M&K Medien & Kommunikationswissenschaft

herausgegeben vom
Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Aus dem Inhalt:

Folker Hanusch / Filip Dingerkus / Anna von Garmissen / Kim Löhmann / Wiebke Loosen / Raoul Mitterstainer / Andreas A. Riedl / Vinzenz Wyss
Am Rande des Journalismus. Rollenverständnis und Transformationspotenzial peripherer Akteur:innen in der DACH-Region

Christof Seeger / Jörg-Uwe Nieland / Thomas Horky
Entwicklungen in der Sportberichterstattung deutscher Tageszeitungen. Eine Analyse von Qualität und Vielfalt 2011–2021

Anastasia Glawatzki / Paula Jung
Werkzeug, Assistenz oder Partner*in? Nutzungspraktiken von ChatGPT und anthropomorphisierende Rollenzuschreibungen

2 2026
74. Jahrgang
ISSN 1615-634X

Nomos Inlibra

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Medien & Kommunikationswissenschaft

2026
74. Jahrgang
Heft 2

Herausgegeben vom Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut

Redaktion:
Prof. Dr. **Joan Kristin Bleicher** | **Anja Herzog,** M.A. | Dr. **Sascha Hölig** | Dr. **Claudia Lampert** | Prof. Dr. **Wiebke Loosen** | PD Dr. **Jan-Hinrik Schmidt** | Prof. Dr. **Wolfgang Schulz** | Dr. **Hans-Ulrich Wagner** | Dr. **Gregor Wiedemann**

Schriftleitung:
Christiane Matzen, M.A., Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Warburgstraße 30 B, 20354 Hamburg

Berater*innen:
Prof. Dr. **Ulla Autenrieth** (FG Visuelle Kommunikation), Prof. Dr. **Hans-Jürgen Bucher** (DGPuK-Fachgruppe Mediensprache – Mediendiskurse), Prof. Dr. **Christopher Buschow** (FG Medienökonomie), Prof. Dr. **Andreas Hepp** (FG Soziologie der Medienkommunikation), Prof. Dr. **Pablo Jost** (FG Methoden), Dr. **Sabrina Heike Kessler** (FG Rezeptions- und Wirkungsforschung), Jun.-Prof. Dr. **Jessica Kunert** (FG Mediensport und Sportkommunikation), Dr. **Daniela Mahl** (FG Digitale Kommunikation), Prof. Dr. **Jutta Milde** (FG Wissenschaftskommunikation), Prof. Dr. **Daniel Nölleke** (FG Journalistik / Journalismusforschung), Prof. Dr. **Carola Richter** (FG Internationale und Interkulturelle Kommunikation), Prof. Dr. **Ulrike Röttger** (FG PR und Organisationskommunikation), Prof. Dr. **Christian Schicha** (FG Kommunikations- und Medienethik), Dr. **Anne Schulz** (FG Kommunikation und Politik), Prof. Dr. **Christian Schwarzenegger** (FG Kommunikationsgeschichte), Prof. Dr. **Tanja Thomas** (FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht), Ass. Prof. Dr. **Anna Wagner** (FG Gesundheitskommunikation), Prof. Dr. **Ruth Wendt** (FG Medienpädagogik) sowie Ap Prof. Dr. **Corinna Peil** (ÖGK) und Prof. Dr. **Vinzenz Wyss** (SGKM)

Inhalt

EDITORIAL 131

Folker Hanusch / Filip Dingerkus / Anna von Garmissen / Kim Löhmann / Wiebke Loosen / Raoul Mitterstainer / Andreas A. Riedl / Vinzenz Wyss
Am Rande des Journalismus. Rollenverständnis und Transformationspotenzial peripherer Akteur:innen in der DACH-Region 139

Christof Seeger / Jörg-Uwe Nieland / Thomas Horky
Entwicklungen in der Sportberichterstattung deutscher Tageszeitungen. Eine Analyse von Qualität und Vielfalt 2011–2021 164

Anastasia Glawatzki / Paula Jung
Werkzeug, Assistenz oder Partner*in? Nutzungspraktiken von ChatGPT und anthropomorphisierende Rollenzuschreibungen 187

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

LITERATUR
Besprechungen

Verena Albert
Julia Faltermeier (2025): Konstruktiver Journalismus. Was motiviert Journalist:innen, ihre Gewohnheiten zu ändern? Tectum 203

Katharina Mosene
Maria Heidegger / Gundula Ludwig / Caroline Voithofer (Hrsg.) (2025). Körper(un)ordnungen: Trans- und interdisziplinäre Perspektiven auf Körperpolitiken, Körpergeschichten und Körperpraktiken. Innsbruck University Press 204

Gerhard Vowe
Walter Hömberg (Hrsg.) (2025): Marginalistik. Almanach für Freunde fröhlicher Wissenschaft. Band III. Allitera 206

Alexander Filipović
Christian Schicha (2025): Kommunikationsethik. Grundlagen – Debatten – Lösungsansätze. UVK 207

Zeitschriftenlese 209

Hinweise für Autor*innen 224

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Editorial

In der M&K-Redaktion diskutieren wir derzeit – ebenso wie Menschen bei vielen anderen Zeitschriften, Verlagen und Fachverbänden – darüber, welche Richtlinien für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) bei Einreichungen sowie für deren Begutachtung gelten sollen. Die rasante Geschwindigkeit, mit der sich diese Technik und ihre Anwendungszwecke weiterentwickeln, gestaltet diese Aufgabe als schwierig, da mühsam erzielte Verständigungen über Regeln des KI-Einsatzes rasch veraltet sein können. Ein Blick auf die Richtlinien der großen internationalen Verlage zeigt, dass sich einige Punkte als Konsens zu etablieren scheinen, andere noch umstritten sind.

Einig sind sich alle Dokumente, die wir uns angesehen haben, darin, dass KI keine Autoreneigenschaft erfüllt, folglich nicht als Mitautor eines Manuskripts genannt werden soll. Die Verantwortung für ihren Artikel liegt einzig und allein bei den Wissenschaftler*innen. Jedoch ist umstritten, welcher KI-Einsatz wie kenntlich gemacht werden muss und bei welchen KI-Anwendungen auf eine Offenlegung verzichtet werden kann. Einige Verlage verlangen, jeglichen KI-Einsatz zu dokumentieren. Andere erlauben inzwischen, dass z. B. der Einsatz für Rechtschreibprüfungen, Formulierungshilfen und (kleinere) Übersetzungen nicht extra ausgewiesen werden muss, da die Nutzung dieser Tools ohnehin für viele alltäglich geworden ist.

Ausgeschlossen wird dagegen die automatische Generierung von größeren Teilen des Manuskripts, von Abbildungen oder synthetischen Daten. Was zunächst nach einer Selbstverständlichkeit bei der Einhaltung von Regeln guter wissenschaftlicher Praxis klingt, wird aber weniger eindeutig, wenn man sich Grenzfälle anschaut, bei denen gute Wissenschaft auch unter Einsatz solcher Mittel entstehen kann, z. B. bei der Generierung von Entwürfen für Abbildungen auf Basis von Input-Daten, die anschließend weiter bearbeitet werden, bei Synthetic Data Augmentation für das Training von Modellen in Fällen, in denen nur wenig empirische Daten verfügbar sind, oder bei mehr und mehr autonom „forschenden" Agenten, die fertige Papers ausgeben, die tatsächlich neue und nützliche Erkenntnisse hervorbringen.

Eher früher als später werden wir uns mit der Frage befassen müssen, ob und wieviel KI-Unterstützung wir im Review-Verfahren zulassen wollen bzw. müssen, wenn mit dem Einsatz von KI auch die Produktivität und der Output der Forschenden zunimmt, die manuellen Reviewer-Kapazitäten damit aber nicht Schritt halten können. Über sachdienliche Hinweise zu diesen Überlegungen freuen wir uns und werden umgekehrt darüber informieren, wenn unsere Diskussion Früchte getragen hat.

Unsere Zeitschrift M&K ist interdisziplinär ausgerichtet und offen für Beiträge aus dem gesamten Feld der medienbezogenen Forschung. Sie war und ist stets wissenschaftlicher Exzellenz verpflichtet – Näheres zum Begutachtungsverfahren unten. Wir freuen uns daher über zahlreiche Einreichungen!

Redaktionsbericht

Im Folgenden legen wir, wie bereits in den Vorjahren, unseren jährlichen Bericht über die Redaktionsarbeit, den Begutachtungsprozess und die Statistik der eingereichten Beiträge vor.

Beratungskreis

Ein wichtiges Instrument, um die Scientific Community und speziell die Fachgesellschaften in das Begutachtungsverfahren einzubinden, ist der Beratungskreis, in den die DGPuK-

DOI: 10.5771/1615-634X-2026-2-131

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Fachgruppen sowie die SGKM und die ÖGK jeweils eine Person entsenden. Wir überlassen es den Fachgruppen, nach eigenen Gesichtspunkten darüber zu entscheiden, welches Verfahren sie zur Auswahl des Beratungskreis-Mitgliedes wählen. Häufig wird die Aufgabe an die der/s Sprecher*in geknüpft, in anderen Fällen getrennt davon gewählt. Um möglichst vielen Wissenschaftler*innen der Scientific Community die Möglichkeit der Beteiligung am Beratungskreis zu ermöglichen, wünschen wir uns, dass etwa alle zwei Jahre eine neue Person diese Aufgabe übernimmt.

Derzeit gehören ihm die folgenden Mitglieder an: *Prof. Dr. Ulla Autenrieth* (FG Visuelle Kommunikation), *Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher* (DGPuK-Fachgruppe Mediensprache – Mediendiskurse), *Prof. Dr. Christopher Buschow* (FG Medienökonomie), *Prof. Dr. Pablo Jost* (FG Methoden*), Prof. Dr. Andreas Hepp* (FG Soziologie der Medienkommunikation), *Dr. Sabrina Heike Kessler* (FG Rezeptions- und Wirkungsforschung), *Jun.-Prof. Jessica Kunert* (FG Mediensport und Sportkommunikation), *Dr. Daniela Mahl* (FG Digitale Kommunikation), *Prof. Dr. Jutta Milde* (FG Wissenschaftskommunikation), *Prof. Dr. Daniel Nölleke* (FG Journalistik / Journalismusforschung), *Ap Prof. Dr. Corinna Peil* (ÖGK), *Prof. Dr. Carola Richter* (FG Internationale und Interkulturelle Kommunikation), *Prof. Dr. Ulrike Röttger* (FG PR und Organisationskommunikation), *Prof. Dr. Christian Schicha* (FG Kommunikations- und Medienethik), *Prof. Dr. Christian Schwarzenegger* (FG Kommunikationsgeschichte), *Prof. Dr. Tanja Thomas* (FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht), *Ass. Prof. Dr. Anna Wagner* (FG Gesundheitskommunikation), *Prof. Dr. Ruth Wendt* (FG Medienpädagogik), *Prof. Dr. Vinzenz Wyss* (SGKM) und *Dr. Anne Schulz* (FG Kommunikation und Politik).

Die Berater*innen unterstützen die Redaktion mit Hinweisen und Anregungen, welche Wissenschaftler*innen für Gutachten thematisch einschlägig sind. Überdies tragen sie auch selbst mit Gutachten über einzelne Manuskripte zur Qualitätssicherung bei. Allen Berater*innen gilt unser herzlicher Dank!

Externe Gutachter*innen

Wie aus Tabelle 1 ersichtlich, wurden in den 26 Jahren von 2000 bis 2025 insgesamt 1776 externe Voten (in der Regel zwei pro Text) eingeholt. Diese Zahl belegt einerseits das Bemühen der Redaktion, die Scientific Community möglichst breit in die Qualitätskontrolle der Zeitschrift einzubeziehen und die für das jeweilige Thema besonders einschlägigen Expert*innen anzufragen. Sie zeigt andererseits auch, in welch großem Ausmaß sich die Community an dem Peer-Reviewing-Verfahren beteiligt. Für die Autor*innen stellen die konstruktiv und detailliert urteilenden Gutachten eine wertvolle Rückmeldung zu ihrer Arbeit dar, wie sie sonst nur selten zu bekommen ist; dies wird der Redaktion häufig zurückgemeldet.

Um die Anonymität der Gutachter*innen gegenüber den Autor*innen sicherzustellen, veröffentlichen wir die Namen der entsprechenden Kolleg*innen gemeinsam und mit zeitlicher Verzögerung. Für die Beurteilung der im Zeitraum 2024/2025 eingegangenen Manuskripte haben uns mit einem oder auch mit mehreren Gutachten unterstützt:

Verena Albert, Klaus-Dieter Altmeppen, Dirk Arnold, Yener Bayramoglu, Jana Bernhard-Harrer, Johannes Breuer, Hans-Jürgen Bucher, Christopher Buschow, Chung-hong Chan, Michel Clement, Peter Dirksmeier, Emese Domahidi, Stephan Dreyer, Jakob-Moritz Eberl, Maximilian Eder, Mark Eisenegger, Lena Frischlich, Elfriede Fürsich, Peter Gentzel, Esther Greussing, Johanna Grüblbauer, Anne Haage, Kefajatullah Hamidi, Folker Hanusch, Uwe Hasebrink, Andreas Hepp, Petra Herczeg, Olaf Hoffjann, Ralf Hohlfeld, Billy Holzberg, Olaf Jandura, Pablo Jost, Pascal Jürgens, Matthias C. Kettemann, Thomas Koch, Benjamin Krämer, Sonja Kretzschmar, Anna Sophie Kümpel-Unkel, Jessica Kunert, Frank Lobigs, Skadi Loist, Jula Lühring, Margreth Lünenborg, Daniela Mahl, Merja Mahrt, Frank

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Marcinkowski, Stefan Marshall, Markus Maurer, Klaus Meier, Katharina Mosene, Kathrin Friederike Müller, Jörg-Uwe Nieland, Julia Niemann-Lenz, Louise Oberhülsmann, Marlis Prinzing, Michael Reiss, Gisela Reiter, Andreas Riedl, Tim Schatto-Eckrodt, Konstantin Schätz, Christian Schicha, Anna Schnauber-Stockmann, Armin Scholl, Viviane Schönbächler, Wolfgang Schweiger, Josef Seethaler, Theresa J. Seipp, Pascal Siegers, Philip Sinner, Sven Stadtmüller, Thomas Steinmaurer, Marlene Strehler-Schaaf, Christian Strippel, Martina Thiele, Mandy Tröger, Bernadette Uth, Anna von Garmissen, Gerhard Vowe, Anna Wagner, Wibke Weber, Ana-Nzinga Weiß und Oliver Zöllner.

Die Redaktion dankt herzlich allen Kolleg*innen, die die Zeitschrift mit Gutachten aktiv unterstützt haben.

Begutachtungsverfahren

Dass M&K seit 2021 als Open Access Journal im Nomos-Verlag und mit zahlreichen englisch-sprachigen Beiträgen erscheint, hat am Verfahren der Qualitätssicherung nichts geändert: Das Begutachtungsverfahren bei M&K entspricht dem in der Wissenschaftspraxis bewährten Double Blind Peer Review. Eingereichte Manuskripte werden beim Eingang von der Redakteurin Christiane Matzen anonymisiert, so dass die Verfasser*innen weder den anderen Mitgliedern der Redaktion noch den anderen am Begutachtungsverfahren Beteiligten bekannt werden, und umgekehrt erfahren die Verfasser*innen auch später nicht, von wem ihr Manuskriptangebot begutachtet wurde. Die Mitglieder des Beratungskreises werden nach Eingang eines neuen Manuskriptangebots per Rundmail über Titel und Abstract des anonymisierten Angebots informiert und eingeladen, Vorschläge für Gutachter*innen zu machen; dabei können sie sich auch selbst vorschlagen.

Die Redaktion entscheidet auf der Grundlage dieser und eigener Vorschläge, an wen das Manuskript weitergeleitet und welche externen Gutachter*innen angefragt werden. Zentrales Auswahlkriterium ist hierbei die fachliche Reputation und wissenschaftliche Ausgewiesenheit für das Thema. Die endgültige Auswahl obliegt der Redakteurin, weil nur sie in Kenntnis der Verfasser*innen abschätzen kann, ob eine zu große Nähe zwischen den Gutachtenden und den zu Begutachtenden zu vermuten ist.

In der Regel werden zwei externe Gutachten pro Manuskriptangebot eingeholt. Darüber hinaus begutachten ein oder zwei Redaktionsangehörige das Manuskript. Somit liegen in der Regel mindestens drei Voten zu einem Manuskript vor. Auf dieser Grundlage trifft die Redaktion als Kollegialorgan ihre Entscheidung über die Annahme des Manuskripts bzw. die Empfehlung einer Überarbeitung oder Neueinreichung. Diese Entscheidung wird in einem Redaktionsbeschluss zusammengefasst und den Autor*innen zusammen mit den diesem Beschluss zugrundeliegenden (ebenfalls anonymisierten) Gutachten übermittelt. Auch die beteiligten externen Gutachter*innen erhalten den Beschluss sowie die Voten nach Abschluss des Begutachtungsverfahrens zur Kenntnis. Die Redaktion versucht, das Begutachtungsverfahren im Laufe von acht Wochen nach Eingang des Manuskripts abzuschließen. Wenn dies nicht möglich ist, werden die Autor*innen entsprechend benachrichtigt.

Übersicht über eingegangene Manuskripte und Redaktionsentscheidungen

Im Folgenden veröffentlichen wir, wie in jedem Jahr, eine Übersicht über die eingegangenen Manuskripte und über die Annahme- und Ablehnungspraxis, um so im Sinne einer engen Kooperation mit der Scientific Community eine größtmögliche Transparenz des Begutachtungsverfahrens und der redaktionellen Abläufe zu gewährleisten.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 1 zeigt für den Zeitraum von 2000 bis 2025, wie viele Manuskripte eingereicht wurden, wie viele davon angenommen und gedruckt wurden und wie viele externe Gutachten für die Entscheidungsfindung eingeholt wurden.

Tabelle 1: Überblick über die Zahl der bei M&K eingereichten und angenommenen Manuskripte von 2000 bis 2025

	Manuskriptangebote				
	Gesamt	**davon für Themenhefte**	**angenommen**		**Externe Gutachten**
			Anzahl	in Prozent	
2000	41	10	24	*58,5 %*	**34**
2001	46	10	29	*63,0 %*	**41**
2002	44	14	30	*68,2 %*	**57**
2003	36	2	19	*52,8 %*	**62**
2004	52	13	22	*42,3 %*	**81**
2005	35	–	16	*45,7 %*	**66**
2006	53	15	24	*45,3 %*	**96**
2007	34	–	17	*50,0 %*	**63**
2008	41	–	14	*34,1 %*	**77**
2009	46	–	18	*39,1 %*	**89**
2010	62	–	30	*48,4 %*	**125**
2011	55	12	29	*52,7 %*	**123**
2012	42	–	18	*42,9 %*	**89**
2013	31	–	12	*38,7 %*	**64**
2014	40	–	15	*37,5 %*	**80**
2015	36	–	16	*44,4 %*	**75**
2016	57	24	35	*61,4 %*	**91**
2017	27	–	12	*44,4 %*	**51**
2018	29	10	15	*51,7 %*	**52**
2019	23	–	13	*56,5 %*	**39**
2020	37	17	19	*51,4 %*	**57**
2021	31	10	19	*61,3 %*	**54**
2022	32	–	8	*25,0 %*	**57**
2023	31	11	14	*45,2 %*	**47**
2024	33	–	15	*45,5 %*	**47**
2025	35	–	22	*62,9 %*	**59**
Gesamt	**1029**	**148**	**505**	***49,1 %***	**1776**

Lesebeispiel: Im Jahr 2025 gelangten insgesamt 35 Manuskripte in das Verfahren. Von diesen wurden 22 gedruckt (62,9 %), 13 wurden dementsprechend abgelehnt oder befinden Sie noch in der Überarbeitungsphase. Neben der Redaktion waren externe Gutachter*innen mit insgesamt 59 Gutachten an den Verfahren beteiligt.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

In den Jahren 2000 bis 2025 wurden insgesamt 1029 Manuskripte eingereicht, die Zahl der eingehenden Manuskripte liegt zwischen 23 und 62 pro Jahr.

Über die Jahre betrachtet wird knapp die Hälfte der eingereichten Manuskripte gedruckt. Nicht erkennbar ist dabei, dass dies fast ausschließlich nach mehr oder weniger umfangreichen Überarbeitungen geschieht und kaum ein Text ohne Nachbesserungen ins Heft gelangt.

Die folgenden Übersichten geben genaueren Aufschluss über die Autor*innen. Dabei werden als Vergleichsmaßstab die über die Jahre 2000 bis 2023 hinweg aggregierten Werte dargestellt; als Indikator für die aktuelle Situation werden dem die Werte für die beiden letzten Jahre 2024 und 2025 gegenübergestellt.

Geschlecht

In Tabelle 2 wird dargestellt, wie viele der eingereichten und erschienenen Beiträge von Männern und Frauen verfasst wurden. Die Kategorie „weiblich" umfasst einzelne Autorinnen oder rein weibliche Teams, die Kategorie „männlich" einzelne Autoren oder rein männliche Teams, die Kategorie „gemischt" umfasst gemischtgeschlechtliche und diverse Teams.

*Tabelle 2: Geschlecht der Autor*innen 2000–2023 sowie 2024/2025*

		2000–2023		2024/2025	
Geschlecht		**gesamt**	**angenommen**	**gesamt**	**angenommen**
männlich	Anzahl	443	216	27	15
	Zeilenprozent	*100 %*	*48,8 %*	*100 %*	*55,6 %*
	Spaltenprozent	46,2 %	45,7 %	39,7 %	40,5 %
weiblich	Anzahl	245	117	14	7
	Zeilenprozent	*100 %*	*47,8 %*	*100 %*	*50,0 %*
	Spaltenprozent	25,5 %	24,7 %	20,6 %	18,9 %
gemischt	Anzahl	271	140	27	15
	Zeilenprozent	*100 %*	*51,77 %*	*100 %*	*55,6 %*
	Spaltenprozent	28,3 %	29,6 %	39,7 %	40,5 %
gesamt	**Anzahl**	**959**	**473**	**68**	**37**
	Zeilenprozent	*100 %*	*49,3 %*	*100 %*	*54,4 %*
	Spaltenprozent	100 %	100 %	100 %	100 %

Es zeigt sich, dass in den Jahren 2000 bis 2023 knapp die Hälfte der Manuskriptangebote (443 von 959 Texten) von Männern bzw. rein männlichen Teams eingereicht wurden; der Anteil der Autorinnen und rein weiblichen Teams lag mit 245 von 959 Texten deutlich darunter. Die Annahmequote der Frauen war mit 47,8 Prozent aber fast identisch mit der der Männer (48,8 %).

In den Jahren 2024/2025 war der Anteil der Frauen als Alleinautorinnen an den Gesamteinreichungen geringer und der Anteil gemischter Teams sowie der der Männer entsprechend größer. Die Annahmequote der Frauen lag mit 50,0 Prozent lediglich knapp unter derjenigen der Männer und der von gemischten Teams (*55,6* %).

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Team

Tabelle 3 zeigt, ob die Manuskripte allein oder im Team mit mehreren Autor*innen eingereicht wurden. Die Kategorie „allein" umfasst Manuskriptangebote von einer Einzelautor*in, die Kategorie „Team" umfasst Manuskriptangebote von zwei oder mehr Autor*innen.

Tabelle 3: Allein oder im Team 2000–2023 sowie 2024/2025

		2000–2023		2024/2025	
Teamarbeit		**gesamt**	**angenommen**	**gesamt**	**angenommen**
allein	Anzahl	483	217	20	7
	Zeilenprozent	*100 %*	*44,9 %*	*100 %*	*35,0 %*
	Spaltenprozent	50,4 %	45,9 %	29,4 %	18,9 %
Team	Anzahl	476	256	48	30
	Zeilenprozent	*100 %*	*53,8 %*	*100 %*	*62,5 %*
	Spaltenprozent	49,6 %	54,1 %	70,6 %	81,1 %
gesamt	**Anzahl**	**959**	**473**	**68**	**37**
	Zeilenprozent	*100 %*	*49,3 %*	*100 %*	*54,4 %*
	Spaltenprozent	100 %	100 %	100 %	100 %

Die Ergebnisse zeigen, dass in den Jahren 2000 bis 2023 etwas mehr Manuskripte von Einzelautor*innen eingereicht wurden als von Teams. Ihre Annahmequote lag mit 44,9 Prozent etwas niedriger als die der Teams (53,8 %). In den beiden Jahren 2024/2025 zeigt sich ein stärkerer Trend zur Teamarbeit: Die Zahl der von Teams eingereichten Texte lag mit 48 deutlich über der der Einzelautor*innen (20 Angebote). Die in den Vorjahren beobachtete Tendenz, dass Team-Beiträge eine bessere Annahmequote aufweisen, hat sich 2024/2025 umso deutlicher gezeigt (62,5 % gegenüber 35,0 %).

Status

Tabelle 4 dokumentiert den Status der Autor*innen: Die Kategorie „Prof." umfasst Professor*innen sowie Privatdozent*innen, die Kategorie „Dr." Promovierte, die Kategorie „ohne" Autor*innen ohne Promotion. Die Mischkategorien beziehen sich bei Teams jeweils auf den höchsten und niedrigsten Status.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

*Tabelle 4: Status der Autor*innen 2000–2023 sowie 2024/2025*

		2000-2023		2024/2025	
Status		**gesamt**	**angenommen**	**gesamt**	**angenommen**
Prof.	Anzahl	198	106	11	7
	Zeilenprozent	*100 %*	*53,5 %*	*100 %*	*63,6 %*
	Spaltenprozent	20,6 %	22,4 %	16,2 %	18,9 %
Dr.	Anzahl	190	86	14	5
	Zeilenprozent	*100 %*	*45,3 %*	*100 %*	*35,7 %*
	Spaltenprozent	19,8%	18,2 %	20,6 %	13,5 %
ohne	Anzahl	180	74	9	4
	Zeilenprozent	*100 %*	*41,1 %*	*100 %*	*44,4 %*
	Spaltenprozent	18,8 %	15,6 %	13,2 %	10,8 %
Prof./Dr.	Anzahl	70	40	5	3
	Zeilenprozent	*100 %*	*57,1 %*	*100 %*	*60,0 %*
	Spaltenprozent	7,3 %	8,5 %	7,4 %	8,1 %
Prof./ohne	Anzahl	236	118	25	16
	Zeilenprozent	*100 %*	*50,0 %*	*100 %*	*64,0 %*
	Spaltenprozent	24,6 %	24,9 %	36,8 %	43,2 %
Dr./ohne	Anzahl	85	49	4	2
	Zeilenprozent	*100 %*	*57,6 %*	*100 %*	*50,0 %*
	Spaltenprozent	8,9 %	10,4 %	5,9 %	5,4 %
gesamt	**Anzahl**	**959**	**473**	**68**	**37**
	Zeilenprozent	*100 %*	*49,3 %*	*100 %*	*54,4 %*
	Spaltenprozent	100 %	100 %	100 %	100 %
alle mit „Prof.“	Anzahl	504	264	41	26
	Zeilenprozent	*100 %*	*52,4 %*	*100 %*	*63,4 %*
alle ohne „Prof.“	Anzahl	455	209	27	11
	Zeilenprozent	*100 %*	*45,9 %*	*100 %*	*40,7 %*

In den Jahren 2000 bis 2023 waren Professorinnen und Professoren an insgesamt 504 Manuskriptangeboten beteiligt, Promovierte an insgesamt 345 Angeboten und Nicht-Promovierte an 241 Manuskripten. Auf die Annahmequote hatte der Status der Autor*innen, der den Gutachtenden ja auch unbekannt ist, keinen Einfluss: Die höchste Annahmequote hatten Texte, die von der Gruppe „Dr./ohne“ eingereicht wurden (57,6 %), die nächsthöchsten Annahmequoten hatten die Statusgruppen „Prof./Dr.“ (57,1 %) und „Prof.“ (53,5 %). Insgesamt war die Annahmequote der Texte, die unter Beteiligung der Status-Gruppe „Prof.“ entstanden sind, mit 52,4 Prozent höher als die derjenigen Texte, die ohne Beteiligung von Professor*innen verfasst wurden (45,9 %).

2024/2025 waren Hochschullehrer*innen an insgesamt 41 der 68 Einreichungen beteiligt, die Gruppe der Promovierten an insgesamt 23 Angeboten und die der Nicht-Promo-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

vierten an 38 Manuskripten. In diesen beiden Jahren lag die Annahmequote der Texte, die von der Statusgruppe „Prof./ohne“ eingereicht wurden, mit 64,0 Prozent vorn, knapp gefolgt von der Gruppe „Prof.“ mit 63,6 Prozent. Insgesamt wurden Texte, die unter Beteiligung von Professor*innen verfasst wurden, deutlich häufiger publiziert als Texte, die ohne Beteiligung dieser Gruppe entstanden waren (63,4 % gegenüber 40,7 %). Die Werte der konkreten Konstellationen schwanken von Jahr zu Jahr sehr stark und sollten angesichts der geringen Fallzahlen nicht überinterpretiert werden.

Die Redaktion, im April 2026

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Am Rande des Journalismus

Rollenverständnis und Transformationspotenzial peripherer Akteur:innen in der DACH-Region

Folker Hanusch / Filip Dingerkus / Anna von Garmissen / Kim Löhmann / Wiebke Loosen / Raoul Mitterstainer / Andreas A. Riedl / Vinzenz Wyss*

In den vergangenen Jahren hat die Entgrenzung des journalistischen Feldes dazu geführt, dass die Unterscheidung zwischen Journalismus und Nicht-Journalismus zunehmend schwieriger geworden ist. In der Journalismusforschung wird deshalb besonderes Augenmerk auf sogenannte periphere Akteure gelegt, also jene, die zwar oftmals journalismusähnliche Inhalte produzieren, aber nicht im traditionellen Sinne als Journalist:innen gelten. Beispiele sind Blogger:innen, Influencer:innen, Bürgerjournalist:innen oder medienaffine Start-Ups. Diese Beispiele verdeutlichen, dass periphere Akteure eine hohe Heterogenität aufweisen, was eine systematische Analyse erschwert. Um ein besseres Verständnis der Peripherie des Journalismus zu ermöglichen, wurden für die vorliegende Studie 358 periphere Akteur:innen im deutschsprachigen Raum befragt, um zentrale Aspekte der Selbstidentifikation, des Rollenverständnisses und ihr Transformationspotenzial im Hinblick auf den professionellen Kern des Journalismus zu analysieren. Die Ergebnisse zeigen, dass viele periphere Akteur:innen Ähnlichkeiten mit Journalist:innen im Kern aufweisen, sich in ihrer publizistischen Tätigkeit jedoch stärker auf Themen wie soziale Teilhabe, Meinungsbildung und gesellschaftlichen Wandel konzentrieren wollen. Gleichzeitig gibt es Unterschiede in Form einer geringeren Betonung von Autonomie sowie einer weniger kritischen Distanz. Die Studie identifiziert fünf Cluster peripherer Akteur:innen: Überwachende, Anwaltschaftliche, Beobachtende, Dienstleistende und Unpolitische, die sich in ihren Rollenverständnissen und Transformationspotenzialen

* Univ.-Prof. Folker Hanusch, PhD, Universität Wien, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Währinger Straße 29, 1090 Wien, Österreich, folker.hanusch@univie.ac.at, https://orcid.org/0000-0002-7344-0483;
Filip Dingerkus, MSc, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Institut für Medienwissenschaft, Theaterstrasse 15c, 8401 Winterthur, Schweiz, filip.dingerkus@zhaw.ch;
Anna von Garmissen, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Warburgstraße 30 B, 20354 Hamburg, Deutschland, a.von.garmissen@leibniz-hbi.de, https://orcid.org/0009-0005-0885-9455;
Kim Löhmann, MSc, Universität Wien, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Währinger Straße 29, 1090 Wien, Österreich, kim.loehmann@univie.ac.at, https://orcid.org/0000-0003-0386-2514;
Prof. Dr. Wiebke Loosen, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Warburgstraße 30 B, 20354 Hamburg, Deutschland, w.loosen@leibniz-hbi.de, https://orcid.org/0000-0002-2211-2260,
Raoul Mitterstainer, MA, Universität Wien, Institut für Volkswirtschaftslehre, Oskar-Morgenstern-Platz 1, 1090 Wien, Österreich, raoul.mitterstainer@univie.ac.at;
Dr. Andreas A. Riedl, Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Oettingenstraße 67, 80538 München, Deutschland. andreas.riedl@ifkw.lmu.de, https://orcid.org/0000-0003-3522-9094;
Prof. Dr. Vinzenz Wyss, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Institut für Medienwissenschaft, Theaterstrasse 15c, 8401 Winterthur, Schweiz, vinzenz.wyss@zhaw.ch, https://orcid.org/0000-0003-4145-1660

DOI: 10.5771/1615-634X-2026-2-139

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

unterscheiden. Während einige Akteur:innen den Journalismus ergänzen oder reformieren wollen, verfolgen andere antagonistische Ansätze.

Schlüsselwörter: periphere Akteure, Journalismus, Rollenverständnis, Transformationsanspruch, Grenzziehung

On the Margins of Journalism

Role Orientations and Transformation Potential of Peripheral Actors in the DACH Region

In recent years, the blurring of boundaries within the field of journalism has made it increasingly difficult to distinguish between journalism and non-journalism. Journalism research has therefore placed particular emphasis on so-called peripheral actors, who often produce journalism-like content but are not considered journalists in the traditional sense. Examples include bloggers, influencers, citizen journalists, and media startups. These actors are highly heterogeneous, which complicates systematic analysis. To facilitate a better understanding of journalism's periphery, this study surveyed 358 peripheral actors in German-speaking countries to examine key aspects of self-identification, role orientation, and their potential to transform the professional core of journalism. The results show that many peripheral actors share core similarities with journalists but seek to focus their publishing work more strongly on issues such as social participation, opinion-forming, and social change. At the same time, they place less emphasis on autonomy and maintain a less critical distance. The study identifies five clusters of peripheral actors—Monitors, Advocates, Observers, Service Providers, and the Apolitical—which differ in their role orientations and transformational potential. While some actors seek to complement or reform journalism, others pursue antagonistic approaches.

Key words: peripheral actors, journalism, role orientation, transformation claims, boundary work

1. Einleitung

Im Zuge der Digitalisierung und der Erweiterung des Journalismus auf Online-Medien haben sich Art und Umfang publizistischer Angebote in einem nahezu unüberschaubaren Ausmaß vervielfältigt. Dies hat für die Journalismusforschung neue terminologische und forschungspraktische Herausforderungen mit sich gebracht. Während es aus heutiger Sicht vor 30 Jahren noch vergleichsweise einfach war, Journalismus von anderen Formen öffentlicher Kommunikation abzugrenzen, ist dies heute in sogenannten hybriden Mediensystemen (Chadwick, 2017) deutlich schwieriger geworden.

Die Kommunikationswissenschaft und speziell die Journalismusforschung haben diese Entwicklung mit einer Reihe von Entgrenzungsbeobachtungen und Entgrenzungsdiagnosen begleitet (Loosen, 2024; Domingo & Heinonen, 2008). Fragen, was innerhalb, außerhalb, im Kern und an den Rändern des Journalismus liegt, gehören zum festen Bestandteil der wissenschaftlichen Auseinandersetzung – und auch zur Selbstreflexion des journalistischen Feldes selbst (Görke, 2009). *Boundary Work* (Carlson & Lewis, 2015), die (diskursive) Aushandlung von Grenzen und die zugehörigen Grenzpraktiken, ist also in digitalen Medienumgebungen so etwas wie der Normalfall geworden.

Seit einigen Jahren lässt sich sogar die Entwicklung eines Forschungsfeldes beobachten, das sich aus einer vorwiegend akteurszentrierten Perspektive auf sogenannte *periphere Akteure* im (Umfeld des) Journalismus konzentriert und die sich wandelnden Akteurskonstellationen untersucht, die an der Erstellung und Verbreitung von (quasi-)journalistischen Angeboten beteiligt sind (Nölleke et al., 2025). Als periphere – individuelle, aber auch kollektive und korporative – Akteure werden dabei gemeinhin solche gefasst, die sich nicht ohne Weiteres als Journalist:innen im traditionellen Sinne bezeichnen (lassen), jedoch in der einen oder anderen Form unter „Journalismusverdacht" (Nölleke et al., 2025, S. 572) stehen

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

– z. B. im Hinblick auf journalismusähnliche Angebote und Praktiken oder auf die Beteiligung an journalistischer Aussagenentstehung (etwa als sogenannte News Nerds mit besonderen technischen Kompetenzen; Kosterich, 2020).

Diese neue Blickrichtung auf periphere Akteure und Angebote an den und jenseits der Grenzen dessen, was klassisch unter Journalismus gefasst wird, hat zu einer schnell wachsenden Zahl von Studien geführt, die sich beispielsweise mit Blogger:innen (Nielsen, 2012), Influencer:innen (Maares & Hanusch, 2020), Youtuber:innen (Lichtenstein et al., 2021a), Bürgerjournalist:innen (Allan & Thorsen, 2009), journalistischen Start-Ups (Carlson & Usher, 2016), Satiriker:innen (Tenenboim-Weinblatt, 2009; Lichtenstein et al., 2021b), Pionierjournalist:innen (Hepp et al., 2021), WikiLeaks (Wahl-Jorgensen, 2014) oder auch Brand Journalists (Viererbl & Koch, 2024) beschäftigen.

Diese Aufzählung macht bereits deutlich, dass wir es hier in der Regel mit Einzelfallstudien zu sehr unterschiedlichen Phänomenbereichen zu tun haben. Diese gewähren zwar wertvolle Einblicke in spezifische Bereiche und Akteurskonstellationen, es fehlen jedoch nach wie vor umfassendere Studien, die auf einer übergeordneten Ebene einen Beitrag zu der Frage leisten, wer die peripheren Akteur:innen sind, was sie mit ihrer Arbeit erreichen wollen und wie sie sich in Relation zum journalistischen Feld positionieren (lassen).

Um diese Lücke zu schließen, beschäftigt sich der vorliegende Beitrag mit den Ergebnissen einer umfassenden Studie zu peripheren Akteur:innen im Journalismus. Hierfür wurden insgesamt 358 der Peripherie zugeordnete Personen in Deutschland, Österreich sowie der deutschsprachigen Schweiz zu ihrem Rollenverständnis, der Einschätzung ihrer Arbeit im Vergleich zum traditionellen Journalismus sowie zu verschiedenen soziodemografischen Aspekten befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass periphere Akteur:innen einige Ähnlichkeiten, aber auch deutliche Unterschiede zum hauptberuflich-professionellen Journalismus aufweisen. Deutlich wird auch, dass sich die Peripherie durch ein hohes Maß an Heterogenität auszeichnet, was ihre Erforschung ausgesprochen anspruchsvoll macht.

2. Periphere Akteure in der Journalismusforschung

Mit dem zunehmenden Aufkommen peripherer Akteure im Umfeld des Journalismus sind Fragen nach der Legitimität und dem journalistischen Geltungsanspruch der von ihnen produzierten Formate immer stärker ins Zentrum theoretischer Debatten gerückt (Carlson, 2015). Studien hierzu finden sich bereits in den frühen 2000er Jahren, beispielsweise zu sogenannten Produsern, also Blogger:innen oder Bürgerjournalist:innen, die die neuen Veröffentlichungsmöglichkeiten des Internets nutzten, um am öffentlichen Diskurs teilzuhaben (siehe Bruns, 2005; 2008). Seit Ende der 2010er Jahre hat sich in der Literatur der Begriff *periphere Akteure*[1] etabliert (Holton et al., 2019), um solche Kommunikator:innen zu bezeichnen, die nicht nur die Grenzen des journalistischen Feldes weiter verschwimmen lassen, sondern zugleich das Potenzial haben, die gesellschaftliche Rolle von Journalismus, seine zentralen Normen und Praktiken grundlegend zu verändern und infrage zu stellen (Chua & Duffy, 2019). Hier ist also bereits ein relationaler Blick auf Kern und Peripherie angelegt: Sowohl das, was als journalistisch-professioneller Kern gilt, als auch das, was als Peripherie gilt, sind bewegliche, sich wandelnde Bezugspunkte, die ihre Bedeutung erst in ihrer wechselseitigen, relationalen Verortung gewinnen.

1 Anmerkung zum Sprachgebrauch: Der Aufsatz verwendet den Begriff *periphere Akteure*, wenn von der analytischen Kategorie im Sinne der Literatur gesprochen wird. Wenn von einzelnen Handelnden gesprochen wird, haben sich die Autor:innen für die genderneutrale Version *Akteur:innen* entschieden.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Zudem ist die Gruppe der als „peripher“ in den Blick genommenen Akteure hinsichtlich ihrer Ziele, Organisationsformen und Praktiken äußerst heterogen, was eine systematische Analyse erschwert. Auffällige Unterschiede zeigen sich bereits in der von der Forschung verwendeten Terminologie für die Beschreibung und Klassifikation dieser (digitalen) „Neuankömmlinge“. Die Rede ist von „Interlopers“ (Eldridge, 2017), „Pionierjournalist:innen“ (Hepp et al., 2021), aber auch „Fremden“ (Belair-Gagnon & Holton, 2018) und kann dabei eine große Bandbreite sowohl von individuellen Akteur:innen (z. B. Influencer:innen; Blogger:innen) als auch Medienorganisationen (z. B. Corporate Publishing, Parteimedien) umfassen. Als Arbeitsdefinition für den Kontext unserer Studie legen wir fest, dass es sich bei peripheren Akteuren im Umfeld des Journalismus um „eine heterogene Gruppe individueller und kollektiver Akteure [handelt], die journalismusähnliche Inhalte produzieren und verbreiten“ (Nölleke et al., 2025, S. 565). Die Rede ist hier also von „individuellen (Freischaffende, Angestellte, Gründer:innen), korporativen (Medien, Start-Ups, Spin-offs) und kollektiven Akteuren (Netzwerke, Stiftungen)“ (Nölleke et al., 2025, S. 578; Hepp et al., 2021).

Als sogenannten „Kern“ des Journalismus verstehen wir – in Anlehnung an die *Worlds of Journalism Study* (von Garmissen et al., 2025, S. 7) – den vor allem redaktionell organisierten und von hauptberuflichen Journalist:innen getragenen Journalismus, wie er in etablierten Verlagshäusern oder Rundfunkanstalten praktiziert wird. Dieser so verstandene „etablierte Kern“ ist in diesem Beitrag also unsere empirische Referenzgröße, von der wir die Peripherie unterscheiden, wenn wir vom „traditionellen” oder „etablierten” Journalismus sprechen. Kern und Peripherie verstehen wir dabei nicht als zwei strikt getrennte „Lager”, sondern als relationale Positionen in einem entgrenzten Feld: Beide Zonen verändern sich etwa durch Innovationen, neue Akteurskonstellationen, Grenzübertritte und dienen sich wechselseitig als Orientierungspunkte. Unterscheidungen zwischen traditionellen und peripheren Akteuren im Journalismus werden daher aus einer feldtheoretischen Perspektive (Bourdieu, 1977) vor allem über diskursive Kämpfe um journalistische Autorität ausgetragen (Hanitzsch & Vos, 2017; Maares & Hanusch, 2023). Journalist:innen im Kern prägen dabei die dominante Definitionsmacht im Feld, während Akteur:innen an der Peripherie um Anerkennung und Deutungsmacht konkurrieren. Für die wissenschaftliche Analyse peripherer Akteur:innen ist daher ein breiter Blick nötig, der auch publizistische Angebote umfasst, die von funktionalen oder normativen Journalismusdefinitionen im Allgemeinen ausgeschlossen werden (etwa solche, die Partikularinteressen verfolgen), vom Publikum aber durchaus als journalismusähnlich oder journalistisch verstanden werden können (Maares & Hanusch, 2023; Costera Meijer, 2022). Wir sind also zwangsläufig mit der Frage konfrontiert, wie sich Peripherie und Kern des Journalismus zueinander verhalten. Diese Frage ist auch deswegen bedeutsam, weil der Journalismus – zumindest in westlich-liberalen Mediensystemen – als frei zugängliche Profession gilt, wenngleich sich die Zugangsmöglichkeiten international deutlich unterscheiden (Riedl, 2019; Carlson, 2015).

Vor diesem Hintergrund gewinnt die Frage an Bedeutung, wie Journalist:innen (symbolische) Grenzen ziehen, um ihre Exklusivität bzw. Alleinstellung zu markieren – eine Praxis, die in der Forschung vielfach mit dem Konzept *Boundary Work* (Gieryn, 1983) gefasst wird (Hanusch & Löhmann, 2023). Indem sie ihre Leistungen von anderen Akteuren abgrenzen, verdeutlichen Journalist:innen einerseits die Legitimität der Profession und untermauern andererseits ihren Anspruch auf bestimmte Zuständigkeitsbereiche (Abbott, 1988). Diese Abgrenzungen werden nicht nur gegenüber nicht-journalistischer Kommunikation wie PR, Marketing und Werbung vorgenommen (Hoffjann, 2025), sondern auch innerhalb des Journalismus. Dazu verwenden Journalist:innen sogenannte *Boundary Marker* (Singer, 2015), etwa um zwischen Print- und Online-Journalist:innen zu differenzieren (Singer, 2003;

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

McEnnis, 2017) – (ehemals) nicht selten mit dem Ziel einer professionellen Abwertung letzterer.

Boundary Marker speisen sich im Allgemeinen aus einem normativen Verständnis der Funktion von Journalismus innerhalb einer Gesellschaft (Singer, 2015; Örnebring & Karlsson, 2022). Zentraler Ansatzpunkt für die Analyse solcher (normativen) Grenzziehungen ist das journalistische Rollenverständnis, das sowohl in der Profession selbst als auch in der öffentlichen Wahrnehmung als Kernessenz des Journalismus betrachtet wird (Hanitzsch & Vos, 2017). Analysen des journalistischen Rollenselbstverständnisses können dementsprechend Aufschluss darüber geben, in welcher Weise sich traditionelle von peripheren Journalist:innen abgrenzen und inwiefern periphere Akteur:innen ihre Arbeit (auch) als journalistisch begreifen.

Diverse Studien weisen diesbezüglich auf Unterschiede zwischen peripheren Akteuren hin: Eine Untersuchung zu journalistischen YouTuber:innen in Deutschland konnte etwa zeigen, dass diese in ihrer Arbeit unterschiedliche journalistische Rollenverständnisse vereinen. Während manche ihren Schwerpunkt auf ein „monitoriales" Rollenselbstverständnis legen, zielen andere stärker darauf ab, Menschen gezielt mit Informationen zu versorgen, die sie in ihrer Meinungsbildung unterstützen oder gesellschaftliche Teilhabe fördern sollen. Damit weisen YouTuber:innen in ihrem Selbstverständnis nicht nur starke Parallelen zum traditionellen Journalismus auf (Lichtenstein et al., 2021a), sondern auch zu anderen peripheren Akteur:innen wie Satiriker:innen, die das Publikum ebenfalls bei der Meinungsbildung unterstützen wollen, dabei aber einen stärker unterhaltungsorientierten Ansatz verfolgen (Lichtenstein et al., 2021b). Gleichzeitig distanzieren sich Satiriker:innen jedoch von einem interventionistischen Verständnis ihrer Arbeit, wie es zum Beispiel journalistische YouTuber:innen äußern (Lichtenstein, 2021a). Ein unterhaltendes Element findet sich auch als Teil des Rollenverständnisses von Influencer:innen, etwa auf Instagram. Sie sehen ihre Aufgabe darin, ihr Publikum zu inspirieren, ihnen einen bestimmten Lifestyle näherzubringen, sie im Alltag zu begleiten, Ratschläge und Tipps zu geben oder Unterhaltung und Entspannung zu bieten (Maares & Hanusch, 2020) und ähneln in ihrem Rollenverständnis somit stark den Lifestyle-Journalist:innen (Hanusch, 2019). Nicht alle Influencer:innen bewegen sich jedoch im Lifestyle-Sektor, sondern es existieren auch hybride Formen. So orientieren sich beispielsweise sogenannte Newsfluencer:innen zwar an den ökonomischen und kulturellen „Spielregeln" von Onlineplattformen wie Instagram oder TikTok, versuchen auf der inhaltlichen Ebene aber gleichzeitig, ihrem Publikum „Hard News" zu vermitteln (Hurcombe, 2025).

Trotz solcher Ähnlichkeiten im Rollenselbstverständnis gibt es auch zentrale Unterschiede zwischen jenen Akteur:innen, die im sogenannten journalistisch-professionellen Kern zu verorten sind, und solchen, die sich eher an der Peripherie befinden. Zahlreiche qualitative Studien weisen auf einen divergierenden Wertekanon hin, insbesondere in Bezug auf die Autonomie innerhalb der Berichterstattung (Maares & Hanusch, 2023). Während Autonomie im traditionellen Journalismus als integraler Bestandteil journalistischer Arbeit gilt, um eine möglichst neutrale und kritische Berichterstattung zu gewährleisten (Lauerer et al., 2025), ist sie an der Peripherie im Allgemeinen weniger bedeutsam. So bestehen oftmals enge Kooperationen zwischen Social-Media-Influencer:innen und Werbepartner:innen, bei denen ökonomische Interessen im Vordergrund stehen. Auch bei Venture-Capital-finanzierten Nachrichten-Startups, die profitorientiert arbeiten, stellen sich Fragen nach Autonomie und Unabhängigkeit (Usher, 2017; Hepp et al., 2021). An Bedeutung gewinnen sie auch mit Blick auf die Unterscheidung zwischen Journalismus und PR. Hier markieren Akteur:innen durch Selbstbeschreibungen als „Brand Journalists" und anhand von Produkten, die in Inhalt und Aufmachung journalismusähnlich sind, aber von Unternehmen beauftragt und

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

verbreitet werden, Nähe zum journalistischen Feld. Eine Untersuchung dieser Gruppe und ihres Rollenverständnisses zeigt, dass es durchaus Ähnlichkeiten zwischen Journalist:innen und Spezialist:innen im Bereich PR oder Unternehmenskommunikation gibt: Beide Akteursgruppen sehen sich in der Funktion des distanzierten Beobachters, unterscheiden sich jedoch deutlich, wenn es darum geht, als Watchdog für politische Einrichtungen oder Unternehmen aufzutreten (Viererbl & Koch, 2024).

Abseits ökonomisch geprägter Abhängigkeiten zeigen sich auch auf ideologischer Ebene Unterschiede hinsichtlich der Autonomie peripherer Akteure. So nehmen politische Blogger:innen meist eine klare Haltung in ihrer Arbeit ein, indem sie etwa bestimmte (partei-)politische Interessen vertreten (Maares & Hanusch, 2023). Andere Akteure wie beispielsweise solche, die eher feministische oder multikulturelle Themen bearbeiten, erachten journalistische Prinzipien wie Autonomie oder kritische Distanz zwar als wertvoll, wollen aber gleichzeitig eine Stimme für diejenigen sein, die sie in den Medien als unterrepräsentiert wahrnehmen (ebd.).

Als besonders bedeutsames Charakteristikum peripherer Akteure wird immer wieder auch ihr Transformationsanspruch bzw. die Transformationskraft, die von der Peripherie auf den Kern wirken kann, hervorgehoben. Hepp et al. (2021) machen dies gar zum entscheidenden Aspekt dessen, was sie als „Pionierjournalismus" beschreiben: nämlich „solche Formen des Journalismus, die durch experimentelle Praktiken und Imaginationen einer zukünftigen Entwicklung des Journalismus auf eine Neudefinition des Feldes abzielen" (ebd.: 551). Dieses Bestreben, etwas verändern zu wollen, erstreckt sich über das gesamte Spektrum der Peripherie und weist unterschiedliche Ausprägungen auf. Während manche Gruppen lediglich eine Nische für sich beanspruchen, streben andere nach einer grundlegenden Transformation des Journalismus – mit unterschiedlichen Ansätzen und Intensitäten (ebd.). Derartige Transformationsabsichten sind aber nicht ausschließlich Auswirkungen des jüngeren, digitalen Medienwandels; dies würde die lange Geschichte alternativer Medien ausblenden (Engesser & Wimmer, 2009; Maares & Hanusch, 2023), die in der Vergangenheit bereits danach strebten, den Journalismus zu verändern und Gegenöffentlichkeiten zu schaffen – auch hier zeigt sich deutlich die relationale Verbindung von Kern und Peripherie.

Laut Eldridge (2019) kann das Streben nach Veränderung auf zwei verschiedene Arten ausgedrückt werden: entweder durch einen *agonistischen* Ansatz, der kritisch und gleichzeitig konstruktiv ist, oder durch einen *antagonistischen* Ansatz, der destruktiv ist und im Widerspruch zur traditionellen Idee des Journalismus steht. Agonistische Akteure sind daran interessiert, „besseren" Journalismus zu machen, indem sie versuchen, neue Blickwinkel einzubringen (Maares & Hanusch, 2023) oder – wie News-Startups – neue Ideen und Innovationen in das journalistische Feld zu tragen (Usher, 2017). Antagonistische Akteure fokussieren hingegen eher darauf, eigene Interessen voranzubringen, indem sie sich selbst auf die Legitimität und Autorität von Journalismus als Institution berufen, diese dem traditionellen Journalismus aber absprechen. Beispiele hierfür lassen sich vor allem im Bereich von „hyperpartisan media" (Rae, 2020, S. 1124), also von Medien mit ausgeprägter politisch-ideologischer Einseitigkeit, oder auch bei systemfeindlichen populistischen Medien finden (Heft et al., 2020).

3. Die Systematisierung peripherer Akteure

Die Kategorisierung peripherer Akteure in agonistische und antagonistische Akteure ist nur ein Beispiel für verschiedene Ansätze, um die inhärente Heterogenität dieser Akteursgruppe zu systematisieren und eine Einordnung in Relation zum journalistischen Kern zu ermöglichen (Belair-Gagnon & Holton, 2018; Hanusch & Löhmann, 2023; Maares & Hanusch,

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

2023; Hepp et al., 2021; Ihlebaek & Figenschou, 2024). Hierbei wird immer wieder deutlich, dass es bei der Unterscheidung zwischen Kern und Peripherie nicht um eine oftmals als starr oder verengend kritisierte Dichotomie geht (Deuze & Witschge, 2018, S. 167), sondern sie vielmehr den Blick auf eine Bandbreite von relationalen Verbindungen und „Kippfiguren" zwischen den Polen dieser Unterscheidung eröffnet. Dabei bleibt das, was in Theorie und Praxis als traditioneller Kern des Journalismus betrachtet wird, zentraler Referenzpunkt – und sei es nur im Hinblick auf die Aspekte, von denen periphere Akteur:innen sich mit neueren Formen abzugrenzen versuchen (Hepp & Loosen, 2019; Maares & Hanusch, 2020). Kern und Peripherie können also innerhalb eines mehrdimensionalen Spektrums unterschiedliche Ausprägungen annehmen (Hanusch & Löhmann, 2023).

Drei Aspekte erscheinen besonders bedeutsam: Erstens geht es um die Frage der Selbstidentifikation mit dem Journalismus bzw. als Journalist:in – also inwiefern sich periphere Akteur:innen überhaupt dem journalistischen Feld zugehörig fühlen (Hanusch & Löhmann, 2023). Hier gibt es jene, die sich klar abgrenzen und den Terminus *Journalist:in* nicht für sich selbst beanspruchen (Maares & Hanusch, 2020), während in anderen Bereichen das Gegenteil der Fall ist (Lichtenstein et al., 2021a). Ein zweiter wichtiger Aspekt ist das Rollenverständnis, denn es gibt durchaus periphere Akteur:innen, die sich zwar nicht als Journalist:innen identifizieren, jedoch in ihren Rollenverständnissen professionell-hauptberuflichen Journalist:innen ähneln (Maares & Hanusch, 2020). Ob und auf welche Weise periphere Akteur:innen den Journalismus mit ihrer Arbeit verändern wollen, bildet den dritten bedeutenden Aspekt. Dieses „Transformationspotenzial" (Hanusch & Löhmann, 2023, S. 1302) ist in der Literatur viel diskutiert und findet sich unter anderem in Studien zu Agonismus und Antagonismus (Eldridge, 2019) oder Orthodoxie und Heterodoxie (Maares & Hanusch, 2023). Hier geht es darum, inwiefern die Akteur:innen den dominanten Doxa (Bourdieu, 1977), also den Spielregeln, nach denen das journalistische Feld strukturiert ist (z. B. durch journalistische Rollenverständnisse, Hanitzsch, 2007; Hanitzsch & Vos, 2018), folgen oder ihnen möglicherweise explizit widersprechen.

Auf Basis der vorgestellten Ansätze und des bisherigen Forschungsstands hat diese Studie das Ziel, einen systematischen Überblick über die heterogene Peripherie des Journalismus im deutschsprachigen Raum zu geben. Spezifisch soll die Selbstpositionierung peripherer Akteur:innen gegenüber dem traditionellen journalistischen Feld betrachtet werden. Daraus lassen sich folgende Forschungsfragen ableiten:

FF1: Wie stark identifizieren periphere Akteur:innen sich und ihre Arbeit mit etabliertem Journalismus?

FF2: Welches Rollenverständnis weisen periphere Akteur:innen im Vergleich zu hauptberuflichen Journalist:innen im Kern auf?

FF3: Wie positionieren periphere Akteur:innen sich und ihre Arbeit gegenüber den Leistungen des etablierten Journalismus?

FF4: Wie unterscheiden sich verschiedene Gruppen innerhalb der journalistischen Peripherie im Hinblick auf ihre Selbstidentifikation, ihre Rollenverständnisse und ihre Positionierung gegenüber traditionellem Journalismus?

4. Methode

4.1 Konzeptionelle Überlegungen

Die vorliegende Studie basiert auf einer standardisierten Befragung peripherer Akteur:innen in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz (n=358). Sie ist gekoppelt an die dritte Welle der *Worlds of Journalism Study*, eine globale repräsentative Befragung

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

hauptberuflicher Journalist:innen, die darauf abzielt, Zustand und Wandel des Journalismus weltweit zu erfassen und die auch in Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführt wurde (von Garmissen et al., 2025; Mitterstainer et al., 2025; Wyss et al., 2024). Da der Fokus auf hauptberufliche Journalist:innen die zunehmende Bedeutung Medienschaffender außerhalb dieser Gruppe ausblendet und damit eine Repräsentationslücke erzeugt (Seethaler et al., 2019), zielt die vorliegende und im Rahmen der *Worlds of Journalism Study* erstmals ergänzend durchgeführte Befragung peripherer Akteur:innen darauf ab, eine umfassendere Betrachtung zu ermöglichen.

Zur Bestimmung relevanter Angebote bzw. Akteur:innen orientiert sich das Vorgehen an einer qualitativen Exploration des journalistischen Feldes und seiner Peripherie(n) (Maares & Hanusch, 2023): Entlang der Pole *Heterodoxie vs. Orthodoxie* wurden Angebote danach ausgewählt, inwiefern sie in ihren Inhalten, ihrer Struktur oder ihrer Außendarstellung etablierte journalistische Werte vertreten oder gerade infrage stellen. Nach einer ersten Sichtung des Feldes – und unter der Maßgabe, in den drei Ländern vergleichbare Fälle zu identifizieren – wurde zwischen *performativ-heterodoxen* Angeboten und *organisational-heterodoxen* Angeboten unterschieden. Erstere stehen für Fälle, die in Narration oder Darstellungsform von Angeboten im journalistischen Kernbereich abweichen. Dazu zählen z. B. konstruktive Formate, Angebote aus und für spezifische(n) Communities wie LGBTQIA+ oder geflüchtete Menschen sowie Faktencheck-Projekte, die sich der Überprüfung von im Netz kursierenden Behauptungen widmen. Auch politisch motivierte (Online-)Magazine, die eine Gegenöffentlichkeit herzustellen suchen – meist aus dem extrem linken oder extrem rechten politischen Spektrum – wurden in diese Kategorie inkludiert. Organisational-heterodoxe Angebote sind solche, die sich vor allem durch eine veränderte Organisation journalistischer Arbeit abgrenzen, z. B. kollektive und partizipative Medien – wobei anzumerken ist, dass eine trennscharfe Zuordnung zu der einen oder anderen Ausprägung oft nur schwer zu leisten war, da eine größere Zahl an Akteur:innen sowohl auf der performativen als auch auf der organisationalen Ebene vom Kern abweichende Wege beschreitet. Aus diesem Grund wurden Erst- und Zweitzuordnungen ermöglicht, wobei die Zugehörigkeit zu einer der Ausprägungen als hinreichend für die Aufnahme ins Sample gewertet wurde.

Auf einer zweiten Achse wurden Angebote entsprechend ihrem von außen erkennbaren Grad an (Un-)Abhängigkeit von Partikularinteressen entlang der Pole *Heteronomie* vs. *Autonomie* erfasst. Hier wurde zwischen *individuell-heteronomen* sowie *institutionell-heteronomen* Angeboten unterschieden. Bei individuell-heteronomen Angeboten stehen einzelne Medienschaffende im Mittelpunkt, die politische, soziale und/oder ökonomische Interessen verfolgen, z. B. Influencer:innen und Content Creators. Institutionell-heteronome Angebote folgen den Interessen dahinterstehender Institutionen und Organisationen, z. B. publizistische Angebote von NGOs, Parteimedien, Kundinnen:magazine oder religiöse Angebote.

Wie oben bereits angeklungen, zielten die konzeptionellen Überlegungen nicht auf streng abgegrenzte Gruppen ab, zumal es in der empirischen Realität vielfache Überschneidungen bzw. fließende Grenzen gibt und viele periphere Akteur:innen mehreren Tätigkeiten nachgehen. Vielmehr sollte durch das Vorgehen sichergestellt werden, dass eine hohe Diversität peripherer Angebote und Akteur:innen Eingang in das Sample findet, die den Journalismus auf multilaterale Weise erweitern und herausfordern. Für die Befragung geeignete Personen mussten demnach ein inhaltlich-thematisches publizistisches Angebot mit Aktualitätsbezug produzieren bzw. bei einem solchen tätig sein, das sich an eine (Teil-)Öffentlichkeit richtet. In diesem, nutzungsbezogenen Sinne sprechen wir von *funktionaler Äquivalenz:* Die einbezogenen Angebote können aus Perspektive des Publikums als informationsbezogene Alternativen zu journalistisch-redaktionellen Nachrichtenangeboten dienen (Costera Meijer, 2022), unabhängig davon, ob sie klassische gesellschaftliche Journa-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

lismusfunktionen erfüllen. Aktualität verstehen wir dabei in einem klassischen Sinne als die Bearbeitung neuer, faktischer und für die Bevölkerung relevanter Informationen (Meier, 2018), die im gesamten Kontinuum vom journalistischen Kern bis an die Ränder stattfindet.

Konzeptionell unterscheiden wir also zwischen einem journalistisch-professionellen Kern und einer Peripherie von Akteur:innen, die mindestens journalismusähnliche Angebote produzieren, sowie Angeboten, die aus funktionstheoretischer Perspektive jenseits der Peripherie liegen – etwa Parteimedien oder Kund:innenmagazine – weil gerade diese Grenzfälle wichtig sind für unser Erkenntnisinteresse. Wir verstehen es als produktives Paradox, das unser Vorgehen kennzeichnet: Wir unterscheiden Kern, Peripherie und „Außen" als analytische Zonen, während Akteur:innen faktisch über diese Zonen hinweg operieren und durch ihre Praxis die Grenzen zwischen Kern, Peripherie und nicht-journalistischer Kommunikation immer wieder neu ausgehandelt werden. Mit dieser Herangehensweise tragen wir auch der Rezeptionsperspektive Rechnung, indem wir anerkennen, dass immer mehr vor allem jugendliche und junge erwachsene Mediennutzende Informationen beiläufig und nahezu exklusiv über soziale Plattformen aufnehmen, ohne zu hinterfragen oder beurteilen zu können, ob die jeweiligen Angebote journalistischen Funktionen folgen (Wunderlich & Hölig, 2023; Wunderlich, 2023). Nachfolgend erläutern wir die für diese Zwecke festgelegten Samplingkriterien im Detail.

4.2 Samplingkriterien

Die konkrete Auswahl geeigneter Fälle erfolgte über die Identifikation eines publizistischen Angebots, das folgende operative Einschlusskriterien erfüllen musste:

1) *Öffentliche Zugänglichkeit*: Das Angebot musste sich – unabhängig von genutzten Distributionskanälen und Plattformen – an eine (Teil-)Öffentlichkeit richten und für diese auch zugänglich sein. Formate, deren Zugänglichkeit etwa durch formale Mitgliedschaft limitiert ist (z. B. Mitarbeiter:innenzeitungen) wurden somit ausgeschlossen, während Formate mit spezifischen Zielgruppen, aber grundsätzlich offener Zugänglichkeit (z. B. Kund:innenmagazine oder Kirchenzeitungen) berücksichtigt wurden.

2) *Relevanz*: Die Angebote mussten eine gewisse Wahrnehmungsschwelle bei Mediennutzenden erreichen. Festgelegt wurde eine Mindestreichweite von 10.000 Personen (bzw. Followern im Social-Media-Bereich), unabhängig von der genutzten Plattform. In Ausnahmefällen, bei denen sich keine Angaben zu Reichweiten recherchieren ließen, erfolgten ausführliche Diskussionen, für die weitere Relevanzindikatoren wie etwa Branchenwahrnehmung, Zitationen oder erhaltene Auszeichnungen herangezogen wurden. Angebote, deren Relevanz dann noch nicht erkennbar war, wurden ausgeschlossen.

3) *Periodizität*: Die Angebote mussten mindestens viermal jährlich erscheinen bzw. regelmäßig neue Inhalte veröffentlichen. Dies stellt eine operational handhabbare, wenngleich zweifellos nicht erschöpfende Annäherung an Aktualität dar.

4) *Geographische Verortung*: Der Sitz eines Medienangebots musste im jeweiligen Land sein (Nachweis im Impressum) und Mediennutzende in den drei Ländern mit dem Angebot adressiert werden, wodurch ein Bezug zur DACH-Region sichergestellt wurde.

5) *Erreichbarkeit*: Es musste zumindest eine E-Mail-Adresse auffindbar sein, über die eine Anfrage für die Studienteilnahme erfolgen konnte.

4.3 Sampling und Feldphase

Basierend auf den konzeptionellen Überlegungen und operativen Samplingkriterien führten die drei Forschungsteams in Deutschland, Österreich und in der Schweiz die Recherchen nach relevanten Angeboten, Akteur:innen und Kontaktdaten durch. Dabei kamen vor allem

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Suchmaschinen sowie diverse (Online-)Listen, Verzeichnisse und Linksammlungen zum Einsatz, etwa für spezifisch ausgerichtete mediale Angebote, Medienpreisnominierungen, Empfänger:innen von Fördermitteln, Medien-Start-Ups oder Influencer:innen-Listen aus der Marktforschung. Als fruchtbar erwies sich überdies der Austausch mit einschlägigen Branchen- und Szenekenner:innen. Der Recherchezeitraum erstreckte sich insgesamt über zwölf Monate, wobei die sich laufend verändernde Medienlandschaft wiederholtes Nachrecherchieren erforderte. Das Sampling-Verfahren resultierte in der Identifikation von insgesamt 789 relevanten Angeboten in den drei Ländern, die von Juli bis Dezember 2023 für eine Teilnahme an einer Online-Befragung angefragt wurden. Eine zweite Feldphase erfolgte im März und April 2024[2]. Nach Ende der beiden Erhebungszeiträume konnten 358 Befragte in den Datensatz eingehen, wobei maximal vier Befragte eines Angebots im Datensatz belassen wurden. Ein präziserer Rücklauf auf individueller Ebene lässt sich insofern nicht berechnen, als dass Befragte gebeten wurden, den Fragebogen an Kolleg:innen desselben Angebots weiterzuleiten bzw. relevante Angebote gebeten wurden, den Fragebogen an alle für sie tätigen Medienschaffenden zu verteilen.

4.4 Fragebogen

Um die in den Forschungsfragen avisierten Vergleiche zum etablierten Kern ziehen zu können, orientierte sich der Fragebogen eng an jenem für die Befragung hauptberuflicher Journalist:innen im Rahmen der dritten Welle der *Worlds of Journalism Study*[3]. Ein Großteil der Fragen konnte wortgleich oder leicht abgewandelt für den peripheren Raum übernommen werden, wobei die Arbeit der Befragten in unserem Fragebogen[4] – abweichend zur Befragung des Kerns – als „publizistisch" und nicht als „journalistisch" bezeichnet wurde, um normative Aufladungen zu vermeiden. Das journalistische Rollenselbstverständnis, die Soziodemografie und die Beschäftigungssituation der Befragten wurden äquivalent zur Befragung für den hauptberuflichen Journalismus abgefragt. Darüber hinaus wurden einige Fragen ergänzt, die sich auf die spezifische Arbeitsrealität innerhalb der Peripherie beziehen. Dazu gehört insbesondere das Transformationspotenzial peripherer Akteur:innen. Hier wurden Respondent:innen mit der Frage „Wie wichtig sind Ihnen in Ihrer Arbeit folgende Punkte im Vergleich zum traditionellen Journalismus, z. B. bei einer Tageszeitung oder im Rundfunk?" gebeten, zwölf verschiedene Items zu beantworten – auf einer fünfstufigen Likert-Skala, die von „deutlich weniger wichtig" (1) hin zu „deutlich wichtiger" (5) reichte. Um den Grad der (Selbst-)Identifikation mit traditionellem Journalismus zu erheben, wurden die Teilnehmer:innen – an unterschiedlichen Stellen im Fragebogen – auf einer fünfstufigen Likert-Skala gefragt, inwiefern sie ihre derzeitige Tätigkeit als journalistischer Natur erachten, sowie auf einer dreistufigen Skala, inwiefern sie sich selbst als Journalist:in begreifen (siehe Link zum vollständigen Fragebogen in Fußnote 4).

2 Die zweite Feldphase wurde durch das Projekt „Resilient Media for Democracy in the Digital Age" geleistet, welches auf eine vergleichende Peripherie-Befragung in weiteren EU-Ländern abzielt. Das Projekt wurde unter der Fördernummer 101094742 im Rahmen des Programms *Horizon Europe* von der Europäischen Union bzw. der Europäischen Kommission gefördert. Standpunkte und Einschätzungen in diesem Zeitschriftenbeitrag sind ausschließlich den Autor:innen zuzurechnen und spiegeln nicht zwingend jene der Europäischen Union bzw. der Europäischen Kommission wider und werden demnach nicht von ihnen verantwortet.

3 Vollständig online abrufbar unter: https://osf.io/kxbu2.

4 Vollständig online abrufbar unter: https://osf.io/2rhv6.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

4.5 Beschreibung des Samples

Innerhalb des Samples entfallen 157 Befragte auf Deutschland, 105 auf Österreich und 96 auf die Schweiz. In Bezug auf soziodemografische Aspekte weist das Sample einige wichtige Unterschiede zum journalistischen Kern auf. Insgesamt 48,4 Prozent der Befragten identifizieren sich als weiblich; der Frauenanteil ist somit an der Peripherie etwas höher, als er für die Befragung unter hauptberuflichen Journalist:innen im DACH-Raum ermittelt wurde (45,6 %). Das Durchschnittsalter der peripheren Akteur:innen ist nur geringfügig niedriger (43,1 Jahre, SD=11,2) als im Kern (44,9; SD=11,2), zudem kann eine höhere formale Bildung ausgemacht werden: 82,5 Prozent der Befragten besitzen einen universitären Abschluss, verglichen mit 73,6 Prozent unter den hauptberuflichen Journalist:innen. Noch größere Unterschiede finden sich bei den politischen Ansichten und den Arbeitsbedingungen: Innerhalb der Peripherie gibt es einen deutlich höheren Anteil an Befragten, die sich in ihren politischen Ansichten links der Mitte verorten (74,4 %; Kern: 63,0 %). Hier wird jedoch gleichzeitig eine Limitation der Studie erkennbar, angesichts der Tatsache, dass es mittlerweile zahlreiche, eher rechts der Mitte orientierte, alternative Medien gibt, die auch kontaktiert wurden. Bei diesen war der Rücklauf jedoch merklich geringer. Im weiteren Vergleich zum Kern sind weitaus weniger periphere Akteur:innen in Vollzeit für ihr Angebot tätig (41,4 % im Vergleich zu 71,7 %). Dementsprechend sind auch die Durchschnittseinkommen innerhalb der Peripherie deutlich niedriger: Während die meisten hauptberuflichen Journalist:innen 3.001–3.600€ netto (bzw. 4.001–4.800 CHF in der Schweiz) beziehen, liegt das Median-Einkommen der peripheren Akteur:innen bei 2.401–3.000€ (bzw. 3.201–4.000 CHF); rund 20 Prozent (19,3 %) der Befragten verdienen sogar weniger als 600 Euro (bzw. 800 CHF) im Monat nach Abzug von Steuern.

Durch die angesprochenen Mehrfachzuordnungen in die vier Akteurskategorien ergaben sich über die 358 Befragten hinweg 464 Zuordnungen. Dabei zeigte sich, dass Überschneidungen zwischen den beiden heterodoxen Ausprägungen am häufigsten auftraten, während das heteronome Feld deutlicher abgegrenzt ist. Insgesamt 203 entfielen auf den performativ-heterodoxen Bereich, der damit klar am stärksten vertreten ist. Diese Fälle verteilen sich recht gleichmäßig auf politisch motivierte Angebote (mit einem Schwerpunkt im linken Spektrum), Formate zur Erhöhung der Sichtbarkeit gesellschaftlicher Gruppen und Minderheiten, aufklärende Angebote (z. B. Fact Checking oder Verbraucherschutz), Wissensvermittlung (z. B. didaktische Angebote oder Nischenthemen), hyperlokale Informationen sowie satirische und unterhaltende oder Lifestyle-Angebote. Der organisational-heterodoxen Ausprägung konnten 92 Fälle zugeordnet werden, die vor allem partizipative Medien wie Freie Radios und Kollektive bzw. Genossenschaften, aber auch kuratierende Angebote betreffen. Auf der heteronomen Achse zählen 123 Respondent:innen zu den institutionellen Akteuren. Hier sind Angebote von NGOs sowie Medien, die von Kirchen oder Glaubensgemeinschaften betrieben werden, und – etwas weniger stark ausgeprägt – Kundenmagazine vertreten, während etwa die Parteipresse nur einen geringen Anteil ausmacht. Die individuell-heteronomen Akteur:innen kommen auf 46 Fälle, die sich hauptsächlich der Wissensvermittlung und dem Bereich Unterhaltung/Lifestyle widmen. Die Gruppe der sogenannten Influencer:innen und Personal Brands ist damit am schwächsten in der Befragung vertreten.

5. Ergebnisse

Im Folgenden beschreiben wir die Ergebnisse mit Blick auf die Identifikation mit Journalismus, Rollenverständnisse sowie Transformationspotenzial unserer Studienteilnehmer:innen.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

5.1 Identifikation mit Journalismus

Einen wichtigen Einblick zur Selbstpositionierung der Befragten gewährt ihre Identifikation mit dem Journalismus. Um hierüber Aufschluss zu geben, unterscheiden wir mit Maares & Hanusch (2020), ob sich die Befragten selbst als Journalist:innen identifizieren und ob sie ihre publizistische Tätigkeit als journalistisch erachten. Unsere Ergebnisse zeigen, dass sich auch an der Peripherie die meisten Befragten als Journalist:innen sehen. Fast die Hälfte der Befragten (46,6 %) bejahen die Frage, während ein Drittel (34,2 %) sie mit „teils–teils" und ein Fünftel (19,4 %) mit „nein" beantwortet. Noch einmal höher ist die Identifikation der eigenen Tätigkeit als journalistisch: Hier stimmen 34,3 Prozent „voll" und 32,0 Prozent „eher" zu, dass ihre derzeitige publizistische Tätigkeit für sie journalistischer Natur sei. Nur ein Zehntel (9,7 %) wählt „weder noch", während 17,4 Prozent „eher nicht" und 6,6 Prozent „überhaupt nicht" zustimmen. Beide Items sind signifikant und stark miteinander korreliert ($r(347)=.510$, $p<.001$) – auch wenn es offenbar Befragte gibt, die sich als Journalist:innen begreifen, ihre Arbeit jedoch nicht als journalistisch begreifen, oder umgekehrt.

Die große Mehrheit der Befragten hat konkrete journalistische Erfahrungen. So geben 76,7 Prozent an, durch ein journalistisches oder medienbezogenes Training gegangen zu sein, weitere 60,1 Prozent geben Berufserfahrung als Journalist:in in traditionellen Medien an. Die durchschnittliche Arbeitserfahrung – hier gefragt als die Zeit, die man schon publizistisch aktiv ist – beträgt 14,9 Jahre (SD=10,5). Journalist:innen im Kern weisen demgegenüber eine durchschnittliche Berufserfahrung von 19,3 Jahren (SD=10,8) auf.

5.2 Rollenverständnisse

Das journalistische Rollenverständnis wird häufig als die Essenz von Journalismuskultur verstanden (Hanitzsch & Vos, 2017), was es im Kontext peripherer Akteur:innen zu einer hoch relevanten Untersuchungsdimension macht, um Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen (vermeintlicher) Peripherie und journalistisch-professionellem Kern zu betrachten. Die folgende Diskussion bezieht sich auf die einzelnen Items, mit denen die Rollenverständnisse abgefragt wurden; im weiteren Verlauf der Darstellung werden sie gebündelt in sieben theoretisch begründeten Rollendimensionen nach Hanitzsch (2025) betrachtet (vgl. Tabelle 1).

Die Ergebnisse zeigen, dass unter den peripheren Akteur:innen die höchste Priorität bei der Vermittlung von Informationen zur Meinungsbildung, dem Verfolgen eines Bildungsauftrags sowie dem Entgegenwirken von Desinformationen liegt. Aber auch auf das Beleuchten von gesellschaftlichen Missständen und Hinweisen auf Lösungen für gesellschaftliche Probleme wird großer Wert gelegt. Als überhaupt nicht wichtig werden hingegen sogenannte partnerschaftlich-unterstützende Rollen (Hanitzsch, 2025), wie die Vermittlung eines positiven Bildes der Regierung, die Unterstützung von Regierungspolitik oder auch die Unterstützung der nationalen Entwicklung, gesehen. Auch die Kontrollfunktion – Charakteristikum einer typisch westlichen Journalismuskultur – wird als nicht sehr bedeutend für die eigene Arbeit angesehen.

Zwischen Kern und Peripherie gibt es bezüglich des Rollenverständnisses teils sehr deutliche Unterschiede. So wird die Kontrollfunktion von Journalist:innen im Kern als deutlich wichtiger erachtet. Ähnlich verhält es sich mit der Publikumsorientierung – für periphere Akteur:innen ist es deutlich weniger wichtig, Inhalte anzubieten, die ein möglichst großes Publikum anziehen. Auch ist es ihnen weniger wichtig, aktuelles Geschehen einzuordnen und zu analysieren.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Tabelle 1: Rollenorientierungen peripherer Akteur:innen im Vergleich zum journalistischen Kern

	Peripherie (N=325-355)		**Kern (N=3113-3245)**				**Peripherie**	**Kern**
	M	SD	M	SD	t*	Cohen's d	Ranking	Ranking
Informationen vermitteln, die Menschen zur Meinungsbildung befähigen[1]	4,20	0,91	4,32	0,85	*	0,14	1	1
Desinformation entgegenwirken[3]	4,02	1,03	4,28	0,92	***	0,28	3	2
Unparteiisch beobachten[1]	3,37	1,29	4,22	0,93	***	0,87	15	3
Aktuelles Geschehen einordnen und analysieren[2]	3,68	1,10	4,18	0,95	***	0,52	8	4
Gesellschaftliche Missstände beleuchten[3]	3,81	1,19	3,99	1,03	**	0,17	4	5
Zukünftige Auswirkungen aktueller Ereignisse aufzeigen[2]	3,50	1,11	3,79	0,96	***	0,30	12	6
Das Publikum bilden[5]	4,03	0,90	3,74	1,01	***	0,29	2	7
Auf mögliche Lösungen für gesellschaftliche Probleme hinweisen[5]	3,80	1,08	3,69	1,01		0,11	5	8
Geschichten erzählen, die das Publikum emotional berühren[7]	3,54	1,16	3,62	1,10		0,07	11	9
Inhalte anbieten, die ein möglichst großes Publikum anziehen[7]	3,03	1,18	3,54	1,10	***	0,46	18	10
Rat, Orientierung und Hilfestellung für den Alltag bieten[7]	3,35	1,28	3,52	1,07	**	0,15	16	11
Die Mächtigen kontrollieren[3]	2,73	1,39	3,50	1,31	***	0,58	20	12
Zum gesellschaftlichen Zusammenhalt beitragen[5]	3,69	1,12	3,47	1,04	***	0,21	7	13
Den Menschen die Möglichkeit geben, ihre Ansichten zu artikulieren[2]	3,38	1,21	3,47	1,04		0,09	14	14
Randgruppen und Minderheiten eine Stimme geben[4]	3,73	1,26	3,40	1,05	***	0,31	6	15
Frieden und Toleranz fördern[5]	3,65	1,24	3,39	1,11	***	0,23	9	16

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

	Peripherie (N=325-355)		Kern (N=3113-3245)				Peripherie	Kern
	M	SD	M	SD	t*	Cohen's d	Ranking	Ranking
Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen motivieren[2]	3,46	1,31	3,17	1,15	***	0,25	13	17
Unterhaltung und Entspannung bieten[7]	2,89	1,27	3,08	1,22	**	0,15	19	18
Bemühungen zum Schutz der öffentlichen Gesundheit unterstützen[5]	2,64	1,28	2,78	1,15	*	0,12	21	19
Für sozialen Wandel eintreten[4]	3,62	1,22	2,67	1,15	***	0,82	10	20
Die öffentliche Meinung beeinflussen[4]	3,09	1,11	2,34	1,03	***	0,73	17	21
Die nationale Entwicklung unterstützen[6]	2,27	1,21	2,26	1,04		0,01	22	22
Die politische Tagesordnung bestimmen[4]	2,13	1,06	2,05	1,04		0,08	23	23
Regierungspolitik unterstützen[6]	1,38	0,73	1,39	0,67		0,01	24	24
Ein positives Bild der Regierung vermitteln[6]	1,31	0,71	1,29	0,62		0,03	25	25
Rollenorientierungen nach Hanitzsch (2025)								
Informatorisch-instruktiv	3,79	0,87	4,27	0,73	***	0,60	1	1
Analytisch-deliberativ	3,51	0,87	3,65	0,73	***	0,18	4	3
Kritisch-überwachend	3,52	0,95	3,92	0,89	***	0,44	3	2
Anwaltschaftlich-radikal	3,13	0,80	2,61	0,73	***	1,27	6	6
Entwicklungsorientiert-pädagogisch	3,56	0,77	3,41	0,73	***	0,20	2	5
Partnerschaftlich-unterstützend	1,66	0,67	1,65	0,60		0,03	7	7
Individuelle Alltagsbewältigung	3,19	0,78	3,44	0,82	***	0,31	5	4

t-Test bzw. Welch-Test auf Unterschiede zwischen Mittelwerten: ***p <,001; **p <,01; *p <,05.
1 informatorisch-instruktive Rollen, 2 analytisch-deliberative Rollen, 3 kritisch-überwachende Rollen, 4 anwaltschaftlich-radikale Rollen, 5 entwicklungsorientiert-pädagogische Rollen, 6 partnerschaftlich-unterstützende Rollen, 7 individuelle Alltagsbewältigung Rollen

Am stärksten ausgeprägt sind die Unterschiede zwischen Kern und Peripherie jedoch beim anwaltschaftlich-radikalen Rollenverständnis (Hanitzsch, 2025). So betrachten es periphere Akteur:innen als deutlich wichtiger, für sozialen Wandel einzutreten, und als deutlich weniger wichtig, unparteiisch zu beobachten, als traditionelle Journalist:innen. Auch wollen die Peripheren stärker die öffentliche Meinung beeinflussen. Wie die Cohen's *d*-Werte zeigen,

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

kann hier jeweils von einem starken Effekt gesprochen werden. Periphere Akteur:innen sehen es zudem als deutlich wichtiger an, zum gesellschaftlichen Zusammenhalt beizutragen, Randgruppen und Minderheiten eine Stimme zu geben, Frieden und Toleranz zu fördern sowie Menschen zur Teilhabe am politischen Geschehen zu motivieren. Allerdings handelt es sich hierbei jeweils um eher schwächere Effektgrößen.

Keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den für Peripherie und Kern Befragten gibt es insgesamt nur bei sieben der 25 abgefragten Rollenitems. Diese betreffen Ziele wie auf Lösungen für gesellschaftliche Probleme hinweisen, Geschichten zu erzählen, die das Publikum emotional berühren, Menschen die Möglichkeit zu geben, ihre Ansichten zu artikulieren, sowie die politische Tagesordnung zu bestimmen. Auch die drei bereits angesprochenen kollaborativen Rollen sind für beide Gruppen gleich unwichtig.

5.3 Transformationspotenzial

Nachfolgend gibt uns ein Blick auf das Transformationspotenzial peripherer Akteur:innen Aufschlüsse darüber, inwiefern sie sich vom traditionellen Journalismus unterscheiden (wollen). Wie Tabelle 2 zeigt, sehen die Befragten den größten Unterschied zum traditionellen Journalismus darin, Themen aufzugreifen, „die sonst nicht stattfinden". Vier von fünf Befragten sagen, dass ihnen dies in ihrer Arbeit wichtiger oder deutlich wichtiger ist, als es im traditionellen Journalismus geschieht. Auch ist es für fast zwei Drittel im Vergleich wichtiger, auf Veränderungen in der Gesellschaft hinzuwirken – ein Befund, der mit dem stärker interventionistisch orientierten Rollenverständnis korrespondiert. Auf der anderen Seite geben sieben von zehn Befragten an, dass es ihnen weniger wichtig ist, ihrem Publikum ihre private Seite zu zeigen.

Tabelle 2: Transformationspotenziale peripherer Akteur:innen

	N	**M**	**SD**	**mind. wichtiger**
Themen aufgreifen, die sonst nicht stattfinden	336	4,23	0,89	81,5 %
Auf Veränderungen in der Gesellschaft hinwirken	327	3,72	1,13	62,4 %
Lösungsorientiert arbeiten	321	3,66	0,98	57,3 %
Neue Formate ausprobieren	333	3,53	1,10	54,3 %
Teil der Community zu sein, für die ich Inhalte publiziere	331	3,35	1,25	53,1 %
Mein Publikum aktiv zu involvieren	336	3,40	1,05	50,9 %
Positive Aspekte betonen	325	3,50	1,03	50,4 %
Fakten für sich selbst sprechen lassen	323	3,32	0,93	39,9 %
Innovative Technologien einsetzen	327	2,99	1,21	35,8 %
Meine eigene Haltung zum Ausdruck bringen	325	2,90	1,23	33,6 %
In der Auswahl meiner Inhalte vom Publikum leiten lassen	331	2,83	1,11	30,2 %
Meinem Publikum meine private Seite zeigen	316	1,98	1,14	13,3 %

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Jeweils knapp über die Hälfte der Befragten sehen es auch als wichtiger an, lösungsorientiert zu arbeiten, neue Formate auszuprobieren, Teil der Community zu sein, für die sie Inhalte produzieren, sowie positive Aspekte zu betonen und ihr Publikum zu involvieren. Mehrheitlich ähnlich wichtig oder weniger wichtig ist es den Befragten hingegen, innovative Technologien einzusetzen, ihre eigene Haltung zum Ausdruck zu bringen sowie sich in der Auswahl ihrer Inhalte vom Publikum leiten zu lassen. Diese Befunde stehen größtenteils im Einklang mit Ergebnissen aus früheren Studien, die gezeigt hatten, dass viele periphere Akteure Gegenöffentlichkeiten schaffen, Lücken der Berichterstattung traditioneller Medien schließen, sich stärker für ihr Publikum einsetzen und Lösungen und positive Aspekte in der Berichterstattung thematisieren wollen (Eldridge, 2017; Carlson & Usher, 2016; Ananny & Crawford, 2015; Hepp et al., 2021).

5.4 Die Heterogenität der Peripherie

Unsere Ergebnisse weisen somit einige signifikante Unterschiede zwischen dem Kern des deutschsprachigen Journalismus und seinen Rändern auf. Gleichzeitig ist es aber auch wichtig, das Maß an Heterogenität innerhalb der Peripherie in den Blick zu nehmen. Ein bedeutender Faktor hierfür ist wiederum die Rollenorientierung (Hanusch & Löhmann, 2023). Um einen tieferen Einblick in Ähnlichkeiten und Unterschiede innerhalb der journalistischen Peripherie zu gewinnen, haben wir eine Clusteranalyse auf Basis der sieben Rollendimensionen von Hanitzsch (2025) durchgeführt (siehe Tabelle 1). Hierbei wurden nur die Befragten einbezogen, die alle Rollenitems beantwortet hatten und somit einen Wert für jede der sieben Indexvariablen aufweisen konnten, wodurch sich die Gesamtzahl auf 281 verringerte. Anhand einer hierarchischen Clusteranalyse, die eine Lösung mit fünf Clustern als optimal nahelegte, wurde das Sample durch k-means-Clustering in fünf Gruppen aufgeteilt, die im Folgenden – in Anlehnung an Hanitzsch (2011) – als *Milieus peripherer Akteur:innen* bezeichnet werden. Tabelle 3 macht anhand der jeweiligen Cluster-Abweichung vom Gesamtmittelwert deutlich, dass es durchaus eine Diversität solcher Milieus gibt. Diese Milieus, die wir die *Anwaltschaftlichen*, die *Beobachtenden*, die *Unpolitischen*, die *Dienstleistenden* und die *Überwachenden* nennen, werden im Folgenden näher beschrieben.

Die größte Gruppe in unserem Sample sind die *Überwachenden*. Sie unterstützen insbesondere die kritisch-überwachende Rollendimension deutlich stärker als alle anderen Cluster. Angesichts der Tatsache, dass diese Gruppe auch besonders stark die analytisch-deliberative Funktion als wichtig erachtet, bezeichnen die *Überwachenden* in gewissem Maße für sich eine traditionell journalistisch geprägte Watchdog-Funktion – und dies sogar stärker als Journalist:innen im Kern. Gleichzeitig ist es für sie – im Gegensatz zum Kern – auch deutlich wichtiger, anwaltschaftlich-radikale und entwicklungsorientiert-pädagogische Rollen einzunehmen. Diese Tendenzen spiegeln sich auch darin wider, inwiefern sie Dinge im Vergleich zu traditionellem Journalismus anders machen wollen. Sie wollen stärker Themen aufgreifen, die sonst nicht stattfinden, sowie auf Veränderungen in der Gesellschaft hinwirken, und legen großen Wert auf den Einbezug des Publikums, lösungsorientierte Arbeit sowie darauf, Teil der Community zu sein, für die sie Inhalte produzieren. Die *Überwachenden* verzeichnen einen hohen Anteil an weiblichen Befragten und verorten sich politisch deutlich links, übertroffen nur von den *Anwaltschaftlichen*. Wie diese ist jedoch auch nur ein Drittel der *Überwachenden* Vollzeit in ihrer publizistischen Arbeit tätig und verdient dementsprechend auch nicht viel mit dieser Tätigkeit, wobei sie diese meist auch nicht hauptberuflich ausüben. Die Gruppe sieht sich in enger Verbindung zum Journalismus, immerhin fühlen sich mehr als die Hälfte als Journalist:in und fast zwei Drittel haben Arbeitserfahrung im Journalismus.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Die zweitgrößte Gruppe bilden die *Anwaltschaftlichen*. Diese zeigen eine deutliche Unterstützung für eine anwaltschaftlich-radikale Funktion, also Rollen wie die Beeinflussung öffentlicher Meinung, Eintreten für sozialen Wandel, das Bestimmen der politischen Tagesordnung oder Randgruppen und Minderheiten eine Stimme zu geben. Dagegen werden

Tabelle 3: Zusammensetzung der professionellen Milieus peripher Akteur:innen

	Die Überwachenden	**Die Anwaltschaftlichen**	**Die Beobachtenden**	**Die Dienstleistenden**	**Die Unpolitischen**	**Gesamt**
Anzahl	78 (28 %)	64 (23 %)	52 (19 %)	50 (18 %)	37 (13 %)	281
Geschlecht (weiblich)	56,2 %	56,1 %	36,5 %	56,3 %	40,5 %	48,4 %
Alter (Ø)	42,5	40,8	44,2	42,7	44,8	43,1
Politische Ansichten (eher links)	85,7 %	83,6 %	54,3 %	62,2 %	63,3 %	74,4 %
Bildung (Universitätsabschluss)	88,3 %	77,8 %	84,6 %	83 %	83,8 %	82,5 %
Vollzeittätigkeit	35,1 %	35,1 %	38 %	61,7 %	44,4 %	41,1 %
Einkommen in € (in CHF)	Ca. 2100 (2800)	Ca. 2100 (2800)	Ca. 2550 (3400)	Ca. 2900 (3900)	Ca. 2200 (2950)	Ca. 2400 (3200)
Anteil des Einkommens aus publizistischer Arbeit am Gesamteinkommen	55,8 %	48 %	62 %	70,6 %	58,1 %	59,2 %
Publizistische Arbeitserfahrung in Jahren (Ø)	14,3	12,7	16,9	14,9	14,1	15,0
Selbstidentifikation						
Arbeitserfahrung als Journalist:in	65,8 %	51,7 %	85,7 %	55,3 %	43,2 %	60,1 %
Derzeitige Tätigkeit eher journalistischer Natur	68,4 %	61,9 %	80,8 %	72,9 %	40,5 %	66,3 %
Fühlen sich als Journalist:in (ja)	54,5 %	34,9 %	75 %	40,8 %	18,9 %	46,6 %
Fühlen sich als Journalist:in (teils-teils)	33,8 %	41,3 %	21,2 %	34,7 %	51,4 %	34,2 %
Fühlen sich als Journalist:in (nein)	11,7 %	23,8 %	3,8 %	24,5 %	29,7 %	19,4 %
Journalistisches oder medienbezogenes Training	75,3 %	69,8 %	88,5 %	83,3 %	70,3 %	76,7 %
Training in strategischer Kommunikation	5,2 %	15,9 %	15,4 %	22,9 %	10,8 %	12,6 %
Rollenorientierungen						
Informatorisch-instruktiv	4,19	2,96	4,40	4,35	2,82	3,80
Analytisch-deliberativ	4,27	3,24	3,37	3,60	2,09	3,46
Kritisch-überwachend	4,42	3,19	3,65	3,23	2,07	3,48

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

	Die Überwachenden	Die Anwaltschaftlichen	Die Beobachtenden	Die Dienstleistenden	Die Unpolitischen	Gesamt
Anwaltschaftlich-radikal	3,82	3,41	2,47	3,20	2,11	3,14
Entwicklungsorientiert-pädagogisch	4,12	3,58	3,12	3,91	2,41	3,55
Partnerschaftlich-unterstützend	1,77	1,51	1,40	2,29	1,33	1,68
Individuelle Alltagsbewältigung	3,09	3,04	2,97	3,88	2,96	3,18
Transformationspotenzial						
Mein Publikum aktiv zu involvieren	3,58	3,29	3,02	3,88	3,26	3,43
In der Auswahl meiner Inhalte vom Publikum leiten lassen	2,75	2,74	2,61	3,08	3,14	2,84
Innovative Technologien einsetzen	2,93	2,82	2,98	3,75	2,88	3,06
Neue Formate ausprobieren	3,55	3,29	3,38	4,06	3,50	3,55
Teil der Community zu sein, für die ich Inhalte publiziere	3,49	3,38	2,89	3,61	3,29	3,36
Meine eigene Haltung zum Ausdruck bringen	3,21	3,15	2,41	2,78	2,88	2,93
Lösungsorientiert arbeiten	3,82	3,38	3,42	4,08	3,53	3,66
Positive Aspekte betonen	3,30	3,41	3,11	4,04	3,69	3,48
Themen aufgreifen, die sonst nicht stattfinden	4,49	4,39	3,98	4,29	3,69	4,23
Meinem Publikum meine private Seite zeigen	1,93	2,03	2,02	2,02	2,30	2,04
Auf Veränderungen in der Gesellschaft hinwirken	4,16	4,24	3,00	3,70	2,91	3,74
Fakten für sich selbst sprechen lassen	3,32	3,02	3,49	3,41	3,15	3,27

informatorisch-instruktive Rollen abgelehnt, d. h. die *Anwaltschaftlichen* legen weniger Wert auf unparteiische Beobachtung oder Informationsvermittlung. Auch legen sie weniger als andere periphere Akteur:innen Wert auf die kritisch-überwachende Rolle. In ihren Transformationsbezügen ähneln die *Anwaltschaftlichen* den *Überwachenden*: Auch sie wollen stärker Themen aufgreifen, die sonst nicht stattfinden, sowie auf Veränderungen in der Gesellschaft hinwirken. Weitere Ähnlichkeiten zu den *Überwachenden* gibt es bei soziodemografischen Aspekten, insbesondere bezüglich Geschlecht sowie politischen Ansichten. Deutlich unterschiedlich ist jedoch, dass die *Anwaltschaftlichen* eine Mitgliedschaft im journalistischen Feld eher von sich weisen. Nur ein Drittel fühlt sich als Journalist:in, und gerade einmal die Hälfte gibt an, Arbeitserfahrungen im traditionellen Journalismus zu

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

haben. Auch findet sich in dieser Gruppe der geringste Anteil an Personen, die ein journalistisches oder medienbezogenes Training durchlaufen haben, und auch nur ein Drittel geht einer publizistischen Tätigkeit in Vollzeit nach.

Den Journalist:innen im Kern am ähnlichsten sind die *Beobachtenden*. Sie legen den größten Wert auf informatorisch-instruktive Rollen und lehnen interventionistisch geprägte Rollen eher ab. Auffallend ist, dass diese Gruppe am wenigsten transformativ erscheint. Der stärkste Unterschied zu den anderen Clustern liegt in ihrer Zurückweisung, ihre eigene Haltung zum Ausdruck bringen zu wollen, was sie noch deutlich weniger wichtig empfinden als die für den Kern befragten Journalist:innen. Dafür wollen sie deutlich stärker die Fakten für sich selbst sprechen lassen. Dies steht im Einklang mit ihren Rollenorientierungen. Zwar geben auch die *Beobachtenden* an, dass es ihnen im Vergleich zum traditionellen Journalismus wichtiger ist, Themen aufzugreifen, die sonst nicht stattfinden, – allerdings betonen sie dies im Vergleich zu den anderen Clustern am wenigsten. Die *Beobachtenden* identifizieren sich am weitaus stärksten mit Journalismus – drei Viertel fühlen sich als Journalist:in und fast alle haben Arbeitserfahrung im traditionellen Journalismus – um mindestens 20 Prozentpunkte mehr als in den anderen Clustern. Interessant ist hier auch die männliche Dominanz – gerade einmal ein Drittel identifiziert sich als weiblich. In ihren politischen Ansichten sind die Befragten in diesem Cluster am wenigsten häufig linksorientiert, sie haben gleichzeitig das zweithöchste Einkommen und die längste Arbeitserfahrung.

Einen Schwerpunkt auf Informationsvermittlung legt auch die Gruppe der *Dienstleistenden*, wobei sie dies im Gegensatz zu den *Beobachtenden* in Verbindung mit einem Fokus auf die partnerschaftlich-unterstützende Funktion sowie individuelle Alltagsbewältigung tut. Dies deutet auf einen klassischen Unterschied zwischen einer Hard- und Soft-News-Orientierung hin, wobei die *Dienstleistenden* eher alltagsorientierte Unterstützung geben wollen. Auch legen die Befragten in diesem Cluster weniger Wert auf die kritisch-überwachende, aber mehr Wert auf die entwicklungsorientiert-pädagogische Funktion als andere periphere Akteur:innen. Vom traditionellen Journalismus wollen sie sich abgrenzen. Dies zeigt sich durch den Einsatz innovativer Technologien, aktive Einbindung des Publikums, Testen neuer Formate, Lösungsorientierung, Betonung positiver Aspekte und dadurch, Teil der Community zu sein, für die sie Inhalte produzieren. In ihrer Identifikation mit dem journalistischen Feld ist diese Gruppe eher ambivalent: Zwar fühlen sich vier von zehn als Journalist:in, allerdings tut dies – neben jenen, die sich teilweise als Journalist:in begreifen – ein Viertel auch dezidiert nicht. Bei der Frage, ob sie ihre Arbeit als eher journalistischer Natur einordnen, stimmt diese Gruppe am zweitstärksten zu. Auffallend ist, dass diese Gruppe mit 23 Prozent den höchsten Anteil an Personen hat, die ein Training in strategischer Kommunikation haben. Auch ist hier, im Gegensatz zu den *Beobachtenden*, der Frauenanteil überdurchschnittlich hoch, und es gibt sogar den höchsten Anteil an Befragten, die ihre publizistische Tätigkeit in Vollzeit ausüben. Ihre politischen Ansichten sind am zweitseltensten linksorientiert.

Das kleinste Cluster in unserem Sample bezeichnen wir als die *Unpolitischen*. Hier fällt auf, dass fast alle Rollendimensionen – vor allem jene, die sich auf demokratisch-politisch geprägte Funktionen des Journalismus beziehen – als am wenigsten wichtig erachtet werden. Lediglich bei der individuellen Alltagsbewältigung liegt dieses Cluster im Bereich des Gesamtdurchschnitts. Es scheint also, als könnten die Befragten hier mit den eher politisch geprägten, klassischen journalistischen Rollen nicht viel anfangen. Zudem identifiziert sich diese Gruppe am wenigsten mit Journalismus: Weniger als die Hälfte haben Arbeitserfahrung im traditionellen Journalismus und gerade einmal 19 Prozent fühlen sich als Journalist:in. Auch ist die Zustimmung bei der Frage, ob sie ihre Arbeit als eher journalistischer Natur sehen, hier mit 40 Prozent am geringsten von allen Gruppen. Ambivalenz

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

zeigt sich ebenfalls beim Transformationspotenzial: Die größte Abgrenzung zum traditionellen Journalismus gibt es hier beim Ansinnen, positive Aspekte stärker als traditioneller Journalismus betonen zu wollen sowie Themen aufzugreifen, die sonst nicht stattfinden. Die *Unpolitischen* sind eher männlich dominiert, verorten sich jedoch etwas weiter links im politischen Spektrum als die *Beobachtenden*. Immerhin findet sich hier mit 44 Prozent der zweithöchste Anteil an Vollzeitarbeitenden, allerdings ist ihr Einkommen aus dieser Arbeit geringer als bei den Beobachtenden.

Diese Ergebnisse zeigen, dass das Feld der peripheren Akteur:innen heterogen ist und die Distanz zum Journalismus nicht immer eindimensional, auch wenn tendenziell die *Unpolitischen* die größte Distanz und die *Beobachtenden* die größte Nähe zum traditionellen Journalismus aufweisen. Dazwischen gibt es jedoch die *Überwachenden* sowie die *Anwaltschaftlichen*, die man eher in der Kategorie der agonistischen Interloper verorten könnte, also solche peripheren Akteure, die eher eine „konstruktive Meinungsverschiedenheit" mit etabliertem Journalismus haben (Eldridge, 2019, S. 15). Die *Dienstleistenden* erweisen sich wiederum als eine Gruppe, die sich insbesondere hinsichtlich ihrer Rollenorientierung sowohl vom journalistischen Kern als auch von anderen Akteuren an der Peripherie unterscheiden. Sie legen vor allem Wert auf eine Servicerolle und stehen damit in der Tradition des Lifestyle-Journalismus (Hanusch, 2019).

6. Fazit

Die vorliegende Studie zeichnet ein erstes umfassendes Bild peripherer Akteur:innen im deutschsprachigen Journalismus und gibt einen Einblick in die Diversität von publizistischen Angeboten, die zunehmend mit traditionellem Journalismus um Aufmerksamkeit, aber vor allem auch um Legitimität konkurrieren. Insbesondere zeigen die Ergebnisse, dass es zwar teils deutliche Unterschiede zwischen Peripherie und Kern gibt, gleichzeitig aber auch bedeutende Gemeinsamkeiten. Dies ermöglicht einen differenzierten Blick auf das Phänomen der peripheren Akteure. Wie Hanusch & Löhmann (2023) bereits vermutet haben, ist es statt einer unidimensionalen Dichotomie angemessener, von fluiden, multiplen Kontinuitäten auszugehen, die Kern und Peripherie trennen bzw. verbinden. So sind z. B. einige der peripheren Akteur:innen (wie etwa die *Beobachtenden*) stärker einem traditionellen Verständnis von Journalismus verbunden als manche Journalist:innen, die üblicherweise dem Kern zugerechnet werden.

Insgesamt ist an der Peripherie zumindest eine Orientierung an existierenden journalistischen Normen, die Bedeutung einer journalistischen Ausbildung sowie vielfach eine zurückliegende Berufstätigkeit im traditionellen Journalismus erkennbar. Auch unsere fünf ermittelten Cluster – die *Überwachenden*, die *Anwaltschaftlichen*, die *Beobachtenden*, die *Dienstleistenden* und die *Unpolitischen* – spiegeln wider, dass periphere Akteur:innen im deutschen Sprachraum Funktionen einnehmen (wollen), die sich substanziell mit Funktionen des traditionellen Journalismus überschneiden. Dass sie im Vergleich zu traditionellem Journalismus stärker lösungsorientiert arbeiten oder auf gesellschaftliche Veränderungen hinwirken wollen – Aspekte, die Journalist:innen im Kern ja auch durchaus tun (wollen) – zeugt von einem gewissen Agonismus (Eldridge, 2017). Somit hat die Peripherie das Potenzial für eine Art „Field Repair" im Journalismus (Graves & Konieczna, 2015, S. 1968). Andererseits gibt es auch antagonistische Sichtweisen im Ringen um diskursive Autorität (Carlson, 2015). Hier findet eine Verschiebung professioneller Grenzen statt, und zwar primär durch eine Abkehr von unparteilich informierenden und kritischen Rollen hin zu einem stärkeren Interventionismus (Hanitzsch, 2007), und zwar in Richtung eines stärkeren Fokus auf gesellschaftlichen Zusammenhalt, Teilhabe und Toleranz, was auf eine multidirektionale Entgrenzung hindeutet.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Der traditionelle, hauptberuflich-professionelle Journalismus – wie auch immer wir ihn in Relation zur Peripherie benennen wollen – bleibt, so verdeutlichen es auch unsere Befunde, zentraler Referenzpunkt der dynamischen Veränderungen im journalistischen Feld. Systemtheoretisch werden periphere Bewegungen, Gruppen oder Akteure als Veränderungstreiber begriffen, die durchaus Wandel initiieren können und damit eine systematische und systemische Wirkung auf den Kern haben können (Becht et al., 2011). Entwicklungen an der Peripherie werden dann also vom Kern aufgenommen, eine Dynamik, die als *Expansion* in Studien zu Boundary Work bereits deutlich aufgezeigt wurde (Tandoc & Jenkins, 2017). Inwieweit diese Prozesse stattfinden und institutionalisierter Journalismus darauf reagiert, wird wohl auch entscheidend dafür sein, ob sich an der Peripherie Institutionalisierungstendenzen mit eigenen „Kernen" – etwa entlang der hier ausgemachten Cluster – entwickeln. Andererseits lassen die mehr oder weniger prekären Arbeitsbedingungen an der Peripherie (wie niedrigere Einkommen, häufige Arbeit in Teilzeit und häufige Nebenbeschäftigungen) es derzeit fraglich erscheinen, ob sie eine nachhaltige Ausgangsbasis für eine solche Institutionalisierung sein können. Konstruktiver Journalismus und auch der Datenjournalismus sind aber auch Beispiele dafür, wie sich zu einem bestimmten Zeitpunkt noch eher randständige journalistische Praktiken neben zunehmend etablierten Berichterstattungsmustern und Praktiken entwickeln können (Loosen et al., 2022).

Selbstverständlich hat unsere Studie auch wichtige Limitationen. Einerseits betrifft dies die bereits angesprochenen Schwierigkeiten in Definition und Sampling peripherer Akteur:innen. Aus forschungsökonomischen Gründen wurden hier nur Angebote einbezogen, die per E-Mail erreichbar waren; durch die teilweise geltende Impressumspflicht war dies zwar mehrheitlich gegeben, dennoch mag eine Ansprache über eine Plattform, die (digitale) periphere Akteur:innen selbst bedienen, erfolgversprechender sein. Des Weiteren mag die gemeinsame Befragung einer sehr diversen Gruppe zu Verzerrungen durch Selbstselektion geführt haben. So machten beispielsweise Influencer:innen vielfach deutlich, dass sie nur gegen eine finanzielle Gegenleistung zu Umfragen bereit wären, was zu systematischen Ein- und Ausschlüssen geführt haben könnte. Auch war der Rücklauf unter Angeboten des linken politischen Spektrums markant höher, während (radikal-)rechte Akteur:innen – mutmaßlich aufgrund ihrer Wissenschaftsskepsis bis -feindlichkeit – kaum auf die Einladung zur Teilnahme reagiert haben. Des Weiteren wurden durch die Anlehnung an und somit Abhängigkeit vom Fragebogen der *Worlds of Journalism Study* dementsprechend auch die Rollenorientierungen an der Peripherie mit derselben Logik wie für den professionell-hauptberuflichen Journalismus erfasst. Wie die Ergebnisse zum Cluster der *Unpolitischen* zeigen, wird dies nicht immer tiefgehend genug ermöglicht haben, die Motivationen für ihre Arbeit zu verstehen. Zusätzlich sind Aussagen von Befragten mit Zurückhaltung zu interpretieren, wenn es darum geht, was sie letztendlich in ihrer Praxis tun, denn wie bereits zahlreiche Studien gezeigt haben, gibt es häufig eine Lücke zwischen Selbstverständnis und Praxis (Tandoc et al., 2013). Zukünftige Forschung könnte hier ansetzen und sich stärker durch Beobachtungen oder Inhaltsanalysen mit dem Thema befassen.

Insgesamt konnte diese Studie also nur einen ersten Einblick in die Komplexität und Diversität der Peripherie im deutschsprachigen Raum geben. Aus den genannten Gründen wurden Unterschiede zwischen den drei Ländern zunächst ausgespart. Doch auch über einen solchen „Most Similar Systems"-Vergleich hinaus sollten weitere internationale, komparative Studien in den Blick nehmen, inwiefern Mediensystemfaktoren eine Rolle im Selbstverständnis von peripheren Akteur:innen spielen. Während die Forschung sich bereits zumindest in qualitativen Studien mit Fremdperspektiven auf periphere Akteure beschäftigt hat, beispielsweise aus Sicht von Journalist:innen sowie dem Publikum (siehe

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

u. a. Banjac & Hanusch, 2022; Löhmann et al., 2025), wäre es wünschenswert, mehr standardisierte Befunde zur Fremdwahrnehmung peripherer Akteur:innen zu erlangen.

Förderhinweis

Diese Forschung wurde gänzlich oder teilweise durch den Österreichischen Wissenschaftsfonds FWF finanziert [10.55776/P35317; 10.55776/I4912-G]. Zum Zweck des freien Zugangs haben die Autor:innen für ihren Artikel eine „Creative Commons Attribution CC BY"-Lizenz vergeben.

Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) – HA 5066/8-1, HA5066/8-2, LA 5500/1-2, LO 853/9-1, LO 852/9-2.

Gefördert durch den Schweizer Nationalfonds, Weave/Lead Agency Nr. 193921.

Gefördert im Rahmen des Projekts „Resilient Media for Democracy in the Digital Age" unter der Fördernummer 101094742 im Rahmen des Programms *Horizon Europe* von der Europäischen Union bzw. der Europäischen Kommission. Standpunkte und Einschätzungen in diesem Zeitschriftenbeitrag sind ausschließlich den Autor:innen zuzurechnen und spiegeln nicht zwingend jene der Europäischen Union bzw. der Europäischen Kommission wider und werden demnach nicht von ihnen verantwortet.

Literatur

Abbott, A. (1988). *The System of Professions: An Essay on the Division of Expert Labor*. University of Chicago Press.

Allan, S., & Thorsen, E. (Hrsg.). (2009). *Citizen Journalism: Global Perspectives*. Bern: Peter Lang.

Ananny, M., & Crawford, K. (2015). A Liminal Press: Situating News App Designers within a Field of Networked News Production. *Digital Journalism, 3*(2), 192–208.

Banjac, S., & Hanusch, F. (2022). A Question of Perspective: Exploring Audiences' Views of Journalistic Boundaries. *New Media & Society, 24*(3), 705–723.

Becht, L., Geng, J., & Hirschfeld, A. (2011). Luhmanns systemspezifisches Konzept von Zentrum und Peripherie. In Arbeitsgruppe „Zentrum und Peripherie in soziologischen Differenzierungstheorien" (Hrsg.), *Mythos Mitte: Wirkmächtigkeit, Potenzial und Grenzen der Unterscheidung ‚Zentrum/Peripherie'* (S. 173–184). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Belair-Gagnon, V., & Holton, A. (2018). Boundary Work, Interloper Media, and Analytics in Newsrooms: An Analysis of the Roles of Web Analytics Companies in News Production. *Digital Journalism, 6*(4), 492–508.

Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. New York: Cambridge University Press.

Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang

Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang

Carlson, M. (2015). Introduction: The Many Boundaries of Journalism. In M. Carlson, & S. C. Lewis (Hrsg.), *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation* (pp. 1–18). Oxford: Routledge.

Carlson, M., & Lewis, S. C. (Hrsg.) (2015). *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. Oxford: Routledge.

Carlson, M., & Usher, N. (2016). News Startups as Agents of Innovation: For-Profit Digital News Startup Manifestos as Metajournalistic Discourse. *Digital Journalism, 4*(5), 563–581.

Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.

Chua, S., & Duffy, A. (2019). Friend, Foe or Frenemy? Traditional Journalism Actors' Changing Attitudes towards Peripheral Players and Their Innovations. *Media and Communication, (7)*4, 112–122.

Costera Meijer, I. (2022). What is Valuable Journalism? Three Key Experiences and Their Challenges for Journalism Scholars and Practitioners. *Digital Journalism, 10*(2), 230–252.

Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond Journalism: Theorizing the Transformation of Journalism. *Journalism, 19*(2), 165–181.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Domingo, D., & Heinonen, A. (2008). Weblogs and Journalism: A Typology to Explore the Blurring Boundaries. *Nordicom Review, 29*(1), 3–15.

Eldridge, S. (2017). *Online Journalism from the Periphery: Interloper Media and the Journalistic Field* (1st ed.). Routledge.

Eldridge, S. (2019). Where do we Draw the Line? Interlopers, (Ant)Agonists, and an Unbounded Journalistic Field. *Media and Communication, 7*(4), 8–18.

Engesser, S., & Wimmer, J. (2009). Gegenöffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus im Internet. *Publizistik, 54*(1), 43–63.

Gieryn, T. F. (1983). Boundary-Work and the Demarcation of Science from Non-Science: Strains and Interests in Professional Ideologies of Scientists. *American Sociological Review, 48*(6), 781–795.

Görke, A. (2009). Untergang oder Neuschöpfung des Journalismus? Theorie-Perspektiven und Theorie-Probleme der Hybridisierungsdebatte. In B. Dernbach & T. Quandt (Hrsg.), *Spezialisierung im Journalismus* (1. Auflage, S. 73–93). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Graves, L., & Konieczna, M. (2015). Qualitative Political Communication| Sharing the News: Journalistic Collaboration as Field Repair. *International Journal of Communication, 9*, 1966–1984.

Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory, 17*(4), 367–385.

Hanitzsch, T. (2011). Populist Disseminators, Detached Watchdogs, Critical Change Agents and Opportunist Facilitators. *International Communication Gazette, 73*(6), 477–494.

Hanitzsch, T. (2025). Journalistische Rollen. In T. Hanitzsch, W. Loosen, & A. Sehl (Hrsg.), *Journalismusforschung* (S. 485–505). Nomos.

Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic Roles and the Struggle over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism. *Communication Theory, 27*(2), 115–135.

Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond Democracy: A New Look into Journalistic Roles in Political and Everyday Life. *Journalism, 19*(2), 146–164.

Hanusch, F. (2019). Journalistic Roles and Everyday Life: An Empirical Account of Lifestyle Journalists' Professional Views. *Journalism Studies, 20*(2), 193–211.

Hanusch, F., & Löhmann, K. (2023). Dimensions of Peripherality in Journalism: A Typology for Studying New Actors in the Journalistic Field. Digital Journalism, 11(7), 1292–1310.

Heft, A., Mayerhöffer, E., Reinhardt, S., & Knüpfer, C. (2020): Beyond Breitbart: Comparing Right-Wing Digital News Infrastructures in Six Western Democracies. *Policy & Internet, 12*(1), 20–45.

Hepp, A., & Loosen, W. (2019). Molo.News: Experimentally Developing a Relational Platform for Local Journalism. *Media and Communication, 7*(4), 56–67.

Hepp, A., Loosen, W., Kühn, H., Solbach, P., & Kramp, L. (2021): Die Figuration des Pionierjournalismus in Deutschland: Akteure und Experimentierbereiche. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft, 69*(4), 551–577.

Hoffjann, O. (2025). Journalismus, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. In T. Hanitzsch, W. Loosen, & A. Sehl (Hrsg.), *Journalismusforschung* (S. 101–122). Nomos.

Holton, A. E., Belair-Gagnon, V., & Westlund, O. (Hrsg.) (2019). Peripheral Actors in Journalism: Agents of Change in Journalism Culture and Practice. Special issue of *Media and Communication, 7*(4).

Hurcombe, E. (2025). Conceptualising the „Newsfluencer": Intersecting Trajectories in Online Content Creation and Platformatised Journalism. *Digital Journalism, 13*(9), 1523–1534.

Ihlebæk, K. A., & Figenschou, T. U. (2024). Journalism as a Strategic Action Field: How to Study Contestations and Power Dynamics Between Professional Journalism and its Challengers. *Digital Journalism, 12*(6), 851–868.

Kosterich, A. (2020). Managing News Nerds: Strategizing about Institutional Change in the News Industry. *Journal of Media Business Studies, 17*(1), 51–68.

Lauerer, C., Altmeppen, K. D., & Riedl, A. A. (2025). IX. Autonomie und Einflüsse im Journalismus. In Hanitzsch, T., Sehl, A., & Loosen, W. (Hrsg.) *Journalismusforschung* (S. 187–206). Nomos.

Lichtenstein, D., Herbers, M. R., & Bause, H. (2021a). Journalistic YouTubers and Their Role Orientations, Strategies, and Professionalization Tendencies. *Journalism Studies, 22*(9), 1103–1122.

Lichtenstein, D., Nitsch, C., & Wagner, A. J. M. (2021b). Jokers or Journalists? A Study of Satirists' Motivations, Role Orientations, and Understanding of Satire. *Journalism Studies, 22*(13), 1756–1774.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Löhmann, K., Maares, P., Hanusch, F., & Nölleke, D. (2025). Diversität im journalistischen Selbstverständnis: Eine Analyse des Rollenselbst-und-fremdbildes traditioneller und peripherer Akteur*innen im österreichischen Journalismus. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 73*(3), 424–441.

Loosen, W. (2024). Journalismus als (ent-)differenziertes Phänomen. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), Handbuch Journalismustheorien (aktualisierte und erweiterte 2. Auflage, S. 149–162). Springer VS.

Loosen, W., Ahva, L., Reimer, J., Solbach, P., Deuze, M., & Matzat, L. (2022). 'X Journalism'. Exploring Journalism's Diverse Meanings through the Names We Give It. *Journalism, 23*(1), 39–58.

Maares, P., & Hanusch, F. (2023). Understanding Peripheral Journalism from the Boundary: A Conceptual Framework. *Digital Journalism, 11*(7), 1270–1291.

Maares, P., & Hanusch, F. (2020). Exploring the Boundaries of Journalism: Instagram Micro-Bloggers in the Twilight Zone of Lifestyle Journalism. *Journalism, 21*(2), 262–278.

McEnnis, S. (2017). Playing on the Same Pitch: Attitudes of Sports Journalists towards Fan Bloggers. *Digital Journalism, 5*(5), 549–566.

Meier, K. (2018). *Journalistik* (4. überarb. Aufl.). utb. https://doi.org/10.36198/9783838548081

Mitterstainer, R., Meier, R., Hanusch, F., & Seethaler, J. (2025). *Journalismus unter Druck: Österreich-Ergebnisse der dritten Welle der Worlds of Journalism Study.* Forschungsberichte des Instituts für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung (CMC) der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Universität Klagenfurt, Nr. 17. https://doi.org/10.5281/zenodo.17160771

Nielsen, R. K. (2012). How Newspapers Began to Blog: Recognizing the Role of Technologists in Old Media Organizations' Development of New Media Technologies. *Information, Communication & Society, 15*(6), 959–978.

Nölleke, D., Hanusch, F., Maares, P., & Löhmann, K. (2025). Periphere Akteure im Journalismus. In T. Hanitzsch, A. Sehl, & W. Loosen (Hrsg.), J*ournalismusforschung* (pp. 565–584). Nomos.

Örnebring, H., & Karlsson, M. (2022). *Journalistic Autonomy: The Genealogy of a Concept.* University of Missouri Press

Rae, M. (2021). Hyperpartisan News: Rethinking the Media for Populist Politics. *New Media & Society, 23*(5), 1117–1132.

Riedl, A. (2019). Which Journalists for Which Democracy? Liberal-Representative, Deliberative and Participatory Roles among Austrian Journalists. *Journalism Studies, 20*(10), 1377–1399.

Seethaler, J. (2019). Journalismus im Wandel. In T. Hanitzsch, J. Seethaler, & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 213–236). Springer Fachmedien.

Singer, J. (2003). Who Are These Guys? The Online Challenge to the Notion of Journalistic Professionalism. *Journalism, 4*(2), 139–163.

Singer, J. (2015). Out of Bounds: Professional Norms as Boundary Markers. In: M. Carlson, & S. C. Lewis (Hrsg.), *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation* (S. 21–36). Oxford: Routledge

Tandoc Jr, E. C., & Jenkins, J. (2017). The Buzzfeedication of Journalism? How Traditional News Organizations are Talking About a New Entrant to the Journalistic Field Will Surprise You! *Journalism, 18*(4), 482–500.

Tandoc Jr, E. C., Hellmueller, L., & Vos, T. P. (2013). Mind the Gap: Between Journalistic Role Conception and Role Enactment. *Journalism Practice, 7*(5), 539–554.

Tenenboim-Weinblatt, K. (2009). Jester, Fake Journalist, or the New Walter Lippmann? Recognition Processes of Jon Stewart by the US Journalistic Community. *International Journal of Communication,* 3, 416–439.

Usher, N. (2017). Venture-backed News Startups and the Field of Journalism: Challenges, Changes, and Consistencies. *Digital Journalism, 5*(9), 1116–1133.

Viererbl, B. & Koch, T. (2024). Is a Brand Journalist Just Another Journalist? Examining Differences and Similarities in the Self-Perceptions of Their Professional Roles and Ethical Orientations. *Journalism Studies, 25*(6), 602–621.

von Garmissen, A., Lauerer, C., Hanitzsch, T., & Loosen, W. (2025). Journalismus in Deutschland 2023. Befunde zur Situation und Selbsteinschätzung einer Profession unter Druck. *Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K), 73*(1), 3–34.

Wahl-Jorgensen, K. (2014). Is WikiLeaks Challenging the Paradigm of Journalism? Boundary Work and beyond. *International Journal of Communication,* 8, 2581–2592.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Wunderlich, L. (2023). Parasoziale Meinungsführer? Eine qualitative Untersuchung zur Rolle von Social Media Influencer*innen im Informationsverhalten und in Meinungsbildungsprozessen junger Menschen. *Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K), 71*(1–2), 37–60.

Wunderlich, L., & Hölig, S. (2023). „Verständlicher, nicht so politisch"—Einblicke in die Bedürfnisse und Nutzungspraktiken gering informationsorientierter junger Menschen (Version 1.0.0). Verlag Hans-Bredow-Institut. https://doi.org/10.21241/ssoar.90067

Wyss, V., Schäfer, L., Dingerkus, F., & Keel, G. (2024). *Journalist:innen in der Schweiz. Wer sie sind, wie sie arbeiten und was sie plagt*. ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (Working Papers in Applied Linguistics 27).

© Folker Hanusch / Filip Dingerkus / Anna von Garmissen / Kim Löhmann / Wiebke Loosen / Raoul Mitterstainer / Andreas A. Riedl / Vinzenz Wyss

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Entwicklungen in der Sportberichterstattung deutscher Tageszeitungen

Eine Analyse von Qualität und Vielfalt 2011–2021

Christof Seeger / Jörg-Uwe Nieland / Thomas Horky*

Im Zusammenhang mit dem sich wandelnden Mediengebrauch, der Krise der Mehrzahl der Printmedien und der zunehmenden Globalisierung und Standardisierung der Berichterstattung sind neue Herausforderungen für Tageszeitungen entstanden. Diese Herausforderungen betreffen auch die Sportberichterstattung. Hinzu kommt die Debatte über die Qualität der Berichterstattung, denn Sportredaktionen wurden als das „toy department" bezeichnet. Der Beitrag präsentiert die deutschen Befunde des International Sports Press Survey (ISPS) aus dem Jahr 2021 und stellt einen Vergleich mit den Ergebnissen aus 2011 her. Die quantitative Inhaltsanalyse untersucht 6.614 Artikel aus acht Ländern – davon 2.233 aus Deutschland. Gefragt wird nach der Entwicklung und den Veränderungen von Qualität und Vielfalt der Berichterstattung. Die damit weltweit größte Studie zur Sportberichterstattung weist für die deutsche Zeitungslandschaft einerseits eine leichte Verbesserung der Qualität etwa in den Unterkategorien „Visualisierung" und „Nennung und Anzahl von Quellen" nach, arbeitet aber andererseits eine Unterrepräsentation von Frauen sowohl als Autorinnen als auch als Protagonistinnen in der Sportberichterstattung heraus.

Schlüsselwörter: Sportjournalismus, Printmedien, Inhaltsanalyse

Developments in Sports Reporting in German Daily Newspapers

An Analysis of Quality and Diversity 2011–2021

In the context of changing media use, the ongoing crisis affecting most print media, and the increasing globalization and standardization of reporting, daily newspapers face new challenges. These challenges also extend to sports reporting. In addition, there is a continuing debate about the quality of sports coverage, as sports editorial departments have often been referred to as "toy departments." This article presents the German findings of the International Sports Press Survey (ISPS) from 2021 and compares them with the results from 2011. The quantitative content analysis examines 6,614 articles from eight countries, 2,233 of which were published in Germany. It analyzes developments and changes in the quality and diversity of reporting. The world's largest study on sports reporting shows, on the one hand, improvement in quality within the German newspaper landscape, for example, in the subcategories of "visualization" and "mention and number of sources." On the other hand, it highlights the underrepresentation of women both as authors and as protagonists in sports reporting.

Key words: sports journalism, print media, content analysis

* Prof. Christof Seeger, Hochschule der Medien, Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart, Deutschland, seeger@hdm-stuttgart.de, https://orcid.org/0000-0002-0600-485X;
Dr. Jörg-Uwe Nieland, Universität Klagenfurt, Universitätsstraße 65–67, 9020 Klagenfurt, Österreich, Joerg-Uwe.Nieland@aau.at, https://orcid.org/0000-0003-4158-819X;
Prof. Dr. Thomas Horky, Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences, Gertrudenstraße 3, 20095 Hamburg, Deutschland, t.horky@macromedia.de, https://orcid.org/0000-0003-4082-7793.

 DOI: 10.5771/1615-634X-2026-2-164

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

1. Die Ausgangslage

Weltweit ist Sport ein äußerst attraktiver Medieninhalt, ein ökonomischer Faktor und gleichzeitig ein identitätstiftendes Kulturgut. Die Sportberichterstattung liefert Informationen und Unterhaltsames, Freude wie Enttäuschung, Tragisches und Trauriges, Kurioses sowie Überraschendes. Sie ist im Alltag von vielen Menschen fest verankert und hebt sich in mehrfacher Hinsicht von der Berichterstattung anderer Ressorts ab. Das (große) Interesse am Sport bezieht sich nicht nur auf die Freude an der Bewegung und dem Besuch von Sportveranstaltungen. Der Mediensport und die umfangreiche, wie ausdifferenzierte Berichterstattung über den Sport findet ihr Publikum, wie die Einschaltquoten bei Sportgroßereignissen (Ihle 2016: 135; vgl. Vowe & Dohle 2016), aber auch der Boom an Sport-Dokumentarserien, Sportfilmen, Podcasts oder auch Special-Interest-Zeitschriften belegen (vgl. bspw. Rehbach 2024; Schallhorn & Nölleke 2024).

Die wachsende gesellschaftliche Relevanz des Sports erhöht auch die mediale Akzeptanz des Sportjournalismus. Doch während die deutschsprachige Sportkommunikationsforschung (vgl. Ihle 2016) den Sportjournalist:innen eine Entwicklung von den „Außenseitern der Redaktion" (Weischenberg 1976) über die „Aufsteiger im Journalismus" (Görner 1995) zu den „Stars der gesamten Medienbranche" (Schaffrath 2002) attestiert, erklärt Rowe (2007) den Sportjournalismus, inspiriert von Cosell und Bonventre (1985), zum „toy department" und stellt die Qualität der Sportberichterstattung (nachhaltig) in Frage. McEnnis (2020) geht noch einen Schritt weiter: Er bezeichnet die Online-Sportredaktionen als „toy department within the toy department" und sieht zusammenfassend sogar einen „disrupting sport journalism" (McEnnis 2022). Tatsächlich hat die Qualitätsdebatte den Sportjournalismus fest im Griff (Burk 2015; Schaffrath 2019; Schmalenbach 2012), und es fehlt nicht an Bemühungen, „exzellenten" Journalismus in seinen verschiedenen Formen zu beschreiben und zu fördern (vgl. Weedon et al. 2018).

Diese Debatte ist notwendig, denn die demokratische Funktion des Journalismus lautet, über faktische und relevante Vorgänge zu informieren und dadurch Orientierung zu ermöglichen sowie Kontrolle und Kritik auszuüben (vgl. bspw. Hasebrink et al. 2021: 450; grundlegend Riedl 2024). Deshalb muss auch die sportjournalistische Berichterstattung die Rolle des Sports in und für die Gesellschaft vermitteln (vgl. bspw. Nieland 2023; Wöhrer & Jungblut 2022; Ihle & Nieland 2019).

Es ist eine breite gesellschaftliche Debatte über die Qualität des Sportjournalismus geboten, weil es über weite Strecken der Sportberichterstattung an Vielfalt, (journalistischer) Professionalität und Vermittlungsleistung fehlt (vgl. Horky 2010; Horky & Nieland 2013; Rowe 2007; 2013). Insbesondere durch die Schattenseiten des Sports – Rassismus, überzogener Nationalismus, Kommerzialisierung, sexualisierte Gewalt, Doping, Korruption etc. – ist es um die Informations- und Kritikleistung des deutschen Sportjournalismus dann doch nicht gut bestellt (vgl. Burk 2015; Drepper & Nieland 2011; Ihle & Nieland 2019). Dies auch deshalb, weil zwischen den Sportjournalist:innen und ihren Berichterstattungsgegenständen oftmals eine „klebrige Nähe" (Leyendecker 2006) besteht.

Es ist schon fast als erstaunlich zu bezeichnen, dass größere Studien wie die *Worlds of Journalism* bisher keinen Fokus auf Sportjournalist:innen gelegt haben (Hanitzsch et al. 2025). Dabei ist zu fragen, ob die Ergebnisse zum allgemeinen Journalismus weltweit auch auf den Sportjournalismus zutreffen.

Die Auseinandersetzung mit der Sportkommunikation kann die kommunikationswissenschaftliche Forschung damit befruchten (Vowe & Dohle 2016: 7; Ihle 2016: 142; 147), da sich, wie schon Scholl und Weischenberg (1998) erklärten, in der Sportkommunikation wie in einem Brennglas die Gefahren und Herausforderungen für den Journalismus offenbaren (vgl. Nieland 2023: 471; McEnnis 2022).

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Wenn von Qualität im Sportjournalismus gesprochen wird, standen national und international in der Vergangenheit vor allem die gedruckten Tageszeitungen im Fokus der Aufmerksamkeit (bspw. Loosen 1998; Vincent, Kian & Pedersen 2011; Horky & Nieland 2013; Rowe 2013; Ramon 2016; Beck, Schmid & Suvajac 2019; Ličen et al. 2025), seltener die Fernsehberichterstattung (bspw. Ihle 2018; Wöhrer & Jungblut 2022) sowie in jüngster Zeit als Teil der Forschung die Online-(Sport-) Kommunikation und der Online-(Sport-)Journalismus (McEnnis 2022; Perreault & Bell 2022; Seeger et al. 2023). Die Mehrzahl der Studien unterstellt einen Qualitätsverlust des Sportjournalismus (Rowe 2007; Horky & Nieland 2013; Ihle 2018; Wöhrer & Jungblut 2022). Daher scheint vor allem in Printmedien eine Analyse einer möglichen Veränderung im Zeitverlauf zielführend. Vor diesem Hintergrund soll in diesem Beitrag die Veränderung von Qualität in der Sportberichterstattung in Zeitungen anhand verschiedener Qualitätskriterien wie der Vielfalt untersucht werden, dabei soll der Fokus vor allem auf die deutsche Zeitungslandschaft gelegt werden. Die forschungsleitende Fragestellung heißt demnach: Wie hat sich die Qualität von Sportberichterstattung in deutschen Tageszeitungen in den vergangenen Jahren verändert?

2. Zeitungslandschaft und Sportpresse in Deutschland

Der 23. März 1886 gilt in deutschen Printmedien als „Geburtstag" des Sportteils; erstmals berichteten die *Münchener Neuesten Nachrichten* über Ergebnisse von Pferderennen (Eggers 2009: 16). Bis zum Ersten Weltkrieg beschränkten sich renommierte Zeitungen auf kleine Sportkolumnen, mit Fokus auf lokale Ereignisse. Berichte wurden zumeist von Sportler:innen als Korrespondenten und selten von professionellen Sportjournalist:innen verfasst (Bölz 2018: 96; Zimmermann et al. 2024).

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde Sport in überregionalen Tageszeitungen zunächst nur am Rande behandelt, Sportjournalist:innen galten als Außenseiter. Die Boulevardpresse (vor allem die 1952 gegründete BILD) etablierte hingegen den Sport als zentralen Bestandteil. Auch der *Kölner Express* entstand im Zusammenhang mit der Einführung der Bundesliga 1963 (Bölz 2018: 102–109; vgl. Zimmermann et al. 2024). In der DDR erschien täglich das *Sport-Echo*, das alle olympischen Disziplinen abdeckte und hohe Nachfrage erfuhr, aber 1990 eingestellt wurde. Weitere verbreitete DDR-Zeitschriften waren *Fußballwoche*, *Leichtathletik* und *Handball* (Eggers 2009: 24).

Pressestatistische Erhebungen belegen für 2022 eine Gesamtauflage der Tageszeitungen in Deutschland von 13,4 Mio. Exemplaren, davon 88,2 Prozent für Lokal- und Regionalzeitungen, 660.000 für bundesweite Titel und 1,1 Mio. für Boulevardzeitungen (Röper 2022: 295). Digitale Ausgaben erreichten 2,1 Mio. verkaufte Exemplare, wobei die Printauflage seit 1997 – besonders ab 2012 – stark rückläufig ist und sich von 29,6 Mio. (1997) auf 13,4 Mio. (2022) halbiert hat (Röper 2022: 297). Die Zahl der Tageszeitungen sank von 387 (Q2 2002) auf 323 (Q2 2023) und die der Wochenzeitungen von 25 auf 17 (von Engelbrechten-Ilow 2023: 25).

Die Vertriebsstruktur ist vom Abonnementsystem geprägt: 79,3 Prozent der Tageszeitungen wurden im Q2 2022 über Abos vertrieben, 11,8 Prozent im Einzelverkauf, 9,9 Prozent über Sonderformen; 84,7 Prozent der verkauften Tageszeitungen entfallen auf lokale bzw. regionale Abonnementzeitungen, überregionale Titel belegen nur 6,7 Prozent des Marktes (von Engelbrechten-Ilow 2023: 24). Die Auflage der deutschen Tages- und Sonntagszeitungen halbierte sich seit 2002, während der Anteil der E-Paper 2023 zwar auf knapp 19 Prozent anstieg, den Gesamtrückgang aber nicht kompensieren kann (von Engelbrechten-Ilow 2023: 22; Röper 2022: 297).

Tabelle 1 weist die Zahlen im Bereich Print und Online für jene deutschen Tageszeitungen aus, die in der Studie untersucht wurden.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Tabelle 1: Kumulierte Reichweiten von Tageszeitungen Print und Online (Quelle: MEEDIA, 4.10.2023)

Rang	Medium	Konvergenzreichweite	Print*	Digital*
1	BILD Deutschland	12.122	7.352	5.665
2	Die Welt / Welt Digital	3.858	849	3.057
3	Funke Medien NRW inkl. IKZ	3.286	1.599	1.865
4	Süddeutsche Zeitung	2.857	1.331	1.601
5	Frankfurter Allgemeine Zeitung	2.698	944	1.791
6	Der Tagesspiegel	1.838	397	1.477
7	Rheinische Post	1.477	800	756
8	HAZ-Total	1.218	986	264
9	Express	1.177	292	904
10	Handelsblatt	1.105	594	517
11	Kölner Stadt-Anzeiger/ Kölnische Rundschau	1.057	776	327
12	Stuttgarter Zeitung/ Stuttgarter Nachrichten Plus	1.052	569	524

* Print: Leser pro Ausgabe in Mio.; Digital: Unique User pro Tag in Mio. Quelle: Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse

Diese Entwicklung unterstreicht den strukturellen Wandel der deutschen Presselandschaft mit einer Polarisierung zwischen digitalem Wachstum und printmedialem Niedergang bei gleichzeitiger Konzentration auf regionale Abonnementmodelle. Der Rückgang der Auflagen, der Rückgang des Anzeigenmarktes und die steigenden Kosten für Energie, Lieferung und Papier führten dazu, dass wichtige Grundlagen des bisherigen Geschäftsmodells zur Finanzierung des Zeitungsjournalismus weggebrochen sind und anschließend Personal abgebaut wurde.

Trotz des strukturellen Wandels existiert (auch) im Sportressort der Printmedien nach wie vor das Missverhältnis zwischen den Geschlechtern: Im Sportjournalismus berichten Männer über Männersport. In einigen Ländern hat sich diese Entwicklung sogar noch verstärkt (Horky et al. 2025; Weedon et al. 2018).

Dennoch hat der Printmarkt eine hohe Relevanz. Auch wenn Sport überwiegend über „Bewegtbildangebote", also klassisches (lineares) Fernsehen, Streamingangebote oder Second Screen genutzt wird (Schaffrath 2024: 818), sind Tageszeitungen immer noch wichtige Akteure auf dem Markt der Sportberichterstattung. Nicht zuletzt aufgrund der hohen Reichweite, und auch, weil neben den übertragenden TV-Sendern die Printmedien gegenüber Onlinemedien noch immer die höhere Wertschätzung auch im Sportjournalismus selbst genießen. Print gilt als ein Leitmedium innerhalb der Branche (Beils 2023). Aus diesem Grund ist es, trotz einer voranschreitenden Digitalisierung, von großem Interesse, wie sich die Berichterstattung im Sportressort in Tageszeitungen in den vergangenen Jahren hinsichtlich der Qualität und der Vielfalt entwickelt hat.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

3. Qualität und Vielfalt im Journalismus

Die Kommunikationswissenschaft blickt auf eine lange Tradition der Medienqualitätsforschung. Pionierarbeit leistete das 1992 für die ARD-/ZDF-Medienkommission erstellte Gutachten von Schatz und Schulz (1992). Bis heute liefert der in der Zeitschrift *Media Perspektiven* publizierte Text wertvolle Hinweise zur Operationalisierung von (journalistischer) Qualität (Reineck 2024: 548).

Qualität wird als relationaler, perspektivenabhängiger Begriff verstanden, der zwischen Journalist:innen, Rezipient:innen, Medienmanager:innen und Medienkritiker:innen ausgehandelt wird. Dabei wirken strukturelle Aspekte (Mediensysteme, -institutionen, -aussagen), prozessuale Elemente (journalistische Professionalität, Qualitätssicherung, ethische Standards) sowie normative Ansprüche und praktische Zwänge zusammen.

Das internationale Projekt zur Qualitätsmessung in Deutschland, der Schweiz und Österreich (Hasebrink et al. 2021: 451; Stark et al. 2021: 431–433; Udris et al. 2023: 64–66) entwickelt die Pionierarbeit von Schatz und Schulz weiter. Weitere relevante Bezugspunkte sind McQuail (1992) sowie Arnold (2008; 2016). Qualitätsreflexionen sind inzwischen integraler Bestandteil der Journalismustheorie (Arnold 2016; Bucher 2003; Reineck 2024: 542–544).

Die aktuelle Qualitätsforschung fokussiert normative und empirische Fragestellungen und stellt diese ins Zentrum der Analyse (Neuberger & Kapern 2013). Traditionell dominiert ein demokratisch orientierter Qualitätsdiskurs, während heute Innovation und Publikumsorientierung stärker betont werden (Urban & Schweiger 2014; Voigt 2016). Bachmann et al. (2022) verdeutlichen, dass keine universellen Qualitätskriterien existieren, sondern vielfältige, kontextabhängige Ansätze verwendet werden – von inhaltsanalytischen Methoden bis zu publikumsbezogenen und deliberativen Kriterien. Costera Meijer (2020) beschreibt, wie die Publikumswende und Digitalisierung das Qualitätsverständnis verändern: Nutzerinteressen und Audience Engagement sind zentrale Bestandteile journalistischer Innovationsdiskurse, und Messgrößen wie Klicks oder Verweildauer prägen die journalistischen Produktions- und Bewertungsprozesse. Aktuelle Forschung bewegt sich somit zwischen klassischen Qualitätsmaßstäben und den Anforderungen eines digitalen, nutzerzentrierten Medienumfelds.

3.1 Ebenen der Qualität

Die Qualitätsmessung im internationalen Projekt erfolgt auf drei Ebenen: Erstens auf der Strukturebene, da der Medientyp als Dispositiv und Maßstab für Qualität fungiert; zweitens auf der Angebotsebene, die Vielfalt, Relevanz und Vermittlungsleistung bewertet; drittens auf der Nutzungsebene, die Reichweite, Motive und Vertrauen berücksichtigt (Hasebrink et al. 2021: 450; grundlegend zum Mediengebrauch Paus-Hasebrink & Hasebrink 2024). Für die Studie werden vier inhaltsanalytische Qualitätsdimensionen operationalisiert: Vielfalt (thematisch und bei Akteuren), Relevanz, Einordnungsleistung (Themenorientierung, Interpretation) sowie Professionalität (Sachlichkeit, Quellentransparenz, redaktionelle Eigenleistung) (Stark et al. 2021: 432–433; Udris et al. 2023: 71–72).

3.2 Kriterien journalistischer Qualität

Zentrale Kriterien für journalistische Qualität sind Aktualität, Relevanz, Richtigkeit, Transparenz, Verantwortung und Verständlichkeit (Reinecke 2024: 545–546). Aktualität umfasst sowohl zeitnahe Reaktion („recency", „timeliness") als auch die Konstruktion relevanter Inhalte (Pöttker 2000: 382). Dabei besteht ein Spannungsfeld zwischen Schnelligkeit und

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Richtigkeit („Be first, but first be right"). Journalismus löst und lenkt gesellschaftliche Diskurse und die öffentliche Agenda (Schatz & Schulz 1992; Arnold 2008), wobei die Auswahl und Kontextualisierung relevanter Themen besondere Bedeutung hat.

Relevanz lässt sich laut Schatz und Schulz (1992: 694) in individuelle, institutionelle und gesellschaftliche Dimensionen unterteilen und objektivieren durch Nachrichtenwerttheorie. Hagen (1995: 73–75) unterscheidet externe und interne Relevanz. Redaktionelle Entscheidungsregeln strukturieren diese Bewertung (Rager 1994). Richtigkeit bezieht sich auf überprüfbare Fakten, nicht auf objektive Wahrheit, sondern auf „intersubjektive, empirische Überprüfbarkeit" (Pöttker 2000: 382). Publikumsvertrauen basiert darauf, dass keine falschen Informationen verbreitet werden. Transparenz und Verantwortung sind für Glaubwürdigkeit essenziell (Arnold 2008). Verständlichkeit reduziert Komplexität und vermittelt Sachverhalte klar (Bucher 2003: 22–23). Dazu gehört die verständliche Darstellung komplexer Inhalte und die Vermeidung von Jargon. Vielfalt stellt sicher, dass Relevanz und Richtigkeit nicht durch spezifische Interessen eingeschränkt werden. Sie umfasst Binnenpluralismus (verschiedene Perspektiven innerhalb eines Beitrags) und Außenpluralismus (zwischen unterschiedlichen Medienangeboten) (Arnold 2009: 57).

3.3 Vielfalt als zentrales Qualitätskriterium

Vielfalt ist eine normative Voraussetzung für freie Meinungsbildung in pluralistischen Gesellschaften (Udris et al. 2023). Udris et al. (2023) unterscheiden drei Dimensionen: *Themenvielfalt, Akteursvielfalt* und *Meinungsvielfalt.* Die Bewertung hängt von demokratietheoretischen Ansätzen ab: Das liberale Modell fokussiert auf politische Eliten und erwartet eine proportionale Repräsentation von Parteien, während das deliberative Modell eine stärkere Einbindung zivilgesellschaftlicher Akteure und eine aktivere Medienrolle fordert.

Themenvielfalt steht für die Bandbreite und Ausgewogenheit der Berichterstattung und umfasst verschiedene Politikfelder sowie gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Themen. Sie ist essenziell für eine informierte Öffentlichkeit, da sie die Vergleichbarkeit von Alternativen und die Berücksichtigung von Minderheitenpositionen ermöglicht. Die normativen Vorstellungen beeinflussen, ob der Schwerpunkt auf einem breiten politischen Diskurs (liberales Modell) oder der Einbindung kontroverser und marginalisierter Themen (deliberatives Modell) liegt.

Akteursvielfalt bezeichnet die Repräsentation verschiedener gesellschaftlicher Gruppen und Sprecher:innen in der Berichterstattung, darunter politische Akteure, Parteien, Regierungen, zivilgesellschaftliche Organisationen sowie wirtschaftliche Akteure und Bürger:innen. Das liberale Demokratiemodell betont die proportionale Darstellung politischer Eliten, während das deliberative Modell die Öffnung für die Zivilgesellschaft und marginalisierte Gruppen fordert. Akteursvielfalt ist ein Indikator für Inklusion und Chancengleichheit im Kommunikationsprozess.

Meinungsvielfalt beschreibt die Bandbreite der im Diskurs repräsentierten Positionen und Argumente über die reine Präsenz von Akteuren hinaus. Sie prüft, ob widersprüchliche und kritische Standpunkte sichtbar werden. Das liberale Modell fordert die Darstellung politischen Wettbewerbs, das deliberative Modell legt Wert auf breite Aushandlung und Integration neuer Perspektiven. Meinungsvielfalt fördert öffentlichen Streit, Deliberation und demokratische Willensbildung.

Diese drei Dimensionen – Themen-, Akteurs- und Meinungsvielfalt – sind grundlegend für freie Meinungsbildung und eine demokratiefördernde Öffentlichkeit, wobei deren Gewichtung von den jeweiligen demokratischen Zielvorstellungen abhängt (Udris et al. 2023).

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

4. Forschungsstand: Qualität der Sportberichterstattung

Die Forschung zur Qualität der Sportberichterstattung zeigt ein ambivalentes Bild zwischen wachsender gesellschaftlicher Bedeutung des Sports und anhaltender professioneller Marginalisierung des Sportjournalismus. Trotz der Entwicklung vom „toy department" zum „Finance Department" der Medienunternehmen bleibt die Kritik an mangelnder journalistischer Qualität bestehen.

4.1 Die internationale Perspektive

Die internationale Forschung zeigt systematische Defizite in der Sportberichterstattung auf (Cassidy 2017; Ramon 2016; Vogler 2021; Ličen et al. 2025). Besonders problematisch ist die eingeschränkte Quellenvielfalt: Die Qualitätsforschung im Sportjournalismus entstand als Reaktion auf die systematische Vernachlässigung gesellschaftlicher Themen. Weedon et al. (2018) analysierten 376 Artikel aus sportsoziologischen Zeitschriften und identifizierten sieben zentrale Qualitätskriterien, darunter die Kontextualisierung von Sportereignissen im gesellschaftlichen Rahmen, das Spannungsfeld zwischen investigativer und neutraler Berichterstattung, die gleichberechtigte Darstellung verschiedener Sportarten und Athletengruppen sowie die Diversität in Redaktionen. Weitere Merkmale sind sozial verantwortliche Berichterstattung und journalistische Reflexivität, also ein bewusstes Nachdenken über die eigene Darstellung.

Gestützt auf die Daten des ISPS 2021 für die USA, Slowenien und China können Ličen et al. (2025) zeigen, dass erstens US-Zeitungen deutlich mehr Sportberichte veröffentlichen als chinesische und slowenische Tageszeitungen und dass chinesische Tageszeitungen auf die Darstellungsform Kommentar nahezu verzichten. Zweitens bestätigen die Befunde eine starke Glokalisierung der Sportberichterstattung: Fußball dominiert in China und Slowenien, Baseball und American Football in den USA. Drittens bleibt die Berichterstattung überwiegend ereignis- und leistungsorientiert, Themen wie Finanzierung, Politik, Gender oder Diskriminierung sind insbesondere in China stark unterrepräsentiert, und der Anteil der Berichte über Frauensport ist in allen drei Ländern niedrig und teilweise rückläufig.

Strukturelle Hindernisse für Qualitätsjournalismus

Die Forschung verweist auf zentrale Hürden im Sportjournalismus: ökonomische Zwänge, die durch Abhängigkeit von Klickzahlen oberflächliche Event-Berichterstattung begünstigen; Quellenzugang, da die enge symbiotische Beziehung zu Akteuren kritische Distanz verhindert; sowie professionelle Marginalisierung, die den Bereich weiterhin als „toy department" abwertet und investigative Ressourcen entzieht.

Studien belegen zudem Defizite in Qualität und Vielfalt: Vincent et al. (2011) identifizierten in England eine thematische Einseitigkeit, Masuch und Butryn (2013) konstatierten geringe Vielfalt in der Akteurs- und Themenwahl. In Belgien fanden Masini und Van Aelst (2017) bei 642 Artikeln keine Unterschiede zwischen Qualitäts- und Publikumszeitungen, wiesen aber auf den Zusammenhang zwischen Artikelumfang und Meinungsvielfalt hin. Für die Schweiz hoben Beck et al. (2019) die Fokussierung auf Spitzensportler hervor, während Vogler (2021) auf eine relativ geringe inhaltliche Qualität bei gleichzeitig hohem Umfang (16.130 Artikel, 2011–2019) verwies. Vergleichbare Befunde erbrachten Coche und Bell (2024) anhand von 909 US-Titelseiten.

„The findings show that there are no significant differences in the level of actor and viewpoint diversity between quality and popular newspapers. However, the length of the article has a positive effect on providing more diversity", erklärten Masini und Van Aelst

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

(2017: 107). Ähnliche Ergebnisse fand Vogler (2021) bei der Untersuchung der Sportberichterstattung in 20 Schweizer Printmedien (16.130 Artikel) von 2011 bis 2019. Die Ergebnisse bestätigten die Bedeutung und relativ geringe Qualität von Sportartikeln, die fast ein Fünftel der gesamten Berichterstattung ausmachten.

Dies verweist bei der vorliegenden Studie zur Qualität der Sportberichterstattung in Printmedien auf drei unserer in Kapitel 5 näher ausgeführten Hypothesen zu einer möglichen *Diversifizierung journalistischer Darstellungsformen* (H2), zu einer möglichen *Steigerung originärer Autor:innenartikel* (H3) sowie einer möglichen *Zunahme der Quellenangaben in Artikeln* (H4).

4.2 Qualität der Sportberichterstattung in Deutschland

Empirische Untersuchungen zur Qualität des Sportjournalismus in Deutschland sind eher selten. Pionierarbeit leistete Loosen (1998; vgl. auch Loosen & Ravenstein 2000), die die Nachrichtenwerttheorie erstmals systematisch auf Sportberichterstattung anwandte. Ihre Faktorenanalyse zeigte Unterschiede je nach Zeitungstyp: Überregionale Qualitätszeitungen wiesen höhere inhaltliche Komplexität auf, während im Bereich etablierter Sportarten – insbesondere Fußball – ein starker Thematisierungseffekt festzustellen war, der auch Beiträge ohne spezifischen Nachrichtenwert legitimierte.

Ihle (2013) analysierte die lokale Sportberichterstattung in Köln und stellte in einem Vergleich von *Kölner Stadtanzeiger* und dem Lokalfernsehsender *Center.TV* eine geringe Themenvielfalt (Entropie-Index: 0,38–0,40) sowie eine deutliche Fixierung auf Fußball fest. Frauensport blieb mit Anteilen von lediglich 5,5 Prozent (*Kölner Stadtanzeiger*) und 9,8 Prozent (*Center.TV*) klar marginalisiert, obwohl Frauen im Vereinssport stark vertreten sind. Während Printmedien auch Amateursport thematisierten, dominierte im lokalen Fernsehen regionalisierter Spitzensport, was auf strukturelle Probleme des Sportjournalismus verweist.

Hahn und Degen (2018) untersuchten in ihrem Beitrag die Berichterstattung der *Süddeutschen Zeitung* über die Fußball-Europameisterschaften 2000, 2008 und 2016 hinsichtlich eines möglichen Boulevardisierungstrends im Sportressort. Aufgrund ihres Aktualitätsnachteils würde laut den beiden Autoren die Sportpresse verstärkt als Komplementärmedium zum TV agieren und auf unterhaltende Formen setzen. Diese Vermutung wurde mit Hilfe einer Inhaltsanalyse von 455 Artikeln auf formal-gestalterischer, sprachlich-stilistischer und inhaltlicher Ebene geprüft. Ein speziell entwickelter Boulevardisierungsindex offenbarte einen leichten Trend über den 16-jährigen Untersuchungszeitraum, der vor allem zwischen 2000 und 2008 deutlich war und sich durch Zunahme der Variablen „Emotionalisierung" und „Personalisierung" erklärte.

In einer späteren umfassenden Analyse regionaler TV-Sportmagazine entwickelte Ihle (2018) ein dreidimensionales Vielfaltskonzept, das inhaltliche Diversifikation, gesellschaftliche Pluralität und räumliche Vielfalt unterscheidet. Die empirischen Befunde für MDR, NDR und WDR verdeutlichten jedoch erhebliche Defizite: Fußballanteile von bis zu 79,6 Prozent verhinderten eine inhaltliche Ausweitung des Sportangebots, während bedeutende gesellschaftliche Gruppen wie der Frauensport (nur 4,3 %) massiv unterrepräsentiert blieben.

Neuere Studien bestätigen die Kontinuität zentraler Strukturprobleme im Sportjournalismus. Vögele & Seeger (2020) zeigten in einer 40-Jahres-Analyse von Lokalzeitungen in Baden-Württemberg, dass die Fußball-Dominanz seit den 1970er-Jahren nahezu unverändert blieb. Die Berichterstattung ist weiterhin stark ereignisorientiert, lediglich Visualisierung und Personalisierung haben leicht zugenommen. Männersport bleibt auch 2017 klar dominant, wenngleich Frauensport etwas häufiger Beachtung findet.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Wöhrer und Jungblut (2022) bestätigen diese Befunde: Fußball und Männersport dominieren weiterhin, wobei sich die verwendeten Nachrichtenfaktoren je nach Sportart unterscheiden. Insbesondere im Fußball sind Emotionalität und Spannung besonders stark ausgeprägt, was sich in längeren Artikelformaten niederschlägt.

Die Forschung zur Qualität der Sportberichterstattung in Deutschland verdeutlicht eine anhaltende thematische Verengung auf Fußball, die systematische Marginalisierung des Frauensports und anderer gesellschaftlich relevanter Sportarten sowie ein Defizit an inhaltlicher Diversifikation. Um dem gesellschaftlichen Auftrag des Journalismus gerecht zu werden, sind normative Qualitätskriterien und professionelle Standards erforderlich.

Damit belegen die empirischen Daten gerade zur Sportberichterstattung in Deutschland weitere Annahmen zu einer möglichen Steigerung von Qualität in Printmedien in den vergangenen Jahren. Diese werden von uns in zwei weiteren Hypothesen durch eine *Zunahme der Visualisierung* (H1) sowie durch *Zunahme weiblicher Autorinnen und Relevanz des Sportjournalismus für Frauen* (H5) behandelt (Kap. 5).

4.3 Analyse und Vergleich: ISPS 2011 und 2021

Der International Sports Press Survey (ISPS) ermittelte nach Vorgängern in Skandinavien 2005 erstmals vergleichende Daten zur Sportberichterstattung in Printmedien weltweit (Horky 2010). In der ersten Studie wurde bereits auf die Monotonie der Themen und die dominante Stellung des Fußballs als Sportart hingewiesen. Horky (2010) bemerkte auch die männliche Dominanz bei Autorenschaft, Themen und Visualisierung. Schultz-Jørgensen (2005) bewertete den Sportjournalismus daraufhin als „die beste Werbeagentur der Welt".

Die große ISPS-Studie von 2011 untersuchte 18.340 Artikel aus 81 Zeitungen in 22 Ländern, darunter 1.899 Beiträge aus neun deutschen Titeln (Horky & Nieland 2013; Rowe 2013). Die Ergebnisse belegten erneut die Fußballzentrierung, die unabhängig von der Zeitungsart dominierte. Zwar bot die Vielzahl der untersuchten Zeitungen Hinweise auf eine gewisse Erweiterung des Spektrums, etwa durch Frauensport und Randsportarten; diese blieben in absoluten Zahlen jedoch marginal.

Zu den untersuchten deutschen Titeln zählten neben den überregionalen Zeitungen *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *die tageszeitung* auch die Boulevardzeitungen BILD und *Kölner Express* sowie die regionalen Zeitungen *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*, *Kölner Stadtanzeiger*, *Berliner Zeitung* und *Hamburger Abendblatt*.

Ein zentraler Befund war der fehlende Einsatz verschiedener journalistischer Darstellungsformen. Die Berichterstattung wurde vor allem durch Nachrichten und Spielberichte geprägt, während Hintergrundformate, Features oder kommentierende Beiträge vergleichsweise selten waren. Ein weiterer Qualitätsaspekt betrifft die Transparenz der Quellen: Viele Artikel verfügten über keine oder nur wenige nachgewiesene Quellen. Nach journalistischen Qualitätsstandards wären hier Verbesserungen zu fordern.

Der ISPS 2021 analysierte 6.614 Artikel aus acht Ländern und ermöglichte erstmals einen Langzeitvergleich (2011–2021). Festzustellen ist, dass die Themenvielfalt sich international leicht erhöht hat, wobei nach wie vor der Fußball die Berichterstattung dominiert (47,2 % aller Beiträge 2021, Anstieg gegenüber 44,6 % im Jahr 2011).

- Die Anzahl der Hintergrundberichte, Features und längere Artikel hat deutlich zugenommen, während reine Nachrichtenprodukte in den Hintergrund getreten sind. Hier zeigt sich eine Qualitätssteigerung durch mehr Vielfalt im Stil (Anstieg der Darstellungsformen Feature/Report von 37,3 % auf 64,7 %), allerdings bei weiterhin starker Eventorientierung.
- Der Einsatz von Bildern und Visualisierungen in Artikeln ist international gestiegen, was insgesamt für ein multimedialeres Erzählformat spricht.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

- Die Transparenz bei Quellen stagniert bzw. hat sich partiell sogar verschlechtert: Der Anteil von weltweiten Artikeln ohne Quellenangabe stieg von 27,5 Prozent auf 36,1 Prozent.
- Im Bereich Gender und Diversität zeigen sich im internationalen Vergleich sogar negative Trends: Die Anzahl weiblicher Autorinnen im Printbereich ist weiter gesunken (2011: 9,2 %; 2021: nur noch 7,1 %), und auch Beiträge über Athletinnen nehmen ab (2011: 11,6 %; 2021: 9,5 %) (vgl. Horky et al. 2025).

Der ISPS 2021 liefert damit empirische Grundlagen zur Einordnung internationaler Sportberichterstattung. Fußball bleibt überall dominant, während Frauensport und Randsportarten weiterhin stark unterrepräsentiert sind. Die Vielfalt journalistischer Darstellungsformen und die Quellentransparenz haben sich teilweise verbessert, bleiben jedoch klar verbesserungswürdig. Die Langzeitstudie zeigt außerdem, dass die Situation für Journalistinnen und Athletinnen in Printmedien sogar eher schwieriger als besser geworden ist. Aus diesen Erkenntnissen ergibt sich ein anhaltender Forschungs- und Verbesserungsbedarf bezüglich qualitativer Standards, Diversität und Gendergerechtigkeit in der Sportberichterstattung vor allem auch aus deutscher Perspektive.

4.4 Zukünftige Herausforderungen

Digitale Strategien und das „Online first"-Prinzip haben die Arbeitsbedingungen in Sportredaktionen grundlegend verändert. Permanente Veröffentlichung via Social Media, Live-Blogging, Podcasts und crossmediale Formate prägen zunehmend die journalistische Praxis (McEnnis 2020; Perreault & Bell 2022). Dies führt zu veränderten Routinen und Hierarchien: Online-Sportjournalist:innen arbeiten unter höherem Zeitdruck und mit weniger Ressourcen als Printteams (Starkman 2010). Berufsrollen differenzieren sich; klassische Reporter fokussieren Feldarbeit und exklusive Kontakte, digitale Redakteure Desk-Arbeit und Community-Building (McEnnis 2020).

Statusfragen bleiben virulent: Trotz Innovationsleistung sind Online-Sportjournalist:innen oft mit einem Legitimationsdefizit konfrontiert und gelten weiterhin als „toy department within the toy department" (McEnnis 2020). Exklusive Quellen sind Statusmarker, während digitale Formate noch um Anerkennung ringen. Diversität ist laut aktuellen Studien von zentraler Bedeutung: Die Präsentation verschiedener Identitäten und Ethnien beeinflusst die Wahrnehmung, bleibt aber weiterhin defizitär (Jiang 2013; Hardin et al. 2004).

Der Sportjournalismus steht damit vor der Herausforderung, sich zwischen digitalem Innovationsdruck, veränderten Arbeitsbedingungen und gesteigerten Diversitätsanforderungen professionell neu auszurichten und dabei gesellschaftlichen sowie journalistischen Qualitätsansprüchen zu genügen.

5. Hypothesendarstellung und Erläuterung

Ausgehend von den in den voranstehenden Kapiteln referierten theoretischen und methodologischen Grundlagen sowie den empirischen Befunden formulieren wir zusammenfassend folgende Hypothesen:

H1: Zunahme der Visualisierung

Die verstärkte Verwendung von Bildern und multimedialen Elementen ist ein Qualitätsmerkmal, weil sie Vermittlungskompetenz und Verständlichkeit fördern. Die Verwendung visueller Elemente zeugt vom professionellen Einsatz neuer (digitaler) Tools und Darstel-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

lungsformen. Diese erlauben es, komplexe sportliche Abläufe, taktische Konstellationen oder Statistiken anschaulicher zu präsentieren und an unterschiedliche Rezeptionsgewohnheiten eines digital sozialisierten Publikums anzupassen. Dies unterstützt eine nutzerorientierte Aufbereitung und stärkt die Attraktivität der Sportberichterstattung im Wettbewerb.

H2: Diversifizierung journalistischer Darstellungsformen

Unterschiedliche Darstellungsformen ermöglichen Kontextualisierung und Meinungsvielfalt. In der Print-Sportberichterstattung nimmt die Vielfalt an Formaten zu, längere Beiträge gewinnen an Bedeutung. Die stärkere Nutzung narrativer Formen wie Reportagen und Features verweist auf eine vertiefende Einordnung, die über reine Ereignisberichterstattung hinausgeht und Hintergrund, Konflikte und gesellschaftliche Implikationen sichtbar macht. Dadurch werden sowohl deliberative Qualitätsanforderungen (Aushandlung von Positionen) als auch publikumsspezifische Erwartungen nach emotionalen, erklärenden und einordnenden Inhalten besser adressiert.

H3: Zunahme originärer Autor:innenartikel

Originäre Autor:innenartikel gelten als zentral für Qualität, da sie Eigenleistung, Quellentransparenz und Professionalität sichtbar machen. Ihr erwarteter Anstieg steht für zunehmende redaktionelle Eigenständigkeit und kreative Distinktion. Der Befund wachsender Autor:innenanteile bei gleichzeitiger Abnahme von Agentur- und PR-Material spricht für verstärkte Investitionen in Recherche und individuelle Handschrift der Journalistinnen und Journalisten. Dies stärkt die Position der Tageszeitungen im digitalen Wettbewerb, weil exklusive Inhalte und spezifische Deutungsangebote als zentrales Differenzierungsmerkmal gegenüber standardisierten Online-Angeboten fungieren.

H4: Zunahme der Quellenangaben in Artikeln

Quellentransparenz ist essenziell für Glaubwürdigkeit und Verantwortung des Sportjournalismus. Eine Zunahme expliziter Quellenangaben steht für professionalisierte Redaktion und gestärkte Nachvollziehbarkeit. Angesichts von Fake-News-Debatten und wachsender Skepsis gegenüber Medien wird eine sorgfältige Kennzeichnung von Akteuren und Dokumenten zu einem zentralen Kriterium, um Vertrauen zu stabilisieren und Rechenschaftslegung zu ermöglichen. Zugleich signalisiert ein breiteres und explizit benanntes Sourceset eine höhere Recherchetiefe und kann die Gefahr einer zu engen Anbindung an Vereins- und Verbandskommunikation zumindest partiell reduzieren.

H5: Zunahme der Anzahl von Autorinnen und Relevanz des Sportjournalismus für Frauen

Pluralität und Geschlechtergerechtigkeit sind normative Qualitätsanforderungen. Es wird erwartet, dass der Anteil an Autorinnen sowie die Relevanz des Sportjournalismus für Frauen mittelfristig steigen – auch wenn aktuelle Studien teils gegenteilige Befunde zeigen. Aus gleichstellungs- und demokratietheoretischer Perspektive gilt eine vielfältig zusammengesetzte Redaktion als Voraussetzung, um unterschiedliche Erfahrungswelten abzubilden und blinde Flecken – etwa bei Frauensport, Diskriminierung oder Diversitätsfragen – zu verringern. Ein höherer Anteil von Journalistinnen kann zudem Impulse für Themenagenda, Darstellungsweisen und Quellenwahl geben und so langfristig zu einer inklusiveren, für Frauen relevanteren Sportberichterstattung beitragen.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Die Hypothesen sind, wie in Kapitel 3 und 4 ausgeführt, empirisch, theoretisch und normativ fundiert und bieten einen Rahmen zur Prüfung von Wandel und Qualität in der Sportberichterstattung.

6. Studiendesign

In den vergangenen zehn Jahren, zwischen 2011 und 2021, gab es, wie zuvor beschrieben, massive Veränderungen in der Medienlandschaft und in den Medienmärkten. Gerade aus diesem Grund ist es wichtig, die Entwicklungen im Sportjournalismus erneut in Bezug auf die Qualität zu untersuchen. Daher wurde mit dem ISPS 2021 erneut die Sportberichterstattung in ausgewählten Zeitungen untersucht. Für den internationalen Datensatz wurden dabei insgesamt 6.720 Artikel aus 30 Tageszeitungen und 8 Ländern zusammengetragen.

Um die Veränderungen im deutschen Markt zu dokumentieren, beziehen wir uns im Folgenden auf den deutschen Datensatz, vergleichen ihn mit dem deutschen Datensatz der Studie ISPS 2011 und werden Antworten auf die beschriebenen Forschungshypothesen geben, die sich im Kontext der Qualitätsdebatte im Journalismus verorten lassen. Durch die Anforderungen an den Journalismus im Allgemeinen und die Sportberichterstattung im Speziellen kann davon ausgegangen werden, dass sich die Ausprägungen von verschiedenen Variablen in den vergangenen zehn Jahren positiv verändert haben.

Für den ISPS 2021 wurden für die deutsche Presselandschaft insgesamt 2.233 Artikel im Zeitraum von April bis Juni 2021 inhaltsanalytisch untersucht. Beteiligt waren 14 studentische Codierer:innen der Hochschule der Medien Stuttgart, der Macromedia Hochschule Hamburg und der Zeppelin Universität Friedrichshafen. Als Untersuchungsobjekte wurden alle Artikel mit einem Sportbezug von den gedruckten bzw. – falls nicht vorhanden – den E-Paper-Ausgaben der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, der *Süddeutschen Zeitung*, der *tageszeitung*, der BILD, der *Hamburger Morgenpost*, des *Hamburger Abendblatt*s, der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung* und der *Stuttgarter Zeitung* ohne Nachrichtenticker und Tabellen erfasst. Die Auswahl der Zeitungstitel war primär an die Studie 2011 angelehnt, um eine möglichst hohe Vergleichbarkeit realisieren zu können. Titel, die nicht zur Verfügung standen, wurden durch adäquate Titel aus der gleichen Zeitungsgattung ersetzt (vgl. Abbildung 1). Im Erhebungszeitraum wurden zwei künstliche Wochen festgelegt und an den 14 Tagen wurde jeweils eine Vollerhebung durchgeführt. Das eingesetzte Codebuch ist nahezu identisch mit den Variablen aus dem ISPS 2011 und umfasst insgesamt 37 Variablen, die sich in deskriptive und inhaltliche Variablen unterscheiden lassen.

Über die beschreibenden Variablen wurde beispielsweise erhoben, um welchen Zeitungstitel es sich handelte (vgl. Tabelle 1), in welchem Ressort der codierte Artikel zu finden war (Sport, Wirtschaft, Titelseite, Lokalteil, ...) und welchem Zeitungstypus der Titel zugeordnet werden kann (Qualitätszeitung, Boulevardzeitung oder Lokalzeitung).

Über die inhaltlichen Variablen wurden die Anzahl der Bilder codiert, die eingesetzte journalistische Form (z. B. Bericht, Interview, Reportage, ...). Zu den zentral erhobenen Variablen zählen die Erfassung der Sportart sowie die Hinweise zur Autorenschaft des jeweiligen Artikels.

Für 29 inhaltlich relevante Variablen wurde ein Intercoder-Reliabilitätstest mit neun Studierenden und 18 ausgewählten Artikeln durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen akzeptable Reliabilitätswerte. Auffällig ist, der niedrige Gesamtwert in der Variablen V8 „Form of presentation“. Dieser ist durch eine Codiererin erklärbar, bei der zunächst ein falsches Verständnis von journalistischen Formaten vorlag. Eine Berechnung ohne diese Person hatte mit 0.615 ein deutlich besseres Ergebnis. Eine Nachschulung wurde durchgeführt, aber auf eine komplette Neucodierung und -berechnung verzichtet.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Für die Auswertungen der in diesem Artikel verwendeten Variablen stellen sich die Reliabilitätswerte im Einzelnen wie in Tabelle 2 dargestellt dar.

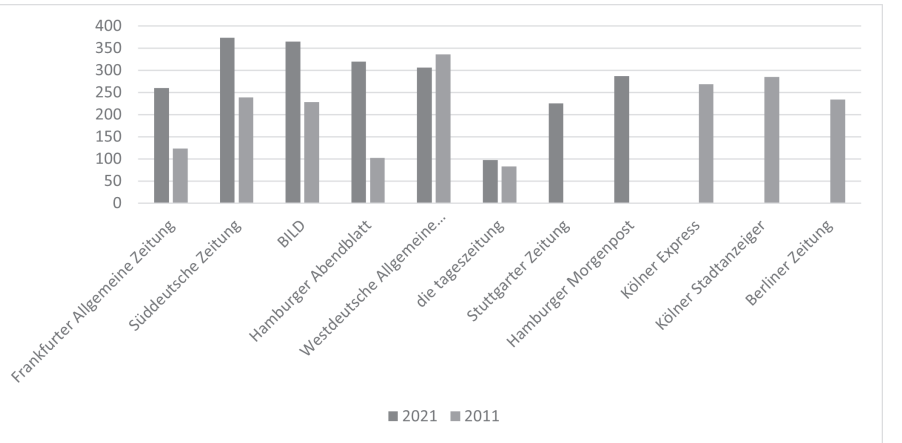
Tabelle 2: Reliabilitätswerte der relevanten Variablen zur Hypothesenprüfung

Variable	Bezeichung	Alpha-Wert
V7	Number of photos	0.847
V8	Form of presentation	0.299
V9	Author of the article	0.956
V9a	Gender of journalist	0.956

Quelle: eigene Darstellung

Zu beachten ist, dass die Datenerhebung während der COVID-19 Pandemie durchgeführt wurde. Außerdem hat die wegen der Pandemie auf das Jahr 2021 verlegte UEFA Euro 2020 während des Untersuchungszeitraumes stattgefunden. 19,1 Prozent der veröffentlichten Artikel können diesem Sportereignis zugewiesen werden. Um zu überprüfen, ob ein „UEFA-Euro-Effekt" in den Daten vorliegt, wurden hilfsweise die betroffenen Datensätze durch eine Filtervariable eliminiert. Die Ergebnisse unterscheiden sich marginal, so dass für die weitere Datenanalyse immer auf den bereinigten Gesamtdatensatz zurückgegriffen wurde, da keine nennenswerte Datenverzerrung bei der Überprüfung der aufgestellten Hypothesen gefunden werden konnte.

Abbildung 1: Codierte Artikel nach Publikationen des ISPS 2021 und ISPS 2011



7. Ergebnisse

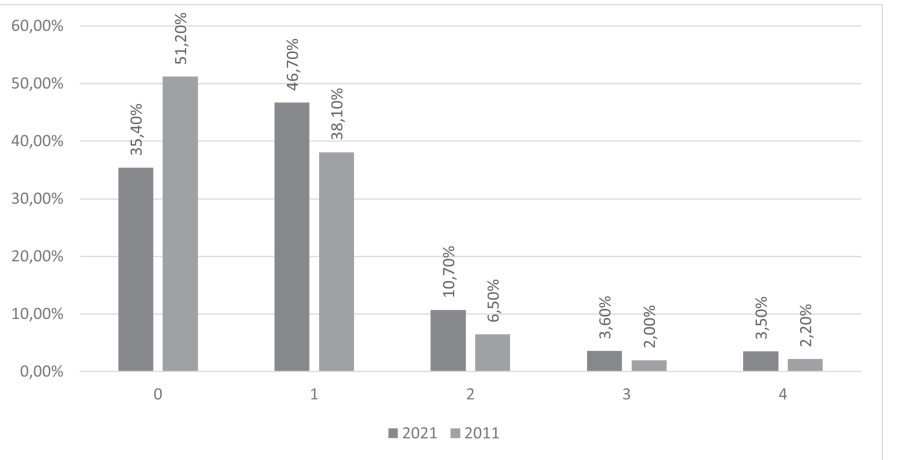
Die Ergebnisse werden im Folgenden kumuliert und nicht nach den einzelnen Zeitungstiteln dargestellt. Wie aus Abbildung 1 ersichtlich, wäre ein Vergleich zwischen den einzelnen Titeln aufgrund der teilweise überschaubaren Fallzahlen einzelner Titel nur eingeschränkt aussagefähig.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

7.1 Präsentation und Visualisierung der Artikel

Was die reine Platzierung der Artikel angeht, hat sich in den vergangenen zehn Jahren wenig verändert. Es ist wenig überraschend, dass die Sportberichterstattung überwiegend (89,5 %) im Sportressort stattfindet (2011: 89,8 %). Nur wenige Themen aus dem Sport schaffen es auf die Titelseite (3,3 %) (2011: 3,8 %). Insgesamt werden die Artikel allerdings größer. Diese Einschätzung basiert auf der im Codebuch 2011 bereits gewählten Formulierung „Leading" (biggest article on the page), „Common" (all average oder medium sized articles on the page), „Subordinated" (small notes or telegram-like stories) und „Other". Auch wenn die Skala eine eher qualitative Einschätzung ist, kann attestiert werden, dass 2011 rund ein Drittel der Artikel als „mittelgroß" definiert wurde, die in der aktuellen Erhebungswelle 50,6 Prozent ausmachen. Die Artikelgröße insgesamt hat signifikant zugenommen (X^2 = (3; N = 4,129) = 282.612; p<0.1). Damit ist aber nicht automatisch gesagt, dass mehr Zeilen geschrieben worden sind, sondern es ist davon auszugehen, dass die Artikelgröße unmittelbar mit dem verstärkten Einsatz von Bildern zusammenhängt (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Anzahl von verwendeten Bildern zur Visualisierung



Wie aus Abbildung 2 ersichtlich, ist die Anzahl der Artikel, die ohne ein Bild veröffentlicht werden, deutlich zurückgegangen. Der Einsatz von Bildern ist demnach schon fast obligatorisch, und es ist eine signifikante Veränderung im Zeitverlauf zu testieren (X^2= (4; N = 4,132) = 114.130; p<.01).

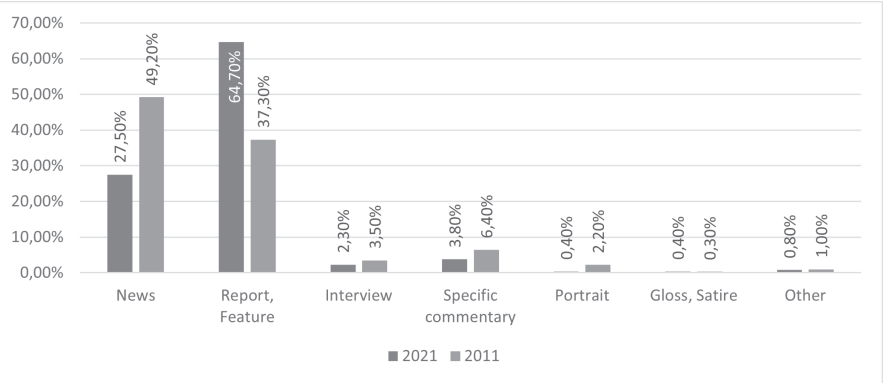
7.2 Einsatz von journalistischen Darstellungsformen

Die Möglichkeiten einer/s Journalisten:in, durch verschiedene Darstellungsformen Inhalte attraktiver aufzubereiten, sind sehr vielfältig. Die reine Berichtsform kann durch verschiedene Formen ergänzt werden: Reportagen und Features schaffen einen narrativen Zugang zum Inhalt und können gerade im Umfeld des Sports eine sinnvolle Darstellungsform sein. In Reportagen können atmosphärische und szenische Schilderungen eingesetzt werden, um eine Emotionalität aufzubauen und den Lesenden das Gefühl des „Dabeiseins" zu vermitteln. Interviews heben die Persönlichkeit des Interviewpartners hervor und präsentieren vor allem die Authentizität des Interviewpartners durch die Unmittelbarkeit der Gesprächs-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

führung. Anders als in neutralen Berichtsformen bringt das Interview nicht nur Fakten, sondern auch persönliche Meinungen, Einschätzungen und Emotionen. Journalist:innen haben auch die Möglichkeit, in Kommentaren ihre eigene Meinung zu vertreten (Ruß-Mohl et al. 2023).

Abbildung 3: Einsatz verschiedener journalistischer Darstellungsformen



In den Ergebnissen kann auch hier eine deutliche Veränderung von 2011 zu 2021 festgestellt werden (vgl. Abbildung 3). Zehn Jahre später kommen deutlich mehr narrative Darstellungsformen wie Reportage und Feature zum Einsatz, während die eher aktualitätsgebundene Berichterstattung zurückgeht. Auch wenn die weiteren Formate wenig Veränderungen aufzeigen, kann von einer signifikanten Verbesserung in diesem Punkt gesprochen werden (X^2= (6; N = 4,131) = 321.671; p<.01). Es scheint eine schlüssige Annahme zu sein, dass sich der Sportjournalismus dahingehend entwickelt hat, dass mehr Wert auf eine hintergründige und emotionalere Darstellung gelegt wird. Wenn man diese Ergebnisse zusammen mit der Visualisierung, also dem Einsatz von Bildern, betrachtet, wird diese Entwicklung noch einmal deutlicher.

7.3 Originäre Autor:innenartikel

Gerade die narrativen Darstellungsformen bedürfen einer intensiveren Auseinandersetzung des/der Journalisten:in mit dem Inhalt. Recherchen bei diesen Darstellungsformen sind umfangreicher und die Artikel werden sehr viel individueller, stärker von namentlich genannten Autor:innen verfasst, d. h. die Übernahme von Agenturmaterial ist außerhalb von reinen Berichten komplizierter. Dies zeigt sich auch in Abbildung 4. Wir können testieren, dass die Anzahl der Autor:innenartikel zugenommen hat und der Umfang von verwendetem Agenturmaterial zurückgeht. Auch die Übernahme von Texten ohne Namenskennung, was meist auf die Übernahme von angelieferten PR-Texten schließen lässt, ist rückläufig (X^2= (4; N = 4,132) = 94,871; p<.01).

In diesem Zusammenhang konnte auch festgestellt werden, dass im Vergleich zur Erhebung 2011 in 2021 deutlich mehr Quellen in den Artikeln aufgeführt worden sind. Während 2011 noch 37,3 Prozent der Artikel keine weiteren Quellen verwendet haben, ist dieser Wert 2021 auf 28,2 Prozent gesunken. 38,8 Prozent zitieren eine weitere Quelle, 19,9 Prozent sogar zwei weitere Quellen. Damit sind die Vermutungen aus Hypothese 3 und 4 zu bestätigen, und es kann eine Steigerung der journalistischen Qualität nachgewiesen werden.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Abbildung 4: Autor:innenartikel

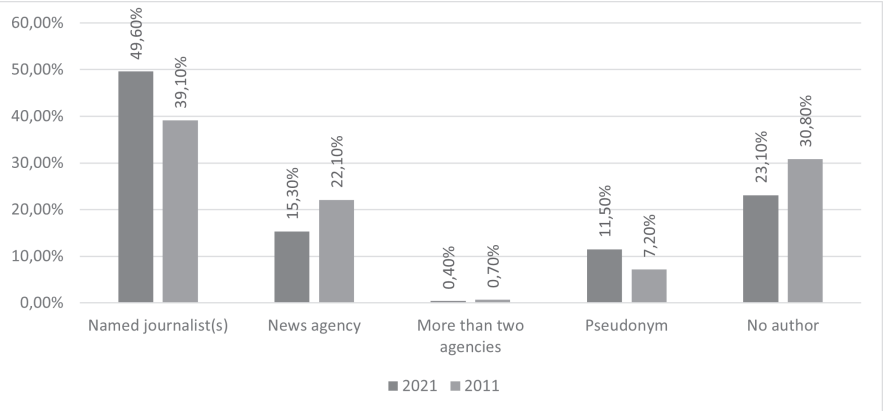
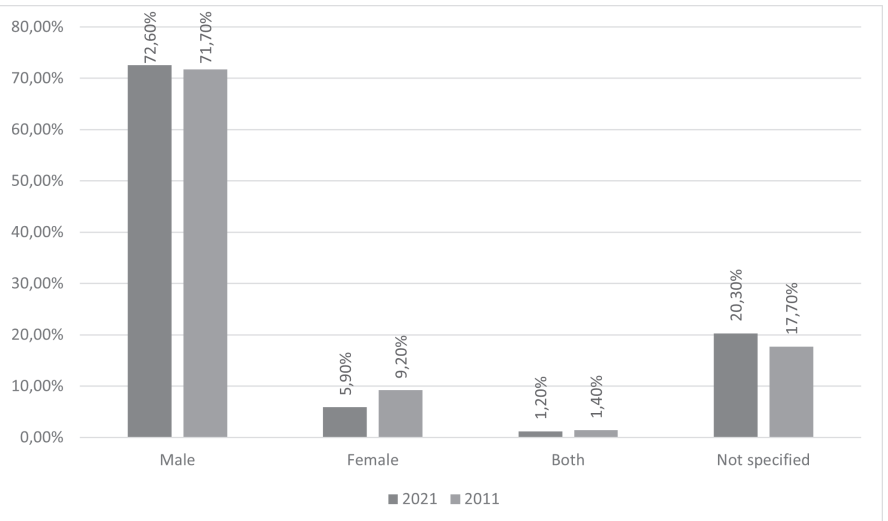


Abbildung 5: Geschlecht der Autor:innen



7.4 Artikel von Autorinnen

Die Sportberichterstattung ist nach wie vor ein stark männerdominiertes Feld im Journalismus. 2011 waren 7 von 10 veröffentlichten Artikeln männlichen Autoren zuzuordnen, nur 9,2 Prozent der Artikel wurden von Frauen geschrieben. Dieses Verhältnis hat sich in den vergangenen zehn Jahren nicht verändert. Im Gegenteil: In der aktuellen Untersuchung konnten nur noch 5,9 Prozent der veröffentlichen Artikel Autorinnen zugeordnet werden. Dieser Rückgang ist mit X^2 = (3; N = 2,240) =10.549; p<.05 Cramers V = .68 auch signifikant und wirft weitere Fragen auf, warum an dieser Stelle in den vergangenen zehn Jahren keine Entwicklung dahingehend stattgefunden hat, dass mehr Autorinnen im Sportjournalismus in den Tageszeitungen tätig sind.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Dabei dürfte der Hauptgrund nicht im thematischen Umfeld der Beiträge zu finden sein, sondern es herrschen offenbar noch immer stark männlich dominierte Strukturen vor, vor allem im Fußball, der noch immer die Sportart ist, über welche mit Abstand am meisten berichtet wird. Es ist für Frauen noch immer nicht einfach, sich ein entsprechendes Netzwerk in diesem Umfeld aufzubauen. Hinzu kommt die Tatsache, dass der Sport im Journalismus aufgrund der Fokussierung auf Termine am Wochenende und evtl. große Reisetätigkeiten die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erschwert.

Aus der Analyse der Daten geht hervor, dass die prozentuale Geschlechterverteilung in Abhängigkeit von Themen stark variiert. So kann berichtet werden, dass im Amateur- und Lokalsportbereich die Frauen mit 29,0 Prozent genauso stark vertreten sind wie die Männer; ebenso in den Themenfeldern von Kinder- und Jugendsport (30,8 %). Von Frauen stark bearbeitete Themen (wenn auch nicht paritätisch) sind außerdem gesundheitsrelevante Aspekte von Sport, Frauensport und Diskriminierung im Sport.

8. Diskussion der Ergebnisse

Die empirische Analyse weist sowohl neue, teilweise progressive Entwicklungen als auch strukturelle Kontinuitäten im deutschen Sportjournalismus nach. Vielfalt und Qualität der Sportberichterstattung haben sich in deutschen Tageszeitungen wie auch in vielen Tageszeitungen anderer Länder verbessert (Weedon et al. 2018; Cassidy 2017). Die Daten bestätigen eine gestiegene Visualisierung (H1): Der Anteil bildloser Artikel sank von 51,2 Prozent (2011) auf 35,4 Prozent (2021), während Artikel mit drei oder mehr Bildern von 4,2 Prozent auf 7,1 Prozent stiegen. Dieser Trend spiegelt technologische Anpassungen und veränderte Rezeptionsweisen wider (Vögele & Seeger 2020; Coche & Bell 2024). Allerdings führt vermehrter Bildereinsatz nicht zwingend zu inhaltlicher Tiefe, sondern kann auch oberflächliche Attraktivität fördern. Vor dem Hintergrund der Qualitätsdebatte ist daher zu diskutieren, inwieweit Visualisierung lediglich die Aufmerksamkeitsökonomie bedient oder tatsächlich zur besseren Kontextualisierung komplexer sportlicher und gesellschaftlicher Zusammenhänge beiträgt. Für eine abschließende Bewertung wäre eine systematische Erfassung der Bildinhalte (z. B. Typen, Motive, Genderdarstellungen) im Sinne einer vertieften qualitativen Inhaltsanalyse erforderlich.

Der Rückgang ereigniszentrierter Berichte von 49,2 Prozent (2011) auf 27,5 Prozent (2021) und der Anstieg narrativer Formate bei Reportagen und Features (+27,4 %) deuten auf eine Diversifizierung der Erzählstrategien hin (H2). Dies kann ein bewusstes Abgrenzungsmerkmal der Printredaktionen gegenüber oberflächlichen Online-Inhalten sein und steht für ein umfangreicheres Informationsangebot. Die gestiegene Artikelgröße verweist zudem auf redaktionelle Investitionen in Hintergrundrecherchen. Diese Entwicklungen stehen teils im Gegensatz zu den Ergebnissen von Ihle (2013; 2018) sowie denen anderer Länder (Weedon et al. 2018; Vincent et al. 2011). Neben der Visualisierung spricht auch die Veränderung der Darstellungsformen hin zu längeren, tiefer recherchierten Artikeln für eine wachsende Qualität der Sportberichterstattung in deutschen Printmedien – dennoch ist zu bedenken, dass die Artikel nicht qualitativ inhaltsanalytisch ausgewertet wurden. Methodisch bleibt somit offen, ob die zusätzlichen Längen- und Formatwechsel mit einer stärkeren Problemorientierung, einem breiteren Akteursspektrum oder lediglich mit stärkerem Storytelling ohne zusätzliche Relevanzgewinne einhergehen. Künftige Studien sollten daher kombinierte Designs aus quantitativer Inhaltsanalyse und qualitativ-rekonstruktiven Zugängen nutzen, um die tatsächliche Einordnungsleistung der Artikel genauer zu bestimmen.

Allerdings bleibt die Dominanz des Fußballs in Deutschland ein limitierender Faktor für thematische Innovationen, da klassische Spielberichterstattung weiterhin formatprägend ist. Wie Vögele & Seeger (2020) für Lokalzeitungen und Wöhrer und Jungblut (2022) für

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Nachrichtensendungen zeigen, verdrängt der Fußball andere Sportarten nach wie vor an den Rand. Dies belegt eine weiterhin starke Monotonie in der Sportberichterstattung deutscher Printmedien, die einer von Vielfalt getragenen Qualität abträglich ist (vgl. Ihle 2013; 2018). Aus normativer Perspektive kollidiert diese thematische Verengung mit Ansprüchen an Themen-, Akteurs- und Meinungsvielfalt und schränkt die Sichtbarkeit marginalisierter Sportarten sowie ihrer Protagonist:innen ein. Damit reproduziert der Sportjournalismus bestehende Macht- und Ressourcenasymmetrien im Sportsystem und verfehlt teilweise sein Potenzial, gesellschaftliche Diversität abzubilden.

Der Anstieg originärer Autor:innenbeiträge von 39,1 Prozent (2011) auf 49,6 Prozent (2021) sowie der Rückgang von Agenturmaterial (-6,8 %) weisen auf gesteigerte redaktionelle Eigenleistungen hin (H3). Die Zunahme von Autor:innenartikeln korrespondiert mit narrativen Formaten und spricht für eine intensivere journalistische Auseinandersetzung. Die größere Vielfalt deutet auf eine Qualitätsentwicklung in deutschen Tageszeitungen hin (Ihle 2013; Masini & Van Aelst 2017; Vogler 2021). Zugleich zeigt sich, dass Printredaktionen trotz ökonomischer Restriktionen weiterhin in originäre Leistungen investieren und damit an klassischen Professionalitätsstandards wie Recherche, Einordnung und Kommentierung festhalten. Kritisch bleibt jedoch zu prüfen, ob diese Eigenleistungen gleichmäßig über Themenfelder verteilt sind oder sich vor allem auf reichweitenstarke, ohnehin dominante Sportarten wie den Männerfußball konzentrieren.

Die Anzahl der Quellen und damit die Recherche-Transparenz stellt einen zentralen Qualitätsparameter (H4) dar. Der Rückgang quellenloser Artikel von 37,3 Prozent auf 28,2 Prozent und ein Plus bei Artikeln mit zwei Quellen (+5,7 %) belegen gestiegene Transparenzstandards und widersprechen früheren Befunden (Cassidy 2017; Ihle 2018; Ramon 2016; Weedon et al. 2018). Professionalisierte Redaktionsroutinen und gestiegene Nachvollziehbarkeitserwartungen fördern diese Entwicklung. Für eine weitergehende Qualitätsbewertung ist angesichts der wachsenden Bedeutung von institutionellen Owned-Media-Kanälen sowie Social-Media-Aktivitäten von (Sport-)Influencern zu fragen, ob eine hinreichende Pluralität von Positionen (auch außerhalb des Sports) besteht, oder ob die ohnehin dominanten Akteur:innen zu Wort kommen.

Die Ergebnisse widerlegen die Annahme der Gendergerechtigkeit im deutschen Sportjournalismus (H5) klar: Der Frauenanteil unter Autor:innen sank von 9,2 Prozent (2011) auf 5,9 Prozent (2021). Dies scheint immer noch auf strukturelle Barrieren sowie die Arbeitsbedingungen zurückzuführen zu sein. Der Befund korreliert mit anderen nationalen oder auch internationalen Studien (Beck et al. 2019; Eagleman 2015; Ihle 2018; McEnnis 2020; Wöhrer & Jungblut 2022), die ebenfalls Defizite in der Sportberichterstattung von und über Frauen feststellen konnten. Die Ergebnisse werfen Fragen zur Gleichstellung im Sportjournalismus auf und deuten auf einen Handlungsbedarf in diesem Bereich hin. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, inwiefern redaktionelle Diversitätsstrategien, familienfreundlichere Arbeitszeitmodelle oder Förderprogramme für Journalistinnen im Sportressort geeignet sind, diese strukturellen Ungleichheiten zu reduzieren. Zugleich bleibt offen, wie sich der niedrige Anteil von Autorinnen auf Themenwahl, Darstellung von Athletinnen und die Sichtbarkeit geschlechtsspezifischer Problemlagen im Sport auswirkt.

Die Forderung nach einer Qualitätsverbesserung der Sportberichterstattung wird umso bedeutsamer, wenn man die aktuellen Herausforderungen durch die Digitalisierung an den Sportjournalismus betrachtet. Rojas-Torrijos und Nölleke (2023) belegen die wachsende Konkurrenz und „blurring boundaries“ zu anderen Feldern durch verschiedene Akteur:innen wie Influencer:innen, Vereinsjournalist:innen oder Fanblogger:innen und weisen auf die Bedeutung journalistischer Qualität für den Erhalt des Systems in Zukunft hin. In einem konvergenten Medienumfeld droht andernfalls eine weitere Erosion der Unterscheidbarkeit

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

zwischen professionellem Journalismus, PR und Laienkommunikation, was zentrale Funktionen wie Kritik, Kontrolle und unabhängige Information gefährden kann. Ein Beleg für diese kritische Entwicklung scheint auch das offenbar wachsende Feld des Transferjournalismus zu sein, die Berichterstattung über Transfergerüchte ist jedoch (bisher) weitgehend online und im TV (bspw. Sky Transfer News) zu beobachten und kann daher mit den Daten dieser Studie nicht hinreichend bewertet werden (vgl. Vögele 2018).

Die hier dokumentierten Entwicklungen – leichte Qualitätsgewinne bei Visualisierung, Darstellungsformen, Eigenleistung und Quellentransparenz bei gleichzeitiger Persistenz von Fußballzentrierung und Geschlechterungleichheit – markieren damit nur einen Zwischenschritt in einem längerfristigen Transformationsprozess, der politisch, ökonomisch und professionell aktiv gestaltet werden muss. Im Grunde zeigen die Ergebnisse des ISPS 2021 einen paradoxen Befund: Wir sehen eine in vielen Teilen gesteigerte Qualität in der Sportberichterstattung bei gleichzeitiger ökonomischer Krise der Printmedien. Die Ergebnisse fordern eine Neubewertung des „toy department"-Narrativs.

Zu ähnlichen Ergebnissen kommen auch andere nationale Auswertungen von Daten des ISPS 2021 in Australien (English et al. 2023), in Südafrika (Chari et al. 2022) und für China, Slowenien und die USA (Ličen et al. 2025). Für den weltweiten Vergleich zeigen Horky et al. (2025), dass die durchaus ambivalente Situation in Deutschland der Entwicklung im Sportjournalismus weltweit zu verzeichnen ist. Ein Einfluss durch Digitalisierung und soziale Netzwerke ist nachweisbar, wenngleich die Potenziale von digitalen Medien selten ausgeschöpft werden, denn es ist vor allem ein „Copy-and-Paste" von Inhalten der Printmedien festzustellen (Seeger et al. 2023).

Wie soll die Forschungsfrage nach der Qualität von Sportjournalismus final beantwortet werden? Auf jeden Fall ist beim Vergleich der ISPS-Daten von 2011 mit der neuen Studie von 2021 eine Veränderung der Qualität vor allem hinsichtlich des Kriteriums der Vielfalt nachweisbar. Grundsätzlich scheinen in vielen Fällen (zumindest die deutschen) Tageszeitungen ihrer journalistischen Aufgabe deutlich besser nachzukommen als noch zehn Jahre zuvor. Bei allen Schwierigkeiten und vor dem Hintergrund der genannten Herausforderungen bleibt es eine wichtige Aufgabe, die weitere Entwicklung wissenschaftlich zu verfolgen.

9. Limitationen

Die Analyse der deutschen ISPS 2021-Daten liefert Einblicke in die Qualitätsentwicklung der Sportberichterstattung, weist jedoch zentrale Limitationen auf. Die Datenerhebung erfolgte unter Pandemiebedingungen (April bis Juni 2021), wodurch die Themenagenda und Berichterstattungsmuster – etwa durch die verschobene Fußball-EM 2020 – zeitlich verzerrt sein können, trotz statistischer Bereinigungen. Wintersport-Disziplinen konnten im Untersuchungszeitraum nicht berücksichtigt werden, was die Ergebnisse bezüglich der Sportarten beeinflusst.

Das Sample umfasst acht Tageszeitungen unterschiedlicher Typen – überregionale, regionale und Boulevardtitel. Dabei ergeben sich leichte Einschränkungen im Direktvergleich, da nicht für alle Titel entsprechende Vergleichsdaten aus früheren ISPS-Erhebungen vorlagen. Dies ist aus forschungsökonomischen Gründen erklärbar. Die Untersuchung basiert zudem auf vier künstlichen Wochen und einer begrenzten Datenmenge, lässt jedoch hinreichende Aussagen zu. Der Fokus auf die Printberichterstattung verengt die Aussagefähigkeit der Ergebnisse zwar für andere Medienformen, wenngleich die Vergleichbarkeit zur früheren Studie sowie das „Qualitätsversprechen" gerade der Printmedien gleichwohl aussagefähige Daten für die Entwicklung des Sportjournalismus hervorbringen konnten.

Die Studie operationalisiert Qualität vorwiegend angebotsseitig über inhaltsanalytische Kriterien; rezipientenseitige Wahrnehmungen bleiben ausgeblendet. Damit kann die Dis-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

krepanz zwischen journalistischem Qualitätsanspruch und Publikumsresonanz, etwa bei narrativen Formaten oder Quellentransparenz, nicht abschließend bewertet werden.

Literatur

Arnold, K. (2008). Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept. *Publizistik, 53*(4), 488–508. https://doi.org/10.1007/pl00022233

Arnold, K. (2009). *Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum*. Konstanz: UVK.

Arnold, K. (2016). Qualität des Journalismus. In: M. Löffelholz, & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 551–563). Wiesbaden: Springer VS.

Bachmann, P., Eisenegger, M., & Ingenhoff, D. (2022). Defining and Measuring News Media Quality: Comparing the Content Perspective and the Audience Perspective. *The International Journal of Press/Politics, 27*(1), 9–37. https://doi.org/10.1177/1940161221999666

Beck, D., Schmid, L., & Suvajac, J. (2019). Nationale Skistars in den Schweizer Printmedien. *Medien-Journal*, *43*(1), 65–82.

Beils, M. (2023). *Sportjournalismus: Formate und Produkte in Zeiten von Digitalisierung und Globalisierung*. Wiesbaden: Springer VS.

Bölz, M. (2018*). Sportjournalistik*. Wiesbaden: Springer VS.

Bucher, H.-J. (2003). Journalistische Qualität und Theorien des Journalismus. In: H.-J. Bucher, & K. D. Altmeppen (Hrsg.), *Qualität im Journalismus. Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle* (S. 11–34). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Burk, V. (2015). Zur Verantwortung der Massenmedien und des Sportjournalismus im Spitzensport. In: J. Born, & T. Gloning (Hrsg.), *Sport, Sprache, Kommunikation, Medien* (S. 81–91). Gießen: Gießener elektronische Bibliothek.

Cassidy, W. P. (2017). Inching Away from the Toy Department: Daily Newspaper Sports Coverage of Jason Collins' and Michael Sam's Coming Out. *Communication & Sport, 5*(5), 534–553. https://doi.org/10.1177/2167479516642205

Chari, T., Horky, T., Nieland, J.-U., Seeger, C., & Bigl, B. (2022). Sports in African Print Media: Quality Journalism or Toy Department? A Comparison of the South African Results from the 2011 and 2021 International Sports Press Survey. *Asian Journal of Sport History & Culture, 1*(3), 286–306. https://doi.org/10.1080/27690148.2023.2200752

Coche, R., & Bell, T. R. (2024). Front-page prominence and newspaper ownership: Examining US women's national team coverage after 2015 and 2019 World Cup victories. *Journalism*, *5*(3), 710–728. https://doi.org/10.1177/1464884923116272

Cosell, H., & Bonventre, P. (1985*). Never Played the Game*. New York: William Morrow & Co.

Costera Meijer, I. (2020). Understanding the Audience Turn in Journalism: From Quality Discourse to Innovation Discourse as Anchoring Practices 1995–2020. *Journalism Studies, 21*(16): 2326–2342. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1847681

Drepper, D., & Nieland, J. -U. (2011). Die dunkle Seite des Sports. Korruption und Sportjournalismus. *Journalistik Journal, 14*(2), 26–27.

Eagleman, A. N. (2015). Constructing Gender Differences: Newspaper Portrayals of Male and Female Gymnasts at the 2012 Olympic Games. *Sport in Society, 18*(2), 234–247. https://doi.org/10.1080/17430437.2013.854509

Eggers, E. (2009). Geschichte des Sportjournalismus. In: T. Horky, T. Schauerte, J. Schwier, & DFJV (Hrsg.), *Sportjournalismus* (S. 15–26). Konstanz: UVK.

English, P., Horky, T., Nieland, J-U., & Seeger, C. (2023). Organizational Gatekeeping in Australian Sports Journalism: A Longitudinal Study of Three Newspapers. *Australian Journalism Review, 45*(2), 181–199. https://doi.org/10.1386/ajr_00131_1

Görner, F. (1995). *Vom Außenseiter zum Aufsteiger. Ergebnisse der ersten repräsentativen Befragung von Sportjournalisten in Deutschland*. Berlin: Vistas.

Hagen, L. M. (1995). *Informationsqualität von Nachrichten: Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Hahn D., & Degen M. (2018). Boulevardisierung im Sportressort? *Journal für Sportkommunikation und Mediensport, 3*(2), 131–145.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Hanitzsch, T., Hanusch, F., Lauerer, & Slavtcheva-Petkova, V. (Eds.) (2025). *Journalism Under Duress: Worlds of Journalism Study Report (Wave 3: 2021–2025).* Munich: WJS Center. https://doi.org/10.5282/ubm/epub.128812

Hardin, M., Dodd, J. E., Chance, J., & Walsdorf, K. (2004). Sporting Images in Black and White: Race in Newspaper Coverage of the 2000 Olympic Games. *Howard Journal of Communications, 15*(4), 211–227.

Hardin, M., Zhong, B., & Whiteside, E. (2009). Sports Coverage: "Toy Department" or Public-Service Journalism? The Relationship between Reporters' Ethics and Attitudes toward the Profession. *International Journal of Sport Communication*, *2*(3): 319–339. https://doi.org/10.1123/ijsc.2.3.319

Hasebrink, U., Beaufort, M., & Oehmer-Pedrazzi, F. (2021). Qualität von Nachrichtenmedien im Dreiländervergleich. Zusammenhänge nutzungs- und angebotsbezogener Kriterien. *Media Perspektiven,* (9), 450–460.

Horky, T. (2010). Contents and Patterns of Construction of Sports Coverage in the Press. Results from a Cross-National Comparative Study. *European Journal for Sport and Society, 7*(3–4), 265–282. https://doi.org/10.1080/16138171.2010.11687862

Horky, T., & Nieland, J.-U. (Eds.) (2013). *International Sports Press Survey 2011.* Norderstedt: BoD.

Horky, T., Nieland, J.-U., & Seeger, C. (2025). The Toy Department Has Grown Up: The 2021 International Sports Press Survey (ISPS) in Comparison to the 2011 Survey. *Journalism and Media, 6*(2): 81. https://doi.org/10.3390/journalmedia6020081

Ihle, H., & Nieland, J.-U. (2019). Die Tour de France und die Medien – Annäherung an den Sportjournalismus im Zeitalter der Medialisierung. In: F. Leinen (Hrsg.), *Vélomanie – Facetten des Radsports zwischen Mythos und Ökonomie* (S. 181–212). Bielefeld: Transcript.

Ihle, H. (2013). Lokale Sportberichterstattung in Köln. Spiegelt sich die Vielfalt der Kölner Sportlandschaft in den lokalen Medien wider? *Impulse, 18*(2): 6–15.

Ihle, H. (2016). Sport und Medien. Bestandsaufnahme des Forschungsfeldes. *Communicatio Socialis*, *49*(2), 134–152.

Ihle, H. (2018). Im Abseits oder aus der Tiefe des Raumes – Wie vielfältig berichtet das Fernsehen über regionales Sportgeschehen? Eine Analyse der Sport-Magazinsendungen in MDR, NDR und WDR. *Publizistik*, *63*(1), 97–123.

Jiang, Q. (2013). Celebrity Athletes, Soft Power and National Identity: Hong Kong Newspaper Coverage of the Olympic Champions of Beijing 2008 and London 2012. *Mass Communication and Society*, *16*(6), 888–909.

Leyendecker, H. (2006). Klebrige Nähe: Anmerkungen zur Korruption im modernen deutschen Sportjournalismus. In: J. Weinreich, & J. S. Andersen (Hrsg.), *Korruption im Sport: Mafiose Dribblings, organisiertes Schweigen* (S. 228–240). Berlin: Vistas.

Ličen, S., Huang, L., Xiao, B., & Bi, X. (2025). Newspaper Coverage of Sport in China, Slovenia and the United States. *Asian Journal of Sport History & Culture*, *4*(1), 100–123. https://doi.org/10.1080/27690148.2025.2459709

Loosen, W. (1998). *Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung.* Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

Loosen, W., & Ravenstein, M. (2000). Sportberichterstattung im Fokus der Nachrichtenwertforschung. Fußball-WM '98 und Sport in der Printmedienberichterstattung. In: A. Schorr (Hrsg.), *Ergebnisse der Publikums- und Wirkungsforschung* (S. 191–204). Opladen/Wiesbaden: VS.

Masini, A., & Van Aelst, P. (2017). Actor Diversity and Viewpoint Diversity: Two of a Kind? *Communications*, *42*(2), 107–126. https://doi.org/10.1515/commun-2017-0017

Masuch, M., & Butryn, T. M. (2013). Writing About Fighting. A Critical Content Analysis of Newspaper Coverage of The Ultimate Fighting Championship from 1993–2006. *Journal of Sports Media*, *8*(1), 19–44.

McEnnis, S. (2020). Toy Department within the Toy Department? Online Sports Journalists and Professional Legitimacy. *Journalism*, *21*(10), 1415–1431. https://doi.org/10.1177/1464884918797613

McEnnis, S. (2022). *Disrupting Sports Journalism*. Oxon: Routledge.

McQuail, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.

MEEDIA (o. J.). *AGMA veröffentlicht erstmals Print-Digital-Reichweiten für Tageszeitungen*. https://www.meedia.de/analysen/neue-konvergenzdaten-agma-veroeffentlicht-erstmals-print-digital-reichweiten-fuer-tageszeitungen-e70f774823e4a4a8b1d9a610adc5eda3 [30.03.2026].

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Neuberger, C., & Kapern, P. (2013). Qualität im Journalismus – Was ist Qualität? Und wie wird sie gemessen und gesichert? In: C. Neuberger, & P. Kapern (Hrsg.), *Grundlagen des Journalismus* (S. 114–145). Wiesbaden: Springer.

Nieland, J.-U. (2023). Agenda Cutting im Sportjournalismus – Anmerkungen zu einem strukturellen Problem. In: H. Haarkötter, & J.-U. Nieland (Hrsg.), *Agenda Cutting. Wenn Themen von der Tagesordnung verschwinden* (S. 453–474). Wiesbaden: Springer VS.

Paus-Hasebrink, I., & Hasebrink, U. (2024). Mediengebrauchsforschung. Ein praxeologisch gerahmter Aufriss des Forschungsfelds, das früher Publikums- und Rezeptionsforschung genannt wurde. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 72*(4), 359–376. https://doi.org/10.5771/1615-634X-2024-4-359

Perreault, G., & Bell, T. (2022). Towards a "Digital" Sports Journalism: Field Theory, Changing Boundaries and Evolving Technologies. *Communication & Sport*, *10*(3), 398–416. https://doi.org/10.1177/2167479520979958

Pöttker, H. (2000). Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: M. Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (S. 375–390). Wiesbaden: Springer.

Rager, G. (1994). Dimensionen der Qualität. Weg aus den allseitig offenen Richter-Skalen? In: G. Bentele, & K. R. Hesse (Hrsg.), *Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl* (S. 189–210). Konstanz: UVK.

Ramon, X. (2016). Challenging Gender Inequalities or Reinforcing Old Stereotypes? The Coverage of Sportswomen in the British, American and Spanish Quality Press during the London 2012 Olympics from the Lens of Journalism Ethics. *Textual & Visual Media*, *9*, 73–94.

Rehbach, S. (Hrsg.) (2024). *Sport in audiovisuellen Medien. Entwicklungen, Strategien, Inszenierungen.* Wiesbaden: Springer VS.

Reineck, D. (2024). Qualität des Journalismus. In: M. Löffelholz, & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 541–554). Wiesbaden: Springer.

Riedl, A. A. (2024). *Nachrichtenqualität als journalistischer Prozess. Demokratietheoretisch fundierte Performanz zwischen Wollen, Sollen und Können.* Köln: Herbert von Halem.

Rojas-Torrijos, J. L., & Nölleke, D. (2023). Rethinking Sports Journalism. *Journalism and Media, 4*(3), 853–860. https://doi.org/10.3390/journalmedia4030053

Röper, H. (2022). Zeitungsmarkt 2022: Weniger Wettbewerb bei steigender Konzentration. *Media Perspektiven,* (6), 295–318.

Rowe, D. (2007). Sports Journalism: Still the "Toy Department" of the News Media? *Journalism, 8*(4), 385–405. https://doi.org/10.1177/1464884907078657

Rowe, D. (2013). The State of the Sports Press: Reflections on an International Study. In: P. M. Pedersen (ed.), *Routledge Handbook of Sport Communication* (S. 165–77). Abingdon and Oxfordshire: Routledge.

Ruß-Mohl, S., Schultz, T., & Koufogiorgos, K. (2023). *Journalismus: Das Lehr- und Handbuch* (4., komplett überarbeitete Auflage). Köln: Herbert von Halem.

Schaffrath, M. (2002). Sportjournalismus in Deutschland. In: J. Schwier (Hrsg.), *Mediensport. Ein einführendes Handbuch* (S. 7–26). Schorndorf: Schneider.

Schaffrath, M. (2019). Sprachliche Qualitätskriterien der Fußball-Live-Kommentierung im TV. Eine inhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel ausgewählter Spiele bei der EURO 2016. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, *67*(3), 294–318. https://doi.org/10.5771/1615-634x-2019-3-294

Schaffrath, M. (2024). Journalismus und Sport. In: M. Löffelholz, & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 817–831). Wiesbaden: Springer.

Schallhorn, C., & Nölleke, D. (2024). Publikumserwartungen an den Sportjournalismus: Ansprüche der Sportrezipient:innen und mögliche Anpassungsprozesse bei Sportjournalist:innen. In: J. Wiske (Hrsg.), *Professionelle Sportkommunikation. Anforderungsprofile, Erwartungshaltungen und Spannungsfelder* (S. 219–237). Wiesbaden: Springer.

Schatz, H., & Schulz, W. (1992). Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methode zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. *Media Perspektiven*, (11), 690–712.

Schmalenbach, H. (2012). *Qualität im Sportjournalismus: Entwicklung eines Konzepts zur Beurteilung des Sportressorts im Print*. München: Sportverlag.

Scholl, A., & Weischenberg, S. (1998). *Journalismus in der Gesellschaft.* Opladen: Westdeutscher Verlag.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Schultz-Jørgensen S. (2005). The World's Best Advertising Agency: The Sports Press. *Mandag Morgen*. http://www.playthegame.org/upload/sport_press_survey_english.pdf [01.04.2026].
Seeger, C., Horky, T., Nieland, J.-U., & English, P. (2023). Social Media Publishing Strategies of German Newspapers: Content Analysis of Sports Reporting on Social Networks by German Newspapers – Results of the 2021 Social Media International Sports Press Survey. *Journalism and Media, 4*(2), 599–611. https://doi.org/10.3390/journalmedia4020038
Stark, B., Riedl, A., Eisenegger, M., Schneider, J., Udris, L., & Jandura, O. (2021). Qualität des politischen Nachrichtenangebots. *Media Perspektiven,* (9), 430–449.
Starkman, D. (2010, September 14). The Hamster Wheel. Why Running as Fast as We Can is Getting Us Nowhere. *Columbia Journalism Review.* https://www.cjr.org/cover_story/the_hamster_wheel.php [30.03.2026].
Udris, L., Stark, B., Magin, M., Jandura, O., Riedl, A., Klein, M., Furrer, N., & Parilla Guix, R. (2023). Vielfalt in den Nachrichten. Ein Vergleich digitaler und analoger Angebote von öffentlich-rechtlichen Medien und Tageszeitungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 71*(1–2), 61–84. https://doi.org/10.5771/1615-634x-2023-1-2-61
Urban, J., & Schweiger, W. (2014). News Quality from the Recipients' Perspective. *Journalism Studies*, 15(6), 821–840. https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.856670
Vincent, J., Kian, E., & Pedersen, P. M. (2011). Flying the Flag: Gender and National Identity in English Newspapers during the 2006 World Cup. *Soccer & Society*, 12(5), 613–632.
Vögele, C. (2018). Gerüchteküche Transfermarkt: Ein Vergleich von Online-Berichterstattung und Fandiskussionen über Transfergerüchte im deutschen Profifußball. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport, 3*(1), 27-50. https://doi.org/10.25968/JSkMs.2018.1.27-50
Vögele, C., & Seeger, C. (2020). Von der ereigniszentrierten 1:0-Berichterstattung zu mehr Hintergrund und Vielfalt? Eine Inhaltsanalyse der Lokalsportteile in drei Regionalzeitungen im Großraum Stuttgart in den Jahren 1977, 1997 und 2017. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport*, (*5*), 31–47. https://doi.org/10.11585/jskms.2020.1-2.31-47
Vogler, D. (2021). Sportberichterstattung in Schweizer Nachrichtenmedien. Eine vergleichende Analyse aus einer normativen Qualitätsperspektive von 2011–2019. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport. Online First*. https://openjournals.hs-hannover.de/jskms/article/view/150 [30.03.2026].
Voigt, J. (2016). *Nachrichtenqualität aus Sicht der Mediennutzer. Wie Rezipienten die Leistung des Journalismus beurteilen können.* Wiesbaden: Springer VS.
von Engelbrechten-Ilow, H. (2023). *Was läuft da schief im Journalismus? Warum es mit den Medien bergab geht und wie man ihnen aufhelfen kann.* Köln: Herbert von Halem.
Vowe, G., & Dohle, M. (2016). Sportkommunikation und Mediensport im Wandel. Grundzüge eines Forschungsprogramms für die Sportkommunikationsforschung. *Journal für Sportkommunikation und Mediensport*, 1(0), 2–13.
Weedon, G., Wilson, B., Yoon, L., & Lawson, S. (2018). Where's All the 'Good' Sports Journalism? Sports Media Research, the Sociology of Sport, and the Question of Quality Sports Reporting. *International Review for the Sociology of Sport, 53*(6), 639–667. https://doi.org/10.1177/1012690216679835
Weischenberg, S. (1976). *Die Außenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus.* Bochum: Brockmeyer.
Wöhrer, A., & Jungblut, M. (2022). Sportarten im Aufstiegskampf? Eine Analyse der Vielfältigkeit und der Struktur der sportjournalistischen Berichterstattung der Tagesschau. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 70*(4), 404–422. https://doi.org/10.5771/1615-634x-2022-4-404
Zimmermann, M. H., Tamir, I., Ihle, H., Nieland, J.-U., & Tang, J. (2024). International Perspectives on the State of Print Sport Media. In: P. M. Pedersen (Ed.), *Routledge Handbook of Sport Communication* (2nd) (S. 210–222). London: Routledge.

© Christof Seeger / Jörg-Uwe Nieland / Thomas Horky

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Werkzeug, Assistenz oder Partner*in?

Nutzungspraktiken von ChatGPT und anthropomorphisierende Rollenzuschreibungen

Anastasia Glawatzki / Paula Jung*

Bisherige Forschung zeigt, dass mit der Nutzung von künstlicher Intelligenz (KI) oft eine Anthropomorphisierung einhergeht, die sich u. a. in der Zuschreibung von vermenschlichenden Rollen an diese äußert. Allerdings wurde Anthropomorphisierung bisher selten im Kontext von generativer KI untersucht, die sich durch ihren kommunikativen Charakter von anderen KI-Formen unterscheidet und durch ihre zunehmende Nutzung eine erhöhte gesellschaftliche Relevanz erlangt. Die vorliegende qualitative Studie analysierte, wie Studierende der Kommunikationswissenschaft und Informatik als Early Adopter generative KI nutzen und welche anthropomorphisierenden Rollen sie ChatGPT zuschreiben. Die Ergebnisse zeigen, dass Studierende ChatGPT insbesondere zur Produktivitätssteigerung und Ideenfindung nutzen, was sich auf die Zuschreibung der Rollen auswirkt. Während die meisten Studierenden ChatGPT in der bewussten Reflexion als Werkzeug oder Assistenz einstufen, zeigt sich in unbewussten Nutzungspraktiken auch eine partnerschaftliche Rollenwahrnehmung. Diese Erkenntnisse erweitern theoretisch das duale Modell der Anthropomorphisierung und verweisen gesellschaftlich darauf, dass die Bewusstwerdung über die Widersprüche in der (Nicht-)Anthropomorphisierung dazu beitragen kann, KI-Kompetenz zu fördern.

Tool, Assistant, or Partner?

Use Practices of ChatGPT and Anthropomorphizing Role Attributions

Previous research shows that the use of artificial intelligence (AI) is often accompanied by anthropomorphization, manifested, for example in the attribution of human-like roles to AI systems. However, anthropomorphization has rarely been studied in the context of generative AI—a crucial research gap given its increasing use and communicative character, distinguishing it from other forms of AI. This qualitative study analyzes how communication studies and computer science students—as early adopters of generative AI—use this technology and which anthropomorphising roles they attribute to ChatGPT. The results show that students use ChatGPT primarily to boost productivity and generate ideas, which influences their attribution of anthropomorphizing roles to this technology. While most students consciously classify ChatGPT as a tool or as assistance, their implicit use practices reveal a perception of it as a partner. These findings extend the dual model of anthropomorphization. From a societal perspective, they suggest that raising awareness of contradictions in (non-)anthropomorphization may promote AI literacy.

Keywords: anthropomorphism, use practices, role attribution, generative AI, ChatGPT

1. Einleitung

Im November 2022 stellte OpenAI mit ChatGPT einen Konversations-Chatbot vor, der auf Basis des Generative Pre-trained Transformer-Sprachmodells menschenähnlichen Text generiert (OpenAI, 2022). Während es bereits zuvor Sprachmodelle wie Googles BERT (Dev-

* Anastasia Glawatzki, M A., Universität Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9–14, 48143 Münster, Deutschland, anastasia.glawatzki@uni-muenster.de, https://orcid.org/0009-0005-0269-1719;
Paula Jung, M. A., Universität Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9–14, 48143 Münster, Deutschland, pjung@uni-muenster.de, https://orcid.org/0009-0005-6922-2554.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

lin et al., 2019) und OpenAIs GPT gab (Radford et al., 2018), führte erst die Verbindung eines Sprachmodells mit einem Chatbot durch OpenAI zu einer breiteren gesellschaftlichen Auseinandersetzung mit generativer KI (Delcker, 2023, Abs. 1).

Generative KI basiert auf Large Language Models (LLM), die Bender et al. (2021) als „systems which are trained on string prediction tasks" (S. 611) definieren. Nutzende eignen sich diese Systeme aktiv an und anthropomorphisieren sie dabei oftmals, schreiben ihnen also menschliche Fähigkeiten und Eigenschaften zu. Während die Anthropomorphismusforschung in den Disziplinen der KI und Robotik eine lange Historie hat (Überblick bei Marquardt, 2017), wurde die Anthropomorphisierung von generativer KI bisher wenig erforscht. Allerdings unterscheidet sich generative KI von anderen KI-Formen durch ihr Kontextverständnis und ihre konversationale Interaktivität (Ng et al., 2025, S. 1). Sie machen generative KI zu einem kommunikativen Gegenüber – einer „kommunikativen KI", die nicht nur menschliche Kommunikation vermittelt, sondern auch selbst menschenähnlich kommuniziert (Guzman & Lewis, 2020; Hepp et al., 2023). Diese menschenähnliche Kommunikation kann die Anthropomorphisierung von generativer KI beeinflussen.

Konkret lässt sich eine Anthropomorphisierung von generativer KI in Rollenzuschreibungen an diese untersuchen. Während potenziell alle Nutzer*innen generative KI vermenschlichen können, sind Studierende als Early Adopter (Mogavi et al., 2024) für die Forschung besonders interessant: darunter v. a. Studierende der Informatik und Kommunikationswissenschaft (KoWi), da sie sich mit generativer KI als Gegenstand ihres Studiums beschäftigen. Die vorliegende Studie verfolgte daher die Forschungsfrage: Wie eignen sich Studierende der Informatik und KoWi generative KI in Nutzungspraktiken an und welche anthropomorphisierenden Rollen schreiben sie dieser zu? Um diese Frage zu beantworten, führten wir eine qualitative Studie durch, in der wir Leitfadeninterviews mit einer modifizierten Walkthrough-Methode bei Studierenden der Informatik und KoWi triangulierten. Die Ergebnisse zeigen, dass Studierende ChatGPT insbesondere zur Produktivitätssteigerung und Ideenfindung nutzen, was sich auf die Zuschreibung der Rollen auswirkt. Während die meisten Studierenden ChatGPT in der bewussten Reflexion als Werkzeug oder Assistenz einstufen, zeigt sich in unbewussten Nutzungspraktiken auch eine partnerschaftliche Rollenwahrnehmung.

2. Forschungsstand

Die vorliegende Studie lässt sich in der Nutzungsforschung verorten. Aufgrund des Forschungsinteresses werden im Folgenden die Konzepte und der Forschungsstand zu den Nutzungspraktiken und zur Anthropomorphisierung von KI erläutert.

2.1 Nutzungspraktiken von generativer KI

Die theoretische Auseinandersetzung mit sozialen Praktiken hat ihren Ursprung in der Soziologie (siehe Bourdieu, 1977; Giddens, 1979). Praktiken werden dort als räumlich-zeitlich ausgedehnte Handlungsmanifeste sowie als Durchführung von Handlungen verstanden (Schatzki, 1997, S. 285). Sie bestehen aus miteinander verflochtenen Tätigkeiten in einem sozialen Bereich, wobei ihre Bestandteile nur in Verbindung mit anderen existieren (ebd.). Auch in der Kommunikations- und Medienwissenschaft hat die Analyse von Nutzungspraktiken verschiedener Medien eine lange Tradition (z. B. Couldry, 2004; Lünenborg & Raetzsch, 2018; Paus-Hasebrink & Hasebrink, 2024). Nach Pentzold et al. (2024, S. 8–9) sind Medien in einer digitalisierten Gesellschaft nicht nur Werkzeuge, sondern können als grundlegende Bedingungen sozialen Handelns betrachtet werden. Die Besonderheit von Medienpraktiken liege darin, „dass die damit verknüpften Praktiken zuerst kommunikative

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Praktiken sind" (Pentzold et al., 2024, S. 37). Diese kommunikativen Praktiken werden auch bei generativer KI relevant. Dabei entstehen durch die Nutzung von generativer KI neue Nutzungspraktiken wie beispielsweise Prompting sowie Kurations- und Selektionspraktiken (Pentzold et al., 2024, S. 89).

Der Forschungsstand zu den Nutzungspraktiken generativer KI von Studierenden beschäftigt sich unter anderem mit den Einsatzfeldern, studiengangsspezifischen Unterschieden sowie Vor- und Nachteilen der Nutzung. Diese Aspekte sollen im Folgenden beleuchtet werden.

Die Einsatzfelder von KI im Hochschulkontext reichen von der Entwicklung einer Idee über die Literaturrecherche, das Schreiben und die Überarbeitung von Texten bis hin zur Generierung von Code (Buruk, 2023, S. 146–149; Hüsch et al., 2024, S. 11–12; von Garrel et al., 2023, S. 27). Ferner wird KI im akademischen Kontext zur Informationsbeschaffung, beim Lernen, zur Klärung von Rückfragen und Erläuterung fachlicher Inhalte sowie zur Steigerung der Aufgabeneffizienz und -organisation genutzt (Gottschling et al., 2024, S. 130; von Garrel et al., 2023, S. 26–27). Wie aktuelle Literatur nahelegt, variieren die Einsatzfelder teils studiengangsspezifisch: Beispielsweise zeigten Hüsch et al. (2024, S. 11–12) und von Garrel et al. (2023, S. 28), dass Informatik-Studierende KI vorrangig für Programmiertätigkeiten nutzen, während Studierende der Sozialwissenschaften KI-Tools am häufigsten zur Texterstellung verwenden. Vorteile, die Studierende in der Nutzung von ChatGPT sehen, beinhalten die erwartete Zeitersparnis, Effizienzsteigerung sowie kreative Unterstützung (Assad, 2024, S. 9). Außerdem kann sich ChatGPT positiv auf die Produktivität und Motivation auswirken, da es bei der Überwindung von Schreibblockaden helfen und die Schreibzeit verkürzen kann (Buruk, 2023, S. 150).

Trotz der wahrgenommenen Vorteile im Umgang mit generativer KI erleben Nutzende auch Herausforderungen. Diese beziehen sich unter anderem auf die Ungenauigkeit und mangelnde Relevanz von KI-Outputs sowie das Risiko von Plagiaten (Assad, 2024, S. 7–10; Buruk, 2023, S. 151–152). Zudem wird die limitierte Authentizität und Originalität von KI-Outputs bemängelt (Assad, 2024, S. 9). Ergänzend kritisiert Buruk (2023, S. 151–152) die mangelnde Transparenz von KI und das Risiko der Verbreitung von Falschinformationen. Aus diesen und anderen Gründen wird die Nutzung von generativer KI im Bildungskontext kritisch hinterfragt (Kasneci et al., 2023).

Die Nutzung von generativer KI kann mit deren Anthropomorphisierung einhergehen, die für Nutzungspraktiken relevant wird. Im nächsten Schritt werden die Theorie und der Forschungsstand zur Anthropomorphisierung von generativer KI aufgearbeitet.

2.2 Anthropomorphisierung von generativer KI

Anthropomorphisierung wird in der Literatur als dynamischer Prozess gefasst, der sich in der Interaktion zwischen Menschen und Objekten vollzieht und auf verschiedenen Ebenen stattfindet (Persson et al., 2000). Dabei schreiben Menschen Objekten aufgrund von kognitiv-psychologischen Motivationen in verschiedener Stärke menschliche Eigenschaften, Fähigkeiten und Zustände zu, was wiederum ihre Erwartungen an das Objekt prägt und so die weitere Interaktion beeinflusst (Epley et al., 2007; Marquardt, 2017). Insofern fungiert Anthropomorphisierung gleichzeitig als Zuschreibung und als Interaktionsmodus. Anthropomorphisierung kann bewusst oder unbewusst erfolgen, wobei dazwischen auch Widersprüche auftreten können: Beispielsweise können Menschen Objekte unbewusst vermenschlichen, dies aber in der Reflexion verneinen (Złotowski et al., 2018, S. 703). Der Fokus auf Zuschreibung unterscheidet das Anthropomorphisierungskonzept von Agentifizierung, bei der ein Objekt durch Design handlungsfähig gestaltet wird (Dignum & Dignum, 2025), ohne, dass eine Zuschreibung von Menschlichkeit zwingend erfolgt. Eine spezifische Ausprägung

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

der Anthropomorphisierung ist die Personifizierung, bei der einem Objekt eine menschliche Identität zugewiesen wird. Wegen ihrer Nähe zueinander werden die beiden Konzepte in der Literatur zu KI oftmals gemeinsam verwendet (z. B. Hanley & Wohl, 2025; Sindoni, 2024).

Bisherige Literatur zur Anthropomorphisierung von KI-Technologien fokussiert sich auf die Auslöser und Auswirkungen der Anthropomorphisierung sowie konkrete anthropomorphisierende Zuschreibungen. Im Hinblick auf die Auslöser betonen die Arbeiten, dass Anthropomorphisierung oft durch Kommunikation getriggert wird: Dazu gehören z. B. inhaltlich relevante und akkurate KI-Outputs (Skjuve et al., 2019, S. 46), soziale und emotionale KI-Sprache (Laban, 2021, S. 308) sowie die dialogische und responsive KI-Kommunikation (Schuetzler et al., 2014, S. 10–11). Bei generativer KI sind diese kommunikativen Eigenschaften besonders ausgeprägt (Ng et al., 2025, S. 1).

Zu den Auswirkungen der Anthropomorphisierung gehören Veränderungen in der Nutzer*innenhaltung gegenüber der Technologie, wobei die Effekte umstritten sind: Während einige Arbeiten eine positivere Einstellung und höheres Vertrauen durch Anthropomorphisierung feststellen (Cheng et al., 2022, S. 10; Klein & Martinez, 2023, S. 2811), zeigen andere, dass Anthropomorphisierung ein höheres Bedrohungsgefühl in puncto Sicherheit und Privatsphäre schaffen kann (Chakraborty et al., 2024, S. 11) – ggf. damit zusammenhängend, dass Nutzende die Technologie als unabhängige Entität mit eigenen Intentionen verstehen (Lee et al., 2020, S. 936). Allerdings beeinflusst Anthropomorphisierung nicht nur die individuelle Haltung gegenüber der KI, sondern hat auch gesellschaftliche Folgen: So kritisiert Placani (2024), dass Anthropomorphisierung die moralische Einschätzung von KI sowie die Beurteilung ihrer Verantwortung und Vertrauenswürdigkeit verzerrt.

Bei den anthropomorphisierenden Zuschreibungen thematisieren Forschende beispielsweise Autonomie, Kompetenz und Intelligenz. So argumentieren Wagner und Schramm-Klein (2019, S. 9), dass Nutzer*innen KI als autonom anthropomorphisieren, wenn sie die Technologie als eigenständige und nicht nur als befehlsausführende Instanz verstehen. Als kompetent bewerten Nutzende KI laut Cheng et al. (2022, S. 6) sowie Wagner und Schramm-Klein (2019, S. 11) dann, wenn sie ihre Anfragen richtig einordnet, Informationen kombiniert, alternative Lösungen vorschlägt und Aufgaben in einem angemessenen Zeitrahmen erledigt. Diese technische Leistungserfüllung kann für Nutzende ein Signal von KI-Intelligenz sein (Laban, 2021, S. 308). Zudem kann sich die Anthropomorphisierung von generativer KI auch in der Zuschreibung von sozialen Rollen an diese äußern. Das Rollenkonzept hat Goffman (1956) ursprünglich zur Beschreibung von menschlichen Interaktionen entwickelt. Allerdings argumentieren wir, dass Menschen auch generativer KI durch Anthropomorphisierung soziale Rollen zuschreiben können, die als „set of behaviors, expectations and obligations associated with a particular position" (Sarigul et al., 2024, S. 4) verstanden werden. Die anthropomorphisierende Rollenzuschreibung wird in diesem Kontext zum Teil der Kommunikation zwischen Menschen und Maschinen, denn sie wirkt sich darauf aus, „how people understand AI in relation to themselves and themselves in relation to AI" (Guzman & Lewis, 2020, S. 77).

Während sich wenige Arbeiten schwerpunktmäßig mit Rollen von KI beschäftigt haben (Kim et al., 2023; Schweitzer et al., 2019; Tschopp et al., 2023), adressieren viele den Gegenstand am Rande anderer Forschungsfragen. Bisherige Studien widmeten sich den Rollen von KI im Allgemeinen (Alabed et al., 2022; Kim et al., 2023) oder behandelten spezifische KI-Formen wie Sprachassistenten (Kim et al., 2021; Sarigul et al., 2024), Chatbots (Chakraborty et al., 2024) oder Smart Speaker (Choi & Drumwright, 2021; Hu et al., 2022). Die Rollen von generativer KI wurden bislang jedoch selten untersucht (Chen et al., 2024; Skulmowski, 2024). In der Literatur dominieren – teils in abgewandelten Bezeichnungen

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

– die Rollen Werkzeug, Assistenz, Partner*in, Meister*in und Feind*in. Diese werden im Folgenden beschrieben.

In der Werkzeugrolle fungiert KI als technisches Instrument, dessen Funktionen Nutzende zur Erfüllung eigener Ziele einsetzen können (Chen et al., 2024, S. 2). Folglich besitzt die KI in der Wahrnehmung der Nutzenden wenig Autonomie (Kim et al., 2023, S. 8); ihren Output schreiben sie ausschließlich eigenen Fähigkeiten zu (Skulmowski, 2024, S. 13). Die KI selbst wird als emotionslos und unmenschlich verstanden und daher wenig anthropomorphisiert (Sowa et al., 2021, S. 140). Stattdessen bewerten Nutzende sie anhand ihrer Funktionalität, Effizienz und der eigenen Nutzungserfahrung (Chakraborty et al., 2024, S. 12).

Im Vergleich dazu sehen Nutzer*innen die KI in der Assistenzrolle als Ausweitung ihres eigenen Körpers (Schweitzer et al., 2019, S. 702–703) oder der eigenen Kognition (Skulmowski, 2024, S. 14). Die Beziehung bleibt hierarchisch, wobei Nutzende der KI Anweisungen geben und sie diese erfüllt (Hu et al., 2022, S. 9). Dabei scheint die KI keine spezifischen Fähigkeiten oder besondere Expertise zu benötigen (Kim et al., 2023, S. 8). Als Befehlsausführer*in wirkt sie freundlich, hilfreich, zuverlässig und serviceorientiert, allerdings nicht selbstständig (Novak & Hoffman, 2019, S. 228; Schweitzer et al., 2019, S. 702–703). In der Wahrnehmung der Nutzer*innen kann KI ihre Emotionen analysieren und sich an sie anpassen, hat aber keine eigenen Gefühle (Sowa et al., 2021, S. 140).

Die Partner*innenrolle von KI zeichnet sich durch ein egalitäres Verhältnis zu Nutzer*innen und eine als hoch bewertete KI-Autonomie aus (Wagner & Schramm-Klein, 2019, S. 8). Studien unterscheiden verschiedene Ausprägungen dieser Rolle: von einer rationalen Aufgabenorientierung (Cheng et al., 2022, S. 11; Tschopp et al., 2023, S. 10–13) über eine gleichwertige Partnerschaft (Sarigul et al., 2024, S. 1–2) bis hin zu einem freundschaftlichen Verhältnis, in dem Nutzende der KI Empathie und Emotionen zuschreiben (Sowa et al., 2021, S. 140; Whang & Im, 2021, S. 590–591) und die KI als vertraute*n, unterstützende*n und stets verfügbare*n Kommunikationspartner*in schätzen (Choi & Drumwright, 2021, S. 9).

Während die KI in den vorherigen Rollen hierarchisch unter den Nutzer*innen oder mit ihnen auf gleicher Stufe steht, wird sie in der Rolle der Meister*in als übergeordnet wahrgenommen und erscheint autonom und wirkungsfähig (Novak & Hoffman, 2019, S. 229). Missbraucht die KI aus Sicht der Nutzenden ihre Intelligenz, um sie zu besiegen (Mateus et al., 2024, S. 111–112), tritt sie in die Rolle der*des Feind*in ein und löst Misstrauen, Angst und Widerstand aus (Schweitzer et al., 2019, S. 706–707).

Da diese anthropomorphisierenden Rollenbeschreibungen aus verschiedenen KI-Kontexten stammen, stellt sich die Frage, in welcher Form sie bei generativer KI vorkommen. Darin liegt das Forschungsinteresse der Studie.

3. Methode

Die hier präsentierte Arbeit adressierte die folgende Forschungsfrage:

> *Wie eignen sich Studierende der Informatik und KoWi generative KI an und welche anthropomorphisierenden Rollen schreiben sie dieser zu?*

Dafür führten wir eine Studie durch, in der wir qualitative Leitfadeninterviews mit einer modifizierten Walkthrough-Methode triangulierten. Als Teilnehmer*innen wählten wir Studierende, da diese in Bezug auf generative KI als Early Adopter im Sinne der Diffusionstheorie (Rogers, 1962) agieren (beispielsweise konnten von Garrel et al. (2023, S. 20) in einer Befragung von Studierenden nachweisen, dass knapp zwei Drittel der Befragten KI im Studium einsetzen). Die Perspektiven von Studierenden der Informatik und KoWi sind da-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

bei besonders interessant, da sie sich in ihrem Studium mit generativer KI als Gegenstand auseinandersetzen. Mit den Studienschwerpunkten der Teilnehmer*innen adressiert das Sample zwei zentrale Aspekte von generativer KI: ihre kommunikative Funktion und technische Mechanik. Das Sample bestand aus acht Informatik-Studierenden (sechs männlich, 21–31 Jahre alt, je zur Hälfte im Bachelor und Master) und acht KoWi-Studierenden (zwei männlich, 19–40 Jahre alt, sechs im Bachelor, zwei im Master) von der Universität Münster. Neben der Fachrichtung war das Gender der Teilnehmenden ein Auswahlkriterium. Die ungleiche Gender-Verteilung spiegelt die Verteilung in den Studiengängen wider.

Die Studierenden wurden zu etwa einstündigen offenen Leitfadeninterviews (Gläser & Laudel, 2010) eingeladen. Die Interviews waren zweigeteilt. Die erste Hälfte des Interviews thematisierte die Nutzung von ChatGPT im Alltag, deren Vor- und Nachteile aus Sicht der Teilnehmenden und Vorerfahrungen (z. B. Häufigkeit der Nutzung, Fachkenntnisse). Im Anschluss wurde eine modifizierte Walkthrough-Methode angewendet, bei der die Studierenden innerhalb von 15 bis 20 Minuten zwei bis drei Aufgaben mit ChatGPT-3.5 lösten. Bei der Walkthrough-Methode handelt es sich um einen systematischen Ansatz zur Untersuchung der Erfahrung und Interaktion der Nutzer*innen mit digitalen Anwendungen (Light et al., 2018). Für den Forschungszweck der Studie wurde die Methode angepasst, sodass der Schwerpunkt auf der situativen Nutzung von ChatGPT lag. Die Teilnehmenden haben mithilfe von ChatGPT eine kreative (Sommergedicht schreiben), moralische (Trolley-Dilemma entscheiden) und optional eine formelle (Kündigungs-E-Mail schreiben) Aufgabe bearbeitet, wenn die ersten zwei Aufgaben sehr schnell erledigt wurden. Um die Perspektive der Studierenden nachzuvollziehen, wurde die Walkthrough-Methode durch die Methode des lauten Denkens (Gamboa et al., 2021) angereichert. Danach folgte der zweite Interviewteil, in dem die Walkthrough-Methode durch Fragen zu Erwartungen an ChatGPT, Gefühlen bei der Interaktion und Einschätzungen zum eigenen Prompting und zu den KI-generierten Antworten reflektiert wurde. Zudem wurden anthropomorphisierende Zuschreibungen von Geschlecht, Rollen und Kommunikationsfähigkeiten an ChatGPT erfragt. Diese Methodentriangulation von qualitativen Interviews mit der Walkthrough-Methode bot eine Möglichkeit, die Praktiken und Reflexionen der Nutzung gleichzeitig zu erfassen und miteinander zu vergleichen. Insgesamt wurden anthropomorphisierende Rollenzuschreibungen direkt aus ihren Nennungen in den Interviewantworten erschlossen sowie interpretativ aus den Nutzungspraktiken abgeleitet.

Das Interview und die Walkthrough-Methode wurden aufgezeichnet und transkribiert. Zusätzlich wurde ein Protokoll geführt, in dem zentrale Beobachtungen festgehalten wurden. Im Anschluss haben wir die Aufzeichnungen, das Protokoll und die Chats mit ChatGPT in Zusammenarbeit mit fünf weiteren Forscherinnen mit der inhaltlich-strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz und Rädiker (2022) untersucht und ausgewertet. Dafür wurden aus dem Leitfaden und der Kategorie zunächst deduktive Kategorien abgeleitet, entlang derer alle Forscherinnen arbeitsteilig die Interviews codiert haben. Dabei haben wir zuerst individuell induktive Kategorien identifiziert, die wir dann gemeinsam diskutiert und ins Kategoriensystem aufgenommen haben. Die finalen deduktiven und induktiven Haupt- und Unterkategorien strukturieren sich wie folgt: allgemeine Nutzung von ChatGPT (Nutzungskontexte, Häufigkeit der Nutzung, Kompetenz, Nutzungspraktiken), Haltung zu ChatGPT (Vertrauen, Wertschätzung, Skepsis, Unheimlichkeit, Misstrauen) und Anthropomorphismus (Gründe für Anthropomorphisierung, Bewusstheit des Anthropomorphismus, identitätsbezogene Aspekte von ChatGPT, Rolle von ChatGPT, Kommunikation). Diese Kategorien wurden klar definiert und die Definitionen während des Codierprozesses diskutiert und angepasst. Durch den regelmäßigen Austausch der Forscherinnen untereinander war es möglich, eine einheitliche Codierung zu erzielen.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Für die Präsentation der Ergebnisse wurden die Namen der Interviewten anonymisiert. Der Anfangsbuchstabe des Namens gibt Aufschluss über den Studiengang (K = KoWi, I = Informatik).

4. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Studie vorgestellt. Zunächst werden die Nutzungspraktiken der Studierenden in Bezug auf ChatGPT erläutert, bevor darauf aufbauend ihre anthropomorphisierenden Rollenzuschreibungen beschrieben werden.

4.1 Nutzungspraktiken

Die Studierenden der KoWi und Informatik eignen sich ChatGPT auf verschiedene Weisen an. Während die Studienteilnehmer*innen beider Fachrichtungen ChatGPT sowohl im universitären als auch privaten Umfeld nutzen, dominieren – anders als bei von Garrel et al. (2023) – universitäre Nutzungskontexte. Im privaten und universitären Bereich nutzen die Teilnehmenden ChatGPT als kreative*n Inspirationsgeber*in, zum Beispiel bei der Vorbereitung von Bewerbungen oder Reden. Weiterhin umfasst die universitäre Nutzung von ChatGPT die Abfrage von Definitionen, Recherche, Unterstützung beim Programmieren oder Formulierungshilfe. In diesen Kontexten heben die Studierenden beider Fachrichtungen die Produktivitätssteigerung, Zeitersparnis und Reduzierung der Arbeitsbelastung mithilfe der KI hervor, was sich mit den Erkenntnissen von Assad (2024) deckt.

Weiterhin nutzen die Studierenden beider Fachrichtungen ChatGPT – ähnlich wie bei Gottschling et al. (2024) – als „Google-Ersatz", wie Informatik-Student Ilias beschreibt. Ivana setzt ChatGPT zur Wissensgenerierung ein, „weil man einfach direkt eine Antwort auf die Frage bekommen hat, die man wollte, ohne bei Google erstmal groß zu recherchieren". Im Vergleich zu einer Suchmaschine schätzen die Studierenden die schnelleren und spezifischen Antworten der KI auf ihre Anfragen. Allerdings bewertet Ilias die Suchergebnisse kritisch: „Stimmt meistens, aber nicht immer. Und ... bietet mir nicht unbedingt mehr Wert gegenüber einem Artikel". Das stimmt mit der Kritik von Buruk (2023) überein.

In Einklang mit bisherigen Arbeiten (Hüsch et al., 2024; von Garrel et al., 2023) unterscheiden sich die universitären Nutzungspraktiken innerhalb der verschiedenen Fachrichtungen. Informatiker*innen nutzen die KI in erster Linie für Programmieraufgaben wie die Code-Interpretation. Ingo erklärt: „Ich nutze das gerne als Art Inspiration, wenn ich zum Beispiel eine Programmieraufgabe habe". Im Gegensatz dazu nutzen Studierende der KoWi ChatGPT zur Formulierung und Überarbeitung von Texten sowie zur Themen- und Ideenfindung bei wissenschaftlichen Arbeiten: „Um so ein erstes Grundgerüst zu haben, was man dann verbessern kann, finde ich das super sinnvoll", meint KoWi-Studentin Kristin. Daran anknüpfend zeigen die beobachteten Nutzungspraktiken, dass KoWi-Studierende iterativer und kreativer mit ChatGPT arbeiten, während die Prompts der Informatik-Studierenden kürzer sind.

Insbesondere Informatik-Studierende demonstrieren in den Interviews KI-Kompetenz, die sich auf ihre Nutzungspraktiken auswirkt. Beispielsweise prompten Ingo und Iris hauptsächlich auf Englisch, da sie den Output dadurch als detaillierter und zielführender bewerten. Iris erklärt, „dass es bei manchen Begrifflichkeiten leichter sein kann, eine Frage auf Englisch zu stellen und dann die englische Antwort rauszukriegen, weil die Quellen dann eher auf Englisch vorliegen und ChatGPT einfach eine bessere Datengrundlage hat." In diesem Kontext weisen Studien kritisch darauf hin, dass in und durch die Daten, mit denen ChatGPT trainiert wird, Verzerrungen entstehen (Bender et al., 2021; Brown et al., 2020).

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Auch die Haltung der Studierenden gegenüber ChatGPT prägt deren Nutzungspraktiken. Dies zeigt sich beispielhaft bei Kilian: Er erklärt, dass die Informationen von ChatGPT in der Regel korrekt seien und er sie daher nicht nachprüfe. Bei einer wertschätzenden Haltung vertrauen Studierende ChatGPT stärker und nutzen es häufiger, während sie bei einer skeptischen Haltung den Output mehr kontrollieren und die KI seltener nutzen. Eine Erklärung dafür könnte sein, dass mit dem Erfüllen des gewünschten Zwecks das Vertrauen in die KI steigt und sich dies positiv auf die zukünftige Nutzungswahrscheinlichkeit auswirkt (Baek & Kim, 2023).

Insgesamt zeigt sich, dass sich die Nutzungspraktiken von ChatGPT von Studierenden der Informatik und KoWi fachspezifisch unterscheiden, wobei beide Gruppen die KI vor allem zur Produktivitätssteigerung und überwiegend im universitären Kontext nutzen.

4.2 Rollenzuschreibungen an ChatGPT

Als anthropomorphisierende Rollenzuschreibungen an ChatGPT wurden in der Studie Werkzeug, Assistenz und Partner*in identifiziert, wobei die KI in der ersten Rolle nicht, in der zweiten gering und in der dritten stark anthropomorphisiert wird. Welche Rolle die Studierenden der KI zuweisen, hängt dabei weniger mit der Fachrichtung als mit den Nutzungspraktiken und der damit verbundenen Haltung gegenüber der KI zusammen. Gleichzeitig prägen die Rollenzuschreibungen die Haltung mit.

Die Werkzeugrolle von ChatGPT wird oftmals explizit genannt. Allerdings lässt sie sich auch implizit aus verschiedenen Beschreibungen herauslesen: So nennt Ingo die KI eine „stärkere Suchmaschine", Kira vergleicht diese mit einem Roboter und Kristin bezeichnet ChatGPT als „intelligentes Hilfsprogramm". Dabei kommt letztere Bezeichnung einer Anthropomorphisierung gleich. In dieser Rolle setzen vor allem Informatik-Studierende die KI ein, um ihre Arbeit zu vereinfachen und die Produktivität bei universitären Aufgaben zu steigern. Der Zusammenhang zwischen der utilitaristischen, insbesondere informativen Nutzungsmotivation und der Rolle von KI als Werkzeug deckt sich mit bisherigen Studien (Choi & Drumwright, 2021; Kim et al., 2023).

Auch die Eigenschaften, die Studierende ChatGPT in der Werkzeugrolle zuschreiben, stimmen mit dem Forschungsstand zu dieser Rolle überein. Ähnlich wie bei Sowa et al. (2021) kommt ChatGPT Studierenden beider Fachrichtungen nicht menschlich vor, was sie mit dem instrumentellen Nutzungskontext begründen. Beispielsweise sagt Kristin: „Wenn ich jetzt darüber nachdenke, glaube ich schon, dass es dadurch kommt, dass ich es halt nur für eine Textverarbeitung ... benutze und nicht für einen Austausch". Stattdessen bewerten die Studierenden KI – ähnlich wie bei Chakraborty et al. (2024) – anhand ihrer Funktionalität und Nützlichkeit. Isaak beschreibt es wie folgt: „Es soll einem ja schon helfen ... Und helfen kann ja alles Mögliche sein. Dass man Informationen bekommt, die man gerne hätte, dass man auf Fehler hingewiesen wird". Dieses Beispiel verdeutlicht, dass die Nutzung der KI (hier: die Textverarbeitung) das Ausmaß von deren Anthropomorphisierung mitbestimmt, und die Nicht-Anthropomorphisierung die Haltung gegenüber der Technologie (und damit auch deren weitere Nutzung) prägt.

Die geringe Anthropomorphisierung von ChatGPT zeigt sich unter anderem darin, dass die Studierenden der KI bewusst *kein* Geschlecht zuweisen. Auch die Interaktion mit der KI erleben die Teilnehmenden nicht als menschenähnlich. Mehrere Studierende heben die Asymmetrie in der Kommunikation hervor, die nur sie initiieren und jederzeit beenden können. ChatGPT generiere Antworten auf ihre Fragen, stelle jedoch keine Gegenfragen, sodass es nicht zu einem menschlichen Austausch von Gedanken und Meinungen komme: „Also bei ChatGPT ist es sehr einseitig. Ich frage was und dann klappe ich den Computer zu und dann ist es beendet. ChatGPT würde ja niemals mich was fragen", meint die Studentin

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Ivana. Diese Dynamik bringt insbesondere KoWi-Studierende dazu, die Möglichkeit der Kommunikation mit KI grundsätzlich zu hinterfragen. So schätzt Klara die Interaktion mit ChatGPT nicht als Kommunikation ein, während Kim sie zwar als solche anerkennt, aber die Hierarchie darin betont: „Klar befinde ich mich in einer höheren Position, weil, diese Kommunikation geht so lange, dass ich sage, ich habe keine Lust mehr, aber doch, es ist eine Kommunikation." Diese Beobachtung schränkt die Befunde von Schuetzler et al. (2014) insofern ein, dass responsives und dialogisches KI-Verhalten nicht zwingend die Wahrnehmung von Menschlichkeit hervorruft – insbesondere, wenn Nutzende kommunikative Machtungleichgewichte spüren. Vielmehr begünstigt eine Asymmetrie, die zugunsten der Nutzenden ausfällt, die wenig anthropomorphisierende Bewertung von ChatGPT als Werkzeug. In der Folge formulieren die Teilnehmenden ihre Prompts instrumentalistischer und nutzen häufiger die Befehlsform: „Ich habe ja einfach nur gesagt: ‚So, generiere mir ein Gedicht zum Thema Sommer.' Und so jetzt würdest du ja nicht mit einem Menschen reden, das würdest du ja anders machen, ... mit viel mehr Empathie", erklärt die Studentin Ivana. Diese Ausführungen zeigen, dass durch das technologische Design das Ausmaß und die Art der Anthropomorphisierung nahegelegt werden, was wiederum bestimmte Nutzungspraktiken begünstigt.

Weiterhin schreiben Teilnehmende ChatGPT als Werkzeug eine geringe Kompetenz zu. Beispielsweise kritisiert Ivo ChatGPT als fehleranfällig und funktional limitiert, wodurch er es als unwahrscheinlich empfindet, von der KI überholt oder ersetzt zu werden. Dies schließt die Rollen von ChatGPT als Meister*in (Novak & Hoffman, 2019) oder Feind*in (Schweitzer et al., 2019) aus, die mit einer größeren Kompetenz verbunden werden. Zudem halten die Studierenden ChatGPT nicht für autonom und übernehmen daher die alleinige Verantwortung für getroffene Entscheidungen: „Also ich würde immer noch die Verantwortung mir überlassen, weil ich benutze ja ChatGPT so als Informationsquelle, um dann eine Entscheidung zu treffen. Aber diese Entscheidung treffe ... ja immer noch ich", meint der Student Ivo. Dies passt zu den Erkenntnissen über KI-Autonomie von Wagner und Schramm-Klein (2019). Zuletzt bietet die Werkzeugrolle einen Ausgangspunkt für weitere Rollen. So fordert Ilias im Prompt bei der moralischen Aufgabe ChatGPT dazu auf, mit ihm als Diskussionspartner*in zu interagieren. Ähnlich wie bei Tschopp et al. (2023) fungiert ChatGPT hier also auch als „servant by default" (S. 14), der weitere Rollen bei Bedarf annehmen kann – allerdings ist die Basisrolle in der vorliegenden Studie Werkzeug und nicht Assistenz.

Im Unterschied zur Werkzeugrolle, bei der die Studierenden ChatGPT nicht anthropomorphisieren, findet diese Vermenschlichung bei der Assistenzrolle erstmals zu einem geringen Grad statt. Die meisten Studierenden nennen die Assistenzrolle nicht explizit, sondern umschreiben sie eher: Beispielsweise bezeichnet Katharina ChatGPT als „Stütze", Karin nennt es einen „kreative[n] Anstoß" und Kim wählt die Formulierung „Wissensgeber". Ähnlich wie in der Werkzeugrolle erwarten sie von ChatGPT als Assistenz spezifische und hilfreiche Antworten auf ihre Anfragen. Kim geht davon aus, dass die Intention von ChatGPT in der Erbringung von Hilfeleistungen liegt – eine Anthropomorphisierung, die sich mit den Erkenntnissen von Schweitzer et al. (2019) bei der Assistenzrolle deckt. Gleichzeitig zeigt dieser Aspekt den Unterschied zur Werkzeugrolle, denn in der Assistenzrolle schreiben Studierende ChatGPT – bewusst oder unbewusst – Intentionen zu. Die hierarchische Beziehung zwischen Nutzer*in und KI, die bereits in der Werkzeugrolle existiert, wird in der Assistenzrolle weitergeführt. Ähnlich wie bei Hu et al. (2022) sehen die Studierenden die Beziehung zu ChatGPT als Zusammenarbeit an, bei der sie Aufgaben an ChatGPT geben. Die präzise Formulierung der Aufgabenstellung liegt dabei ebenso in der Verantwortung der Nutzenden wie das Weiterdenken des Outputs, wie Ivana betont: „Also

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

der sagt ja mir einfach nur, welche Wege gibt es hier, und [alles Weitere] musst du selber wissen".

Genauso wie in der Werkzeugrolle weisen die Studierenden beider Fachrichtungen ChatGPT als Assistenz wenig Kompetenz und Autonomie zu. Iris vergleicht ChatGPT mit einem Praktikanten, der die Routinearbeit erledigen kann, aber noch keine Expertise besitzt: „Ich habe es ... im Praktikum einfach so erlebt, die Aufgaben, die du einem Praktikanten gibst, der erstmal kein Experte für irgendwas ist und einfach nur Fleißarbeit tätigt. Das ist ChatGPT, der unterbezahlte Praktikant im Prinzip." Diese geringe Wahrnehmung von Expertise könnte ein Grund dafür sein, dass die Teilnehmenden laut eigenen Aussagen „ChatGPT niemals entscheiden lassen", wie Kristin erklärt, sondern „die Entscheidung selber treffen", wie Iris betont. Die geringe Anthropomorphisierung der KI prägt hier die entsprechenden Anschlusshandlungen. In den beobachteten Nutzungspraktiken wird dieser harte Grundsatz jedoch etwas aufgeweicht. So fordern einige Teilnehmende bei der moralischen Dilemma-Aufgabe ChatGPT dazu auf, ihnen Tipps für ihre Entscheidung zu geben oder fragen die KI, welche Entscheidung sie selbst treffen würde. Dabei handelt es sich um unbewusste Anthropomorphisierung, die in der Reflexion negiert wird. Denn obwohl die Studierenden es wertschätzen, dass ChatGPT ihnen verschiedene moralische Perspektiven als Entscheidungsgrundlage liefert, halten sie dessen Einfluss auf sich für eher gering. So erklärt Kim, ihre Entscheidung unabhängig im Vorfeld getroffen zu haben: „Bevor ich ChatGPT gefragt hatte, hätte ich mich gleich entschieden. Ich habe nur das Gefühl, ich habe mich nochmal vergewissert und eine zweite Meinung, in Anführungsstrichen, ... bekommen."

Die Distanzierung der Studentin vom Meinungsbegriff deutet auf eine bewusste Nicht-Anthropomorphisierung der KI hin. Insbesondere die KoWi-Studierenden achten darauf, ChatGPT keine menschlichen Eigenschaften zuzuschreiben, da sie dies als gefährlich einstufen: „Ich habe da selber Angst vor und ... passe auf, ... dass man das nicht anfängt, zu stark zu fühlen", meint der Student Kilian. Andere Teilnehmende sind sich des maschinellen Charakters der KI zwar bewusst, vermenschlichen ChatGPT jedoch bewusst in ihrer Nutzung, um die Interaktion angenehmer zu gestalten oder zu vereinfachen: „Weil du ja menschlich redest, habe ich mit ChatGPT normal interagiert. Es fühlt sich natürlicher an", sagt der Student Kai. Das zeigt wieder, dass die Nutzung von generativer KI deren Anthropomorphisierung prägt.

Neben der Werkzeug- und Assistenzrolle schreiben einige Studierende ChatGPT auch eine Partner*innenrolle zu. Diese zeichnet sich durch den stärksten Anthropomorphisierungsgrad aus und lässt sich unterscheiden in die gleichwertige und die emotionale Partner*innenrolle. Wie Sarigul et al. (2024) betonen, geht die Zuschreibung einer gleichwertigen Partner*innenrolle mit sozialen Bedürfnissen und der Wahrnehmung einer sozialen Kompetenz der KI einher. Auch in der vorliegenden Studie sehen einige Informatik-Studierende ChatGPT als gleichwertige*n, kreative*n und reflektierende*n Partner*in an. Immanuel sagt über seine Beziehung zu ChatGPT: „Wir sind jetzt auf einer Wellenlinie". Ingo äußert zudem den Wunsch, dass die Gedanken der KI mit seinen eigenen übereinstimmen sollen. In den Aussagen von Immanuel und Ingo spiegelt sich die Vorstellung wider, dass ChatGPT gemeinsam mit ihnen denken soll (Wagner & Schramm-Klein, 2019), was ihre Anthropomorphisierung der KI verdeutlicht. Bei Ivana sieht die Lage anders aus: Obwohl der Output ihr den Eindruck vermittele, dass ein Mensch antworte, reflektiert sie, dass dem nicht so sei. Dies zeugt von einem Widerspruch zwischen der bewussten Nicht-Anthropomorphisierung und der unbewussten Anthropomorphisierung, die durch die Responsivität des Chatbots ausgelöst wird.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Die Studierenden der KoWi nehmen eine Gleichwertigkeit seltener wahr. Lediglich Karin empfindet ChatGPT als gleichwertige*n Partner*in, indem sie die KI einem Gespräch bei WhatsApp gleichsetzt. Kilian stellt fest, dass er sich manchmal daran erinnern muss, dass „das ... hier ein Werkzeug [ist], was du benutzt, aber du musst das nicht benutzen. Also, dass ich da schon in so einen Flow manchmal komme, dass ich das Gefühl habe, ich müsste das jetzt ... mit so einem Sparring-Partner nochmal ... abstimmen." Die Aussage von Kilian zeigt das gleichzeitige Auftreten von bewusster und unbewusster Anthropomorphisierung: Obwohl er grundsätzlich reflektiert, dass ChatGPT ein Werkzeug ist, verfällt er unbewusst in eine Anthropomorphisierung der KI als Partner*in.

Kim et al. (2023) gehen davon aus, dass die Leistungsfähigkeit von KI in partnerschaftlichen Rollen mit der von Expert*innen verglichen wird. Jedoch schätzt ein Großteil der Studienteilnehmer*innen die Leistung von KI weniger gut oder maximal gleichwertig ein. Immanuel erklärt: „Also wäre es jetzt ein Professor, würde ich auch hohe Erwartungen haben, ich würde sogar eher sagen, mehr als an ChatGPT". Durch die geringen Erwartungen an die Leistungsfähigkeit von ChatGPT lässt sich – in Einklang mit Kim et al. (2023) – die insgesamt seltene Zuschreibung von Partnerschaftlichkeit erklären.

In Bezug auf die emotionale Partnerschaft betonen die Studierenden beider Fachrichtungen, dass ChatGPT keine Emotionen besitze. Jedoch nutzen zwei Informatikstudierende ChatGPT zumindest teilweise als emotionale*n Partner*in. Während Ivana einerseits Potenzial in tieferen Gesprächen mit ChatGPT erkennt, sieht sie die KI nicht als echte*n emotionale*n Partner*in, sondern als ein Hilfsmittel zur Reflexion. Immanuel nutzt ChatGPT gelegentlich als Ersatz für emotionale Gespräche mit Menschen. Seine Nutzung von ChatGPT als Kommunikationspartner*in deckt sich mit den Ergebnissen von Choi und Drumwright (2021). Allerdings reflektiert Immanuel, dass dies keine ideale Lösung sei: „Ein Mensch ist immer noch besser zum Reden über solche komplizierten Sachen. Aber wenn man ... gerade nichts hat, dann ist das auch ganz gut". Dies steht in Einklang mit der Erkenntnis von Kim und Im (2022), der zufolge die Nutzung von KI als emotionale*r Partner*in vermehrt von einsamen und isolierten Personen in Anspruch genommen wird. Da die sozialen Bedürfnisse der Studienteilnehmer*innen im Umgang mit der KI jedoch insgesamt gering ausgeprägt sind, überwiegt die Rollenzuschreibung als Werkzeug und Assistenz.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Studierenden beider Fachrichtungen ChatGPT die Rollen Werkzeug, Assistenz und Partner*in zuschreiben, wobei die genaue Zuschreibung mit den Nutzungspraktiken und der Haltung gegenüber der KI zusammenhängt.

5. Fazit: Theoretische Implikationen der Rollenzuschreibung

Abschließend lässt sich die Forschungsfrage folgendermaßen beantworten: Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass KoWi- und Informatik-Studierende ChatGPT fachspezifisch verschieden nutzen, wobei die Nutzung zur Produktivitätssteigerung und Ideenfindung – insbesondere im universitären, aber auch im privaten Kontext – am stärksten verbreitet ist. Diese instrumentalistischen bis delegierenden Nutzungspraktiken begünstigen die Zuschreibung der Werkzeug- und Assistenzrolle an ChatGPT und stabilisieren diese geringe Anthropomorphisierung. Gleichzeitig wird eine Ambivalenz zwischen den Nutzungspraktiken und der Reflexion über diese erkennbar: In der Nutzung anthropomorphisieren die Studierenden ChatGPT tendenziell stärker durch die Zuschreibung der Assistenz- oder Partner*innenrolle an die KI. In der Reflexion über die Nutzung weisen die Studierenden ChatGPT hingegen häufiger die nicht anthropomorphisierende Werkzeugrolle zu. Somit

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

ergibt sich ein Widerspruch zwischen unbewusster Anthropomorphisierung und bewusster Nicht-Anthropomorphisierung.

Die Auseinandersetzung mit diesem Widerspruch kann sich als individuell und kollektiv produktiv erweisen. Da Anthropomorphisierung mit einer überhöhten Zuschreibung von Vertrauenswürdigkeit und Verantwortung an KI einhergehen kann (Placani, 2024), ist es wichtig zu reflektieren, wie bewusst sie erfolgt und wie handlungsleitend sie wirkt. Die Analyse von Widersprüchen in der Rollenzuschreibung kann dazu beitragen, Nutzungspraktiken mit und Haltungen gegenüber generativer KI kritisch zu hinterfragen und somit die KI-Kompetenz zu fördern.

Die Studie leistet einen vierfachen Beitrag zu den Forschungsfeldern der Anthropomorphisierung und Nutzungsforschung und bietet Anschlussmöglichkeiten für weitere Arbeiten. Erstens entwickelt sie das duale Modell der Anthropomorphisierung (Złotowski et al., 2018) weiter, indem sie die von uns vorgeschlagenen bewussten und unbewussten Typen der Anthropomorphisierung um die bewusste Nicht-Anthropomorphisierung erweitert. Zweitens verdeutlicht sie den wechselseitigen Zusammenhang zwischen Nutzungspraktiken und Anthropomorphisierung: Die Anthropomorphisierung formt die Nutzungspraktiken mit; gleichzeig prägen auch die Nutzungspraktiken selbst das Ausmaß und die Art der Anthropomorphisierung und stabilisieren diese. Somit sind beide Prozesse wechselseitig konstitutiv. Drittens macht die Studie darauf aufmerksam, dass die Anthropomorphisierung von generativer KI zwar mit anderen KI-Formen vergleichbar ist, sich aber gleichzeitig in Einzelheiten unterscheidet. So vermenschlichen die Studierenden generative KI in der Werkzeugrolle explizit nicht. Zudem wird ChatGPT keine hierarchisch höhere Position zugeordnet (Rolle als Meister*in oder Feind*in). Viertens liefert die Studie methodisch mit der Triangulation aus Leitfadeninterviews und modifizierter Walkthrough-Methode einen Vorschlag, wie die Anthropomorphisierungsformen und Ambivalenzen zwischen ihnen erfasst werden können. Zukünftige Nutzungsstudien können diese Methode nutzen, um die Anthropomorphisierung von generativer KI weiter zu untersuchen.

So wie alle Studien ist auch diese nicht frei von Limitationen. Erstens verfügen die KoWi- und Informatik-Studierenden im Sample über disziplinspezifisches Wissen über generative KI, was ihre anthropomorphisierenden Rollenzuschreibungen beeinflusst haben könnte, z. B. im Hinblick auf die Dominanz der Werkzeugrolle. Dies schränkt die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse ein. Zukünftige Studien könnten die Anthropomorphisierung von generativer KI durch Studierende anderer Fächer untersuchen, um ein differenzierteres Bild zu gewinnen.

Zweitens kann angemerkt werden, dass das verstärkte Vorkommen der Werkzeug- und Assistenzrolle und damit einhergehend das Ausbleiben der Rollen Meister*in und Feind*in auch in den gestellten Aufgaben im Rahmen der Walkthrough-Methode begründet sein kann. Diese sahen nicht vor, dass ChatGPT den Studierenden etwas beibringen musste und legten daher keine Zuschreibung einer Meister*inrolle an die KI nahe.

Drittens untersuchte die Studie anthropomorphisierende Rollenzuschreibungen an ChatGPT anhand des unimodalen Modells GPT 3.5. Mit den letzten technischen Entwicklungen wie multimodale Modelle oder dem Sprachmodus könnte die Anthropomorphisierung anders ausfallen. So wäre es z. B. möglich, dass Nutzer*innen ein freundschaftlicheres Verhältnis mit der KI entwickeln, wenn sie mit dieser wie mit einem Menschen sprechen. Dennoch kann angenommen werden, dass die grundlegenden Rollenzuschreibungen – Werkzeug, Assistenz und Partner*in – sowie die Widersprüche zwischen unbewusster Anthropomorphisierung und bewusster Nicht-Anthropomorphisierung ähnlich bleiben, da der kommunikative Charakter der KI, der als Auslöser der Anthropomorphisierung gilt

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

(Schuetzler et al., 2014; Skjuve et al., 2019; Laban, 2021), bereits beim GPT-3.5 Modell vorhanden war. Somit bietet die Studie eine Basislinie für zukünftige Forschung.

Bestätigung der Originalität

Hiermit bestätigen wir, dass wir ein Originalmanuskript einreichen, das nicht anderweitig veröffentlicht oder zur Veröffentlichung vorgelegt wurde.

Interessenskonflikte

Im Hinblick auf das vorliegende Manuskript werden keine Interessenskonflikte gemeldet.

Danksagung

Die vorliegende Studie wurde im Rahmen einer Gruppenarbeit im Masterseminar „Automatisierte Kommunikation" an der Universität Münster bei Prof. Dr. Sigrid Kannengießer durchgeführt. Wir bedanken uns herzlich bei den anderen Gruppenmitgliedern Ann-Sophie Arlt, Julia Deppe, Helena Dethlefs, Vanessa Deul und Sophie Eichler für die Zusammenarbeit und bei Prof. Dr. Sigrid Kannengießer für die Betreuung.

Literatur

Alabed, A., Javornik, A., & Gregory-Smith, D. (2022). AI anthropomorphism and its effect on users' self-congruence and self–AI integration: A theoretical framework and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, *182*, Artikelnummer 121786. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121786

Assad, A. (2024). Exploring the use of ChatGPT among media students in Egypt: Opportunities and challenges. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, *14*(2), Artikelnummer e202424. https://doi.org/10.30935/ojcmt/14416

Baek, T. H. & Kim, M. (2023). Is ChatGPT scary good? How user motivations affect creepiness and trust in generative artificial intelligence. *Telematics And Informatics*, *83*, Artikelnummer 102030. https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.102030

Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big? *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, Canada, 610–623. https://doi.org/10.1145/3442188.3445922

Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511812507

Brown, T., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J. D., Dhariwal, P., Neelakantan, A., Shyam, P., Sastry, G., & Askell, A. (2020). Language models are few-shot learners. *Advances in Neural Information Processing Systems*, *33*, 1877–1901. https://doi.org/10.48550/arXiv.2005.14165

Buruk, O. (2023). Academic Writing with GPT-3.5 (ChatGPT): Reflections on practices, efficacy and transparency. *Mindtrek '23: Proceedings of the 26th International Academic Mindtrek Conference*, 144–153. https://doi.org/10.1145/3616961.3616992

Chakraborty, D., Kumar Kar, A., Patre, S., & Gupta, S. (2024). Enhancing trust in online grocery shopping through generative AI chatbots. *Journal of Business Research*, *180*, Artikelnummer 114737. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114737

Chen, Y., Wang, H., Rao Hill, S., & Li, B. (2024). Consumer attitudes toward AI-generated ads: Appeal types, self-efficacy and AI's social role. *Journal of Business Research*, *185*, Artikelnummer 114867. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114867

Cheng, X., Zhang, X., Cohen, J., & Mou, J. (2022). Human vs. AI: Understanding the impact of anthropomorphism on consumer response to chatbots from the perspective of trust and relationship norms. *Information Processing & Management*, *59*(3), Artikelnummer 102940. https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.102940

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Choi, T. R., & Drumwright, M. E. (2021). "OK, Google, why do I use you?". Motivations, post-consumption evaluations, and perceptions of voice AI assistants. *Telematics And Informatics*, *62*, Artikelnummer 101628. https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101628

Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social Semiotics*, *14*(2), 115–132. https://doi.org/10.1080/1035033042000238295

Delcker, J. (2023, 24. Februar). *KI: ChatGPT befeuert Diskussion über Regeln*. Deutsche Welle. https://www.dw.com/de/künstliche-intelligenz-chatgpt-befeuert-diskussion-über-regeln/a-64810311 [01.04.2026].

Devlin, J., Chang, M.-W., Lee, K., & Toutanova, K. (2019). BERT: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding. *Proceedings of NAACL-HLT 2019*, *1*, 4171–4186.

Dignum, V., & Dignum, F. (2025). Agentifying agentic AI. *arXiv.* https://doi.org/10.48550/ARXIV.2511.17332

Epley, N., Waytz, A., & Cacioppo, J. T. (2007). On seeing human: A three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, *114*(4), 864–886. https://doi.org/10.1037/0033-295x.114.4.864

Gamboa, E., Galda, R., Mayas, C., & Hirth, M. (2021). The crowd thinks aloud: Crowdsourcing usability testing with the thinking aloud method. *HCI International 2021 – Late Breaking Papers: Design and User Experience*, 24–39. https://doi.org/10.1007/978-3-030-90238-4_3

Giddens, A. (1979). *Central problems in social theory*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-1-349-16161-4

Gläser, J., & Laudel, G. (2010). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen*. Springer VS. https://link.springer.com/book/9783531172385

Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre.

Gottschling, S., Seidl, T., & Vonhof, C. (2024). Nutzung von KI-Tools durch Studierende. Eine exemplarische Untersuchung studentischer Nutzungsszenarien. *die hochschullehre*, *10*(1), 1–14. https://doi.org/10.3278/HSL2411W

Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A Human–Machine Communication research agenda. *New Media & Society*, *22*(1), 70–86. https://doi.org/10.1177/1461444819858691

Hanley, M., & Wohl, H. (2025). Producing shifting personhood: How designers anthropomorphize artificial intelligence. *Big Data & Society, 12*(4), 20539517251392067. https://doi.org/10.1177/20539517251392067

Hepp, A., Loosen, W., Dreyer, S., Jarke, J., Kannengießer, S., Katzenbach, C., Malaka, R., Pfadenhauer, M., Puschmann, C., & Schulz, W. (2023). ChatGPT, LaMDA, and the hype around communicative AI: The automation of communication as a field of research in media and communication studies. *Human-Machine Communication, 6,* 41–63. https://doi.org/10.30658/hmc.6.4

Hu, P., Lu, Y., & Wang, B. (2022). Experiencing power over AI: The fit effect of perceived power and desire for power on consumers' choice for voice shopping. *Computers in Human Behavior*, *128*, 1–12. https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107091

Hüsch, M., Horstmann, N., & Breiter, A. (2024, 10. Juli). *CHECK – Künstliche Intelligenz in Studium und Lehre – Die Sicht der Studierenden im WS 2023/24*. Centrum für Hochschulentwicklung. https://www.che.de/2024/kuenstliche-intelligenz-im-studium-noch-nicht-in-allen-faechern-auf-kurs/ [01.04.2026].

Kasneci, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., Gasser, U., Groh, G., Günnemann, S., Hüllermeier, E., Krusche, S., Kutyniok, G., Michaeli, T., Nerdel, C., Pfeffer, J., Poquet, O., Sailer, M., Schmidt, A., Seidel, T., … Kasneci, G. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences*, *103*, Artikelnummer 102274. https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274

Kim, J., & Im, I. (2023). Anthropomorphic response: Understanding interactions between humans and artificial intelligence agents. *Computers in Human Behavior*, *139*, Artikel 107512.

Kim, J., Merrill, K., Jr, & Collins, C. (2021). AI as a friend or assistant: The mediating role of perceived usefulness in social AI vs. functional AI. *Telematics and Informatics*, *64*, Artikelnummer 101694. https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101694

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Kim, T., Molina, M. D., Rheu, M. (mj), Zhan, E. S., & Peng, W. (2023). One AI does not fit all: A cluster analysis of the laypeople's perception of AI roles. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–20. https://doi.org/10.1145/3544548.3581340

Klein, K., & Martinez, L. F. (2023). The impact of anthropomorphism on customer satisfaction in chatbot commerce: An experimental study in the food sector. *Electronic Commerce Research*, *23*(4), 2789–2825.

Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Beltz Juventa.

Laban, G. (2021). Perceptions of anthropomorphism in a chatbot dialogue: The role of animacy and intelligence. *Proceedings of the 9th International Conference on Human-Agent Interaction*, 305–310. https://doi.org/10.1145/3472307.3484686

Lee, S., Lee, N., & Sah, Y. J. (2020). Perceiving a mind in a chatbot: Effect of mind perception and social cues on co-presence, closeness, and intention to use. *International Journal of Human–Computer Interaction*, *36*(10), 930–940.

Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, *20*(3), 881–900. https://doi.org/10.1177/1461444816675438

Lünenborg, M., & Raetzsch, C. (2018). From public sphere to performative publics: Developing media practice as an analytic model. In S. Foellmer, M. Lünenborg, & C. Raetzsch (Hrsg.), *Media practices, social movements, and performativity. Transdisciplinary approaches* (S. 13–35). Routledge.

Marquardt, M. (2017). Anthropomorphisierung in der Mensch-Roboter-Interaktionsforschung: Theoretische Zugänge und soziologisches Anschlusspotential. *Working Papers kultur- und technik-soziologische Studien, 10*(1), Artikelnummer 01/2017. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-57037-3

Mateus, J.-C., Cappello, G., Lugo, N., & Guerrero-Pico, M. (2024). Communication educators facing the arrival of generative artificial intelligence: Exploration in Mexico, Peru, and Spain. *Digital Education Review*, *45*, 106–114. https://doi.org/10.1344/der.2024.45.106-114

Mogavi, R. H., Deng, C., Kim, J. J., Zhou, P., Kwon, Y. D., Metwally, A. H. S., Tlili, A., Bassanelli, S., Bucchiarone, A., Gujar, S., Nacke, L. E. & Hui, P. (2024). ChatGPT in education: A blessing or a curse? A qualitative study exploring early adopters' utilization and perceptions. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, *2*(1), 1–20. https://doi.org/10.1016/j.chbah.2023.100027

Ng, D. T. K., Chan, E. K. C., & Lo, C. K. (2025). Opportunities, challenges and school strategies for integrating generative AI in education. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 8, Artikelnummer 100373. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2025.100373

Novak, T. P., & Hoffman, D. L. (2019). Relationship journeys in the internet of things: A new framework for understanding interactions between consumers and smart objects. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *47*, 216–237. https://doi.org/10.1007/s11747-018-0608-3

OpenAI (2022, 30. November). *Introducing ChatGPT*. https://openai.com/index/chatgpt/

Paus-Hasebrink, I., & Hasebrink, U. (2024). Mediengebrauchsforschung. Ein praxeologisch gerahmter Aufriss des Forschungsfeldes, das früher Publikums- und Rezeptionsforschung genannt wurde. *Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K), 72*(4), 359–376. https://doi.org/10.5771/1615-634X-2024-4-357

Pentzold, C., Gentzel, P. & Reißmann, W. (2024). *Was machen Menschen und Medien?* Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-43998-9

Persson, P., Laaksolahti, J., & Lönnqvist, P. (2000). *Anthropomorphism – a multi-layered phenomenon.* AAAI Technical Report FS-00-04. https://cdn.aaai.org/Symposia/Fall/2000/FS-00-04/FS00-04-025.pdf [01.04.2026].

Placani, A. (2024). Anthropomorphism in AI: Hype and fallacy. *AI and Ethics, 4*(3), 691–698. https://doi.org/10.1007/s43681-024-00419-4

Radford, A., Narasimhan, K., Salimans, T., & Sutskever, I. (2018). Improving language understanding by generative pre-training. *OpenAI*, 1–12. https://cdn.openai.com/research-covers/language-unsupervised/language_understanding_paper.pdf [01.04.2026].

Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. Free Press.

Sarigul, B., Schneider, F. M., & Utz, S. (2024). Believe it or not? Investigating the credibility of voice assistants in the context of social roles and relationship types. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1–13. https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2375797

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Schatzki, T. R. (1997). Practices and actions a Wittgensteinian critique of Bourdieu and Giddens. *Philosophy of the Social Sciences, 27*(3), 283–308. https://doi.org/10.1177/004839319702700301

Schuetzler, R. M., Grimes, M., Giboney, J. S., & Buckman, J. (2014). Facilitating natural conversational agent interactions: Lessons from a deception experiment. *Information Systems and Quantitative Analysis Faculty Proceedings & Presentations*, 1–17. https://aisel.aisnet.org/icis2014/proceedings/HCI/9/

Schweitzer, F., Belk, R., Jordan, W., & Ortner, M. (2019). Servant, friend or master? The relationships users build with voice-controlled smart devices. *Journal of Marketing Management*, *35*(7–8), 693–715. https://doi.org/10.1080/0267257x.2019.1596970

Sindoni, M. G. (2024). The femininization of AI-powered voice assistants: Personification, anthropomorphism and discourse ideologies. *Discourse, Context & Media, 62*, Artikelnummer 100833. https://doi.org/10.1016/j.dcm.2024.100833

Skjuve, M., Haugstveit, I. M., Følstad, A., & Brandtzaeg, P. B. (2019). Help! Is my chatbot falling into the uncanny valley? An empirical study of user experience in human-chatbot interaction. *Human Technology*, *15*(1), 30–54. https://doi.org/10.17011/ht/urn.201902201607

Skulmowski, A. (2024). Placebo or assistant? Generative AI between externalization and anthropomorphization. *Educational Psychology Review*, *36*, Artikelnummer 58. https://doi.org/10.1007/s10648-024-09894-x

Sowa, K., Przegalinska, A., & Ciechanowski, L. (2021). Cobots in knowledge work: Human – AI collaboration in managerial professions. *Journal of Business Research*, *125*, 135–142. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.038

Tschopp, M., Gieselmann, M., & Sassenberg, K. (2023). Servant by default? How humans perceive their relationship with conversational AI. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, *17*(3), Artikelnummer 9. https://doi.org/10.5817/cp2023-3-9

von Garrel, J., Mayer, J., & Mühlfeld, M. (2023). *Künstliche Intelligenz im Studium. Eine quantitative Befragung von Studierenden zur Nutzung von ChatGPT & Co.* Hochschule Darmstadt. https://doi.org/10.48444/h_docs-pub-395

Wagner, K., & Schramm-Klein, H. (2019). Alexa, are you human? Investigating the anthropomorphism of digital voice assistants – a qualitative approach. *Fortieth International Conference on Information Systems, Munich 2019*, 1–17. https://aisel.aisnet.org/icis2019/human_computer_interact/human_computer_interact/7/ [02.04.2026].

Whang, C., & Im, H. (2021). "I like your suggestion!" The role of humanlikeness and parasocial relationship on the website versus voice shopper's perception of recommendations. *Psychology & Marketing*, *38*(4), 581–595. https://doi.org/10.1002/mar.21437

Złotowski, J., Sumioka, H., Eyssel, F., Nishio, S., Bartneck, C., & Ishiguro, H. (2018). Model of dual anthropomorphism: The relationship between the media equation effect and implicit anthropomorphism. *International Journal of Social Robotics*, *10*, 701–714. https://doi.org/10.1007/s12369-018-0476-5

© Anastasia Glawatzki / Paula Jung

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Besprechungen

Julia Faltermeier

Konstruktiver Journalismus

Was motiviert Journalist:innen, ihre Gewohnheiten zu ändern?

Tectum, 2025. – 184 S

(Wissenschaftliche Beiträge Medienwissenschaft; 47)

ISBN 978-3-68900-454-5

Open Access doi.org/10.5771/9783689004552

Auch wenn die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit konstruktivem Journalismus in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat, lassen sich, nicht zuletzt durch eine nach wie vor fehlende einheitliche Definition des Konzepts, einige Forschungslücken und offene Fragen ausmachen. Eine davon greift Julia Faltermeier in ihrer Monographie auf: Was motiviert Journalist:innen, konstruktiv zu arbeiten? Als Anlass für diese Fragestellung benennt die Autorin die aktuellen Herausforderungen, mit denen der Journalismus konfrontiert ist: der digitale Strukturwandel, der anhaltende Qualitätsdiskurs und das Publikum, das sich zunehmend von der Nachrichtenberichterstattung abwendet.

Im zweiten Kapitel erläutert Faltermeier den Ansatz des konstruktiven Journalismus: Mittels Lösungsansätzen, zukunftsorientierter Berichterstattung, Kontextualisierung sowie Themen- und Perspektivenvielfalt soll ein holistischeres und weniger verzerrt-negatives Bild der Wirklichkeit gezeichnet und das Publikum aus Überforderung und Ablehnung hin zu Ermächtigung und Partizipation geführt werden. In diesem Zusammenhang geht die Autorin auch auf die potenzielle Wirkung konstruktiver Berichterstattung ein: Sie biete eine Möglichkeit, das Publikum zurückzugewinnen, die Reichweite zu erhöhen und bei Rezipient:innen positive Emotionen auszulösen. Faltermeier merkt zurecht an, dass kurzfristige Stimmungseffekte zwar in Experimenten gefunden, langfristige Wirkungen, vor allem im Sinne von Verhaltensänderungen jedoch (noch) nicht belegt wurden.

In Kapitel 2.3 ordnet die Autorin Kritik am konstruktiven Journalismus, er könne zu Schönfärberei führen und von PR-Interessen vereinnahmt werden, ein. Die Frage, ob das Aufzeigen von Lösungen überhaupt zur journalistischen Aufgabe gehört bzw. gehören sollte, hätte allerdings noch expliziter diskutiert werden können. Daran ließen sich vor allem die Befunde der Arbeit zum Selbstverständnis der befragten Journalist:innen sinnig anknüpfen.

Der theoretisch anregendste und originärste Teil der Arbeit schließt sich im dritten Kapitel an: Faltermeier präsentiert Verhaltensforschung im Kontext journalistischer Routinen. Sie erläutert Journalismus als Gewohnheit, den journalistischen Habitus sowie die Selbstbestimmungstheorie als Erklärungsrahmen für intrinsische und extrinsische Motivation. Diese Verknüpfung ist der Arbeit überzeugend gelungen und macht sie anschlussfähig für künftige Forschung. Denn die Folgefrage liegt auf der Hand: Wenn konstruktiver Journalismus potenziell positive Wirkungen für Publikum und Branche gleichermaßen verspricht, wie lässt er sich dann in Medienhäusern nachhaltig implementieren? Hier greift Faltermeier eine Lücke auf, die von der bisherigen Forschung weitgehend ausgelassen wurde. Wenngleich die theoretischen Kapitel 1–2 stellenweise etwas breit geraten und gestrafft werden könnten, bilden sie ein solides Fundament für die empirische Untersuchung.

Für die Beantwortung ihrer Forschungsfrage hat Faltermeier sieben Leitfadeninterviews mit Journalist:innen geführt, die konstruktiv berichten, wobei auf eine möglichst diverse Zusammensetzung hinsichtlich Redaktionstyp geachtet wurde. Wie Faltermeier auch selbst in ihren Limitationen thematisiert, umfasst ihre Stichprobe sowohl Personen, die bei einem dezidiert konstruktiven Medienunternehmen arbeiten, als auch solche, die ein konstruktives Angebot innerhalb eines herkömmlichen Medienhauses verantworten – ein Unterschied, der die Motivationslagen und Arbeitsbedingungen erheblich beeinflussen dürfte. Gleiches gilt für die Differenz zwischen Journalist:innen, die ausschließlich konstruktiv berichten, und jenen, die dies parallel zu anderen Tätigkeiten tun. Diese Heterogenität der Stichprobe erschwert die vergleichende Interpretation der Befunde, die jedoch trotzdem spannende Erkenntnisse liefern.

Die Ergebnisse zeigen, dass der Wechsel zum konstruktiven Journalismus selten aus rein intrinsischer Überzeugung erfolgt; vielmehr wirken private Push-Faktoren (etwa Unzufriedenheit im bisherigen Job) und berufliche Pull-Faktoren (attraktive Stellen, Statusgewinn) zusammen. Bei mehreren Befragten entwickelte sich die inhaltliche Überzeugung erst nachträglich durch die Auseinandersetzung mit dem Konzept, während andere bereits zu Beginn eine Neigung zu dieser Art von Journalismus verspürten. Als zentrale Gelingensfaktoren erweisen sich eine unterstützende redaktionelle Kultur mit selbstbestimmten Arbeitsstrukturen und verlässlichen Feedbackmechanismen. Diese Befunde münden in acht kon-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

krete Handlungsempfehlungen für Redaktionen und Journalist:innen, was die Praxisrelevanz der wissenschaftlichen Ergebnisse stärkt.

Gleichwohl sei auf eine Unschärfe hingewiesen, die sich durch das Buch und weiterhin durch die generelle Auseinandersetzung mit dem Thema zieht: Es wird nicht immer deutlich, ob konstruktiver Journalismus als ergänzendes Berichterstattungsmuster, vergleichbar dem investigativen Journalismus, oder als grundsätzlich konstruktive Arbeitsweise verstanden wird, was jedoch für die Analyse der Ergebnisse bedeutsam ist. Konstruktiver Journalismus wird in Kapitel 2 theoretisch als Ergänzung beschrieben, aber zum Ende wirft Faltermeier die Frage auf, warum 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?“ (S. 52)

Viele der in Kapitel 2 als charakteristisch für konstruktiven Journalismus beschriebenen Merkmale wie Kontextualisierung und Perspektivenvielfalt lassen sich ebenso unter „gutem Journalismus“ subsumieren (siehe auch Ahva & Hautakangas, 2018; Lough & McIntyre, 2019). Eine der befragten Journalist:innen bringt dies treffend auf den Punkt: „Ist nicht jede Art von gutem Journalismus auf eine Art konstruktiver Journalismus?“ (S. 119) Diese Frage hallt nach, denn sie berührt das konzeptionelle Grundproblem des gesamten Forschungsfeldes: das unterschiedliche Verständnis und die unterschiedliche Implementierung von konstruktivem Journalismus. Vor allem aber dürfte die Antwort auf diese Frage auch einen wirtschaftlichen Aspekt haben: Konstruktive Berichterstattung ist aufwändiger, zeit- und ressourcenintensiver als herkömmlicher Nachrichtenjournalismus – angesichts der angespannten wirtschaftlichen Lage vieler Redaktionen ein strukturelles Hemmnis, das nicht außer Acht zu lassen ist.

Insgesamt legt Julia Faltermeier eine thematisch innovative und praxisnahe Arbeit vor, die die Perspektive der Akteur:innen ins Zentrum rückt und dabei Journalismusforschung mit Verhaltensforschung produktiv verknüpft. Trotz der methodischen Einschränkungen durch die kleine Stichprobe liefert sie wertvolle Hypothesen und einen konzeptionellen Rahmen, der für künftige quantitative Studien als fruchtbarer Ausgangspunkt dienen kann. Das Buch empfiehlt sich damit sowohl für die Forschung als auch für Medienpraktiker:innen, die konstruktive Berichterstattung in ihren Alltag integrieren wollen.

Verena Albert

Verena Albert, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Warburgstraße 30 B, 20354 Hamburg, Deutschland, v.albert@leibniz-hbi.de, https://orcid.org/0000-0002-0437-2747

Quellen

Ahva, L., & Hautakangas, M. (2018). Why Do We Suddenly Talk so Much about Constructiveness? *Journalism Practice*, *12*(6), 657–661. https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470474

Lough, K., & McIntyre, K. (2019). Visualizing the Solution: An Analysis of the Images that Accompany Solutions-Oriented News Stories. *Journalism*, *20*(4), 583–599. https://doi.org/10.1177/1464884918770553

Maria Heidegger / Gundula Ludwig / Caroline Voithofer (Hrsg.)

Körper(un)ordnungen

Trans- und interdisziplinäre Perspektiven auf Körperpolitiken, Körpergeschichten und Körperpraktiken

Innsbruck University Press, 2025. – 210 S.

(Interdisziplinäre Geschlechterforschung, Bd. 2)

ISBN 978-3-99106-155-7

Open Access https://doi.org/10.15203/99106-155-7

Der Sammelband *Körper(un)ordnungen*, herausgegeben von Maria Heidegger, Gundula Ludwig und Caroline Voithofer, versammelt trans- und interdisziplinäre Beiträge, die den sozialen, politischen und historischen Charakter von Körpern analysieren. Ausgangspunkt des Bandes ist ein kritischer Rückgriff auf die Ansätze der Körperpolitiken (nach Butler), Biopolitik und Disziplinarmacht (nach Foucault). Vor dem Hintergrund dieser Ideengeschichte sind Körper keineswegs naturgegebene Entitäten, die fertig geformt in die Welt gesetzt werden, sondern werden im Gegenteil erst durch Welt geformt – zu identitären Einheiten mit Selbst- und Fremdzuschreibungen, Ein- und Ausschlüssen; eingebettet in gesellschaftliche Macht- und Herrschaftssysteme, hegemoniale Deutungshoheiten und globale Ungleichheiten. Zugleich fungieren Körper als Orte, an denen diese Verhältnisse sichtbar, verhandelt oder subversiv gebrochen werden. Damit rücken Körper auch als kommunikative Schnittstellen in den Blick: Sie sind Medien sozialer Bedeutung, Träger symbolischer Aushandlungsprozesse und Gegenstand öffentlicher Diskurse.

In den gegenwärtigen Ansätzen der Geschlechterstudien bildet diese Überzeugung die grundlegende Ausgangslage für eine Analyse des

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Politischen und Sozialen; auch die angeschlossenen Disziplinen der Queer- und Crip-Studies sowie die kritische Rassismusforschung und postwie dekoloniale Ansätze knüpfen hier an. Werden Körper als Materialisierung von Macht, Herrschaft und Gewalt gesetzt, schließen sich vielfältige Analyseebenen mit Blick auf gender, race, class und ability an. Für die Kommunikationswissenschaft eröffnet diese Perspektive insbesondere Zugänge zur Analyse medialer Repräsentationen, diskursiver Rahmungen und visueller Politiken des Körpers. Die Frage der Konstitution von Geschlecht öffnet mithin als Ausgangsgröße den analytischen Raum für kritische Zugriffe auf (intersektional) anschließende Themen wie Heteronormativität, Normierungs-, Ordnungs-, und Kontroll-Imperative sowie gesellschaftlich grundständige Fragen nach Ausschlüssen, Zugehörigkeiten und Gleichbehandlung: „Körper sind interkorporeale Gefüge, die erst in Beziehungen zu anderen Körpern, Subjekten und Institutionen zu einem je spezifischen Körper werden." (7)

Im Gegensatz zu essentialistischen Körperkonzeptionen, die Leib und Materialität als vor-gesellschaftliche Gegebenheiten begreifen, verfolgt *Körper(un)ordnungen* einen relationalen Zugang: Körper sind Resultate sozialer Normierung, Regulierung und praktischer Zugriffsweisen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht lassen sich diese Normierungsprozesse als Ergebnis kommunikativer Praktiken verstehen, etwa durch mediale Diskurse, institutionelle Kommunikation oder digitale Öffentlichkeiten, in denen Körper sichtbar gemacht, normiert oder marginalisiert werden.

Der interdisziplinäre Ansatz des Sammelbandes wird als epistemische Voraussetzung verstanden, um die Komplexität von Körperpraktiken, Körperpolitiken und Körpergeschichten in ihrer historischen Ordnungs- und Widerstandsform zu fassen. Hinzu kommt der emanzipatorische Anspruch und Wert des Bandes: „Körperpolitiken im emanzipatorischen und widerständigen Sinne nehmen also Körper zum Ausgangspunkt, um mit und durch Körper andere Formen von Politik, Sorge, Arbeit und Gesellschaft denk-, vorstell- und lebbar zu machen." (22)

Der Band enthält lesenswerte Aufsätze von Autor*innen aus Wissenschaft und Praxis, aus unterschiedlichen Disziplinen und Karrierestufen, die exemplarisch die vielfältigen Facetten körperlicher Ordnung und Unordnung thematisieren und auf unterschiedliche Schwerpunkte der Teilbereiche gender, class, race und ability zielen.

Dazu gehören historische Körperverhältnisse in Rekurs auf das antike Sparta als kollektive Körperpraktiken vor dem Hintergrund ziviler und staatlicher Ordnung (Kordula Schnegg); staatstheoretische Perspektiven und die Relation zwischen Körpern und staatlicher Außen- bzw. Innenpolitik (Gundula Ludwig); Einblicke in die Reproduktionsmedizin geknüpft an die Waren- und Wertlogiken von Körpern (Gabriele Werner-Felmayer, Magdalena Flatscher-Thöni, Andreas Exenberger); Einordnungen rechtlicher Rahmungen binärer Geschlechterkategorien und mithin die Rolle des Rechts bei der Konstruktion von Geschlechterkörpern und deren kategorialer Fixierung (Caroline Voithofer); eine Analyse von Trans-Körpern und prekären Arbeitsrealitäten; Literaturanalysen zur Darstellung von Körperlichkeit (Marina Höfler) sowie analytische Perspektiven auf politische und emanzipatorische Bewegungen und deren Bezug zum Subjekt im Kontext Gentrifizierung und der Black Lives Matter – Bewegung (Michaela Bstieler / Jayda Sauseng). Körperliche Materialität wird hier durch Ordnung, Normierung und Ausschluss zum politischen, rechtlichen und kulturellen Signifikanten gemacht.

Die wissenschaftliche Relevanz des Bandes liegt im produktiven Anschluss an zentrale Theoriebildungen der Geschlechterforschung und Körperphilosophie, etwa an Judith Butlers Arbeiten zur Diskursivität von Geschlecht und Körper. Butlers Argumentation, dass soziale Kategorien wie Geschlecht performativ erzeugt werden und nicht einer biologischen Essenz entspringen, bietet einen wichtigen theoretischen Referenzpunkt für die im Band versammelten Beiträge. Gleichzeitig erweitert der Sammelband diese Perspektive, indem er empirische, historische und rechtliche Dimensionen mitdenkt. Für kommunikationswissenschaftliche Forschung wird damit besonders relevant, wie performative Hervorbringungen von Geschlecht und Körper über Sprache, Bilder und mediale Praktiken zirkulieren. Der Band liefert theoretische Werkzeuge, um Kommunikationsprozesse selbst als Orte der Verkörperung sozialer Ordnung zu begreifen.

Der Band erfüllt konsequent seinen Anspruch einer interdisziplinären Analyse körperlicher Phänomene, indem er Beiträge aus Geschichte, Soziologie, Rechtswissenschaft und Literaturwissenschaft integriert. Durch die Verbindung von theoretischen Reflexionen und konkreten Fallstudien wird eine differenzierte Lesart körperlicher Ordnung möglich, die über das rein Abstrakte weit hinausgeht. Insbesondere die Auseinandersetzungen mit binären Geschlechterkonstruktionen, Arbeitslebensrealitäten, medizinischen und rechtlichen Ordnungsprozessen sowie die staatstheoretischen Überlegungen tragen zur aktuellen wissenschaftlichen Debatte über Macht, Materialität und Subjektivierung maßgeblich bei.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Diese interdisziplinäre Anlage macht den Sammelband auch für die Kommunikationswissenschaft produktiv, da er zeigt, wie Körperordnungen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Kommunikationsarenen hergestellt und ausgehandelt werden. Damit lassen sich klassische kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen nach Öffentlichkeit, Macht, Repräsentation und Diskurs um eine dezidiert körperpolitische Perspektive erweitern.

Körper(un)ordnungen leistet so einen wichtigen Beitrag zur kritischen Körperforschung, indem es körperliche Phänomene nicht als vorpolitische Gegebenheiten, sondern als durch gesellschaftliche Ordnungs- und Machtverhältnisse vermittelte Wirklichkeiten begreift, die fortwährend geformt und als politische Machträume fremdbestimmt werden. Der Band ist besonders für Wissenschaftler*innen der Geschlechterforschung, Soziologie, Rechts-, Kultur- und Kommunikationswissenschaft empfehlenswert, die an einer zeitgemäßen reflexiven, interdisziplinären Konzeptualisierung von Körperlichkeit als Machtpraktik sowie an der Analyse gesellschaftlicher Bedeutungs- und Aushandlungsprozesse interessiert sind.

Katharina Mosene

Katharina Mosene, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Warburgstraße 30 B, 20354 Hamburg, Deutschland, k.mosene@leibniz-hbi.de, https://orcid.org/0009-0007-6363-7550

Walter Hömberg (Hrsg.)

Marginalistik

Almanach für Freunde fröhlicher Wissenschaft. Band III

Allitera, 2025. – 244 S.

ISBN 978-3-96233-523-6

Kann man etwas lernen aus der Geschichte der Narren an den Fürstenhöfen des Mittelalters und der Neuzeit? Wenn Erentraud Hömberg diese Geschichte in ihrem Beitrag für die dritte Ausgabe des Almanachs „Marginalistik" erzählt, dann werden das Komische und das Tragische dieses Kommunikatortypus deutlich – bis hin zu dessen Insignien, etwa der „Marotte", dem Narrenzepter. Und das wiederum wirft ein scharfes Licht auf unsere mediatisierte Gegenwart: Auf Oliver Welke, Jan Böhmermann und Dieter Nuhr blickt man danach anders, klarer. Man sieht die Gemeinsamkeiten und die Unterschiede in der kommunikationshistorischen Kette.

Oder wie sinnvoll ist es, dass Beatrice Dernbach sich den frisch gekürten Beruf der „Intimitätskoordinatorin" in der Filmproduktion vornimmt? Sie lässt es in ihrem Beitrag vernehmlich knistern. Das verhallt zwar, wenn sie zwischen „phänomenologischem Leib" und „semiotischem Körper" unterscheidet. Doch sie zeigt an diesem Beispiel mit gebotener Nüchternheit, wie sich mediale Professionalisierung vollzieht, wie sich Ausbildungsregularien, Verbandsstrukturen, Kodizes herausbilden. Ob Moderation von Content oder Vortäuschung explodierender Leidenschaft – jegliche Kommunikation braucht ein institutionelles Gerüst.

Oder kann uns das Zerrbild, das Journalisten als Protagonisten auf Bühne und Leinwand abgeben, etwas lehren über das empirisch feststellbare Berufsbild und dessen Wandel? „Jein" antwortet Jürgen Wilke in seinem Beitrag mit aller Klarheit – und das ist in der Differenziertheit informativ.

Die drei Beispiele machen deutlich, was Walter Hömberg, einst Professor für Journalistik, mit seiner „Marginalistik" bezweckt: von den Rändern her auf die Kerne zu blicken und dadurch neue Sichtweisen und Herangehensweisen zu ermöglichen. Nur eine Randposition erlaubt, alle die Selbstverständlichkeiten in Frage zu stellen, die den Kern ausmachen, etwa die Routinen und Denkmuster, die stillschweigenden Übereinkünfte und die Elefanten im Raum.

Aber allein der Verweis auf den kognitiven Nutzen wird der Komposition aus 20 Beiträgen nicht gerecht. Denn etliche mögen vielleicht einen geringen Informationswert haben, gewinnen aber durch hohen Unterhaltungswert. So lässt Joachim Westerbarkey die „Chorkommunikation" erklingen, also die Kommunikation in und von Laienchören – mit all ihren Höhen und Tiefen. Oder André Kudernatsch kürt Arnstadt in Thüringen mit mildem Spott zum Nabel der Welt. Und Gunter Reus beweist mit zwingender Logik, dass Saarländisch die Mutter aller Sprachen sei und somit die Wiege der Menschheit nicht im Großen Afrikanischen Graben, sondern an der Saar schaukelte. Auch das ist wiederum deshalb erhellend, weil sehr treffend der Duktus der wissenschaftlichen Abhandlung persifliert wird.

Und manch anderer Beitrag bringt die Lesenden vielleicht nicht zum Schmunzeln, so doch zum Staunen. Etwa wenn Alexander Godulla auf nicht einmal zwölf Oktavheftseiten vor Augen führt, wie sehr unser Bild vom Universum seit je her geprägt ist vom Wechselspiel aus kühnen Theorien und methodischer Beobachtung mit Instrumenten. Oder wenn Günter (ohne h) Bentele die Entdeckung seines Doppelgängerautors Günther (mit h) Bentele schildert.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Das alles sind Oasen in der Wüste aus Myriaden von Publikationen, die einander ähneln wie ein Sandkorn dem anderen – zumindest mit bloßem Auge betrachtet.

Walter Hömberg ist es zum dritten Mal gelungen, renommierte Kommunikationsexpertinnen und -experten zu Meisterleistungen außerhalb ihres festen Grundes anzuspornen, sie auch mal ihr Spielbein beugen und strecken zu lassen. Dadurch ist ein Kaleidoskop entstanden, durch das man die Kommunikationswelt immer wieder neu und vor allem immer schön sieht. Dafür gebührt ihm der Dank nicht nur der Leserschaft, sondern der Fachgemeinschaft insgesamt – verbunden mit der inständigen Bitte, nicht nachzulassen. Es lohnt.

Gerhard Vowe

Prof. Dr. Gerhard Vowe, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Seniorprofessur Kommunikations- und Medienwissenschaft, Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf, Deutschland, vowe@uni-duesseldorf.de, https://orcid.org/0000-0002-9440-6460

Christian Schicha

Kommunikationsethik

Grundlagen – Debatten – Lösungsansätze

UVK, 2025. – 349 S.

ISBN 978-3-8252-6469-7

Die Kommunikations- und Medienethik ist eine aufstrebende Disziplin. Sie ergänzt in der sozialwissenschaftlich arbeitenden Kommunikationswissenschaft empirische Zugänge durch normative Reflexionen. In der Kommunikations- und Medienethik werden also Normen (etwa Normen des beruflichen Handelns von Journalist:innen) nicht nur empirisch erhoben und als gegeben vorausgesetzt, sondern philosophisch auf ihre Geltung hin befragt und Argumente für richtige Normen und ihr entsprechende Handlungen ins Spiel gebracht. Eine solche Wissenschaft wird dort immer relevanter und notwendig, wo Normen sich verändern, sei es wegen Veränderungen technischer Kontexte (Digitalisierung, KI), sei es wegen Normwandels in der Gesellschaft. Die Kommunikationswissenschaft reagiert sehr stark auf solche Tendenzen, was deutlich wird in den Themen der Jahrestagungen der DGPuK (besonders in den Jahren 2018, 2019, 2024 und 2025). Umso mehr profitiert die Kommunikationswissenschaft von einer ethischen Disziplin innerhalb ihrer organisationalen Gestalt, die sich auch auf reflektierende, kritische und philosophische Weise mit Medien- und Kommunikationsnormen befasst.

Leider ist die Institutionalisierung der Kommunikations- und Medienethik, bedenkt man ihre Relevanz, viel zu schwach ausgebildet, obwohl natürlich viele Kolleg:innen in diesem Bereich arbeiten. Es gibt, soweit mir bekannt, zwei Professuren im deutschen Sprachraum, die den Titel der Kommunikations- bzw. Medienethik im Namen tragen. Christian Schicha, der Autor des hier besprochenen Bandes, hat eine Professur für Medienethik an der FAU Erlangen-Nürnberg – eingebunden in ein Institut für Theater- und Medienwissenschaft (Stefanie Averbeck-Lietz hat einen Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Kommunikationsethik).

Schicha hat nun nach einer Medienethik (2019) und einer Bildethik (2021) eine Kommunikationsethik (2025) vorgelegt. Er leistet damit der aufstrebenden Disziplin der Kommunikations- und Medienethik einen großen Dienst, weil seine Bücher zugänglich, prägnant, aktuell und verlässlich sind.

Dies trifft auch auf seine Kommunikationsethik zu. Der Schicha-Stil ist klar, exakt und nüchtern und hält sich meist nicht mit tieferen Grundlagenfragen auf, sondern kommt zum Punkt. Der Aneinanderreihung von Themen wird gegenüber einer anspruchsvollen Systematik der Vorzug gegeben, der deskriptive Zugang begegnet Leser:innen deutlich öfter als ein analytischer. Das befriedigt vielleicht nicht jede:n Philosoph:in, aber zahlt sich zu Gunsten von Praxisrelevanz, Wirklichkeitsbezug und Konkretheit aus. Das bedeutet freilich nicht, dass nicht auch Philosoph:innen das Buch heranziehen können: Schicha ist Philosoph genug, um eine Angewandte Ethik der öffentlichen Kommunikation vorzulegen, die auch philosophisch in methodischer und inhaltlicher Hinsicht befriedigen kann. Die Platzierung dieses Bandes (wie seiner beiden Vorgänger) in der UTB-Reihe passt daher ideal: Es ist ein Studienbuch, das keine Disziplin grundlegen möchte, sondern das umfassend informiert und sortiert und damit einen idealen ersten Zugang zum Feld gewährleistet. Die Aktualität des Buches liegt nicht nur in der Thematik (Wokeness, Cancel Culture, Hate Speech), sondern auch in der Verarbeitung von aktueller, ausschließlich deutschsprachiger Literatur.

Inhaltlich fällt für den Fokus auf Ethik auf, dass Jürgen Habermas eine wichtige Rolle spielt für die normative Grundlegung. Seine Kommunikationsethik und das daraus entwickelte Verständnis von deliberativer Demokratie und Öffentlichkeit bilden das eher unbefragte, aber sorgfältig dargestellte normative Kerngerüst von

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Schichas Kommunikationsethik. Der Begriff der Verantwortung spielt interessanterweise keine systematische Rolle. Das mag irritieren, weil „Verantwortung" in vielen Bereichen mit „Ethik" gleichgesetzt wird und in der Kommunikations- und Medienethik meist eine wichtige Rolle spielt (etwa bei Rüdiger Funioks Medienethik, 2011). Ich finde das allerdings nachvollziehbar, weil Verantwortung eher eine relationale Struktur des an Normen ausgerichteten Handelns bezeichnet, die nicht selbst im Verantwortungsbegriff inbegriffen sind.

Der Band ist in vier Abschnitte (plus Anhang) geordnet, auf die sich insgesamt neun Kapitel verteilen. In den *Grundlagen* (I) wird die Kommunikationsethik skizziert, werden insgesamt zwölf Normen wie Demokratie, Streitkultur und Authentizität „auf der Idealebene" vorgestellt (92) und schließlich 17 Normverletzungen wie Sexismus, Hassrede und Populismus portraitiert. Im Abschnitt *Kontroversen* (II) geht es unter der Überschrift „Meinungsverschiedenheiten" u. a. um Wokeness, Cancel Culture und das Gendern. Im Abschnitt *Debattenräume* (III) bietet Schicha ausführliche kommunikationsethische Analysen von Talkshows und der Bildzeitung an. Der kurze Abschnitt *Lösungsansätze* (IV) stellt „Wege zu einer konstruktiven Debattenkultur" dar und endet mit der Vorstellung von kommunikationsethischen Initiativen. Im ausführlichen und sehr nützlichen Anhang stellt Schicha eine kommentierte Auswahlbibliografie und Filmauswahl zum Thema dar.

Das Feld der Kommmunikationsethik ist recht unübersichtlich, und es ist nicht von vorneherein klar, was dazu gehört und was nicht. Mir fehlen im Band die systematische Berücksichtigung von Public Relations, politischer Kommunikation, Marketing und Werbung, die ich in einem Band zur „Kommunikationsethik" erwartet hätte (Propaganda wird auf zwei Seiten behandelt). Entsprechend hätte auf normativer Ebene Manipulation behandelt werden können. Schichas Schwerpunktsetzung auf die Debattenkultur unserer Tage ist freilich möglich und sinnvoll. Die Lösungsansätze für eine konstruktive Debattenkultur sind dafür aber zu kurz und hätten machtkritischer und politischer ausfallen können.

Fazit: Schichas Kommunikationsethik ist ein gut geschriebenes, verlässliches Lehrbuch zu aktuellen Fragen unserer Kommunikationskultur. Der vornehmlich darstellende Stil ermöglicht gute Information und Praxisrelevanz. Für zeitgenössische Probleme öffentlicher Debatten präsentiert es aktuelles Material und wird vor allem in Studium und Lehre ein hilfreiches Mittel sein.

Alexander Filipović

Univ.-Prof. Dr. Alexander Filipović, M. A., Universität Wien, Katholisch-Theologische Fakultät, Institut für Systematische Theologie und Ethik, Schenkenstraße 8–10, 1010 Wien, Österreich, alexander.filipovic@univie.ac.at, https://orcid.org/0000-0001-8946-9283

Literatur

Funiok, Rüdiger (2011): Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft (2., durchges. und aktualisierte Aufl.). Kohlhammer (KON-TEXTE; 8).

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Zeitschriftenlese

AfP
Jg 57 (2026) Nr 1

von Pentz, Vera: Die Verantwortlichkeit der Vermittler fremder Inhalte im Äußerungsrecht. – S. 1–9

Vendt, Stephanie; Polster, Anne-Kristin: Alle Jahre wieder – „Reichenlisten". – S. 9–13

Ory, Stephan: AI-Overviews – Verantwortlichkeit und Sorgfaltspflichten. – S. 13–20

Rhein, Valerie; Knuth, Luca: Rechtliche Innovationsräume des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – Teil 1: Innovationsbedarf und Rahmenbedingungen. – S. 20–26

Communicatio Socialis
Jg 59 (2026) Nr 1

Schützeneder, Jonas: Informiert und deshalb (un)sicher?! Die Ambivalenz von Sicherheit und Information. – S. 5–8

Holtz-Bacha, Christina: Die Bedrohung der Wachhunde. Pressefreiheit in der westlichen Welt im Niedergang. – S. 9–22

Lilienthal, Volker; Schönbächler, Viviane; Frech, Jannis: Journalistischer Quellenschutz als konzertierte Aktion. Medienethische Standards im Kontext von Cyberangriffen und ubiquitärer Überwachung. – S. 23–38

Verhovnik-Heinze, Melanie; Rothenberger, Liane: Umgang mit sicherheitssensiblen Quellen. Risiken und ethische Herausforderungen. – S. 39–51

Haarkötter, Hektor; Ochoa-Moreno, Mariana: Digitale Naivität. Über medienethische Leerstellen in der Sicherheitskommunikation. – S. 52–62

Kuschezki, Anna Sophie: (Un)sicherheit im Netz. Eine explorative Studie zu individuellen, redaktionellen und rechtlichen Maßnahmen gegen digitale Gewalt an Journalistinnen. – S. 63–74

Prinzing, Marlis: Stresssicher und krisenfest. Sicherheit und Empowerment als Schlüssel für ethisches Handeln in Krisen. – S. 75–87

Stöber, Birgit: Grönland im hybriden Mediensystem. Visuelle Inszenierung von Sicherheit. – S. 88–96

Rademacher, Lars: Public Relations (PR). Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 43). – S. 97–104

Beckedahl, Markus: Jenseits der Plattformlogik. Wege zu demokratischen digitalen Öffentlichkeiten. – S. 105–111

Krebber, Felix: Verantwortung in Strategischer Geschichtskommunikation. Im Konflikt zwischen Wissenschaftlichkeitsnormen und Auftraggeberinteressen. – S. 112–126

Stapf, Ingrid; Hecktor, Jana: Digital Wellbeing von Kindern. Ethische Perspektiven auf die Social-Media-Debatte angesichts aktueller Entwicklungen der KI. – S. 127–139

Jäckel, Michael: Eine kalkulierbare Welt. Religion, Vernunft und das Allumfassende. – S. 140–149

Communication, Culture & Critique
Jg 19 (2026) Nr 1

Tanous, Osama et al.: Framing Gaza. Medical Journals and the Destruction of Healthcare. – S. 36–48

Rose, Sebastian James; Çelik, Burçe: Palestine as a Laboratory. Aerial Technologies, Colonial Violence and an Origin of Information-Weaponry Systems. – S. 49–57

Stein, Rebecca L.: How to Unsee Gaza. Israel's Visual Politics in a Time of Genocide. – S. 58–66

Al-Ghazzi, Omar: Witnessing Undone. Silence, Noise and the Enabling of Genocide in Gaza. – S. 67–74

Farag, Tamer; Primig, Florian; Badr, Hanan: Algorithmic Censorship, Power, and Resistance in the Arab Region. A Case Study of Pro-Palestinian Content. – S. 74–91

Communication Research
Jg 53 (2026) Nr 1

McLaughlin, Bryan et al.: Living in a (Mediated) Political World. Mindfulness, Problematic News Consumption, and Political Hostility. – S. 3–32

Chen, Hsuan-Ting; Song, Yunya; Guo, Jing: When Disagreement Becomes Uncivil on Social Media. The Role of Passive Receiving and Active Expression of Incivility in Influencing Political Polarization. – S. 33–60

Hsiao, Yuan; Hindman, Matthew: Network Agenda Setting, or Networked Framing? (Non)Correspondence Between User and Right-Wing Media Semantic Networks on YouTube. – S. 61–91

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

Lin, Han; Kim, Yonghwan: How Political Overconfidence Fuels Affective Polarization in Cross-cutting Discussions. – S. 92–119

Chen, Hsuan-Ting; Guo, Jing: Not Bowling Alone. Revisiting Partisan Types and Participatory Behaviors Using the Communication Mediated Model. – S. 120–148

Jg 53 (2026) Nr 2

Link, Elena: Single Episodes of Health Information Seeking, Scanning, and Avoidance. Findings of an Experience Sampling Methods Study of German Residents Suffering from Acute or Chronic Illness. – S. 151–178

Bleakley, Amy et al.: Spillover Effects of COVID-19 News Coverage on Willingness to Participate in Medical Research in a Diverse Sample of US Older Adults. – S. 179–203

Mendelson, Emily A.; Thompson, Charee M.: The Communicative Disenfranchisement of Disabled Individuals during Healthcare Appointments. Material Ramifications of Inaccessible Talk and Space. – S. 204–232

Buehler, Emily M.; Crowley, Jenny L.: The Influence of Responsibility for Stigma, Coping Effort, and Message Visibility on Online Observers' Emotions and Verbal Person-Centered Responses. – S. 233–259

Liao, Danni; Guntzviller, Lisa M.: Patient Evaluation of International Medical Graduates' Verbal and Nonverbal Strategies to Manage Their Lack of Comprehension. Investigating the Role of Goal Inferences. – S. 260–287

Jg 53 (2026) Nr 3

Andersen, Kim et al.: Selective News Avoidance. Consistency and Temporality. – S. 291–318

Link, Elena: A Scoping Review to Clarify the Concept of Information Avoidance and Its Postulated and Examined Consequences. – S. 319–350

Liu, Ke; Chen, Meng: Disentangling the Effects of Cognitive, Affective, and Sociocultural Factors on Risk Information Avoidance. A Meta-Analysis. – S. 351–385

Link, Elena: The Reciprocity of Discrete Emotions and Health Information Seeking and Avoidance. An Experience Sampling Study. – S. 386–421

DuBosar, Eliana; Hmielowski, Jay D.; Rasul, Muhammad Ehab: In Diversity We Trust? Examining the Effect of Political Newsroom Diversity on Media Trust, Use, and Avoidance. – S. 422–452

Communication Theory
Jg 36 (2026) Nr 1

Kasianenko, Kateryna: Elements of Practices in Digital Publics. A Model for Identifying Collective Doings on Social Media Platforms. – S. 1–11

Ohme, Jakob: D[X]IM – The Dynamic Intermediary Model of Communicative Transaction on Digital Platforms in a Networked Public Sphere. – S. 12–23

Jansson, André et al.: From Citizen Identity to Datafied Life. Rethinking Media Reliance in Times of Pervasive Connectivity. – S. 24–35

van Eck, Christel W.; Hameleers, Michael; van der Goot, Emma: Identifying Fake Experts. A Conceptual Framework and Case Study of Illegitimate Expertise in Climate Change and COVID-19 Misinformation and Its Implications for Communication Theory. – S. 36–45

Hyzen, Aaron et al.: Epistemic Welfare and Algorithmic Recommender Systems. Overcoming the Epistemic Crisis in the Digitalized Public Sphere. – S. 46–57

Communications
Jg 51 (2026) Nr 1

Kiyak, Sercan et al.: From the Syrian to Ukrainian Refugee Crisis. Tracing the Changes in the Italian Twitter Discussions Through Network Analysis. – S. 9–34

Opree, Suzanna J. et al.: A Content Analytic Study of the Presence of Brands and Materialistic Values in Popular Influencers' YouTube Videos in the Netherlands. – S. 35–47

Dohle, Marco; Kelm, Ole; Ryba, Natalie: Believing and Disseminating Fake News. The Limited Effects of Warning Labels and Personal Recommendations on Political Partisans. – S. 48–68

Sánchez Medero, Rubén: Political Content as Opinion Leaders. The Ideological Catalysis of Discourse on Social Networks. – S. 69–93

Hameleers, Michael: We Can't Trust Them! The Effects of Populist Blame Attributions to Political and Media Elites on Perceived Factual Relativism. – S. 94–116

Vliegenthart, Rens et al.: The News Avoidance Paradox? Exploring the Relationship Between

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - CC BY

News Repertoires and Intentional News Avoidance. – S. 117–127

Elareshi, Mokhtar et al.: Determinants of Journalists' Acceptance of Using Virtual Reality (VR) in News Production in the Middle East and North Africa (MENA). – S. 128–150

Fikkers, Karin; Ebbinkhuijsen, Ming; Kleemans, Mariska: Perceived Negativity of News, News Distrust, and News Overload as Predictors of Intentional News Avoidance in Preadolescents and Their Parents. – S. 151–161

Jordá, Beatriz; Goyanes, Manuel; González-Manzano, Lorena: Curtailing the Spread of Fake News. Antecedents of Citizens' Intention to Correct Misinformation on Social Media. – S. 162–185

Walgrave, Marthe; Lefevere, Jonas; Van Aelst, Peter: The Heterogeneous Influence of Media on Climate Knowledge and Opinion in a Context of Science-Based Climate Coverage. – S. 186–212

Glogger, Isabella; Shehata, Adam; Oleskog Tryggvason, Per: The Influence of Negativity in News Coverage on Governmental Trust during the COVID-19 Pandemic. – S. 213–232

Mahl, Daniela et al.: Conspiracy Theories and Misinformation in Digital Media. An International Expert Assessment of Challenges, Trends, and Interventions. – S. 233–258

Buoncompagni, Giacomo: Ecological and Journalistic Issues Between Optimism, Mistrust and (Lack of) Expertise. – S. 259–269

Staes, Luna: "Getting the Protest Post Out". To What Extent and How Social Movements' Facebook Protest Posts Receive User Engagement. – S. 270–293

Papa, Venetia; Constantinou, Elena; Lamprianou, Iasonas: Examining Users' Emotional Responses to YouTube Content during the COVID-19 Crisis. A Cross-Country Experiment. – S. 294–318

Computer Law Review
Jg 27 (2026) Nr 1

Lloyd, Ian: AI and the Courts – What If Judges Rely Upon AI for Judgements? The Case of Peggie v. Fife Health Board and Dr B. Upton. – S. 1–5

Ingenrieth, Frank: Opportunities to Reduce Bureaucracy under GDPR after CJEU in EDPS v. SRB (C-413/23 P). Transparency Obligations of Controllers and the Qualification as Personal Data. – S. 6–14

Özdemir, Ceyda; Stummer, Sarah: Technical Documentation Obligations in Data Protection, Technology, and Cybersecurity Law. Synergies, Overlaps and Divergences between GDPR, CRA and AI Act. – S. 15–20

Beardwood, John: The Devil Is in the Details. Why There Is More to Agreements Than Liability Caps and Indemnities. Nine Mechanisms for the More Nuanced Management of Vendor Behaviors, and the Better Provision of Services. – S. 21–24

Albrecht, Daniel: A Comprehensive Analysis of the 2025 Amendments to the Cybersecurity Law of the People's Republic of China. – S. 25–28

Computer und Recht
(2026) Nr 2

Weidert, Stefan: Die Kontrolle missbräuchlicher Klauseln nach Art. 13 Data Act. – S. 73–80

Schantz, Peter: Die Zukunft des transatlantischen Datenverkehrs – eine Chronik eines angekündigten Todes. Warum der EU-US Data Privacy Framework keine Zukunft hat und die Entscheidung des EuG in der Rs. Latombe nur eine Atempause bringt. – S. 91–98

Hartung, Jürgen: Die divergierende höchstrichterliche Rechtsprechung zum immateriellen Schadenersatz wegen Kontrollverlust nach Art. 82 DSGVO. Worin der Ansatz des BGH fehlgeht. – S. 99–105

Schirmbacher, Martin; Köhn von Wedelstedt, Max: Neue Informationspflichten im Handel zu Gewährleistung und Garantien. Neue Musterdokumente für den Online-Handel. – S. 111–118

Borges, Georg: Per Omnibus zur besseren KI-Gesetzgebung? – Zur Reform der KI-Regulierung im sog. „Digitalen Omnibus"-Paket. – S. 131–141

Niemann, Fabian: Mit dem Omnibus zur besseren Datenregulierung – zum Vorschlag einer digitalen Omnibus-Verordnung. – S. 141–144

(2026) Nr 3

Dunkel, Katja; Giere, Katrin: Vertragsgestaltung für Kreative – Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte und KI in Einklang bringen. – S. 145-153

Plum-Schneider, Ruben; Marosi, Johannes: Russmedia – datenschutzrechtliches Zueigenmachen

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

und Plattformrecht. The Devil Is in the Details. – S. 159–164

Behling, Eva; Schirmbacher, Martin: Neue Widerrufsfunktion im Online-Handel – Schwierigkeiten bei der Umsetzung in der Praxis. – S. 182–190

Kiparski, Gerd: Beginn der Vertragslaufzeit von Telekommunikationsverträgen – Der BGH klärt die letzte Streitfrage. Zugleich Anmerkung zu BGH, Urt. v. 8.1.2026 – III ZR 8/25. – S. 199–202

Clausmeier, Dirk: Zero Trust. Eine rechtliche Einordnung. – S. 207–212

Digital Journalism
Jg 14 (2026) Nr 1

Jontes, Dejan; Vehovar, Vasja: From Criticism to Anger and Hate. The Vulgarisation of Digital Anti-Press Criticism on News Outlets' Facebook Pages. – S. 11–29

Ringel, Sharon: Studying Absence. The Ephemerality of Digital News Contexts. – S. 30–44

Peeters, Maud; Maeseele, Pieter: From Sporadic Sympathy to Devoted Skepticism. Alternative Media Use as an Affective Sense-Making Practice. – S. 45–64

Palmer, Ruth; Edgerly, Stephanie: "Because the News is Depressing as Hell". Journalists' Explanations of News Avoidance. – S. 65–83

Menke, Manuel; Seeger, Christina: Different Media, Different Audiences, Different Harassment? How the Journalist-Audience Relationship Shapes Experiences of Harassment. – S. 84–103

Ren, Qumo: Analyzing the Communication of Poverty Governance. A Study of Multimodal News Framing and Engagement on Chinese TikTok. – S. 104–125

Hellmueller, Lea et al.: The Impact of Journalistic Cultures on Social Media Discourse. US Primary Debates in Cross-Lingual Online Spaces. – S. 126–146

Bhowmik, Sima; Fisher, Jolene: Defensive Journalism in Bangladesh. Consequences of the Digital Security Act on Journalism Practice. – S. 147–166

Kim, Su Jung et al.: Journalism as a Service. How Tablet News Service Influences Subscriber Retention and Long-Term Profitability. – S. 167–185

Lauerer, Corinna; Beckert, Johannes: Pushing Boundaries – Hybrid Advertising in Digital News Media. A Content Analysis of Media Kits. – S. 186–205

Jg 14 (2026) Nr 2

Schaetz, Nadja; Schjøtt, Anna: AI Hype and Its Function. An Ethnographic Study of the Local News AI Initiative of the Associated Press. – S. 220–237

Valderrama Barragán, Matías et al.: From Industry Hype to Emerging Criticism. Analysing Chilean News Media Coverage of Artificial Intelligence. – S. 238–260

Ananny, Mike; Karr, Jake: How Media Unions Stabilize Technological Hype. Tracing Organized Journalism's Discursive Constructions of Generative Artificial Intelligence. – S. 261–283

Chen, Bin; Chen, Anfan; Lu, Shuning: Buzz across Borders. Analyzing the Global and Local Dynamics Shaping the ChatGPT Media Hype in China. – S. 284–303

Shorey, Samantha; Rodriguez, Estefania: Automating Essential Work. News Media and Technology Hype in a Critical Sector 2014–2024. – S. 304–322

Magalhães, João C.; Smit, Rik: Less Hype, More Drama. Open-Ended Technological Inevitability in Journalistic Discourses about AI in the US, The Netherlands, and Brazil. – S. 323–340

Lammar, Dominic; Horst, Maja; Müller, Ruth: AI in the German Media. Narratives of AI-in-Particular and AI-in-General in German Media Reporting about Artificial Intelligence. – S. 341–359

Kuai, Joanne: Navigating the AI Hype. Chinese Journalists' Algorithmic Imaginaries and Role – S. 360–379

Nkoala, Sisanda et al.: AI Hype Through an African Lens. A Critical Analysis of Language as Symbolic Action in Online News Publications. – S. 380–399

European Journal of Communication
Jg 41 (2026) Nr 1

Rúas-Araújo, José; Rodríguez-Martelo, Talía; Dragomir, Marius: From Trailblazers to Tortoises. How Europe's Regional Public Service Broadcasters Approach Innovation. – S. 5–22

Wouters, Ferre et al.: Does Fact-Checking Influence Media Trust? Longitudinal Evidence from Flanders. – S. 23–40

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Bassoli, Matteo; Greppi, Tommaso: Different Refugees, Different Portrayals. A GDELT-Based Comparative Analysis of the Mediatic Portrayal of Syrian Refugees in 2015 and Ukrainian Refugees in 2022 across Seven European Countries. – S. 41–60

Kerrouche, Djamil; Badad, Oussama: Shifting Sands. Spanish Press Coverage of Western Sahara Before and After Spain's 2022 Autonomy Pivot. – S. 61–79

Skey, Michael: Representing Nations as 'Things'. Media, Nationhood and Entitativity. – S. 80–94

Human Communication Research
Jg 52 (2026) Nr 2

Schrodt, Paul: Interparental Conflict and Parent–Child Triangulation. A Meta-Analytical Review of Children Feeling Caught Between Parents. – S. 77–89

Breves, Priska L et al.: The Impact of Body-Positive and Fitspirational Influencers on Body Satisfaction. A Longitudinal Study of Evolving Parasocial Relationships. – S. 90–105

Cooper, R. Amanda; Fanari, Alice: Extending Communicated Sense-Making Theorizing to Social Groups. Missionaries' Use of Metaphor, Personification, and In-Group Vernacular. – S. 106–120

Meier, Yannic; Masur, Philipp K.: Escaping the Digital Panopticon? Longitudinal Effects of Dataveillance Salience Shocks on Privacy Attitudes and Inhibited Behaviors. – S. 121–132

Journal of Communication
Jg 76 (2026) Nr 1

Walter, Nathan et al.: Is Time of the Essence? A Temporal Meta-Synthesis of Seven Media Effects Theories. – S. 8–19

Xu, Shan et al.: Temporal Dynamics of Media and Communication Processes. A Review of Theories and Meta-Analysis of Empirical Studies. – S. 20–35

Chae, Je Hoon: Time Is the Fire in Which Message Effects Burn. Decay and Sustenance of Correction Effects Over Time. – S. 36–48

Siles, Ignacio et al.: Streaming Users as Temporal Publics. Recalibrating Platform Power in Latin America. – S. 49–59

Coronel, Jason C. et al.: Fusing Theory-Guided Machine Learning and Bio-Sensing. Considering Time in How Children Learn Science from Dynamic Multimedia. – S. 60–77

Klingelhoefer, Julius et al.: Possible Futures All at Once. Time Frame and Time Lag in Short-Term Longitudinal Media Effects Research on Well-Being. – S. 78–91

Zhu, Jonathan J. H.: Conceptualization, Operationalization, and Performance of Longitudinal Studies in Communication Research. A Systematic Review. – S. 92–106

Bodie, Graham D.: Supportive Message Evaluation across Multiple Time-Scales. – S. 107–118

Journal of Communication Inquiry
Jg 50 (2026) Nr 2

Eze, Ugochukwu Zacky; Zacky-Eze, Chinwendu Judith; Nwokedi, Ozioma Patience: Beyond the Binary. Reimagining Gender Fluidity in Media Representations. – S. 146–165

Engstrom, Erika; Brody, Evan; Casadevall, Annie: Queering Contemporary Comedy. FX's What We Do in the Shadows and the Mediation of Nonnormative Gender and Sexual Identities. – S. 166–185

ElShabassy, Aliaa K.; Fincher, Isabella; Fahmy, Shahira S.: Gender-Based Violence Activism on TikTok. A Comparative Analysis of English and Arabic Activist Discourses. – S. 186–216

Rundio, Amy; Kulczycki, Cory; Mallhi, Arshpreet Kaur: Open Road to Competition. Media Framing of Social Justice Within Professional Women's Cycling. – S. 217–240

Osei Fordjour, Nana Kwame: Press Releases, Politics, and Gendered Language Frames. An Analysis of Governor Michelle Lujan Grisham during the COVID-19 Pandemic. – S. 241–257

Cabas-Mijares, Ayleen; Balli, Jules: Bring a Bucket, Bring a Mop. News Coverage of WAP and the Contentious Articulation of Black Women's Politics of Pleasure. – S. 258–279

Li, Ziyin: Approaching "Data Feminism". Visualizations to Shed Light on Inequality. – S. 280–300

Journal of Computer-Mediated Communication
Jg 31 (2026) Nr 1 (ohne Seitenzahlen)

Lin, Leheng; Wang, Laurent H.: From Screens to Sensors. A Contextual Integrity Approach to Understanding Privacy Norms across Mobile Health Contexts.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Wang, Portia et al.: Virtual Placemaking. Self-Built Environments and Revisiting Shared Memories in Virtual Reality Increase Group Cohesion.

Hallinan, Blake et al.: Global Creator Culture? Converging Values and Generic Practices in YouTube Reviews.

Tang, Jack Lipei et al.: Intergroup Contact, Contact Heterogeneity, and Cross-Group Friendship. Evidence from a Global Prosocial Mobile Game.

Dombrowski, Jana; Trepte, Sabine: Taking Stock of Social Media Privacy. Meta-Analytic Evidence on How Control, Trust, and Concerns Are Associated with Social Media Use, Disclosure, and Protection.

Bührer, Stephanie; Koban, Kevin; Matthes, Jörg: Immigration-Related Socio-Cognitive Dynamics Driving Digital Hate. A Four-Country Study on Online Incivility and Intolerance Perpetration Open Access.

Journal of Health Communication
Jg 31 (2026) Nr 1

Kong, Fei et al.: A Machine Learning Approach to Analyzing Main Topics and Sentiments in YouTube's Portrayal of HIV/AIDS in China. – S. 1–11

Upshaw, Sean J.; Smith, Damariyé L.: Narrative Engagement and Cultural Resonance. Examining Spokesperson Messaging in the "Get Real about Diabetes" Campaign Targeting African American Audiences. – S. 12–21

Kim, Hye Kyung; Gu, Rui; Kim, Yungwook: How Defense and Accuracy Motives Influence Health Information Seeking and Avoidance. A Dual-Motive Model Perspective. – S. 22–33

Færevaag, Fredrik Svartdal et al.: Mapping the Landscape of Critical Health Literacy. A Comprehensive Scoping Review of Research Trends and Associations with Health Behaviors. – S. 34–54

Taba, Melody et al.: Using Social Media for Public Health Communication to Young People. A Qualitative Study to Inform Emergency Preparedness. – S. 55–64

Perrault, Evan K. et al.: Promotion – The 4th P of Social Marketing. A Scoping Review of Efforts from 2010–2022. – S. 65–76

Jg 31 (2026) Nr 2-3

Kikut-Stein, Ava et al.: Does Misinformation Have Spillover Effects on Unrelated Health Behaviors? Promising Null Results from a Longitudinal Study of U.S. Adults. – S. 77–89

Xu, Yusi Aveva et al.: From Knowledge to Action. Effects of HPV Knowledge, HPV Vaccine Attitude, Gender, and HPV Vaccine Safety Concerns on HPV Vaccination Intent. – S. 90–100

Whitwam, Bryce: Delivering Change. The Diffusion of Doula Awareness in Black American Communities. – S. 104–112

He, Miao et al: Beyond Rationality. Information Overload and Biased Perceptions of Lung Cancer Screening Among Middle-Aged Adults. – S. 113–123

Rosset, Magdalena et al.: Clinical AI Applications in the Context of Cancer. Explaining Openness to Information and Consent to Use Through Risk Perceptions and Efficacy Beliefs. – S. 124–133

Journal of Media Economics
Jg 38 (2026) Nr 1

Chang, Jieun; Kang, Youngho: Information Sources, Media Censorship, and Individual Relative Political Position. – S. 1–21

Journal of Media Psychology
Jg 38 (2026) Nr 2

Laporte, Helene et al.: Exposure to Sexually Explicit Internet Material in Adolescence and Unwanted Sexual Behavior in Emerging Adulthood. – S. 71–82

Jones, Emily L.; Rozenman, Michelle: Social Anxiety, Perceptions of Social Support, and Behavior in Anticipation of Online Peer Interaction. – S. 83–93

Frampton, Jessica R.; Coduto, Kathryn D.; Rowlett, Jerrica T.: Choice of Communication Channel for Dyadic Relationship Dissolution Processes in Abusive and Non-Abusive Relationships. – S. 94–106

Buehler, Emily M.; High, Andrew C.: Seeking Support Online. How Anonymity, Visibility, and Relationship Closeness Shape Support-Seeking Messages. – S. 107–118

Spence, Ruth; Martellozzo, Elena; DeMarco, Jeffrey: Content Moderator Coping Strategies. Associations with Psychological Distress, Secondary Trauma, and Well-Being. – S. 119–129

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Journalism & Mass Communication Quarterly
Jg 103 (2026) Nr 1

Boukes, Mark et al.: The Necessary Evolution of Mass Communication Research in a Fragmenting Media Landscape. – S. 9–34

Vaccari, Cristian et al.: Credibility as a Double-Edged Sword. The Effects of Deceptive Source Misattribution on Disinformation Discernment on Personal Messaging. – S. 35–64

Mena, Paul: Reducing Misinformation Credibility. How Explanations Impact the Effectiveness of Social Media Warning Labels and Fact-Checking Source Recall. – S. 65–83

Qu, Yan; Lu, Shuning: A News Ecology Perspective to Information Verification. Examining the Effects of News Repertoire and News Capital. – S. 84–113

Custodi, Jacopo; Trenz, Hans-Joerg; Moland, Martin: Countering Post-Truth. A Comparative Study of Journalists' Responses to Disinformation Challenges. – S. 114–133

Kim, Yunju; Lee, Joonhwan: Balancing Artificial Intelligence and Human Expertise. Ideal Fact-Checking Strategies for Hard and Soft News. – S. 134–160

Zhang, Xinzhi; Peng, Tai-Quan; Zhu, Qinfeng: Social Media Misinformation Wars. How Message Features, Political Cynicism, and Conspiracy Beliefs Shape Government-Led Public Health Debunking Effectiveness. – S. 161–193

Johnson, Thomas J.; Kaye, Barbara K.; Park, Chang Sup: Shouts and Whispers. The Gamson Hypothesis, Media Reliance, and Belief in 2020 Election Conspiracy Theories. – S. 194–220

Li, Dajun; Fu, Lunrui; Chen, Liang: Developing and Validating a Four-Dimensional Misinformation Correction Scale. A Mixed-Methods Approach. – S. 221–248

Sun, Yanqing; Xie, Juan: Do Heuristic Cues Affect Misinformation Sharing? Evidence From a Meta-Analysis. – S. 249–272

Schroeder, Makenzie; Figueroa-Caballero, Andrea: The (Political) Show Must Go On. The Effects of Political Media and Family Relationships on Affective Polarization. – S. 273–295

Pavez, Isabel et al.: My Private–Public Sphere. Women's Information Strategies in Times of News Mistrust. – S. 296–319

Strehler-Schaaf, Marlene; Viehmann, Christina; Quiring, Oliver: Faulty News Coverage Causes Bad Moods. The Impact of Media Perceptions on the Relationship between Bad Moods and Negative Negotiation Outcomes. – S. 320–346

Lee, Francis L. F.: The Conditional Relationship between Active (Topical) News Avoidance and News Consumption Under Democratic Backsliding, – S. 347–368

Li, Gabriel Miao; Liang, Fan; Zhu, Qinfeng: Examining Active News Avoidance across Countries. – S. 369–393

Journalism Studies
Jg 27 (2026) Nr 2

Jakobsson, Peter; Stiernstedt, Fredrik: What Do Media Audiences Mean When They Talk About Media Trust? An Open-Ended Approach to How Audiences Interpret the "Trust-Question". – S. 143–159

Moscowitz, Leigh et al.: Delegitimizing Tactics in Media Coverage of Trans Athlete Sport Bans. A Cross-Platform Comparison of U.S. Media Framing. – S. 160–179

Rasoulikolamaki, Sahar; Mat Isa, Noor Aqsa Nabila; Kaur, Surinderpal: From Delegitimisation to Conditional Legitimacy. Media Slant and Multimodal Framing of Quran-Burning Protests. – S. 180–206

Friedman, Elie; Manosevitch, Idit: Polarization, Social Responsibility Journalism, and Collective Memory Discourse. The Case of Tisha B'Av 2023 Broadcasts. – S. 207–227

Mutsvairo, Bruce et al.: The Messenger (Not the Medium) Is the Message? Uncovering Journalists' Perceptions of Digital Disinformation in Conflict Countries. – S. 228–248

Peeters, Hanne; Truyens, Pauljan; Van Damme, Kristin: How and Why People Consume News. Studying News Use and Its Enablers in Context of Media Repertoires. – S. 249–282

Audette-Longo, Trish: Making Sense of Climate Change. The Challenges and Promises of Embodied Climate Journalism. – S. 283–301

Jg 27 (2026) Nr 3

Ardèvol-Abreu, Alberto; Delponti, Patricia: Understanding News Avoidance and "Snacking" of Climate Change News. Psychological and Cognitive Drivers in a Longitudinal Study. – S. 303–320

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Chen, Qiongye; Figueroa, Ever Josue: Will They Defend Their Own? A Critical Discourse Analysis and Comparison of Corporate News Media and NewsGuild Coverage of Journalists' Labor Strikes. – S. 321–339

Aharoni, Tali: Beyond Audience Evaluations. Re-Thinking News Trust in Digital Environments. – S. 340–359

Smeenk, Kim et al.: When Journalists Share Their Happy Feelings. Affective Connection as a Source of Reliability in Personal Journalism. – S. 360–380

Friedman, Barbara G. et al.: "Judged, Misrepresented and Misunderstood". Human Trafficking Survivors' Engagement with Journalists. – S. 381–399

Lee, Francis L. F.; Chan, Chi-Kit; Tang, Gary K. Y.: Political Tolerance and Forms of Active News Avoidance. – S. 400–418

George, Cherian; Cheng, Yujia; Lam, Agnes: Enemies Within. Entrepreneurial Agents of Media Autocratisation in Hong Kong's Press System. – S. 419–437

Jg 27 (2026) Nr 4

Souza Neuls, Gisele; Battocchio, Ava Francesca; da Silva, Marcos Paulo: Learning from Indigenous Journalism. A Case for Standpoint Journalism. – S. 439–459

Bisso Nunes, Ana Cecília et al.: Sandbox Journalism. The Role of Media Labs as Innovation Drivers in European News Organisations. – S. 460–481

Vasilendiuc, Natalia et al.: How Safe Is Journalism? Unpacking Risks and Implications for the Profession in Romania. – S. 482–502

De Cooker, Jessy et al.: Lost in Translation? How Structural, Individual, and Professional Factors Hinder AI Adoption in Investigative Journalism. – S. 503–519

Maes, Bart et al.: Shifting Sources, Shifting Views. How Public Opinion Sources Influence Journalists' Audience Perceptions. – S. 520–540

Johnson, Patrick R.: What Journalists Say News Literacy Is. – S. 541–564

Vaarala, Viljami; Farkas, Johan: A Discursive Turn in Journalism Studies? A Systematic Review of Discourse Analysis in Leading Journalism Journals. – S. 565–582

Kommunikation & Recht
Jg 29 (2026) Nr 2

Conrad, Conrad S.: Digitaler Omnibus – Auswirkungen auf die Praxis im Datenschutzrecht. – S. 73–78

Kaufmann, Julia: Digital Omnibus on AI – Was steckt dahinter? – S. 78–82

Karniyevich, Natallia: Die deutsche Umsetzung der NIS2-Richtlinie. Zentrale Neuerungen des BSI-Gesetzes in der Praxis. – S. 82–88

Galetzka, Christian; Kulke, Ulrich: Präzisierung der DSGVO-Haftung von Intermediären für personenbezogene Anzeigeninhalte im Netz. Zugleich Kommentar zu EuGH, Urteil vom 2.12.2025 – C-492/23, K&R 2026, 105ff. (in diesem Heft). – S. 89–93

Determann, Lothar: USA beschränken internationale Datentransfers aus Sicherheitsgründen. – S. 93–99

von Appen, Antonia; Lein, Benjamin: Digitaler Nachlass im Spannungsfeld von Rechtsprechung und Praxis. – S. 99–104

Jg 29 (2026) Nr 3

Pfitzer, Clemens; Loncar, Daniel: Haftung des Suchmaschinenbetreibers für KI-generierte Übersichten. Zugleich Kommentar zu LG Frankfurt a. M., Urteil vom 10.9.2025 – 2-06 O 271/25, K&R 2026, 197ff. (in diesem Heft). – S. 145–148

Wittlinger, Michael: KI-Trainingsdatensätze und TDM. Zugleich Kommentar zu OLG Hamburg, Urteil vom 10.12.2025 – 5 U 104/24, K&R 2026, 191ff. (in diesem Heft). – S. 148–151

Zirnstein, Yannick: Künstliche Intelligenz und Datenschutz – Handreichung der BfDI zum Einsatz von KI in Behörden. Anforderungen an den Einsatz von KI durch öffentliche Hand. – S. 151–155

Lienemann, Kerstin: Drei Gesetze, ein Verstoß – Fragmentierung der Meldepflichten gemäß DSGVO, NIS2 und DORA. – S. 155–160

Homar, Philipp: Cloud-Speicher unterfallen der österreichischen Speichermedienvergütung. Zugleich Kommentar zu OGH, Urteil vom 16.12.2025 – 4 Ob 15/25x, K&R 2026, 214ff. (in diesem Heft). – S. 161–163

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Mass Communication & Society
Jg 29 (2026) Nr 2

Krcmar, Marina et al.: The Effects of Fantastical Characters and Prosocial Message Duration on Children's Narrative, Emotional, and Moral Lesson Comprehension of a Cartoon. – S. 165–190

Freytag, Anna et al.: Explaining the Rich Entertainment Appeal of Nature Documentaries and its Conflicting Motivational Consequences. – S. 191–223

Brimmel, Nausikaä et al.: The Interrelationships between Adolescents' Online Affective Perceptions and Momentary Affect. An ESM Study on Affective Social Media Use. – S. 224–244

Grady, Sara M.; Eden, Allison; Wolfers, Lara N.: Examining Comfort Media. A Tool for Self-Regulation and Refuge? – S. 245–268

Carbone, Luca; Klimmt, Christoph; Vandenbosch, Laura: The Internalization of a Performance-Oriented Self-Concept Among Adolescents Through Their Favorite Music Artists. – S. 269–291

Chang, Chingching: Does Creativity Make Even Cruel Prank TV Shows Funny? Exploring the Double-Edged Sword Effects of Creativity. – S. 292–310

Dajches, Leah; Barbati, Juliana L.: Gothic Pride. Examining the Effects of American Gothic Television on Sexual Minority Youth's Sexual Identity Affirmation and Psychological Well-Being. – S. 311–325

Matthes, Jörg et al.: Should They Really See This? The Depiction of Alcohol in Movies and Series Targeted at Children. – S. 326–340

Media Perspektiven
(2026) Nr 2

Gleich, Uli: Wissenschaftskommunikation. – S. 1–10

(2026) Nr 3

Neuberger, Christoph; Mayer, Anna-Theresa: Was ist subjektiver Journalismus? Bedeutung und Relevanz für die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Eine Analyse am Beispiel des ARD/ZDF-Content-Netzwerks *funk*. – S. 1–24

(2026) Nr 4

Uli Gleich: Die Bedeutung von Brand Safety für die Werbewirkung. – S. 1–10

(2026) Nr 5

Möbus, Pamela; Heffler, Michael: Lineares TV verliert deutlich. Der Brutto-Werbemarkt 2025. – S. 1–6

(2026) Nr 6

Zabel, Christian: Kooperationsnotwendigkeit und -potenziale des dualen Systems im digitalen Werbemarkt. Gutachten zur Entwicklung des deutschen Werbemarktes. – S. 1–17

(2026) Nr 7

Gleich, Uli: Werbung und Barrierefreiheit. – S. 1–9

(2026) Nr 8

Puffer, Hanna: Barrierefreiheit in Medienangeboten – Welche Rolle spielt KI? Öffentlich-rechtliche und private Initiativen für mehr Inklusion. – S. 1–17

Media Psychology
Jg 29 (2026) Nr 2

Ellithorpe, Morgan E.; Yao, Shay X.; Rhodes, Nancy: Lifetime Video Game Exposure Is Associated with Internalization of Sexist STEM Beliefs in Women and Men. – S. 171–194

Stehr, Paula; Schwertberger, Ulrike; Obermaier, Magdalena: You'll Never Walk Alone. How Online Communication Shapes Digital Health Activism as Prosocial Collective Action. – S. 195–218

van Antwerpen, Natasha; Lough, Kyser: The Effects of Solutions versus 'Heart-Warmer' Journalism on Audience Wellbeing, Self-Efficacy, and Trust. – S. 219–246

Kim, Min Jung; Cingel, Drew P.; Choi, Yun Jung: Korean Children's YouTube Use and Social Skills. A Linkage Analysis with Negative Interactions in Favorite YouTube Content. – S. 247–274

Saleem, Muniba et al.: Media Depictions of Minority Groups. A Meta-Analytic Review Examining the Effects of Positive and Negative Portrayals on Outgroup Evaluations. – S. 275–305

Konings, Femke et al.: Adolescents' Sexualized Self-Presentations on Social Media. A Cross-National Data Donation Study. – S. 306–336

van der Goot, E. S. et al.: The Impact of Online Political Conflict Frames on Party Evaluations and Trust in Politicians. – S. 337–360

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Maheux, Anne J. et al.: Digital Sexual Communication among Adolescents. Links with Sociosexual Health Outcomes and Psychosocial Distress. – S. 361–386

Media, Culture & Society
Jg 48 (2026) Nr 2

Gordon, Neve: The Weaponisation of Antisemitism. The Jewish Chronicle and the Production of a Moral Panic. – S. 211–228

Escalante-Block, Elena; Blockx, Jan: Legislating in the Media Spotlight. The Digital Markets Act in EU News Coverage. – S. 247–264

Jena, Aniruddha; Hayward, Mark: Turning (and Tuning in) to Rural Media. Exploring the Role of Identity, Place, and Participation in Locating Community Radio. – S. 265–281

Mattos Luz, Gleice; Álvares, Cláudia: Mediating Bolsonarism on Facebook. Religion, Technopolitics and Activism in Grassroots Digital Networks. – S. 282–303

Backes, Annabella; Lünenborg, Margreth; Schankweiler, Kerstin: Shame Must Change Sides. Affective Media Practices and the Mazan Rape Cases on TikTok. – S. 304–323

Nwankpa, Nduka N.; Kuru, Leton C.; Onwuka, Ngozi A.: Beyond Rhetoric. The Media and the Nigerian Government's Professed Commitment to the Clean-Up of Ogoniland. – S. 324–342

Lotz, Amanda D.: On Hosted Media, Simple-Professional Cultural Production, and Micro Media Logics in Anglophone Video. – S. 343–361

Hartmann, Maren; Lowis, David; Klocke, Vera: Disconnection Divide. When Rooflessness Meets (Digital) Dis/Connection. – S. 362–385

Argudo-Portal, Violeta; Canals, Roger: Anticipatory Images. Visual Depictions of the Not-Yet and the Politics of Temporality. – S. 386–402

Ferrigato, Riccardo; Balbi, Gabriele: Toward a Media Maintenance Approach (MEMA). Maintenance as a Theoretical Tool for Media Studies. – S. 403–415

Grohmann, Rafael; Costa Barbosa, Alexandre: Sovereignty-as-a-Service. How Big Tech Companies Co-Opt and Redefine Digital Sovereignty. – S. 416–424

Jg 48 (2026) Nr 3

Sender, Katherine et al.: Strategic Methodological Essentialism. An Approach to Transnational LGBTQ+ Audience Research. – S. 427–443

Kiflu, Gebru Kahsay; Nigussie, Hagos: Media and the Public Sphere in Ethiopia. The Impact of the "2018 Political Reform". – S. 444–461

Chen, Yangzi; Chia, Stella C.: Celebrating Women's Autonomy, Embracing Patriarchal Norms. The Transnational Manifestation of Postfeminism in China. – S. 462–479

Whyte, Shaheen Amid: Podcasting Islam in the Anglosphere. Muslim Counterpublics in the UK, US and Australia. – S. 480–498

Grønlund, Anders; Sand, Stine Agnete: Breaking Colonial Borders. Arctic Collaboration and the Emergence of Indigenous Screen Industries in Sápmi and Greenland. – S. 499–518

Hultin, Lotta; Göransson, Markus: The Temporal Identity Work of Digitally Connected Migrants. A Study of Young Syrian Migrants in Sweden. – S. 519–537

Jeong, DongWook: Esports Is a Riot Games. A Critical Political Economic Analysis of the Closure of the World's First Esports TV Network in South Korea. – S. 538–555

Lai, Signe Sophus; Flensburg, Sofie; Sick, Kristian: Currents of Control. Ownership Evolutions in the Submarine Data Cable Industry. – S. 556–575

Chen, Hongmei: From Dead Bills to New Ideas. How Policy Discourse Is Reimagining Local Journalism in the United States. – S. 576–594

Chung, Hiu-Fung: Travelling With(in) Critical AI Studies. An East Asian Standpoint. – S. 595–607

Baishya, Anirban K.; Mini, Darshana S.: (Dis)Locating South Asia. Diasporic Markets in the Global Streaming Landscape. – S. 608–619

Zhang, Xiaoyu: National Discourse in Chinese Cyberspace. Rethinking the Roles of and Dynamics Between the State, Digital Platforms, and Non-State Actors. – S. 620–630

Medien & Altern
(2025) Nr 27

Höpflinger, François: Digitale Nutzung und soziale Beziehungsdimensionen im höheren Lebensalter. – S. 6–18

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

De Vries, Tjard et al.: Sozialraum und Digitalität im höheren und hohen Lebensalter. Potenziale und Grenzen digitaler Medien für Teilhabe und Quartiersentwicklung. – S. 19–32

Moroz, Diana; Schoch, Judith; Doh, Michael: Förderung von digitalen Bildungsangeboten in Einrichtungen der Altenhilfe. – S. 33–46

Michel, Claudia et al.: Digitale Brücken bauen. Wie ein hybrides Informationsangebot betreuenden Angehörigen die Orientierung im Unterstützungsnetzwerk erleichtert. – S. 47–60

Sakata, Ai; Komatsu, Takashi; Shiraga, Kana: New Forms of Elderly Employment Enabled by Technology. – S. 69–86

medien + erziehung
Jg 70 (2026) Nr 1

Wütscher, Swenja: EU Kids Online. Digitale Technologien wirken sehr unterschiedlich. – S. 3–5

Berger, Sonja et al.: KI in der Schule. Anforderungen an medienbezogene Kompetenzen von Lehrkräften. – S. 11–18

Irion, Thomas et al.: CreatorSpaces als medienpädagogische Gestaltungsräume an Schulen. – S. 19–26

Fankhauser, Evelyne; Labhart, Daniel: Qualität durch Nähe – Medienbildung wirksam verankern. Pädagogischer ICT-Support als Schnittstelle zwischen pädagogischen Zielen und technischen Lösungen. – S. 31–38

Maurer, Björn; Demmler, Kathrin: „Schule ohne KI wird es nie mehr geben". Stimmen zur digitalen Transformation von Schule. – S. 39–50

Radoslavov, Stoyan: Sozialraumorientierte kooperative Medienbildung – Chancen. Herausforderungen. Stellschrauben. – S. 51–57

Winter, Christin; Eggert, Susanne: Digitale Grundbildung für Menschen mit Zuwanderungsgeschichte. – S. 58–63

Gebel, Christa et al.: Eltern besser erreichen. – S. 64–70

Benedikter, Roland: Medialer Sport – Kompensation einer latenten bio-psychologischen Spaltung hyperaktiver Gesellschaft? – S. 71–78

MedienJournal
Jg 50 (2025) Nr 1

Ortner, Christina; Knez, Julia; Buchinger, Isabella; Kovacs, Carrie: Media Use in Times of COVID-19. How Children and Adolescents in Austria Used Media to Cope with the First Year of the Pandemic – S. 1–23

Wallner, Katrin; Krainer, Larissa; Karmasin, Matthias: Fakten mit Gütesiegel? Eine Analyse von Entwicklung, Struktur und Rolle österreichischer Faktenchecker-Organisationen im Kontext der Media Accountability. – S. 24–48

Multimedia und Recht
Jg 29 (2026) Nr 2

Denga, Michael: Datensouveränität und Data Cloud. Binnenmarktregulierung zwischen Kontraktualisierung und Subventionierung. – S. 91–97

Hofert, Eduard; von Schönfeld, Max; Letski, Maxim: Internationale Resale-Modelle im Vertrieb von KI-Anwendungen. Ausgestaltung aus Sicht von Resellern. – S. 97–104

Schippel, Robert: Softwarelizenzaudits. Grundlagen, Umfang und Abwehrmaßnahmen. – S. 104–108

Sach, Benjamin; Stößer, Fabian: Der Schöpfungsanteilsindex. Ein Werkzeug zur urheberrechtlichen Bewertung von KI-Erzeugnissen. – S. 109–114

Pohle, Jan; Winter, Nico: Problemstellungen im BSIG-neu – Anwendungsbereich, Lieferkette und erheblicher Sicherheitsvorfall. Betrachtung zentraler Rechtsfragen und praktische Herausforderungen der NIS-2-Umsetzung. – S. 115–120

Jg 29 (2026) Nr 3

Zikesch, Philipp; Sörup, Thorsten; Adrian, Maximilian: Datenverarbeitungsdienst – ein Begriff sucht seine Bedeutung. Definition nach Systematik, Zielsetzung und Übertragbarkeit auf Service-Modelle. – S. 171–178

Schöttle, Hendrik: Digitale Souveränität durch Open Source? Rechtliche Handlungsspielräume in einer vernetzten Welt. – S. 178–183

Falk, Richard: Der Datenvertrag – Wie die Compliance-Pflicht zur Kür wird. Voraussetzungen für Dateninhaber nach Art. 4 Abs. 13 DA. – S. 184–187

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Pillin, Marie-Sophie: Internationales Privatrecht und Data Act. Grenzüberschreitende Reichweite des Data Act am Beispiel der Datenweitergabevereinbarung. – S. 188–192

Mehlan, Amelie: Datenschutzrechtliche Unzulässigkeit von personalisierten Werbemodellen. Wie kann Online-Werbung trotzdem funktionieren? – S. 192–197

Jg 29 (2026) Nr 3, Beilage

Schreiber, Kristina; Fischbach, Benjamin: NIS-2-RL in der EU-Digitalstrategie. Cybersecurity als Fundament für digitalen Wohlstand. – S. 250–254

Leßner, Anne: Die öffentliche Verwaltung in der NIS-2-RL. Sonderregeln für den Staat bei der Cybersicherheit. – S. 254–257

Hessel, Stefan: BSIG: Wer ist (besonders) wichtig? Anwendungsbereich der NIS-2-RL und des deutschen Umsetzungsgesetzes. – S. 258–261

Rosensaft, Irina: Risikomanagement – das strategische Drehkreuz der NIS-2-RL. Risikoanalyse und Risikobewertung. – S. 261–264

Cooper, Stuart; Reinhold, Thomas: Wie die NIS-2-RL die Rolle der Unternehmenskommunikation stärkt. Strategische Führung durch regulatorische Risikosteuerung. – S. 265–268

Schmidt, Stephan: Hybride Bedrohungen und die Wechselwirkung von NIS-2-RL und CER-RL. Moderne Sicherheitskonzepte für Demokratien. – S. 269–273

Dittrich, Tilmann: Aufsichts- und Sanktionsmöglichkeiten nach der NIS-2-RL. Konkrete Kompetenzen, Maßnahmen und Sanktionen nach dem BSIG-neu. – S. 273–276

Grosmann, Patrick; Hansen, Hauke; Michel, Sarah Elena: Datenschutz trifft IT-Sicherheit. Eine Synopse der Regelungen von NIS-2-RL und DS-GVO. – S. 276–281

Ulrich, David: NIS-2-RL und Versicherungen betroffener Unternehmen. Einfluss der NIS-2-RL auf dem Versicherungsschutz von Unternehmen und Geschäftsleitern. – S. 281–285

New Media & Society
Jg 28 (2026) Nr 2

Zhang, Zizhong; Mu, Haixin; Chui, Don Lok Tung: Group-Swinging as a Strategic Approach to Curating Multiple Minority Identities Online. A Study of Lesbian Gamers. – S. 465–484

Guo, Yu; Wang, Duorui; Xiang, Hongzhe: The Impact of Fitspiration Content on Women's Body Shame and Sexual Assertiveness. A PLS-SEM and Multigroup Analysis. – S. 485–506

Ou, Mengxue et al.: Trust It or Not. Understanding Users' Motivations and Strategies for Assessing the Credibility of AI-Generated Information. – S. 507–529

Ng, Jason; Gamble, Steven: Hip-Hop Music Producers' Labour in the Digital Music Economy. Self-Promotion, Social Media and Platform Gatekeeping. – S. 530–548

Kashian, Nicole: Pathways to Persuasion. The Impact of Social Media Influencers' Self-Disclosure and Follower Size on Persuasion Outcomes. – S. 549–566

Chinn, Sedona; Hasell, Ariel; Shao, Anqi: What Does It Mean to "Do Your Own Research?" - A Comparative Content Analysis of DYOR Messages in Instagram and Facebook Posts about Reproductive Health, Food, and Vaccines. – S. 567–588

Leeds, Tyler: The Influencer-Intellectual Tactic and Social Media Advertisements. How PragerU Advances Partisan Knowledge. – S. 589–610

Chen, Simin Michelle; Song, Sanga; Kim, Hyejin: The Dual Impact of Social Media on Asian Americans' Racial Identity and Resilience During the COVID-19 Pandemic. – S. 611–629

Lee, Jin; Leaver, Tama; Abidin, Crystal: Child Idols in South Korea and Beyond. Manufacturing Young Stars at the Intersection of the K-Pop and Influencer Industries. – S. 630–651

Latikka, Rita et al.: Digital Relatedness. A Longitudinal Study on Social Resources and the Use of Smart Technology. – S. 652–672

Zhang, Ceciley Xinyi; Rice, Ronald E.; Wang, Laurent H.: College Students' Literacy, ChatGPT Activities, Educational Outcomes, and Trust from a Digital Divide Perspective. – S. 673–695

Lelo, Thales; Meneses, Gabriela Silva; Pereira, Fábio Henrique: Consequences of Digital Platforms' Use on the Work-Life Balance of Brazilian Journalists. – S. 696–719

Mimizuka, Kayo; Rodarte, André K.; Arif, Ahmer: On the Fly. How Japanese Social Media "Watchers" Improvise to Counter Problematic Information. – S. 720–738

Keller, Yehudis; David, Yossi; Trachtenberg, Estherina: On a New Path. Social Support, Social

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Media Engagement, and Well-Being After Religious Disaffiliation. – S. 739–764

Haile, Yirgalem A.: The Theoretical Wedding of Computational Propaganda and Information Operations. Unraveling Digital Manipulation in Conflict Zones. – S. 765–792

Ting, Tin-Yuet: Unequal Pathways to Digital Self-Entrepreneurship. Class-Inflected Orientations Regarding Vlogging as a Career. – S. 793–810

Belamghari, Mohamed: Silent No More. Revealing and Resisting Cyberviolence against Moroccan Women in Academia. – S. 811–833

Hopp, Toby; Ferrucci, Pat; Reeves, Hunter: Nextdoor Use and Support for Aggressive Policing. – S. 834–855

Dekker, Cynthia A.; Sumter, Sindy R.; Baumgartner, Susanne E.: Unraveling the Dynamics of Perceived Smartphone Overuse and Disconnection Strategies. Longitudinal Insights. – S. 856–878

Franco, Rébecca S.: "Controlling the Keys to the Golden City". The Payment Ecosystem and the Regulation of Adult Webcamming and Subscription-Based Fan Platforms. – S. 879–898

Jg 28 (2026) Nr 3

Gazit, Tali et al.: The Effect of Positive and Negative Daily Social Media Emotional Experiences on Older Adults' Subjective Age. Unveiling the Negativity Bias in WhatsApp Groups. – S. 929–950

Ng, Yu-Leung; Lin, Zhihuai: Biophilia Gratification. Evidence From Nature-Related Posts and Images on Social Media. – S. 951–976

Brown, Megan A. et al.: Making Academia Suck Less. Supporting Early Career Researchers Studying Harmful Content Online Through a Feminist Ethics of Care. – S. 977–1000

Nordtug, Maja; Haldar, Marit: The Technology Multiple. The Robot Avatar Substituting for the Ill Body. – S. 1001–1018

Gerbaudo, Paolo: TikTok and the Algorithmic Transformation of Social Media Publics. From Social Networks to Social Interest Clusters. – S. 1019–1036

Hirsch, Melanie; Binder, Alice; Matthes, Jörg: A "Drop in the Ocean"? Emerging Adults' Experiences and Understanding of Targeted Political Advertising on Social Media. – S. 1037–1062

Kjus, Yngvar: The Platformization of Music Production. How Digital Audio Workstations Are Turned into Platforms of Labor Market Relations. – S. 1063–1080

Andéhn, Mikael; Hietanen, Joel; Wickström, Alice: Becoming Red-Pilled. Affective Production in Online Countercultural Collectives. – S. 1081–1101

Fernández-Ruiz, Marta; Piña, Martina; Vilasís-Pamos, Júlia: Video Games as Spaces for Providing Information and Awareness of Algorithmic Control in the Gig Economy. – S. 1102–1124

De Marco, Stefano; Dumont, Guillaume; Helsper, Ellen Johanna: The Reproduction of Structural Inequalities in Online Job Search Strategies and Outcomes. – S. 1125–1147

Shifman, Limor et al.: The Expression of Values on Social Media. An Analytical Framework. – S. 1148–1170

Meng, Ziying: Cross-Platform Sensitivity and Algorithmic Adaptability. How Transnational Creators Navigate Algorithms Across Chinese and US-Based Platforms. – S. 1171–1189

Divon, Tom; Annabell, Taylor; Goanta, Catalina: Children as Concealed Commodities. Ethnographic Nuances and Legal Implications of Kidfluencers' Monetisation on TikTok. – S. 1190–1218

Verwiebe, Roland: "The Algorithm Is Like a Mercurial God". Exploring Content Creators' Perception of Algorithmic Agency on YouTube. – S. 1219–1238

Grover, Rohan; Widera, Josh; Ananny, Mike: Data Disaffection. Toward a Relational and Affective Understanding of Datafication. – S. 1239–1254

Salamon, Errol: Peripheral Creator Labor. Navigating Regional Marginalization and Resistance in Social Media Entertainment. – S. 1255–1273

Humphry, Justine; Hutchinson, Jonathon; Boichak, Olga: Social Digital Dilemmas. Young People's and Parents' Negotiation of Emerging Online Safety Issues. – S. 1274–1294

Siltala, Arttu; Ylä-Anttila, Tuukka; Luhtakallio, Eeva: Culture in Online Anonymous Interaction. Negotiating Imageboard Group Style on Ylilauta. – S. 1295–1315

Chung, Myojung et al.: I See a Double-Edged Sword. How Self-Other Perceptual Gaps Predict Public Attitudes Toward ChatGPT Regulations and Literacy Interventions. – S. 1316–1337

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Unlu, Ali et al.: From Prejudice to Marginalization: Tracing the Forms of Online Hate Speech Targeting LGBTQ+ and Muslim Communities". – S. 1338–1369

SCM – Studies in Communication | Media
Jg 15 (2026) Nr 1

Rinsdorf, Lars et al.: German-Speaking Hyperpartisan, Alternative, and Conspiracy Telegram Channel Types. A Content Analysis. – S. 1–36

Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht
Jg 70 (2026) Nr 2

Raue, Benjamin: Der objektive Werkbegriff und Schutzumfang des Unionsurheberrechts. Zugleich Besprechung von EuGH, Urteil vom 4.12.2025 – C-580/23 und C-795/23 – Mio ua (ZUM 2026, 100). – S. 73–82

Dörr, Dieter: Die Kooperationsverpflichtungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit privaten Rundfunkveranstaltern nach § 30d Abs. 2 MStV. – S. 82–92

Gotthardt, Lukas: Webscraping von Sekundärdaten. Unternehmensinterne Marktanalysen auf Grundlage von E-Commerce-Plattforminhalten. – S. 93–99

Jg 70 (2026) Nr 3

Drexl, Josef: KI-Nutzungen und Kreative – Umrisse eines gerechten Ausgleichs. Vortrag im Rahmen des Symposions „(Kollektive) Vergütungsmodelle für KI-Nutzungen: Wege zu einem fairen Interessenausgleich" des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 14.11.2025 in München. – S. 153–170

Grisse, Karina: „Value Gap" in der Plattformökonomie und beim Training generativer KI – Gedankenexperimente zur Übertragbarkeit von Lösungen. Vortrag im Rahmen des Symposions „(Kollektive) Vergütungsmodelle für KI-Nutzungen: Wege zu einem fairen Interessenausgleich" des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 14.11.2025 in München. – S. 170–182

Senftleben, Martin: Wege zur KI-Grundvergütung für Kreative – Die Verzahnung individueller und kollektiver Vergütungsmodelle. Vortrag im Rahmen des Symposions „(Kollektive) Vergütungsmodelle für KI-Nutzungen: Wege zu einem fairen Interessenausgleich" des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 14.11.2025 in München. – S. 183–189

Peukert, Christian: Die Ökonomie des Urheberrechts im Zeitalter der Künstlichen Intelligenz. Vortrag im Rahmen des Symposions „(Kollektive) Vergütungsmodelle für KI-Nutzungen: Wege zu einem fairen Interessenausgleich" des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 14.11.2025 in München. – S. 189–195

Richly, Sabine: Ein plural organisiertes Vergütungssystem für KI-Nutzungen – differenziert statt pauschal. Vortrag im Rahmen des Symposions „(Kollektive) Vergütungsmodelle für KI-Nutzungen: Wege zu einem fairen Interessenausgleich" des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 14.11.2025 in München. – S. 195–201

Wright, Ludwig: Die Sorgen eines Songwriters – Was ist der Preis von generativer KI? Vortrag im Rahmen des Symposions „(Kollektive) Vergütungsmodelle für KI-Nutzungen: Wege zu einem fairen Interessenausgleich" des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 14.11.2025 in München. – S. 201–202

Franck, Heide: Entwertung mit System – Generative KI und Literaturübersetzung. Vortrag im Rahmen des Symposions „(Kollektive) Vergütungsmodelle für KI-Nutzungen: Wege zu einem fairen Interessenausgleich" des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 14.11.2025 in München. – S. 202–205

Gierling, Lisa: (Kollektive) Vergütungsmodelle für KI-Nutzungen – Wege zu einem fairen Interessenausgleich. Tagungsbericht zu dem gleichnamigen Symposion des Instituts für Urheber- und Medienrecht am 14.11.2025 in München. – S. 205–228

Dunkel, Katja: Urheberbenennung ohne Werknutzung – Zur Reichweite des § 13 S. 1 UrhG. Anmerkung zu LG Köln, Urteil vom 9.9.2025 – 14 O 294/25 (ZUM 2026, 225). – S. 228–231

Roß, Leo: Rundfunkrecht – Vielfalt, Ausgewogenheit, Beitragspflicht. Anmerkung zu BVerwG, Urteil vom 15.10.2025 – BVerwG 6 C 5.24 (ZUM 2026, 231). – S. 238–240

Jg 70 (2026) Nr 4

Antoine, Lucie: Die Entwicklung des Urheberrechts im Jahr 2025. – S. 241–284

Thouvenin, Florent: Online Retrieval-Augmented Generation (RAG) – eine urheberrechtliche Einordnung. – S. 284–296

Pesch, Paulina Jo: Don Quistock in den Mühlen der Hamburger Justiz. Zugleich Besprechung von

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

OLG Hamburg, Urteil vom 10.12.2025 – 5 U 104/24 (ZUM 2026, 210). – S. 297–301

Hesse, Albrecht: Rundfunkfreiheit und Organisation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Zugleich Besprechung von BVerfG, Beschluss vom 23.7.2025 – 1 BvR 2578/24 (ZUM 2025, 861 – Rundfunk Berlin-Brandenburg). – S. 301–306

Dregelies, Max: Die internationale Zuständigkeit von X (Twitter), Instagram und Co. Anmerkung zu KG, Urteil vom 10.7.2025 – 10 U 104/24 (ZUM 2026, 313). – S. 316–318

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Hinweise für Autor*innen

Die wissenschaftliche Vierteljahreszeitschrift „Medien & Kommunikationswissenschaft wird seit 1953 vom Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut herausgegeben und redaktionell betreut. Seit 2021 erscheint sie als Open-Access-Journal unter der Lizenz CC-BY.

Die Zeitschrift ist ein interdisziplinäres Forum für deutsch- und englischsprachige theoretische und empirische Beiträge aus der gesamten Medien- und Kommunikationswissenschaft.

Für die Publikation in „Medien & Kommunikationswissenschaft“ kommen wissenschaftliche Beiträge in Betracht, die:

- ein Moment originärer theoretischer Leistung beinhalten bzw. einen theoretisch weiterführenden Argumentationsgang bieten;
- Befunde zu einem ausgewiesenen Problem von theoretischer oder medienpraktischer Relevanz darstellen;
- innerhalb eines wissenschaftlichen Diskurses Position beziehen und die Diskussion voranbringen können oder
- Literatur bzw. ausgewählte Literatur zu bestimmten Problemstellungen systematisch und vergleichend zusammenfassen und eine Übersicht über den Stand der Theorie und/oder Empirie geben.

Die Redaktion bietet außerdem die Möglichkeit zur Stellungnahme und Erwiderung zu publizierten Beiträgen der oben genannten Kategorien. Stellungnahmen und Erwiderungen, die den in „Medien & Kommunikationswissenschaft“ üblichen inhaltlichen und formalen Standards entsprechen und geeignet sind, die wissenschaftliche Diskussion zu fördern, werden im nächstmöglichen Heft publiziert. Die Redaktion räumt dabei dem Autor bzw. der Autorin des Beitrages, auf den sich die Stellungnahme bezieht, die Möglichkeit einer Erwiderung ein.

Manuskripte, die zur Publikation in „Medien & Kommunikationswissenschaft“ eingereicht werden, dürfen *nicht anderweitig veröffentlicht* sein und bis Abschluss des Begutachtungsverfahrens *nicht anderen Stellen zur Veröffentlichung angeboten* werden.

Im Sinne der Förderung des wissenschaftlichen Diskurses und der kumulativen Forschung sowie der Qualitätssicherung legt die Redaktion bei der Begutachtung von Beiträgen besonderen Wert darauf, dass größtmögliche Transparenz hinsichtlich der verwendeten Daten hergestellt wird.

Autor*innen empirischer Beiträge verpflichten sich mit der Einreichung des Manuskripts, dass sie die Art und Weise der Datenerhebung bzw. den Zugang zu Datenbeständen, die von Dritten (z. B. Datenbanken) zur Verfügung gestellt worden sind, ausreichend dokumentieren, um so die Voraussetzungen für Sekundäranalysen und Replikationen zu schaffen. Zugleich erklären sie sich bereit, die verwendeten Daten bei wissenschaftlich begründeten Anfragen im Rahmen der jeweils gegebenen Möglichkeiten für weitere Analysen zur Verfügung zu stellen.

Im Hinblick auf eine transparente Dokumentation des methodischen Vorgehens entwickeln sich zunehmend standardisierte Kriterienkataloge. Dies ist in der Kommunikationswissenschaft insbesondere für die standardisierte Inhaltsanalyse der Fall. Aufsätze, in denen standardisierte Inhaltsanalysen dargestellt werden, sollten folgende Angaben enthalten: Grundgesamtheitsdefinition, Stichprobendesign, Aufgreifkriterium (inkl. Angabe der Identifikationsreliabilität), Design des Reliabilitätstests (Art der Reliabilitätsberechnung, Art der Stichprobe und Stichprobenumfang, Zeitpunkt, Zahl der Codierer, Begründung der Koeffizientenwahl), Zahl der bei der Codierung eingesetzten Codierer, Zahl der Ausprägungen und vorzugsweise zufallskorrigierte Reliabilitätskoeffizienten für alle dargestellten Variablen, Bewertung und Konsequenzen des Reliabilitätstests. Aufsätze, in denen andere Methoden

DOI: 10.5771/1615-634X-2026-2-224

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

dargestellt werden, sollten sich in diesem Sinne an den der jeweiligen Methode entsprechenden Kriterien orientieren.

Formalien:

- Manuskripte sind der Redaktion per E-Mail im rtf-Format an die Adresse c.matzen@leibniz-hbi.de zuzuschicken.
- Da die eingereichten Manuskripte anonymisiert begutachtet werden, sind *zwei Titelblätter* erforderlich: eines mit Angabe des Titels und der Namen und Anschriften der Autor*innen, eines ohne Anführung der Namen und Adressen. Das Manuskript selbst darf keine Hinweise auf die Autor*innen enthalten.
- Beizufügen ist eine *kurze Zusammenfassung* des Beitrags (max. 15 Zeilen), die dem Leser als selbständiger Text einen hinreichenden Eindruck vom Inhalt des jeweiligen Beitrags vermittelt.
- Der Umfang der Beiträge soll *20 Manuskriptseiten* (55.000 Buchstaben inkl. Leerzeichen) nicht überschreiten.
- *Gliederung* des Textes: Jedes Kapitel und Unterkapitel sollte mit einer Überschrift (in Dezimalzählung) versehen sein.
- *Hervorhebungen* im Text sind kursiv oder fett zu kennzeichnen.
- *Hinweise* und *Literaturbelege* sollen erfolgen durch Angabe von Autor, Erscheinungsjahr und Seitenziffer im fortlaufenden Text – z. B.: . . . (Müller 1990: 37) . . . –, wobei der vollständige bibliographische Nachweis über ein *Literaturverzeichnis* im Anschluss an den Beitrag ermöglicht wird. Aufgrund der in verschiedenen Fachtraditionen unterschiedlichen Zitierregeln gibt M&K für das *Literaturverzeichnis* keine bestimmte Variante vor. Die einzige Vorgabe besteht darin, dass alle erforderlichen Literaturangaben vorhanden sind und dass diese für das gesamte Manuskript konsistent gestaltet werden.
- Artikel in M&K sollen in einer diskriminierungsfreien und gendergerechten Sprache verfasst werden. Den Autor*innen ist es freigestellt, hierfür eine geeignete Form zu wählen.

Über eine Annahme des Manuskripts und den Zeitpunkt der Veröffentlichung entscheidet die Redaktion auf der Grundlage redaktionsinterner und externer Gutachten. Dem/der Autor*in wird die Redaktionsentscheidung schriftlich mitgeteilt. Im Falle einer Entscheidung für Überarbeitung, Neueinreichung oder Ablehnung legt die Redaktion die Gründe für ihre Entscheidung offen.

Dazu werden die anonymisierten Gutachten, evtl. auch nur in Auszügen, zugesandt. Das Begutachtungsverfahren ist in der Regel acht Wochen nach Eingang des Manuskripts abgeschlossen; falls die Begutachtung längere Zeit erfordert, werden die Autor*innen benachrichtigt.

Den Autor*innen, deren Beiträge veröffentlicht werden, entstehen keinerlei Kosten. Nach Erscheinen erhalten die Autor*innen je ein Belegexemplar der gedruckten Ausgabe des Heftes, in dem ihr Artikel erschienen ist.

Verlag und Redaktion haften nicht für Manuskripte, die unverlangt eingereicht werden.

Anschrift der Redaktion: Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Christiane Matzen, Warburgstraße 30 B, 20354 Hamburg, c.matzen@leibniz-hbi.de, Tel. 040/45 02 17-41.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K)
ISSN 1615-634X
Herausgeber:
Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), vertreten durch den Vorstand Kristina Hein, Prof. Dr. Judith Möller und Prof. Dr. Wolfgang Schulz
Schriftleitung:
Christiane Matzen, M.A. (V.i.S.d.P.)
Einsendungen bitte an:
Christiane Matzen, M.A. Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), Warburgstraße 30 B, 20354 Hamburg, E-Mail: c.matzen@leibniz-hbi.de, www.muk.nomos.de
Manuskripte und andere Einsendungen:
Alle Einsendungen sind an die o. g. Adresse zu richten. Es besteht keine Haftung für Manuskripte, die unverlangt eingereicht werden. Sie können nur zurückgegeben werden, wenn Rückporto beigefügt ist. Die Annahme zur Veröffentlichung muss in Textform erfolgen. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt die Autorin/der Autor der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co.KG an ihrem/seinem Beitrag für die Dauer des gesetzlichen Urheberrechts das einfache, räumlich und zeitlich unbeschränkte Recht zur Vervielfältigung und Verbreitung in körperlicher Form, das Recht zur öffentlichen Wiedergabe und Zugänglichmachung, das Recht zur Aufnahme in Datenbanken, das Recht zur Speicherung auf elektronischen Datenträgern und das Recht zu deren Verbreitung und Vervielfältigung sowie das Recht zur sonstigen Verwertung in elektronischer Form. Hierzu zählen auch heute noch nicht bekannte Nutzungsformen. Das in § 38 Abs. 4 UrhG niedergelegte zwingende Zweitverwertungsrecht der Autorin/des Autors nach Ablauf von 12 Monaten nach der Veröffentlichung bleibt hiervon unberührt. Eine eventuelle, dem einzelnen Beitrag oder der jeweiligen Ausgabe beigefügte Creative Commons-Lizenz hat im Zweifel Vorrang. Zum Urheberrecht vgl. auch die allgemeinen Hinweise unter www.nomos.de/urheberrecht.
Unverlangt eingesandte Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.
Urheber- und Verlagsrechte:
Alle in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Der Rechtsschutz gilt auch im Hinblick auf Datenbanken und ähnlichen Einrichtungen. Kein Teil dieser Zeitschrift darf außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes oder über die Grenzen einer eventuellen, für diesen Teil anwendbaren Creative Commons-Lizenz hinaus ohne schriftliche Genehmigung des Verlags oder der Autor:innen in irgendeiner Form vervielfältigt, verbreitet oder öffentlich wiedergegeben oder zugänglich gemacht, in Datenbanken aufgenommen, auf elektronischen Datenträgern gespeichert oder in sonstiger Weise elektronisch vervielfältigt, verbreitet oder verwertet werden.
Namentlich gekennzeichnete Artikel müssen nicht die Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben.
Der Verlag beachtet die Regeln des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V. zur Verwendung von Buchrezensionen.
Anzeigen:
Verlag C.H.Beck GmbH & Co. KG, Media Sales, Dr. Jiri Pavelka, Wilhelmstraße 9, 80801 München
Tel.: (089) 381 89-687 687, mediasales@beck.de
Verlag und Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Waldseestr. 3-5, 76530 Baden-Baden, Telefon: 07221/2104-0, Telefax 07221/2104-899, www.nomos.de
Geschäftsführer: Thomas Gottlöber
HRA 200026, Mannheim
Sparkasse Baden-Baden Gaggenau, IBAN DE05662500300005002266, (BIC SOLADES1BAD).
Erscheinungsweise: vierteljährlich
Bezugspreise für die Druckausgabe: Individualkunden: Jahresabo Druckausgabe € 124,–, Institutionen: Jahresabo € 239,–, Einzelheft: € 42,–; Vertriebskostenanteil (Inland € 20,80/Ausland € 37,50) und Direktbeorderungsgebühr € 3,50 jeweils zuzüglich. Alle Preise verstehen sich einschließlich der gesetzlichen Umsatzsteuer. Die Rechnungsstellung erfolgt nach Erscheinen des ersten Heftes des Jahrgangs.
Bestellungen über jede Buchhandlung und beim Verlag. Der Digitalzugang wird über die digitale Plattform des Verlags – Inlibra – bereitgestellt.
Kundenservice:
Telefon: +49-7221-2104-222 E-Mail: service@nomos.de
Kündigung:
Abbestellungen mit einer Frist von sechs Wochen zum Kalenderjahresende.
Adressenänderungen:
Teilen Sie uns rechtzeitig Ihre Adressenänderungen mit. Dabei geben Sie bitte neben dem Titel der Zeitschrift die neue und die alte Adresse an.
Hinweis gemäß Art. 21 Abs. 1 DSGVO: Bei Anschriftenänderung kann die Deutsche Post AG dem Verlag die neue Anschrift auch dann mitteilen, wenn kein Nachsendeauftrag gestellt ist. Hiergegen kann jederzeit mit Wirkung für die Zukunft Widerspruch bei der Post AG eingelegt werden.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Connected Kids
Mit den Freunden online

OPEN ACCESS

Claudia Lampert | Katrin Potzel | Rudolf Kammerl [Hrsg.]

Sozialisation in einer sich wandelnden Medienumgebung

Zur Erweiterung und Veränderung des Beziehungsnetzwerks

2025, 217 S., brosch., 54,– €
ISBN 978-3-7560-3367-6
E-Book 978-3-7489-6330-1
(Medienpädagogik | Media Education, Bd. 9)

Mit dem Aufwachsen verändern sich die Bedingungen, unter denen Kinder und Jugendliche soziale Beziehungen gestalten und sich in unterschiedlichen Lebenskontexten positionieren. Die zunehmende mediale Durchdringung von Familie, Peergroups und Schule beeinflusst kommunikative Praktiken und soziale Rollenverteilungen und trägt zur Entgrenzung verschiedener Lebensbereiche bei.

Die Publikation präsentiert Ergebnisse aus der zweiten Förderphase der qualitativen Längsschnittstudie „Connected Kids - Sozialisation in einer sich wandelnden Medienumgebung". Im Fokus stehen medienbezogene Aushandlungsprozesse und deren Bedeutung für die soziale Positionierung sowie die Veränderungen kindlicher und jugendlicher Beziehungsnetzwerke im zeitlichen Verlauf.

Mit Beiträgen von

Saskia Draheim | Rudolf Kammerl | Claudia Lampert | Christina Leppin | Katrin Potzel

Digital verfügbar auf Inlibra.com

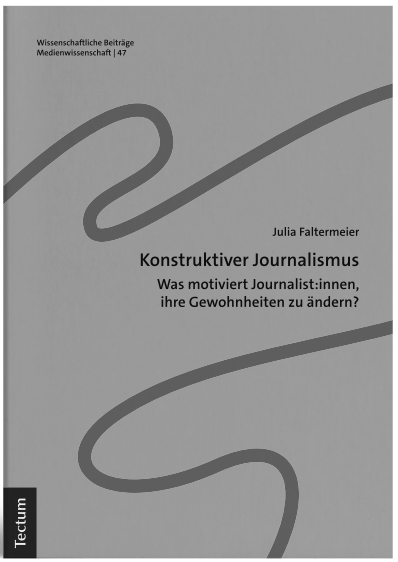
Bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Nomos

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Warum Journalist:innen konstruktiv sein wollen



OPEN ACCESS

Julia Faltermeier
Konstruktiver Journalismus
Was motiviert Journalist:innen, ihre Gewohnheiten zu ändern?
2025, 184 S., brosch., 49,– €
ISBN 978-3-68900-454-5
E-Book 978-3-68900-455-2
(Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag: Medienwissenschaft, Bd. 47)

Wie müssen sich Redaktionen und Journalist:innen in einer sich wandelnden Medienlandschaft anpassen? Und was heißt das für ihr journalistisches Selbstverständnis? Obwohl mehr und mehr Medienhäuser den Konstruktiven Journalismus aufgegriffen haben, hat er sich bisher nicht durchgesetzt. Für die Suche nach dem „Warum?“ richtet die Autorin den Blick auf die Journalist:innen.

Das Ergebnis: Für sie bedeutet konstruktives Berichten eine grundlegende Veränderung ihrer journalistischen Haltung und Gewohnheiten. Eine neue Form der Berichterstattung mit neuen Perspektiven und Fokus auf das Publikum, die mit den richtigen redaktionellen Anreizen gelingen kann.

Digital verfügbar auf **Inlibra**.com
Bestellen Sie im Buchhandel oder versandkostenfrei unter tectum-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Tectum Verlag

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2026-2 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY