

Typische Rollenverständnisse konstruktiver Journalist:innen

Julia Steinigeweg*

Konstruktive Journalist:innen ergänzen durch ihre Berichterstattung bestehende qualitätsjournalistische Formate, indem sie sich an den Lösungen gesellschaftlich relevanter Konflikte orientieren und Handlungsoptionen aufzeigen. Wie alle Journalist:innen besitzen auch sie ein spezifisches journalistisches Rollenverständnis, das von sozialen und institutionellen Erwartungen sowie den eigenen subjektiven Einstellungen geprägt ist. Insofern gibt es verschiedene konstruktiv-journalistische Rollenverständnisse, die vom Arbeitsumfeld und vom Subjekt selbst abhängen. In dieser Studie lassen sich zwei grundlegende konstruktive Rollentypen unterscheiden, die durch die jeweiligen organisatorischen Strukturen, in denen die Journalist:innen arbeiten, determiniert sind. Journalist:innen, die bei explizit konstruktiven Medienorganisationen arbeiten, weisen ein partizipierendes Rollenverständnis auf, wohingegen öffentlich-rechtliche Journalist:innen das Rollenbild der neutralen Informationsvermittler:innen vertreten. Durch die Kombination aus qualitativer und quantitativer Datenanalyse kann der zweite Typus in ein theoretisches und praktisches Rollenverständnis ausdifferenziert werden.

Schlüsselwörter: Konstruktiver Journalismus, Selbstverständnis, Rollenbilder, Typologisierung

The Typical Roles of Constructive Journalists

Constructive journalists complement existing quality journalistic formats through their reporting by orienting themselves towards solutions of socially relevant conflicts and pointing out options for action. Like all journalists, they have a specific understanding of their professional role, which is shaped by social and institutional expectations as well as their own subjective attitudes. In this respect, there are different understandings of constructive-journalistic roles that depend on the work environment and the subject itself. In this study, two basic constructive role types can be distinguished, which are determined by the respective organizational structures in which the journalists work. Journalists who work for explicitly constructive media organizations have a participatory understanding of their role, whereas journalists working for public broadcasters represent the role of neutral information mediators. By combining qualitative and quantitative data analysis, the second type can be differentiated into a theoretical and practical self-image.

Keywords: constructive journalism, self-image, journalistic roles, typology

1. Einleitung

Die Analyse journalistischer Rollenbilder ist bedeutsam für das Verständnis des Verhältnisses zwischen Journalismus und Gesellschaft. Die Art, wie Journalist:innen ihre Beziehung zur Gesellschaft definieren, ermöglicht ihnen, die Bedeutung ihrer Arbeit für sich selbst und andere zu legitimieren (vgl. Zelizer 1993, S. 219), und ist entscheidend dafür, wie sie ihren Beruf praktisch ausüben (vgl. Hanitzsch und Vos 2017,

* Julia Steinigeweg, M. A., Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Kommunikationswissenschaft, Bispinghof 9-14, 48143 Münster, Deutschland, j_stei58@uni-muenst.de.

S. 115). Somit ist es wenig überraschend, dass die Exploration journalistischer Rollenbilder in der Kommunikationswissenschaft eine lange Tradition hat und Gegenstand einer Vielzahl von (Langzeit-)Studien ist.

In Deutschland wird das berufliche Selbstverständnis mindestens seit den 1990er Jahren von der neutralen Vermittlerrolle dominiert (vgl. Steindl, Lauerer und Hanitzsch 2017, S. 419). Journalist:innen sehen ihre primäre Aufgabe darin, über aktuelle Ereignisse unparteiisch zu berichten und komplexe Sachverhalte einzuordnen (vgl. Hanitzsch und Lauerer 2019, S. 144). Dieses Kernverständnis hat in den letzten Jahren sogar noch an Bedeutung gewonnen. Ein Grund dafür könnten die mitunter aufgekommenen *Lügenpresse*-Vorwürfe sein (vgl. Appel 2020; Hagen 2015; Probst 2018; Rieger, Dippold und Appel 2020), die den Journalismus immer wieder zur Legitimierung der eigenen Rollenausübung zwingen.

Für eine einordnende, kontextualisierte Berichterstattung steht auch der konstruktive Journalismus. Er möchte gesellschaftlich relevante Konflikte, die oft komplexes Hintergrundwissen voraussetzen, verständlich vermitteln und dabei gleichzeitig vorhandene Lösungsansätze und nicht den Konflikt selbst in den Vordergrund rücken (vgl. Beiler und Krüger 2018, S. 176). Darüber hinaus beansprucht er, über individuelle und soziale Handlungsmöglichkeiten zu informieren, sodass Rezipient:innen ein Gefühl der Selbstwirksamkeit erfahren können (vgl. Curry und Hammonds 2015; Hermans und Gyldensted 2019, S. 539; Kleemans, Schlindwein und Dohmen 2017, S. 2060).

Aufgrund dieser den herkömmlichen Journalismus ergänzenden Ansprüche ist anzunehmen, dass konstruktive Journalist:innen auch ein verändertes journalistisches Selbstverständnis beanspruchen. Andererseits ist es – kongruent zum traditionellen Journalismus – ihr Ziel, journalistische Qualitätskriterien einzuhalten, sodass ein kompletter Bruch mit dem generellen Rollenverständnis nicht zu erwarten ist. Aus diesem Spannungsverhältnis heraus sollte das Rollenverständnis konstruktiver Journalist:innen differenzierter erforscht werden, zumal diese in teilweise unterschiedlichen organisatorischen Strukturen arbeiten und dort auf andere Weise eingebunden sein können.

2. Die verschiedenen Rollenverständnisse des konstruktiven Journalismus

2.1 Konstruktiver Journalismus

Die grundlegende Idee des konstruktiven Journalismus ist es, durch das Berichten möglichst vielfältiger Perspektiven und die Orientierung an Lösungen von Problemen, Konflikten oder Missständen die existierende Medienlandschaft sinnvoll zu ergänzen. Als Ausgangspunkt gilt die Beobachtung, dass sich der in westlichen Kulturen herkömmliche Journalismus hauptsächlich an Krisen orientiert und die Dramatik der negativen Ereignisse in den Vordergrund stellt, um möglichst viel Aufmerksamkeit und Reichweite zu erzeugen (vgl. Haagerup 2015, S. 20). Dies führt bei den Rezipient:innen allerdings anstatt zu der gewünschten Aufmerksamkeit und Empörung über die herrschenden Zustände zu einer steigenden Resignation, einer zunehmenden Vermeidung klassischer Medien und zu Themenverdrossenheit (vgl. Kleemans et al. 2017, S. 2060; Kuhlmann, Schumann und Wolling 2014, S. 6; Lecheler 2020, S. 297; Metag und Arlt 2016, S. 542; Urner 2019, S. 49).

Der Begriff des konstruktiven Journalismus ist auf das Buch *Constructive News. How to Save the Media and Democracy with Journalism of Tomorrow*, geschrieben vom dänischen Journalisten Ulrik Haagerup (2015), zurückzuführen. Das wesentliche

Konzept dahinter ist nicht grundlegend neu. Bereits Ende des 20. Jahrhunderts begannen einige Journalist:innen, sich der Konsequenzen negativer Schlagzeilen bewusst zu werden und daraufhin neue Berichterstattungsmuster zu etablieren.

Eines davon ist der *Civic Journalism* (McIntyre 2015, S. 12)¹, der zum Ziel hat, das Publikum mehr in die journalistische Berichterstattung mit einzubeziehen. Aus einer publikumsorientierten Perspektive sollen demokratische Prozesse im Sinne einer „bottom-up communication“ (Hermans und Drok 2018, S. 681) verständlich dargestellt werden, um eine gesellschaftlich und politisch engagierte Bevölkerung hervorzurufen.

Im Anschluss an den *Civic Journalism* gründeten sich weitere (nicht immer klar voneinander abzugrenzende) Berichterstattungsmuster. Als direkter Vorläufer des konstruktiven Journalismus gelten der lösungsorientierte und der Friedensjournalismus (vgl. From und Nørgaard Kristensen 2018; Sauer 2017). Letzterer geht u. a. auf das journalistische Konzept des Soziologen und Konfliktforschers Johan Galtung zurück. Er argumentiert, dass sich Medien bei Kriegen nur auf das Ereignis an sich, jedoch nicht auf die Transformation des Konflikts beziehen würden. Als Friedensjournalismus bezeichnet er ein Berichterstattungsmuster, das durch das Aufzeigen (gewaltfreier) Lösungen sowie den Fokus auf die Bevölkerung statt auf politische Eliten und eine umfassende, gesamtheitliche Abbildung der Situation Frieden fördern soll (vgl. Altmeppen, Evers und Greck et al. 2018; Bläsi 2006; Galtung 1998; Hanitzsch 2004; Krüger 2016).

Auch der lösungsorientierte Journalismus referiert, wie der Name bereits impliziert, neben Problembeschreibungen bestehende Lösungen (vgl. Davies 1999). Dabei geht es nicht nur darum aufzuzeigen, was bereits funktioniert, sondern auch wie und warum eine Lösung zu funktionieren scheint und welche möglichen Nachteile sie mitbringt bzw. was Verbesserungswürdig ist (vgl. Curry und Hammonds 2015).

Generell ähneln sich konstruktiver und lösungsorientierter Journalismus sehr. Während der herkömmliche Journalismus danach fragt, was aktuell der Fall ist, oder allenfalls über die nahe Zukunft spekuliert, diskutieren konstruktive Journalist:innen Lösungsansätze und Handlungsoptionen, um aufzuzeigen, wie ein Konflikt potenziell gelöst werden kann (vgl. McIntyre und Lough 2021, S. 1568). Dementsprechend sind die beiden Berichterstattungsmuster in der Praxis nicht immer voneinander zu unterscheiden; viele Kommunikationswissenschaftler:innen benutzen die Begriffe deshalb synonym (u. a. Curry und Hammonds 2015; Gyldensted 2011; McIntyre und Gyldensted 2018; McIntyre und Lough 2021).

Der sich seit 2015 global etablierende Begriff des konstruktiven Journalismus (vgl. Buschow und Wellbrock 2020; Heinrichs 2020; Le 2021; Lough und McIntyre 2021; McIntyre und Gyldensted 2018) kann als „umbrella term“ (Hermans und Gyldensted 2019, S. 538), als übergreifendes Konzept (vgl. Heinrichs 2021, S. 28) angesehen werden, welcher lösungsorientierten Journalismus umfasst. Eine konkrete Begriffsbestimmung des konstruktiven Journalismus ist bisher aber, wenn auch gefordert (vgl. Bro 2019, S. 517; McIntyre und Gyldensted 2017, S. 30), trotz zunehmender Anzahl kommunikationswissenschaftlicher Studien zu diesem Berichterstattungsmuster (vgl. Lough und McIntyre 2021, S. 7; McIntyre und Gyldensted 2017, S. 30) nicht erfolgt. Dies hat zur Folge, dass sich wissenschaftliche Untersuchungen des aus Nordamerika stammenden lösungsorientierten Journalismus mit denen des ursprünglich europäischen Konzepts eines konstruktiven Journalismus reziprok beeinflussen. Dement-

¹ *Civic Journalism* wird im Deutschen oft mit partizipativem Journalismus oder Bürgerjournalismus gleichgesetzt. Da es sich um verschiedene, wenn auch ähnliche Berichterstattungsmuster handelt, wird im Folgenden durchgehend der englische Originalbegriff verwendet.

sprechend sind die beiden Strömungen nicht trennscharf voneinander abzugrenzen. Beide greifen Haagerups Kritik am herkömmlichen Journalismus auf, betonen das aus ethischer Sicht notwendige Verantwortungsbewusstsein von Journalist:innen gegenüber der Gesellschaft und ziehen aus dieser Argumentation die gleichen Konsequenzen eines lösungs- und publikumsorientierten Journalismus (vgl. Kramp und Weichert 2020, S. 33–34).

Neben dem Fokus auf Lösungen gehört zum konstruktiven Journalismus somit auch das Berichten vielfältiger Perspektiven und der am *Civic Journalism* orientierte Dialog mit dem Publikum auf Augenhöhe. Alle Elemente sollen zusammengenommen ein möglichst umfassendes Bild der Thematiken gewährleisten, die im öffentlichen Diskurs und bei Rezipient:innen Relevanz besitzen (vgl. Heinrichs 2021, S. 22–23).

Obwohl konstruktiver Journalismus auf den Techniken der positiven Psychologie beruht, die sich theoretisch wie empirisch mit einem lebenswerten Leben auseinandersetzt (vgl. Seligman, Steen, Park und Peterson 2005; Seligman und Csikszentmihalyi 2000), ist er nicht mit dem ähnlich lautenden positiven Journalismus gleichzusetzen. Zwar ist der Ausgangspunkt beider Berichterstattungsmuster, ein Gegengewicht zum herkömmlichen, negativ dominierten Journalismus zu bilden; dies tun sie jedoch auf unterschiedliche Weise. Während der positive Journalismus über positive Geschichten berichtet und damit positive Emotionen hervorrufen möchte (vgl. Tomoff 2017, S. 226–227), übt konstruktiver Journalismus durchaus Kritik am Bestehenden. Es geht darum, über gesellschaftliche Konflikte aufzuklären, um sie verstehen und bestenfalls gegensteuern zu können. Zentral ist beim konstruktiven Berichterstattungsmuster dementsprechend auch, den Rezipient:innen Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen, um selbst aktiv zu werden und zur Lösung einer gesellschaftlich relevanten Problematik beizutragen. Auf diese Weise sollen die Rezipient:innen ein Gefühl von Ermächtigung und Selbstwirksamkeit erlangen (vgl. Urner 2019, S. 85). Auf der Grundlage des von Seligman (2010) für die positive Psychologie aufgestellten *PERMA*-Modells greift konstruktiver Journalismus Fragestellungen auf, um ein lösungsorientiertes Verständnis der Ereignisse zu gewährleisten (vgl. Beiler und Krüger 2018, S. 177). Somit werden die typischen *W-Fragen* des Journalismus durch Fragen wie: „Was nun? Wer engagiert sich? Wer hat ein Problem gelöst? Was wurde erreicht und wie konnte es erreicht werden? Gibt es eine Inspiration für andere?“ ergänzt (vgl. McIntyre und Gylendstedt 2018, S. 28–29).

In Deutschland kam mit *Perspective Daily* 2016 die erste genuin konstruktive Online-Zeitung auf den Markt. Als genuin konstruktiv gelten in der vorliegenden Studie Medienorganisationen, die sich selbst als konstruktiv beschreiben und sich explizit an dem oben vorgestellten Konzept orientieren. Kurz nach der Gründung von *Perspective Daily* hat sich das ehemalige Wirtschaftsmagazin *enorm* dem konstruktiven Journalismus verpflichtet. Mittlerweile gibt es mehrere kleinere Start-Ups, die sich dem konstruktiven Journalismus verpflichten. Überregionale Reichweiten erzielen davon allerdings wenige. Zumindest *enorm* ist bisher noch als Printausgabe in Deutschland und Österreich erhältlich (durch den strukturellen Wandel der Digitalisierung und steigende Distributionskosten setzt auch diese Zeitung jedoch zunehmend auf ihren Online-Auftritt).

Neben genuin konstruktiven Start-Ups mit einer geringen Anzahl von Rezipient:innen bauen auch immer mehr etablierte Medienunternehmen konstruktive Elemente in ihre Berichterstattung ein. Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten wie *NDR info*, die *Deutsche Welle*, der *Weltspiegel* der *ARD*, das *ZDF* mit seiner Dokumentarreihe *Plan B*, aber auch (überregionale und Lokal-)Zeitungen wie die *Zeit*, die

Sächsische Zeitung oder *Rums*, ein lokales Online-Magazin aus Münster, bekennen sich offen zu konstruktivem Journalismus. Daneben existieren Medienorganisationen, die sich zwar nicht als konstruktiv bezeichnen, jedoch in diesem Sinne berichten, wie bspw. *Krautreporter* oder *Quarks* vom *WDR* (vgl. Kramp und Weichert 2020, S. 104–106).

Zudem hat sich als Pendant zum seit 2013 bestehenden US-amerikanischen *Solutions Journalism Network* und dem 2017 gegründeten *Constructive Institute* in Dänemark das deutsche *Bonn Institute* gegründet. Sie alle bezeichnen sich als unabhängige Organisationen, die lösungsorientierten bzw. konstruktiven Journalismus vorantreiben wollen, indem sie journalistische Netzwerke ausbauen und Nachrichtenorganisationen durch (Online-)Workshops, Foren, Stipendienprogramme u. Ä. bei der Anwendung des konstruktiven Berichterstattungsmusters unterstützen. Dabei kann die selbst proklamierte Unabhängigkeit der gemeinnützigen Unternehmen in Frage gestellt werden, da sie – wie im Fall des *Bonn Institutes* – von öffentlichen Landesmitteln bzw. von (Wirtschafts-)Unternehmen und Stiftungen wie *Meta* oder der *Hearthland Foundation* gefördert werden.

Der aktuelle Forschungsstand belegt, dass insbesondere jüngere Menschen konstruktive Berichterstattung einfordern (vgl. Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger 2017; Hooffacker 2020, S. 4; Kramp und Weichert 2020, S. 16). Anstatt in Resignation zu verfallen und Nachrichten zu meiden, würden Rezipient:innen konstruktiver Nachrichten wieder Interesse an der Rezeption gesellschaftlich relevanter Nachrichten bekommen (vgl. Heinrichs 2021, S. 49; McIntyre 2020, S. 50; Meier 2018, S. 744; Rusch, Simon, Otto und Flintz 2021, S. 16) und sie eher mit ihrem sozialen Umfeld teilen (vgl. Curry und Hammonds 2015, S. 4; Hermans und Prins 2020, S. 13–14).

Letztlich ergänzt konstruktiver „Pionierjournalismus“ (Hepp, Loosen, Kühn, Solbach und Kramp 2021, S. 561) das klassische Selbstverständnis eines ausgewogenen, kontextualisierten Qualitätsjournalismus, indem er die Notwendigkeit lösungsorientierter Herangehensweisen an gesellschaftliche Konflikte betont. Insofern können konstruktive Elemente in jeder Redaktion Einzug finden, in der professionelle journalistische Standards gewährleistet sind.

2.2 Journalistische Rollenverständnisse

In der kommunikationswissenschaftlichen Forschung war die Erforschung journalistischer Rollen schon immer von zentraler Bedeutung. Dementsprechend existieren unzählige Rollenverständnisse und -konzeptionen (vgl. Hanitzsch und Vos 2017, S. 115). Da die vielfältigen wissenschaftlichen Ansätze beträchtliche Differenzen hinsichtlich der Terminologie des journalistischen Rollenbildes aufweisen und konzeptionell unterschiedliche Rollentypen häufig miteinander kombiniert werden, gilt es zunächst, das hier aufgegriffene Rollenkonzzept explizit auszudifferenzieren.

Bernard Cohen (1963) befasste sich als Erster mit journalistischen Rollenbildern. Er unterschied zwischen zwei Typen, dem *neutralen* und dem *partizipierenden* Rollenverständnis. Neutrale Vermittler:innen liefern Informationen, die für Andere notwendig sind, um einen Beitrag für die Gesellschaft leisten zu können, wohingegen partizipierende Redakteur:innen durch ihre Berichterstattung selbst aktiv an gesellschaftlichen Entwicklungsprozessen teilnehmen wollen (vgl. Cohen 1963, S. 20).

Auf der Basis von Cohens Arbeit identifizierte Janowitz (1975) zwei ähnliche Rollentypen, den *Gatekeeper* und den *Advokaten*. Während Gatekeeper-Journalist:innen nach Objektivität streben und stark zwischen Fakten und Meinungen differenzieren, gehen Advokaten nicht davon aus, dass ein objektiver Journalismus überhaupt mög-

lich wäre, weshalb sie sich als Stimme der (unterrepräsentierten) Bevölkerung ansehen und sich aktiv in das Politikgeschehen einbringen (vgl. Janowitz 1975, S. 618–619).

Wie bereits erwähnt, gibt es auf diese Typen aufbauend zahllose Rollenkonzepte (vgl. Deuze 2005, S. 442): Beispielsweise unterscheiden Weaver und Wilhoit (1996) zwischen Journalist:innen als *Multiplikator:innen*, *Interpret:innen*, *Kritiker:innen* und *Mobilisierer:innen*. Vier globale Rollendimensionen identifizierte die *Worlds of Journalism Study* von Hanitzsch, Vos, Standaert, Hanusch, Hovden, Hermans und Rama-prasad (2019), die mehr als 27.500 Journalist:innen aus 67 Ländern untersuchte: die *überwachende, kollaborative, intervenierende* und *akkommodierende* Rolle (vgl. Hanitzsch et al. 2019, S. 168).

Das Rollenverständnis von Scholl und Weischenberg (1998) bezieht sich auf ihre mit Martin Löffelholz gemeinsam fünf Jahre zuvor erhobene Studie *Journalismus in Deutschland*. Diese gilt als die grundlegende repräsentative nationale Journalist:innen-Befragung (vgl. Steindl, Laufer und Hanitzsch 2017, S. 404) und setzt sich theoretisch fundiert mit dem Konstrukt des Rollenverständnisses auseinander (vgl. Sprengelmeyer, Reimer, Immler, Loosen, Behre und Hölig 2022, S. 216), weshalb sie und daran anknüpfende Forschungen (vgl. Steindl et al. 2017; Weischenberg, Malik und Scholl 2006) im Folgenden als Ausgangspunkt für weitere Explorationen typischer Rollenverständnisse konstruktiver Journalist:innen in Deutschland herangezogen werden. Danach ist das journalistische Rollenverständnis ein Einstellungskonstrukt, welches den allgemeinen Rahmen für tatsächliches journalistisches Handeln bildet. Sie betonen, dass es dabei nicht um die tatsächlich ausgeübte Rolle, sondern um eine individuelle idealtypische berufliche Zielsetzung geht (vgl. Scholl und Weischenberg 1998, S. 161). Das Rollenverständnis konstituiert sich sowohl aus sozialen (Eigen-)Erwartungen an die journalistische Rolle (normatives Rollenverständnis; vgl. Luhmann 1988, S. 281) als auch aus dem subjektiven Verständnis in Bezug auf institutionelle Werte, Einstellungen und sozialisierter Überzeugungen (kognitives Rollenverständnis; vgl. Hanitzsch et al. 2019, S. 168). Demnach besteht bei jeglicher Rollenkonstruktion ein wechselseitiges Verhältnis von Kommunikationsabsichten, der tatsächlich ausgeübten Arbeitsrolle innerhalb der Berichterstattung und erwarteten Anspruchshaltungen, die von der Gesellschaft an den Journalismus herangetragen werden (vgl. Scholl und Weischenberg 1998, S. 194–195). Scholl und Weischenberg (1998) unterscheiden fünf Dimensionen journalistischer Rollenverständnisse: den *politischen Journalismus*, den *idealistischen Journalismus*, den *neutralen Informationsjournalismus*, den *unterhaltenen Servicejournalismus* und den *aktuellen Informationsjournalismus*.

Die Dimension des politischen Journalismus ist der Kern eines demokratisch-journalistischen Rollenverständnisses und eng verbunden mit der zuvor beschriebenen Bezeichnung des Journalismus als *Gatekeeper*, bei der er eine Kritik- und Kontrollfunktion einnimmt (vgl. Hanitzsch und Vos 2018; McQuail 2000; Scholl und Weischenberg 1998; Weaver und Wilhoit 1996), um der Bevölkerung Informationen zur Teilnahme an soziopolitischen Aktivitäten zu vermitteln (vgl. Weaver et al. 2007; Romano 2003; Rosen 2000, alle drei zitiert nach Hanitzsch et al. 2019, S. 168–169). Würde sich eben diese demokratischer Kritikfunktion jedoch innerhalb der zunehmenden Aufmerksamkeitsökonomie von einer informierenden zu einer dramatisierenden Berichterstattung entwickeln, käme es laut konstruktiven Journalist:innen zu einer verzerrten Perspektive und wachsender Resignation gegenüber Weltereignissen innerhalb der Bevölkerung (vgl. Urner 2019, S. 48). Immer wieder verweisen sie darauf, dass kritischer Journalismus unbedingt notwendig ist, im Redaktionsalltag jedoch gleichzeitig die Gefahr bestehe, statt neutral und informierend sensationalistisch zu berichten.

Die zweite Dimension des idealistischen Journalismus erinnert stark an Cohens partizipierenden Journalismus bzw. Janowitz' Definition von Journalist:innen als Advokaten. Zu ihrem Selbstbild gehört es, als öffentliche Artikulationsmöglichkeit für die Bevölkerung zu dienen, positive Ideale zu vermitteln, intellektuelle sowie kulturelle Interessen des Publikums anzusprechen und Kritik an Missständen zu üben (vgl. Scholl und Weischenberg 1998, S. 167). Sie möchten bestimmte Werte in der Gesellschaft fördern und zu für sie als positiv angesehenen gesellschaftlichen Entwicklungen anregen (vgl. Hanitzsch et al. 2019, S. 169; Wasserman 2013, S. 74). Insgesamt scheint eine zunehmende Tendenz, zumindest bei US-amerikanischen Journalist:innen, in Richtung dieses Rollenbilds zu bestehen (vgl. Grubenmann und Meckel 2017, S. 742; McIntyre, Dahmen und Abdenour 2018, S. 1671), das den aktuellen Erwartungen und Ansprüchen des Publikums an Journalismus entgegenkommt: Zwar fordern laut dem Reuters Institute Digital News Report 2021 weiterhin 66 Prozent der Befragten eine neutrale Informationsvermittlung, insbesondere jüngere Menschen sprechen sich jedoch in einigen Fällen für das explizite Beziehen einer Haltung aus, vor allem hinsichtlich Themen wie *sozialer Gerechtigkeit* oder *Nachhaltigkeit* (Newman, Fletcher, Nielsen, Schulz, Simge und Robertson 2021, S. 9).

Die Argumentation der sich dieser Rolle zugehörig fühlenden Journalist:innen ähnelt stark derer genuin konstruktiver Journalist:innen, die durch einen haltungsbasierten Journalismus explizit zu einer prosozialen, nachhaltigen Bevölkerung beitragen möchten (vgl. Urner 2019, S. 151). Dabei ist zu betonen, dass ein konstruktiv-intervernierendes Rollenverständnis immer in die erste Dimension des politischen Journalismus eingebettet ist (vgl. Hanitzsch et al. 2019, S. 195; Janowitz 1975, S. 662; Scholl und Weischenberg 1998, S. 169). Ein auf wissenschaftlich fundierten Fakten basierender, informierender, kritischer Qualitätsjournalismus ist nach dem konstruktiven Ansatz die Grundlage für jegliche normativ positive gesellschaftliche Entwicklung (vgl. Beiler und Krüger 2018, S. 180; Urner 2017).

In Bezug auf die normative Argumentation der Notwendigkeit eines Journalismus, der positive Entwicklungen in der Gesellschaft anstößt, spielt die journalistische Haltung (vgl. Krüger 2021, S. 375; McIntyre et al. 2018, S. 1671; van Antwerpen, Turnbull und Searston 2022, S. 519) in Verbindung mit *Nudging*- und *Framing*-Prozessen eine entscheidende Rolle. Die journalistische Haltung ist eng mit dem normativen Rollenverständnis verknüpft und beschreibt das Selbstkonzept von Journalist:innen, wobei sie – im Gegensatz zum Konzept der Rolle – nicht direkt mit dem journalistischen Handeln bzw. der beruflichen Zielsetzung in Verbindung steht (vgl. Scholl und Weischenberg 1998, S. 161).

Der Begriff des Nudgings (dt. Anstupsen) findet oft in Debatten um Social-Media-Kommunikation Anwendung, stammt jedoch ursprünglich aus der Verhaltensökonomik. Nudging beschreibt eine Methode, ein gewünschtes Verhalten zu bewirken, ohne dabei auf Verbote bzw. Gebote zurückzugreifen oder (ökonomische) Anreize herstellen zu müssen (vgl. Gabriel und Röhrs 2017, S. 236), was eher Propaganda oder Manipulation charakterisiert (vgl. Kalch und Habermeyer 2021). Auch ist Nudging abzugrenzen von Triggern (dt. Auslösen). Zwar handelt es sich in beiden Fällen um eine gewisse Einflussnahme, jedoch ist Triggern direktiver als Nudging, da letzteres nur etwas auslöst, was dispositiv bereits angelegt ist. Zudem können Personen gegen ihren Willen getriggert werden, während Nudging in die Richtung des schon vorhandenen Willens zielt. Als Framing gilt die durch gezieltes Formulieren eines Inhalts bewusste Vermittlung spezifisch konnotierter Bedeutungen (vgl. Berger und Luckmann 1969; Entman 1993, S. 52; Scheufele 1999, S. 104). Framing und Nudging sind beim kon-

struktiven Journalismus insofern von Bedeutung, als durch bestimmte Frames wünschenswerte Bedeutungen an Rezipient:innen übertragen werden, die in Verbindung mit Handlungsoptionen zu bestimmten (bspw. prosozialen oder nachhaltigen) Verhaltensweisen anregen können.

Der neutrale Informationsjournalismus hat das Ziel, ein möglichst nahe Bild der Wirklichkeit zu vermitteln, dabei jedoch auch kritisch und komplexitätsreduzierend zu berichten. Im aktuellen Informationsjournalismus werden diese Aspekte ergänzt mit dem Anspruch, dem Publikum schnell gut recherchierte und interessante Nachrichten zu liefern (vgl. Scholl und Weischenberg 1998, S. 169). Generell wird Journalismus überhaupt erst identifizierbar und abgrenzbar gegenüber PR, Werbung, Propaganda und Unterhaltung, wenn er Informationen korrekt vermittelt und verschiedene Perspektiven einbezieht, um ein möglichst umfassendes Verständnis von Realität herstellen zu können. Da öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten nach § 11 des Rundfunkstaatsvertrags (RStV) den Auftrag haben, unparteiliche Angebote für Bürger:innen zu schaffen, die zu freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung führen sollen (vgl. Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien 2022, S. 22), kommt der Aspekt der neutralen Informationsvermittlung hier besonders zum Tragen. Öffentlich-rechtlichen Journalist:innen wird häufig eine teilnahmslose, informierende Beobachterrolle zugeschrieben, die sich u. a. aus dem Legitimationsdruck heraus begründen lässt, dass sie mit ihrer Berichterstattung möglichst alle Bevölkerungsschichten erreichen sollen (vgl. Grassmuck 2014, S. 20; Hohlfeld 1999, S. 10; Pöchhacker, Burkhardt, Geipel und Passoth 2017, S. 3; Wessler und Rinke 2016, S. 647). Somit besteht ein Widerspruch zwischen dem aktiven Rollenverständnis, aus dem viele konstruktive Journalist:innen heraus argumentieren, und der impliziten Zuschreibung der unparteilich-informierenden Beobachterrolle öffentlich-rechtlicher Journalist:innen.²

Die bisherigen Ausführungen lassen darauf schließen, dass die verschiedenen strukturellen Gegebenheiten zwischen (neu gegründeten) explizit konstruktiven Medienorganisationen und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die konstruktive Elemente in ihre Berichterstattungsmuster einbauen, mit unterschiedlichen Verständnissen der professionellen journalistischen Rolle einhergehen könnten. Durch die folgende Fragestellung sollen die theoretischen Implikationen genauer untersucht werden:

Welche verschiedenen Rollenverständnisse existieren innerhalb des übergeordneten Konzepts des konstruktiven Journalismus bei öffentlich-rechtlichen und explizit konstruktiven Medienorganisationen?

3. Methode

Aufgrund der spezifischen Fragestellung, zu der in der kurzen Forschungshistorie über konstruktiven Journalismus bisher noch keine Literatur vorliegt, wurden für eine grundlegende Exploration qualitative Expert:inneninterviews durchgeführt. Diese explorative Vorgehensweise hat zudem den Vorteil, dass nicht einfach bereits bestehende Items von Rollenverständnissen abgefragt und überprüft werden, sondern dass die Befragten ihr eigenes Rollenverständnis im Kontext ihrer umfassenden Kenntnis von

2 Bei der letzten Dimension des unterhaltenden Servicejournalismus stehen vor allem neue Trends und Ideen sowie Ratgeber- und Serviceanteile im Vordergrund. Für die Exploration der Rollenverständnisse konstruktiver Journalist:innen spielt dieser Faktor jedoch eine untergeordnete Rolle.

konstruktivem Journalismus reflektiert aus dem Gespräch heraus entwickeln können. Als Expert:innen gelten dabei Journalist:innen, die sich explizit und öffentlich zu den Praktiken des konstruktiven Journalismus bekennen. Anhand semi-strukturierter Leitfadeninterviews erfolgte die Abfrage verschiedener Aspekte des journalistischen Rollenverständnisses.³

Für die Festlegung der Untersuchungseinheit fand ein qualitativer Stichprobenplan (vgl. Kelle und Kluge 2010, S. 50) Anwendung. Die Befragung richtete sich an konstruktive Journalist:innen aus Deutschland, wobei die Stichprobe möglichst viele Redaktionen abdecken sollte und sich aus sowohl explizit konstruktiven Medienanbietern als auch aus öffentlich-rechtlichen Sendern, die konstruktive Formate anbieten, zusammensetzt. Durch diese Kriterien war die Fallauswahl von vornherein begrenzt, denn zum Zeitpunkt der Erhebung hatten sich erst wenige Medienunternehmen, die ausschließlich konstruktiven Journalismus praktizieren, etabliert. Zudem lassen zwar immer mehr Medienorganisationen konstruktive Elemente in ihre Berichterstattung mit einfließen, allerdings gibt es dort noch wenig mittel- oder gar langfristige Erfahrungsberichte, was die Fallauswahl einschränkte.

Die Stichprobenziehung erfolgte teils durch Selbstaktivierung (primäre Selektion; vgl. Reinders 2005, S. 141) und teils durch das Schneeballprinzip, bei dem die Befragten weitere mögliche Interviewpartner:innen nannten (vgl. Merkens 1997, S. 102). Ausgangspunkt für die Zusammenstellung des Samples war die qualitative Studie von Kramp und Weichert (2020), die zwölf Journalist:innen, Trainer:innen bzw. Wissenschaftler:innen zum konstruktiven Journalismus befragt haben. Aus ihr wurden die in journalistischen Redaktionen arbeitenden Expert:innen ermittelt und per E-Mail gebeten, auch an der vorliegenden Studie teilzunehmen. Parallel dazu wurden die Redaktionen von *Perspective Daily* und *enorm* angeschrieben. Ziel war es, möglichst viele Redaktionen und somit konstruktive Praktiken in einer Befragung vereinen zu können, weshalb sowohl öffentlich-rechtliche Sender (*NDR*, *Deutsche Welle*, *Weltspiegel* und *ZDF*), genuin konstruktive Medienorganisationen (*Perspective Daily* und *enorm*) und auch ein Printmedium (*Sächsische Zeitung*) befragt wurden, wobei letzteres sich selbst nicht als explizit konstruktive Medienorganisation beschreibt, wesentliche Elemente dieses Berichterstattungsmusters jedoch offenkundig und täglich in den redaktionellen Beiträgen mit einfließen lässt. Letztlich wurden elf konstruktive Journalist:innen aus acht Redaktionen für die qualitative Befragung herangezogen. Sie wurden ausgewählt, weil sie alle konstruktive Nachrichten als elementaren Teil der Medienlandschaft ansehen und das gemeinsame Ziel haben, durch ihre Praktiken in unterschiedlich organisierten Redaktionen konstruktive Elemente in der Berichterstattung zu etablieren.

Auf eine Anonymisierung wurde nach dem Einholen des Einverständnisses der befragten Journalist:innen verzichtet, da sie als Expert:innen und Vertreter:innen konkreter redaktioneller Praktiken aufzufassen sind und die Zuschreibung des Expertenstatus nachvollziehbar sein sollte. Zudem treten die Personen ohnehin bereits mit ihrem Klarnamen öffentlich als konstruktive Journalist:innen in Erscheinung.

Die Interviews wurden zwischen Juni und August 2021 geführt, aufgrund der Pandemiesituation per Videokonferenz. Ein Interview ist mit zwei Redakteurinnen simultan geführt worden, weshalb dieses als ein Fall gewertet wird. Drei Redaktionen wurden doppelt befragt, da sich bei der Durchführung des ersten Interviews heraus-

³ Die Leitfadeninterviews fanden im Rahmen meiner Dissertation statt, welche die konstruktiv-journalistischen Rollenbilder als eines unter mehreren Themen behandelt.

stellte, dass eine zweite Person aus der Redaktion die Antworten der zuerst befragten Person sinnvoll ergänzen kann.

Da es sich um semi-strukturierte Interviews handelt, konnte ein Pretest des Leitfadens indirekt erfolgen, indem das erste Interview vom 17. Juni 2021 hinsichtlich der Verständlichkeit, Vollständigkeit, Durchführbarkeit und des Gesprächsflusses evaluiert wurde. Aufgrund der qualitativ hochwertigen Antworten auf alle Fragen und der angenehmen Gesprächsatmosphäre sowie des in sich schlüssigen Gesprächsverlaufs ergeben sich keine Änderungen am Leitfaden, sodass dieses erste Interview in die Analyse einbezogen werden konnte.

In den Interviews wurden nach der Einführung Fragen zur Person und Redaktion sowie zu den Zielen und Zwecken konstruktiver Nachrichtenaufbereitung gestellt. Dabei spielte die eigene Haltung als Ausgangspunkt für eine engagierte Berichterstattung eine wesentliche Rolle. Die Journalist:innen wurden gefragt, welchen Stellenwert die Haltung in ihrer Berichterstattung spielt und wie sie zwischen Haltung und Meinung differenzieren. Auch das Ziel, zu einer prosozialen Bevölkerung beizutragen, kam zur Sprache. Darüber hinaus fand die Abfrage formaler Aufbereitungspraktiken auf textlicher und bildlicher Ebene statt. Behandelt wurden konstruktive Überschriften und Bilder, bei denen Framing ein zentraler Aspekt sein kann. In Bezug auf die Aufbereitung konstruktiver Nachrichtenbeiträge in sozialen Netzwerken wurde zudem auf das Thema Nudging verwiesen und ermittelt, welche Grenze die Journalist:innen zwischen Haltung und Nudging ziehen.

4. Ergebnisse

Die folgende Darstellung der Ergebnisse beginnt mit der qualitativen Typologisierung der Befragten und wird anschließend ergänzt durch die quantitative Typologisierung mithilfe der Clusteranalyse.

4.1 Qualitative Typologisierung

Das Ziel der qualitativen Inhaltsanalyse, unterstützt von der Software MAXQDA, bestand nicht nur in der Bildung von Kategorien aus den Antworten der Befragten, sondern auch darin, die Journalist:innen in Bezug auf ihr berufliches Rollenverständnis gemäß der Fragestellung zu typologisieren. Da eine Typologie das Ergebnis eines Gruppierungsprozesses ist, bei dem sich möglichst viele Merkmale innerhalb eines Typus möglichst ähnlich sind (interne Homogenität) und sich die jeweiligen Typen bezüglich der ausgewählten Merkmale möglichst stark voneinander unterscheiden (externe Heterogenität; vgl. Kelle und Kluge 2010, S. 85; Kluge 1999, S. 26), gilt die Festlegung dieser Merkmale als notwendige Bedingung für die Typenbildung. Anhand ausgegebener Kreuztabellen wurde ersichtlich, ob die aus dem Leitfaden ausgewählten Merkmale eine deutliche inhaltliche Differenzierung der Befragten hinsichtlich ihrer institutionellen Sozialisation gewährleisten. Letztlich waren bei vier Kategorien (mit ihren jeweiligen Unterkategorien) institutionell begründbare Unterschiede zwischen den befragten Journalist:innen aus den verschiedenen Redaktionen erkennbar (s. Tabelle 1).

Bei der qualitativen Analyse zeichnen sich zwei Typen ab. Der erste Typus spricht sich deutlich für Neutralität in der Berichterstattung aus und baut konstruktive Elemente in seine Beiträge mit ein, um ein breiteres Abbild der Wirklichkeit vermitteln zu können. Dementsprechend sehen Journalist:innen dieses Typus Framing-Prozesse eher als Gefahr, da diese ihrer Meinung nach zu Verzerrungen führen. Diese

Tabelle 1: Für die Typenbildung herangezogene Kategorien und Unterkategorien

Kategorien	Unterkategorien
Beitrag zu prosozialer Bevölkerung	keine journalistische Aufgabe Nebeneffekt Aufklärung Verweis auf Handlungsoptionen Diskurs
konstruktive Bilder	Frames Framing als Gefahr triggerlose Abbildungen
Unterschied zwischen Haltung und Meinung	keine klare Grenzziehung in der Praxis klare Kennzeichnung von Meinungsbeiträgen Haltung als Sammlung geteilter Werte Widerspiegeln der Haltung in der Themenauswahl
Nudging	klare Grenzziehung zwischen Nudging und konstruktivem Journalismus unvermeidlich bei haltungsbasierter Aufklärung thematische Bedingtheit Unterschied zwischen Nudging und Haltung

Grundeinstellung zieht sich durch die gesamte Argumentation. So betonen die Journalist:innen, dass auch Nudging nicht mit Journalismus vereinbar sei, und gehen davon aus, dass der Beitrag zu einer prosozialen Bevölkerung keineswegs zu den Aufgaben von Journalist:innen zähle. Dieser Typus wird durch die öffentlich-rechtlichen Journalist:innen des *NDR*, der *Deutsche Welle*, des *Weltspiegels* und des *ZDF* vertreten.

Entgegengesetzt dazu möchte der zweite Typus der genuin konstruktiven Journalist:innen die Rezipient:innen ausdrücklich inspirieren, motivieren und zu prosozialen Handlungen aktivieren. Dies versuchen die Journalist:innen dieses Typs, indem sie über Missstände, aber auch gesamtgesellschaftliche und individuelle Handlungsoptionen aufklären und einen offenen Diskurs mit den Rezipient:innen anregen. Sie befürworten außerdem geframte, wenngleich triggerlose Bilder und Texte, da sie davon ausgehen, dass Objektivität im Journalismus ohnehin nicht existiert und sie deshalb lieber bewusst framen, als unbewusst Bedeutungen zu übermitteln, die sie nicht vorhatten zu übermitteln und die im Zweifel marginalisierte Bevölkerungsgruppen beteiligen könnten. Das Befürworten von Frames ist bei ihnen eng verknüpft mit der Vermittlung der eigenen Haltung: Die Redakteur:innen sprechen sich deutlich für einen haltungsbasierten Journalismus aus. Dabei gilt die Haltung als die Gesamtheit redaktionell geteilter Werte, die sich u. a. in der Themenauswahl widerspiegelt. Zudem sind sie der Auffassung, Nudging sei bei einer haltungsbasierten Aufklärung unvermeidlich und bei einer konstruktiven Berichterstattungsweise in dem Sinne erwünscht, dass die Methode zu Handlungsoptionen anregt und sich dadurch die Gesellschaft normativ positiver entwickeln könnte. Dieser Teil der Befragten versteht Nudging demnach als ein Hilfsmittel, um die Werte-Verhaltens-Lücke der Rezipient:innen zu schließen, wodurch diese zu Verhaltensweisen motiviert werden, die zwar ihren eigentlichen Werten entsprechen, die sie ohne äußeren Anstoß allerdings nicht umgesetzt hätten.

Folglich weisen Journalist:innen, die bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten arbeiten, nach der qualitativen Analyse ein anderes (Selbst-)Verständnis der Aufgabe eines konstruktiven Journalismus auf als Journalist:innen, die bei explizit konstruktiv-

ven Medienorganisationen arbeiten. Dabei ist zu betonen, dass alle befragten Personen ein weitestgehend gleiches Grundverständnis von der Definition einer konstruktiven Berichterstattung und von dessen konstituierenden Merkmalen haben. Eine Differenzierung besteht dagegen im journalistischen Rollenbild.

4.2 Quantitative Typologisierung

Die qualitative Typologisierung soll im Folgenden ergänzt werden durch eine quantitative Typologisierung mit Hilfe einer Clusteranalyse in SPSS. Auf diese Weise können sich qualitative und quantitative Typenbildungen gegenseitig bereichern (für eine ausführliche Beschreibung dieses Mixed-Methods-Ansatzes vgl. Kuckartz 2007, S. 230–242).

Zunächst erfolgte dafür die Ausgabe der qualitativen Daten in eine Codematrix, in der die Anzahl der in MAXQDA vergebenen Zuordnungen für Kategorien in Zahlen überführt wurden. Anhand dieser Tabelle ist ersichtlich, wie viele zustimmende Antworten eine Person in der jeweiligen Kategorie gegeben hat. Nachdem die Tabelle in SPSS importiert wurde, konnten im nächsten Schritt alle Kategorien in Binärcodes umcodiert werden. Teilweise gab es mehrere Stellen innerhalb eines Interviews, an denen die Befragten auf einen bestimmten Aspekt eingegangen sind, wodurch nicht nur die Ziffern 0 und 1 sondern auch die Ziffern 2 und 3 vorkamen. Da es für die Quantifizierung der Daten unerheblich ist, ob ein Aspekt in den Interviews wiederholt oder detaillierter ausgeführt wird, wurden diese mehrfach codierten Zustimmungen als Vorkommen gedeutet und dementsprechend in die Ziffer 1 umcodiert. Daraus ergab sich eine Matrix, in der die Ziffer 1 das Vorkommen und die Ziffer 0 das Nicht-Vorkommen einer Merkmalsausprägung bedeutet.

Gerechnet wurde die hierarchische Clusteranalyse mit dem „Simple-Matching“-Ähnlichkeitskoeffizient, der üblicherweise für binäre Daten verwendet wird. Ange-sichts der geringen Stichprobengröße begann die Analyse mit einer Zwei-Cluster-Lösung, bei der Cluster 1 aus sechs Personen und Cluster 2 aus vier Personen besteht. Cluster 1 werden Adrian Feuerbacher, Ellen Heinrichs, Laura Goudkamp, Sebastian Katthöver, Sebastian Nuß und Steffen Bayer zugeordnet. Cluster 2 setzt sich zusammen aus Astrid Ehrenhauser, Dirk Walbrühl, Miriam Petzold/Olga Zumach und Oliver Reinhard. Kongruent zu der Ausgangshypothese befinden sich bei dieser Lösung alle Journalist:innen, die bei öffentlich-rechtlichen Sendern arbeiten, in Cluster 1 und in Cluster 2 alle Journalist:innen, die bei explizit konstruktiven (Online-)Zeitungen arbeiten (s. Tabelle 2). Allerdings tragen fünf Variablen nicht zur Clusterbildung bei. Bei diesen Variablen ist die erklärte Varianz durch die Clusterzugehörigkeit sehr gering, d. h. deutlich weniger als zehn Prozent: „Diskurs“ ($Eta^2 = 0,008$), „Frames“ ($Eta^2 = 0,074$), „Framing als Gefahr“ ($Eta^2 = 0,074$), „unvermeidlich bei haltungsbasierter Aufklärung“ ($Eta^2 = 0,062$) und „thematische Bedingtheit“ ($Eta^2 = 0,028$; s. Tabelle 3).

Um die Profilbildung der Cluster zu verbessern, fand im nächsten Schritt die Analyse mit einer Drei-Cluster-Lösung statt. Dabei zeigt sich, dass Cluster 1 in zwei gleich große Cluster aufgeteilt wird. Ein Teil der öffentlich-rechtlichen Journalist:innen bildet nun das eigenständige Cluster 3, während die anderen öffentlich-rechtlichen Journalist:innen weiterhin Cluster 1 zugeordnet werden. Cluster 2 bleibt unverändert gegenüber der Zwei-Cluster-Lösung (s. Tabelle 2).

Tabelle 2: Cluster-Zugehörigkeit (Zwei- und Drei-Cluster-Lösung mit hierarchischem Verfahren)

Fallnr.	Name	Medienorgan und Position	2-Cluster-Lösung	3-Cluster-Lösung
1	Adrian Feuerbacher	öffentlich-rechtlicher Sender (Programmchef des <i>NDR</i>)	1	1
2	Astrid Ehrenhauser	konstruktive Medienorganisation (Redakteurin bei <i>enorm</i>)	2	2
3	Dirk Walbrühl	konstruktive Medienorganisation (Redakteur bei <i>Perspective Daily</i>)	2	2
4	Ellen Heinrichs	öffentlich-rechtlicher Sender (Head of Knowledge bei <i>DW</i>)	1	1
5	Laura Goudkamp	öffentlich-rechtlicher Sender (Team Lead Weltspiegel Digital beim <i>BR</i>)	1	3
6	Miriam Petzold / Olga Zumach	konstruktive Medienorganisation (Redakteurin und Social-Media-Managerin bei <i>enorm</i>)	2	2
7	Oliver Reinhard	konstruktive Medienorganisation (Redakteur bei der <i>Sächsischen Zeitung</i>)	2	2
8	Sebastian Kathöver	öffentlich-rechtlicher Sender (Head of Audience Development bei <i>DW</i>)	1	1
9	Sebastian Nuß	öffentlich-rechtlicher Sender (Redakteur von <i>Plan B</i> beim <i>ZDF</i>)	1	3
10	Steffen Bayer	öffentlich-rechtlicher Sender (Redaktionsleiter von <i>Plan B</i> beim <i>ZDF</i>)	1	3

Nach dieser Drei-Cluster-Lösung befinden sich in Cluster 1 alle öffentlich-rechtlichen Journalist:innen, die sich in einer leitenden Position befinden und nicht aktiv am Prozess der Beitragserstellung beteiligt sind. In Cluster 3 befinden sich Redakteur:innen öffentlich-rechtlicher Sender, die selbst Beiträge erstellen.

Aufgrund der teilweise deutlich höheren η^2 -Werte (s. Tabelle 3) gegenüber der Zwei-Cluster-Lösung und der inhaltlichen Plausibilität der Drei-Cluster-Lösung, erscheint diese noch besser geeignet, um das Rollenverständnis der konstruktiven Journalist:innen zu typologisieren.

Die Profile der so ermittelten drei Cluster lassen sich wie folgt beschreiben:

Cluster 1 – die Theoretiker:innen

Die diesem Cluster zugeordneten Journalist:innen sprechen sich klar gegen einen haltungsbasierten Journalismus aus (vgl. Tabelle 4). Konstruktiver Journalismus soll – wie jede andere Form des Journalismus auch – aufklären. Zu seiner Aufgabe gehöre es jedoch keineswegs, zu einer prosozialen Bevölkerung beitragen zu wollen oder Haltung zu zeigen:

„Ich bin Journalist. Mein Ziel ist es nicht, Menschen dazu zu animieren oder dazu zu bringen, sich in eine bestimmte Richtung zu bewegen oder sich irgendwie besser zu fühlen. Es gibt viele, die das machen sollen und können, aber das ist nicht unser Job. Sondern mein Blick ist tatsächlich ein sehr nüchterner darauf, dass unsere Berichterstattung möglichst viel mit der Wirklichkeit zu

Tabelle 3: Vergleich der Zusammenhangsmaße (erklärte Varianz, Eta²) beider Clusterlösungen

	Eta ² 2 Cluster	Eta ² 3 Cluster
Diskurs	,008	,008
Verweis auf Handlungsoptionen	1	1
Aufklärung	,667	,733
keine journalistische Aufgabe	,667	,733
Nebeneffekt	,286	1
Frames	,074	,259
triggerlose Abbildungen	,375	,375
Framing als Gefahr	,074	,259
keine klare Grenzziehung in der Praxis	,667	,733
Haltung als Sammlung geteilter Werte	,167	,433
klare Kennzeichnung von Meinungsbeiträgen	,340	,410
Widerspiegeln der Haltung in der Themenauswahl	,127	,206
unvermeidlich bei haltungsbasierter Aufklärung	,062	,688
thematische Bedingtheit	,028	,306
klare Grenzziehung zwischen Nudging und konstruktivem Journalismus	,167	,167
Unterschied zwischen Nudging und Haltung	,286	,365

tun haben sollte. [...] Meine Haltung ist unser Staatsvertrag. Meine Haltung ist unser Grundgesetz.“ (Adrian Feuerbacher, NDR 2021)

Meinungsbeiträge in Form von Kommentaren werden klar gekennzeichnet, ansonsten seien sowohl die persönliche Meinung als auch eine journalistische Haltung in der Berichterstattung unerwünscht. Jegliche Vermittlung einer ausdifferenzierteren Haltung sei nicht Teil des konstruktiven Berichterstattungsmusters, dementsprechend gehörten auch Framing oder Nudging nicht dazu. Diese Maßnahmen stünden dem Berufsbild des Journalismus diametral gegenüber.

Eine solche klare Abgrenzung im journalistischen Selbstverständnis ist damit begründbar, dass alle drei Journalist:innen in diesem Cluster bei einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt arbeiten, jedoch nicht mehr per se etwas mit dem journalistischen Alltagsgeschäft zu tun haben, sondern in und aus einer höheren Position das Tagesgeschehen abstrakt evaluieren. Dadurch reflektieren sie aus einer theoretischen und normativen Perspektive heraus.

Cluster 2 – die Idealist:innen

Im starken Gegensatz zu Cluster 1 sprechen sich die Cluster 2 zugeordneten Befragten explizit für einen haltungsbasierten Journalismus aus, wie Dirk Walbrühl im Interview eindrücklich formuliert:

„Konstruktiver Journalismus [...] erlaubt sich in vielen Bereichen ja eine stärkere Haltung zu bestimmten Elementen, weil wir das generelle Missverständnis von Neutralität durchschaut haben oder ablehnen. Medien sind nicht neutral, das ist albern. Wir versuchen, unsere Haltung zu bestimmten Dingen – und wir haben sehr klare Haltungen in der Redaktion – so transparent wie möglich zu machen“ (Dirk Walbrühl, *Perspective Daily* 2021).

Journalist:innen, die sich in diesem Cluster befinden, möchten bewusst und aktiv etwas zur Gesellschaft beitragen und betonen ausdrücklich das Ziel, eine prosoziale Bevölkerung hervorrufen zu wollen. Dies tun sie, indem sie Rezipient:innen über Missstände aufklären und darüber hinaus Handlungsoptionen aufzeigen, wie diese Missstände behoben werden können. Aufgrund der in den Beiträgen sehr deutlich gezeigten Haltung, die durch bestimmte Frames noch deutlicher zum Ausdruck kommt, verschwimmt die Grenze zwischen Haltung und Meinung in der Praxis. Zwar werden Meinungsbeiträge durch den Kommentar-Hinweis gekennzeichnet, allerdings spiegeln sich die Werte der Redaktion auch in nicht derartig gekennzeichneten Beiträgen deutlich wider. Zu diesen Werten zählen insbesondere Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und *Awareness* (Beschäftigung mit Handlungskonzepten, die in der Bevölkerung mehr Bewusstheit und Respekt für andere hervorrufen können), weshalb stark auf dagehend geframte, aber triggerlose Bilder geachtet wird. Aufgrund dieser Einstellung sei auch Nudging bei einem konstruktiven Berichterstattungsmuster erwünscht, da konstruktiver Journalismus laut Auffassung der Redakteur:innen in Cluster 2 explizit Einfluss nehmen wolle und solle: „Es geht mir bei meiner journalistischen Arbeit darum, Haltung zu zeigen und zum Handeln anregen zu wollen – und das ist auch gut so.“ (Astrid Ehrenhauser, *enorm* 2021). Diese „aktivistische“ Einstellung ist der größte, immer wieder aufkommende Kritikpunkt in der Debatte um konstruktiven Journalismus (vgl. Beiler und Krüger 2018, S. 181).

Cluster 3 – die Praktiker:innen

Zwischen den *Theoretiker:innen* und den *Idealist:innen* stehen die *Praktiker:innen*. Während die *Theoretiker:innen* nach Hanitzsch und Vos (2017) die abstrakten Rollen-ausübenden⁴ sind, ist Cluster 3 ihr praktisches Pendant (vgl. Hanitzsch und Vos 2017, S. 123). Auch sie sind alle Redakteur:innen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, gehören jedoch im Gegensatz zu den Journalist:innen aus Cluster 1 zu denjenigen, die aktiv in die Beitragserstellung involviert sind. Dies spiegelt sich auch inhaltlich wider, da sie zwar genauso wie die Journalist:innen in Cluster 1 betonen, dass es keine journalistische Aufgabe sei, zu einer prosozialen Bevölkerung beizutragen, diese Konsequenz als Nebeneffekt der Berichterstattung jedoch durchaus wünschenswert finden. Genauso verhält es sich mit ihrer Einstellung gegenüber Nudging. Auch hier bemerken sie kongruent zu Cluster 1, dass Nudging zwar grundsätzlich nicht zu befürworten, aber durchaus eine mögliche Auswirkung einer haltungsbasierten Aufklärung sei.

„Ich möchte die Menschen nicht dazu bringen, etwas zu tun. Die Menschen sind schlau genug zu entscheiden, ob sie etwas tun wollen oder nicht. Ich möchte eigentlich nur die Perspektive erweitern. [...] Und wenn Menschen sagen: ‚Ok das überzeugt mich, das probiere ich mal aus‘, ist das natürlich erwünscht. Aber nicht als Ziel des eigenen Tuns.“ (Steffen Bayer, ZDF 2021)

Inhaltlich näher an Cluster 2 sind die Redakteur:innen von Cluster 3 jedoch in anderer Hinsicht: So spiegelt sich in beiden Clustern die Haltung der Redaktion in der

4 Hanitzsch und Vos (2017, S. 123) nennen dies „narrated role“, was wortwörtlich ins Deutsche übersetzt zweideutig aufgefasst werden kann und dementsprechend frei übersetzt wurde.

Gesamtheit der geteilten Werte und in der Themenauswahl wider, bei der auch hier nachhaltige und soziale sowie (technisch-)innovative Thematiken in den Vordergrund treten. Frames spielen insofern eine zentrale Rolle, als über Kritikpunkte der berichteten Lösungsansätze zwar selbstverständlich aufgeklärt wird, insgesamt jedoch die Lösungsstrategie den meisten Raum im Beitrag einnimmt. Darüber hinaus werden konkrete Beispiele bzw. Vorbilder in die Berichterstattung mit einbezogen, um Emotionalität und Nähe zu erzeugen.

Tabelle 4: Inhaltliche Profile der Cluster (Drei-Cluster-Lösung)

	Cluster 1 \bar{x}	Cluster 2 \bar{x}	Cluster 3 \bar{x}
Diskurs	,33	,25	,33
Verweis auf Handlungsoptionen	0	1	0
Aufklärung	0	1	,33
keine journalistische Aufgabe	,67	0	1
Nebeneffekt	0	0	1
Frames	0	0	,33
triggerlose Abbildungen	0	,5	0
Framing als Gefahr	,33	0	0
keine klare Grenzziehung in der Praxis	0	1	,33
Haltung als Sammlung geteilter Werte	0	,75	,67
klare Kennzeichnung von Meinungsbeiträgen	,33	,75	0
Widerspiegeln der Haltung in der Themenauswahl	0	,5	,33
unvermeidlich bei haltungsbasierter Aufklärung	0	,75	1
thematische Bedingtheit	0	,5	,67
klare Grenzziehung zwischen Nudging und konstruktivem Journalismus	,33	0	,33
Unterschied zwischen Nudging und Haltung	,33	0	,67
		$n_1 = 3$	$n_2 = 4$
		$n_3 = 3$	

Fett markiert sind die Ziffern, die aufgrund ihres vergleichsweise hohen Werts zur Profilbildung beitragen.

5. Fazit

Die beschriebene Mixed-Methods-Untersuchung zeigt deutlich, dass konstruktive Journalist:innen trotz einer einheitlichen Auffassung von der grundlegenden Rolle des konstruktiven Journalismus unterschiedliche spezifische Rollenverständnisse haben. Diese sind abhängig von dem Unternehmen, in dem sie arbeiten, und von der Position, die sie im Unternehmen einnehmen.

Bei drei Redaktionen (*Deutsche Welle*, *Plan B* vom ZDF und *enorm*) haben mehrere Redakteur:innen an der Befragung teilgenommen. Tatsächlich wurden alle Journa-

list:innen aus derselben Redaktion sowohl bei der Zwei- als auch bei der Drei-Cluster-Lösung demselben Cluster zugeordnet. Dies spricht zusätzlich für die eingangs angeführte Argumentation, dass ein Rollenverständnis nicht nur von der subjektiven individuellen Erwartung, sondern auch vom sozialen redaktionellen Arbeitsumfeld abhängt, wodurch sich bei den Journalist:innen jeweils konsistente institutionelle Wertesysteme und sozialisierte Überzeugungen herausgebildet haben. Die Vermutung liegt nahe, dass Journalist:innen sich ein Arbeitsumfeld aussuchen, das zu ihrem eigenen Rollenverständnis passt, und sie zudem durch alltägliche Praktiken zunehmend institutionell an sie herangetragene Rollenbilder in ihr Selbstverständnis integrieren. In dieser Studie werden die beiden Ebenen der individuellen Erwartung und der institutionellen Sozialisation durch die Ebene des spezifischen Berichterstattungsmusters ergänzt.

Prinzipiell wäre eine Zwei-Cluster-Lösung, in der sich alle öffentlich-rechtlichen Journalist:innen in Cluster 1 und alle explizit konstruktiven Journalist:innen in Cluster 2 befinden, auch in Frage gekommen. Die Abgrenzung zwischen öffentlich-rechtlichen Journalist:innen und bei genuin konstruktiven Medien arbeitenden Journalist:innen ist bei jeder Lösung klar erkennbar, da letztere stets in dasselbe Cluster eingeteilt wurden. Somit kann die Zwei-Cluster-Lösung als übergeordnete Typologie angesehen werden, in der genuin konstruktive Journalist:innen für einen partizipativen, öffentlich-rechtliche für einen eher neutralen Informationsjournalismus stehen.

Durch eine Ausdifferenzierung in drei Cluster teilt sich das ursprüngliche Cluster 1 in zwei „Untercluster“ (Cluster 1 und Cluster 3) auf. Auf analytischer Ebene bringt diese Unterteilung aufgrund einer höheren internen Homogenität und größeren statistischen Differenz zwischen den Clustern ein valideres Ergebnis hervor. Inhaltlich hat die Drei-Cluster-Lösung den Vorteil, Argumentationsstrukturen genauer beschreiben zu können. Dementsprechend konnte durch die Mixed-Methods-Analyse eine Differenzierung zwischen theoretischen und praktischen Rollenverständnissen innerhalb des öffentlich-rechtlichen Journalismus deutlich werden. Zudem ist erkennbar, dass ein theoretisches Rollenverständnis in der Praxis nicht immer anwendbar ist.

Die Ergebnisse der Studie sind insofern von Bedeutung, als durch die kenntlich gemachten unterschiedlichen Rollenverständnisse verschiedene Praktiken und Implikationen in Bezug auf konstruktiven Journalismus zu verzeichnen sind (vgl. Hanitzsch und Vos 2017, S. 115; Scholl und Weischenberg 1998, S. 194–195). Aus dieser Überlegung heraus kann begründet werden, warum der „umbrella term“ (Hermans und Gyldeinsted 2019, S. 538) eines konstruktiven Journalismus bisher noch nicht genauer ausdifferenziert werden konnte und eine konzeptionelle Abgrenzung problematisch erscheint. Für die Kommunikationswissenschaft ist dies relevant, um eindeutig(er) beantworten zu können, welche journalistischen Formate als konstruktiv gelten und welche Missverständnisse bzw. (zwecklosen) Definitionsgrenzen bestehen. In Bezug auf redaktionelle Praktiken ergibt sich dadurch, dass die Integration konstruktiver Elemente fern von starren Mustern und vereinbar mit der vorherrschenden redaktionellen Leitlinie gelingen kann – so wie es die befragten öffentlich-rechtlichen Journalist:innen demonstrieren. Dies könnte zu einer zunehmenden Etablierung konstruktiver bzw. lösungsorientierter Nachrichten führen, da der Hauptkritikpunkt des konstruktiven Journalismus als aktivistisches Berichterstattungsmuster nicht haltbar wäre.

In Hinblick auf die Durchführung der Studie sind einige Limitationen anzuführen. Insgesamt wurden elf Personen aus acht Redaktionen befragt. Für eine qualitative Befragung, die zum Ziel hat, explorativ Hinweise für anknüpfende Forschungen geben zu können, ist das eine ausreichende Anzahl. Da jedoch die qualitativen Daten mit

quantitativen Auswertungsverfahren kombiniert wurden, ergibt sich eine für die Clusteranalyse sehr begrenzte Fallauswahl.

Diese beschränkt sich fast ausschließlich auf öffentlich-rechtliche und genuin konstruktive Journalist:innen. In Deutschland existieren jedoch neben der in der Studie herangezogenen *Sächsischen Zeitung* noch viele andere Verlagshäuser, die sich für konstruktiven Journalismus aussprechen (teilweise ohne Verwendung des Begriffs selbst). Die Repräsentation des vielgestaltigen Felds zwischen den weithin stabilen Rollenselbstbildern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf der einen und den genuin konstruktiven Medienorganisationen auf der anderen Seite wird im Sample zu wenig berücksichtigt.

Zudem ist es bei einer Clusteranalyse wichtig, nicht zu viele und inhaltlich nicht zu disparate Merkmale bzw. Variablen auszuwählen, um ein in sich konsistentes Ergebnis erzielen zu können. Obwohl nach der Überführung qualitativer Daten in den quantitativen Auswertungsprozess die Anzahl der Variablen größer war als die Anzahl der Fälle, hat sich dieses Verhältnis nicht negativ auf die Analyse ausgewirkt, was daran ersichtlich wird, dass in der Drei-Cluster-Lösung nahezu alle Variablen zur Clusterbildung beigetragen haben (s. Tabelle 3).

In Bezug auf die Übersetzung qualitativer Antworten in Binärcodes und die Auswertung mit dem Simple-Matching-Verfahren ist anzumerken, dass ein binäres Codesystem, bei dem die Ziffer 0 für „kommt nicht vor“ steht, zu Verzerrungen führen kann. Dies ist dann der Fall, wenn nicht differenziert werden kann, ob eine Person den codierten Aspekt gar nicht erwähnt, dem Aspekt nicht zustimmt oder ihn gar vehement ablehnt. Da bei semi-strukturierten Leitfadeninterviews Mehrdeutigkeiten und Interpretation nicht ausgeschlossen werden können, kann zwischen dem Nicht-Gesagten und der Ablehnung eines Aspekts nicht immer eindeutig differenziert werden. Wenn dem angesprochenen Aspekt widersprochen wurde, fand deshalb ein entsprechender Subcode Anwendung (wenn bspw. Redakteur:innen der Überzeugung sind, die Förderung prosozialer Verhaltensweisen zähle keineswegs zu den Aufgaben konstruktiver Journalist:innen, wurde der Subcode „keine journalistische Aufgabe“ mit der Ziffer 1 codiert). Zwar kann auch mit diesem Vorgehen nicht durchgehend zwischen einem nicht-thematisierten Aspekt und einer ablehnenden Haltung gegenüber diesem Aspekt unterschieden werden, dennoch ist das Argument anzuführen, dass etwas Nicht-Gesagtes wohl keine hohe Relevanz für die Befragten besitzt, weshalb eine ablehnende Haltung wahrscheinlicher ist als eine zustimmende, da ansonsten in dem offenen Frageformat der qualitativen Studie mutmaßlich deutlicher auf ihn eingegangen worden wäre.

Für zukünftige Anschlussforschungen wäre es wünschenswert, die Stichprobe zu erweitern. Vor allem sinnvoll wäre es, Medienorganisationen mit einzubeziehen, die sich weder als genuin konstruktiv beschreiben noch öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zuzuordnen sind. Dies könnte zu entscheidenden Erkenntnissen über Adoptionsschwierigkeiten und (vermeintlichen) Abgrenzungen zwischen dem konstruktiven bzw. lösungsorientierten Journalismus verhelfen. Darüber hinaus wäre der Vergleich der Rollenverständnisse zwischen konstruktiven und Qualitätsjournalist:innen im klassischen Sinne interessant. Ergänzend könnten auch andere journalistische Berichterstattungsmuster wie der Friedensjournalismus oder der partizipative Journalismus mit einbezogen werden.

Literaturverzeichnis

- Altmeppen, K.-D., Evers, T., & Greck, R. (2018). Der Journalismus als Friedensstifter? Verantwortungsvolle Berichterstattung in Zeiten der Krise. *Frieden und Gerechtigkeit. Jahrbuch für Christliche Sozialwissenschaften*, 59, 177–200.
- Appel, M. (Hrsg.) (2020). *Die Psychologie des Postfaktischen: Über Fake News, „Lügenpresse“, Clickbait & Co.* Berlin, Heidelberg: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-58695-2>.
- Beiler, M., & Krüger, U. (2018). Mehr Mehrwert durch Konstruktiven Journalismus? In N. Gonsen (Hrsg.), *Der öffentliche (Mehr-)Wert von Medien: Public Value aus Publikumssicht* (S. 167–192). Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-20498-3>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1969). *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Bläsi, B. (2006). *Keine Zeit, kein Geld, kein Interesse ...? Konstruktive Konfliktberichterstattung zwischen Anspruch und medialer Wirklichkeit* (Dissertation). Universität Konstanz, <http://nb-n-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-opus-78146>.
- Bro, P. (2019). Constructive Journalism: Proponents, Precedents, and Principles. *Journalism*, 20(4), 504–519. <https://doi.org/10.1177/1464884918770523>.
- Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (2017, April 12). Millennials ticken anders. http://www.bdzb.de/nachrichten-und-service/presse/pressemittelungen/artikel/detail/millennials_ticken_anders/ [04.05.2020].
- Buschow, C., & Wellbrock, C.-M. (2020). *Die Innovationslandschaft des Journalismus in Deutschland*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien NRW.
- Cohen, B. C. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Curry, A. L., & Hammonds, K. H. (2015). The Power of Solutions Journalism. *Engaging News Project*. <https://engagingnewsproject.org/research/solutions-journalism/> [04.05.2020].
- Davies, C. L. (1999). Journalism, Corporatism, Democracy. *Media International Australia*, 90(1), 53–64. <https://doi.org/10.1177/1329878X9909000108>.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- From, U., & Nørgaard Kristensen, N. (2018). Rethinking Constructive Journalism by Means of Service Journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 714–729. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470475>.
- Gabriel, R., & Röhrs, H.-P. (2017). *Social Media. Potenziale, Trends, Chancen und Risiken*. Berlin: Springer Gabler.
- Galtung, J. (1998). Friedensjournalismus: Was, warum, wer, wie, wann, wo? In W. Kempf (Hrsg.), *Krieg, Nationalismus, Rassismus und die Medien* (S. 3–20). Münster: LIT.
- Grassmuck, V. (2014). Kollisionen und Konvergenz. In O. Zimmermann & T. Geißler (Hrsg.), *Sind wir noch auf Sendung? Dossier „Der öffentlich-rechtliche Rundfunk“*. Regensburg: ConBrio-Verl.-Ges.
- Grubemann, S., & Meckel, M. (2017). Journalists' Professional Identity: A Resource to Cope with Change in the Industry? *Journalism Studies*, 18(6), 732–748. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1087812>.
- Gyldensted, C. (2011). *Innovating News Journalism through Positive Psychology* (Master of Applied Positive Psychology). University of Pennsylvania. http://repository.upenn.edu/map_p_capstone/20 [15.09.2022].
- Haagerup, U. (2015). *Constructive News. Warum „bad news“ die Medien zerstören und wie Journalisten mit einem völlig neuen Ansatz wieder Menschen berühren*. Salzburg: Oberauer.
- Hagen, L. M. (2015). Nachrichtenjournalismus in der Vertrauenskrise. „Lügenpresse“ wissenschaftlich betrachtet: Journalismus zwischen Ressourcenkrise und entfesseltem Publikum. *Communicatio Socialis*, 48(2), 152–163.
- Hanitzsch, T. (2004). Journalisten zwischen Friedensdienst und Kampfeinsatz. In M. Löffelholz (Hrsg.), *Krieg als Medieneignis II* (S. 169–193). Wiesbaden: VS Verlag.
- Hanitzsch, T., & Lauerer, C. (2019). Berufliches Rollenverständnis. In T. Hanitzsch, J. Seethaler, & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 135–161). Wiesbaden: Springer VS.

- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism: Journalistic Roles and Institutional Identity. *Communication Theory*, 27(2), 115–135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>.
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond Democracy: A New Look into Journalistic Roles in Political and Everyday Life. *Journalism*, 19(2), 146–164.
- Hanitzsch, T., Vos, T. P., Standaert, O., Hanusch, F., Hovden, J. F., Hermans, L., & Ramaprasad, J. (2019). Role Orientations: Journalists' Views on Their Place in Society. In T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad, & A. de Beer (Hrsg.), *Worlds of Journalism* (S. 161–198). New York: Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/hani18642-008>.
- Heinrichs, E. (2020, Oktober 15). *Konstruktiver Journalismus*. Seminarvortrag gehalten auf der „Über Medien informieren“, Grimme Institut, Marl.
- Heinrichs, E. (2021). *Lösungen, Perspektiven, Dialog – Warum Konstruktiver Journalismus sich für Medien und Gesellschaft lohnt*. Marl: Grimme Institut. https://www.grimme-akademie.de/fileadmin/Grimme_Nutzer_Dateien/Institut/Dokumente/Studie_Lo_sungen_Perspektiven_Dialog.pdf. [15.09.2022].
- Hepp, A., Loosen, W., Kühn, H., Solbach, P., & Kramp, L. (2021). Die Figuration des Pionierjournalismus in Deutschland: Akteure und Experimentierbereiche. *Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K)*, 69(4), 551–577. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2021-4-551>.
- Hermans, L., & Drok, N. (2018). Placing Constructive Journalism in Context. *Journalism Practice*, 12(6), 679–694. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470900>.
- Hermans, L., & Gyldensted, C. (2019). Elements of Constructive Journalism: Characteristics, Practical Application and Audience Valuation. *Journalism*, 20(4), 535–551. <https://doi.org/10.1177/1464884918770537>.
- Hermans, L., & Prins, T. (2020). Interest Matters: The Effects of Constructive News Reporting on Millennials' Emotions and Engagement. *Journalism*, 1–18. <https://doi.org/10.1177/1464884920944741>.
- Hohlfeld, R. (1999). Qualität in Quoten? Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Evaluations-Gesellschaft. *Communicatio Socialis*, 32(1), 5–26.
- Hooffacker, G. (2020). *Journalistische Praxis: Konstruktiver Journalismus: Wie Medien das Thema Migration für Jugendliche umsetzen können*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-31771-3>.
- Janowitz, M. (1975). Professional Models in Journalism: The Gatekeeper and the Advocate. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 52(4), 618–626.
- Kalch, A., & Habermeyer, T. (2021, Januar 28). #Plastikverschmutzung – Nachhaltigkeitskommunikation auf Instagram als eine Frage von Verantwortung, Normen und wirksamen Handlungsvorbildern? Tagungsvortrag gehalten auf der #RezFoForFuture – Jahrestagung der DGPUK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, München.
- Kelle, U., & Kluge, S. (2010). *Vom Einzelfall zum Typus: Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung* (2., überarb. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kleemanns, M., Schlindwein, L. F., & Dohmen, R. (2017). Preadolescents' Emotional and Prosocial Responses to Negative TV News: Investigating the Beneficial Effects of Constructive Reporting and Peer Discussion. *Journal of Youth and Adolescence*, 46(9), 2060–2072. <https://doi.org/10.1007/s10964-017-0675-7>.
- Kluge, S. (1999). *Empirisch begründete Typusbildung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kramp, L., & Weichert, S. (2020). *Nachrichten mit Perspektive. Lösungsorientierter und konstruktiver Journalismus in Deutschland*. Frankfurt am Main: Otto Brenner Stiftung. https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH101_konstr_Journalismus.pdf [15.09.2022].
- Krüger, U. (2016). Lösungsorientierter Journalismus. In Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.), *Journalistische Genres* (S. 95–114). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Krüger, U. (2021). Geburtshelfer für öko-soziale Innovationen: Konstruktiver Journalismus als Entwicklungskommunikation für westlich-kapitalistische Gesellschaften in der Krise. In N. S. Borchers, S. Güney, U. Krüger, & K. Schamberger (Hrsg.), *Transformation der Medien – Medien der Transformation: Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissen*-

- senschaft (S. 356–380). Frankfurt am Main: Westend Verlag. <https://doi.org/10.53291/GFNG8688>.
- Kuckartz, U. (2007). *Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten* (2. aktualisierte und erweiterte Auflage.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kuhlmann, C., Schumann, C., & Wolling, J. (2014). „Ich will davon nichts mehr sehen und hören!“ Exploration des Phänomens Themenverdrossenheit. *Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K)*, 62(1), 5–24. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-1-5>.
- Le, Y. (2021). Constructive Journalism in China: Research and Practice. *Social Sciences in China*, 42(2), 145–168. <https://doi.org/10.1080/02529203.2021.1924465>.
- Lecheler, S. (2020). The Emotional Turn in Journalism Needs to be About Audience Perceptions: Commentary – Virtual Special Issue on the Emotional Turn. *Digital Journalism*, 8(2), 287–291. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1708766>.
- Lough, K., & McIntyre, K. (2021). A Systematic Review of Constructive and Solutions Journalism Research. *Journalism*, 146488492110445. <https://doi.org/10.1177/14648849211044559>.
- Luhmann, N. (1988). *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- McIntyre, K., Dahmen, N. S., & Abdenour, J. (2018). The Contextualist Function: US Newspaper Journalists Value Social Responsibility. *Journalism*, 19(12), 1657–1675. <https://doi.org/10.1177/1464884916683553>.
- McIntyre, K. E. (2015, Mai). *Constructive Journalism: The Effects of Positive Emotions and Solution Information in News Stories* (Doctor of Philosophy). University of North Carolina, Chapel Hill.
- McIntyre, K. E. (2020). “Tell Me Something Good”: Testing the Longitudinal Effects of Constructive News Using the Google Assistant. *Electronic News*, 14(1), 37–54.
- McIntyre, K. E., & Gyldensted, C. (2017). Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production. *The Journal of Media Innovations*, 4(2), 15.
- McIntyre, K. E., & Gyldensted, C. (2018). Positive Psychology as a Theoretical Foundation for Constructive Journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 662–678. <https://doi.org/10.1080/17512752.86.2018.1472527>.
- McIntyre, K. E., & Lough, K. (2021). Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism. *Journalism*, 22(6), 1558–1573. <https://doi.org/10.1177/1464884918820756>.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Meier, K. (2018). How Does the Audience Respond to Constructive Journalism? Two Experiments with Multifaceted Results. *Journalism Practice*, 12(6), 764–780. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470472>.
- Merkens, H. (1997). Stichproben bei qualitativen Studien. In B. Frieberthäuser & A. Prengel (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft* (S. 97–106). Weinheim, München: Juventa.
- Metag, J., & Arlt, D. (2016). Das Konstrukt Themenverdrossenheit und seine Messung. Theoretische Konzeptualisierung und Skalenentwicklung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 64(4), 542–563.
- Newman, N., Fletcher, R., Nielsen, R. K., Schulz, A., Simge, A., & Robertson, C. T. (2021). Reuters Institute Digital News Report 2021. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:e2106591-07c7-4b0b-9e93-a0d06bb4b86a/download_file?safe_filename=Newman_et_al_2021_the_reuters_institute.pdf&file_format=pdf&type_of_work=Report [15.09.2022].
- Pöchhacker, N., Burkhardt, M., Geipel, A., & Passoth, J.-H. (2017). Interventionen in die Produktion algorithmischer Öffentlichkeiten: Recommender Systeme als Herausforderung für öffentlich-rechtliche Sendeanstalten. *Kommunikation @ Gesellschaft*, 18, 1–25.
- Probst, M. (2018). Verschwörungstheorie „Lügenpresse“. Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/lernen/projekte/270428/verschwoerungstheorie-luegenpresse> [15.09.2022].
- Reinders, H. (2005). *Qualitative Interviews mit Jugendlichen führen. Ein Leitfaden*. München: Oldenbourg.
- Rieger, D., Dippold, J., & Appel, M. (2020). Trolle gibt es nicht nur im Märchen – Das Phänomen Trolling im Internet. In M. Appel (Hrsg.), *Die Psychologie des Postfiktischen: Über Fake News, „Lügenpresse“, Clickbait & Co* (S. 45–58). Berlin, Heidelberg: Springer.

- Rusch, R., Simon, E., Otto, K., & Flintz, D. (2021). The Impact of Constructive Television Journalism on the Audience: Results from an Online Study. *Journalism Practice*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1901599>.
- Sauer, C. (2017). Der klassisch-kritische und der konstruktive Blick. In U. Grüner & C. Sauer (Hrsg.), *Kritisches-konstruktiver Journalismus. Impulse für Redaktionen* (S. 34–35). Norderstedt: Books on Demand.
- Scheufele, D. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122.
- Scholl, A., & Weischenberg, S. (1998). Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Seligman, M. E. P. (2010). Flourish: Positive Psychology and Positive Interventions. *The Tanner Lectures on Human Values*, 31, 230–243.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology. An Introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5–14.
- Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive Psychology Progress: Empirical Validation of Interventions. *American Psychologist*, 60(5), 410–421. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.60.5.410>.
- Sprengelmeyer, L., Reimer, J., Immler, H., Loosen, W., Behre, J., & Hölig, S. (2022). „Neutral vermitteln“ oder „ermächtigend berichten“? Strukturelle Unterschiede von journalistischem Rollenselbstverständnis und bevölkerungsseitigen Erwartungen. *Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K)*, 70(3), 213–233. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2022-3-213>.
- Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (2022). https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/in/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsverträge/RStV_22_nichtamtliche_Fassung_medienanstalten_final_web.pdf [15.09.2022].
- Steindl, N., Lauerer, C., & Hanitzsch, T. (2017). Journalismus in Deutschland: Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. *Publizistik*, 62(4), 401–423. <https://doi.org/10.1007/s11616-017-0378-9>.
- Tomoff, M. (2017). *Positive Psychologie – Erfolgsgarant oder Schönmalerei?* Berlin, Heidelberg: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-50387-4>.
- Urner, M. (2017). Konstruktiver Journalismus. *Perspective Daily*. https://perspective-daily.de/konstruktiver_journalismus/definition [15.09.2022].
- Urner, M. (2019). *Schluss mit dem täglichen Weltuntergang. Wie wir uns gegen die digitale Vermüllung unserer Gehirne wehren.* München: Droemer.
- van Antwerpen, N., Turnbull, D., & Searston, R. A. (2022). What's Positive in a Pandemic? Journalism Professionals' Perspectives on Constructive Approaches to COVID-19 News Reporting. *Journalism Studies*, 23(4), 506–524. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2032804>.
- Wasserman, H. (2013). Journalism in a New Democracy: The Ethics of Listening. *Communication: South African Journal for Communication Theory and Research*, 39(1), 67–84.
- Weaver, D. H., & Wilhoit, C. G. (1996). *The American Journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of an Era.* Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006). Journalismus in Deutschland 2005. *Media Perspektiven*, 7, 346–361.
- Wessler, H., & Rinke, E. M. (2016). Journalismus und Politik. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 639–653). Wiesbaden: Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6_39.
- Zelizer, B. (1993). Journalists as Interpretive Communities. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(3), 219–237. <https://doi.org/10.1080/15295039309366865>.



© Julia Steinigeweg