungen aus (vgl. ebd.). Für einige der Befragten, etwa Thiel und Reiter, ist jedoch anzumerken, dass sie als Redaktionsleitung eine für die jeweilige konstruktive Redaktion zentrale Rolle eingenommen haben und sich daher möglicherweise ohnehin ein entsprechendes Identifikationspotenzial einstellt.

Die Erkenntnisse weisen darauf hin, *wie* eng gerade im beruflichen Kontext externe Anreize mit intrinsischen Anteilen verknüpft sein können, was sich zumeist erst im Verlauf des beruflichen Prozesses herausstellt. Es zeigt, dass eine exakte Trennung der Wirksamkeiten intrinsischer Intentionen und extrinsischer Anreize nicht möglich ist. Vielmehr ist der Blick auf die berufliche Zukunft im Konstruktiven Journalismus auch bei extrinsischen Motivationen grundsätzlich offen. Insgesamt bestätigen die erhobenen Daten eine große Übereinstimmung von subjektiver Haltung und den beruflichen Erwartungen sowie den Anforderungen durch die Redaktion nach dem Wechsel und damit eine organismische Integration der Redakteur:innen. Damit ist eine enge Verknüpfung von subjektiven Zielen mit den beruflichen Erwartungen angesprochen. Die Verknüpfung

ist eine entscheidende Voraussetzung für längerfristiges Interesse und schützt vor etwaigen erneuten Wechselabsichten. Für die konstruktiven Redaktionen heißt das, ein möglichst attraktives Umfeld zu schaffen, in dem potenzielle neue konstruktive Journalist:innen gerne arbeiten wollen. Damit verbunden stellt sich die vierte und letzte untergeordnete Forschungsfrage:

FF4: Welche beruflichen Anreize sind aus der Sicht der Journalist:innen besonders lukrativ?

Die Analyse der Interviews macht eine weitere zentrale Erkenntnis deutlich: Die extrinsischen Einflüsse auf die berufliche Karriereplanung sind für alle Befragten von hoher Bedeutung. Sie wirken sich unmittelbar auf die persönliche Biografie aus und sind eng mit den individuellen beruflichen Chancen und Risiken verknüpft. Mit den erhaltenen beruflichen Angeboten konnten die Befragten interessante Anreize für sich und ihre Neuorientierungen verbinden. Dabei handelte es sich meistens um ein Angebot des Arbeitgebers und damit einen Wechsel innerhalb des Hauses. Aus den Gründen für den Wechsel lässt sich also ableiten, dass ein Positionsaufstieg und eine spannende neue (Führungs-)Aufgabe bei drei Vierteln der Befragten der Auslöser für ihre konstruktive Tätigkeit war.

Trotz unterschiedlicher Wechselgründe zeigt sich darüber hinaus mit Blick auf die aktuelle berufliche Tätigkeit im Konstruktiven Journalismus eine hohe Zufriedenheit mit den beruflichen Bedingungen: Die Zufriedenheitswerte pendeln auf einer Skala von null bis zehn zwischen sieben und zehn. Dies gilt unabhängig davon, ob der Wechsel in erster Linie über eher intrinsische oder extrinsische Motivationen eingeleitet wurde. Das weist gleichzeitig darauf hin, wie groß der Einfluss der Rahmenbedingungen auf die Nachhaltigkeit des Wechsels ist. Der Großteil der Journalist:innen findet eine überzeugende Unterstützung durch das Unternehmen und Wertschätzung der eigenen Person und Tätigkeit durch die Leitungsebene und das Redaktionsteam besonders wichtig. So werden Kolleg:innen als unterstützend und konstruktiv erlebt (vgl. Interview 1, M.M., 8: 30 ff.). Außerdem berichten die meisten der Befragten positiv von ihrer Einarbeitung durch die Redaktion (vgl. Interview 2, K.W., 22: 18 ff.). Schließlich Sorge

die Redaktion durch positives Feedback und ausgiebige Partizipationsmöglichkeiten für eine atmosphärische Transparenz und daher auch für einen konstruktiven Dialog und Diskurs mit Kolleg:innen, Vorgesetzten und den eigenen Rezipient:innen (vgl. Interview 3, C.F., 26 f.: 35 ff.; vgl. Interview 8, F.R., 86: 21 ff.). Anerkennung und Wertschätzung der eigenen Arbeit durch die Redaktion zeigen sich in den unterschiedlichen Unterstützungsprogrammen, von denen berichtet wird: über die Einrichtung von Mentoren-Betreuungen und Anlaufstellen bis hin zu zuverlässigen Ansprechpartner:innen (Buddies) für die Artikelbegleitung und für die persönliche Beratung. Dabei wurde auch das freie, selbstbestimmte Arbeiten immer wieder als Pluspunkt benannt.

Eine solche Zufriedenheit zahlt sich auch für die Redaktionen aus: Zur organismischen Integration (vgl. Deci & Ryan 1993: 223 f.) als gelungenem Ausdruck eines dialektischen Austauschprozesses zwischen Journalist:innen und den Redaktionen zeigen die Daten, dass alle Interviewten von einer hohen Akzeptanz durch die Redaktion und Wertschätzung der Rezipient:innen berichten – dies alles ist kennzeichnend für gegenseitige Wachstumsimpulse von Journalist:innen und Redaktion und entspricht daher dem Verständnis einer gelungenen organismischen Integration. Das ist eine entscheidende Voraussetzung für längerfristiges Interesse und schützt vor etwaigen erneuten Wechselabsichten. Der Konsens der Befragten ist meist: Ein solches Arbeitsumfeld lässt sich *nicht* durch Geld ersetzen.

5.2.3 Auf lange Sicht: Den Habitus anpassen

Trotz hoher intrinsischer (und extrinsischer) Motivation bringt die Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus eine erhebliche Veränderung in den beruflichen Abläufen und im professionellen Selbstverständnis mit sich. Dies erfordert eine Anpassung des Habitus, der durch eingespielte, journalistische Gewohnheiten eine bestimmte Form, eine Haltung, angenommen hat. Mit dem Habitus korrespondieren nämlich intrinsische Handlungsmuster, die sich als Teile von Identität im Alltag konstituieren und zumeist durch unbewusste intrapersonale Abläufe auto-

matisiert und internalisiert werden (vgl. Bourdieu 1987: 287 ff.). Schließlich bündeln sich Gewohnheiten und Motivationen in einem subjektiven Selbstkonzept, mit dem eine Person den Kontakt und Austausch mit dem sozialen Umfeld wahrnimmt, organisiert und nach dem sie handelt. Wie bereits beschrieben wird der Habitus durch die individuellen Normen- und Wertemuster aus Kindheit, Jugend und Erwachsenenalter geprägt und interpretiert vor diesem Hintergrund das individuelle berufliche Selbstbild. Das private und das berufliche Selbstbild scheinen im Journalismus häufig eng verzahnt oder stimmen sogar überein, denn mit dem individuellen Normen- und Wertekompass hängt auch die Auswahl des Berufs zusammen (vgl. Hanitzsch & Lauerer 2019: 138 ff.).

Diese Neuorientierungen sind deshalb nicht ohne übergangstypische Irritationen zu bewältigen. Nahezu alle befragten Journalist:innen haben über ihre Unsicherheiten nach dem Wechsel berichtet und über die damit verbundenen individuellen Irritationen (vgl. Interview 1, M.M., 8: 14 ff.; vgl. Interview 2, K.W., 18: 3 f.; vgl. Interview 8, F.R., 90: 36 ff.). Dieses Phänomen der Verunsicherung wird von Bourdieu als der Hysteresis-Effekt beschrieben (vgl. Bourdieu 1987: 111 f.). Damit werden die Konflikte kommentiert, die entstehen, wenn neue soziale Strukturen (z. B. der Wechsel zum Konstruktiven Journalismus) Veränderungen in den Verhaltensdispositionen erforderlich machen und damit in Dissonanz zum bestehenden Habitus geraten: Die Haltung von Journalist:innen im herkömmlichen Nachrichtenjournalismus kann sich nicht innerhalb kurzer Zeit der Haltung von Journalist:innen einer konstruktiven Berichterstattung anpassen. Es bedarf hier eines Anpassungszeitraums, sodass die damit einhergehenden emotionalen, kognitiven und mentalen Veränderungen internalisiert werden können (vgl. ebd. 1987: 112 ff.). Für einige Journalist:innen war der Wechsel ein fließender Übergang mit begrenzten Verunsicherungen, weil sie in die neuen Herausforderungen hineinwachsen konnten oder weil sie – wie etwa Wiegmann berichtet – einen solchen konstruktiven Blick bereits innehatten und sich durch das Ausbleiben einer klassischen Nachrichtenausbildung auch keinen anderen angeeignet haben. Andere dagegen wurden mit einem völlig neuen Paradigma von Journalismus und Rezipient:innenorientierung konfrontiert.

tiert. Das stellt sowohl die betroffenen Journalist:innen, insbesondere aber auch die Redaktionen vor neue Herausforderungen. Sie können die Unsicherungen der betroffenen Redakteur:innen durch die Sicherstellung einer guten beruflichen Logistik abfedern. Darüber hinaus können attraktive berufliche Rahmenbedingungen auch abseits einer intrinsischen Motivation zum Bleiben motivieren. Allerdings wurde bereits herausgestellt, dass eine wirkliche Nachhaltigkeit und Übernahme des Konzepts vor allem davon abhängig sind, inwieweit es gelingt, den Konstruktiven Journalismus als Teil des beruflichen Selbstkonzepts zu integrieren.

Bei allen Befragten zeigt sich in Hinblick auf den Habitus überwiegend eine bereits früh angelegte Basis für den Beruf des/der Journalist:in. Zudem besteht ein nachhaltiges persönliches Interesse am Journalismus und überwiegend der Konsens, den Beruf als Berufung zu begreifen – und damit mehr oder minder auch als Teil der eigenen Identität. Dies hebt die Relevanz des Habitus für die Ausübung des Konstruktiven Journalismus hervor. Um alte Gewohnheiten zu verändern, braucht es auch ein verändertes (berufliches) Selbstverständnis, denn mit der Verlagerung beziehungsweise Erweiterung der journalistischen Schwerpunkttätigkeit (etwa von der Problemfokussierung hin zur Lösungsorientierung) ist auch der berufliche Habitus betroffen, weil Berichte über Probleme neu gedacht und nachvollzogen werden müssen. Die Befragten betonen sehr deutlich die Unterschiede zwischen herkömmlicher und konstruktiver journalistischer Praxis. Dabei ist die Haltung eines herkömmlichen beziehungsweise einer herkömmlichen Journalist:in tendenziell eher geprägt durch Merkmale wie Probleme aufzudecken, Verantwortliche zu benennen, Opfer zu identifizieren und die Geschichte insgesamt möglichst interessant darzustellen (vgl. Steinigeweg 2023: 15). Damit verknüpft sich für den Konstruktiven Journalismus ein sich vom herkömmlichen Journalismus deutlich unterscheidendes Rollenverständnis: Bei den Befragungen fallen hier Beschreibungen wie Zukunftsforscher:in, gesellschaftliche Verantwortung, zur Aufklärung und Transparenz verpflichtet, Nachrichten verständlich schreiben, Angst nehmen, Hintergründe ausleuchten, Rezipient:innen beteiligen, kritisch und selbstkritisch zu sein, nachvollziehbare Lösungsansätze aufzeigen etc. Auch wird der Dialog mit Wissenschaft

und die Relevanz von Evidenz in der Nachrichtenüberprüfung und -vermittlung sowie in der Recherche von Lösungsoptionen betont.

Insoweit geht das Selbstverständnis des/der konstruktiven Journalist:in deutlich über das des/der herkömmlichen hinaus. Das Bewusstsein über die Verantwortung als gesellschaftliche Akteur:innen soll durch eine rezipient:innenfreundlichen Berichterstattung wahrgenommen und umgesetzt werden. Die Nutzer:innen sollen damit als verantwortungsbewusste und mündige Gesellschaftsmitglieder einbezogen werden. Diese sind im Verständnis der befragten Journalist:innen gesellschaftlich einmischungswillig und *handlungsfähig*. Hintergrundrecherchen werden so differenziert auf den sozialen Problemkontext und auf Möglichkeiten eines veränderten Umgangs mit dem Problem durch die Rezipient:innen gerichtet. Das bedeutet für die befragten Journalist:innen nicht, unkritisch und parteiisch, sondern vielmehr offen und selbstreflexiv zu sein. Die Notwendigkeit des subjektiven Austarierens von individueller Haltung und Orientierung im Konstruktiven Journalismus wird deshalb nachvollziehbar: Die konstruktiven Leitmerkmale wie zum Beispiel die Verknüpfung von Problem- und Lösungsrecherche, Perspektivenreichtum und die Rezipient:innenbeteiligung müssen sich im Selbstbild der Journalist:innen als selbstverständliche Narrative verankern (vgl. ebd. 2023: 25). Wichtige Grundlagen dazu sind die genannten Angebote und Impulse (Mentor:innen-System, Feedbackregelungen, qualifizierende Fortbildungen etc.). Allerdings ist eine vollständige Integration von Person und Konzept erst dann erreicht, wenn sich diese Veränderungen auch im eigenen Habitus abbilden. Das zeigen auch die Interviewergebnisse: Der Großteil der Befragten hat schon in früher Jugend die eigenen journalistischen Interessen entdeckt: die Lust am Erklären, Vermitteln, Schreiben etc. (vgl. Interview 1, M.M., 1: 31 ff.). Diese waren weitgehend auch mit einem gewissen Maß an Offenheit und gewolltem Perspektivenwechsel verbunden, um den Blick anderer nachvollziehen zu können. Auch Aspekte wie soziales Engagement (vgl. Interview 2, K.W., 21: 15 ff.), Neugier auf Neues (vgl. Interview 5, A.T., 50: 1 ff.), Lösungen für Probleme finden und entdecken und damit eine optimistische Zukunftsperspektive einzunehmen, sind Kernelemente des neuen journalistischen

Habitus. Es dient außerdem als eine ständig zu reflektierende Grundlage insbesondere in Phasen beruflicher Veränderungen.

Daraus lässt sich schlussfolgern: Die notwendige Anpassung des Habitus muss über den Willen und die kognitive Reflexion zu neuen Wahrnehmungs-, Denk und Handlungsmustern führen. Deshalb ist die Einnahme eines neuen beruflichen Habitus eine besondere Herausforderung, deren Bewältigung im Interesse von Journalist:innen und Redaktion liegt, weil damit die mit dem Wechsel einhergehende Phase der Verunsicherung durch eine entsprechende berufliche Identitätsfindung abgelöst wird: Je mehr über die neuen Anforderungen in den vielfältigen Facetten des individuellen Tuns gesprochen, gelesen, gehandelt, nachgedacht und entwickelt wird, desto mehr können neue Bedeutungsmuster internalisiert werden: durch Wissen, reflektieren, handeln und evaluieren. Hierfür ist die Dauerhaftigkeit von reflektierenden, unterstützenden und belohnenden Strukturen erforderlich.

Gleichwohl bedeutet das für den beruflichen Habitus, dass diese veränderten Qualitätsmerkmale erst dann in die berufliche Praxis vollständig umgesetzt werden können, wenn sie internalisiert sind. Mit dem Modell der Durchführungsintention hat Duhigg für die Gewohnheitsänderung konkrete Lernimpulse angeregt, die den Prozess der Verhaltensänderung erfolgreich gestalten können (vgl. Duhigg 2012: 284). Die Veränderung oder Auflösung einer Gewohnheit korrespondiert eng mit ihrer bisherigen intrinsischen Bedeutung und mit den Veränderungserfordernissen: Soll zum Beispiel der tägliche Kaffee im Büro ab sofort statt um 9:00 Uhr erst um 10:00 Uhr getrunken werden, wird dies höchstwahrscheinlich keine größeren Umstellungsprobleme ergeben, schon gar nicht wird diese Änderung nachhaltige Auswirkungen auf den Habitus haben. Sie bedeutet lediglich eine Verschiebung des Auslöseimpulses, die kontrolliert erfolgreich durchgeführt werden kann. Das sieht für den Wechsel zum Konstruktiven Journalismus und den damit erforderlichen Korrekturen am Selbstbild ganz anders aus. Nach Duhigg lautet die Regel für eine erfolgreiche Gewohnheitsänderung: »Wenn man den gleichen Auslösereiz benutzt und die gleiche Belohnung gewährt, kann man die Routine wechseln und die

Gewohnheit ändern. Fast jede Verhaltensweise lässt sich transformieren, wenn der Auslösereiz und die Belohnung erhalten bleiben« (ebd. 2012: 69). Der Auslösereiz, der Eingang einer Eilmeldung, bleibt also gleich. Die Belohnung, die erfolgreiche Veröffentlichung des journalistischen Produkts, Anerkennung durch die Redaktion oder positives Feedback vom Publikum, bleibt ebenfalls gleich. Lediglich die journalistische Routine verändert sich: »Es ist kein Schönwetter-Journalismus und auch kein Journalismus, der etwas weglässt oder so. Es ist auch keine Greenwashing-Public-Relations. Du musst dieselben Standards sehr hart ansetzen. Man erweitert das nur um eine Facette [Lösungsoptionen]« (Interview 8, F.R., 91: 33 ff.). Wird diese Erweiterung in einem redaktionellen Konzept konsequent durchgeführt und bleibt die Anerkennung gleich (oder wächst sogar), kann sich auch eine neue journalistische Routine etablieren. Weil Gewohnheiten automatisierte und mentale Strukturen und Teil des individuellen Selbstbildes und damit der Identität sind, können sie auch nur durch bewusstes Gegensteuern verändert werden. Nur wenn Journalist:innen bereit sind, eine Gewohnheit bewusst und gezielt zu korrigieren, sind die Voraussetzungen für eine Umsteuerung günstig. Duhigg formuliert das so:

Natürlich lassen sich nicht alle Gewohnheiten so leicht ändern. Aber dieses Rahmenmodell ist ein guter Anfang. Manchmal dauert es sehr lange, eingeschliffene Verhaltensweisen zu verändern. Manchmal ist es nötig, immer wieder zu experimentieren und auch immer wieder zu scheitern. Aber sobald wir wissen, wie eine Gewohnheit funktioniert – sobald wir den Auslöser, die Routine und die Belohnung identifiziert haben –, sind wir ihr nicht mehr ausgeliefert. (Duhigg 2012: 285)

Hier wird deutlich, dass beispielsweise der Eintritt einer Situation als Auslösereiz genügt, um eine Reaktionskette in Gang zu setzen: Auslösereiz kann der tägliche Auftrag zur Auswahl von Nachrichteninhalten sein. Die zweite Phase (Reaktion und Verhalten) ist nach Duhigg (2012) die entscheidende, die es zu ändern gilt. Damit sind die Automatisierungen von Reaktionsketten gemeint, die korrigiert werden müssen. Die dritte Phase

der Belohnung bleibt unverändert, weil sich mit der als gelungen empfundenen neuen Nachrichtenvermittlung ein Gefühl von Zufriedenheit und Erfolg einstellt. »Es erweitert sich einfach nur der Suchradius und wird dann zur Routine« (vgl. Interview 4, C.D., 38: 42 f.) – ein Suchradius von mehr Perspektiven, mehr Lösungen und mehr Grautönen.

5.3 Überprüfung der Hypothesen

Die erkenntnisleitende Fragestellung wurde auf besonders relevante Untersuchungsbereiche verdichtet und auf vier Forschungsfragen und diesen zugeordnete Hypothesen konzentriert. Diese werden nunmehr vor dem Hintergrund der vorab berichteten Analyseergebnisse überprüft und beantwortet. Die erste untergeordnete Forschungsfrage lautet: Wann und warum entscheiden sich Journalist:innen für einen beruflichen Richtungswechsel im Sinne des Konstruktiven Journalismus? Damit verbunden lautet die erste Hypothese:

H1: Wenn eine emotionale und kognitive Bereitschaft vorhanden ist, sich vom Konzept der herkömmlichen Berichterstattung abzuwenden, dann sind Journalist:innen eher dazu geneigt, sich dem Konzept des Konstruktiven Journalismus zu öffnen, weil der Wunsch nach Veränderung im Mittelpunkt steht. (Selbst- und Fremdbestimmtheit)

In den theoretischen Wissensbeständen, beispielsweise bei Deci und Ryan (1993), wird darauf hingewiesen, dass selbstbestimmt getroffene Entscheidungen zum Berufswechsel tendenziell auf der Grundlage eigener rationaler Kriterien erfolgen. Vor diesem Hintergrund liegt der Fokus der Analyse darauf zu prüfen, inwieweit sich diese Annahme bestätigt, indem selbst- und fremdinitiierte Motive für den Wechsel betrachtet werden. Die Ergebnisse zeigen, dass Journalist:innen, die sich explizit für den Konstruktiven Journalismus entschieden haben, dies auf der Grundlage ihrer Kritik am herkömmlichen Journalismus sowie über eine subjektive Präferenz für den Konstruktiven Journalismus vorgenommen haben. Diese Entscheidung spiegelt individuelle Selbstbestimmtheit und Integration des

Konstruktiven Journalismus im persönlichen Wertekompass wider und drückt eine subjektive Übereinstimmung mit dessen Leitmerkmalen aus, wie zum Beispiel der Fokussierung auf Rezipient:innen und der Recherche von Lösungsoptionen. Die Neuorientierung als Wunsch für den Berufswechsel steht deutlich vor den finanziellen Verbesserungen. Für eine kleinere Gruppe der Befragten stellt der Konstruktive Journalismus zwar ein zukunftsweisendes journalistisches Modell dar, wobei der Wechsel jedoch eher durch externe Angebotsanreize (Geld, Status etc.) und weniger durch intrinsische Motivation initiiert wurde. Somit kann die Hypothese verifiziert werden. Die zweite Hypothese lautete:

H2: Je größer die Unzufriedenheit mit dem aktuellen Job, umso eher führen extrinsische Anreize zu einer Wechselbereitschaft zum Konstruktiven Journalismus, obschon alte Routinen aufgegeben und neue Prozesse der Gewohnheitsveränderung in Kauf genommen werden müssen. (Gewohnheiten, Durchführungsintervention)

Nach der Theorie der Grundbedürfnisse strebt das Individuum sowohl nach Autonomie als auch nach sozialer Integration (vgl. Deci & Ryan 1993: 228). Wird dieses Streben im beruflichen Kontext infrage gestellt, drängt es nach Veränderung, selbst wenn diese mit (vorübergehenden) Unsicherheiten verbunden ist. Mit dem Wechsel müssen bestehende Gewohnheiten und der schwierige Übergang des Umlernens in Kauf genommen werden (vgl. Duhigg 2012: 82). Die Analyse der Daten zeigt, dass der Wechsel mit Blick auf persönliche Gründe und unter Berücksichtigung der vorliegenden Angebote erfolgt ist, was auf Unzufriedenheit mit dem bisherigen beruflichen Schwerpunkt zurückzuführen ist. Dies trifft bei fünf von sieben der Befragten explizit zu. Das Motiv für den Wechsel überwog dabei alle anderen Überlegungen, einschließlich der teilweise noch andauernden Unsicherheiten im Zusammenhang mit der Aneignung neuer Gewohnheiten (vgl. Verplanken & Orbell 2023: 76 f.). Auch diese Hypothese kann somit bestätigt werden.

Die zweite untergeordnete Forschungsfrage lautet: Welche subjektiven (sozialpsychologischen) Faktoren sind für den Wechsel entscheidend? In dem Zusammenhang lautet die dritte Hypothese:

H3: Je mehr die Motivation intrinsisch gesteuert wird, d. h. die eigenen Normen und Werte mit dem Konzept des Konstruktiven Journalismus übereinstimmen, desto eher sind Journalist:innen dazu geneigt, sich dem Konstruktiven Journalismus nachhaltig/ langfristig zu öffnen/zuzuwenden. (Intrinsische Motivation und Selbstbestimmung)

Die intrinsische Motivation als ausschlaggebend für den Wechsel ist eng mit persönlichen Überzeugungen und Identitätspotenzialen verbunden und steht im Einklang mit den Handlungszielen des Konstruktiven Journalismus (vgl. Urner 2019: 71 ff.). Es besteht eine signifikante Übereinstimmung zwischen dem individuellen Werte- und Normenkompass und den Leitmerkmalen des Konstruktiven Journalismus (Lösungsrecherche, Rezipient:innenorientierung etc.). In diesem Kontext wird das Wechselmotiv als Ausdruck einer vollständigen Übereinstimmung zwischen den persönlichen Normen- und Wertesystemen und den neuen beruflichen Zielen und Erwartungen im Konstruktiven Journalismus verstanden. Das Datenmaterial bestätigt diese Hypothese, was insbesondere über die Analyse der Motivationsmodelle erfolgt ist. Die intrinsische Motivation korreliert mit einem hohen Maß an persönlichen Überzeugungen und Identitätsentfaltung in Bezug auf die Handlungsziele des Konstruktiven Journalismus. Der subjektive Werte- und Normenkompass stimmt vollständig mit den zentralen Merkmalen überein. Dabei muss die intrinsische Ausprägung nicht unbedingt ausschlaggebend für den Wechsel sein, sondern sie kann sich auch im Verlaufe des Wechsels einstellen. Diese Kombination zeigt sich bei der Mehrheit der befragten Journalist:innen. Gleichwohl äußern diese sich auch durchaus noch einmal wechselbereit, sollten interessante Angebote vorliegen. Die Hypothese kann deshalb verifiziert werden. Die vierte Hypothese lautet:

H4: Wenn keine intrinsische Motivation für den Konstruktiven Journalismus vorhanden ist, können gleichwohl wirtschaftliche bzw. materielle

(extrinsische) Anreize dazu führen, dass sich Journalist:innen dem Konstruktiven Journalismus gegenüber öffnen. (Identifizierte und integrierte Regulation)

Extrinsische Motive können im weiteren Berufsverlauf mit den subjektiven Zielen verknüpft werden, wodurch die Entscheidung auch intrinsisch nachhaltig wirken kann (identifizierte oder integrierte Regulation). Hier erfüllen sich die selbstbestimmten Erwartungsmuster. Die Auswertung des Datenmaterials zeigt, dass zum Zeitpunkt des Wechsels der überwiegende Teil der Befragten gewechselt hat, weil interessante Angebote vorlagen. Dabei war der Konstruktive Journalismus den meisten zwar bekannt, stellte jedoch nicht das Hauptmotiv für den Wechsel dar; vielmehr waren es die beruflichen Anreize, die ausschlaggebend waren. Das Konzept des Konstruktiven Journalismus wurde größtenteils über die Annäherung nach dem Wechsel intrinsisch ratifiziert. Dies verdeutlicht, dass auch ohne anfängliche intrinsische Verknüpfung zum Konzept eine nachhaltige Übereinstimmung erreicht werden kann. Die Hypothese kann somit verifiziert werden.

Die dritte untergeordnete Forschungsfrage lautet: Inwieweit beeinflussen berufliche Veränderungen (Karriereplanung) die individuellen Entscheidungsprozesse? Hierzu lautete die fünfte Hypothese:

H5: Wenn Journalist:innen dem Konstruktiven Journalismus gegenüber eher ablehnend eingestellt sind, sich aber durch extrinsische Anreize (z. B. ein besseres Gehalt) für das Arbeiten in einer konstruktiven Redaktion entscheiden, hält diese Handlungs- und Wiederholungsbereitschaft nur so lange an, wie der Anreiz besteht. (Korrumpierungseffekt)

Wird der äußere Anreiz, der zur Entscheidung für den Wechsel geführt hat, zurückgenommen oder verändert sich dessen Bedeutung aus Sicht des/der Redakteur:in, dann führt dies zu Desinteresse und erneuter Wechselabsicht. Die vorliegende Hypothese kann auf Grundlage des aktuellen Datenmaterials nicht zuverlässig bestätigt werden, da in der untersuchten Stichprobe kein:e Journalist:in über eine grundlegend ablehnende Haltung berichtet hat. Durchaus kann aber am Beispiel von Reiter – der noch am

ehesten einen ablehnenden Unterton vor seiner Tätigkeit im konstruktiven Journalismus äußerte – darauf geschlossen werden, dass sich die Hypothese auch in diesem Bezug nicht bestätigen lässt. Vielmehr entwickelte Reiter ein nachhaltiges Interesse am Konstruktiven Journalismus. Von den insgesamt sieben Befragten wechselten vier aufgrund unmittelbarer extrinsischer Motive (bessere berufliche Position, höhere Vergütung, interessante Aufgaben). Allerdings wurden im Untersuchungszeitraum keine Abbrüche verzeichnet, obwohl eine mögliche zukünftige Wechselbereitschaft nicht ausgeschlossen wurde. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die übernommenen Aufgaben im Konstruktiven Journalismus zwischenzeitlich mit den individuellen Normen- und Wertemustern der Befragten in Einklang gebracht werden konnten. Um valide repräsentative Daten zu dieser Fragestellung zu erheben, wäre möglicherweise eine quantitative Fragebogenerhebung durchzuführen. Die sechste Hypothese lautet:

H6: Je mehr sich die über extrinsische Anreize ausgelösten Handlungsimpulse (z. B. mehr Geld) mit intrinsischen Anreizen (eigenen Überzeugungen und Werten) verknüpfen lassen, umso mehr können beide Motivationsformate internalisiert werden, und umso nachhaltiger ist die Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus. (Identifizierte und integrierte Regulation)

Wie die theoretischen Erkenntnisse nahelegen, können durch äußere Anreize ausgelöste Handlungsentscheidungen bei nachträglicher Übereinstimmung mit individuell internalisierten Wertvorstellungen dazu führen, dass der ursprünglich externe Anreiz zugunsten eines persönlichen Interesses am Konstruktiven Journalismus in den Hintergrund tritt (vgl. Deci & Ryan 1993: 228). Die Erhebung zeigt, dass, obwohl die Entscheidungsgründe für den Wechsel überwiegend extrinsischer Natur waren und somit eine persönliche Distanz zum Konzept des Konstruktiven Journalismus bestand, im Verlauf der neuen Tätigkeit eine deutliche Annäherung an die subjektiven Werte und Überzeugungen stattgefunden hat. Dies führte bei vier der Befragten zu einer identifizierten beziehungsweise integrierten Regulation (hohe Selbstbestimmtheit) und in drei weiteren Fällen zu einer kognitiven Annäherung zwischen subjektiven Zielen und beruf-

lichen Erwartungen. Die Hypothese kann daher verifiziert werden. Die vierte untergeordnete Forschungsfrage lautet: Welche externen beruflichen Anreize können Journalist:innen für den Konstruktiven Journalismus motivieren und damit eine erfolgreiche Grundlage für das Initiieren intrinsischer Anreize darstellen? Die zugehörige siebte Hypothese lautet:

H7: Wenn die intrinsische Motivation für den Konstruktiven Journalismus nicht vorhanden ist, dann haben wirtschaftliche Anreize keinen oder nur wenig Einfluss darauf, dass Journalist:innen sich langfristig dem Konstruktiven Journalismus zuwenden. (Habitushysterese)

Extrinsische Anreize, damit Journalist:innen für den Konstruktiven Journalismus gewonnen werden können, sind dort, wo ein persönliches oder intrinsisches Interesse fehlt und wo entsprechende Werte und Normen im individuellen Wertekontext nicht ausreichend verankert sind, begrenzt wirksam. Die analysierten Ergebnisse zeigen, dass die Befragten den Wechsel unter dem Eindruck der extrinsischen Motivation, insbesondere in Form von materiellen Anreizen, vorgenommen haben. Eine vollständige Übereinstimmung mit dem Konzept des Konstruktiven Journalismus kann jedoch nur in vier Fällen festgestellt werden. Dies verweist auf Unsicherheiten im beruflichen Habitus insbesondere hinsichtlich des vereinigenden Prinzips von persönlichen und beruflichen Übereinstimmungen. Zudem bestätigen die in den Interviews geäußerten möglichen erneuten Wechselabsichten von vier der insgesamt sieben befragten Journalist:innen eine gewisse Distanz zum Konzept des Konstruktiven Journalismus, was auf entsprechende Korruptionseffekte verweisen kann. Gleichzeitig spricht dies für Dissonanzen mit dem neuen Rollenverständnis. Zwar können durch Qualifikationsanreize Stabilisierungen für den beruflichen Habitus eingesetzt werden, doch bleibt der Erfolg offen (vgl. auch Lueg 2012: 32 f.). Die Hypothese kann daher bestätigt werden. Gleichzeitig lassen die Daten anhaltende Hysterese-Effekte für einen Teil der Befragten aufgrund noch nicht stabiler Selbstkonzepte vermuten. Die achte und letzte Hypothese lautet:

H8: Je mehr das externe (berufliche) Umfeld (Redaktion) dem Wunsch des Individuums nach Anerkennung und sozialer Integration nachkommt,

desto eher wird die innere Bereitschaft zur Veränderung (Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus) gefördert bzw. verstärkt. (Organismische Integration)

In den theoretischen Wissensbeständen wird betont, dass ein Veränderungsprozess in Hinblick auf die organismische Integration nachhaltig initiiert und auf Kontinuität ausgerichtet werden kann, wenn Ressourcen auf beiden Ebenen – sowohl Top-down als auch Bottom-up – miteinander vernetzt werden (vgl. Deci & Ryan 1993: 223 f.). Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen der Redaktionsleitung beziehungsweise Chefredaktion und der Bereitschaft der Journalist:innen zur Unterstützung des Konzepts des Konstruktiven Journalismus. Die Hypothese wird durch die erhobenen Daten vollständig bestätigt: In nahezu allen Fällen zeigt sich eine hohe Zufriedenheit mit den beruflichen Rahmenbedingungen, wie etwa eine selbstbestimmte und autonome Arbeitsgestaltung, aber auch in Hinblick auf die Rolle der Redaktionsleitung als Steuerungsinstanz (Feedback, regelmäßige Teamrunden sowie die Einrichtung von Mentor:innensystemen etc.). Damit sind grundsätzlich gute Voraussetzungen für längerfristige Nachhaltigkeitseffekte gegeben.

6 Fazit und Ausblick: What now?

Am Ende eines intensiven Forschungsprozesses gilt es, eine zusammenfassende Antwort auf die erkenntnisleitende Forschungsfrage zu geben: Welche Gründe und Anlässe führen dazu, dass Journalist:innen sich langfristig dem Konstruktiven Journalismus zuwenden und welche sozialpsychologischen Faktoren (Motivation, Gewohnheit, Habitus) sind dabei von besonderer Bedeutung?

Die zentralen Ergebnisse der Studie weisen im Kern darauf hin, dass die Gründe für einen Wechsel insbesondere in der Kombination von privaten Push- (familiäre Anlässe, Unzufriedenheit im Job, Interesse am Konstruktiven Journalismus etc.) und beruflichen Pull-Faktoren (neue Stelle, Statusverbesserung, Finanzen) liegen und über gute Rahmenbedingungen (Finanzen, interessanter Job, gute Logistik für Qualifizierung etc.) ein längerfristiger Verbleib der Journalist:innen abgesichert werden kann. Die Analyse des Datenmaterials hinsichtlich der Bedeutung sozialpsychologischer Faktoren zeigt, dass es auf ein Zusammenspiel von intrinsischen und extrinsischen Motivationsfaktoren ankommt nach dem Grundsatz: persönliche Interessen treffen auf berufliche Anreize. Gleichzeitig geht aus den Analyseergebnissen eine deutliche Aufforderung an die Redaktionen hervor, die Arbeitsbedingungen nach selbstbestimmten, aber verbindlichen Strukturen zu organisieren. Nur so ist es möglich, dass die Journalist:innen die notwendigen, aber äußerst herausfordernden Änderungen in ihren bisherigen Gewohnheiten und im beruflichen Habitus annehmen. Die seltene hohe intrinsische Motivation als Hauptgrund für den Wechsel lässt auch die Annahme zu, dass eine Zuwendung zum Konstruktiven Journalismus ohne eine berufsbedingte Annäherung daran seltener ist,

weil der Konstruktive Journalismus noch nicht weit verbreitet und immer noch auf einzelne Redaktionen beschränkt ist, sodass es sich wirtschaftlich nicht unbedingt für jede:n lohnt. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass eine nachhaltige Zuwendung zum Konzept des Konstruktiven Journalismus ein – wenn auch erst im Laufe der Tätigkeit entwickeltes – gewisses Maß an intrinsischer Überzeugung erfordert. Diese Erkenntnis bestätigt auch jene normative Ebene des Konstruktiven Journalismus, der eine andere – dialogorientiertere – Beziehung zu seinen Rezipient:innen aufbauen und Verantwortung dafür übernehmen will, was am Ende mit den schlechten Nachrichten passiert, »weil Journalismus sich natürlich wegbewegen wird von dem reinen Verpacken von Inhalten und hin zur Beziehungspflege. Redaktionsstellen werden abgebaut werden, Beziehungsstellen werden immer mehr werden in den Redaktionen« (Interview 3, C.F., 33: 34 ff.).

Gleichzeitig wird durch die Analyseergebnisse auch eine deutliche Anforderung an die Redaktionen deutlich, Arbeitsbedingungen nach selbstbestimmten und gleichzeitig verbindlichen Strukturen zu organisieren. Nur so wird möglich, dass Journalist:innen die notwendigen, aber äußerst herausfordernden Änderungen in ihren bisherigen Gewohnheiten und im beruflichen Habitus meistern. Dies wiederum ist die Voraussetzung für einen guten und *zukunftsfähigen* Konstruktiven Journalismus.

6.1 Methodenkritik und Limitationen

In der qualitativen Forschung gibt es aufgrund der Notwendigkeit der subjektiven Interpretation bisher keine Einigung hinsichtlich allgemeingültiger Gütekriterien (vgl. Döring 2023: 106). Umso wichtiger ist es anzumerken, dass die im Rahmen dieser Arbeit vorgenommene hermeneutische Herangehensweise und subjektive Interpretation des Themas und der Ergebnisse dienlich sind. Eine intersubjektive Nachvollziehbarkeit ist dadurch gegeben, dass der Prozess der Operationalisierung genau beschrieben wurde und ausführlichere Informationen wie beispielsweise die Transkripte der Interviews und der Kodierleitfaden dazu auf Nachfrage verfügbar sind. Der in der Natur der Sache liegenden Gefahr von

Missverständnissen wurde versucht entgegenzuwirken, indem die verwendeten Zitate den befragten Journalist:innen vor Veröffentlichung zur Autorisierung vorgelegt, nicht aber verändert (lediglich geglättet) wurden. Hinsichtlich des aufgestellten Kategoriensystems fällt im Ergebnisteil auf, dass einige Kategorien wie etwa die extrinsische Motivation, identifizierte und integrierte Regulation oder auch die Karriereplanung nicht immer eindeutig voneinander trennbar waren. Hier lohnt sich eine Überarbeitung des Kategoriensystems, um Doppelkodierungen zu vermeiden und mehr Trennschärfe zu erlangen. Andererseits könnte auch hier die Relevanz der Interpretationsleistung hervorgehoben werden. Ferner hätten Habitus und Hysteresis-Effekt in zwei Kategorien statt einer unterteilt werden können, um ebenfalls schon bei der Kodierung mehr Differenziertheit zu erlangen und diese nicht erst durch die Interpretation sicherstellen zu müssen.

Hinsichtlich der Stichprobe kann hinterfragt werden, ob der Umstand, dass die meisten der befragten Journalist:innen sowohl im herkömmlichen als auch im Konstruktiven Journalismus tätig sind, für den Erkenntnisgewinn im Rahmen dieser Arbeit dienlich war. In Zukunft könnten an dieser Stelle im Vorhinein Überlegungen dazu getroffen werden. Allerdings ist hierbei anzumerken, dass in der Branche des Journalismus, die von Freiberuflichkeit beziehungsweise einer Befristung von Verträgen geprägt ist, wenige Journalist:innen – allein aus wirtschaftlichen Gründen – ausschließlich in *einer* konstruktiven Redaktion arbeiten.

Eine Möglichkeit hinsichtlich des Aspekts der Neutralität wäre außerdem, auf die jeweils zentralen Stellen der Medienhäuser zuzugehen und die Journalist:innen nicht persönlich anzufragen. Darüber hinaus wurden zwar keine Journalist:innen in oberen Führungspositionen befragt, durchaus aber solche, die in Leitungspositionen (als Redaktionsleitung) tätig sind. Für eine bessere Vergleichbarkeit kann in einer zukünftigen weiterführenden Studie auch hierauf geachtet werden.

Eine Limitierung ergibt sich für diese Studie allein durch die Wahl der qualitativen Forschungsmethode, da so in die Tiefe, aber nicht in die Breite geforscht wurde. Die qualitativ generierten Erkenntnisse lassen sich zudem nicht einfach auf alle konstruktiven Journalist:innen übertragen,

sind also nicht repräsentativ. Vielmehr können sie Ausgangspunkte für weiterführende Studien bieten.

Hinzu kommt auch, dass sich Kategorien gegenseitig bedingen: So ist etwa bei Reiter eine hohe identifizierte und integrierte Regulation erkennbar, allerdings ist diese nicht so nachhaltig wie vermutlich bei anderen Personen mit einem ähnlich hohen Wert, da Reiter auch einen vergleichsweise hohen Wert hinsichtlich externer Anreize aufweist. Hier muss abgewogen und auf Grundlage des gesamten Interviews subjektiv interpretiert werden. Nichtsdestotrotz kann dadurch nicht in Für und Wider und damit in ultimative Fürsprecher:innen und Gegner:innen des Konstruktiven Journalismus unterschieden werden. Durchaus kann diese Beobachtung aber als Zeichen für die Unsicherheit gegenüber dem Konzept des Konstruktiven Journalismus verstanden werden, die sich noch im Prozess befindet und noch keine endgültige Entschlossenheit aufweist – und auch nicht muss.

Die Unsicherheit kann auch dadurch begründet sein, dass das Konzept sich noch in einem Prozess hinsichtlich seiner Etablierung in Medienhäusern befindet. Dafür spricht auch die bereits im zweiten Kapitel angesprochene Unklarheit gegenüber einem konkreten konstruktiven Leitfaden oder journalistischem Werkzeug. So waren einige der Journalist*:innen in der Befragung unsicher, als sie konstruktive journalistische Standards aufzählen sollten.

6.2 Was daraus folgen kann: Handlungsempfehlungen für Journalist:innen und Redaktionen

Wie die Ergebnisse der Datenauswertung zeigen: Journalistische Routinen – und damit auch die Präsenz von Negativität der Berichterstattung – können letztlich als Ausprägung der Macht der Gewohnheit begriffen werden. Dass diese geändert werden können, wurde im Rahmen dieser Arbeit hinreichend beschrieben und herausgearbeitet. Vor dem Hintergrund der Analyse und Auswertung der geführten Interviews sollen nun konkrete Handlungsempfehlungen helfen, einen Ausblick in die mögliche Zukunft konstruktiver Redaktionen zu bieten. Dazu sollen die Erkenntnisse hin-

sichtlich eines journalistischen Habitus – im Kontext von Gewohnheiten und Motivationen für einen Wechsel zum Konstruktiven Journalismus – ebenso berücksichtigt werden wie die Rolle der Redaktionen selbst und ihrer Unterstützungsmöglichkeiten für Journalist:innen. Folgende Empfehlungen für die journalistische Praxis lassen sich aus den empirisch erhobenen Daten ableiten:

1. *Konstruktiv und lösungsorientiert – oder alter Wein in neuen Schläuchen?*

Die Idee einer konstruktiven Berichterstattung ist nicht neu. Wenn-gleich bisherige journalistische Arbeitsweisen und Techniken im Konstruktiven Journalismus nicht überflüssig werden, besteht eine zentrale Herausforderung gerade darin, nicht rückfällig zu werden. Wenn man nämlich das beibehalten kann, was zur eigenen Routine gehört, verliert man möglicherweise den Anschluss an einen anderen Journalismus. Der Konstruktive Journalismus verlangt nach einem Paradigmenwechsel in der Wahrnehmung, Betrachtung und Vermittlung von Nachrichten: Die Welt ist nicht das, was wir täglich in den Nachrichten präsentiert bekommen; dort findet sich (lediglich) ein Ausschnitt des dramatischen, teilweise auch des tragischen Teils dieser Welt. Die Blickrichtung auf Problemberichterstattung zu wechseln und Lösungsperspektiven in die Nachrichten zu integrieren, bedeutet, Rezipient:innen zur Partizipation einzuladen.

2. *Doppelgleisigkeit als Barriere für die Umsetzung des Neuen*

Die in der Stichprobe repräsentierte Doppelgleisigkeit in der journalistischen Praxis (herkömmlich versus konstruktiv) kann ein nachhaltiges Hindernis dafür sein, den Berufshabitus und damit das berufliche Selbstkonzept zu verändern und die Leitmerkmale des Konstruktiven Journalismus in das berufliche Selbstbild zu integrieren. Dies gilt insbesondere deshalb, weil das berufliche Selbstkonzept dem veränderten Bild von Journalismus nur gerecht werden kann, wenn Ziele und Handlungsweisen des beruflichen Umfeldes damit übereinstimmen. Angesichts ständig wechselnd-

der Handlungsstrategien können neue Konzept- und Haltungsimpulse höchstwahrscheinlich nur begrenzt an- und aufgenommen werden (vgl. Deci & Ryan 1993: 227 f.).

3. *Journalismus kann konstruktiv sein – wenn der Habitus stimmt*
Bei der Umsetzung des Konzepts des Konstruktiven Journalismus handelt es sich um eine Neuformierung der Berichterstattung – und damit um einen anderen Blick auf Nachrichten, Nachrichtenkerne, Rolle der Rezipient:innen und das professionelle Selbstverständnis der Journalist:innen. Es geht dabei weniger um die Fortführung bisheriger Berichterstattungsformate als vielmehr um die kreative Umsetzung eines beteiligungs- und lösungsorientierten Journalismus. Dies kann nur funktionieren, wenn sich auch der berufliche Habitus entsprechend weiterentwickelt, sodass er sich eine lösungsorientierte Brille aufsetzen kann.
4. *Herausforderungen an eine konstruktive Redaktionskultur*
Hilfreich und unterstützend sind in diesen Zusammenhang Redaktionsteams und Redaktionsleitungen insbesondere dann, wenn gute Feedbackstrukturen in der Redaktionskultur fest verankert sind: Regelmäßigkeit von Teamrunden für Rückmeldungen (konstruktiv, nicht abwertend) und Austausch kollegialer Tipps und Arbeitstechniken.
5. *Konstruktiver Journalismus braucht offene, aber verbindliche Arbeitsstrukturen*
Die Untersuchungsergebnisse bestätigen einhellig, wie wichtig die zuverlässige Vernetzung von Top-down- und Bottom-up-Ebene für konstruktive Arbeitsstrukturen ist. Selbstbestimmtes Arbeiten und Freiheit im journalistischen Schaffen sind ebenso relevant wie verbindliche Rückmeldestrukturen für eine Nachhaltigkeit des Wechsels. Dazu gehören auch selbstkritische Diskussionen über (zukünftige) journalistische Produkte und Vorhaben.

6. *Qualität über Kooperation und Austausch*

Das lässt sich etwa über die Einrichtung von Mentor:innensystemen (Buddies) und Anlaufstellen für einen direkten und regelmäßigen Austausch über aktuelle Projekte sowie kollegiale Partnerschaften für konkrete Artikelbegleitungen umsetzen: Vernetzung, Partizipation und Austausch schafft *Aktivierung* unter Journalist:innen. Ebenso kann die Institutionalisierung von internen und externen Diskussionsrunden zu speziellen Themen erfolgen (z. B. konstruktive Recherche-techniken, Themen- und Protagonist:innenselektion etc.). Zudem sind kontinuierliche Qualifikationsmodule über Tagungen, Kongresse, Weiterbildungen zu Schwerpunktthemen etc. als verpflichtende Elemente für Redaktionsleitung und Journalist:innen sicherzustellen. Nur so kann Skepsis und Voreingenommenheit entgegenwirkt werden.

7. *Ins Gespräch kommen gegen Müdigkeit*

Müde sind vermutlich beide Seiten – die von der negativen Informationsflut erschöpften Rezipient:innen, aber auch die mit dem verunsichernden Wandel konfrontierten hart arbeitenden Journalist:innen. Diskussionsrunden (z. B. bei Führungen durch die Medienhäuser) mit dem eigenen Publikum können helfen, den dialog- und rezipient:innenorientierten Aspekt des Konstruktiven Journalismus real werden zu lassen. Begegnungsformate können helfen, ein journalistisches Selbstverständnis als Vermittler:in zu stärken und Reflexionsprozesse anzustoßen.

8. *Motivationen wecken und nachhaltig fördern*

Auch durch berufliche Anreize wie Geld, neuer Job, Leitungsfunktion, Qualifizierungs- beziehungsweise Weiterbildungs-garantien sowie weiteren Gratifikationsbausteinen kann die Motivation, sich dem Konstruktiven Journalismus zuzuwenden, gesteigert und verstetigt werden.

Hinter oder vielmehr *vor* all diesen Empfehlungen steht das Argument der fehlenden Ressource Zeit als großes Hindernis. Sie ist Voraussetzung dafür, diese Empfehlungen umzusetzen und muss über gut geplante redaktionelle Strukturen geplant und eingerichtet werden.

6.3 Weiterer Forschungsbedarf

Im Rahmen dieser Arbeit wurde die Forschung auf sieben konstruktiv berichtende Journalist:innen begrenzt. Die Untersuchung zeigt schließlich auch, dass es teilweise erhebliche Forschungsbedarfe gibt. Ein naheliegender Gedanke ist, diese Stichprobe auszuweiten, um mehr und tiefergreifende Erkenntnisse zu gewinnen. Dies zunächst auf der Ebene qualitativer Forschungsprojekte, um zum Beispiel durch Evaluationsstudien insbesondere zu prüfen, inwieweit die konstruktiv berichtenden Journalist:innen in ihren persönlichen Einstellungen sich im Sinne des Konzepts des Konstruktiven Journalismus entwickelt haben – oder ob sie eher unter dem Eindruck extrinsischer Anreize in konstruktiven Redaktionen tätig sind. Auch eine international angelegte Studie mit Fokus auf konstruktive Redaktionen wäre im Hinblick auf die verschiedenen Nachrichtenkulturen in verschiedenen Ländern spannend.

Da es bisher vor allem an Erkenntnissen über langfristige Entwicklungen fehlt, besteht ebenfalls Forschungsbedarf an über einen längeren Zeitraum angelegten Studien mit der Zielsetzung, vor allem verlässliche Erkenntnisse hinsichtlich der Wirkung einer konstruktiven Berichterstattung auf das Publikum (Reichweiten, Statistiken) und auch auf praktizierende Journalist:innen zu erlangen. Nur so kann gezeigt werden, ob Konstruktiver Journalismus tatsächlich eine Lösung für den krisenhafte Wandel des Journalismus bietet.

Gewiss sind auch quantitative Studien notwendig, um den Umsetzungsprozess des Konstruktiven Journalismus in der Breite zu erheben, Erfolge und Potenziale herauszustellen und die Ursachen für mögliche regionale Lücken zu untersuchen.

Schließlich bedarf es auch Forschungsvorhaben mit einem methodologischen Forschungsmix aus quantitativen und qualitativen Metho-

den, um einerseits eine empirisch überzeugende Sättigung zu erreichen, andererseits aber auch eine vertiefende Analyse der sozialen Phänomene angehen zu können. Hier ist auch eine Kooperation mit Organisationen wie dem Solutions Journalism Network oder dem Bonn Institute denkbar, um von gegenseitigen Erkenntnisgrundlagen zu profitieren.

Abschließend ist eine zentrale Erkenntnis dieser Arbeit, dass der Journalismus – wie viele andere Branchen sicherlich auch – durch Routinen und Gewohnheiten stabilisiert wird und an Zuverlässigkeit gewinnt. Das Altbekannte zu hinterfragen, kann dennoch nicht schaden, nein, es dient sogar der Qualitätssicherung – denn auch der Journalismus, der gesellschaftliche Entwicklungen beobachtet und darüber berichtet, sieht sich damit konfrontiert, selbst Teil davon zu werden. Das gilt nicht nur für die Branche selbst, sondern auch für die Journalist:innen und ihre (berufliche) Lebensrealität. Zum Schluss bleibt schließlich also die Feststellung, dass zur Umsetzung eines Konstruktiven Journalismus vor allem eins dazugehört – Optimismus:

Für mich ist Optimismus in den letzten Jahren so wertvoll und wichtig geworden. Und der Ausspruch des Wissenschaftsphilosophen Karl Popper, der sagt, es gibt zum Optimismus keine rationale Alternative, der ist einfach überzeugend. Weil wir *müssen* optimistisch bleiben. Alles andere ist einfach sinnlos. Da können wir auch das Spiel beenden. [...] Also, Optimismus ist eine Kernaufgabe, eine *Kernpflicht* für jeden guten konstruktiven Journalisten. (Interview 1, M.M., 11: 40 ff.)

Um Optimismus als grundlegende journalistische Herangehensweise zu etablieren, darf der Konstruktive Journalismus allerdings nicht als isolierter Ansatz auf einzelne Redaktionen verteilt werden, sondern muss als ganzheitliches Konzept einen Referenzrahmen für Journalismus bieten. In der Macht der Gewohnheit liegt also tatsächlich eine. Die Macht, die jeder Mensch hat, sich selbst zu hinterfragen und sein Selbstbild (um-) zu gestalten. Optimismus ist erlernbar. Um ihn ganzheitlich anzuwenden – und dabei die Probleme einer modernen Gesellschaft als Facetten zu begreifen – braucht es vor allem eins: einander zugewandt und veränderungsbereit zu sein.

Literaturverzeichnis

- Ahva, Laura & Hautakangas, Mikko 2018. Why Do We Suddenly Talk So Much About Constructiveness? *Journalism Practice* 12, 6, 657–661.
- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse 2024. *ma Podcast – Anlage zur Berichterstattung am 25.07.2024*. https://www.agma-mmc.de/fileadmin/user_upload/Anlage_ma_Podcast_-_Juni_2024.pdf [Stand 2024-08-31].
- Arnold, Klaus 2016. Qualität des Journalismus. In M. Löffelholz & L. Rothenberger, hg. *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 551–563. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-18966-6_34 [Stand 2024-08-28].
- Arnold, Klaus 2009. *Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum*. Konstanz: UVK.
- Auer, Claudia 2016. Internet und Journalismus. In M. Löffelholz & L. Rothenberger, hg. *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 489–506. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-18966-6_30 [Stand 2024-08-28].
- Baden, Denise, McIntyre, Karen & Homberg, Fabian 2019. The Impact of Constructive News on Affective and Behavioural Responses. *Journalism Studies* 20, 13, 1940–1959.
- Beck, Klaus, Schubert, Christiane & Reineck, Dennis 2010. *Journalistische Qualität in der Wirtschaftskrise*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Becker, Florian 2019. *Mitarbeiter wirksam motivieren: Mitarbeitermotivation mit der Macht der Psychologie*. Berlin: Springer.
- Behre, Julia, Hölig, Sascha & Möller, Judith 2024. Reuters Institute Digital News Report 2024: Ergebnisse für Deutschland. *Arbeitspapiere des Hans-*

- Bredow-Instituts*. <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/94461> [Stand 2024-06-22].
- Beiler, Markus & Krüger, Uwe 2018. Mehr Mehrwert durch Konstruktiven Journalismus?: Idee des Konzepts und Implikationen zur Steigerung des Public Values von Medien. In N. Gonser, hg. *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien*. Forschung und Praxis an der FHWien der WKW. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 167–191. http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-20498-3_11 [Stand 2024-07-5].
- Bidlo, Oliver 2012. Eine kurze Geschichte der Medien als Vierte Gewalt. In *Tat-Ort Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 151–168. https://link.springer.com/10.1007/978-3-531-19457-8_7 [Stand 2024-08-16].
- Blekesaune, Arild, Elvestad, Eiri & Aalberg, Toril 2012. Tuning out the World of News and Current Affairs — An Empirical Study of Europe’s Disconnected Citizens. *European Sociological Review* 28, 1, 110–126.
- Blöbaum, Bernd 2016. Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft. In M. Löffelholz & L. Rothenberger, hg. *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 151–163. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6_7 [Stand 2024-05-2].
- Bolder, Axel u. a. 2012. Beruflichkeit – Ein Kampf der Einzelnen gegen die Institutionen? In A. Bolder u. a., hg. *Beruflichkeit zwischen institutionellem Wandel und biographischem Projekt*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 7–23. https://link.springer.com/10.1007/978-3-531-19623-7_1 [Stand 2024-08-17].
- Bourdieu, Pierre 1987. *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. 4. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp-Taschenbuch-Verlag.
- Brandstätter, Veronika u. a. 2018. *Motivation und Emotion: allgemeine Psychologie für Bachelor: mit 33 Abbildungen und 9 Tabellen*. 2. Auflage. Berlin [Heidelberg]: Springer.
- Bremer, Helmut & Teiwes-Kügler, Christel 2013. Habitusanalyse als Habitus-Hermeneutik. *Zeitschrift für Qualitative Forschung* 14, 2, 199–219.
- Bro, Peter 2024. *Constructive journalism: precedents, principles, and practices*. Abingdon New York: Routledge.
- Bröskamp, Bernd 2017. Der Markt der frühkindlichen Bildung. Ein sozioanalytischer Zugang. In M. Rieger-Ladich & C. Grabau, hg. *Pierre Bour-*

- dieu: *Pädagogische Lektüren*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 15–35. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-18904-8_2 [Stand 2024-08-16].
- Bruns, Axel 2009. Vom Gatekeeping zum Gatewatching: Modelle der journalistischen Vermittlung im Internet. In C. Neuberger, C. Nuernbergk, & M. Rischke, hg. *Journalismus im Internet*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 107–128. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-91562-3_3 [Stand 2024-05-4].
- Choi, Jihyang 2016. Why do people use news differently on SNSs? An investigation of the role of motivations, media repertoires, and technology cluster on citizens' news-related activities. *Computers in Human Behavior* 54, 249–256.
- Corsten, Michael 2012. Die subjektive Entschiedenheit beruflicher Praxis – Annotationen zur Theorie des beruflichen Habitus. In A. Bolder u. a., hg. *Beruflichkeit zwischen institutionellem Wandel und biographischem Projekt*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 319–335. https://link.springer.com/10.1007/978-3-531-19623-7_16 [Stand 2024-08-16].
- Curry, Alexander L. & Hammonds, Keith H. 2014. *The Power of Solutions Journalism*. Center for Media Engagement. https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf [Stand 2024-07-16].
- Deci, Edward L. & Ryan, Richard M. 1993. Die Selbstbestimmungstheorie der Motivation und ihre Bedeutung für die Pädagogik. *Zeitschrift für Pädagogik* 39, 2, 223–238.
- Deci, Edward L. & Ryan, Richard M. 2000. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist* 55, 1, 68–78.
- Dernbach, Beatrice, Godulla, Alexander & Sehl, Annika (Hg.) 2019. *Komplexität im Journalismus*. Wiesbaden: Springer.
- DGPuK 2008. *Kommunikation und Medien in der Gesellschaft: Leistungen und Perspektiven der Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Lugano: Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK). https://www.dgpuk.de/sites/default/files/DGPuK_Selbstverstaendnispapier-1.pdf [Stand 2024-05-4].

- Döring, Nicola 2023. *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <https://link.springer.com/10.1007/978-3-662-64762-2> [Stand 2024-08-24].
- Döring, Nicola & Bortz, Jürgen 2016. *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. 5. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage. Berlin Heidelberg: Springer.
- Duhigg, Charles 2012. *Die Macht der Gewohnheit: Warum wir tun, was wir tun*. 1. Auflage. Berlin: Berlin Verlag.
- Eilders, Christiane 2016. Journalismus und Nachrichtenwert. In M. Löffelholz & L. Rothenberger, hg. *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 431–442. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-18966-6_26 [Stand 2024-08-28].
- Festinger, Leon 1957. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, Calif: Stanford University Press.
- Franck, Georg 1998. *Ökonomie der Aufmerksamkeit: ein Entwurf*. München: Hanser.
- Fries, Stefan 2024. *Nicht mal in der U-Bahn eine Nachrichtenpause!*. Übermedien. <https://uebermedien.de/97113/nicht-mal-in-der-u-bahn-eine-nachrichtenpause/> [Stand 2024-08-21].
- Frühwirth, Gabriele 2020. *Selbstbestimmt unterrichten dürfen – Kontrolle unterlassen können: Der Motivationsstil von Mentorinnen und Mentoren in Schulpraktika*. Wiesbaden [Heidelberg]: Springer VS.
- Galtung, Johan & Ruge, Mari Holmboe 1965. The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research* 2, 1, 64–90.
- Geuß, A. 2018. Qualität im Journalismus. Eine Synopse zum aktuellen Forschungsstand. M. Behmer, hg. *Bamberger Beiträge zur Kommunikationswissenschaft*.
- Godulla, Alexander & Wolf, Cornelia 2022. Internet und Journalismus. In M. Löffelholz & L. Rothenberger, hg. *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 1–15. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32153-6_27-1 [Stand 2024-05-4].
- Gyldensted, Cathrine 2015. *From mirrors to movers: five elements of positive psychology in constructive journalism*. 1st. edition. Charleston, SC: GGroup Publishing.

- Gyldensted, Cathrine 2011. Innovating News Journalism through Positive Psychology. 20., <https://repository.upenn.edu/entities/publication/c4907d2f-1cle-4d9f-afeb-98f7c861452d>.
- Ha, Louisa u. a. 2018. Decline in news content engagement or news medium engagement? A longitudinal analysis of news engagement since the rise of social and mobile media 2009–2012. *Journalism* 19, 5, 718–739.
- Haagerup, Ulrik 2017. *Constructive News: How to Save the Media and Democracy with Journalism of Tomorrow*. Revised second edition. Aarhus: Aarhus University Press.
- Haagerup, Ulrik 2008. Konstruktive nyheder [Constructive News]. *Politiken*. <https://politiken.dk/debat/kroniken/art5471819/Konstruktive-nyheder> [Stand 2024-07-6].
- Habermas, Jürgen 2021. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft: mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990*. 17. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Haim, Mario 2019. *Die Orientierung von Online-Journalismus an seinen Publika: Anforderung, Antizipation, Anspruch*. Wiesbaden [Heidelberg]: Springer VS.
- Hanitzsch, Thomas 2023. Das journalistische Feld. In M. Löffelholz & L. Rothenberger, hg. *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 1–14. https://link.springer.com/10.1007/978-3-658-32153-6_17-1 [Stand 2024-08-30].
- Hanitzsch, Thomas & Lauerer, Corinna 2019. Berufliches Rollenverständnis. In T. Hanitzsch, J. Seethaler, & V. Wyss, hg. *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Studies in International, Transnational and Global Communications. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 135–161. http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-27910-3_6 [Stand 2024-07-5].
- Hanitzsch, Thomas, Seethaler, Josef & Wyss, Vinzenz (Hg.) 2019. *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Wiesbaden: Springer VS.
- Hartmann, Kathrin 2014. Erlösungsjournalismus. (ehem.) *Message – Internationale Zeitschrift für Journalismus*. <https://www.message-online.com/archiv/message-1-2014/leseproben/erloesungsjournalismus/> [Stand 2024-07-18].

- Hartmann, Kathrin 2018. »Wer sagt denn, was eine Lösung ist?« <https://www.deutschlandfunk.de/konstruktiver-journalismus-wer-sagt-denn-was-eine-loesung-100.html> [Stand 2024-07-18].
- Heinrichs, Ellen 2022. Hören, was ist. Über einen zugewandten und empathischen konstruktiven Journalismus. In KLIMA vor acht e. V., hg. *Medien in der Klima-Krise*. Klima. München: Oekom, S. 153–160.
- Heinrichs, Ellen 2021. *Lösungen, Perspektiven, Dialog – Warum Konstruktiver Journalismus sich für Medien und Gesellschaft lohnt*. Marl: Grimme Institut. https://www.grimme-akademie.de/fileadmin/Grimme_Nutzer_Dateien/Institut/Dokumente/Studie_Lo__sungen_Perspektiven_Dialog.pdf [Stand 2024-07-7].
- Helfferich, Cornelia 2022. Leitfaden- und Experteninterviews. In N. Baur & J. Blasius, hg. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 875–892. https://link.springer.com/10.1007/978-3-658-37985-8_55 [Stand 2024-08-30].
- Helfferich, Cornelia 2014. Leitfaden- und Experteninterviews. In N. Baur & J. Blasius, hg. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 559–574. https://link.springer.com/10.1007/978-3-531-18939-0_39 [Stand 2024-08-31].
- Hepp, Andreas u. a. 2021. Die Figuration des Pionierjournalismus in Deutschland: Akteure und Experimentierbereiche. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 69, 4, 551–577.
- Hirschi, Eva 2019. *Johan Galtung: »Meine Theorie war nicht als Anleitung für die Berichterstattung gedacht!«* medienwoche.ch. <https://medienwoche.ch/2019/01/22/meine-theorie-war-nicht-als-anleitung-fuer-die-berichterstattung-gedacht/> [Stand 2024-08-21].
- Hooffacker, Gabriele 2020. *Journalistische Praxis: Konstruktiver Journalismus: Wie Medien das Thema Migration für Jugendliche umsetzen können*. Wiesbaden [Heidelberg]: Springer VS.
- Jenkins, Henry 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr> [Stand 2024-05-5].
- Jørgensen, Kristina Lund & Risbro, Jakob 2021. *Handbook for Constructive Journalism*. https://constructiveinstitute.org/app/uploads/2022/01/A-Handbook-for-Constructive-Journalism_English.pdf [Stand 2024-07-7].

- Kirchhoff, Susanne & Prandner, Dimitri 2016. Bausteine des journalistischen Selbstbilds: Überlegungen zum Zusammenhang von Habitus, Praxis und Feldstrukturen im österreichischen Journalismus. In J. Wimmer & M. Hartmann, hg. *Medien-Arbeit im Wandel*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 93–114. http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-10912-7_5 [Stand 2024-08-30].
- Klaue, Magnus 2016. Ab durch den Filter. *Jungle World* 2016/05,. <https://jungle.world/artikel/2016/05/ab-durch-den-filter> [Stand 2024-07-18].
- Kleinen-von KönigsLöw, Katharina 2020. Die Individualisierung der Nachrichtenutzung als Treiber der gesellschaftlichen Vermittlungskrise. In O. Jarren & C. Neuberger, hg. *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 93–118. <https://www.nomos-elibrary.de/index.php?doi=10.5771/9783748909729-93> [Stand 2024-08-28].
- Köck, Wolfram Karl 2015. Von der Wahrheit zur Viabilität: Ernst von Glasersfelds Radikaler Konstruktivismus. In B. Pörksen, hg. *Schlüsselwerke des Konstruktivismus*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 367–385. https://link.springer.com/10.1007/978-3-531-19975-7_22 [Stand 2024-07-7].
- Kotler, Philip 2010. The Prosumer Movement. In B. Blättel-Mink & K.-U. Hellmann, hg. *Prosumer Revisited*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 51–60. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-91998-0_2 [Stand 2024-08-28].
- Kramp, Leif & Weichert, Stephan 2021. Konstruktiv durch Krisen? Fallanalysen zum Corona-Journalismus. OBS-Arbeitsheft 107,. https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH107_Konstr_Journalismus.pdf.
- Kramp, Leif & Weichert, Stephan 2020. Nachrichten mit Perspektive – Lösungsorientierter und konstruktiver Journalismus in Deutschland. OBS-Arbeitsheft 101,. https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH101_konstr_Journalismus.pdf.
- Krüger, Uwe & Meyen, Michael 2018. Auf dem Weg in die Postwachstumsgesellschaft. Plädoyer für eine transformative Kommunikationswissenschaft: Ein Beitrag zur Selbstverständnisdebatte im »Forum« (Publizistik,

- Heft 3, 2015; Heft 3 und 4, 2016; Heft 3 und 4, 2017; Heft 1, 2018). *Publizistik* 63, 3, 341–357.
- Kutzner, Stefan 2012. Arbeit, Beruf und Habitus. Fallrekonstruktionen von Erwerbsbiografien mit der Objektiven Hermeneutik. In K. Schittenhelm, hg. *Qualitative Bildungs- und Arbeitsmarktforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 203–239. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-94119-6_8 [Stand 2024-08-16].
- Lauerer, Corinna, Dingerkus, Filip & Steindl, Nina 2019. Journalisten in ihrem Arbeitsumfeld. In T. Hanitzsch, J. Seethaler, & V. Wyss, hg. *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Studies in International, Transnational and Global Communications. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 71–101. http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-27910-3_4 [Stand 2024-08-30].
- Lenger, Alexander, Schneickert, Christian & Schumacher, Florian 2013. *Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus: Grundlagen, Zugänge, Forschungsperspektiven*. Wiesbaden: Springer VS.
- Lichtenstein, Dennis 2011. Kommerzialisierung des Medienjournalismus? Eine empirische Untersuchung zum »Fall Berliner Zeitung.« *Medien & Kommunikationswissenschaft* 59, 2, 216–234.
- Lilienthal, Volker u. a. (Hg.) 2014. *Digitaler Journalismus: Dynamik – Teilhabe – Technik*. Leipzig: Vistas-Verl.
- Looschelders, Tobias 2022. *Conversion-Optimierung: Erfolgreiche Webseiten und Digitalkampagnen: Über 150 Praxistipps zu datengetriebenem Marketing, Analytics & Webseitenoptimierung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://link.springer.com/10.1007/978-3-658-38509-5> [Stand 2024-07-17].
- Loosen, Wiebke, Pörksen, Bernhard & Scholl, Armin 2008. Paradoxien des Journalismus. In B. Pörksen, W. Loosen, & A. Scholl, hg. *Paradoxien des Journalismus. Theorie, Empirie, Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 17–33. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-91816-7_2 [Stand 2024-08-16].
- Lough, Kyser & McIntyre, Karen 2023. A systematic review of constructive and solutions journalism research. *Journalism* 24, 5, 1069–1088.
- Lueg, Klarissa 2012. *Habitus, Herkunft und Positionierung: Die Logik des journalistischen Feldes*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Imprint.

- Maurer, Marcus 2022. Wie wir ohne Panik aus dem brennenden Haus kommen. Plädoyer für einen konstruktiven Klimajournalismus. In KLIMA vor acht e. V., hg. *Medien in der Klima-Krise*. München: Oekom Verlag, S. 143–151.
- Mayring, Philipp 2023. *Einführung in die qualitative Sozialforschung: eine Anleitung zu qualitativem Denken*. 7., überarbeitete Auflage. Weinheim Basel: Beltz.
- Mayring, Philipp & Fenzl, Thomas 2022. Qualitative Inhaltsanalyse. In N. Baur & J. Blasius, hg. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 691–706. https://link.springer.com/10.1007/978-3-658-37985-8_43 [Stand 2024-08-31].
- McIntyre, Karen 2015. *Constructive Journalism: The Effects of Positive Emotions and Solution Information in News Stories*. University of North Carolina at Chapel Hill Graduate School, <https://cdr.lib.unc.edu/concern/dissertations/rn3012085?locale=en> [Stand 2024-07-5].
- McIntyre, Karen 2020. »Tell Me Something Good«: Testing the Longitudinal Effects of Constructive News Using the Google Assistant. *Electronic News* 14, 1, 37–54.
- McLuhan, Marshall & Powers, Bruce R. 1992. *The global village: transformations in world life and media in the 21th century*. New ed. New York: Oxford Univ. Press.
- McManus, John H. 1994. *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?*. Illustrated Edition. SAGE Publications, Inc.
- Meier, Klaus 2018. How Does the Audience Respond to Constructive Journalism?: Two experiments with multifaceted results. *Journalism Practice* 12, 6, 764–780.
- Menden, Alexander 2024. *Konstruktiver Journalismus am Bonn Institute: Und wo bleibt das Positive?*. Süddeutsche.de. <https://www.sueddeutsche.de/medien/konstruktiver-journalismus-bonn-institute-loesungsorientiert-1.6352920> [Stand 2024-08-24].
- Mitchelstein, Eugenia u. a. 2020. Incidentalinity on a continuum: A comparative conceptualization of incidental news consumption. *Journalism* 21, 8, 1136–1153.
- Möller, Christina 2017. Begrenzte Ermöglichkeiten. Von der »Illusion der Chancengleichheit« in wissenschaftlichen Karrieren. In M. Rieger-Ladich & C. Grabau, hg. *Pierre Bourdieu: Pädagogische Lektüren*. Wiesbaden: Sprin-

- ger Fachmedien Wiesbaden, 63–81. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-18904-8_4 [Stand 2024-08-16].
- MStV 2024. *Medienstaatsvertrag (MStV) in der Fassung des Vierten Staatsvertrags zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge*. Berlin.
- Neuberger, Christoph 2009. Internet, Journalismus und Öffentlichkeit: Analyse des Medienumbruchs. In C. Neuberger, C. Nuernbergk, & M. Rischke, hg. *Journalismus im Internet*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 19–105. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-91562-3_2 [Stand 2024-08-27].
- Neuberger, Christoph 2018. Journalismus in der Netzwerköffentlichkeit: Zum Verhältnis zwischen Profession, Partizipation und Technik. In C. Nuernbergk & C. Neuberger, hg. *Journalismus im Internet*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 11–80. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-93284-2_2 [Stand 2024-05-12].
- Neuberger, Christoph 2019. Journalismus und Komplexität. In B. Dernbach, A. Godulla, & A. Sehl, hg. *Komplexität im Journalismus*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 31–39. http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-22860-6_3 [Stand 2024-08-16].
- Neuberger, Christoph & Kapern, Peter 2013. *Grundlagen des Journalismus*. Wiesbaden: Springer VS.
- Newman, Nic 2024. *Overview and key findings of the 2024 Digital News Report | Reuters Institute for the Study of Journalism*. reutersinstitute.politics.ox.ac.uk. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/dnr-executive-summary> [Stand 2024-08-28].
- Newman, Nic u. a. 2023. *Reuters Institute digital news report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023> [Stand 2024-08-29].
- Newman, Nic u. a. 2024. *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Niemeier, Timo 2022. *Eine Ausgabe pro Monat: ntv zeigt »Klima Update Spezial« künftig regelmäßig*. DWDL.de. https://www.dwdl.de/nachrichten/86344/ntv_zeigt_klima_update_spezial_kuenftig_regelmaessig/ [Stand 2024-08-31].

- Niemeier, Timo 2021. »Klima Update« bei RTL: »Zeichen der Zeit erkannt.« DWDL.de. https://www.dwdl.de/magazin/83534/klima_update_bei_rtl_zeichen_der_zeit_erkannt/ [Stand 2024-08-31].
- Oevermann, Ulrich 2001. Die Struktur sozialer Deutungsmuster – Versuch einer Aktualisierung. *Sozialer Sinn* 2, 1, 35–82.
- O'Reilly, Tim 2007. What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. <https://papers.ssrn.com/abstract=1008839> [Stand 2024-05-5].
- Oswald, Michael 2019. *Strategisches Framing: Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-24284-8> [Stand 2024-07-17].
- Paulussen, Steve u. a. 2008. Citizen participation in online news media. An overview of current developments in four European countries and the United States. In T. Quandt & W. Schweiger, hg. *Journalismus online – Partizipation oder Profession?*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 263–283. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91094-9_18 [Stand 2024-05-5].
- Penke, Michel 2017. Happy End statt Hiobsbotschaft – Konstruktiver Journalismus. *Goethe-Institut*. <https://www.goethe.de/ins/us/de/kul/sup/med/21006282.html> [Stand 2024-08-24].
- Pohlig, Marcel 2014. *Umbau: Krautreporter wird zum Journalismus-Portal*. DWDL.de. https://www.dwdl.de/nachrichten/45825/umbau_krautreporter_wird_zum_journalismusportal/ [Stand 2024-08-14].
- Pöttker, Horst 2013. Journalismus in der Krise. In K. Imhof u. a., hg. *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 29–45. https://doi.org/10.1007/978-3-658-00348-7_3 [Stand 2024-04-20].
- Pöttker, Horst 2000. Kompensation von Komplexität. In M. Löffelholz, hg. *Theorien des Journalismus*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 375–390. http://link.springer.com/10.1007/978-3-322-97091-6_19 [Stand 2024-08-28].
- Pranz, Sebastian & Sauer, Christian 2017. »Konstruktiver Journalismus« – Reflexion über einen Branchentrend, der alte Fragen zum Verhältnis von Pädagogik und Journalismus neu aufwirft. In S. Allmann & J. Talmon-Gros, hg. *Kon-Texte*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 99–122. http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-16841-4_6 [Stand 2024-08-28].

- Prinzing, Marlis 2016. Qualität im Journalismus. In J. Heesen, hg. *Handbuch Medien- und Informationsethik*. Stuttgart: J.B. Metzler, 106–113. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05394-7_14 [Stand 2024-05-2].
- Prochazka, Fabian 2020. *Vertrauen in Journalismus unter Online-Bedingungen: zum Einfluss von Personenmerkmalen, Qualitätswahrnehmungen und Nachrichtennutzung*. Wiesbaden [Heidelberg]: Springer VS.
- Przyborski, Aglaja & Wohlrab-Sahr, Monika 2019. Forschungsdesigns für die qualitative Sozialforschung. In N. Baur & J. Blasius, hg. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 105–123. http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-21308-4_7 [Stand 2024-08-30].
- Pürer, H. 2015. *Journalismusforschung*. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Raab, Gerhard, Unger, Alexander & Unger, Fritz 2010. *Marktpsychologie: Grundlagen und Anwendung*. Wiesbaden: Gabler. <https://link.springer.com/10.1007/978-3-8349-6314-7> [Stand 2024-08-16].
- Raabe, Johannes 2005. *Die Beobachtung journalistischer Akteure*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-322-80463-1> [Stand 2024-08-30].
- Riehl, Katharina 2017. *Wie es geht: ZDF-Sendung »Plan B.«* Süddeutsche. <https://www.sueddeutsche.de/medien/zdf-sendung-plan-b-wie-es-geht-1.3634938> [Stand 2024-08-14].
- Rohlf, Carsten 2011. *Bildungseinstellungen: Schule und formale Bildung aus der Perspektive von Schülerinnen und Schülern*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Röhlig, Marc 2019. »Klimawandel« oder »Klimakrise«: Wie Sprache unser Denken über die Zukunft verändert. *DER SPIEGEL*. <https://www.spiegel.de/panorama/klimawandel-wie-framing-den-blick-auf-die-klimakrise-veraendert-a-01b18d55-d2a9-4b14-a276-dce86c7ad75a> [Stand 2024-07-17].
- Rosenberg, Florian Von 2012. Zur Rekonstruktion von Gesellschaft: Rekonstruktive Sozialforschung zwischen Habitus- und Feldanalyse. In K. Schittenhelm, hg. *Qualitative Bildungs- und Arbeitsmarktforschung. Grundlagen, Perspektiven, Methoden*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 359–378. https://link.springer.com/10.1007/978-3-531-94119-6_13 [Stand 2024-08-16].

- Roth, Guy 2023. Jenseits der Stärke der Motivation: Die Arten der Motivation in der Selbstbestimmungstheorie. In K. Sassenberg & M. L. W. Vliek, hg. *Sozialpsychologie: Von der Theorie zur Anwendung*. Cham: Springer International Publishing, 41–53. https://link.springer.com/10.1007/978-3-031-17529-9_3 [Stand 2024-08-16].
- Rozin, Paul & Royzman, Edward B. 2001. Negativity Bias, Negativity Dominance, and Contagion. *Personality and Social Psychology Review* 5, 4, 296–320.
- Ruch, Willibald & Proyer, Rene T. 2011. Positive Psychologie: Grundlagen, Forschungsthemen und Anwendungen. <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/45837> [Stand 2024-07-7].
- Ruß-Mohl, Stephan 1992. Am eigenen Schopfe...: Qualitätssicherung im Journalismus — Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. *Publizistik* 37, 1, 83–96.
- Sauer, Christian 2019. Der klassisch-kritische und der konstruktive Blick. In U. Grüner, C. Sauer, & M. Eggenschwyler, hg. *Kritisch-konstruktiver Journalismus*. Impulse für Redaktionen. Norderstedt: Books on Demand, S. 30–32.
- Schreier, Margrit 2010. Fallauswahl. In G. Mey & K. Mruck, hg. *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 238–251. http://link.springer.com/10.1007/978-3-531-92052-8_16 [Stand 2024-08-31].
- Seligman, Martin E. P. 2002. *Authentic happiness: using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. New York: Free Press.
- Seligman, Martin E. P., Petermann, Franz & Seligman, Martin E. P. 2011. *Erlernte Hilflosigkeit*. 4. Aufl. Weinheim Basel: Beltz.
- Seng, Leonie 2018. 7 Konstruktiver Journalismus – mehr zeigen von der Welt? Medienethische Analyse verschiedener Berichterstattungsansätze über Flüchtlinge. In *Migration, Integration, Inklusion*. Kommunikations- und Medienethik. Baden-Baden: Nomos, 121–132.
- Skovsgaard, Morten & Andersen, Kim 2020. Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies* 21, 4, 459–476.
- Sommer, Rupert 2017. *Warum Christian Dezer beim ZDF auf Konstruktiven Journalismus setzt*. kress. <https://kress.de/news/beitrag/133124-warum->

- christian-dezer-beim-zdf-auf-konstruktiven-journalismus-setzt.html [Stand 2024-08-14].
- Stehr, Nico 2023. *Moderne Wissensgesellschaften*. Wiesbaden [Heidelberg]: Springer VS.
- Steinigeweg, Julia 2023. *Auswirkungen konstruktiver Nachrichten in sozialen Netzwerken auf prosoziale Verhaltensweisen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://link.springer.com/10.1007/978-3-658-42073-4> [Stand 2024-04-20].
- Steinigeweg, Julia 2022. Typische Rollenverständnisse konstruktiver Journalist:innen. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 70, 4, 361–382.
- Syska, Andreas 2006. *Produktionsmanagement*. Wiesbaden: Gabler. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-8349-9091-4> [Stand 2024-07-14].
- Thorson, Kjerstin & Wells, Chris 2016. Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age: Curated Flows. *Communication Theory* 26, 3, 309–328.
- Toff, Benjamin & Kalogeropoulos, Antonis 2020. All the News That's Fit to Ignore. *Public Opinion Quarterly* 84, S1, 366–390.
- Totzauer, Florian 2014. *Top-down- und Bottom-up-Ansätze im Innovationsmanagement: Managerverhalten und funktionsübergreifende Zusammenarbeit als Innovationstreiber*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://link.springer.com/10.1007/978-3-658-06841-7> [Stand 2024-08-31].
- Ullrich, Johannes, Stroebe, Wolfgang & Hewstone, Miles (Hg.) 2023. *Sozialpsychologie*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <https://link.springer.com/10.1007/978-3-662-65297-8> [Stand 2024-08-16].
- Union (EBU), European Broadcasting 2016. *Constructive News brings back audiences*. <https://www.ebu.ch/news/2016/12/constructive-news-brings-back-audiences> [Stand 2024-07-6].
- Urner, Maren 2019. *Schluss mit dem täglichen Weltuntergang: wie wir uns gegen die digitale Vermüllung unserer Gehirne wehren*. München: Droemer.
- Van Den Bulck, Jan 2006. Television News Avoidance: Exploratory Results From a One-Year Follow-Up Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50, 2, 231–252.
- Verplanken, Bas & Orbell, Sheina 2023. Änderung von Gewohnheiten und Verhalten. In K. Sassenberg & M. L. W. Vliek, hg. *Sozialpsychologie: Von der*

- Theorie zur Anwendung*. Cham: Springer International Publishing, 71–86.
https://link.springer.com/10.1007/978-3-031-17529-9_5 [Stand 2024-08-16].
- Villi, Mikko u. a. 2022. Taking a Break from News: A Five-nation Study of News Avoidance in the Digital Era. *Digital Journalism* 10, 1, 148–164.
- Wagner, María Celeste & Boczkowski, Pablo J. 2019. The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation. *Digital Journalism* 7, 7, 870–885.
- Weber, Patrick 2016. Nachrichtenwert. In J. Heesen, hg. *Handbuch Medien- und Informationsethik*. Stuttgart: J. B. Metzler Verlag GmbH.
- Weischenberg, Siegfried 2010. Das Jahrhundert des Journalismus ist vorbei. Rekonstruktionen und Prognosen zur Formation gesellschaftlicher Selbstbeobachtung. In B.-K. Gabriele, hg. *Krise der Printmedien: Eine Krise des Journalismus?* De Gruyter Saur, 32–61. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110231083.32/html?lang=de> [Stand 2024-04-20].
- Weischenberg, Siegfried 2018. *Medienkrise und Medienkrieg: brauchen wir überhaupt noch Journalismus?* Wiesbaden: Springer.
- Weiß, Ralph 1997. Läßt sich über Qualität streiten? In H. Weßler u. a., hg. *Perspektiven der Medienkritik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 185–199. http://link.springer.com/10.1007/978-3-322-85097-3_19 [Stand 2024-06-23].
- Wellbrock, Christian-Mathias & Buschow, Christopher 2019. *Money for nothing and content for Free? Zahlungsbereitschaft für digitaljournalistische Inhalte*. Köln: Landesanstalt für Medien NRW. https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/64381/ssoar-2019-buschow_et_al-Money_for_nothing_and_content.pdf?sequence=1&isAllowed=y&lnkname=ssoar-2019-buschow_et_al-Money_for_nothing_and_content.pdf [Stand 2024-07-16].
- Wolling, Jens 2003. Medienqualität, Glaubwürdigkeit und politisches Vertrauen. In W. Donsbach & O. Jandura, hg. *Chancen und Gefahren der Mediendemokratie: [Berichtsband der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPUK) vom 29. bis 31. Mai 2002 in Dresden zum Thema ›Chancen und Gefahren der Mediendemokratie‹]*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges., S. 333–349.
- Wood, Wendy & Rünger, Dennis 2016. Psychology of Habit. *Annual Review of Psychology* 67, 1, 289–314.

Woodstock, Louise 2014. The news-democracy narrative and the unexpected benefits of limited news consumption: The case of news resisters. *Journalism* 15, 7, 834–849.