

# Zweitveröffentlichung



Nölleke-Przybylski, Pamela; Evers, Tanja; Nölleke, Daniel; u. a.

## Kommunikative Interventionen in, im und durch Journalismus : Vorschlag für ein Konzept zur Analyse journalismusbezogener Transformationsprozesse

Datum der Zweitveröffentlichung: 27.02.2026

Verlagsversion (Version of Record), Zeitschriftenartikel

Persistenter Identifikator: urn:nbn:de:bvb:473-irb-113894x

### Erstveröffentlichung

Nölleke-Przybylski, Pamela; Evers, Tanja; Nölleke, Daniel; u. a. (2025): Kommunikative Interventionen in, im und durch Journalismus : Vorschlag für ein Konzept zur Analyse journalismusbezogener Transformationsprozesse, in: Publizistik : Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, Berlin ; Heidelberg: Springer, Jg. 70, Nr. 4, S. 613–648, doi: 10.1007/s11616-025-00908-4.

### Rechtehinweis

Dieses Werk ist durch das Urheberrecht und/oder die Angabe einer Lizenz geschützt. Es steht Ihnen frei, dieses Werk auf jede Art und Weise zu nutzen, die durch die für Sie geltende Gesetzgebung zum Urheberrecht und/oder durch die Lizenz erlaubt ist. Für andere Verwendungszwecke müssen Sie die Erlaubnis der Rechteinhaberinnen und Rechteinhaber einholen.

Für dieses Dokument gilt eine Creative-Commons-Lizenz.



Die Lizenzinformationen sind online verfügbar:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>



# Kommunikative Interventionen in, im und durch Journalismus. Vorschlag für ein Konzept zur Analyse journalismusbezogener Transformationsprozesse

Pamela Nölleke-Przybylski · Tanja Evers · Daniel Nölleke ·  
Klaus-Dieter Altmeyen · Christine E. Meltzer ·  
Liane Rothenberger · Gerret von Nordheim · Britta M. Gossel

Angenommen: 17. September 2025 / Online publiziert: 20. Oktober 2025  
© The Author(s) 2025

**Zusammenfassung** Obwohl dem Journalismus seit Jahren eine Legitimitätskrise attestiert wird, zeigt sich seine anhaltende Relevanz unter anderem darin, dass er auch in modernen Medienumgebungen Adressat und Absender von absichtsvollem und interessengeleitetem Handeln ist. In diesem Beitrag argumentieren wir, dass solches Handeln die Transformation von Journalismus antreibt. Aus diesem Grund kann die Identifikation dieses Handelns sowie der dahinterliegenden Antizipationen und Intentionen einen wichtigen Beitrag dazu leisten, die aktuelle (und zukünftige) Gestalt von Journalismus sowie seine gesellschaftliche Rolle zu erklären. Wir schlagen in diesem Beitrag mit den *kommunikativen Interventionen* ein Konzept vor, das es erlaubt, den analytischen Blick der empirischen Journalismusforschung auf die Komplexitäten des Wandels zu schärfen. Wir konzipieren kommunikative Interventionen als auf Kommunikation beruhende, performativ sichtbare Handlungen, die von Akteur\*innen in spezifischen Interventionskontexten und mit antizipierten Interventionszusammenhängen intentional angewendet werden. Mit Bezug auf Journalismus lassen sich drei Interventionsrichtungen (in, im und durch) unterscheiden. Das heuristische Potenzial des vorgeschlagenen Konzepts zeigen wir exemplarisch anhand von ausgewählten Interventionen in (Künstliche Intelligenz), im (Diversitätsinitiativen) und durch (interpretativer Klimajournalismus) Journalismus.

**Schlüsselwörter** Intervention · Journalismus · Transformation · Theorie · Wandel

---

Diese Arbeit ist aus Eigenressourcen der beteiligten Autor\*innen ohne Drittmittelfinanzierung entstanden.

Ausführliche Informationen zu den Autor\*innen befinden sich auf der letzten Seite dieses Artikels.

## Communicative interventions in, within, and through journalism: a concept for analysing journalism-related transformation processes

**Abstract** In view of the dynamic developments in digital and fragmented media societies, journalism research is faced with the challenge of capturing the forms of current and future journalism, both theoretically and empirically. While some progress has been made in empirical research, there is still a lack of holistic perspectives on transformation processes in (digital) journalism. To better understand the complex relationship between actors, content, and structures, we argue that it is necessary to explore the analytical potential of interdisciplinary concepts from outside the field of journalism studies. In this sense, based on a sociologically inspired concept of interventions, this article argues for communicative interventions as a powerful heuristic for examining the causes, forms, and consequences of journalism-related transformation processes. We propose a concept of communicative interventions that sharpens the analytical focus of empirical journalism research on the complexities of transformation and change. We conceptualise communicative interventions as communication-based, performatively visible actions that are intentionally used by actors within specific intervention contexts and with anticipated intervention relations. With regard to journalism, three directions of intervention (in, within, and through) can be distinguished.

Widespread assumptions about the social relevance of journalism make it both an addressee and a sender of intentional, interest-driven action, which in turn—as we argue in this article—is a key driver of its transformation. Our aim is to contribute to the theoretical foundation for understanding journalism in transition. The starting point of our considerations is that there is currently a lack of explanation for why journalism, including its role, practices, and structures in society, is constantly changing. In order to explain the long-term causes of change, we argue that a logic of consequences is needed: one that is argumentative and offers as much predictive power as possible to anticipate future developments.

We explore journalism-related actions as a driver of both journalistic and broader social change. With communicative interventions, we propose a concept that allows empirical journalism researchers to sharpen their analytical focus on the complexity of change. As a theoretical concept, communicative interventions serve as a heuristic for a theory-based empirical analysis of intentional transformation processes in journalism.

We are aware that various facets of journalism-related change processes have already been labelled as intervention. Therefore, we are not entering a completely new territory. However, a glance at the use of the term also shows that it has not been sufficiently and theoretically explored. In this article, we aim to exploit this yet untouched theoretical potential and make it fruitful for journalism analysis. To this end, we have systematised various facets of the term and developed them further for journalism research.

We understand interventions as communication-based, performatively visible actions that are applied by actors within specific intervention contexts guided by anticipated intervention contexts. These actors associate their interventions with concrete assumptions about their effects and apply certain measures to a situation they

themselves define. Three perspectives of intervention can be found in journalism: intervention in, within, and through journalism. Even though these different directions of intervention are closely related—hinder, condition, and/or reinforce each other—it is both legitimate and analytically necessary to treat them separately for a detailed analysis. We do so by using three exemplary contexts of interventions (AI, diversity, interpretive climate journalism) to demonstrate how the concept sharpens our analytical view of transformations in journalism. In general, the notion of communicative interventions is open to different methodological approaches. However, survey-based studies, especially qualitative interviews or ethnographic newsroom observations, seem particularly appropriate, as they allow to explore the complex covert of motives, measures, anticipated situations, and intended effects.

We introduce communicative interventions as a purely analytical concept. We are aware that this is not without difficulty, as the term certainly has normative connotations in everyday understanding. Interventions are based on a hierarchical relationship in which the more powerful—legitimately or illegitimately, beneficially or detrimentally, depending on the context—intervene in the sphere of their inferiors in order to change it. However, an analytical concept of intervention in our sense has neither positive nor negative connotations. Communicative interventions happen. They are not per se good or bad for journalism, nor are they per se functional or dysfunctional in terms of its social services.

Overall, we see our concept as a template with the potential to make certain causes and consequences of journalistic change visible. However, it only makes these things visible by concealing other aspects. A limitation of the concept is the identification of the initiating actors and the starting points of interventions. This is by no means trivial. To solve this problem, we suggest that observers must first decide which action or measure they understand as an intervention. Only then it is possible to identify the participants and the beginning of the process. Future empirical studies will prove whether the concept is more powerful than previous ones in recognising, explaining, and predicting changes in journalism's practices, structures, and roles in modern societies.

**Keywords** Intervention · Journalism · Transformation · Theory · Change

## 1 Problemstellung und Relevanzbegründung

In digitalen Medienumgebungen bröckeln die Fundamente des professionellen Journalismus: Im Zuge einer zunehmenden Durchlässigkeit von Öffentlichkeit verschieben sich kommunikative Machtverhältnisse und Publika artikulieren ihre Erwartungen an Berichterstattung offensiver (vgl. Prochazka und Schweiger 2016). Außerdem betreten neue, journalismusähnliche Akteur\*innen das Feld, darunter politische Interessengruppen und andere strategisch agierende Akteur\*innen, die die barrierearme und wenig regulierte Kommunikationsstruktur von Social Network Sites (SNS) nutzen, um reichweitenstark in gesellschaftliche Diskurse einzugreifen (vgl. Heft et al. 2020) und diese im Sinne ihrer Partikularinteressen zu beeinflussen (vgl. Donovan und Friedberg 2019; von Nordheim und Kleinen-von Königslöw 2021). Konzerne

wie Meta oder ByteDance betreiben Plattformen, mit denen auf die „network media logic“ (Klinger und Svensson 2015) abgestimmte Botschaften verbreitet werden, stets mit dem Ziel der Profitmaximierung und geringer Bereitschaft, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen (vgl. Altmeyden et al. 2023). Diese Entwicklungen stellen die traditionelle Autorität etablierter Medienangebote (vgl. Carlson 2017) und deren „kulturelle Vorherrschaft“ (Jarren 2015, S. 113) in Frage und verfügen über das Potenzial, an der Re- wie Dekonstruktion der Legitimität journalistischer Praktiken mitzuwirken (vgl. Tong 2018).

Schon seit einiger Zeit wird daher konstatiert, dass die Grenzen dessen, was als Journalismus identifizierbar ist und vom Publikum als legitime Informationsquelle wahrgenommen wird, ausfransen (vgl. Altmeyden und Quandt 2002; Loosen 2016; Weischenberg et al. 2006). Neue Kommunikator\*innen (z. B. Influencer\*innen) werden sowohl hinsichtlich der Publikumsresonanz als auch aufgrund ihres Einflusses (vgl. Henn 2023; Maeres und Hanusch 2020; Peter und Muth 2023) zu relevanten Konkurrierenden bzw. Kooperationspartner\*innen (vgl. Bien 2022) des Journalismus, ohne allerdings an dessen Verpflichtungen (Gesellschaftsorientierung, Ethik, Gemeinwohl) gemessen zu werden (vgl. Banjac und Hanusch 2022) und gemessen werden zu wollen (vgl. Maeres und Hanusch 2020; Perreault et al. 2024). Journalistische Gatekeeperleistungen und Meinungsführerschaft kommen auch angesichts rapider Fortschritte im Feld der künstlichen Intelligenz durch algorithmisierte Journalismusmaschinen unter Druck (vgl. Graßl et al. 2022). Journalist\*innen stellen in dieser Situation bewährte Rollen sowie Normen wie Objektivität und Aufmerksamkeitskriterien wie Negativität auf den Prüfstand. Das Berufsfeld positioniert sich neu, was sich unter anderem in spezifischen Berichterstattungsmustern wie dem lösungsorientierten (vgl. McIntyre und Lough 2021), dem konstruktiven (vgl. Nölleke 2019) oder dem transformativen (Brüggemann 2022) Journalismus sowie in Initiativen zur Diversität in journalistischen Organisationen (vgl. Bayerischer Rundfunk 2022; WDR 2023) zeigt.

Die Journalismusforschung ist angesichts dieser dynamischen Konstellationen in digitalen, fragmentierten Mediengesellschaften herausgefordert, die Formen des gegenwärtigen und zukünftigen Journalismus analytisch, sowohl theoretisch als auch empirisch, zu erfassen (vgl. Meier und Neuberger 2023; Löffelholz und Rothenberger 2024). Mit Modellen wie Medialisierung (vgl. Strömbäck und Esser 2014), Boundary Work (vgl. Carlson und Lewis 2015), Ko-Orientierung (vgl. Frischlich et al. 2020) oder Publikumserwartungen (vgl. Loosen et al. 2020) beleuchtet sie einzelne Aspekte der wechselseitigen Beziehungen. Sie nutzt jedoch kein einheitliches Vokabular, keinen gemeinsamen theoretischen Rahmen und keinen konsistenten empirischen Zugriff, um eine Zusammenschau dieser vielfältigen Transformationsprozesse zu erleichtern. Der vorliegende Beitrag setzt hier an und entwickelt ein Interventionskonzept, das die Rolle des journalistischen Feldes als Kern öffentlicher Kommunikation in den Fokus rückt. Diese „kommunikative Intervention“<sup>1</sup> als Heuristik ermöglicht es, mit Transformationsprozessen assoziierte Spannungsver-

<sup>1</sup> Das Adjektiv ‚kommunikativ‘ wurde gewählt, um den Interventionsbegriff von bestehenden Begriffen wie ‚soziale Interventionen‘ abzugrenzen und als eigenes Konzept herauszustellen. Kommunikativ wird die Intervention nach unserem Begriffsverständnis dann, wenn sie auf die massenmediale journalistische Kommunikation zielt oder aber mit Mitteln journalistischer Kommunikation erfolgt. Kommunikative Inter-

hältnisse (z. B. zwischen Akteur\*innen, Inhalten, Routinen, Strukturen) mit einem gemeinsamen begrifflichen Instrument zu fassen. Die in Anlehnung an ein Konzept sozialer Interventionen nach Kaufmann (2012) entwickelte Heuristik schaut damit holistisch auf solche Transformationsimpulse: Transformationen als grundlegende Veränderungen eines Feldes gründen in einzelnen Interventionen und erst in der Zusammenschau ihres Kontexts und ihrer Absichten sowie ihrer (antizipierten) Folgen lässt sich struktureller Wandel in verschiedenen Facetten öffentlicher Kommunikation beschreiben. Bestehende Theorien der Journalismusforschung, die ihren Untersuchungsgegenstand holistisch und integrativ betrachten, bilden dazu eine wichtige Referenz (vgl. Godulla 2017; Neuberger 2024). Da und indem es das Agieren einer Mehrzahl individueller und/oder kollektiver Akteur\*innen innerhalb von, in Auseinandersetzung und wechselseitiger Beeinflussung mit Strukturen in den Mittelpunkt rückt, knüpft das Interventionskonzept insbesondere an Handlungs-, Praxis- und Strukturierungstheorien (vgl. Altmeppen 2006; Bucher 2024; Giddens 1997; Raabe 2016; Schimank 2007) an. Sein analytischer Mehrwert gründet dabei in seinem spezifischen Fokus: Es wendet sich kommunikativen Interventionen als einer bestimmten Form von empirisch beschreibbaren, intentionalen Handlungen zu, um Transformationen in, im und durch Journalismus zu identifizieren und zu erklären. Das Konzept ermöglicht es so, mit einem einheitlichen Begriffsinstrument solche Veränderungen im Journalismus zu identifizieren, die von absichtsvollem (intentionalem) und interessengeleitetem<sup>2</sup> Handeln journalismusinterner und -externer Akteur\*innen ausgehen.

Die folgenden Erläuterungen dienen dazu, diesen Fokus und die mit dem Konzept verknüpften Begriffe genauer zu definieren, zu begründen und in der Journalismusforschung zu verorten.

In einem ersten Schritt stellen wir in Kap. 2 dar, wie der Begriff der Intervention im kommunikationswissenschaftlichen Fachdiskurs bislang verwendet wurde. Anhand einer Systematisierung jener Kontexte, in denen der Begriff explizit genutzt wird, zeigen wir, dass er bislang in der Beschreibung partikularer Phänomene verharrt und sein heuristisches Potenzial längst nicht ausgeschöpft ist. Dieses Potenzial wollen wir in diesem Beitrag heben, indem wir den Begriff anhand der Analyserichtungen *in*, *im* und *durch* Journalismus aufschlüsseln und ihn so für die Erschließung des umfassenden Gegenstandsbereichs entwickeln. Aufbauend auf dem von Kaufmann (2012) für Sozialpolitik und Sozialarbeit vorgelegten Konzept sozialer Inter-

---

vention heißt also ‚auf Formen und Bedingungen massenmedialer Kommunikation zielende Intervention‘ und nicht zwingend und auch nicht allein kommunikativ im Sinne von ‚mit kommunikativen Mitteln‘.

<sup>2</sup> Wir verstehen Intention charakterisiert durch Zielgerichtetheit und Bewusstheit (vgl. Giddens 1997, S. 61) und damit breiter als Schimank (2007, S. 123–124), der ‚Intention‘ mit ‚subjektivem Sinn‘ assoziiert und den Begriff nutzt, um Handeln von Verhalten abzugrenzen. Praxistheoretisch informiert fassen wir intentionales Handeln nicht als Grundmodus des Handelns, sondern als bewusst zielgerichtet gestaltetes Handeln und verdeutlichen zugleich mithilfe des Begriffs der ‚Interessen‘, der Handeln in unserem Verständnis grundlegend charakterisiert, dass Handeln auch unbewusst sinnvoll und zweckgerichtet, weil vom praktischen Sinn geleitet, erfolgt (vgl. Bourdieu 2006, S. 218–219; Giddens 1997, S. 53–54, 60–61). Interessen strukturieren Handeln auch implizit oder unreflektiert (vgl. Bourdieu 1989, S. 397–398; Reckwitz 2003, S. 293) und bilden sich unserem Konzept folgend durchaus in Intentionen ab. Um Intentionen empirisch abzuleiten, werden in der Regel auch Interessen der Akteur\*innen als Begründungszusammenhang des Handelns in den Blick genommen und unterstellt.

ventionen sowie dessen zentralen Merkmalen wie (Trans-)Intentionalität und Multi-optionalität erarbeiten wir in Kap. 3 eine akteurszentrierte Heuristik kommunikativer Interventionen, die den Anspruch hat, als Analyseraster empirische Forschung zu Transformationsprozessen im Journalismus anzuleiten.

Wir argumentieren, dass sich in all den Entwicklungen, die das journalistische Feld aktuell prägen, Interventionen spiegeln, die in den Journalismus hineinwirken, innerhalb des Journalismus ausgehandelt werden oder aber aus dem Journalismus hinaus in andere gesellschaftliche Teilbereiche wirken. Das Konzept kommunikativer Interventionen erfasst diese multidirektionalen Interventionen mit einer übergreifenden Terminologie und wird in Kap. 4 dieses Beitrags anhand dreier ausgewählter Interventionskontexte – Künstliche Intelligenz, Diversitätsinitiativen und Klimajournalismus – diskutiert. Im Anschluss an diese Kurzschilderungen zur empirischen Funktionalität des Konzepts schließt der Beitrag mit einer Zusammenführung, die den Mehrwert unseres Vorschlags für die künftige wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Transformationen des Journalismus in den Mittelpunkt rückt.

## 2 Journalistische Interventionen und Medieninterventionen im Fachdiskurs

Im Vorwort zum ersten Band ihrer Arbeiten zur Interventionsforschung unterscheiden Krainer und Lerchster (2012b) zwischen „Forschung, die Interventionen verschiedener Art beforscht“ und „Forschung, die selbst Interventionen setzen will“ (Krainer und Lerchster 2012b, S. 9). Während die beiden Sammelbände (vgl. Krainer und Lerchster 2012a; Lerchster und Krainer 2016) vor allem den zweiten Aspekt in den Blick nehmen, fokussiert dieser Beitrag auf den ersten, indem er Interventionen nicht als Ziel oder Auftrag, sondern als Gegenstand der Kommunikationswissenschaft konzipiert.

Um zu identifizieren, welche Rolle der Begriff im Fachdiskurs bislang spielt, haben wir zunächst eine Literaturschau durchgeführt und dabei all jene kommunikationswissenschaftlichen Texte berücksichtigt, die explizit mit dem Terminus ‚Intervention‘ arbeiten. Auf dieser Basis können wir drei Anwendungskontexte voneinander unterscheiden: Erstens erscheint Journalismus selbst als intervenierende Instanz. Dies umfasst die individuellen Ausprägungen des Selbstverständnisses von Journalist\*innen sowie einen sogenannten Medieninterventionismus, der den Einfluss der Medienlogik im Zuge der Medialisierung politischer Prozesse und die gestalterischen Eingriffe von Journalist\*innen in die Berichterstattung bezeichnet (2.1). Zweitens erscheint Journalismus als Zielgröße von auf Medien gerichteten Interventionen, also Maßnahmen, die eine Wirkung auf Medien und Journalismus beabsichtigen (2.2). Ein dritter Verwendungskontext verweist auf medial vermittelte Maßnahmen, die eine Wirkung außerhalb des Journalismus anstreben (2.3). Bevor wir diese Kontexte und das jeweilige Interventionsverständnis im Folgenden konkreter vorstellen, ist es wichtig zu betonen, dass wir uns hier lediglich auf die Texte fokussieren, die den Begriff auch tatsächlich explizit verwenden. Es geht hier also nicht darum, Arbeiten zu reflektieren, die sich mit Aspekten beschäftigen, denen man

potenziell Interventionscharakter zusprechen könnte, sondern darum zu verstehen, wie der konkrete Terminus im Fach bislang konnotiert ist.

## 2.1 Journalismus als intervenierende Instanz: Rollenselbstverständnis und Medialisierung

Der Begriff journalistischer Intervention (bzw. eines journalistischen Interventionismus) ist geprägt durch Hanitzsch (2007, 2011), der ihn für die Analyse von Journalismuskulturen auf spezifische Ausprägungen des Rollenselbstverständnisses bezieht: „along a divide between two types of journalist [sic!], the one interventionist, involved, socially committed, assertive and motivated, the other detached and uninvolved, dedicated to objectivity, neutrality, fairness and impartiality“ (Hanitzsch 2011, S. 481). Rollenbündel des Journalismus bilden sich also anhand einer Differenzierung zwischen einem interventionistisch-aktiven und einem neutral-passiven Pol (vgl. Sprengelmeyer et al. 2022). Diese Pole können gleichermaßen dazu dienen, Rollenerwartungen des Publikums an Journalismus zu qualifizieren (vgl. Albert und Immler 2025). Der Interventionsbegriff dient so auch als Kategorie zur Klassifizierung normativer Journalismuskonzepte, z. B. Friedensjournalismus (vgl. Hanitzsch et al. 2016, S. 3f.), konstruktiver Journalismus (vgl. Aitamurto und Varma 2018) oder transformativer Journalismus (vgl. Brüggemann et al. 2022).

Journalistische Rollen, wenngleich gelöst von normativen oder gar ideologischen Ausprägungen, fokussieren auch Xia et al. (2020) und Strohmeier et al. (2023), die journalistische Interventionen als aktive Eingriffe von Journalist\*innen in Social-Media-Diskurse beschreiben und damit auf die Positionierung von Journalist\*innen gegenüber Bürger\*innen als Rezipient\*innen verweisen.

Aufbauend auf Hanitzsch (2007) berücksichtigt Esser (2008) spezifische Facetten der politischen und medialen Struktur (eines Staates), um die Faktoren zu beschreiben, die dazu führen, dass sich journalistischer Interventionismus konkret in der Berichterstattung abbildet. Dabei analysiert Esser den interventionistischen Berichterstattungsstil selbst (operationalisiert u. a. über eine bestimmte Bilderauswahl oder Länge von O-Tönen). Interventionismus meint hier folglich einen aktiv gestalterischen Eingriff in die Berichterstattung (vgl. auch Bartholomé et al. 2018).

Die Betrachtung eines konkreten interventionistischen Handelns von Journalist\*innen geht bereits auf eine Studie von Semetko et al. (1991) zurück (vgl. auch Blumler und Gurevitch 2001). Die Autor\*innen verorten die Möglichkeiten für eine interventionistische Rolle der politischen Berichterstattung in der „discretionary power of the media“ (Semetko et al. 1991, S. 10). Diese beschreibt den freien Gestaltungs- und Ermessensspielraum von Journalist\*innen, Themen, Narrative und Darstellungsformen zu wählen. Diese Perspektive setzt einen Grundstein für die Verknüpfung eines journalistischen Interventionismus mit dem Konzept der Medialisierung nach Strömbäck und Dimitrova (2011). Die Autor\*innen sprechen von Medieninterventionismus als „the degree to which the content of political news is shaped by journalistic interventions“ (Strömbäck und Dimitrova 2011, S. 35). Journalistische Interventionen spiegeln demnach Medienlogik und zeigen, wie stark Inhalte medialisiert sind (vgl. Strömbäck und Dimitrova 2011). Die Idee des journalistischen Interventionismus bezieht sich hier darauf, wie stark journalistisches

Handeln die Medienlogik prägt und damit – indirekt – Einfluss auf Akteur\*innen jenseits des Journalismus nimmt, die nach Medienpräsenz streben. Journalistische Interventionen stehen folglich für ein journalistisch gestalterisches Handeln in der Politik- und Nachrichtenberichterstattung, das dem Primat der Medienlogik (entgegen der politischen Logik) folgt (vgl. auch Cushion und Thomas 2013; Cushion et al. 2014). Dadurch, dass sich journalismusexterne Akteur\*innen im Zuge von Medialisierungsprozessen an solch eine Medienlogik anpassen (vgl. Marcinkowski 2015), nimmt Journalismus indirekt Einfluss auf andere gesellschaftliche Teilbereiche. Medienlogik und journalistischer Interventionismus sind also konzeptuell verknüpft (vgl. Strömbäck und Esser 2014, S. 390–392).

In diesem Verständnis wird der Interventionsbegriff genutzt, um den Journalismus als jene Instanz zu charakterisieren, die in andere gesellschaftliche Bereiche eingreift, nämlich als Absender von Interventionen. Andere Arbeiten drehen die Perspektive um und verweisen auf den Begriff, um Journalismus als Adressaten externer Einflüsse zu beschreiben. Journalismus ist in diesen Fällen also Zielgröße von Interventionen.

## 2.2 Journalismus und Medienprodukte als Zielgröße von Interventionen

Für Journalismus in Krisenländern und -regionen beschreiben Frohardt und Temin (2003) Medieninterventionen – in klarer Abgrenzung zu einem militärischen Interventionsbegriff – als den „support for the development of diverse, pluralistic independent media outlets giving voice to a variety of views and opinions“ (Frohardt und Temin 2003, S. 8). Medieninterventionen gelten also als Korrektiv gegenüber möglichem Missbrauch von Medien. Unterscheidbar sind in diesem Verständnis strukturelle Interventionen, die sich auf strukturelle Indikatoren wie die Reichweite und Pluralität von Medien, die Diversität und Kompetenzen von Journalist\*innen, die Eigentumsstrukturen von Medienhäusern, aber auch die medienrechtlichen Bedingungen beziehen. Daneben beziehen sich inhaltsspezifische Interventionen konkret auf das Angebot und die Narrative produzierter Medieninhalte (vgl. Frohardt und Temin 2003).

Dreher (2010) analysiert die Potenziale sogenannter „community media interventions“ für eine Modifikation, Erweiterung oder gar Verschiebung des öffentlichen Diskurses im Themenfeld des ‚War on Terror‘. Medieninterventionen konzeptualisiert sie als Maßnahmen, die dafür sorgen sollen, dass marginalisierte Gruppen in den ‚Mainstream-Medien‘ sichtbarer und adäquater dargestellt werden.

Strukturelle und inhaltsspezifische Interventionen wirken unmittelbar auf den Journalismus, um jedoch *mittelbar* über die demokratiepolitisch-soziale Funktion der Medien auch auf gesellschaftliche Teilbereiche Einfluss zu nehmen. Genauso taucht der Interventionsbegriff in der Forschung aber auch auf, um in einzelne Medienprodukte verpackte Maßnahmen zu bezeichnen, die eine unmittelbare Wirkung auf die Gesellschaft beabsichtigen. Damit rückt der Journalismus (bzw. rücken Medien) als Mittel und Werkzeug statt als Zielgröße oder Initiator der Intervention in den Fokus.

### 2.3 Journalismus als Werkzeug für Interventionen aus medienexternen Bereichen

Wir wissen aus zahlreichen Studien, z. B. zum Verhältnis von PR und Journalismus, dass Akteur\*innen der strategischen Kommunikation danach streben, journalistische Berichterstattung zu beeinflussen, um darüber eigene Partikularziele zu erreichen (vgl. Hoffjann 2022). Journalismus wird so zum Werkzeug, um den gesellschaftlichen Diskurs entlang einer spezifischen Intention zu beeinflussen. Während also jegliche Form von strategischer Kommunikation als Intervention beschrieben werden könnte, geschieht dies im Fach bislang vor allem im Kontext der Gesundheitskommunikation. Der Begriff Medienintervention bezeichnet dort gesundheitsförderliche oder sozial wirksame Maßnahmen, das heißt medial initiierte und vermittelte gesundheitliche oder soziale Interventionen (vgl. Naugle und Hornik 2014; Prestin und Nabi 2020; Siminoff et al. 2022). In einer ländervergleichenden Metastudie zur Frage, inwieweit solche „mass media interventions“ Kindersterblichkeit reduzieren können, definieren Naugle und Hornik (2014) diese Form der Informationskampagnen als absichtsvolle Medienwirkungsgestaltung in Rundfunk und Presse. Sie grenzen den Begriff damit von Medienwirkungsstudien ab, die keine absichtsvoll gestalteten Kommunikationen erforschen. Ein weiteres Beispiel für solch eine Medienintervention liefern Siminoff et al. (2022), die ein Onlinevideo, welches die Organspendebereitschaft befördern soll, produzierten, distribuierten und die Nutzung/Resonanz evaluierten.

In einem verwandten Kontext findet der Begriff auch in experimentellen Studien zur Medienwirkung Anwendung. Intervention dient in diesem Fall als methodischer Terminus, der die Gestaltung eines medialen Settings bzw. medialer Inhalte im Kontext eines experimentellen Erhebungsdesigns beschreibt. Prestin und Nabi (2020, S. 146) erfassen mit dem Begriff „online media-based intervention“ beispielsweise spezifisch aufbereitete Unterhaltungsvideos, deren therapeutischen Effekt sie untersuchen. Ähnlich können die von Qian et al. (2022) untersuchten „digital media literacy intervention[s]“ letztlich als medienpädagogische Maßnahme – im konkreten Fall zur Adressierung von Fehlinformationen (vgl. auch Chou et al. 2020; Huang et al. 2024) – eingeordnet werden.

In diesem Verständnis von Interventionen dienen Medien und Journalist\*innen als vermittelnde Instanzen, um den gesellschaftlichen Diskurs zu beeinflussen und so Partikularinteressen zu verfolgen.

### 2.4 Interventionen und Journalismus(forschung): Ein Fazit zum unausgeschöpften Potenzial eines Begriffs

Die Analyse der bisherigen Verwendung des Interventionsbegriffs in Journalismusforschung und Kommunikationswissenschaft deutet darauf hin, dass der Begriff durchaus über Tradition im Fach verfügt (vgl. auch Krainer und Lerchster 2012a). Die bisherigen heterogenen Verwendungskontexte greifen jedoch kaum über dessen Semantik hinaus (vgl. Amazeen 2020; Lu und Luqiu 2023; Pöchlacker et al. 2017; Strohmeier et al. 2023) und/oder bezeichnen nur einzelne Maßnahmen oder Projekte (vgl. z. B. Parks 2021). Jene Ansätze, die verschiedene Facetten des Begriffs syste-

matisieren (vgl. Dreher 2010; Frohardt und Temin 2003), die ihn theoretisch einbetten und dadurch auch dessen analytisches Potenzial herausarbeiten (vgl. Hanitzsch 2007, 2011; Strömbäck und Dimitrova 2011), erfassen lediglich spezifische Teilaspekte journalismusbezogener Transformation. Journalistischer Interventionismus recurriert so beispielsweise auf ein aktives, gestaltendes Rollenselbstverständnis, das auf eine Beeinflussung gesellschaftlicher Strukturen (Interventionen *durch* Journalismus) zielt. Denkbar wäre darüber hinaus, dass solch ein Rollenselbstverständnis auch auf die Redaktionen zurückwirkt und journalistische Arbeitsweisen und -kulturen modifiziert (Interventionen *im* Journalismus). Mit ihrem Fokus auf Journalismus als Absender von Eingriffen berücksichtigen solche Ansätze jedoch grundsätzlich nur eine Facette journalismusbezogener Interventionen. Aber auch durch Partikularinteressen motivierte externe Einfüsse, seien sie politischer oder wirtschaftlicher Natur, können den Journalismus und seine Rolle in der Gesellschaft verändern (Interventionen *in* Journalismus). Ein umfassenderes Verständnis, das Interventionen *in*, *im* und *durch* Journalismus gleichermaßen berücksichtigt, kann den Wechselwirkungen zwischen externen Einfüssen und den inneren Strukturen des Journalismus Rechnung tragen.

Betrachtet man die Medialisierung – etwa des politischen Betriebs – als Intervention, erscheint es darüber hinaus schwierig, typische journalistische Routinen und Praktiken (als Dimensionen der Medienlogik) vom Interventionsbegriff abzugrenzen. Auch hier ist es also naheliegend, die zunächst isoliert betrachtete Intervention *durch* Journalismus (etwa in politischen Kampagnen) als Folgewirkung einer Intervention *im* Journalismus und gegebenenfalls einer externen Einfussnahme *in* Journalismus zu verstehen. Schließlich sind Rollenverschiebungen innerhalb der journalistischen Profession nicht ohne einen gesamtgesellschaftlichen Diskurs über die Rolle der Medien zu denken, an dem sich auch Dritte beteiligen, die darauf zielen, in Journalismus zu intervenieren. Solche Interventionen können im Sinne von Medienentwicklungsarbeit auf die Stärkung der demokratischen Institution Journalismus an sich zielen, einzelne Debatten prägen oder darüber hinaus Journalismus instrumentalisieren, um durch ihn und mit ihm zu wirken.

Die beschriebenen Verwendungskontexte des Interventionsbegriffs liefern bisher Operationalisierungen des Interventionsbegriffs im Kontext von Journalismus und Medien (z. B. als Ausprägungen journalistischer Rollen oder Berichterstattungsstile zur Erreichung bestimmter Ziele), schöpfen jedoch bei weitem nicht das Potenzial des Begriffs aus. Dieses besteht darin, so argumentieren wir in diesem Beitrag, bestimmte Transformationen des Journalismus und seiner Rolle im öffentlichen Diskurs über intentionales Handeln (in der Regel) kollektiver Akteur\*innen zu erklären. Diesem Anspruch kann der Interventionsbegriff nur genügen, wenn er Prozesse sowohl innerhalb des Journalismus als auch in Interaktion mit externen Gesellschaftsbereichen beschreibt und analysiert; das heißt, wenn er Interventionen *in*, *im* und *durch* Journalismus gleichermaßen erfasst. Im folgenden Abschnitt entwickeln wir ein Konzept kommunikativer Interventionen, das den Interventionsbegriff stärker systematisch durchdringt, ihn so ganzheitlich theoretisch wie auch empirisch erschließt und damit für die Analyse von (komplexen Transformationsprozessen im) Journalismus fruchtbar macht. Das Attribut kommunikativ, mit dem wir unser Verständnis von Interventionen schärfen, beschreibt dabei nicht einen spezifischen

Übertragungsweg intervenierenden Handelns, sondern bezeichnet das Objekt der Intervention. Kommunikativ sind Interventionen immer dann, wenn sie auf massenmediale journalistische Kommunikation zielen.

### 3 Ein Konzept kommunikativer Intervention

Das hier zu entwickelnde Konzept kommunikativer Interventionen ermöglicht eine Rekonstruktion intentionaler Eingriffe in soziale Zusammenhänge – in unserem Fall in die Gestalt und die Rolle von Journalismus in digitalen Gesellschaften. Es hat den Anspruch, als Heuristik (vgl. Bailey 1994, S. 33) zu dienen, das heißt als Diagnosefolie des Verstehens und damit auch als Schablone für die empirische Untersuchung einschlägiger Phänomene im Journalismus. Als Anregung für unser Konzept dient die systematische Betrachtung von Interventionen durch Kaufmann (2012), die er für die Bereiche der Sozialarbeit und Sozialpolitik vorgenommen hat. Er definiert den Begriff Intervention als „Handlungskonzept“ (Kaufmann 2012, S. 1287), welches rekonstruiert wird „als (a) Akteur, der auf der Basis (b) spezifischer Intentionen und (c) gewisser Annahmen hinsichtlich der Wirkungen seines Verhaltens mit (d) bestimmten Maßnahmen in (e) eine definierte Situation eingreift, um sie zu verändern“ (ebd.). Mit diesen Elementen beschreibt Kaufmann (2012) Interventionen als analytisches Konstrukt, das von einem\*einer sozialwissenschaftlichen Beobachter\*in genutzt werden kann, um Interventionen systematisch-analytisch und damit auch empirisch zu erfassen. Daran anknüpfend nutzen wir die von ihm benannten Elemente einer Intervention als Fundament und ergänzen sie um Spezifika von identifizierter kommunikativer Interventionen.

#### 3.1 Merkmale sozialer Interventionen

In Anlehnung an das Interventionskonzept von Kaufmann (2012) erscheinen uns folgende definitorische Merkmale sozialer Interventionen zentral auch für das Handlungsfeld der journalistischen Kommunikation:

- **Intention: Intervenieren ist absichtsvolles Handeln.** Die für die Intervention „konstitutive Intention wird vom Beobachter postuliert“ (Kaufmann 2012, S. 1288), das bedeutet, der\*die wissenschaftlich Beobachtende entscheidet, welche Intention der intervenierenden Akteur\*innen im vielfältigen Meer von Motiven die Intervention als solche konstituiert. Intentionales Handeln setzt – wie es die obige Definition unter (c) bereits benennt – die Antizipation bestimmter Wirkungen und sodann die Anwendung dieses Wissens um (antizipierte) Wirkungen im Handeln voraus (vgl. Giddens 1997, S. 61). Es verweist auf absichtsvolles, zielorientiertes Handeln, das auf spezifischen, also bestimmbareren Interessen beruht. Indem Interventionen stets durch intentionales Handeln konstituiert werden, nimmt der Begriff auch *nur* solche Aspekte in den Blick, die sich analytisch auf absichtsvolles und dabei mit Partikularinteressen verbundenes Handeln zurückführen lassen. Sein blinder Fleck ist, dass er gesellschaftliche und technologische Entwicklungen nicht als Ausgangspunkt einer Transformation fokussiert, sondern

solche Entwicklungen als geänderte Rahmenbedingungen (Interventionskontext, siehe unten) fasst, die sich evolutionär darstellen oder nicht auf spezifische Akteur\*innen zurückzuführen sind und für die Akteur\*innen eines Feldes daher ‚einfach geschehen‘.

- **Resultat: Interventionen sind nicht zwingend erfolgreich.** Hierfür sind zwei Gründe maßgeblich. Zum einen können sich „beobachtungs- und reaktionsfähige“ (Kaufmann 2012, S. 1287) Akteur\*innen, die das Ziel der Intervention sind, gegen diese Eingriffe wehren. Relevant für die Reaktion sind die von den Akteur\*innen des Interventionsfeldes wahrgenommenen Intentionen (vgl. Kaufmann 2012, S. 1287). Zum anderen müssen bei intervenierendem Handeln, das auf die Modifikation von sozialen Strukturen zielt, für eine adäquate Abbildung von Sozialität stets auch nicht-intendierte Folgen des Handelns (vgl. Giddens 1997, S. 61–65) und Transintentionalitäten (vgl. Schimank 2007) berücksichtigt werden. Nicht-intendierte Folgen können verschiedene Gründe haben, interne Widerstände etwa oder auch nicht geplante Nutzungsmuster (Transintentionalität). Eine Intervention kann folglich nicht antizipierte und auch nicht beabsichtigte Resultate hervorbringen, die den Absichten und antizipierten Wirkungen der intervenierenden Akteur\*innen entgegenstehen. Genauso ist es jedoch denkbar, dass solche Resultate die Intervention im Sinne der Interventionsinitiator\*innen vorantreiben und verstärken. Insgesamt definieren sowohl Reaktion als auch Transintentionalität die Bandbreite möglicher Interventionsresultate nicht erschöpfend; sie begründen jedoch wesentlich den (Miss-)Erfolg einer Intervention. Dabei ist die Einschätzung, inwieweit Interventionen (nicht) erfolgreich waren, perspektivenabhängig. Sie wird vor allem von den initial intervenierenden Akteur\*innen anhand einer Reflexion darüber vorgenommen, zu welchem Grad die der Intervention zugrundeliegenden Ziele und Interessen umgesetzt werden konnten. Erfolg oder Misserfolg von Interventionen sind Ausgangs- wie Endpunkt von Machtauseinandersetzungen.
- **Akteur\*innen: Interventionen gehen von einer Mehrzahl an Akteur\*innen aus** (vgl. Kaufmann 2012, S. 1287). Ein Interventionskonzept, das Transformationen von Sozialität bzw. Transformationsabsichten beschreiben will, impliziert, dass mindestens eine Mehrzahl individueller Akteur\*innen, in der Regel aber kollektive, teils korporative Akteure als Interventionsinstanz agieren. Individuelle Akteur\*innen können prägende Interventionsinstanzen sein, aber ohne eine entsprechende soziale Rückendeckung oder entsprechende soziale Macht kaum nachhaltig intervenierend wirken.
- **Multioptionaler Prozess: Interventionen beschreiben eine Mehrzahl von Handlungen und Aktivitäten** (vgl. Kaufmann 2012, S. 1287). Intentionale Handlungswirkung ist – auch vor dem Hintergrund, dass in der Regel mehrere Akteur\*innen handeln – ohnehin nur von einer Vielzahl aufeinander bezogener oder auch explizit verwobener Handlungen und von einem „mehrstufigen Interventionsprozess[...]" (Kaufmann 2012, S. 1287) zu erwarten. Eine Intervention bildet sich damit stets in einem Konglomerat miteinander verknüpfter sozialer Praktiken ab (vgl. Reckwitz 2003, S. 295), die sich z. B. aufgrund der Herkunft der Akteur\*innen aus unterschiedlichen ökonomischen, kulturellen und politischen Gruppen und Institutionen ergeben.

### 3.2 Spezifika und Definition kommunikativer Interventionen

Ein durch diese Merkmale konzipierter Interventionsbegriff ist durchaus in der Lage, Veränderungen kommunikativer Strukturen im Journalismus zu erfassen: Er kann beispielsweise Innovationen (vgl. etwa Meier et al. 2023), die zweckgerichtet im Journalismus implementiert werden, oder auch koordinierte Maßnahmenpakete des Medienmanagements (z. B. Einsetzung von Integrationsbeauftragten) beschreiben. Er kann jedoch nur eingeschränkt abbilden, welche gesamtgesellschaftlichen Bezüge, Wirkungen und Rückwirkungen sich einstellen, wenn Interventionen im Kontext der öffentlichen Kommunikation und spezifisch in Bezug auf Journalismus betrachtet werden. Der gesellschaftliche Funktionsauftrag des Journalismus begründet, dass Interventionen nicht in den institutionellen Strukturen des journalistischen Interventionsfeldes verharren, sondern einen öffentlichkeitsweiten Wirkradius besitzen. Dies ist der Grund, warum wir mit Bezug auf den Journalismus von *kommunikativen Interventionen* sprechen. Sie sind kommunikativ, weil sie Eingriffe in die Rolle und Gestalt des Journalismus als mittelbare bzw. unmittelbare Eingriffe in den öffentlichen Diskurs erfassen, jenen gesellschaftlichen Diskurs also, der zur öffentlichen Meinungsbildung beiträgt und als Forum gesellschaftlicher Integrationsprozesse dient. Kommunikative Intervention meint folglich grundsätzlich eine ‚auf Kommunikation zielende Intervention‘ und nicht eine Intervention ‚mit kommunikativen Mitteln‘ – wie es beispielsweise in Buchers Handlungstheorie angelegt ist, die kommunikatives Handeln in erster Linie als sprachliches Handeln versteht (vgl. Bucher 2024, S. 226). Für eine adäquate Rekonstruktion kommunikativer Interventionen müssen daher zwei zusätzlich charakterisierende Dimensionen in die Analyse einbezogen werden:

- **Interventionskontext:** Die gesamtgesellschaftliche Relevanz des Journalismus öffnet ihn für vielfältige Interventionsursachen und weitreichende Interventionswirkungen. Erst über den expliziten Fokus einer Interventionsanalyse auch auf den gesamtgesellschaftlichen Interventionskontext, das heißt auf die der Intervention zugrunde liegenden gesellschaftlichen Entwicklungen, wird dies angemessen für den Journalismus erfasst. Die Strukturen der Gesellschaft und des Journalismus sind verknüpft; darin liegt der Grund dafür, dass sich eine kommunikative Intervention von intentionalem Handeln allgemein abgrenzt. Jede Intervention ist eine intentionale Handlung, reicht aber in zwei Merkmalen darüber hinaus: (1) Zum einen liegt ihr eine *spezifische*, das heißt näher definierte Intention zugrunde: Eine Intention *zur Strukturveränderung*. Strukturveränderung verstehen wir hier aus einer strukturationstheoretischen Perspektive – diese definiert Struktur als bestehend aus Regeln und Ressourcen – als Transformation von in bestimmten Handlungsfeldern etablierten Regel-Ressourcen-Komplexen (vgl. Giddens 1997, S. 240). Diese Transformation umfasst damit auch die Veränderung institutionalisierter Praktiken (vgl. Giddens 1997, S. 74) und dazugehöriger Modalitäten. Modalitäten verweisen auf Deutungsmuster, Normen und Machtmittel, die das Handeln von Akteur\*innen innerhalb bestimmter Strukturen kennzeichnen und damit quasi als implizite Anleitung zur Reproduktion eines sozialen Systems dienen (vgl. Altmppen 2007, S. 299). Interventionen zielen nun darauf, Struktur und damit

daran gekoppelte Modalitäten zu verändern – und zwar nicht inkremental, wie es ohnehin in der für soziales Leben üblichen Dynamik begründet liegen kann, sondern radikal. In diesem Verständnis von Strukturveränderung deutet sich auch das zweite Merkmal an: (2) Interventionen sind durch eine gewisse, weil auf Strukturveränderung zielende Reichweite charakterisiert: Sie reicht über das individuelle oder auch organisationale Handlungsfeld intervenierender Akteur\*innen hinaus und bezieht sich dabei konkret auf das Feld des Journalismus/des öffentlichen Diskurses und damit auf die für dieses Feld typischen Modalitäten wie Nachrichtenwerte als Deutungsmuster, tradierte Formen, Ablauforganisation als Machtmittel und arbeitsethische Standards als Normen (vgl. Wyss 2016, S. 273).

- **Interventionsrichtung:** Wir argumentieren, dass die Rolle und die Beschaffenheit von Journalismus in digitalen, fragmentierten Gesellschaften einerseits durch Eingriffe in seine Strukturen (Journalismus ist Interventionsobjekt), andererseits durch sein Selbstverständnis als Interventionsinstanz geprägt werden. Entsprechend sind kommunikative Interventionen immer relativ zum Journalismus zu betrachten und entlang der Ebenen *in*, *im* und *durch* Journalismus zu systematisieren. Kommunikative Interventionen von externen Akteur\*innen *in* und internen Akteur\*innen *im* Journalismus sowie solche, die vom Journalismus ausgehen bzw. *durch* ihn weitergetragen werden, sind aufeinander bezogen. Analytisch lässt sich dabei der Blick auf einzelne Richtungen fokussieren. Interventionen *in* oder auch *im* Journalismus verändern den Journalismus und können damit mittelbar auch eine Veränderung *durch* Journalismus bewirken bzw. streben eine solche Beeinflussung des öffentlichen Diskurses mitunter sogar aktiv an (etwa im Kontext von Medienregulierungsmaßnahmen). Interventionen *durch* Journalismus sind wiederum mit Interventionen *im* Journalismus assoziiert (siehe das Beispiel Klimajournalismus) und können auch (weitere) Interventionen *in* den Journalismus begründen.

Die Interventionsrichtung als zusätzliche Dimension spezifiziert die in der Ausgangsdefinition angelegte, aber wenig elaborierte Multioptionalität. In ihr bildet sich ab, dass die unterschiedlich gerichteten einzelnen Interventionen – deren Initiator\*innen, Intentionen, Wirkungsannahmen und Maßnahmen differieren können – im Journalismus als Interventionsfeld einen gemeinsamen Kristallisationspunkt finden. Die verschieden gerichteten Interventionen *in*, *im* und *durch* Journalismus lassen sich damit zumindest in Teilen zueinander in Beziehung setzen. Mögliche Feedbackschleifen, Iterationen, aber auch Zirkularität und Konsekutivität von Interventionspraktiken sind zusätzlich über den Interventionskontext, der für den übergreifenden Zusammenhang steht, analytisch fassbar. Der Interventionskontext und die Interventionsrichtung(en) hängen in der Analyse folglich zusammen. Ausgangspunkt zur Identifikation jeglicher Interventionen und ihrer Zusammenhänge sind dabei stets Handlungen, die für die Beobachter\*innen sichtbar sind und von ihnen anhand der geschilderten Merkmale plausibel als potenzielle Intervention konzipiert werden können. Diese Handlungen müssen für Außenstehende beobachtbar sein; und diese notwendige Sichtbarkeit erlangen sie durch Performativität (vgl. Reckwitz 2003, S. 290), also durch die tatsächliche „körperliche Ausführung“ (Meier 2004, S. 56) von Interventionshandlungen und mittelbar durch deren Ergebnisse.

Diese konzeptionellen Erweiterungen münden in einer erweiterten Definition kommunikativer Interventionen als (1) performativ sichtbare Handlungen, die von Akteur\*innen (2) auf der Basis eines spezifischen Interventionskontexts und antizipierter Interventionszusammenhänge sowie (3) entlang gewisser Annahmen und Erwartungen hinsichtlich der Wirkungen initiiert werden, um (4) mittels bestimmter Maßnahmen in (5) eine definierte Situation einzugreifen und sie (6) einer spezifischen Intention folgend zu verändern. Kommunikative Interventionen lassen sich (7) aus den drei Perspektiven der Intervention *in*, *im* und *durch* Journalismus analysieren. Sie bilden eine Verkettung, gegebenenfalls sogar einen Kreislauf von (tatsächlichen oder zugeschriebenen) Ursachen der Interventionen (Interessen, Macht) und (tatsächlichen oder zugeschriebenen) Wirkungen, mit denen bestimmte Akteur\*innen assoziiert werden können. Eine Identifikation und Charakterisierung dieser Akteur\*innen und ihrer variierenden und auch wechselnden Rollen sind Schlüssel zur Erfassung von kommunikativen Interventionen.

### 3.3 Akteur\*innen im Fokus einer Analyse kommunikativer Interventionen

Da kommunikative Interventionen über Ursachen und Wirkungen miteinander verwoben sind, lässt sich eine einzelne kommunikative Intervention nur analytisch aus einem spezifischen Interventionszusammenhang herauslösen. Inwieweit eine Intervention an weitere Interventionen anknüpft oder sie auslöst, ist eine empirische Frage, die mittels des Konzepts kommunikativer Interventionen, das sich um die beteiligten Akteur\*innen spannt, adressiert werden kann. Dabei ist die eindeutige Identifikation einer initiiierend wirkenden Akteur\*innengruppe und damit auch eines Startpunkts der Intervention keineswegs trivial, mitunter auch nicht möglich. Interventionen begründen nicht nur Reaktionen, sondern auch Folgeinterventionen. Denkbar sind ganze Interventionskaskaden, beispielsweise wenn Plattformunternehmen ihre Algorithmen ändern (Reduktion von Referrals zu News-Seiten) und damit möglicherweise in den Redaktionen (Umstellung von Arbeitsprozessen), im Entscheidungshandeln des Unternehmensmanagements (Änderungen im Geschäftsmodell) und in weiterer Folge auch auf Seiten der Rezipient\*innen (Nutzungsboykott) Reaktionen oder auch Folgeinterventionen begründen. Eine Folgeintervention geht dabei insofern über eine Reaktion hinaus, als dass sie sich am Neuen und nicht am Bestehenden orientiert. Qua definitionem zielt eine Intervention auf Veränderung, eine Reaktion kann aber auch auf eine Erhaltung des Status quo zielen. Des Weiteren reicht die Bezugsgröße einer Intervention über das eigene (individuell-organisationale) Handlungsfeld hinaus und zielt auf die Makroebene, das heißt auf den Journalismus (oder seine Subfelder).

Das Beispiel zeigt, dass es das Konzept kommunikativer Interventionen erlaubt, einzelne Maßnahmen mit unterschiedlichen Intentionen und Wirkungsannahmen zu unterscheiden, indem unterschiedliche Rollen von Interventionsbeteiligten definiert werden. Der Blick auf die Akteur\*innen muss auch deshalb weiter ausdifferenziert werden, weil Interventionen erst über das Handeln von Akteur\*innen für Außenstehende erfassbar werden. Interventionen, also absichtsvolle und interessen geleitete Handlungen, werden mit dem Ziel der Strukturveränderung konzipiert. Die Intentionen liegen darin, die Verfügung über Ressourcen (z. B. neue IT-Infrastrukturen) oder

**Tab. 1** Typen von und Beispiele für Akteur\*innen im Interventionsprozess

Auslöser und Gegenstand der Intervention		Interventionsrichtung		Akteur*innen im Interventionsprozess	
Interventionskontext	Interventionsinhalt (Maßnahmen)	in, im oder durch	Interventionsbetroffene (Zielgröße, Situation)	Interventionsstreiber- und -hemmer*innen (Resultat, Reaktion)	Interventionsgewinner- und -verlierer*innen (Resultat, auch Transienten-tionalität)
Künstliche Intelligenz	KI-Dienstleistungen und Infrastrukturen für die Nachrichtenbranche	in Journalismus	Nachrichtenorganisationen, Journalist*innen	<i>Treiber*innen:</i> Medienmanagement; Wirtschaftliche Herausforderungen zwingen Verlage dazu, auf kosteneffiziente KILösungen zu setzen  <i>Hemmer*innen:</i> Medienakteur*innen mit Sorge über Abhängigkeit von volatilen Tech-Konzernen und opaken Modellen/Algorithmen	<i>Gewinner*innen:</i> Große Tech-Unternehmen, Entwicklungsredaktion/KI-Entwickler*innen, Change-Manager*innen, Editorial Technologists; Journalist*innen, die Zeit für Recherche u. ä. gewinnen; Publika, die von personalisierter Contentaufarbeitung profitieren  <i>Verlierer*innen:</i> Kleine Nachrichtenorganisationen, die sich KI nicht leisten können; Journalist*innen, deren redaktionelle Freiheit eingeschränkt wird
Ethnische Diversität im Journalismus	Größere Diversität in Redaktionen	im Journalismus	Journalist*innen, Redaktionsleitungen, Diversitätsbeauftragte, Interessensgruppen	Journalist*innen und weitere Redaktionsmitglieder, insbesondere Personen mit Migrationsbiographie	<i>Gewinner*innen:</i> Migrantische Nutzer*innen; Öffentlichkeit (profitiert von diverserer Berichterstattung)  <i>Verlierer*innen:</i> Personen, die sich gegen Veränderungen sträuben oder sich bedroht fühlen

Tab. 1 (Fortsetzung)

Auslöser und Gegenstand der Intervention		Interventionsrichtung		Akteur*innen im Interventionsprozess		
Interventionskontext	Interventionsinhalt (Maßnahmen)	in, im oder durch	Interventionsinitiator*innen (Intention, Wirkungsnahmen)	Interventionsbetroffene (Zielgröße, Situation)	Interventionstreiber- und -hemmer*innen (Resultat, Reaktion)	Interventionsgewinner- und -verlierer*innen (Resultat, auch Transienten-tionalität)
Klimakrise	Erhöhung der Quantität und Qualität (evidenzbasiert) der Klimabericht-erstellung, z.B. mittels Klimakodex	durch Journalismus	Klima-journalist*innen (die sich als solche benennen und organisieren)	Rezipient*innen (und journa-listische Redaktionen)	Treiber*innen: Klimaakti-vist*innen; Klimaforschende; Entscheider*innen und Orga-nisationen, die Klimaschutz vorantreiben (wollen) Hemmer*innen: Journa-list*innen, die Objektivität hochhalten, die Eindruck des Aktivismus abwehren wollen, die (falsche) Ausgewogenheit hochhalten	Gewinner*innen: Bürger*innen, wenn Klimakrise „besser“ adressiert wird; auch: Redaktionen, in denen Reflexion der Klimaberichterstattung redaktionelle Prozesse verbessert Verlierer*innen: Akteur*innen, die ein persönliches oder unternehmeri-sches Interesse an klimaskeptischer Berichterstattung haben

Regeln (z. B. zu Diversityprogrammen) zu verändern. Es ist daher plausibel, dass sie neben den Initiator\*innen (als Subjekten) und den Betroffenen (als Objekten) auch mittelbar weitere Beteiligte tangieren, die sich im Interventionsfeld bewegen und die Umsetzung der Intervention beeinflussen (bzw. hier selbst intervenieren), da sie beispielsweise eigene Erwartungen (Hoffnungen oder Sorgen) daran knüpfen. Wir schlagen daher vor, neben den (vermuteten) Interventionsinitiator\*innen auch die Interventionsbetroffenen, die -treibenden und -hemmenden sowie die (potenziellen) Interventionsgewinner\*innen und -verlierer\*innen zu identifizieren und zu beschreiben. Tab. 1 verdeutlicht die Kategorien an Beispielen, die wir in Kap. 4 noch einmal aufgreifen und auffächern.

Interventionskontext und Interventionsinhalt setzen den Auslöser und Gegenstand der Intervention. Dies umfasst, warum bestimmte Akteur\*innen zu Interventionsinitiator\*innen werden und wo die Intervention thematisch ansetzt. Der Interventionsinhalt skizziert bereits mögliche Maßnahmen und/oder die Situation der Intervention. Für die Beschreibung und Analyse kommunikativer Interventionen ist darüber hinaus der Blick auf unterschiedliche Gruppen (un-)mittelbar beteiligter Akteur\*innen notwendig: Die Initiator\*innen setzen den Startpunkt der Intervention, die Betroffenen stehen für die Zielgröße. Die Treibenden und Hemmenden fördern bzw. bremsen das intervenierende Handeln. Sie reagieren auf gesetzte Interventionen und können, müssen aber nicht zugleich auch Interventionsgewinner\*innen und -verlierer\*innen sein. Die (potenziellen) Gewinner\*innen und Verlierer\*innen bilden ein Resultat der Intervention ab – auch, wenn es sich um ein nicht-intendiertes handelt. Diese Benennung unterschiedlicher Gruppen von Akteur\*innen ergänzt die oben genannte Definition kommunikativer Interventionen und stellt damit zusätzliche Begriffe für die Analyse kommunikativer Interventionen bereit.

### 3.4 Heuristisches Potenzial einer Analyse kommunikativer Interventionen

Das beschriebene Konzept kommunikativer Interventionen dient als analytische Grundlage, um die Komplexität zielgerichteter (aus Perspektive der Initiator\*innen erfolgreicher wie erfolgloser) Maßnahmen mit Bezug auf Journalismus zu rekonstruieren. Die benannten Merkmale kommunikativer Interventionen liefern konkrete Bausteine für eine empirische Anwendung des Interventionskonzepts.

Die Identifikation der Interventionsrichtung leitet diesen Anwendungsprozess. Die Differenzierung der drei Richtungen – *in*, *im* und *durch* Journalismus – ist, wie oben beschrieben, rein analytisch. Sie setzt einen Schwerpunkt und definiert mögliche Startpunkte einer Untersuchung innerhalb der rahmenden Trias: Eine Transformation kann von Interventionen in und im Journalismus angestoßen werden und gleichzeitig den Ausgangspunkt für eine Intervention durch Journalismus bilden. Die Analyse kommunikativer Interventionen kann damit sowohl bei der Betrachtung des Journalismus als Interventionsobjekt als auch als Interventionssubjekt ansetzen.

Betrachtet man ihn als Interventionsobjekt, stehen damit zunächst einmal die kommunikativen Interventionen von außen in Journalismus und die kommunikativen Interventionen innen, also im Journalismus, im Fokus. Hierbei gilt es in einem ersten Schritt, die exogen und endogen intervenierenden Akteur\*innen zu beschreiben, ihr Selbstverständnis, ihre (postulierten) Intentionen, ihre (unterstellten) Annah-

men hinsichtlich der Wirkkraft ihres Handelns, ihre intervenierenden Maßnahmen sowie ihr Verständnis von der als veränderungsbedürftig eingeschätzten Situation. Ungeachtet des Ursprungs der Interventionen gilt es in einem zweiten Schritt, ihre Folgen bzw. Wechselwirkungen zu analysieren. In den Fokus rücken damit die vielfältigen Akteur\*innen im Interventionsfeld Journalismus, ihre Wahrnehmung der Intentionen und ihre Reaktionen auf die Maßnahmen von außen oder innen. Hierzu gehört auch die Frage, welche Strukturbildungen im Journalismus auf Interventionen zurückzuführen sind. Hieran anschließend ist die Frage zu stellen, inwiefern Journalismus selbst zum Ausgangspunkt eigener Interventionen wird – Journalismus und Subfelder des Journalismus können (als Interventionssubjekte) selbst Interventionen initiieren. Zudem ist Journalismus ein intermediäres Ziel von Interventionen, durch das auf den gesellschaftlichen Diskurs eingewirkt werden soll.

Betrachtet man die Wechselwirkung der Interventionsrichtungen, werden die endogenen und exogenen Einfüsse, die zu einer Transformation von Journalismus beitragen bzw. die trotz Transformationsabsichten für Kontinuität und Stabilität bürgen, analytisch fassbar. Wesentlich ist dabei das Verständnis von Interventionen als einem sozialen Konstrukt. Der Begriff steht nicht für ein Gedankenkonstrukt, vielmehr bilden sich Interventionen in der Sozialität ab, das heißt, sie werden performativ durch ihre tatsächliche Ausführung sichtbar. Sie sind ein Handeln durch identifizierbare Akteur\*innen und entstehen in/durch deren Handeln. Interventionen stellen sich mit Blick auf ihren multioptionalen Charakter als miteinander verwobene Praxiskomplexe dar (vgl. Raabe 2016, S. 340). Interventionsmaßnahmen rücken die intervenierend Handelnden in den Fokus – nicht nur in ihrem Handeln, sondern auch darüber hinaus: Im intervenierenden Handeln spiegeln sich die zur Verfügung stehenden Ressourcen, die Fähigkeiten und Möglichkeiten zur Antizipation der Situation der intervenierenden Akteur\*innen (vgl. Kaufmann 2012, S. 1287). In diesem der Strukturtheorie ähnlichen Verständnis (vgl. Altmeyen 2006) richten Interventionen den Blick auf einen Komplex bestehender Regeln und Ressourcen, den die intervenierenden Akteur\*innen zu verändern trachten. Damit wird das Bestehende als solches sichtbar – im Konkreten die Strukturen des Journalismus und deren Grenzen. Ähnlich werden in der Forschung zu Boundary Work eben solche Auslöser für ‚Abgrenzungsarbeit‘ erfasst (vgl. Carlson und Lewis 2015). Zugleich fällt der Blick auf das Neue bzw. Abweichende. Eine eindeutige Benennung von Ursache-Wirkungszusammenhängen erlaubt auch das Interventionskonzept nicht, dennoch ist es offen genug, um prozessual gestufte Handlungen und damit potenziell neue Initiator\*innen zu identifizieren und Einzelinterventionen in ihren Kontext einzubetten.

Ein derart ausformuliertes Konzept kommunikativer Interventionen ermöglicht es, die Rolle, Gestalt und Transformation von Journalismus in digitalen, fragmentierten Gesellschaften zu analysieren und zu erklären, unter anderem weil

- Interventionsabsicht auch Relevanzzuschreibung impliziert (Rolle),
- Interventionen sich auf als bestehend/gesetzt wahrgenommene Charakteristika des Journalismus beziehen und damit eine Beschreibung des Journalismus sind (Gestalt) und

- Interventionen Veränderung beabsichtigen; an der Schnittstelle, in der (akzeptierenden oder ablehnenden) Reaktion wird deutlich, worüber verhandelt wird (Transformation).

## 4 Konzeptanwendungen: Kommunikative Interventionen in, im und durch Journalismus

Der Wert des Interventionskonzepts für eine Analyse des Journalismus soll im Folgenden anhand von drei beispielhaften Kontexten dargestellt werden, die jeweils eine der Interventionsrichtungen in den Fokus rücken. Die Darstellung orientiert sich an der Systematik aus Tab. 1, die die konstituierenden Merkmale von Interventionen anhand verschiedener Interventionsbeteiligter unterscheidet und so für die Analyse zugänglich macht.

### 4.1 Interventionen in Journalismus: KI

Technologien generativer Künstlicher Intelligenz (KI) – große Sprachmodelle, Bildgeneratoren, zukünftig auch multimodale Modelle – beschreiben den Kontext eines Bündels technologisch basierter Interventionen *in* Journalismus. Sie werden künftig grundlegend verändern, wie Journalismus produziert und distribuiert wird. Zum jetzigen Zeitpunkt sind die Konsequenzen der KI-basierten Innovationen allerdings unklar (vgl. Schützeneder et al. 2024). Während einige Verleger\*innen bereits KI einsetzen, um die Reichweite ihrer Inhalte mittels automatisierter Texterstellung zu vergrößern, also vor allem auf Quantität zielen, versuchen andere, die Qualität von Produkten zu erhöhen, indem sie KI beispielsweise unterstützend bei aufwändigen Recherchen einsetzen (vgl. Nielsen 2024).

Betrachtet man KI mit unserer Schablone der kommunikativen Intervention, rücken als Interventionsinhalte Aspekte ins Blickfeld wie die Integration von KI-Technologien in journalistische Praktiken bzw. ihre Adaption an journalistische Bedarfe, Vorgaben zu redaktionellen Workflows oder Anpassungen des redaktionellen Produkts an den Output der Large Language Models. Neben der praktischen Umsetzung kann auch begleitende Kommunikation im Interventionszusammenhang adressiert werden: Bekanntgaben des Medienunternehmens zur künftigen Strategie, Ethik-Richtlinien für den Umgang mit KI, Schulungen, Kooperationen mit anderen Unternehmen innerhalb und außerhalb der Medienbranche, Akzeptanz oder Ablehnung der Technologien in den journalistischen Handlungsfeldern sowie tarifvertragliche Auseinandersetzungen. Angesichts der in der Computerwissenschaft diskutierten Blackbox-Eigenschaften und des damit assoziierten unvorhersehbaren Potenzials großer Sprachmodelle (vgl. Bender et al. 2021; Wei et al. 2022) empfiehlt sich in einer empirischen Analyse entlang des Interventionskonzepts ein expliziter Blick auf die das intervenierende Handeln antreibenden Wirkungsannahmen, insbesondere in Relation zum tatsächlichen Ergebnis und den Gewinner\*innen und Verlierer\*innen, die dieses Ergebnis hervorbringt: Welches Wirkpotenzial verknüpfen die Interventionsinitiator\*innen mit ihrem Bemühen, KI in den Journalismus zu integrieren? Dominieren angesichts der Dynamik des Kontextes transintentionale Effekte? Und

wie volatil sind vor diesem Hintergrund Rollen der Interventionsgewinner\*innen und -verlierer\*innen?

Als konkrete Intervention kann beispielsweise die Einführung eines „virtuellen Redakteurs“ für automatisierte Spielberichterstattung bei der ARD Sportschau verstanden werden (vgl. WDR Innovation Hub 2023). Das als Prototyp entwickelte Modell basiert auf einem regelbasierten Ansatz, dessen Output mittels Sprachmodellen (generative pretrained transformer wie ChatGPT) variiert wird. Der virtuelle Sportredakteur stellt den Versuch dar, die Praxistauglichkeit und damit die Akzeptanz von KI in der Redaktion zu steigern. Die Unberechenbarkeit der mächtigen Sprachmodelle soll mit der Kontrollierbarkeit und Transparenz bekannter Technologien kompensiert werden. Die technologische Entwicklung und die Kommunikation rund um den Innovationsprozess stellen damit eine geplante Intervention in journalistische Strukturen dar, mit der vor allem ein kultureller Wandel katalysiert werden soll.

Mögliche Interventionsinitiator\*innen im Kontext von KI sind primär Technologieunternehmen, die eine breite Palette an KI-Diensten und Infrastrukturen für die Nachrichtenbranche anbieten und getrieben vom Datenhunger großer KI-Modelle Kooperationen mit Verlagen anstreben (vgl. auch Simon 2024; Schützeneder et al. 2024). Sie kooperieren innerhalb des Medienunternehmens mit Change-Manager\*innen, interdisziplinär aufgestellten Entwicklungsteams oder Editorial Technologists (vgl. Lischka et al. 2022), die die Chancen der Technologie für Journalismus betonen und mit Prototypen Entscheider\*innen von weiteren Experimenten überzeugen und zu schnellstmöglicher Implementierung motivieren. Insbesondere große Medienmarken profitieren von der Bereitschaft der Technologieunternehmen, prestigeträchtige Pilotprojekte zu unterstützen, um Kollaborationen zu verstetigen. Der Prototyp der Sportschau ist beispielsweise nicht von der Redaktion selbst initiiert worden. Zwar ist der Ausgangspunkt ein Problem der Praxis: der Wunsch, häufiger und schneller verlässliche Spielberichte produzieren zu können. Der Impuls, diese Anforderung in einem Produktentwicklungsprozess aufzugreifen, ging indes in entscheidendem Maße von der Innovationseinheit des WDR aus, dem WDR Innovation Hub – er ist Interventionsinitiator. Vertreter\*innen des Innovation Hub traten als zentrale Vermittler\*innen, Übersetzer\*innen und Moderator\*innen auf.

Interventionsbetroffene sind, wie bei jeder technologischen Innovation, zunächst diejenigen, deren Tätigkeiten rationalisiert oder unterstützt, aufgewertet oder auch erst geschaffen werden. Interventionsverlierer\*innen einer Automatisierung – wie im Falle des zunächst als Prototyp geplanten „virtuellen Redakteurs“ in der Sportschau – wären dementsprechend zunächst diejenigen, die bisher für die nun automatisierte Textproduktion verantwortlich waren: hier vor allem freie Journalist\*innen und Agenturen.

Journalismus ist im Kontext von KI einerseits Innovationstreiber, wie am Beispiel des Springer-OpenAI-Deals auf einer Makro-Ebene deutlich wird. Gleichzeitig versuchen Verlage, ihre Rechte geltend zu machen, vom KI-Hype zu profitieren bzw. die für KI-Unternehmen bisher oftmals unentgeltliche Nutzung journalistischer Inhalte zu beschränken (siehe Klage NYT vs. OpenAI, vgl. Legal Tribune Online 2023). Im Kontext des Sportschau-Projekts wurde deutlich, dass sich die Rollen auf der Mikroebene im Laufe des Prozesses auch vertauschen können. Die Inno-

vationsmanager\*innen haben hier besonderen Wert darauf gelegt, dass potenzielle Interventionshemmer\*innen, vor allem skeptische Anwender\*innen, frühzeitig in den Prozess integriert, ihre Ängste ernst genommen und ihre Anregungen gehört werden. Als Repräsentant\*innen einer sonst möglicherweise marginalisierten Perspektive wurden potenzielle Interventionshemmer\*innen so zu wertvollen Interventionstreiber\*innen.

Im Laufe des Prozesses der erfolgreichen Entwicklung des Sportschau-Prototypen wurden innovations- und technologiekompetente Rollen aufgewertet. Das heißt, dass die Wichtigkeit von KI-Projekten von Anwender\*innen- und Entscheider\*innenseite anerkannt wurde; Strukturen wurden angepasst und gestärkt, Ressourcen zugesagt. Change Manager\*innen und Editorial Technologists sind dementsprechend potenziell (zumindest kurzfristig) Interventionsgewinner\*innen des KI-Hypes. Langfristig sind Interventionsgewinner\*innen möglicherweise bisher von öffentlichen Diskursen ausgeschlossene Gruppen. KI-Tools könnten ermöglichen, Texte in einfache Sprache zu übersetzen oder bedarfsweise Kontextwissen anzuzeigen, um breiteren Gruppen den Einstieg in den Nachrichtenkonsum zu erleichtern und News-Frustration (Fatigue/Avoidance) entgegenzusteuern.

## 4.2 Interventionen im Journalismus: Postmigrantische Diversitätsinitiativen

Als eine Intervention *im* – also innerhalb des – Journalismus fokussieren wir im Folgenden auf postmigrantische Diversitätsinitiativen. Zwar wachsen diese auch in Wechselwirkung mit der Umwelt von sozialen Bewegungen (z. B. Black Lives Matter), aktuell haben diese Interventionen ihren Ursprung jedoch häufig in den professionellen Strukturen des Journalismus selbst. Vor allem unter der Fragestellung, wie Journalismus in postmigrantischen Gesellschaften seine Integrationskraft sichern und erneuern kann, lässt sich ethnische Diversität primär als Intervention *im* Journalismus fassen. Während jede vierte Person in Deutschland einen sogenannten Migrationshintergrund (vgl. Statistisches Bundesamt 2023) hat, trifft dies nur auf sechs Prozent der Chefredakteur\*innen reichweitenstarker deutscher Medien zu; die meisten von ihnen stammen aus Deutschlands Nachbarländern (vgl. Boytchev et al. 2020). Über den Grad der hinsichtlich der Herkunft pluralen Besetzung von Redaktionen gibt es hingegen wenige verlässliche Zahlen, da diese in deutschen Medienhäusern selten und wenn dann meist punktuell erhoben (vgl. Pöttker et al. 2016, S. 15) oder gar nicht veröffentlicht werden. In der Folge bleiben strukturelle Diskriminierungen von Minderheiten unsichtbar (vgl. Boytchev et al. 2020, S. 13) und der öffentliche Diskurs verengt sich vor allem auf die Blickwinkel einer vermeintlich weißen Mehrheitsgesellschaft (vgl. Lück et al. 2022).

Diversitätsinitiativen im Journalismus und damit in den Redaktionen können im Sinne einer Intervention als multioptionaler Prozess verschiedene Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion umfassen (vgl. Evers et al. 2023), beispielsweise die performativ sichtbare Implementierung von Richtlinien zur diversen Berichterstattung (z. B. die des ethical journalism network, der GLAAD Media Reference Guide, das ARD Diversity Informationspapier), Inhouse-Weiterbildungen zur Sensibilisierung und Qualifikation im Bereich Diversität oder

die Etablierung von Ombudspersonen als Anlaufstelle für Anliegen bezüglich Diskriminierung und Ungleichheit.

Ein weiteres Beispiel sind Recruiting-Programme und Initiativen, die darauf abzielen, die Zahl migrantischer Medienschaffender in Redaktionen zu erhöhen. Ist die Interventionsentscheidung gefallen, werden zunächst konkrete Anreize für die Beteiligung von Personen aus marginalisierten Gruppen geschaffen, z. B. durch die Bereitstellung von Stipendien, Mentoring und Talentprogrammen (z. B. die Talentwerkstatt WDR grenzenlos) oder die Schaffung von Diversity-Beauftragten (z. B. beim WDR die Funktion „Beauftragte für Integration und Diversity of Content“). Einen weiteren Baustein dieser Intervention zur Erhöhung der Zahl migrantischer Redaktionsmitglieder können auch Einzelmaßnahmen liefern, die die Identifikationskraft für migrantische Communities über eine Diversifizierung des Medienangebots erhöhen wollen. Der WDR hat zu diesem Zweck beispielsweise Personen mit Arabisch- und Farsi-Kenntnissen für sein Angebot WDRforyou rekrutiert. In dem Beispiel bildet sich ab, wie sich ein durchaus diverses, kollektives Handeln zu einer Intervention *im* Journalismus zusammenführen lässt.

Unser Verständnis des Begriffs denkt jedoch auch kommunikative Interventionen *in* und *durch* Journalismus mit: So lassen sich im Interventionskontext Diversität auch Maßnahmen identifizieren, die ihren Ausgangspunkt außerhalb journalistischer Organisationen nehmen, z. B. wenn Netzwerke für marginalisierte Gruppen (z. B. Neue deutsche Medienmacher\*innen, Pro Quote oder Queer Media Society) politische Impulse geben. Diversitätsinitiativen können aus dem Inneren des Journalismus von Redaktionsleitungen, Programmleitungen und Medieneigentümer\*innen ebenso angestoßen werden wie von eigens eingestellten Diversitätsbeauftragten oder Formatentwickler\*innen. Sie alle wollen in die aktuelle, durch geringe Diversität definierte Situation im Journalismus eingreifen und diese durch oben beschriebene Maßnahmen verändern. Ihre konkreten Erwartungen und Ansätze könnten mithilfe von Befragungsstudien oder Workshops erhoben werden (z. B. Grabenheinrich 2023). Ihre Erwartung hinsichtlich einer Wirkung der Intervention besteht darin, eine Veränderung herbeizuführen – sei es in der diverseren Zusammensetzung der Redaktionen, größerer Vielfalt in der Berichterstattung oder der Schaffung einer inklusiveren Arbeitsumgebung.

Die Zielgröße dieser Intervention sind zum einen betroffene Redaktionsmitglieder selbst, insbesondere jene, die Teil von marginalisierten Gruppen sind. Zum anderen kann die Intervention aber auch migrantische Personen adressieren, die noch nicht in den Beruf gefunden haben. Weiterhin sind Betroffene gegebenenfalls auch diejenigen Journalist\*innen, die ihren Platz für Personen räumen müssen, die Diversität in den Redaktionen erhöhen – in diesem Sinne zählen sie zu den Interventionsverlierer\*innen. Die Reaktionen auf solche Diversitätsinitiativen können daher vielfältig sein. Treiber könnten positive Reaktionen aus der Belegschaft, Erkenntnisse aus der hausinternen Medienforschung sowie ein gesteigertes Engagement für Vielfalt und eine verbesserte Arbeitsatmosphäre sein. In diesem Prozess können als Treiber\*innen auch journalismusexterne Akteur\*innen eine Rolle spielen, z. B. Rückmeldungen von Nutzenden oder auch Wissenschaftler\*innen bzw. Stiftungen, indem sie Wissen bereitstellen, Forschung fördern und Programme unterstützen, die die Diversität im Journalismus stärken. Hemmend könnten sich Widerstand oder Skepsis in

Teilen der Redaktionsführung und Belegschaft auswirken, möglicherweise aufgrund von Missverständnissen, Ängsten oder der Ablehnung von Veränderungen. Auch stereotype Einstellungen (z. B. rassistische, sexistische, heteronormative, klassistische oder ableistische) können dazu führen, dass diese Intervention gehemmt wird. Die fehlende Bereitschaft von Entscheider\*innen, finanzielle Ressourcen für Diversitätsinitiativen bereitzustellen, stellt ebenfalls einen Hemmfaktor dar. Dies zeigt auch, dass in jedem Fall, in dem Interventionen beschleunigt oder verlangsamt werden, das Potenzial für die Entstehung veränderter oder neuer Interventionsprozesse besteht.

Die Frage, wer als Gewinner\*in bzw. Verlierer\*in solcher Diversitätsinitiativen gelten kann, changiert je nach Perspektive: Folgt man liberalen Positionen in einer pluralen Gesellschaft, dann sind die Gewinner\*innen von Diversitätsinitiativen sowohl in Redaktionen als auch im Medienpublikum zu finden. Durch eine vielfältigere Berichterstattung können neue Perspektiven aufgezeigt werden. Dies kann zur Bindung alter und Erschließung neuer Zielgruppen beitragen, da diverse Inhalte ein vielfältiges Publikum ansprechen und somit die Reichweite der Medien erweitern können. Gleichzeitig liegt der Zusammenhang nahe, dass die adäquatere Repräsentation gesellschaftlicher Realitäten zu einer Steigerung der Glaubwürdigkeit der Medien führt, da sie die Vielfalt der Welt authentisch widerspiegeln. Für Mitglieder aus marginalisierten Gruppen hat die Intervention das Potenzial des Empowerment durch angemessene Repräsentation. Indem ihre Stimmen gehört und ihre Perspektiven berücksichtigt werden, können Identifikationsmomente geschaffen werden, die sie stärker in der Gesellschaft verankern und dazu beitragen, strukturelle Ungleichheiten zu überwinden. Verlierer\*innen könnten (vorübergehend) jene sein, die sich gegen die Veränderungen sträuben oder sich von den neuen Dynamiken bedroht fühlen (siehe beispielsweise Kontroversen um gendergerechte Sprache in Medienprodukten).

Empirisch stellt sich entlang des Konzepts kommunikativer Interventionen die Frage, inwieweit die intervenierenden Akteur\*innen, die Diversitätsimpulse setzen, positive und negative Wirkungen ihrer Intervention bereits antizipieren. Inwieweit prägen solche Wirkannahmen die Intention zur Intervention? Erst die empirische Analyse kann zudem die *tatsächlichen* Gewinner\*innen identifizieren und jenen, die *antizipiert* wurden, gegenüberstellen. Insbesondere in Redaktionsbefragungen können – idealerweise über einen längeren Zeitraum – neben Gewinner\*innen auch Verlierer\*innen, hemmend und treibend agierende Akteur\*innen sowie nicht antizipierte transintentionale Effekte (z. B. Meinungsänderungen hinsichtlich Migration) auf Redaktionsebene identifiziert werden. Die transformative Kraft einer Intervention zur Steigerung der Diversität in Redaktionen oder zur Erweiterung diversitätssensibler Inhalte lässt sich über den Abgleich einer Redaktions- mit der Bevölkerungsstruktur oder auch Befragungen zu Einstellungen der Bevölkerung (z. B. gegenüber Migration und kultureller Vielfalt) reflektieren.

### 4.3 Interventionen durch Journalismus: Interpretativer Klimajournalismus

Als ein Beispiel für Interventionen *durch* Journalismus richtet sich der Blick nun abschließend auf den interpretativen Klimajournalismus (vgl. Brüggemann und En-

gesser 2017), in dem sich exemplarisch das Streben einer immer größeren Zahl von Journalist\*innen abbildet, mit ihrer Berichterstattung Werte zu vermitteln und aktiv in gesellschaftliche Prozesse einzugreifen (vgl. Hanitzsch 2011). Mit dem Ziel, die Klimakrise in ihren Ursachen und ihrer Relevanz adäquat abzubilden, machen es sich einige Journalist\*innen zur Aufgabe, den Klimajournalismus voranzutreiben und zu formen (z. B. mittels des sogenannten Klimakodex). Darin spiegelt sich die Verwobenheit der Interventionsrichtungen, da ihr Handeln, das auf eine Intervention *durch* Journalismus zielt, zugleich eine Intervention *im* Journalismus darstellt.

Der Interventionskontext eines interpretativen Klimajournalismus ist übergreifend betrachtet die Klimakrise und lässt sich auf zwei Ebenen, auf Ebene der Gesellschaft sowie auf Ebene des journalistischen Feldes, näher beschreiben. Auf gesellschaftlicher Ebene wird der Klimawandel jenseits üblicher Themen journalistischer Berichterstattung positioniert als ein übergreifender, kaum adäquat zu beschreibender Kontext: Der Klimawandel ist eingewoben in die dreifache planetare Krise (vgl. Passarelli et al. 2021) und gilt daher als „wicked problem“ (vgl. Incropera 2015; Sun und Yang 2016), das heißt als Problem, für das es keine eindeutig richtigen Lösungen und genauso wenig klare Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge gibt (vgl. Rittel und Webber 1973). Damit verbunden sind ethische Implikationen (vgl. Chan 2023), die wiederum die journalistische Berichterstattung prägen und eine spezifische Ethik der Klimawandelkommunikation begründen (vgl. Priest 2018). Zugleich zeigt auch die Diskrepanz zwischen dem, was die Wissenschaft weiß und als Lösungen skizziert, und dem, was Politik und Gesellschaft (nicht) tun, dass die planetare Krise keine Krise der wissenschaftlichen Erkenntnis, sondern vor allem eine kommunikative Herausforderung ist (vgl. Klinger und Metag 2022, S. 44; Priest 2018, S. 55). Hier setzt die Intervention durch den Klimajournalismus an. Auf Ebene des journalistischen Feldes erscheint Journalismus im Kontext der Klimadebatte als post-normal (vgl. Brüggemann 2017). Die Umwelt- und Klimawissenschaften befinden sich in einer post-normalen Situation, die sich laut Brüggemann (2017) basierend auf Funtowicz und Ravetz (1993) aus der Verknüpfung eines hohen Grads an wissenschaftlicher Unsicherheit mit Wertefragen, hoher gesellschaftlicher Relevanz und hoher Dringlichkeit ergibt. In dieser post-normalen Situation verschwimmen die Grenzen zwischen Wissenschaft und Journalismus: Akteur\*innen beider Felder nähern sich hinsichtlich Normen, Praktiken und Rollenverständnissen aneinander an (vgl. Brüggemann et al. 2020).

Der Interventionsinhalt des interpretativen Klimajournalismus ist seine Bestrebung, die mediale Repräsentation des Klimadiskurses und die öffentliche Debatte zur Klimakrise voranzutreiben und zu prägen. Grundsätzlich ist der interpretative Klimajournalismus gekennzeichnet durch die Entwicklung hin zu einer Berichterstattung entlang des wissenschaftlichen Konsenses, der Klimawandel sei menschengemacht (vgl. Brüggemann und Engesser 2017, S. 65) – selbst wenn in Nischen eine konträre Berichterstattung stattfindet (vgl. Brüggemann und Engesser 2017, S. 65f.). Die Journalist\*innen bilden in der Berichterstattung ihre eigene Wahrnehmung der Klimakrise (und Sorge darüber) ab: Die persönlichen und die in der Berichterstattung abgebildeten Frames zur Klimaberichterstattung überschneiden sich (vgl. Moernaut et al. 2018). Das intervenierende Handeln stellt sich performativ dar in der Gründung von Netzwerken durch Klimajournalist\*innen bzw. durch Werkzeuge

journalistischer Arbeit wie den Klimakodex, der „Leitlinien für den redaktionellen Umgang mit der Klimakrise“ (Netzwerk Klimajournalismus 2023) formuliert. Das Interventionskonzept erlaubt es, die Genese dieser Performance als multioptionalen Prozess empirisch aufzugreifen: Im chronologischen Nachzeichnen der Entwicklung von Klimajournalismus-Initiativen werden Intentionen dieser Entwicklung, die subjektive Wahrnehmung der Ausgangssituation, in die die Initiator\*innen intervenieren, Anlässe der Intervention sowie daraus resultierende konkrete Schritte intervenierenden Handelns sichtbar.

Im interpretativen Klimajournalismus können Journalist\*innen, die sich als Klimajournalist\*innen verstehen und als solche organisieren, als Interventionsinitiator\*innen verstanden werden. In diesem interpretativen Journalismus (vgl. Brüggemann und Engesser 2017) spiegeln sich individuelle Absichten der Journalist\*innen in der Berichterstattung, was zu einer Redefinition der Norm Objektivität zu einem „weight-of-evidence“-Ansatz (vgl. Hiles und Hinnant 2014) führt. Dennoch zeigen mehrere Studien, dass das Ideal einer – wie auch immer persönlich definierten – Objektivität in der Klimaberichterstattung zumeist hochgehalten wird (vgl. Appelgren und Jönsson 2021; Strauss et al. 2022). Auf empirischer Ebene kann die Frage bearbeitet werden, wie sich Klimajournalist\*innen konkret in Netzwerken organisieren und wie sie selbst Klimajournalismus definieren. Als Intention der Interventionsinitiator\*innen rücken ihre Haltung, das heißt die Normen und Werte der Klimajournalist\*innen, in den Fokus. Als empirische Frage gilt es zu bearbeiten, welche unzureichende Abbildung der Themen Klimajournalist\*innen beobachten und welche Annahmen sowie Erfahrungen ihren Impuls zum intervenierenden Handeln begründen. Daran gekoppelt sind Fragen über die konkreten Wirkungsannahmen, denen Klimajournalist\*innen folgen: Inwiefern zeigen Selbst- und Fremdbeobachtungen journalistischen Handelns den intervenierenden Klimajournalist\*innen, wie sie Berichterstattung verändern können? Und: Wie schätzen sie die mediale Wirkung von Klimaberichterstattung auf die Gesellschaft ein?

Am Beispiel des interpretativen Klimajournalismus können verschiedene Zielgrößen bzw. Interventionsbetroffene identifiziert werden, z. B. erfahren Medienrezipient\*innen eine andere Qualität von Klimaberichterstattung (Intervention durch Journalismus), oder Regeln journalistischen Handelns werden potenziell verändert (Intervention im Journalismus). Während insbesondere aktivistische Klimajournalist\*innen, die jenseits eines interpretativen Ansatzes mitunter mittels eigener Nischenmedienangebote noch stärker auf öffentliche Mobilisierung setzen und für Klimaschutzmaßnahmen eintreten (vgl. Çömlekçi 2025; Russell et al. 2023), als Interventionstreiber\*innen auftreten, können Journalist\*innen, die Objektivität hochhalten und aktivistischen sowie einen als solchen wahrgenommenen interpretativen Journalismus ablehnen, als Interventionshemmer\*innen betrachtet werden. Aktuelle Studien zeigen, dass Journalist\*innen selbst (mehr noch als ihre Stakeholder) ‚advocacy journalism‘ ablehnen (vgl. Nicolaisen 2022) und klassische Rollenselbstzuschreibungen und Normen (z. B. Neutralität, Unabhängigkeit) bevorzugen (vgl. Strauss et al. 2022). Ob und inwiefern Interventionsgewinner\*innen bzw. -verlierer\*innen beobachtbar sind, bleibt auf Ebene der Interventionsresultate eine empirisch noch zu bearbeitende Frage. Aus normativer Perspektive profitiert die breite Bevölkerung, wenn die Interventionen des interpretativen oder eines aktivistischen

Klimajournalismus tatsächlich dazu beitragen, die kommunikative Krise des Klimawandels erfolgreich zu adressieren. Transintentionale Effekte bilden sich darin ab, dass Klimajournalismus bereits jetzt zur Modernisierung von Redaktionen beiträgt, da Reflexionen zu einer adäquaten Klimaberichterstattung Redaktionen dabei unterstützt haben, beispielsweise Mechanismen zur Bearbeitung latenter Themen zu entwickeln und Produkte adäquater an jungen Publika auszurichten (vgl. Borchardt et al. 2023).

## 5 Fazit

Die breite Öffentlichkeit erachtet Journalismus als relevant, wie sich etwa in der großen Nachfrage nach journalistischen Leistungen im Kontext gesellschaftlicher Krisen zeigt (vgl. Lebernegg et al. 2020; van Aelst et al. 2021). Journalist\*innen selbst begreifen ihre Arbeit ebenfalls als relevant, was sich im journalistischen Selbstverständnis nachzeichnen lässt, Einfluss auf die Gesellschaft nehmen zu wollen (bzw. in dem Selbstbewusstsein, genau dies zu können) (vgl. Ginosar und Reich 2022). Überdies spiegelt sich auch im Handeln vielfältiger gesellschaftlicher Akteur\*innen eine Relevanzzuschreibung an den Journalismus, wenn sie versuchen, ihn zu beeinflussen, um ihre Partikularinteressen durchzusetzen.

Es sind genau solche Annahmen einer gesellschaftlichen Relevanz von Journalismus, die ihn gleichermaßen zum Adressaten und Absender von absichtsvollem und interessengeleitetem Handeln machen, was wiederum – so argumentieren wir in diesem Beitrag – maßgeblicher Motor für seine Transformation ist. Dieser Text möchte dazu beitragen, einen solchen Journalismus im Wandel analytisch greifbar zu machen. Ausgangspunkt unserer Überlegungen ist die Auffassung, dass es derzeit an Erklärungen dafür mangelt, warum sich Journalismus permanent verändert – seine Praktiken genauso wie seine Strukturen und seine Rolle in der Gesellschaft. Theoretische Diskurse rund um den Journalismus haben genau diesen Anspruch, die (jeweils) aktuelle Gestalt des Journalismus zu erklären und zukünftige Entwicklungen zu prognostizieren. Sie sind häufig aus anderen Wissenschaften entlehnt und stützen sich auf gesellschaftstheoretische Fundamente (vgl. Altmeppen et al. 2007). Wir knüpfen in diesem Beitrag an solche gesellschaftstheoretischen Perspektiven an und schlagen mit dem Konzept der ‚kommunikativen Intervention‘ eine Heuristik vor, die es erlaubt, den analytischen Blick der empirischen Journalismusforschung auf die Komplexitäten des Wandels zu schärfen und eine theoriegeleitete empirische Analyse intentionaler Transformationsprozesse im Journalismus anzuleiten.

Wie wir in unserer Literaturschau gezeigt haben, wurden verschiedene Facetten journalismusbezogener Veränderungsprozesse im Fach bereits mit dem Label Intervention versehen. Wir betreten also kein gänzlich unbekanntes Terrain. Allerdings zeigt der Blick auf die Verwendung des Begriffs auch, dass er theoretisch bislang unzureichend erschlossen ist. Mit diesem Beitrag streben wir an, dieses bislang ungenutzte theoretische Potenzial zu heben und für die Analyse des Journalismus fruchtbar zu machen. Dazu haben wir verschiedene Facetten des Begriffs systematisiert und für die Journalismusforschung weiterentwickelt.

In Anlehnung an das von Kaufmann (2012) für soziale Interventionen entwickelte Verständnis und erweitert um Aspekte, die der gesellschaftlichen Rolle des Journalismus als Teil der öffentlichen Kommunikation Rechnung tragen, verstehen wir Interventionen als auf Kommunikation beruhende, performativ sichtbare Handlungen, die von Akteur\*innen in spezifischen Interventionskontexten und mit antizipierten Interventionszusammenhängen angewendet werden. Die Akteur\*innen verbinden mit ihren Interventionen konkrete Annahmen hinsichtlich ihrer Wirkungen; in ihrem Interventionshandeln setzen sie bestimmte Maßnahmen in einer (von ihnen) definierten Situation ein. Im Journalismus lassen sich drei Perspektiven der Intervention beschreiben: Intervention *in*, *im* und *durch* Journalismus. Auch wenn diese unterschiedlichen Richtungen von Interventionen im Kontext von Journalismus stark aufeinander bezogen sind und einander bedingen, behindern und/oder verstärken, ist es aus analytischen Gründen legitim wie notwendig, sie für die Analyse zu isolieren.

Dies haben wir in diesem Beitrag anhand von drei beispielhaften Interventionszusammenhängen (KI, Diversität, Klimajournalismus) getan, um so zu zeigen, wie das Konzept unseren analytischen Blick auf Transformationen im Journalismus schärfen kann. An dieser Stelle kann es nur bei diesen Beispielen bleiben. Es ist an künftiger empirischer Forschung zu prüfen, inwieweit das Konzept als Heuristik trägt. Das Konzept ist grundsätzlich offen für verschiedene methodische Zugänge. Da wir Interventionen jedoch akteurszentriert über Handlungen konzipieren, muss das Ziel entsprechender Forschung darin bestehen, Veränderungen im Journalismus auf journalismusbezogene Maßnahmen und Wahrnehmungen zurückzuführen. Folglich erscheinen Befragungsstudien, insbesondere qualitative Interviewstudien oder ethnografische Redaktionsbeobachtungen besonders geeignet, da sie das Potenzial haben, das komplexe Dickicht aus Motiven, Maßnahmen, antizipierter Situation und beabsichtigter Wirkung zu entschlüsseln.

Wir haben kommunikative Interventionen in diesem Beitrag als rein analytischen Begriff eingeführt. Wir sind uns bewusst, dass dies nicht unproblematisch ist, da der Begriff im Alltagsverständnis durchaus normative Konnotationen hat: Interventionen erscheinen in einem solch normativen Verständnis mitunter als aus einem Machtungleichgewicht resultierender Zwang, in dem die Mächtigeren – je nach Zusammenhang legitim oder illegitim bzw. förderlich oder schädlich – in den Bereich der ihnen Unterlegenen eingreifen, um ihn zu verändern. Diesem Verständnis folgend könnte eine Intervention gerade im Kontext der öffentlichen Kommunikation als ein (potenziell) unzulässiger Eingriff oder als ein (potenzieller) Vorbote von Einschränkungen und (Meinungs-)Freiheitsbeschränkungen verstanden werden. Ein analytischer Interventionsbegriff in unserem Sinn ist jedoch weder positiv noch negativ konnotiert. Kommunikative Interventionen finden statt. Sie sind nicht per se gut oder schlecht für den Journalismus und nicht per se funktional oder dysfunktional für das Erbringen seiner gesellschaftlichen Leistungen. Welche Bedeutung sie für das Feld haben, zeigt sich in der kommunikationswissenschaftlichen Analyse.

Genauso wenig, wie wir den Interventionsbegriff normativ verstehen, möchten wir ihn als ‚Catch-All‘-Begriff in die Diskussion einführen. Wie im Fach bereits für den Begriff der Medialisierung diskutiert (vgl. Deacon und Stanyer 2014; Hepp et al. 2015), vermögen es Konzepte mit allumfassendem Anspruch kaum, den ana-

lytischen Blick zu schärfen. Sie verschleiern mehr als sie erhellen. So verstehen wir unser Konzept als eine Schablone, die das Potenzial hat, bestimmte Ursachen und Konsequenzen des journalistischen Wandels sichtbar zu machen. Sie macht diese Dinge allerdings erst dadurch sichtbar, dass sie andere Aspekte verbirgt. Wenn wir eine Schablone wie das von uns hier vorgeschlagene Konzept nutzen, müssen wir daher stets reflektieren, welche Aspekte ausgeblendet werden, um so letztlich auch die Reichweite entsprechender Erkenntnisse angemessen einschätzen zu können. Im Fall des von uns vorgeschlagenen Konzepts besteht diese Limitation in der Akteurszentrierung sowie im Fokus auf intentionalem Handeln als Ausgangspunkt für Interventionen (das freilich nicht-intendierte bzw. transintentionale Folgen haben kann). Veränderungen im Journalismus, die schlicht geschehen (wenn denn so etwas möglich ist) bzw. die nicht auf ein Eingreifen mit Transformationsabsichten in, im oder/und durch Journalismus zurückzuführen sind, können mit diesem Konzept nicht erfasst werden. Da zur Wahrung, Stärkung oder Schwächung der gesellschaftlichen Rolle von Journalismus (und damit auch seiner Praktiken) an irgendeinem Punkt jedoch immer auch explizit definierte Interessen (und damit intentionales journalismusbezogenes Handeln) ins Spiel kommen, sehen wir trotzdem das Potenzial, solche allgemeineren – z. B. technologischen und ökonomischen – Entwicklungen über den Interventionskontext in unserer Heuristik sichtbar zu machen. Sie sind in der Logik unseres Interventionsverständnisses jedoch eher als unabhängige denn als abhängige Variable zu verstehen.

Neben diesem blinden Fleck (der mit jeglicher theoretischen Perspektive einhergeht) besteht eine weitere Limitation des Konzepts in der Aufgabe, die initiiierend wirkenden Akteur\*innen und die Startpunkte von Interventionen zu identifizieren. Dies ist keineswegs trivial. Um dieses Problem zu lösen, erscheint es uns notwendig, dass zunächst der\*die Beobachter\*in entscheidet, welches Handeln bzw. welche Maßnahme er\*sie als Intervention begreift. Erst das ermöglicht es, die Beteiligten sowie den Beginn des Prozesses zu identifizieren. Im folgenden Schritt kann dann mittels empirischer Methoden ermittelt werden, welche Perspektiven die involvierten Akteur\*innen auf das ursprünglich als Intervention konzipierte Handeln haben.

Dies führt letztlich zum Kern des Beitrags zurück, der sich vor allem als Einladung an empirische Forschung versteht. Wir sind der Überzeugung, dass der von uns erarbeitete Begriff kommunikativer Interventionen das Potenzial hat, Ursachen und Konsequenzen des Wandels von Journalismus ganzheitlich zu erfassen. Ob das Konzept jedoch trägt und wirklich potenter als bisherige Konzepte ist, um Veränderungen der Praktiken, Strukturen und der Rolle von Journalismus in modernen Gesellschaften zu erkennen, zu erklären und zu prognostizieren, kann nur durch entsprechende empirische Studien geprüft werden.

**Funding** Open Access funding enabled and organized by Projekt DEAL.

**Open Access** Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden. Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und

die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen. Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

## Literatur

- van Aelst, P., Toth, F., Castro, L., Štětka, V., de Vreese, C., Aalberg, T., Cardenal, A. S., Corbu, N., Esser, F., Hopmann, D. N., Koc-Michalska, K., Matthes, J., Schemer, C., Sheaffer, T., Splendore, S., Stanyer, J., Stepińska, A., Strömbäck, J., & Theocharis, Y. (2021). Does a crisis change news habits? A comparative study of the effects of COVID-19 on news media use in 17 European countries. *Digital Journalism*, 9(9), 1208–1238. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1943481>.
- Aitamurto, T., & Varma, A. (2018). The constructive role of journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 695–713. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1473041>.
- Albert, V., & Immler, H. (2025). Mit Interventionismus oder Selbstermächtigung zu einem guten Zusammenleben? Journalistische Rollenerwartungen und Ideale des gesellschaftlichen Zusammenlebens in der deutschen Bevölkerung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 73(1), 58–85. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2025-1-58>.
- Altmeppen, K.-D. (2006). *Journalismus und Medien als Organisationen: Leistungen, Strukturen und Management*. Wiesbaden: VS.
- Altmeppen, K.-D. (2007). Das Organisationsdispositiv des Journalismus. In K.-D. Altmeppen, T. Hanitzsch & C. Schlüter (Hrsg.), *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation* (S. 281–302). Wiesbaden: VS.
- Altmeppen, K.-D., & Quandt, T. (2002). Wer informiert uns, wer unterhält uns? Die Organisation öffentlicher Kommunikation und die Folgen für Kommunikations- und Medienberufe. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 50, 45–62.
- Altmeppen, K.-D., Hanitzsch, T., & Schlüter, C. (Hrsg.). (2007). *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation*. Wiesbaden: Springer VS.
- Altmeppen, K.-D., Nölleke-Przybylski, P., Klinghardt, K., & Zimmermann, A. (2023). *Digitale Medienökonomie*. Baden-Baden: Nomos.
- Amazeen, M. A. (2020). Journalistic interventions: the structural factors affecting the global emergence of fact-checking. *Journalism*, 21(1), 95–111. <https://doi.org/10.1177/1464884917730217>.
- Appelgren, E., & Jönsson, A. M. (2021). Engaging citizens for climate change—challenges for journalism. *Digital Journalism*, 9(6), 755–772. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1827965>.
- Bailey, K. D. (1994). *Typologies and taxonomies. An introduction to classification techniques*. Thousand Oaks: SAGE.
- Banjac, S., & Hanusch, F. (2022). A question of perspective: exploring audiences' views of journalistic boundaries. *New Media & Society*, 24(3), 705–723. <https://doi.org/10.1177/1461444820963795>.
- Bartholomé, G., Lecheler, S., & de Vreese, C. (2018). Towards a typology of conflict frames. *Journalism Studies*, 19(12), 1689–1711. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1299033>.
- Bayerischer Rundfunk (2022). Jung, innovativ und divers: Das PULS Talente Programm geht in die dritte Runde [Pressemitteilung]. <https://www.br.de/presse/inhalt/pressemitteilungen/puls-talente-programm-2022-100.html>. Zugegriffen: 29. Apr. 2024.
- Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big? In *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (S. 610–623). <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>.
- Bien, J. E. (2022). Jung, digital, unkonventionell: Nachfrage der funk-Angebote steigt. *Media Perspektiven*, 8, 364–374.
- Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (2001). “Americanization” reconsidered: U.K.—U.S. campaign communication comparisons across time. In W. L. Bennett & R. M. Entman (Hrsg.), *Mediated politics. Communication in the future of democracy* (S. 380–404). New York: Cambridge University Press.
- Borchardt, A., Dunn, K., & Simon, F. M. (2023). *EBU news report 2023: Climate journalism that works—between knowledge and impact*. Genf: European Broadcasting Union. [https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/News\\_report\\_2023\\_Climate\\_Journalism.pdf](https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/News_report_2023_Climate_Journalism.pdf). Zugegriffen: 29. April 2024
- Bourdieu, P. (1989). Antworten auf einige Einwände. In K. Eder (Hrsg.), *Klassenlage, Lebensstil und kulturelle Praxis: Beiträge zur Auseinandersetzung mit Pierre Bourdieus Klassentheorie* (1. Aufl. S. 395–410). Frankfurt/M.: Suhrkamp.

- Bourdieu, P. (2006). *Der Einzige und sein Eigenheim*. Hamburg: VSA.
- Boychev, H., Horz, C., & Neumüller, M. (2020). Viel Wille, kein Weg. Diversity im deutschen Journalismus. Eine Studie im Auftrag der Neuen Deutschen Medienmacher\*innen. [https://neuemedienmacher.de/fleadm\\_in/dateien/PDF\\_Borschueren-Infomaterial-Flyer/20200509\\_NdM\\_Bericht\\_Diversity\\_im\\_Journalismus.pdf](https://neuemedienmacher.de/fleadm_in/dateien/PDF_Borschueren-Infomaterial-Flyer/20200509_NdM_Bericht_Diversity_im_Journalismus.pdf). Zugegriffen: 16. Mai 2024.
- Brüggemann, M. (2017). Post-normal journalism: Climate journalism and its changing contribution to an unsustainable debate. In P. Berglez, U. Ollausson & M. Ots (Hrsg.), *What is sustainable journalism? Integrating the environmental, social, and economic challenges of journalism* (S. 57–73). New York: Peter Lang.
- Brüggemann, M. (2022). Plädoyer für eine bescheidene Weltverbesserung. Transformativer Journalismus und transformative Kommunikationswissenschaft. *Communicatio Socialis*, 55(2), 176–183.
- Brüggemann, M., & Engesser, S. (2017). Beyond false balance: how interpretive journalism shapes media coverage of climate change. *Global Environmental Change*, 42, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2016.11.004>.
- Brüggemann, M., Lörcher, I., & Walter, S. (2020). Post-normal science communication: exploring the blurring boundaries of science and journalism. *JCOM*, 19(03), A2. <https://doi.org/10.22323/2.19030202>.
- Brüggemann, M., Frech, J., & Schäfer, T. (2022). Transformative journalism: how the ecological crisis is transforming journalism. In A. Hansen (Hrsg.), *The Routledge handbook of environment and communication* (2. Auf. S. 221–236). New York: Routledge.
- Bucher, H.-J. (2024). Journalismus als kommunikatives Handeln. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 223–242). Wiesbaden: Springer VS.
- Carlson, M. (2017). *Journalistic authority: legitimating news in the digital era*. New York: Columbia University Press.
- Carlson, M., & Lewis, S. C. (Hrsg.). (2015). *Boundaries of journalism. Professionalism, practices and participation*. London: Routledge.
- Chan, J. K. H. (2023). The ethics of wicked problems: an exegesis. *Socio-ecological practice research*, 5(1), 35–47. <https://doi.org/10.1007/s42532-022-00137-3>.
- Chou, W.-Y. S., Gaysynsky, A., & Cappella, J. N. (2020). Where we go from here: Health misinformation on social media. *American Journal of Public Health*, 110, 273–275. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2020.305905>.
- Çömlekçi, M. F. (2025). Covering environment and climate change in Turkey: transformative journalism face competitive authoritarianism. *Journalism Studies*, 26(4), 485–502. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2438994>.
- Cushion, S., & Thomas, R. (2013). The mediatisation of politics. *The International Journal of Press/Politics*, 18(3), 360–380. <https://doi.org/10.1177/1940161213484522>.
- Cushion, S., Aalberg, T., & Thomas, R. (2014). Towards a rolling news logic in fixed time bulletins? A comparative analysis of journalistic interventions in the US, UK and Norway. *European Journal of Communication*, 29(1), 100–109. <https://doi.org/10.1177/0267323113504373>.
- Deacon, D., & Stanyer, J. (2014). Mediatisation: key concept or conceptual bandwagon? *Media, Culture & Society*, 36(7), 1032–1044. <https://doi.org/10.1177/0163443714542218>.
- Donovan, J., & Friedberg, B. (2019). Source hacking—Media manipulation in practice. (Data & Society’s Media Manipulation Research Initiative). [https://datasociety.net/wp-content/uploads/2019/09/Source-Hacking\\_Hi-res.pdf](https://datasociety.net/wp-content/uploads/2019/09/Source-Hacking_Hi-res.pdf). Zugegriffen: 16. Aug. 2023.
- Dreher, T. (2010). Speaking up or being heard? Community media interventions and the politics of listening. *Media, Culture & Society*, 32(1), 85–103. <https://doi.org/10.1177/0163443709350099>.
- Esser, F. (2008). Dimensions of political news cultures: sound bite and image bite news in France, Germany, Great Britain, and the United States. *The International Journal of Press/Politics*, 13(4), 401–428. <https://doi.org/10.1177/1940161208323691>.
- Evers, T., Grüttjen, S., Rothenberger, L., & Skusa, M. (2023). Medienangebote mit migrantischer Perspektive: Ziele und Herausforderungen für einen pluralen und diversen Journalismus. *Global Media Journal—German Edition*. <https://doi.org/10.22032/dbt.57906>.
- Frischlich, L., Klapproth, J., & Brinkschulte, F. (2020). Between mainstream and alternative—Co-orientation in right-wing populist alternative news media. In C. Grimme, M. Preuss, F. W. Takes & A. Waldherr (Hrsg.), *Disinformation in Open Online Media* (S. 150–167). Cham: Springer.
- Frohardt, M., & Temin, J. (2003). Use and abuse of media in vulnerable societies. US Institute of Peace. <http://www.jstor.org/stable/resrep12541>. Zugegriffen: 9. Aug. 2023.
- Funtowicz, S. O., & Ravetz, J. R. (1993). Science for the post-normal age. *Futures*, 25(7), 739–755. [https://doi.org/10.1016/0016-3287\(93\)90022-L](https://doi.org/10.1016/0016-3287(93)90022-L).

- Giddens, A. (1997). *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. Frankfurt am Main: Campus.
- Ginosar, A., & Reich, Z. (2022). Obsessive-activist journalists: a new model of journalism? *Journalism Practice*, 16(4), 660–680. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1816488>.
- Godulla, A. (2017). *Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter. Grundlagen und Perspektiven einer integrativen Modellbildung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Grabenheinrich, M. (2023). *Journalismus und Diversity. Umgang mit kultureller Diversität in der journalistischen Praxis und Konsequenzen für die Aus- und Fortbildung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Graßl, M., Schützeneder, J., & Meier, K. (2022). Künstliche Intelligenz als Assistenz. Bestandsaufnahme zu KI im Journalismus aus Sicht von Wissenschaft und Praxis. *Journalistik Journal*, 5, 3–27. <https://doi.org/10.1453/2569-152X-12022-12021-de>.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: toward a universal theory. *Communication Theory*, 17(4), 367–385. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>.
- Hanitzsch, T. (2011). Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators. *International Communication Gazette*, 73(6), 477–494. <https://doi.org/10.1177/1748048511412279>.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., & Lauerer, C. (2016). Setting the agenda, influencing public opinion, and advocating for social change. *Journalism Studies*, 17(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.959815>.
- 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. <https://doi.org/10.1002/poi3.219>.
- Henn, H. (2023). Von Laien und Prof's: Typen politischer Inf uenckommunikation auf YouTube. *Studies in Communication and Media*, 12, 242–269. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2023-2-3-242>.
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37(2), 314–324. <https://doi.org/10.1177/0163443715573835>.
- Hiles, S.S., & Hinnant, A. (2014). Climate change in the newsroom: journalists' evolving standards of objectivity when covering global warming. *Science Communication*, 36(4), 428–453. <https://doi.org/10.1177/1075547014534077>.
- Hoffjann, O. (2022). Public Relations und Journalismus. In P. Szyszka, R. Fröhlich & U. Röttger (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen des beruflichen Handelns* (S. 1–22). Wiesbaden: Springer.
- Huang, G., Jia, W., & Yu, W. (2024). Media literacy interventions improve resilience to misinformation: a meta-analytic investigation of overall effect and moderating factors. *Communication Research*. <https://doi.org/10.1177/00936502241288103>.
- Incropera, F.P. (2015). *Climate change: a wicked problem*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jarren, O. (2015). Journalismus – unverzichtbar?! *Publizistik*, 60, 113–122. <https://doi.org/10.1007/s11616-015-0228-6>.
- Kaufmann, F.-X. (2012). Konzept und Formen sozialer Intervention. In G. Albrecht & A. Groenemeyer (Hrsg.), *Handbuch soziale Probleme* (S. 1285–1305). Wiesbaden: VS.
- Klinger, K., & Metag, J. (2022). Media effects in the context of environmental issues. In B. Takahashi, J. Metag & J. Thaker (Hrsg.), *The handbook of international trends in environmental communication* (S. 31–49). New York: Routledge.
- Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: a theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1241–1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>.
- Krainer, L., & Lerchster, R.E. (Hrsg.). (2012a). *Paradigmen, Methoden, Reflexionen*. Interventionsforschung, Bd. 1. Wiesbaden: Springer VS.
- Krainer, L., & Lerchster, R.E. (2012b). Interventionsforschung: Paradigmen, Methoden, Reflexionen. In L. Krainer & R.E. Lerchster (Hrsg.), *Paradigmen, Methoden, Reflexionen*. Interventionsforschung, (Bd. 1, S. 9–19). Wiesbaden: Springer VS.
- Lebermege, N.S., Eberl, J.M., Boomgaarden, H.G., & Partheymüller, J. (2020). Alte und neue Medien: Informationsverhalten in Zeiten der Corona-Krise. <https://viecer.univie.ac.at/corona-blog/corona-blog-beitrag/blog04>. Zugegriffen: 16. Mai 2024.
- Legal Tribune Online (2023). Unrechtmäßiges Kopieren unserer wertvollen Arbeit. New York Times verklagt Open AI. <https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/new-york-times-verklagt-open-ai-chatgpt-ki-urheberrecht>. Zugegriffen: 16. Mai 2024.

- Lerchster, R. E., & Krainer, L. (Hrsg.). (2016). *Anliegen, Potenziale und Grenzen transdisziplinärer Wissenschaft*. Interventionsforschung, Bd. 2. Wiesbaden: Springer.
- Lischka, J. A., Schaetz, N., & Oltersdorf, A.-L. (2022). Editorial technologists as engineers of journalism's future: exploring the professional community of computational journalism. *Digital Journalism*, 11(6), 1026–1044. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1995456>.
- Löffelholz, M., & Rothenberger, L. (2024). *Handbuch Journalismustheorien* (2. Auf.). Wiesbaden: Springer VS.
- Loosen, W. (2016). Journalismus als (ent-)differenziertes Phänomen. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 177–189). Wiesbaden: Springer.
- Loosen, W., Reimer, J., & Hölig, S. (2020). What journalists want and what they ought to do (in)congruences between journalists' role conceptions and audiences' expectations. *Journalism Studies*, 21(12), 1744–1774. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1790026>.
- Lu, S., & Luqiu, L. R. (2023). When will one help? Understanding audience intervention in online harassment of women journalists. *Journalism Practice*, 19(3), 523–541. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2201582>.
- Lück, J., Schultz, T., Simon, F., Borchardt, A., & Kieslich, S. (2022). Diversity in British, Swedish, and German newsrooms: problem awareness, measures, and achievements. *Journalism Practice*, 16(4), 561–581. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1815073>.
- 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. <https://doi.org/10.1177/1464884918801400>.
- Marcinkowski, F. (2015). Die „Medialisierung“ der Politik: Veränderte Bedingungen politischer Interessenvermittlung. In R. Speth & A. Zimmer (Hrsg.), *Lobby Work* (S. 71–95). Wiesbaden: Springer.
- 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>.
- Meier, M. (2004). Bourdieus Theorie der Praxis – eine ‚Theorie sozialer Praktiken‘? In K. H. Hörning & J. Reuter (Hrsg.), *Doing culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis* (S. 55–69). Bielefeld: transcript.
- Meier, K., & Neuberger, C. (2023). *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (3. Auf.). Baden-Baden: Nomos.
- Meier, K., Klinghardt, K., Graßl, M., Körner, M., & Schützeneder, J. (2023). Innovationen im Journalismus. In K. Meier & C. Neuberger (Hrsg.), *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (S. 223–240). Baden-Baden: Nomos.
- Moernaut, R., Mast, J., & Pauwels, L. (2018). Working mechanically or organically? *Journalism Practice*, 12(10), 1311–1331. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1387070>.
- Naugle, D. A., & Hornik, R. C. (2014). Systematic review of the effectiveness of mass media interventions for child survival in low- and middle-income countries. *Journal of health communication*, 19, 190–215. <https://doi.org/10.1080/10810730.2014.918217>.
- Netzwerk Klimajournalismus (2023). Ein Klima-Kodex für eine angemessene Klimaberichterstattung in Österreich. <https://www.klimajournalismus.at/allgemein/klima-kodex/>. Zugegriffen: 29. Apr. 2024.
- Neuberger, C. (2024). Journalismus als systembezogene Akteurskonstellation. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 271–282). Wiesbaden: Springer VS.
- Nicolaisen, P. B. (2022). A state of emergency or business as usual in climate science communication? A three-dimensional perspective on the role perceptions of climate scientists, climate journalists, and citizens. *Science Communication*, 44(6), 667–692. <https://doi.org/10.1177/10755470221136220>.
- Nielsen, R. K. (2024). How the news ecosystem might look like in the age of generative AI. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-news-ecosystem-might-look-age-generative-ai>. Zugegriffen: 29. Apr. 2024.
- Nölleke, D. (2019). Constructive journalism. In T. P. Vos, F. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsemans & A. Sehl (Hrsg.), *The international encyclopedia of journalism studies* (S. 341–345). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- von Nordheim, G., & Kleinen-von Königslöw, K. (2021). Uninvited dinner guests: a theoretical perspective on the antagonists of journalism based on Serres' parasite. *Media and Communication*, 9(1), 88–98. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3419>.
- Parks, P. (2021). Non-representational news: an intervention into pseudo-events. *Journalism*, 22(1), 122–138. <https://doi.org/10.1177/1464884917736998>.
- Passarelli, D., Denton, F., & Day, A. (2021). *Beyond opportunism. The UN development system's response to the triple planetary crisis*. New York: United Nations University. <https://i.unu.edu/media/cpr.unu.edu/attachment/4977/UNUTriplePlanetaryCrisis2021.pdf>. Zugegriffen: 29. April 2024

- Perreault, G., Nölleke, D., Crawford, M., & Hackett, E. (2024). "Part of the team": In-House sports reporters navigating the journalistic periphery. *Journalism and Media*, 5(1), 203–218. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5010014>.
- Peter, C., & Muth, L. (2023). Social media influencers' role in shaping political opinions and actions of young audiences. *Media and Communication*, 11(3), 164–174. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6750>.
- Pöschhacker, N., Burkhardt, M., Geipel, A., & Passoth, J.-H. (2017). Interventionen in die Produktion algorithmischer Öffentlichkeiten. *kommunikation@gesellschaft*. <https://doi.org/10.15460/kommges.2017.18.2.584>.
- Pöttker, H., Kiesewetter, C., & Lofnk, J. (2016). *Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft*. Wiesbaden: Springer VS.
- Prestin, A., & Nabi, R. (2020). Media prescriptions: Exploring the therapeutic effects of entertainment media on stress relief, illness symptoms, and goal attainment. *Journal of Communication*, 70(2), 145–170. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa001>.
- Priest, S. (2018). Communicating climate change and other evidence-based controversies: Challenges to ethics in practice. In S. Priest, J.M. Goodwin & M.F. Dahlstrom (Hrsg.), *Ethics and practice in science communication* (S. 55–73). Chicago: University of Chicago Press.
- Prochazka, F., & Schweiger, W. (2016). Medienkritik online: Was kommentierende Nutzer am Journalismus kritisieren. *Studies in Communication and Media*, 5, 454–469. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-4-454>.
- Qian, S., Shen, C., & Zhang, J. (2022). Fighting cheapfakes: using a digital media literacy intervention to motivate reverse search of out-of-context visual misinformation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 28(1), 1–12. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac024>.
- Raabe, J. (2016). Journalismus als kulturelle Praxis. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 339–354). Wiesbaden: Springer.
- Reckwitz, A. (2003). Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive. *Zeitschrift für Soziologie*, 32, 282–301.
- Rittel, H. W. J., & Webber, M. M. (1973). Dilemmas in a general theory of planning. *Policy Sciences*, 4(2), 155–169. <https://doi.org/10.1007/BF01405730>.
- Russell, A., Kangas, J., Kunelius, R., & Painter, J. (2023). Niche climate news sites and the changing context of covering catastrophe. *Journalism*, 24(7), 1387–1405. <https://doi.org/10.1177/14648849221113119>.
- Schimank, U. (2007). Handeln in Konstellationen: Die reflexive Konstitution von handelndem Zusammenwirken und sozialen Strukturen. In K.-D. Altmeppen, T. Hanitzsch & C. Schlüter (Hrsg.), *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation* (S. 121–137). Wiesbaden: VS.
- Schützeneder, J., Graßl, M., & Meier, K. (2024). *Grenzen überwinden, Chancen gestalten: KI im journalistischen Newsroom – Bestandsaufnahme, Perspektiven und Empfehlungen für Journalismus und Politik*. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-fles/a-p-b/20987.pdf>. Zugegriffen: 29. April 2024
- Semetko, H. A., Blumler, J. G., Gurevitch, M., Weaver, D. H., & Barkin, S. (1991). *The formation of campaign agendas. A comparative analysis of party and media roles in recent American and British elections*. London: Routledge.
- Siminoff, L. A., Chansiri, K., Alolod, G., & Gardiner, H. M. (2022). Culturally tailored and community-based social media intervention to promote organ donation awareness among Asian Americans: "Heart of Gold". *Journal of health communication*, 27(7), 450–459. <https://doi.org/10.1080/10810730.2022.2119445>.
- Simon, F. M. (2024). Artificial intelligence in the news: How AI retools, rationalizes, and reshapes journalism and the public arena. *Columbia Journalism Review*. [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php). Zugegriffen: 29. Apr. 2024.
- 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*, 70, 213–233. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2022-3-213>.
- Statistisches Bundesamt (2023). Pressemitteilung Nr. 158. [https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/04/PD23\\_158\\_125.html](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/04/PD23_158_125.html). Zugegriffen: 15. Mai 2024.
- Strauss, N., Painter, J., Ettinger, J., Doutreix, M.-N., Wonneberger, A., & Walton, P. (2022). Reporting on the 2019 European heatwaves and climate change: Journalists' attitudes, motivations and role perceptions. *Journalism Practice*, 16(2–3), 462–485. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1969988>.

- Strohmeier, R., Sehl, A., & Kretzschmar, S. (2023). Konstruktiver, respektvoller, inklusiver? Potenziale und Grenzen journalistischer Interventionen zur Förderung einer deliberativen Debattenkultur auf Social Media. *Konfliktstudien*, 12(2), 152–161. <https://doi.org/10.5771/2193-0147-2023-2-152>.
- Strömbäck, J., & Dimitrova, D. V. (2011). Mediatization and media interventionism: a comparative analysis of Sweden and the United States. *The International Journal of Press/Politics*, 16(1), 30–49. <https://doi.org/10.1177/1940161210379504>.
- Strömbäck, J., & Esser, F. (2014). Mediatization of politics: transforming democracies and reshaping politics. In K. Lundby (Hrsg.), *Mediatization of Communication* (S. 375–404). Berlin: De Gruyter.
- Sun, J., & Yang, K. (2016). The wicked problem of climate change: a new approach based on social mess and fragmentation. *Sustainability*, 8(12), 1312. <https://doi.org/10.3390/su8121312>.
- Tong, J. (2018). Journalistic legitimacy revisited. *Digital Journalism*, 6(2), 256–273. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360785>.
- WDR (2023, 21. August). „WDR grenzenlos“: Talentwerkstatt mit internationalen Journalist:innen. <https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/unternehmen/wdr-grenzenlos-116.html> Zugegriffen: 16. Mai 2024.
- WDR Innovation Hub (2023). Robo-Reporter: Ein Prototyp für die Sportschau. Mensch und Maschine – Zukünfte von Künstlicher Intelligenz in Medienhäusern. Ein Zukunftsreport des WDR Innovation Hub, 30–33. Westdeutscher Rundfunk. [https://zukunft.wdr.de/assets/pdf/WDR-Zukunftsreport\\_MenschUndMaschine.pdf](https://zukunft.wdr.de/assets/pdf/WDR-Zukunftsreport_MenschUndMaschine.pdf). Zugegriffen: 9. Sept. 2025.
- Wei, J., Tay, Y., Bommasani, R., Raffel, C., Zoph, B., Borgeaud, S., Yogatama, D., Bosma, M., Zhou, D., Metzler, D., Chi, E. H., Hashimoto, T., Vinyals, O., Liang, P., Dean, J., & Fedus, W. (2022). Emergent abilities of large language models. *Transactions on Machine Learning Research*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2206.07682>.
- Weischenberg, S., Malik, M., & Scholl, A. (2006). *Die Souffleure der Mediengesellschaft*. Konstanz: UVK.
- Wyss, V. (2016). Journalismus als duale Struktur. In M. Löffelholz & L. L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Xia, Y., Robinson, S., Zahay, M., & Freelon, D. (2020). The evolving journalistic roles on social media: exploring “engagement” as relationship-building between journalists and citizens. *Journalism Practice*, 14(5), 556–573. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1722729>.

**Hinweis des Verlags** Der Verlag bleibt in Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutsadressen neutral.

**Dr. Pamela Nölleke-Przybylski** ist Akademische Rätin auf Zeit am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster. Sie forscht und lehrt zum Thema Wissenschaftskommunikation sowie zur Organisation und Ökonomie journalistischer und kultureller Produktion.

**Dr. Tanja Evers** ist Akademische Rätin am Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Sie arbeitet in der Forschung insbesondere zu (journalistischer) Öffentlichkeit in einer pluralen Gesellschaft.

**Daniel Nölleke** ist Juniorprofessor für „Sportjournalismus und Öffentlichkeitsarbeit“ am Institut für Kommunikations- und Medienforschung der Deutschen Sporthochschule Köln. Er forscht und lehrt zu digitalem (Sport-)Journalismus, Wissenschaftskommunikation sowie zur Medialisierung.

**Klaus-Dieter Altmeppen** war von 2007 bis 2022 Professor am Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Forschungsschwerpunkte: Verantwortungskommunikation, Journalismusforschung, Medienmanagement, Medienorganisation/-ökonomie, Unterhaltungsbeschaffung/-produktion.

**Christine E. Meltzer** ist Juniorprofessorin für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Medien und Musik an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen auf der Rolle von Medien in Intergruppenkonflikten, Gewalt und sozialer Ungleichheit.

**Liane Rothenberger** hat den Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg inne. Davor wirkte sie vier Jahre als Professorin für Medien und Öffentlichkeit mit Schwerpunkt Migration an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Forschungsschwerpunkte: Journalismus, Migration, Krisenkommunikation, interkulturelle und internationale Kommunikation.

**Dr. Gerret von Nordheim** ist stellvertretender Leiter und Projektleiter KI in der Dokumentation des SPIEGEL. Arbeitsschwerpunkte: u. a. Entwicklung KI-gestützter Assistenzsysteme in den Bereichen Recherche, Klassifikation und Factchecking.

**Britta M. Gossel** ist Professorin für Social Business Management an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde. Sie promovierte an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg im Fach Kommunikationswissenschaft, war langjährig tätig an der Technischen Universität Ilmenau als wissenschaftliche Mitarbeiterin und PostDoc im Bereich Medienmanagement, ist stellvertretende Fachgruppensprecherin der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK und forscht an der Schnittstelle Entrepreneurship, Digitalisierung/Medien und Nachhaltigkeit.

## Affiliations

✉ Pamela Nölleke-Przybylski

Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Münster, Bispinghof 9–14, 48143 Münster, Deutschland

E-Mail: [pamela.noelleke@uni-muenster.de](mailto:pamela.noelleke@uni-muenster.de)

Tanja Evers · Klaus-Dieter Altmeyen

Studiengang Journalistik, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Ostenstraße 25, 85072 Eichstätt, Deutschland

Tanja Evers

E-Mail: [tanja.evers@ku.de](mailto:tanja.evers@ku.de)

Klaus-Dieter Altmeyen

E-Mail: [klaus-dieter.altmeyen@ku.de](mailto:klaus-dieter.altmeyen@ku.de)

Daniel Nölleke

Institut für Kommunikations- und Medienforschung, Deutsche Sporthochschule Köln, Am Sportpark Müngersdorf 6, 50933 Köln, Deutschland

E-Mail: [D.Noelleke@dshs-koeln.de](mailto:D.Noelleke@dshs-koeln.de)

Christine E. Meltzer

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover, Expo Plaza 12, 30539 Hannover, Deutschland

E-Mail: [christine.meltzer@ijk.hmtm-hannover.de](mailto:christine.meltzer@ijk.hmtm-hannover.de)

Liane Rothenberger

Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Bamberg, An der Weberei 5, 96047 Bamberg, Deutschland

E-Mail: [liane.rothenberger@uni-bamberg.de](mailto:liane.rothenberger@uni-bamberg.de)

Gerret von Nordheim

DER SPIEGEL, Dokumentation, SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, Ericusspitze 1, 20457 Hamburg, Deutschland

E-Mail: [gerret.von.nordheim@spiegel.de](mailto:gerret.von.nordheim@spiegel.de)

Britta M. Gossel

Department Landschaft – Gesellschaft – Wirtschaft, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE), Schicklerstr. 5, 16225 Eberswalde, Deutschland

E-Mail: [bgossel@hnee.de](mailto:bgossel@hnee.de)