



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Die Wirkung unterschiedlicher Berichterstattungsstile über Sexismus auf Rezipient:innen: Eine vergleichende Untersuchung der Medieneffekte von konstruktivem und traditionellem Journalismus

verfasst von | submitted by

Gwendolin Marie Karin Heil B.Sc.

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Univ.-Prof. Folker Hanusch BA (Hons) PhD

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Theorie.....	3
2.1 Journalismus.....	3
2.1.1 Einfluss der Medien auf Konsument:innen	3
2.1.2 Journalismus in der Krise.....	4
2.1.3 Konstruktiver Journalismus als Antwort auf die Krise.....	5
2.1.4 Konstruktiver Journalismus: Gründung und Definition	6
2.1.5 Kritik am Ansatz des konstruktiven Journalismus	9
2.1.6 Objektivitätsanspruch im Journalismus	10
2.2 Medienwirkungsforschung.....	11
2.2.1 Konstruktivismus	11
2.2.2 Agenda Setting.....	13
2.2.3 Framing	13
2.2.5 Einstellungsbildung.....	15
2.2.7 Forschungsfeld Medienwirkung	17
2.3 Sexismus.....	18
2.3.1 Die Frauenbewegung im Journalismus	18
2.3.2 Sexismus in den Medien	19
2.3.3 Wahrnehmung von Sexismus innerhalb der Gesellschaft	21
2.4 Überleitung zur Forschungsfrage.....	24
3. Methode	26
3.1 Design.....	27

3.2 Vorgehen & Prozedere.....	28
3.3 Stimulusmaterial	30
3.4 Stichprobe.....	31
3.5 Power Analyse	35
3.6 Messinstrumente	36
3.7 Datenanalyse	38
4. Ergebnisse	39
5. Diskussion	47
5.2 Limitationen und Perspektiven	54
Fazit	59
Quellenverzeichnis	62
Anhang	72

Einleitung

Der Kampf gegen Sexismus wird bereits seit vielen Jahren geführt. Besonders durch den feministischen Diskurs geleitet, setzt er sich für Geschlechtergerechtigkeit und gegen die Diskriminierung von Frauen ein. In diesem Zusammenhang spielen die Medien, insbesondere der Journalismus, eine bedeutende Rolle.

Mediale Öffentlichkeiten zu schaffen, um durch Berichterstattung Fakten und Wissen zu vermitteln, die Relevanz des Themas zu betonen und dadurch möglicherweise die Sichtweisen der Leser:innen zu beeinflussen, ist ein entscheidender Bestandteil der Gewaltprävention und des Kampfes gegen Geschlechterdiskriminierung (Flood, 2011). Dabei besteht jedoch die Gefahr, dass eine undifferenzierte Berichterstattung eine verzerrte Perspektive darstellt und zusätzlichen Schaden anrichtet, indem Themen unsensibel und unausgewogen behandelt werden (Lünenborg & Sell, 2018).

Obwohl Sexismus ein ernstzunehmendes strukturelles Problem innerhalb der Gesellschaft darstellt, wird er in der Berichterstattung oft noch als personalisiertes Einzelereignis im traditionellen Journalismus dargestellt (Greenwood & Lippman, 2010).

Damit „[s]chaffe sich die Medienöffentlichkeit [...] auf diese Weise anschaulich ihre eigene Wirklichkeit [...]“ (Lünenborg & Sell, 2018, S.387). Daher gilt es, den öffentlichen Diskurs so zu gestalten, dass er weniger Ablehnung, Auflehnung und Hass hervorruft.

Um eine harmonischere und kooperativere Gesellschaft zu fördern, kann der Ansatz des konstruktiven Journalismus zur Lösung dieser Problematik beitragen. Dieser steht im Gegensatz zum traditionellen Journalismus, der seinen Nachrichtenwert vor allem aus bereits Geschehenem schöpft, und integriert stattdessen eine zukunftsorientierte Berichterstattung. Durch die Einbindung positiver Psychologie in den Nachrichtenprozess werden sowohl Herausforderungen als auch Fortschritte aufgezeigt (McIntyre & Gyldensted, 2017).

Da der Abbau von Sexismus in der Gesellschaft – der vorwiegend von Männern gegenüber Frauen ausgeübt wird (Flood, 2011) – die Bereitschaft zur Selbstreflexion seitens der Rezipienten, insbesondere der Männer, sowie ein Bewusstsein für dieses strukturell verankerte Problem erfordert, kann der konstruktive Journalismus mit seiner Art der Berichterstattung dazu beitragen, diese Reflexion zu fördern (McIntyre & Lough, 2023).

Ziel dieser Arbeit ist es, herauszufinden, ob und wie der konstruktive Ansatz im Journalismus im Vergleich zur traditionellen Berichterstattung auf die Rezipient:innen wirkt, insbesondere im Hinblick auf die Berichterstattung über Sexismus. Dabei soll untersucht werden, wie Rezipient:innen auf unterschiedlich aufbereitete journalistische Texte zu diesem Thema reagieren und inwiefern der konstruktive Ansatz die Handlungsbereitschaft, die Einstellung zum Feminismus sowie die emotionale Reaktion auf das Thema beeinflussen kann.

Die Relevanz dieser Untersuchung zeigt sich in der Notwendigkeit, neue Kommunikationsstrategien zu erforschen, die zu einer positiven gesellschaftlichen Veränderung beitragen und einen nachhaltigen Beitrag gegen Geschlechterdiskriminierung leisten. Zudem wurde der konstruktive Ansatz im Journalismus bisher nicht im Kontext des feministischen Diskurses untersucht – eine Forschungslücke, die es zu schließen gilt.

2. Theorie

2.1 Journalismus

2.1.1 Einfluss der Medien auf Konsument:innen

Kriegsmeldungen, Klimakrise, politische Auseinandersetzungen – überall Krisen. Ein Blick in die Medienlandschaft oder auch nur ein kurzer Blick auf das Smartphone genügt, um von Negativmeldungen regelrecht überflutet zu werden

„Der endlose Strom negativer Nachrichten lähmt uns, führt zu einem Gefühl der Hilflosigkeit und untergräbt letztlich unser Engagement in der Gesellschaft.“ (Urner, 2019, S.15).

Medien nehmen durch ihre Rolle als „Gatekeeper“ Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung der Gesellschaft und der Welt, indem sie mit ihrer Berichterstattung und der Auswahl der bereitgestellten Informationen das Bild in den Köpfen der Rezipient:innen mitgestalten (Meier, 2010b). Themen, die in Redaktionen als relevant erachtet werden, gelangen an ein breites Publikum. Durch die Auswahl der Themen und die Art der Berichterstattung haben Medien somit einen erheblichen Einfluss darauf, womit sich Rezipient:innen gedanklich auseinandersetzen sollen (Luhmann, 1996).

Dass die Medienlandschaft, insbesondere der Journalismus, seit der Corona-Pandemie ein sinkendes Vertrauen seitens des Publikums erfährt (Edelman, 2021), lässt sich nicht ignorieren. Auch die Fixierung auf negative Nachrichten, Sensationalismus und die Ökonomisierung der Berichterstattung tragen maßgeblich zu diesem Vertrauensverlust bei (Haagerup, 2017). Negativschlagzeilen, Falschmeldungen und reißerische Headlines, die in rasender Geschwindigkeit auf den Endgeräten der Nutzer:innen einprasseln, haben für viele Menschen negative Folgen. Ein hoher Konsum negativer Nachrichten führt zu Gefühlen wie Pessimismus, Angst, Hoffnungslosigkeit und Überforderung (Glydensted, 2015). Anstatt sich über aktuelle Ereignisse zu informieren und dadurch am Weltgeschehen teilzuhaben, distanzieren sich zunehmend Menschen von der Nachrichtenwelt – ein Phänomen, das als „news avoidance“ bekannt ist (Fletcher et al., 2017).

Das Bild, das Medien mit ihrer Berichterstattung über das Weltgeschehen zeichnen, beeinflusst maßgeblich, welchen Eindruck Rezipient:innen von der Welt bekommen (Blöbaum, 2016). Wenn die Berichterstattung bei ihnen Gefühle der Niedergeschlagenheit und Ohnmacht

hervorruft (Glydensted, 2015), kann dies die Bereitschaft zur politischen Teilhabe senken (Iyengar, 1991). Diese Entwicklung birgt Risiken für das demokratische Prinzip eines Staates, da eine aktive Beteiligung der Bürger:innen essenziell für eine funktionierende Demokratie ist. Geht das Vertrauen der Rezipient:innen in die Möglichkeit gesellschaftlicher Veränderung verloren, weil sie fortlaufend Negativschlagzeilen ohne Lösungsansätze konsumieren, kann dies langfristig das demokratische System schwächen (Haagerup, 2017).

Der Annahme, Menschen müssten am laufenden Band mit neuen Nachrichten informiert werden, entgegnet Ulrik Haagerup (2017), Verfechter des konstruktiven Journalismus, dass es nicht mehr, sondern bessere Nachrichten braucht – Nachrichten, die Rezipient:innen aus ihrem Ohnmachtsgefühl und ihrer Nachrichtenmüdigkeit holen.

Die Frage, wie Journalismus und Themeninhalte so gestaltet werden können, dass sie nicht zu Resignation, sondern zu Reaktionen innerhalb der Bevölkerung führen, erfordert neue Ansätze für das Berufsfeld. In diesem Zusammenhang verweist Haagerup mit seinem Zitat auf den Ansatz des konstruktiven Journalismus, der in den folgenden Kapiteln genauer beleuchtet wird:

"Constructive journalism is about applying the core principles of journalism in a more positive, engaging, and solution-focused way. It's not about ignoring problems but about covering them in a way that also highlights possible solutions and progress." (Haagerup, 2017, S.12).

2.1.2 Journalismus in der Krise

Der Journalismus durchläuft in vielerlei Hinsicht einen Wandel. Die Branche und der Beruf sind gezwungen, sich ständig zu hinterfragen, neu zu definieren und auf veränderte Bedingungen zu reagieren.

Die sich wandelnde Medienlandschaft und der hohe Medienkonsum innerhalb der Gesellschaft werfen Fragen für das Berufsfeld des Journalismus auf. Durch die Digitalisierung lassen sich Inhalte multimedial verbreiten und nahtlos an spezifische Kanäle sowie deren jeweilige Nutzung anpassen (Becker, 2013). Der rasante technologische Wandel – insbesondere durch das Smartphone – und das damit veränderte Nutzungsverhalten der Rezipient:innen setzen den Journalismus zunehmend unter Druck, Aufmerksamkeit zu generieren. Während früher eine Informationsknappheit herrschte, gleicht die heutige Medienwelt einer Informationsflut, so Iris

Hsiang Chyi und Avery Holton (2012, S. 619). Diese Überfülle an Nachrichten kann bei Rezipient:innen negative Gefühle hervorrufen und zu „news fatigue“ führen – einem vorübergehenden Gefühl der Erschöpfung im Umgang mit Nachrichten.

Vor der zunehmenden Digitalisierung bestand die zentrale Funktion des Journalismus in der Herstellung von Öffentlichkeit (Pöttker, 1998). Durch die digitale Transformation wurde dieser Prozess jedoch weitgehend fragmentiert, wodurch der Journalismus vor große Herausforderungen gestellt wurde. Seine traditionelle Rolle als Gatekeeper der Öffentlichkeit (Meier, 2010b) wurde dadurch maßgeblich verändert.

Kramp und Weichert (2020) fordern angesichts der zunehmenden Polarisierung und Fragmentierung der Gesellschaft einen grundlegenden Paradigmenwechsel im Journalismus. Dieser solle sich hin zu einem konstruktiven Journalismus entwickeln, um „ein noch ausgewogeneres und ganzheitlicheres Abbild der Wirklichkeit vermitteln zu können, dass Krisen, Kriege und Katastrophen zwar nicht vollständig aus-, wohl aber mehr Graustufen einblendet, als es bisher der Fall war“ (Kramp & Weichert 2020, S.5).

Zwar kann die Flut an Nachrichten dadurch nicht gestoppt werden, wohl aber die Art und Weise, wie über sie berichtet wird.

Da sich in jüngster Zeit zunehmend Männergruppen wie Maskulinisten formieren, die eine antifeministische Haltung vertreten, extreme Frauenfeindlichkeit propagieren und die Männlichkeit als bedroht erachten (Schuck & Brzank, 2023), könnte der konstruktive Journalismus einen Ansatz bieten, um Vorurteile abzubauen, das Verständnis für den Diskurs zu vertiefen und Empathie für das Thema zu fördern (Hermans & Gyldensted, 2018).

2.1.3 Konstruktiver Journalismus als Antwort auf die Krise

Aus den Herausforderungen innerhalb des Berufsfelds des Journalismus resultiert eine alternative Form des Journalismus, die sich dem traditionellen Modell entgegenstellt. Der Ansatz des konstruktiven Journalismus ersetzt traditionelle Nachrichtenwerte wie Dramatik, Konflikt und Sensationalismus (Kramp & Weichert, 2020, S.13) durch neue Perspektiven.

"If there is progress, remember to cover it." (Gyldensted, 2017).

Mit diesem Zitat appelliert Gyldensted an eine andere Art der Berichterstattung, die sich gegen die vorherrschende pessimistische Berichterstattung stellt und auch positive Entwicklungen sichtbar macht.

Die Idee dieser Berichterstattung trifft auf ein weit verbreitetes Bedürfnis der Nachrichtenrezipient:innen. Bereits im Jahr 2016 stimmten 76 % der Deutschen in einer repräsentativen Umfrage des Bayerischen Rundfunks der Aussage zu, dass die Nachrichtenmedien mehr auf Probleme und zu wenig auf Lösungen in ihrer Berichterstattung konzentriert sind (Bayerischer Rundfunk, 2016). Schon 2008 argumentierte Bro, dass sich die Gesellschaft nach einem Journalismus sehnt, der nicht nur über Probleme berichtet, sondern auch Wege zu deren Lösung aufzeigt (Bro, 2008).

Ulrik Haagerup (2017), der als Begründer des konstruktiven Journalismus gilt, hinterfragte nach Jahren in der Branche die vorherrschende Negativfixierung und Ökonomisierung der Nachrichten. In seinem Buch „Constructive News: How to Save the Media and Democracy with Journalism of Tomorrow“ (2015) plädiert er für eine „Neujustierung der journalistischen Denkweise“ (Kramp & Weichert, 2020, S.21), da sich immer mehr Menschen von Nachrichten abwenden und zunehmend weniger Vertrauen in Journalist:innen haben (Fletcher et al., 2017). Nach Haagerup benötigen Menschen nicht mehr Nachrichten, sondern bessere.

Hinzu kommt die tägliche Informationsflut, mit der Menschen konfrontiert sind. Studien zeigen, dass ein hoher Konsum negativer Nachrichten Pessimismus, Angst, Hoffnungslosigkeit und Überforderung hervorrufen kann (Gyldensted, 2015, S.6). Dies trägt ebenfalls zur Abkehr von journalistischen Inhalten bei. Für Medienhäuser stellt dies ein wirtschaftliches Problem dar, da sie darauf angewiesen sind, dass ihre Inhalte rezipiert werden. Gleichzeitig besteht ein gesellschaftliches Interesse daran, dass Bürger:innen gut informiert sind, da eine informierte Öffentlichkeit die Basis für eine aktive Gesellschaft bildet und die politische Teilhabe fördert (Gyldensted, 2015).

2.1.4 Konstruktiver Journalismus: Gründung und Definition

„Good reporting is seeing the world with both eyes.“ (Haagerup, 2017, S. 16f).

2017 gründete Haagerup die unabhängige Non-Profit-Organisation *Constructive Institute* in Aarhus, um seinen Ansatz institutionell zu verankern. Der konstruktive Journalismus basiert dabei auf dem Konzept des Bürgerjournalismus, kombiniert mit positiver Psychologie – zwei Ansätze, die im Folgenden näher betrachtet werden. Während der Bürgerjournalismus eine aktivere Rolle der Journalist:innen bei der Gestaltung der Berichterstattung fordert, wird die positive Psychologie in den Nachrichtenprozess integriert, um die Negativfixierung im Journalismus zu reduzieren und eine ausgewogenere Berichterstattung zu ermöglichen (Gyldensted, 2015).

Der Bürgerjournalismus entstand in den 1980er Jahren in den USA mit dem Ziel, die Distanz zwischen Journalismus und Bürger:innen zu verringern, indem die bis dahin elitäre Berichterstattung hinterfragt und neu gedacht wurde (Hermans & Drok, 2018, S.2). Dieser Ansatz verfolgte zwei zentrale Ziele: die Stärkung der Beziehung zwischen professionellen Journalist:innen und Bürger:innen sowie die Förderung der demokratischen Teilhabe der Bürger:innen (Hermans & Drok, 2018, S.2). Er basiert auf der kommunaristischen Annahme, dass Menschen Teil einer sozialen Gemeinschaft sind und durch Austausch sowie aktive Beteiligung an öffentlichen Debatten zur demokratischen Gesellschaft beitragen (Blöbaum, 2016). Journalist:innen übernehmen in diesem Zusammenhang eine Schlüsselrolle: Neben ihrer klassischen Gatekeeper-Funktion sollen sie Informationen bereitstellen, die Bürger:innen befähigen, an öffentlichen Diskursen teilzunehmen (Gyldensted & McIntyre, 2018, S.2).

Ähnlich wie beim konstruktiven Journalismus wurde auch der Bürgerjournalismus kritisch betrachtet: Gegner:innen befürchteten, dass soziales Engagement die Objektivität und Unabhängigkeit der Journalist:innen beeinträchtigen könnte. Sie argumentierten, dass dadurch die professionellen Standards des Journalismus gefährdet würden (Hermans & Drok, 2018, S.6). Trotz dieser Unterschiede teilen beide Ansätze die Überzeugung, dass Journalismus nicht nur informieren, sondern auch lösungsorientierte Perspektiven aufzeigen sollte. Damit verändert sich auch das Selbstverständnis der Journalist:innen: Sie übernehmen eine aktivere Rolle, die als „facilitator and mobilizer“ beschrieben wird (Hermans & Drok, 2018, S.6).

Der bedeutendste Unterschied zwischen Bürgerjournalismus und konstruktivem Journalismus liegt in der positiven Psychologie – einem zentralen Merkmal des konstruktiven Journalismus, das im Bürgerjournalismus nicht verankert war.

Durch den Einsatz positiver Psychologie sollen die negativen Auswirkungen der Berichterstattung minimiert und gleichzeitig das psychische Wohlbefinden der Leser:innen gestärkt werden (Haagerup, 2017). Dies bedeutet jedoch nicht, dass der konstruktive Journalismus ausschließlich positive Nachrichten verbreitet. Vielmehr geht es darum, sich kritisch mit Lösungen auseinanderzusetzen und Handlungsperspektiven aufzuzeigen (Beiler & Krüger, 2018). Ziel ist es nicht, „Good News“ zu liefern, die den Rezipient:innen lediglich ein gutes Gefühl vermitteln, sondern konstruktive Berichterstattung zu bieten, die „Ansätze zum Weiterdenken und – wo möglich – zum Handeln“ (Pranz & Sauer, 2017, S.118) herausarbeitet und die Rezipient:innen aus dem Gefühl der Ohnmacht befreit.

Der Vorwurf, dass Journalist:innen ausschließlich über negative Ereignisse berichten und dadurch die Wahrnehmung der Öffentlichkeit beeinflussen, lässt sich mit dem konstruktiven Journalismus entkräften (Gyldensted, 2015, S.6). Ziel ist es nicht, den negativen Bias durch einen positiven Bias zu ersetzen, sondern eine ausgewogenere Berichterstattung zu ermöglichen.

Konstruktiver Journalismus kann somit als Ansatz verstanden werden, der über die reine Informationsvermittlung hinausgeht und der Gesellschaft einen positiven Beitrag leistet, indem er lösungsorientierte Inhalte bietet und so einen gesellschaftlichen Mehrwert schafft (Gonser & Beiler, 2016). Laut Krüger werden konstruktive Journalist:innen zu „[C]hange-agents“ (Krüger, 2017, S.403), die nicht nur Probleme dokumentieren, sondern durch gezielte Impulse gesellschaftliche Stagnation überwinden wollen.

"More independent than a collaborative role, more committed than a monitorial role, more content-specific than the agnosticism of a facilitative role, and more impartial than a radical role, constructive journalism constitutes a separate normative role for the press which orients itself around hope, potential for change, and situates itself as close to—though still observing—a community and its issues." (Aitamurto & Varma, 2018, S.699)

Im konstruktiven Journalismus werden die klassischen journalistischen W-Fragen um eine weitere essenzielle Dimension erweitert: „Wie geht es weiter?“ („What now?“) (Meier, 2018). Diese Frage lenkt den Fokus auf die zukünftige Entwicklung eines Themas und erfordert von Journalist:innen, mögliche Lösungsansätze für das berichtete Problem zu recherchieren und den Leser:innen zu präsentieren.

Klaus Meier (2018) untersuchte in einer quantitativen Studie die Wahrnehmung des konstruktiven Journalismus im Vergleich zur traditionellen Berichterstattung und stellte dabei mehrere Effekte auf unterschiedlichen Ebenen fest. Auf Mikroebene zeigte sich, dass Leser:innen von konstruktiver Berichterstattung eher emotional als rational angesprochen werden. Auf Mesoebene stellte Meier fest, dass konstruktive Beiträge häufiger in sozialen Netzwerken geteilt werden. Offen bleibt jedoch, ob dieser Ansatz langfristig das gesellschaftliche Engagement fördert (Meier, 2018).

Da der konstruktive Journalismus im Vergleich zur traditionellen Berichterstattung noch relativ jung ist, sind weitere Untersuchungen erforderlich, um seine langfristigen Wirkungen auf Rezipient:innen zu analysieren. Besonders im Bereich Sexismus und Geschlechterdebatten bietet es sich an, den konstruktiven Journalismus eingehender zu untersuchen, da verschiedene journalistische Ansätze je nach Themengebiet unterschiedlich wirken können.

2.1.5 Kritik am Ansatz des konstruktiven Journalismus

Obwohl der konstruktive Journalismus eine Alternative zur traditionellen Berichterstattung bietet, wird er auch kritisch betrachtet. Besonders in journalistischen Redaktionen sorgt dieser Ansatz für eine verstärkte Selbstreflexion über bisherige Arbeitsweisen.

Ein häufig geäußerter Kritikpunkt ist, dass konstruktiver Journalismus als Aktivismus wahrgenommen werden und eine politische Haltung einnehmen könnte (Kramp & Weichert, 2020, S.37). In den Redaktionen bestehe die Sorge, „(...) durch Lösungsjournalismus seitens des Publikums als Verfechter einer Ideologie oder als aktivistisch wahrgenommen zu werden (...)“ (Kramp & Weichert, 2020, S.37).

Darüber hinaus wird kritisiert, dass der konstruktive Journalismus den Objektivitätsanspruch des Berufs infrage stellt. Einige fordern, ihn als *Advocacy Journalism* (thematische Interessenvertretung) zu kennzeichnen (Aitamurto & Varma, 2018, S.698). Diese Unterscheidung zwischen Journalismus und Interessenvertretung ist Gegenstand kontroverser Diskussionen in der Medienwissenschaft. Laut Waisbord (2009) ist auch der traditionelle Anspruch der Objektivität eine Form der Interessenvertretung:

"The norm of ‘objectivity’ [becomes] a subterfuge for advocacy for status quo policies and ideologies." (Waisbord, 2009, S.373)

Fisher (2016) ergänzt, dass eine vollständige Neutralität im Journalismus ohnehin nicht existiere:

"Even unwittingly, the simple inclusion of a comment or perspective from a source by the reporter may inject a degree of advocacy to a story." (Fisher, 2016, S.722)

Ein weiterer Diskussionspunkt betrifft die Frage, inwieweit Journalist:innen eine pädagogische Funktion einnehmen sollten. Pranz und Sauer (2017) plädieren für einen „perspektivistischen Journalismus“, welcher negative Berichterstattung nicht ersetzt, sondern erweitert.

Haagerup und Rosenberg widersprechen dem Vorwurf, konstruktiver Journalismus sei „Wohlfühljournalismus“ oder eine verzerrte „Heile-Welt“-Berichterstattung (Kramp & Weichert, 2020, S.37). Vielmehr sei das Ziel, die Realität um zusätzliche Perspektiven zu erweitern.

2.1.6 Objektivitätsanspruch im Journalismus

In der Norm wird dem Beruf des Journalismus die Aufgabe der Information, der Kritik und der Kontrolle zugeschrieben (Pöttker, 1998). Damit trägt er zur Meinungsbildung der Bürger:innen bei und fungiert als Gatekeeper der Öffentlichkeit, indem er fragmentierte gesellschaftliche Themen bündelt und zu übergreifenden Diskursen formt (Meier, 2018). Der Journalismus ist bekanntlich von kontinuierlicher Selbstreflexion geprägt, was immer wieder öffentliche Debatten darüber auslöst, welche Rolle Journalist:innen einnehmen dürfen und sollen. Dabei wird häufig die objektive Haltung als essenzielles Qualitätskriterium betont. Allerdings wird die Bedeutung der Objektivität im Journalismus bereits seit Jahrzehnten kritisch hinterfragt.

„Die Berufung auf Objektivität ist die Verweigerung der Verantwortung – daher auch ihre Beliebtheit.“ (Foerster & Pörksen, 1998, S.154).

Wer sich auf Objektivität im Journalismus beruft, lehnt damit zugleich persönliche Verantwortung ab. Dies wirft die grundlegende Frage auf, mit welchem Selbstverständnis Journalist:innen ihre Arbeit ausüben. Pörksen (1998) unterscheidet dabei zwei Haltungen: Zum einen betrachten sich Journalist:innen als Teil der Welt und somit auch als Akteur:innen, die durch ihre Arbeit Einfluss nehmen.

„Was immer ich tue, verändert die Welt!“ (Pörksen, 2014, S.8).

Demgegenüber steht die Haltung der distanzierten und scheinbar neutralen Beobachter:innen, die lediglich beschreiben, was geschieht. Nach Pörksen (1998) ist diese Haltung jedoch eine Verweigerung der ethischen Verantwortung, die Journalist:innen für die gesellschaftlichen Auswirkungen ihrer Berichterstattung tragen (McIntyre & Gyldensted, 2017). Journalist:innen sammeln und bewerten Informationen, doch wie sie dies tun, ist von ihrer Wahrnehmung der Realität abhängig. Eine beobachterunabhängige Realität existiert laut Pörksen nicht, weshalb der Objektivitätsanspruch im Journalismus immer wieder auf Kritik stößt (Pörksen, 2014, S. 3f).

„Wer die Beobachtungen von Beobachtern beobachtet, somit Beobachtungen zweiter Ordnung betreibt und sich fragt, wie und mit Hilfe welcher Unterscheidungen sich diese ihre Realität verfügbar machen, der erkennt auch: Jede Wahrnehmung bedeutet unvermeidlich die Ausblendung einer gewaltigen Restwelt auch möglicher Wahrnehmungen.“ (Pörksen, 2014, S.4)

2.2 Medienwirkungsforschung

2.2.1 Konstruktivismus

Damit kommt die Theorie des Konstruktivismus ins Spiel, die nicht von einer objektiven Realität ausgeht, sondern von einer „selbstproduzierten Sozialordnung“ (Pörksen, 2014, S. 1f), die sich durch soziale Interaktion zu etwas scheinbar Naturgegebenem manifestiert. Wissen über die Welt ist stets von individueller Erfahrung und Wahrnehmung geprägt, während kollektive Wirklichkeiten durch gemeinsames Aufwachsen in einer Gesellschaft und die Reproduktion von Mustern entstehen (Abels, 2010, S.88). Die Theorie des Konstruktivismus untersucht, wie Wirklichkeit konstruiert wird (Pörksen, 2014, S.2). Daraus ergibt sich das Anliegen, „(...) Leid erzeugende Kommunikationsmuster, konfliktauslösende Formen der Interaktion gezielt zu verändern (...)“ (Pörksen, 2014, S.2).

Der vielbeschworene Objektivitätsanspruch des Journalismus ist somit kritisch zu hinterfragen. Die Theorie des Konstruktivismus zeigt, dass bestimmte Sichtweisen auf die Welt lange Zeit vernachlässigt wurden.

Wie Carolyn Kitch (1999) in ihrem Buch „Rethinking Objectivity in Journalism and History“ passend hervorhebt:

„(...) "Objective" knowledge across disciplines has frequently left out women, women's experiences, and women's interests entirely(...)“ (Kitch, 1999, S.117).

Welche Perspektiven eingenommen werden, hängt davon ab, wie Wirklichkeit konstruiert wurde und wird (Pörksen, 2014, S.3).

Die Theorie des sozialen Konstruktivismus (Berger & Luckmann, 1966) besagt, dass Wirklichkeit durch soziale Prozesse geschaffen wird, in denen ein gemeinsames Verständnis der Welt entsteht. Medien spielen dabei eine zentrale Rolle, da sie diesen Prozess durch die Bereitstellung und Auswahl von Informationen beeinflussen (Berger & Luckmann, 1966). Es ist daher wenig überraschend, dass sich die Gesellschaft erst langsam an Themen wie Sexismus und geschlechterbezogenen Machtmisbrauch gewöhnt. Solange diese Themen nicht auf der Medienagenda standen, waren sie auch nicht Teil der öffentlichen Wahrnehmung. Nach Habermas (1989) sollte sich der öffentliche Diskurs auf Themen konzentrieren, die von allgemeinem Interesse für die Gesellschaft sind. Der Konsens darüber war jedoch lange dadurch geprägt, dass die Interessen und Lebensrealitäten eines ganzen Geschlechts ausgeblendet wurden (Kitch, 1999).

Medien tragen maßgeblich dazu bei, wie Gesellschaften die Welt definieren und soziale Ordnungen legitimieren (Gerbner et al., 1986, S. 18). Sie prägen kulturelle Normen und Werte, die sich über die Zeit hinweg verfestigen. Werden relevante Themen im öffentlichen Diskurs systematisch ignoriert, kann dies suggerieren, dass sie gesellschaftlich irrelevant sind – etwa im Fall von Alltagssexismus, welcher lange Zeit nicht als Problem anerkannt wurde.

„Jedes Sehen ist gleichzeitig blind. Wenn man etwas sieht, sieht man etwas anderes nicht; wenn man etwas beobachtet, beobachtet man etwas anderes nicht.“ (Pörksen, 2014, S.4).

Welche Themen Medien aufgreifen und wie sie sie präsentieren, ist für deren Wirkung auf Rezipient:innen von zentraler Bedeutung. Daher werden im Folgenden die Theorien des Agenda-Settings (McCombs & Shaw, 1972), des Framings (Iyengar, 1991) und des Primings (Iyengar & Simon, 1993) näher betrachtet.

2.2.2 Agenda Setting

Bevor die Wirkung der Berichterstattung über Sexismus überhaupt untersucht werden kann, muss zunächst gewährleistet sein, dass dieses Problem thematisiert wird. Die Agenda-Setting-Theorie (McCombs & Shaw, 1972) bietet hierbei eine Erklärung dafür, warum die Thematisierung von Sexismus in den Medien von entscheidender Bedeutung ist. Da es sich bei Sexismus um ein strukturelles Problem handelt (Lünenborg & Sell, 2018, S.387), das nur gesamtgesellschaftlich gelöst werden kann, ist es im ersten Schritt essenziell, ein Bewusstsein für dessen Existenz zu schaffen. Dieses Bewusstsein kann jedoch nur entstehen, wenn das Thema überhaupt in den öffentlichen Diskurs gelangt.

Die Medien nehmen eine zentrale Rolle in diesem Prozess ein, da sie durch ihre Themenauswahl ein „Themenuniversum“ (Luhmann, 1996) schaffen und dadurch bestimmen, welche Themen als besonders relevant wahrgenommen werden. Indem sie gewisse Themen in den Vordergrund rücken, beeinflussen sie die öffentliche Aufmerksamkeit und steuern, womit sich Rezipient:innen gedanklich auseinandersetzen.

„(...) [T]he media may not be successful in telling people what to think, but they are stunningly successful in telling them what to think about“ (McCombs & Reynolds, 2009, S.2).

Die Thematisierung von Alltagssexismus ist daher von essentieller Bedeutung, um ihn als gesellschaftlich relevantes Problem anzuerkennen und eine breite öffentliche Diskussion darüber anzustoßen.

2.2.3 Framing

Während die Agenda-Setting-Theorie untersucht, welche Themen überhaupt in die öffentliche Debatte gelangen, beschäftigt sich die Framing-Perspektive damit, aus welcher Sichtweise diese Themen behandelt werden (Iyengar, 1991). Die Art der thematischen Darstellung beeinflusst maßgeblich die Meinungsbildung der Rezipient:innen (Bonfadelli & Friemel, 2017, S. 189). In der Berichterstattung über Sexismus entscheidet Framing darüber, welche Aspekte des Themas hervorgehoben und in den Mittelpunkt gerückt werden, während andere im Hintergrund bleiben.

Die Framing-Theorie wird insbesondere zur Analyse der Informationsverarbeitung genutzt. Sie basiert auf psychologischen Erkenntnissen, wonach das menschliche Gehirn nur einen begrenzten Teil der verfügbaren Informationen aktiv verarbeiten kann (Bonfadelli & Friemel, 2017, S.189). In der Rezeptionsforschung wurde das Framing-Konzept gezielt zur Untersuchung der Nachrichtenwahrnehmung eingesetzt (Graber, 1984). Laut Graber beeinflusst die Theorie, welche Informationen aufgenommen und bewertet werden, welche Meinungen und Reaktionen eine Nachricht auslöst, welche Themen das Publikum als relevant wahrnimmt und inwiefern sich eine Handlungsbereitschaft entwickelt, um bestehende Informationslücken zu schließen (Graber, 1984).

Medienframes haben damit einen erheblichen Einfluss auf die Entscheidungsfindung der Rezipient:innen (Price et al., 1997, S.481) und bestimmen maßgeblich, worauf sich ihr thematischer Fokus richtet (Iyengar, 1991, S.67). Eine verfälschte oder stereotype Darstellung von Opfern und Tätern sowie die Reduzierung von Sexismus auf ein Einzelphänomen tragen dazu bei, dass dem Thema eine unzureichende gesellschaftliche Aufmerksamkeit geschenkt wird (Greenwood & Lippman, 2010).

2.2.4 Priming

In diesem Zusammenhang spielt auch der sogenannte Priming-Effekt eine Rolle (Iyengar & Simon, 1993). Dieser Effekt wird durch Agenda-Setting und Framing beeinflusst und wirkt sich auf die Wahrnehmung und Bewertung von Themen aus (Bonfadelli & Friemel, 2017, S.180). Je nach thematischer Fokussierung und Framing kann Priming nicht nur den kognitiven Verarbeitungsprozess beeinflussen, sondern auch die Einstellung der Rezipient:innen zu einem Thema prägen (Peter, 2002).

Dieser Effekt wird durch Heuristiken erklärt, die Menschen bei ihrer Entscheidungsfindung nutzen. Da das Gehirn Informationen selektiv verarbeitet, werden vor allem leicht zugängliche Inhalte gespeichert, während andere in den Hintergrund treten (Scheufele, 2016). Im Kontext der Berichterstattung über Sexismus kann bereits die Wortwahl in Überschriften oder Artikeln Einfluss auf die Einstellungen zu Feminismus und Geschlechtergleichheit nehmen – im schlimmsten Fall sogar in negativer Weise (Arendt, 2013).

2.2.5 Einstellungsbildung

Eine einheitliche Definition des Begriffs „Einstellung“ lässt sich in der Wissenschaft nicht eindeutig festlegen (Bonfadelli & Friemel, 2017). Vereinfacht kann die Vielzahl an Definitionen jedoch darauf reduziert werden, dass eine Einstellung die „Bewertung eines Objekts“ beschreibt (Bonfadelli & Friemel, 2017, S.134). Einstellungen können sich sowohl in einem äußerlich beobachtbaren Verhalten manifestieren als auch als ein interner Prozess verstanden werden, der ein bestimmtes Verhalten bewirkt (Bonfadelli, 2001, S.88). Sie zeigen, wie Menschen über ihre Umwelt denken und sich dementsprechend in ihr verhalten (Bonfadelli, 2001).

In der Forschung besteht Uneinigkeit darüber, wie lange Einstellungen im Gedächtnis gespeichert bleiben. Nach Bohner und Dickel (2011) lassen sich verschiedene Definitionen auf einem Kontinuum verorten, das von der dauerhaften „Speicherung im Gedächtnis“ bis hin zur „Ad-hoc-Konstruktion“ von Einstellungen reicht (Bohner & Dickel, 2011). Wie sich eine Einstellung bildet, hängt maßgeblich von Lernprozessen ab, die Menschen im Laufe ihres Lebens durch Sozialisationsprozesse durchlaufen (Bonfadelli & Friemel, 2017, S.138). In diesem Prozess spielen Medien eine zentrale Rolle als Anker, um Einstellungen zu beeinflussen (Bandura, 2001, S.271).

Die sozial-kognitive Lerntheorie von Bandura geht davon aus, dass menschliches Verhalten nicht einseitig determiniert ist, sondern in Wechselwirkung mit der Umwelt steht (Bandura, 1979).

„Aufgrund der Bidirektionalität der Einflüsse sind Menschen sowohl Produkte als auch Produzenten ihrer Umwelt.“ (Bandura, 2000, S.153).

Einstellungen erfüllen für Menschen verschiedene Funktionen. Maio und Olson (2000) kategorisieren diese in Wissens-, Anpassungs-, Abwehr- und Selbstdarstellungsfunktionen. Im Kontext der Berichterstattung über Sexismus ist die Formulierung von besonderer Bedeutung, da sie bei den Rezipient:innen keine Abwehrreaktionen auslösen sollte. Eine Berichterstattung, die Schuld, Wut oder Angst hervorruft, kann dazu führen, dass sich Menschen dem Thema verschließen, anstatt sich kritisch damit auseinanderzusetzen.

Ein zentraler Faktor bei der Entstehung von Einstellungen ist die Bildung von Kategorien (Jonas et al., 2014, S.111 ff.). Durch diesen Prozess werden Informationen selektiv reduziert, um Komplexität zu verringern. Allerdings kann eine übermäßige Reduktion dazu führen, dass

Stereotype entstehen (Jonas et al., 2014, S.138). Daher ist die Art der Berichterstattung über Sexismus von besonderer Relevanz: Die gewählte Wortwahl sowie die Perspektive, aus der das Thema beleuchtet wird, beeinflussen die kognitive Strukturierung von Wissen und damit auch die Wahrnehmung des Problems (Bonfadelli, 2017).

2.2.6 Einstellungsänderung und Handlungsbereitschaft

Die Einstellung von Menschen gilt als ein relativ stabiles Konstrukt, das ihre Wahrnehmung, Bewertung und ihr Verhalten steuert (Bonfadelli, 2001). Dennoch können Medien als Verstärker von Normen, Werten und Erwartungen agieren und dadurch sowohl Einstellungen als auch Verhaltensweisen prägen (Bonfadelli, 2017).

Eine Studie von Liu et al. (2020) zeigte, dass Wissen über ein Thema – in diesem Fall die Umweltproblematik – die Handlungsbereitschaft vollständig über die Einstellung dazu vermittelt. Dies bedeutet, dass einer Verhaltensänderung zunächst eine bestimmte Einstellung und Haltung gegenüber einem Thema vorausgehen muss. Erst danach wird über konkrete Handlungen nachgedacht. Ob es tatsächlich zu einer Einstellungsänderung bei Rezipient:innen kommt, hängt stark von der Verarbeitung der Informationen ab (Petty & Cacioppo, 1986).

Die Elaboration-Likelihood-Theorie unterstützt die Annahme, dass Einstellungsänderungen maßgeblich von aktiven Denkprozessen abhängen. Dabei können Informationen entweder zentral oder peripher verarbeitet werden. Die Berichterstattung über Sexismus kann durch negative Frames oder unzureichende Informationen dazu führen, dass die periphere Verarbeitung dominiert. Dies wiederum kann eine Einstellungsänderung oder -bildung erschweren. Zudem zeigen Studien, dass Themen, die als persönlich relevant wahrgenommen werden, eine größere Wirkung auf die Einstellung und das Verhalten haben (Petty & Cacioppo, 1986).

Im Kontext der Berichterstattung über Sexismus stellt dieser Faktor eine besondere Herausforderung dar. Während Frauen und weiblich gelesene Personen in besonderem Maße unter Sexismus leiden, sind es vor allem Männer, die durch ihr Verhalten zu dessen Fortbestand beitragen. Da sie persönlich weniger betroffen sind, empfinden viele Männer das Thema nicht automatisch als relevant, was eine Einstellungs- und Verhaltensänderung unwahrscheinlicher macht. Eine traditionelle Berichterstattung, die vor allem negative Formulierungen und problemzentrierte Darstellungen nutzt, kann zudem Abwehrhaltungen verstärken und dadurch Einstellungsänderungen hemmen (Jonas et al., 2014).

Die Bereitschaft, die eigene Einstellung und damit auch das eigene Verhalten zu verändern, hängt zudem mit der Wahrnehmung der eigenen Selbstwirksamkeit zusammen (Bandura, 1978). Die Theorie der Selbstwirksamkeit von Bandura legt nahe, dass Menschen eher bereit sind zu handeln, wenn sie das Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten haben und daran glauben, dass ihr Handeln einen Unterschied bewirken kann. Auf dieser Grundlage kann der konstruktive Journalismus als Inspirationsquelle für Rezipient:innen dienen. Indem er Lösungsansätze und positive Entwicklungen innerhalb der Gesellschaft aufzeigt, vermittelt er die Botschaft, dass Veränderung möglich ist.

Diese Art der Berichterstattung kann somit dazu beitragen, dass Rezipient:innen mehr Vertrauen in ihre eigenen Handlungsmöglichkeiten entwickeln und damit ihre Bereitschaft erhöhen, sich aktiv im Kampf gegen Sexismus zu engagieren (McIntyre, 2015). Durch das konkrete Aufzeigen von Lösungswegen kann der konstruktive Journalismus nicht nur ein Bewusstsein für das Problem schaffen, sondern auch die Motivation und Handlungsbereitschaft der Rezipient:innen fördern (Bonfadelli, 2017).

2.2.7 Forschungsfeld Medienwirkung

Die konstruktive Berichterstattung hat – wie durch verschiedene Theorien untermauert – eine andere Wirkung auf Rezipient:innen als die traditionelle Berichterstattung. Wie bereits erläutert, unterscheiden sich beide Ansätze vor allem in ihrer Perspektive auf ein Thema. Während der traditionelle Journalismus dazu neigt, Probleme in den Mittelpunkt zu stellen, integriert der konstruktive Journalismus auch Lösungsansätze. Studien aus der Medienwirkungsforschung zeigen, dass diese veränderte Perspektive zu einer veränderten Wahrnehmung und Einstellung der Rezipient:innen gegenüber dem Thema führen kann (Jonas et al., 2014).

Dennoch muss betont werden, dass die Medienwirkungsforschung ein weit gefächertes Forschungsfeld ist, in dem zahlreiche Einflussfaktoren wirken. Daher lassen sich keine simplen, linearen Zusammenhänge zwischen Medieninhalten und den Reaktionen der Rezipient:innen aufstellen (Bonfadelli & Friemel, 2017, S.184). Sowohl auf Seiten der Medien als auch auf Seiten der Rezipient:innen müssen Rahmenbedingungen und mediatisierende Faktoren berücksichtigt werden. Erbring, Goldenberg und Miller (1980) definieren diese Faktoren als Inhalts-, Nutzungs-, Bindungs- und Kontextwirkung.

Die Inhaltswirkung zeigt sich besonders bei Menschen, die bereits für ein Thema sensibilisiert sind und eine sogenannte „issue sensitivity“ aufweisen (Erbring et al., 1980). Die Nutzungs-wirkung variiert je nach Medienkonsum, da die Wirkung des Agenda-Settings stark von der Mediennutzung und der individuellen Sensibilität für ein Thema abhängt. Die Bindungswir-kung beschreibt, dass die gleichzeitige Nutzung mehrerer Medien die Agenda-Effekte abschwächen kann, es sei denn, es besteht eine hohe Übereinstimmung in der Berichterstattung. Schließ-lich besagt die Kontextwirkung, dass direkte persönliche Erfahrungen einen stärkeren Einfluss auf die Wahrnehmung eines Themas haben als die von den Medien gesetzte Agenda (Bonfadelli & Friemel, 2017, S.185).

Diese Arbeit konzentriert sich auf den Themenschwerpunkt Sexismus und dessen Wirkung auf Rezipient:innen. Da es sich um ein gesamtgesellschaftliches Problem handelt, ist es entschei-dend, dass Berichterstattung nicht zu Resignation, sondern zu Handlungsbereitschaft führt. Um Sexismus langfristig einzudämmen, muss die journalistische Verantwortung darin bestehen, nicht nur Probleme aufzuzeigen, sondern auch Möglichkeiten zur Veränderung anzubieten. Dies entspricht einer verantwortungsbewussten Berichterstattung, die sich aktiv an der Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beteiligt.

2.3 Sexismus

2.3.1 Die Frauenbewegung im Journalismus

Ausschlaggebend für die Thematisierung von Sexismus im Journalismus ist das gesell-schaftliche System des Patriarchats, das historisch von männlicher Herrschaft in sozialen Be-ziehungen geprägt ist (Millett, 1977). Der Begriff Patriarchat unterliegt jedoch einem stetigen Wandel und bietet keine endgültigen Antworten, da er sich je nach gesellschaftlichem Kontext und Lebensbereich unterschiedlich manifestiert (Cyba, 2021, S.21).

Die Frauenbewegung im deutschsprachigen Raum entwickelte in den 1970er-Jahren eine erste Antwort auf dieses strukturelle Problem. Erstmals wurden damals durch Journalistinnen und feministische Initiativen stereotype Frauenbilder in den Medien kritisch hinterfragt (Cyba, 2021, S.738). Damit wurde der Grundstein für weiterführende Debatten über die mediale Re-präsentation der Geschlechter gelegt.

Allerdings zeigte sich innerhalb der feministischen Anliegen auch eine ambivalente Berichterstattung. Während auf der einen Seite positiver über die Aktivitäten der Frauenbewegung berichtet wurde (Mendes, 2011), kamen gleichzeitig genderspezifische Framings zum Einsatz, die darauf abzielten, die Anliegen der Bewegung durch journalistische Strategien als illegitim darzustellen (Barker-Plummer, 2010). Historisch betrachtet wurden Forderungen nach Gleichberechtigung in den Medien häufig abgewertet, um sie als abnormal oder trivial erscheinen zu lassen (Geiger, 2002b, S.110–114).

Auch über die Jahrzehnte hinweg zeigt sich in der medialen Berichterstattung eine Darstellungsweise, die feministische Forderungen – und damit auch den Kampf gegen Sexismus – delegitimieren möchte (Schmincke, 2013). Dennoch hat sich eine zunehmende „Vermainstreamung“ bestimmter feministischer Themen vollzogen. Diese werden jedoch häufig individualistisch statt kollektiv dargestellt, wodurch strukturelle Probleme weiterhin nur begrenzt in den Fokus rücken (Mendes, 2012).

2.3.2 Sexismus in den Medien

Eine Sexismus-Debatte zu führen setzt voraus, dass Einigkeit darüber besteht, was unter Sexismus verstanden wird. In der Realität ist es jedoch schwierig, eine allgemeingültige Definition zu finden, da der Begriff auf einem individuellen Bedeutungshorizont basiert (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2017, S.8).

Allgemein lässt sich festhalten, dass Sexismus ein „[...] Sammelbegriff für verschiedene Formen der Übergriffigkeit und Herabwürdigung des anderen Geschlechts [...]“ ist (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2017, S.8).

Die mediale Darstellung – und damit auch die journalistische Berichterstattung – trägt maßgeblich dazu bei, wie das Thema Sexismus behandelt und aufgebrochen werden kann (Thiele, 2023, S.152).

„Mittels Sprache wird Wirklichkeit konstruiert“ (Schuegraf, 2023, S.659).

Daher beeinflusst die Berichterstattung über Sexismus maßgeblich die wahrgenommene Realität des Problems.

Obwohl Sexismus ein strukturelles und alltägliches Problem darstellt, wird es in den Medien häufig noch auf Einzelfälle reduziert (Kornemann, 2018, S.387). Wenn der Diskurs auf diese Weise geführt wird, ist es für den Journalismus herausfordernd, den Rezipient:innen zu vermitteln, dass es sich um ein gesamtgesellschaftliches Problem handelt, welches kollektiv gelöst werden muss. Zudem orientiert sich der traditionelle Journalismus häufig an etablierten Nachrichtenfaktoren, was es zusätzlich erschwert, die Komplexität des Problems angemessen zu erfassen (Kornemann, 2018, S.362).

Eine weitere Herausforderung besteht darin, dass der Journalismus nicht nur durch die Art und Weise, wie über Sexismus berichtet wird, herausgefordert ist, sondern dass das Berufsfeld selbst sexistische Strukturen aufweist. Zwar hat sich die Zahl der Frauen im Journalismus historisch betrachtet deutlich erhöht (Chambers et al., 2004, S.2), dennoch kann nicht von einem gleichberechtigten Berufsfeld gesprochen werden. Die Rede ist von der gläsernen Decke („glass ceiling“) (Keil & Dorer, 2019), die Frauen daran hindert, in Führungspositionen aufzusteigen und noch immer besteht. Sie sind weiterhin in der Minderheit in Top-Management-Positionen und werden von wichtigen Entscheidungspositionen ferngehalten – jenen Positionen, die letztlich darüber bestimmen, welche Themen der Öffentlichkeit präsentiert werden.

Bereits Anfang der 2000er hat der zunehmende öffentliche Diskurs über Sexismus in den Medien dazu geführt, dass das Thema oft als Teil der sogenannten „feminine news“ (dt.: Frauen-nachrichten) kategorisiert wurde (Chambers et al., 2004, S. 3). Innerhalb der Sexismus-Debatte spielen zahlreiche Themen eine Rolle, darunter die Ungleichheit der Geschlechter, der Geschlechterdualismus, stereotype Darstellungen, Schuldzuweisungen und normative Aussagen – all diese Aspekte werden auch im journalistischen Kontext immer wieder verhandelt (Kornemann, 2023, S.385). Finden diese Themen im öffentlichen Diskurs statt, muss mit einer Welle an hasserfüllten Reaktionen gerechnet werden, welche im Spannungsfeld der Geschlechterfrage immer wieder auftauchen (Ganz & Meßmer, 2015). Dabei reicht das Spektrum der Äußerungen von „(...) Mansplaining, Trolling oder auch Hate Speech, also Beschimpfungen, Abwertungen, Einschüchterungen und Gewaltfantasien(...)“ (Ganz & Meßmer, 2015, S.61). Diese Reaktionen können dazu führen, dass Journalist:innen, welche sich diesen Themen annehmen, aufgrund von Angst vor Hass und Gewalt aus dem öffentlichen Diskurs zurückziehen, was Folgen für das Bild der freien Meinungsäußerung mit sich zieht (Ganz, 2013).

Aktuell zeigen sich widersprüchliche Entwicklungen in der Sprache und Geschlecht. Einerseits werden veränderte sprachliche Praktiken und das Hinterfragen von Geschlechternormen

gefördert. Andererseits bestehen heftige Widerstände, die an bestehenden Normen festhalten, was derzeit besonders in politischen und medialen Debatten zum Vorschein kommt (Dorer et al., 683).

Diese Art der Berichterstattung kann dabei zusätzlich zu Verhärtungen und Demotivation führen. Einerseits könnten sich Männer durch die Täterrolle, die ihnen zugeschrieben wird, vom feministischen Diskurs ausgeschlossen fühlen – insbesondere dann, wenn sie mit stereotypen Darstellungen konfrontiert werden, die sie pauschal als Täter sexistischer Unterdrückung darstellen, ohne Möglichkeiten der Selbstreflexion und Verbesserung aufzuzeigen (Pleasants, 2011). Andererseits kann eine solche Berichterstattung bei Frauen ein Gefühl der Ohnmacht hervorrufen, wenn ihnen wiederholt die Opferrolle zugeschrieben wird. Dies könnte suggerieren, dass Frauen ausschließlich als schutzbedürftige Opfer existieren und keine andere Position einnehmen können (Lünenborg & Röser, 2012).

In diesem Diskurs ist es daher besonders wichtig, Männern die Möglichkeit zu bieten, sich ohne Schuldzuweisung mit dem Thema auseinanderzusetzen. Deshalb sollten Denkanstöße vermittelt werden, die dazu beitragen, Einstellungen und Verhaltensweisen so zu verändern, dass sexistische Strukturen langfristig abgebaut werden können (Flood, 2011).

„Thus, to make progress toward eliminating violence against women, we will need to change men—men’s attitudes, behaviors, identities, and relations.“ (Flood, 2011, S.359).

2.3.3 Wahrnehmung von Sexismus innerhalb der Gesellschaft

Sexismus repräsentiert die unterste Stufe der Gewaltpyramide gegen Frauen (Johannes Bischof Institut, 2020). Diese Theorie zeigt auf, dass Gewalt gegen Frauen auf verschiedenen Ebenen existiert. Bereits frauenfeindliche Haltungen und diskriminierende Sprache können den Anfang einer Eskalationsspirale bilden, die im schlimmsten Fall in Femizid endet. Damit wird deutlich, dass sexistisches Verhalten, das in der Gesellschaft oft als „normal“ oder „unwichtig“ abgetan wird, schwerwiegende langfristige Konsequenzen haben kann.

Um einen Überblick darüber zu erhalten, in welchem Ausmaß das Problem Sexismus in Österreich verankert ist, wurde eine Prävalenzstudie von Eurostat und dem Bundeskanzleramt in Auftrag gegeben (Statistik Austria, 2021).

Die Studie kam zu folgenden Ergebnissen: In 98 % der Fälle wird sexualisierte Gewalt von Männern ausgeübt. Zudem sind 90 % der verurteilten Täter von Gewaltverbrechen in Österreich männlich. Jede dritte Frau erlebt im Laufe ihres Lebens körperliche und/oder sexuelle Gewalt, und jede vierte Frau ist am Arbeitsplatz sexueller Belästigung ausgesetzt. In partnerschaftlichen Beziehungen erfährt jede sechste Frau körperliche und/oder sexuelle Gewalt (Statistik Austria, 2021).

Eine österreichweite Umfrage zu Diskriminierungserfahrungen im Jahr 2020 ergab, dass hochgerechnet 1,3 Millionen Frauen – also 46 % aller Frauen in Österreich – angaben, sich aufgrund ihres Geschlechts in mindestens einem Bereich diskriminiert zu fühlen (Arbeiterkammer Wien, 2020). Eine weitere Umfrage der Arbeiterkammer Wien aus dem Jahr 2018 kam zu ähnlichen Ergebnissen: 46% der Frauen in Österreich berichteten, in den letzten drei Jahren aufgrund ihres Geschlechts in den Bereichen Arbeit, Wohnen, Gesundheit oder Bildung diskriminiert worden zu sein (Arbeiterkammer Wien, 2018). Im Vergleich dazu lag dieser Anteil bei Männern lediglich bei 1%.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Sexismus noch immer ein tief strukturell verankertes Problem ist, das dringend behandelt werden muss. Nach wie vor sind es vor allem Frauen, die unter Sexismus leiden, und vor allem Männer, die diese Gewalt ausüben.

Simone de Beauvoir schrieb bereits vor mehr als 70 Jahren in ihrem Werk „Das andere Geschlecht“:

"It is difficult for men to measure the enormous extent of social discrimination that seems insignificant from the outside and whose moral and intellectual repercussions are so deep in woman that they appear to spring from an original nature." (Beauvoir, 1949, S. 14–15).

Dieser Gedanke verdeutlicht mehrere Kernprobleme der Geschlechterdiskriminierung. Erstens wird die Diskriminierung von Frauen in der Gesellschaft häufig nicht als Problem wahrgenommen – insbesondere nicht von Männern. Zweitens hat diese Diskriminierung erhebliche negative Konsequenzen für Frauen. Da sie jedoch als eine Art „natürlicher Zustand“ wahrgenommen wird, wird sie von vielen Frauen nicht einmal als Diskriminierung erkannt (Diskriminierungserfahrungen von Frauen in Österreich, 2019, S.8).

Daraus ergibt sich bereits die erste große Herausforderung: Sexismus überhaupt als Problem zu erkennen – unabhängig vom Geschlecht der betroffenen Person. Eine repräsentative Befragung

in Österreich aus dem Jahr 2018 ergab, dass nur 30 % der Befragten an eine Diskriminierung aufgrund des Geschlechts glaubten.

Die niedrige Wahrnehmung dieses Problems unter Männern lässt sich dadurch erklären, dass sie selbst seltener von geschlechtsspezifischer Diskriminierung betroffen sind und ihr Bewusstsein für dieses Problem daher weniger ausgeprägt ist (Baumann et al., 2018). Der sogenannte „blinde Fleck“ bei Frauen hingegen kann durch einen Gewöhnungseffekt erklärt werden (Zick, 2011). Wer bereits seit der Kindheit Diskriminierung aufgrund des Geschlechts erfährt, nimmt diese im weiteren Leben oft nicht mehr bewusst als Diskriminierung wahr. Dies betrifft insbesondere Formen des Alltagssexismus, die zunehmend als „normale“ gesellschaftliche Gegebenheit akzeptiert werden (El-Mafaalani, 2017).

Beigang (2017, S.20) beschreibt in einer Studie zu Diskriminierungserfahrungen in Deutschland, dass Frauen, die täglich mit sexualisierten Kommentaren konfrontiert werden, diese nach einer gewissen Zeit nicht mehr als Diskriminierung wahrnehmen.

Ein weiteres Problem in der Sexismus-Debatte ist die mangelnde Sensibilität gegenüber Sexismus. Diese resultiert oft aus einem fehlenden Bewusstsein für das Problem (Baumann et al., 2018). Studien zeigen jedoch, dass eigene Diskriminierungserfahrungen das Bewusstsein für diskriminierendes Verhalten erhöhen (Supik, 2018).

Die Forschungsergebnisse verdeutlichen eine offensichtliche Diskrepanz: Während individuelle Diskriminierungserfahrungen die Sensibilität für das Problem erhöhen, führt der Gewöhnungseffekt bei regelmäßig erlebtem Sexismus dazu, dass Betroffene die Diskriminierung mit der Zeit weniger wahrnehmen.

Aufgrund der uneinheitlichen gesellschaftlichen Reaktion auf Sexismus muss abschließend festgehalten werden, dass es sich unabhängig von individuellen Wahrnehmungen um ein strukturelles Problem handelt, das gelöst werden muss.

Die Medien spielen dabei eine zentrale Rolle: Sie haben die Möglichkeit, kontinuierlich Bewusstsein für dieses Problem zu schaffen und so möglichst viele Menschen zur aktiven Bekämpfung von Sexismus zu motivieren. Die Art und Weise, wie über Sexismus berichtet wird, beeinflusst maßgeblich die öffentliche Wahrnehmung und die individuelle Positionierung zu diesem Thema.

2.4 Überleitung zur Forschungsfrage

Aus den gewonnenen Erkenntnissen und dem Forschungsstand zu konstruktivem Journalismus und dem nach wie vor vorherrschenden Sexismusproblem innerhalb der Gesellschaft und in den Medien, leitet sich im Folgenden folgende Forschungsfrage ab:

Wie wirken unterschiedliche Berichterstattungsstile über Sexismus auf die Rezipient:innen, insbesondere konstruktive im Vergleich zur traditionellen Berichterstattung?

Auf Grundlage der zuvor erläuterten Theorie ergeben sich dahingehend drei Variablen, die in diesem Zusammenhang genauer erforscht werden. Die Wirkung der Berichterstattungsstile konzentriert sich in dieser Arbeit auf die emotionale Reaktion der Rezipient:innen auf den Bericht, welche vor und nach der Rezeption gemessen wird, auf die Handlungsbereitschaft der Proband:innen, selbst gegen Sexismus aktiv werden zu wollen. Zuletzt wird die Einstellung gegenüber Feminismus nach dem Lesen der Berichte bei den Proband:innen gemessen.

Anhand dieser Variablen ergeben sich folgende Hypothesen für die Forschung:

Emotionale Reaktion

H1: Rezipient:innen, die den konstruktiven Bericht lesen, zeigen stärkere positive Emotionen als diejenigen, die den traditionellen Bericht lesen.

H1a: Die traditionelle Berichterstattung führt zu stärkeren negativen Emotionen nach dem Lesen.

H1b: Die konstruktive Berichterstattung führt zu stärkeren positiven Emotionen nach dem Lesen.

Auf Grundlage der Theorie nach Bonfadelli und Friemel (2017) hängt die emotionale Reaktion der Rezipient:innen stark von der Art, wie ein Thema aufbereitet wird, ab. Demnach wird in dieser Studie davon ausgegangen, dass Rezipient:innen, welche einen traditionellen Bericht lesen, in dem die Problematik von Sexismus im Vordergrund steht und keine Lösungen präsentiert werden, zu negativen Emotionen nach dem Lesen führen. Andererseits plädiert der Ansatz des konstruktiven Journalismus dafür, dass Rezipient:innen eine optimistischere Wahrnehmung des Themas haben, da sie mit Lösungsansätzen bezüglich Sexismus in Kontakt kommen und positivere Emotionen daraufhin geweckt werden können (Glydensted, 2015).

Handlungsbereitschaft

H2: Im Vergleich zum traditionellen Bericht zeigen Rezipient:innen, die den konstruktiven Bericht lesen, eine höhere Handlungsbereitschaft.

H2a: Rezipient:innen, die den konstruktiven Text lesen, zeigen eine höhere Handlungsbereitschaft.

H2b: Rezipient:innen, die den traditionellen Text lesen, zeigen eine geringere Handlungsbereitschaft.

Wie bereits in der Selbstwirksamkeitstheorie von Bandura (1977) erläutert, trägt die Art der Berichterstattung maßgeblich dazu bei, wie Rezipient:innen einen Text wahrnehmen und wie er auf diese wirkt. Durch den positiven Ton und die präsentierten Lösungsansätze in der konstruktiven Berichterstattung über Sexismus, kann die Bereitschaft, selbst aktiv werden zu wollen, erhöht werden. Im Vergleich zur konstruktiven Berichterstattung kann die traditionelle Art der Berichterstattung zu einem Gefühl der Ohnmacht und Angst bei den Rezipierenden führen (McIntyre & Gyldensted, 2017), wodurch im Weiteren keine Handlungsbereitschaft ausgelöst werden kann. Durch den pessimistischen Unterton und das Ausbleiben von Lösungen, kann das Vertrauen der Rezipient:innen in die eigene Wirksamkeit für das Lösen des Problems Sexismus untergraben werden, wodurch sich ein Gefühl der Machtlosigkeit beim Lesenden einstellen kann.

Einstellung gegenüber Feminismus

H3: Rezipient:innen, die den konstruktiven Bericht lesen, zeigen eine positivere Einstellung gegenüber Feminismus als diejenigen, die den traditionellen Bericht lesen.

H3a: Die konstruktive Berichterstattung fördert eine positivere Einstellung gegenüber Feminismus.

H3b: Die traditionelle Berichterstattung beeinflusst die Einstellung gegenüber Feminismus nicht oder leicht negativ.

Wie bereits in der Theorie erläutert, ist die Einstellung von Menschen ein langer Lernprozess, welchen Medien mitbeeinflussen (Bandura, 2001). Nach der sozial-kognitiven Lerntheorie von Bandura sind Menschen im Informationsempfang nicht nur passive Empfänger:innen dieser,

sondern verarbeiten und bewerten diese schließlich auch aktiv (Bandura, 2001). Die Hypothesen werden durch Konzepte der Medienwirkungsforschung gestützt, welche verdeutlichen, dass die mediale Darstellung von Sexismus die Wahrnehmung und Bewertung des Themas beeinflussen kann. Inhalte, deren Aussagen positive Botschaften vermitteln, können Einstellungen stärker beeinflussen als rein sachliche Informationen (Petty & Cacioppo, 1986). Im Zusammenhang mit konstruktivem Journalismus kann dieser durch lösungsorientierte und hoffnungsvolle Berichterstattung positiv dazu beitragen, dass Menschen eine positivere Einstellung zu Feminismus haben, als der traditionelle Journalismus, welcher durch problemorientierte Berichterstattung, die sich auf Konflikte konzentriert, eher zu einer negativen Einstellung oder Abwehrmechanismen in den Rezipient:innen führt (Jonas et al., 2014).

Die Relevanz, diesen Hypothesen nachzugehen, äußert sich darin, dass Themen wie Sexismus und Feminismus weiterhin ein spannungsgeladenes und polarisierendes Thema innerhalb der Gesellschaft darstellen. Die Berichterstattung darüber bringt Konsequenzen mit sich, wie die öffentliche Wahrnehmung diesbezüglich beeinflusst wird. Eine traditionelle Berichterstattung kann das Thema zusätzlich als kontrovers und polarisierend darstellen, was die Bereitschaft der Bevölkerung, je nach persönlicher Relevanz und Wichtigkeit, feministische Anliegen zu unterstützen, mindern kann.

Konstruktiver Journalismus hingegen hebt Lösungen und gesellschaftlichen Fortschritt hinsichtlich dieser Thematik in den Vordergrund. Aufgrund dessen hat diese Art der Berichterstattung das Potential, positivere Einstellungen zu fördern und dementsprechend auch die Bereitschaft der Bevölkerung, sich gegen Geschlechterdiskriminierung einzusetzen.

3. Methode

In diesem Kapitel wird die Methodik der Untersuchung genauer beschrieben. Um einen tieferen Eindruck des Forschungsvorgehens zu erhalten, werden in diesem Kapitel das Design, das Vorgehen und Prozedere, die Stichprobe und die Messinstrumente beschrieben, sowie anschließend die Datenanalyse durchgeführt.. Ziel ist es, durch einen quantitativen Ansatz die Unterschiede in der Wirkung von zwei unterschiedlich aufbereiteten journalistischen Texten (konstruktiv oder traditionell) zum Thema Sexismus auf die Rezipient:innen systematisch zu erfassen.

3.1 Design

In dieser Studie wird untersucht, wie der konstruktive Journalismus im Vergleich zum traditionellen Journalismus die Wahrnehmung von Rezipient:innen auf die Berichterstattung über Sexismus und geschlechterbezogenen Machtmissbrauch beeinflusst.

Dazu wird ein Experiment in Form einer Online-Studie durchgeführt, um eine möglichst große Anzahl an Teilnehmenden zu gewinnen. Die Studie wurde mit SoSci Survey realisiert, um einen Fragebogen zu erstellen. Die Wahl eines Online-Experiments basiert auf früheren Studien, die sich mit der Wirkung von konstruktivem Journalismus auf Rezipient:innen befasst haben und ebenfalls auf Online-Experimente zurückgegriffen haben (McIntyre, 2015; Curry & Hammonds, 2014).

Aufgrund der gewählten Methodik des between-subjects Designs können kausale Zusammenhänge untersucht und nachgewiesen werden. Ein Experiment eignet sich in diesem Fall besonders gut, um die Wirkung zweier Stimuli (konstruktiver Bericht vs. traditioneller Bericht) gezielt und getrennt voneinander zu analysieren und ihren Einfluss auf die abhängigen Variablen emotionale Reaktion, Handlungsbereitschaft und Einstellung zu messen (Bortz & Döring, 2006).

Das durchgeführte Experiment ist eine Querschnittsstudie im Feld, die eine isolierte Betrachtung und Analyse der Reaktionen der Proband:innen auf unterschiedlich aufbereitete Texte ermöglicht.

Ein Vorteil dieser Methodik liegt in der hohen Kontrollierbarkeit des Studiengegenstands, da die Vergleichsgruppen klar definiert sind und die Teilnehmer:innen jeweils nur einer Bedingung ausgesetzt werden. Dadurch wird zudem ein Reihenfolgeeffekt minimiert. Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass Störvariablen, die in einem Online-Experiment nicht vollständig eliminiert werden können, durch zufällige Zuweisung gleichmäßig verteilt werden. Dadurch wird die interne Validität der Studie erhöht (Brosius et al., 2022, S. 246).

Zusätzlich kann durch die Online-Erhebung auch die externe Validität gesteigert werden. Da journalistische Artikel häufig auf digitalen Endgeräten und in alltäglichen Situationen konsumiert werden, schafft die Erhebung eine realitätsnahe Umgebung für die Teilnehmenden (Brosius et al., 2022, S. 247).

Ein Nachteil dieser Methode besteht in der geringen Kontrollierbarkeit des Umfelds, in dem die Teilnehmer:innen die Studie durchführen. Dies kann das Antwortverhalten sowie die Aufmerksamkeit beeinflussen und stellt eine Störvariable dar, die in dieser Studie nicht vollständig berücksichtigt werden kann.

Zudem besteht die Gefahr, dass einige Teilnehmende, obwohl sie den Attention Check korrekt beantworten, die Texte nicht aufmerksam genug gelesen haben. Ebenso können individuelle Vorerfahrungen die subjektive Wahrnehmung der Berichterstattung beeinflussen und somit die Interpretation der Ergebnisse erschweren (Bortz & Döring, 2006). Ein weiterer Nachteil ist die eingeschränkte Generalisierbarkeit der Ergebnisse, da die Studie hauptsächlich über soziale Medien verbreitet wurde. Dadurch werden überwiegend digital affine Personen erreicht, was zu einer Verzerrung der Stichprobe führen kann (Reips, 2002).

Trotz der genannten Limitationen überwiegen die Vorteile des gewählten Studiendesigns, insbesondere die Möglichkeit, kausale Effekte bei einer großen Stichprobe zu untersuchen. Die Nachteile wurden durch Pretests und Attention Checks bestmöglich reduziert.

Da der konstruktive Journalismus und seine Wirkung auf Rezipient:innen bislang nur begrenzt erforscht wurden – insbesondere im Zusammenhang mit journalistischen Texten über Sexismus – trägt diese Studie dazu bei, die Reaktionen von Rezipient:innen besser zu verstehen. Sie liefert zudem wertvolle Implikationen für die journalistische Praxis und die zukünftige Gestaltung der Berichterstattung.

3.2 Vorgehen & Prozedere

Um sicherzustellen, dass der Fragebogen für die Teilnehmer:innen klar verständlich ist und einwandfrei funktioniert, wurden mehrere Pretests mit Freund:innen und Verwandten durchgeführt, um Feedback bezüglich Texte und Fragebogenverständlichkeit einzuholen, um eventuelle Änderungen an dem Fragebogen vorzunehmen. Wie bereits in der Studie von Curry und Hammonds (2014), in welcher die Autoren drei Nachrichtenbeiträge, jeweils mit oder ohne Lösung, den Rezipient:innen präsentierten, und diese daraufhin den Text als lösungsorientiert oder nicht bewerten sollten, wurde auch in dieser Studie mittels mündlicher Befragung im Bekannten- und Freundeskreis ein Pretest durchgeführt, in welchem die befragten Personen gebeten wurden, festzustellen, ob sie soeben einen Text mit oder ohne Lösungen gelesen hatten. Auf Grundlage der eindeutigen Antworten des Umfelds, wurden beide Texte als eindeutig „mit

„Lösung im Text“ und „ohne Lösung im Text“ eingeordnet. Nachdem daraufhin weitere Rückmeldungen eingeholt wurden, dass der Fragebogen einwandfrei funktioniert und klar verständlich ist, konnte die eigentliche Befragung starten und am 03.11.24 ins Feld gehen.

Zu Beginn des Fragebogens wurde der/die Teilnehmer:in darüber aufgeklärt, dass es sich um eine wissenschaftliche Studie handelt, welche sich mit der Wirkung von unterschiedlichen Berichterstattungsstilen über Sexismus auf die Rezipient:innen befasst. Nach kurzer Aufklärung über die Rechte des/r Teilnehmers/Teilnehmerin, wurde um eine Einwilligung seitens des/r Teilnehmers/Teilnehmerin gebeten, um an dieser Studie teilnehmen zu können. Daraufhin wurde der/die Teilnehmer/in gebeten, auf einer fünfstufigen Likertskaala von „gar nicht“ bis „sehr“ anzugeben, wie stark er/sie folgende Emotionen im Moment empfindet. Danach erfolgte ein Hinweis, welcher den/die Teilnehmer:in darauf hinweist, dass im Folgenden ein journalistischer Bericht erscheint, welcher bitte aufmerksam vollständig und wenn möglich in einer ruhigen Umgebung gelesen werden soll, da daraufhin Fragen dazu gestellt werden.

Im Folgenden wurden die Proband:innen nach Zufallsprinzip durch Einbau einer Filterfunktion der Randomisierung einem der beiden Texte zugeordnet, welcher dann präsentiert wurde. Um zu testen, ob der zuvor gelesene Text auch wirklich aufmerksam studiert wurde, wurde direkt im Anschluss an den Text ein jeweiliger Attention Check durchgeführt. Hierbei wurden die Proband:innen bezüglich des Inhalts des Textes befragt, indem sie eine inhaltliche Frage mit vier Antwortmöglichkeiten gestellt bekamen, welche sie auswählen konnten.

Daraufhin wurden die Teilnehmer:innen wieder gebeten, ihre Emotionen, welche sie im Moment nach dem Lesen des Textes verspüren, auf der bereits erwähnten Skala mitzuteilen. Danach wurde die Variable „Handlungsbereitschaft“ abgefragt, indem die Teilnehmer:innen den folgenden acht Aussagen auf einer fünfstufigen Likertskaala zustimmen oder nicht zustimmen konnten. Des Weiteren wurden die Proband:innen bezüglich ihrer Einstellung zum Thema Feminismus befragt. Hierbei konnten sie ebenfalls auf einer fünfstufigen Likertskaala von „Stimme gar nicht zu“ bis „Stimme voll zu“ den zehn Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen. Zuletzt wurden die Teilnehmer:innen gebeten, anzugeben, wie Sie Ihr Wissen und Ihre persönliche Sensibilität in Bezug auf gesellschaftliche Themen wie Geschlechtergerechtigkeit und Sexismus einschätzen würden. Auch diese Einschätzung wurde mittels einer fünfstufigen Likertskaala von „Sehr gering“ bis „Sehr ausgeprägt“ ermittelt.

Zum Schluss wurden die demografischen Daten der Teilnehmer:innen abgefragt, welche das Alter, das Geschlecht und den Bildungsstand der Personen umfassten. Danach wurde das Ende des Fragebogens erreicht und darüber aufgeklärt, dass die soeben gelesenen Texte aus keiner Zeitung stammen und selbst erstellt wurden. Bei Rückfragen wurde die E-Mail der Studienleiterin angeführt, an welche man sich wenden kann. Nach der Information, dass man noch auf „Weiter“ klicken muss, damit die Daten gespeichert und der Fragebogen abgeschlossen wurde, endete der Fragebogen.

Der Befragungszeitraum der Onlinestudie umfasste 28 Tage und endete am 25.11.2024.

3.3 Stimulusmaterial

Die Texte, um die es in der Studie geht, wurden teilweise selbst geschrieben und teilweise mithilfe von ChatGPT unterstützt. Dabei wurde sich an Literatur und Leitfäden orientiert, die ergründet, welche Bedingungen für konstruktiven und traditionellen Journalismus gelten. Diese wurden dann so gut es geht in den Text implementiert. Aufgrund der Wahl eines Online-Experiments, bei welchem die Aufmerksamkeit der Proband:innen nicht kontrolliert werden kann, wurde kein längerer Bericht in Form einer Reportage entwickelt, welche sich laut Ratgeberliteratur besonders gut für konstruktiven Journalismus eignet (Medium Magazin & Gleich, 2016, S.4), sondern ein kürzerer Bericht.

Die Texte, welche für die Studie entwickelt wurden, unterlagen den Kriterien, die beide Ansätze deutlich widerspiegeln. Dabei wurde darauf geachtet, dass sie sich vom strukturellen Aufbau und Umfang ähnlich sind, um einer Verzerrung vorzubeugen. Demnach ergaben sich mehrere Merkmale für die Texte, auf die sich daraufhin beim Erstellen konzentriert wurde. Fokus, Perspektive, Ton, Sprache und Ziel des Berichts. Die Leitlinien dieser Merkmale basieren auf wissenschaftlichen Arbeiten, die sich mit traditionellem und konstruktivem Journalismus auseinandergesetzt haben (Glydensted, 2015; McIntyre & Glydensted, 2017; Haagerup, 2020).

Der Fokus des konstruktiven Berichts lag auf Lösungsansätzen und Fortschritt, während sich der des traditionellen Berichts auf Probleme und Missstände konzentrierte. Im konstruktiven Bericht wurde eine zukunftsorientierte Perspektive eingenommen, welche sich mit konkreten Erfolgsbeispielen in der Realität auseinandersetzt und Maßnahmen, die gegen das Problem ergriffen werden, nennt. Der traditionelle Bericht hingegen orientiert sich an Fakten, die das

Problem mit sich bringt, und nennt keine konkreten Handlungsoptionen. Der Ton des konstruktiven Berichts ist eher positiv und schenkt Hoffnung, während der des traditionellen eher negativ und problemorientiert ist. Die Sprache des konstruktiven Textes soll inspirierend und aktivierend klingen, während die des traditionellen eher sachlich und potenziell resignierend scheint. Zuletzt ist das allgemeine Ziel des konstruktiven Berichts eine Aktivierung und Motivation im Lesenden auszulösen, während das Ziel des traditionellen Textes Aufklärung über das Problem in den Mittelpunkt stellt.

Die Validität der Texte basiert auf diesen Leitfäden, welche die wichtigsten Merkmale der Ansätze abdecken. Es wurde darauf verzichtet, zusätzlich eine Inhaltsanalyse der Texte durchzuführen, da die wissenschaftlichen Leitlinien als ausreichend empfunden wurden, um die Texte als valide Stimuli anzusehen. Außerdem hat der Pretest, in welchem die Wahrnehmung der Texte ausreichend abgefragt wurde, zusätzlich geholfen, um die Validität zu sichern. In dieser Studie geht es vor allem um die Reaktion und Wirkung der Texte auf die Rezipient:innen, weshalb eine noch genauere Betrachtung der Berichte nur als sinnvoll für die Aussagekraft der Studie erachtet worden wäre, wenn die Länge der Texte eher einer Reportage geglichen wären, was in dieser Studie nicht der Fall war.

3.4 Stichprobe

Insgesamt wurde der Link des Fragebogens 414mal aufgerufen, als gültige Interviews wurden 280 ausgewertet, welche die Befragung bis zur letzten Seite ausgeführt haben. Im Pretest wurde der Fragebogen 10mal von Freund:innen durchgeführt, um den reibungslosen Ablauf des Fragebogens und die korrekte Filterzuteilung zu testen. Durch den Attention Check nach dem Lesen der Texte wurden weitere Personen von der Analyse ausgeschlossen, um einen eindeutigen Datensatz vorliegen zu haben, bei dem sichergestellt werden kann, dass die Proband:innen den Text aufmerksam bis zum Schluss durchgelesen haben. Somit wurde aus der Gruppe, welche den traditionellen Bericht gelesen haben, 33 Personen durch den Attention Check von der Analyse ausgeschlossen. Bei der Gruppe des konstruktiven Berichts waren es 2 Personen. Somit ergeben sich für die Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ 123 Personen, für die Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ 122 Personen. Insgesamt liegt damit eine Gesamtstichprobe von 245 Proband:innen für diese Studie vor.

Das Alter der Gruppe „Konstruktiver Bericht“ (im Folgenden mit Gruppe KB abgekürzt) beträgt im Mittelwert 31,52 mit einer Standardabweichung von 14,051. In Gruppe „Traditioneller Bericht“ (im Folgenden mit Gruppe TB abgekürzt) beträgt der Mittelwert 30,32 mit einer Standardabweichung von 11,608. Das Geschlecht der Stichprobe ist bei Gruppe KB ist zu 70,5% weiblich, zu 29,5% männlich. In Gruppe TB ist das Geschlecht zu 69,9% weiblich, zu 26% männlich. Eine Person ist in dieser Gruppe nonbinär (0,8%), 3 divers (2,4%) und eine weitere Person möchte keine Angabe machen (0,8%). Der höchste Bildungsstand der Gruppe KB lautet wie folgt: 36,1% haben einen Bachelorabschluss, 32% Abitur, 11,5% Masterabschluss, 6,6% Fachabitur, 4,9% Staatsexamen, 4,1% eine Berufsausbildung, 3,3% einen Realschulabschluss und 1,6% einen Doktortitel. Bei Gruppe TB lautet der höchste Bildungsstand wie folgt: 45,5% haben einen Bachelorabschluss, 23,6% Abitur, 19,5% einen Masterabschluss, 3,3% einen Realschulabschluss, 2,4% jeweils Fachabitur, eine Lehre oder das Staatsexamen. 0,8% hat einen Doktortitel.

Ebenfalls wurden das Wissen und die allgemeine Sensibilität in Bezug auf gesellschaftliche Themen wie Geschlechtergerechtigkeit und Sexismus bei den befragten Personen abgefragt. Hierbei ergab sich in Gruppe TB ein Mittelwert von 3,71 und bei Gruppe KB ein Mittelwert von 3,99 auf einer fünfstufigen Likert-Skala. Bei Gruppe TB gaben 48,4% an, ein eher ausgeprägtes Wissen zu haben, 32,8% ein mittelmäßiges, 13,9% ein sehr ausgeprägtes und 4,9% ein eher geringes Wissen. Bei Gruppe KB waren es 49,6%, die angaben, ein eher ausgeprägtes Wissen zu haben, 26,8% ein sehr ausgeprägtes, 19,5% ein mittelmäßiges und 4,1% ein eher geringes Wissen in Bezug auf gesellschaftliche Themen wie Geschlechtergerechtigkeit.

Damit ähneln sich die Gruppen in ihren soziodemografischen Daten und eignen sich, um einen ausgewogenen Vergleich zwischen den Gruppen anstellen zu können.

Tabelle 1

Gruppe: Konstruktiver Bericht

Deskriptive Statistik

Gender	n	%

Frau	86	70,5%
Mann	36	29,5%
Alter		
Unter 20	9	7,4%
20-30	84	68,9%
30-40	2	1,6%
40-50	6	4,9%
50-60	13	10,7%
60-70	7	5,7%
Über 70	1	0,8%
Bildungsabschluss		
Realschulabschluss	4	3,3%
Fachabitur	8	6,6%
Abitur	39	32%
Berufsausbildung/Lehre	5	4,1%
Bachelorabschluss	44	36,1%
Masterabschluss	14	11,5%
Staatsexamen	6	4,9%
Promotion/Doktortitel	2	1,6%

Anmerkung: n = 122

Tabelle 2

Gruppe: Traditioneller Bericht

Deskriptive Statistik

	n	%
Gender		
Frau	86	69,9%
Mann	32	26%
Nonbinär	1	0,8%
Divers	3	2,4%
Keine Angabe	1	0,8%
Alter		
Unter 20	7	5,9%
20-30	91	74%
30-40	4	3,3%
40-50	5	4,1%
50-60	13	10,6%
60-70	3	2,4%
Bildungsabschluss		
Realschulabschluss	4	3,3%
Fachabitur	3	2,4%
Abitur	29	23,6%
Berufsausbildung/Lehre	3	2,4%
Bachelorabschluss	56	45,5%
Masterabschluss	24	19,5%
Staatsexamen	3	2,4%

Promotion/Doktortitel	1	0,8%
<hr/>		

Anmerkung: $n = 123$

Die Rekrutierung fand größtenteils über die Social Media Plattformen, Instagram und WhatsApp statt, wobei der Link mehrere Male in meiner Story geteilt wurde. Dieser Link wurde wiederum von Freund:innen geteilt, wodurch sich durch dieses Schneeballsystem in kürzester Zeit ein schneller Zuwachs an Proband:innen festmachen ließ. Daneben wurde der Fragebogen in mehreren Chats auf WhatsApp geteilt und wiederum darum gebeten, diesen unter Freund:innen und Verwandten in ihrem Freundes- und Verwandtenkreis weiterzuleiten. Aufgrund des ressourcenschonenden Verfahrens, welches Zeit und Geld einsparte, wurde diese Methode zur Rekrutierung verwendet. Die sozialen Medien unterstützen zwar das Erreichen verschiedenster Personen mit unterschiedlichen demografischen Hintergründen, jedoch wird dieser Faktor dahingehend eingeschränkt, indem es sich um Follower:innen von mir und meinen Freund:innen handelt, was zu einer gewissen Selektivität führt (Braunecker, 2021, S.68).

3.5 Power Analyse

Die vergleichenden Gruppen haben eine beinah identische Anzahl an Proband:innen. Mit 122 gesammelten Daten für die Gruppe des konstruktiven Berichts und 123 Daten für die Gruppe des traditionellen Berichts wurde eine Power-Analyse durchgeführt, um die statistische Power der Studie zu ermitteln. Laut Cohen (1992, S.157) wird eine mittlere Effektgröße von .5 und ein Signifikanzniveau von .05 als Standard angesehen. Die Ergebnisse der Power-Analyse mit der besagten Anzahl an Teilnehmer:innen, der Effektgröße von .5 und dem Signifikanzniveau von .05 wird eine statistische Power von 80,6% erreicht. Bei den eingegebenen Werten wird eine Mindestgröße von 51 Teilnehmer:innen pro Gruppe erwünscht, wodurch die vorhandene Stichprobe ausreicht, um einen mittleren Effekt zuverlässig zu bestimmen.

3.6 Messinstrumente

Im Folgenden wird genauer auf die verwendeten Variablen und deren Ursprung eingegangen, sowie auch deren Mittelwert, Standardabweichung und Reliabilität (Cronbach's Alpha) berichtet. In dieser Studie wurde die emotionale Reaktion vor und nach dem Lesen gemessen, die Handlungsbereitschaft und die Einstellung zu Feminismus der Proband:innen nur nach dem Lesen gemessen und zuletzt noch die allgemeine Sensibilität gegenüber Themen wie Sexismus und Geschlechterungleichheit, welche bereits berichtet wurde. Um die Zuverlässigkeit der Konstrukte zu gewährleisten, wurden bereits existierende Skalen aus der Forschung verwendet, welche sich als valide erwiesen haben. Diese Variablen sind die abhängigen Variablen in dieser Studie. Die Reliabilität der Messergebnisse, also die Güte der Skala, mit der untersucht werden soll, wie gut sich die Studie replizieren lässt, wurde mittels interner Konsistenz festgestellt. Dazu wurde Cronbach's Alpha herangezogen (Cronbach, 1951). Die Items innerhalb jeder Skala wurden dabei miteinander korreliert, je höher der Wert, der zwischen 0 und 1 liegen kann, desto besser. Für eine Skala sollte nach Cronbach (1951) mindestens ein Alpha von $\alpha = .70$ erreicht werden. Sehr gut wäre mindestens ein Alpha von $\alpha = .80$ zu erreichen, um eine sehr gute Zuverlässigkeit gewährleisten zu können.

Die unabhängigen Variablen dieser Studie sind die Stimuli in Form von zwei unterschiedlich aufbereiteten Texten, der konstruktive und der traditionelle Bericht.

Emotionale Reaktion

Die Variable „Emotionale Reaktion“ basiert auf der „Positive and Negative Affect Schedule (PANAS)“ von Watson et al. (1988). Die deutsche Version der Skala wurde aus dem weit verbreiteten englischsprachigen Instrument entwickelt, um die emotionale Befindlichkeit auf bestimmte Stimuli bei Proband:innen zu messen. Die Skala enthält 10 positive und 10 negative Items, welche für die Studie auf 5 positive und 5 negative Items gekürzt wurde. Die emotionale Reaktion der Proband:innen wurde mit 10 Items auf einer fünfstufigen Likertskala, welche von „gar nicht“ (1) bis „sehr“ (5) reicht, gemessen. Dabei umfasste die Skala 5 positive Items (aktiv, inspiriert, wachsam, stark, interessiert) und 5 negative Items (schuldig, ängstlich, gestresst, verärgert, gereizt). Für die Auswertung der Skala wurde sie in negative und positive Items aufgeteilt und getrennt voneinander betrachtet. Vor dem Lesen des Textes lag die Reliabilität bei den negativen Items hier bei $\alpha = .85$ ($M = 2.1$, $SD = 0.89$). Die Reliabilität bei den

positiven Items lag bei $\alpha = .79$ ($M = 3.02$, $SD = 0.79$). Nach dem Lesen des Textes lag die Reliabilität bei den negativen Items hier bei $\alpha = .85$ ($M = 2.28$, $SD = 0.94$). Die Reliabilität bei den positiven Items lag nach dem Lesen bei $\alpha = .82$ ($M = 2.9$, $SD = 0.83$).

Die Ergebnisse lassen allgemein auf eine gute interne Konsistenz hinweisen. Die Mittelwerte bewegen sich alle in einer mittel ausgeprägten emotionalen Befindlichkeit.

Handlungsbereitschaft

Die Variable „Handlungsbereitschaft“ basiert auf der „Theory of Planned Behavior“, der Theorie des geplanten Verhaltens von Aizen (1999), welche die Handlungsintentionen und die Verhaltensänderungen misst. Dabei wurden die Fragen so verändert, dass sie auf das Thema Sexismus und die Handlungsbereitschaft, gegen Sexismus aktiv zu werden, passen. Die Handlungsbereitschaft der Proband:innen wurde mit 8 Items auf einer fünfstufigen Likertskala, welche von „stimme gar nicht zu“ (1) bis „stimme voll zu“ (5) reicht, gemessen. Dabei wurden Aussagen aufgelistet, denen die Proband:innen zu oder nicht zustimmen konnten (Beispiel: „Ich beabsichtige, mich in Zukunft aktiv gegen Sexismus einzusetzen.“).

Die Reliabilität lag hier bei $\alpha = .84$ ($M = 3.71$, $SD = 0.75$). Die Reliabilität lässt auf eine sehr gute interne Konsistenz hinweisen sowie der Mittelwert der Skala auf eine mittlere bis hohe Handlungsbereitschaft bei den Proband:innen.

Einstellung zu Feminismus

Die Variable „Einstellung gegenüber Feminismus“ wurde mittels Fragen erforscht, die auf der Skala „Attitude Towards Feminism and the Women’s Movement (ATFWM)“ von Fassinger (1994) basieren. Damit wurde die Einstellung zu Feminismus und Geschlechtergleichstellung nach dem Lesen der Texte bei den Proband:innen gemessen. Die Einstellung wurde mit 10 Items auf einer fünfstufigen Likertskala, welche von „stimme gar nicht zu“ (1) bis „stimme voll zu“ (5) reicht, gemessen. Dabei wurden Aussagen aufgelistet, denen die Proband:innen zu oder nicht zustimmen konnten (Beispiel: „Sexismus ist ein ernsthaftes Problem, das es zu bekämpfen gilt.“). 3 von 10 Items sind negativ formuliert und wurden deswegen vor der Analyse umgekehrt, damit die Skala konsistent bleibt. Die Reliabilität der bereinigten Skala lag hier bei $\alpha = .93$ ($M = 4.47$, $SD = 0.72$).

Die Reliabilität lässt auf eine exzellente interne Konsistenz hinweisen, sowie der Mittelwert der Skala auf eine sehr positive Einstellung gegenüber feministischen Anliegen bei den Proband:innen.

3.7 Datenanalyse

Für die Auswertung der Ergebnisse wurden in dem Programm SPSS verschiedene statistische Verfahren verwendet, um die Hypothesen zu überprüfen und Zusammenhänge herzustellen.

Der Zusammenhang zwischen den unabhängigen Variablen (Stimulusmaterial), den abhängigen Variablen (Emotionale Reaktion, Handlungsbereitschaft, Einstellung zu Feminismus), sowie unter Einbeziehung der Kontrollvariablen (Geschlecht, Allgemeinwissen zu Sexismus) wurde im Folgenden analysiert. Dafür wurden t-Tests, ANOVA und ANCOVA eingesetzt.

Der t-Test für unabhängige Stichproben wurde verwendet, um Unterschiede zwischen zwei unabhängigen Gruppen bei einer abhängigen Variable zu analysieren. Dabei werden die Mittelwerte der Gruppen verglichen und im Weiteren analysiert (Hayes, 2005, S.211). Dadurch wird geprüft, ob die Mittelwertsdifferenz signifikant größer ist als die Stichprobenvariabilität es erwarten lassen würde. Vor dem Test wurde zudem ein Levene-Test durchgeführt, welcher die Varianzhomogenität zwischen den Gruppen prüft. Sind die Varianzen homogen, können sie als gleich angesehen werden und der t-Test wird verwendet. Sind die Varianzen zwischen den Gruppen nicht homogen, liegt eine Verletzung der Voraussetzung vor und der als robuster erachtete Welch-Test wurde verwendet (Hayes, 2005, S.220).

Ein t-Test für abhängige Stichproben wurde verwendet, um Unterschiede zwischen zwei verbundenen Gruppen, wie bei einer Vorher-Nachher Messung, zu analysieren. Dabei werden die Mittelwerte der Gruppen miteinander verglichen. Dadurch wird ebenfalls geprüft, ob die Mittelwertsdifferenz signifikant größer ist als die Stichprobenvariabilität es erwarten lassen würde (Hayes, 2005, S.211).

ANOVA Tests (Varianzanalysen) wurden verwendet, um Mittelwertsunterschiede zwischen mehr als zwei Gruppen zu prüfen. Diese Methode eignet sich, wenn die Voraussetzungen der Normalverteilung der abhängigen Variable, Varianzhomogenität und Unabhängigkeit der Beobachtungen als erfüllt gelten. Bei diesem statistischen Verfahren wird die Gesamtvarianz in

mehrere Komponenten aufgeteilt und analysiert: Die Varianz innerhalb der Gruppen, bei der die Variabilität der Daten innerhalb jeder Gruppe dargestellt wird, die Varianz zwischen den Gruppen und die Unterschiede zwischen den Mittelwerten der Gruppen. Bei signifikanten Ergebnissen werden Post-hoc-Tests durchgeführt, welche spezifischere Tests anstellen, um die Unterschiede genauer zu untersuchen (Hayes, 2005, S.367-380)

Bei der Kovarianzanalyse (ANCOVA) wird die ANOVA mit einer Regressionsanalyse kombiniert, um den Effekt der unabhängigen Variablen auf die abhängigen Variablen zu untersuchen, während dabei der Einfluss der Kontrollvariablen kontrolliert wird (Hayes, 2005, S.407-420).

Zudem wurde bei der Berechnung der Ergebnisse zusätzlich Gender kontrolliert, um einen Vergleich zwischen männlich und weiblich bei der Überprüfung der Hypothesen anstellen zu können (andere Geschlechter wurden bei der Berechnung aufgrund zu kleiner Stichprobe ausgeschlossen). Aufgrund der Thematik Sexismus, welches nicht als geschlechterunabhängiges Problem aufgezeigt werden kann, stellt es sich als sinnvoll da, die Reaktion der Proband:innen abhängig des Geschlechts zu betrachten. In der geführten Sexismusdebatte bergen unterschiedliche Auffassungen des Problems zusätzliche Schwierigkeiten, Lösungen herbeizuführen. Diese sollten ebenfalls in dieser Studie erforscht werden. Außerdem wurde das Allgemeinwissen zu Sexismus ebenfalls beachtet, was einen Einfluss auf die Reaktion der Texte haben kann.

4. Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Hypothesenanalyse berichtet. Dabei wird auf jede Hypothese eingegangen, sowie die Berechnung und die Interpretation des Ergebnisses kurz erläutert. Im Anschluss erfolgt eine detaillierte Erörterung der Ergebnisse in der Diskussion. Die Berechnung der Hypothesenanalyse wurde mithilfe des Statistikprogramms IBM SPSS Statistics vorgenommen. Bei allen Berechnungen wurde das Signifikanzniveau $p = .05$ angenommen, weshalb alle Ergebnisse mit $p < .05$ als signifikant gelten.

Emotionale Reaktion

H1: Rezipient:innen, die den konstruktiven Bericht lesen, zeigen stärkere positive Emotionen als diejenigen, die den traditionellen Bericht lesen.

H1a: Die traditionelle Berichterstattung führt zu stärkeren negativen Emotionen nach dem Lesen.

H1b: Die konstruktive Berichterstattung führt zu stärkeren positiven Emotionen nach dem Lesen.

Um die Hypothesen H1, H1a und H1b zu testen, wurde sowohl ein t-Test für gepaarte Stichproben durchgeführt und jeweils bei Gruppe „Konstruktiver Bericht“ und Gruppe „Traditioneller Bericht“ angewendet, als auch ein t-Test für unabhängige Stichproben mit den Differenzwerten von positiven und negativen Emotionen vor und nach dem Lesen der Texte durchgeführt. Zusätzlich dazu wurden die Effektstärken (Cohen's d) berechnet, um die praktische Relevanz der Ergebnisse zu berichten. Ebenfalls wurde noch eine zweifaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) durchgeführt, um den Einfluss des Stimulusmaterials und des Geschlechts auf die Veränderung negativer und positiver Emotionen festzustellen.

Um H1 zu testen, wurde ein t-Test für unabhängige Stichproben durchgeführt, um die Veränderung der Emotionen vor und nach dem Lesen zwischen den Gruppen zu testen. Dabei wurden die positiven und negativen Emotionen und deren Differenzwerte getrennt voneinander betrachtet. Die Ergebnisse zeigen, dass die Werte der positiven Emotionen bei der Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ ($M = -0.07$, $SD = 0.73$) und Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ ($M = -0.17$, $SD = 0.70$) nicht signifikant unterschiedlich waren, $t(243) = 1.02$, $p = 0.31$. Es wurde ebenfalls ein Levene-Test durchgeführt, um die Varianzhomogenität zwischen den Gruppen zu überprüfen. Eine Varianzhomogenität gilt als erfüllt, wenn $p > 0.005$ ist. Ist dies nicht der Fall, werden die Ergebnisse aus der Zeile „Varianzen sind nicht gleich“ berichtet. In diesem Fall galt $F = 0.18$, $p = 0.67$. Da die Varianzen gleich sind, konnte der t-Test verwendet werden. Die Effektgröße ist mit $d = 0.13$ sehr klein und man kann keine praktische Relevanz deuten.

Damit konnte H1 nicht bestätigt werden.

Ebenfalls wurde der t-Test mit den Differenzwerten der negativen Emotionen durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Werte der negativen Emotionen bei der Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ ($M = 0.44$, $SD = 0.81$) im Vergleich zur Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ ($M = -0.07$, $SD = 0.72$) signifikant höher waren, $t(243) = -5.18$, $p < 0.001$. Es wurde ebenfalls ein Levene-Test durchgeführt, um die Varianzhomogenität zwischen den Gruppen zu überprüfen. In diesem Fall galt $F = 1.24$, $p = 0.27$. Da die Varianzen gleich sind, konnte der t-

Test verwendet werden. Die Effektstärke ist mit $d = -0.66$ moderat. Damit kann die praktische Relevanz im Gruppenunterschied angenommen werden. Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass die traditionelle Berichterstattung zu einem signifikant stärkeren Anstieg der negativen Emotionen führt als die konstruktive Berichterstattung.

Es wurde bereits durch den t-Test für unabhängige Stichproben ein signifikantes Ergebnis für die Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ bei den negativen Emotionen festgestellt. Für Hypothese H1a und H1b wurde zusätzlich ein t-Test für gepaarte Stichproben durchgeführt. Für Hypothese 1a wurde die Differenz der negativen Emotionen vor und nach dem Lesen des traditionellen Berichts untersucht. Der Mittelwert der negativen Emotionen steigt signifikant vor dem Lesen ($M = 2.07, SD = 0.91$) auf den Mittelwert nach dem Lesen ($M = 2.51, SD = 0.99$), $t(122) = -6,05, p < .001$. Die Effektstärke zeigt mit $d = 0.55$ einen mittleren Effekt auf. Ebenfalls wurde dieser Test mit der Differenz der positiven Emotionen durchgeführt. Hierbei zeigen die Ergebnisse, dass der Mittelwert der positiven Emotionen vor dem Lesen ($M = 2.91, SD = 0.77$) signifikant niedriger ist als nach dem Lesen ($M = 2.74, SD = 0.81$), $t(122) = 2.65, p = 0.009$. Die Effektstärke zeigt mit $d = 0.24$ einen kleinen Effekt.

Das bestätigt die Annahme, dass die traditionelle Berichterstattung zu einer signifikant stärkeren negativen Reaktion nach dem Lesen führt.

Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“: Deskriptive Statistik

	M	SD
Positiv vorher	2.91	0.766
Positiv nachher	2.74	0.805
Negativ vorher	2.07	0.911
Negativ nachher	2.51	0.997

Anmerkung: $n = 123$

Um H1b zu überprüfen, wurde ebenfalls ein t-Test für gepaarte Stichproben durchgeführt, um die Differenz der positiven Emotionen vor und nach dem Lesen der Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ zu untersuchen. Die Ergebnisse zeigen, dass es keinen signifikanten Unterschied zwischen den positiven Emotionen vor dem Lesen ($M = 3.14, SD = 0.80$) und nach dem Lesen ($M = 3.06, SD = 0.83$) gab, $t(121) = 1.11, p = 0.268$.

Ebenfalls wurde dieser Test mit der Differenz der negativen Emotionen durchgeführt. Hierbei zeigen die Ergebnisse, dass der Mittelwert der negativen Emotionen vor dem Lesen ($M = 2.12$, $SD = 0.86$) keinen signifikanten Unterschied zu dem Mittelwert nach dem Lesen ($M = 2.05$, $SD = 0.82$) zeigt, $t(121) = 1.03$, $p = 0.306$.

Damit wird die Annahme nicht unterstützt, dass die konstruktive Berichterstattung zu einer signifikant stärkeren positiven Emotion nach dem Lesen führt. H1b wird damit nicht bestätigt.

Gruppe „Konstruktiver Bericht“: Deskriptive Statistik

	M	SD
Positiv vorher	3.136	0.80
Positiv nachher	3.062	0.83
Negativ vorher	2.118	0.86
Negativ nachher	2.051	0.82

Anmerkung: $n = 122$

Im weiteren Schritt wurde der Einfluss des Geschlechts und des Stimulus auf die Veränderung der Emotionen genauer betrachtet. Dafür wurde eine zweifaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) durchgeführt. Dabei wurde der Test mit den negativen Emotionen als abhängige Variable und als abhängige Variable durchgeführt. Als feste Faktoren gelten Geschlecht und Stimulus. Die Ergebnisse zeigen einen signifikanten Haupteffekt des Stimulus, welcher durch die t-Tests weiter untersucht wurde, $F(1,238) = 16.02$, $p < .001$, $\eta^2 = .063$.

Der Haupteffekt des Geschlechts wiederum war nicht signifikant, $F(4,238) = 1.27$, $p = .284$, genauso wie der Interaktionseffekt zwischen Stimulus und Geschlecht $F(1,238) = 2.1$, $p = .149$. Das Modell erklärt insgesamt 10,3% der Varianz der abhängigen Variable, welche auf einen moderaten Zusammenhang hindeutet.

Damit zeigen die Ergebnisse, dass die Art der Berichterstattung einen erheblichen Einfluss auf die Veränderung der negativen Emotionen der Proband:innen hat, während das Geschlecht dabei keine Rolle spielt.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse für Hypothesen 1, 1a und 1b, dass die Art der Berichterstattung einen signifikanten Einfluss auf die negativen Emotionen der Rezipient:innen hat. Der traditionelle Bericht führt zu einer Zunahme der negativen Emotionen, während der konstruktive

Bericht diese reduziert bis konstant hält. Bei der Analyse des Geschlechtereinfluss zeigt sich kein signifikanter Einfluss auf die Wirkung der Emotionen vor und nach dem Lesen der Texte. Man kann jedoch festhalten, dass die emotionale Reaktion bei den weiblichen Teilnehmerinnen insgesamt stärker ausfiel als bei den männlichen Teilnehmern.

Handlungsbereitschaft

H2: Im Vergleich zum traditionellen Bericht zeigen Rezipient:innen, die den konstruktiven Bericht lesen, eine höhere Handlungsbereitschaft.

H2a: Rezipient:innen, die den konstruktiven Text lesen, zeigen eine höhere Handlungsbereitschaft.

H2b: Rezipient:innen, die den traditionellen Text lesen, zeigen eine geringere Handlungsbereitschaft.

Um Hypothese 2, 2a und 2b zu überprüfen, wurde ein t-Test für unabhängige Stichproben durchgeführt, um die Handlungsbereitschaft zwischen der Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ und der Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ zu vergleichen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ ($M = 3.79, SD = 0.75$) allgemein eine geringfügig höhere Handlungsbereitschaft zeigt als die Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ ($M = 3.64, SD = 0.75$), $t(243) = 1.53, p = 0.128$. Der Levene-Test zeigt mit $F = 0.43, p = .513$, dass die Varianzen in beiden Gruppen gleich sind. Das Ergebnis zeigt keinen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen. Es existiert zwar ein Unterschied zwischen den beiden Gruppen, dieser ist aber sehr gering.

Handlungsbereitschaft zwischen den Gruppen: Deskriptive Statistik

	M	SD	n
Konstruktiver Bericht	3.79	0.75	122
Traditioneller Bericht	3.64	0.75	123

Auch wenn zwischen den Gruppen kein signifikanter Einfluss der Texte auf die Handlungsbereitschaft nachgewiesen werden konnte, ist es für diese Forschung dennoch interessant zu

untersuchen, welchen Einfluss das Geschlecht und das Allgemeinwissen zu Sexismus auf die Handlungsbereitschaft der Proband:innen ausüben, um weitere Faktoren in der Untersuchung zu beachten. Gender und Allgemeinwissen wurden dafür getrennt voneinander betrachtet und mittels eines t-Test für unabhängige Stichprobe für Gender und einer einfaktoriellen ANOVA für Allgemeinwissen zu Sexismus gerechnet.

Handlungsbereitschaft und Gender

Die Ergebnisse des t-Test für unabhängige Stichproben zeigen, dass Frauen ($M = 3.77$, $SD = 0.73$) allgemein eine signifikant höhere Handlungsbereitschaft zeigen als Männer ($M = 3.54$, $SD = 0.79$), $t(238) = 2.17$, $p = .031$. Mit $d = 0.31$ zeigt sich eine eher kleine Effektstärke.

Auf die Gruppen aufgeteilt lässt sich bei der Gruppe „Traditioneller Bericht“ kein signifikantes Ergebnis nachweisen, während sich bei der Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ ein signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern zeigt. Dort zeigen Frauen ($M = 3.88$, $SD = 0.70$) eine signifikant höhere Handlungsbereitschaft als Männer ($M = 3.57$, $SD = 0.84$), $t(120) = 2.13$, $p = .036$. Mit $d = 0.42$ zeigt sich eine moderate Effektstärke.

Handlungsbereitschaft und Allgemeinwissen zu Sexismus

Eine ANCOVA wurde durchgeführt, um den Einfluss der Texte auf die Handlungsbereitschaft zu untersuchen, während das Allgemeinwissen zu Sexismus als Kovariate berücksichtigt wurde. Das Ergebnis des Gesamtmodells der ANCOVA ist signifikant ($F(2, 242) = 12.09$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0,091$) und erklärte 9,1 % der Varianz der Handlungsbereitschaft. Die Ergebnisse der einzelnen Faktoren im Modell zeigen, dass das Allgemeinwissen über Sexismus einen signifikanten Einfluss auf die Handlungsbereitschaft hat, $F(1, 242) = 21.64$, $p < 0.001$, $\eta^2(\text{partiell}) = 0,082$. Demnach zeigen Proband:innen mit 'eher ausgeprägtem Allgemeinwissen' ($M = 3.86$) und 'sehr ausgeprägtem Allgemeinwissen' ($M = 3.86$) eine signifikant höhere Handlungsbereitschaft als Proband:innen mit 'eher geringem Allgemeinwissen' ($M = 3.10$). Ein höheres Allgemeinwissen führt signifikant zu einer gesteigerten Handlungsbereitschaft.

Die Art des Stimulusmaterials zeigt in dem Modell ebenfalls ein signifikantes Ergebnis und hat demnach Einfluss auf die Handlungsbereitschaft, $F(1, 242) = 5.70$, $p = 0.018$, $\eta^2 = 0.023$. Der konstruktive Bericht führt damit zu einer leicht höheren Handlungsbereitschaft als der traditionelle Bericht mit geringerer Effektstärke.

Ein Interaktionseffekt zwischen Allgemeinwissen und Stimuli zeigt kein signifikantes Ergebnis, $F(1, 242) = 0.55, p = 0.46, \eta^2 = 0.002$.

Die Ergebnisse der Hypothesenprüfung von 2, 2a und 2b zeigen, dass es zwar keinen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen hinsichtlich der Handlungsbereitschaft im Allgemeinen gibt. Es konnte jedoch festgestellt werden, dass Gender und Allgemeinwissen zu Sexismus einen signifikanten Einfluss auf die Handlungsbereitschaft haben können.

Einstellung gegenüber Feminismus

H3: Rezipient:innen, die den konstruktiven Bericht lesen, zeigen eine positivere Einstellung gegenüber Feminismus als diejenigen, die den traditionellen Bericht lesen.

H3a: Die konstruktive Berichterstattung fördert eine positivere Einstellung gegenüber Feminismus.

H3b: Die traditionelle Berichterstattung beeinflusst die Einstellung gegenüber Feminismus nicht oder leicht negativ.

Um Hypothese 3, 3a und 3b zu überprüfen, wurde ein t-Test für unabhängige Stichproben durchgeführt. Damit wurde untersucht, ob der konstruktive Bericht die Einstellung gegenüber Feminismus anders als der traditionelle Bericht beeinflusst. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Einstellung gegenüber Feminismus nach dem Lesen des konstruktiven Berichts ($M = 4.42, SD = 0.69$) nicht signifikant von der Einstellung nach dem Lesen des traditionellen Berichts ($M = 4.51, SD = 0.74$) bei den Rezipient:innen unterscheidet, $t(243) = -0.98, p = 0.33$. Somit konnten die Hypothesen nicht bestätigt werden.

Einstellung gegenüber Feminismus und Gender

Die Ergebnisse des t-Test für unabhängige Stichproben legen nahe, dass Frauen ($M = 5.58, SD = 0.68$) allgemein eine positivere Einstellung gegenüber Feminismus als Männer ($M = 4.18, SD = 0.72$) zeigen, $t(238) = 4.08, p < .001$. Der Levene Test zeigt mit $F = 1.742, p = 0.188$, dass die Varianzen gleich sind. Die Effektstärke liegt mit $d = 0.58$ im mittleren Bereich.

Auf die Gruppen aufgeteilt, lässt sich bei der Gruppe „Traditioneller Bericht“ ein signifikantes Ergebnis nachweisen. Frauen ($M = 4.63, SD = 0.74$) zeigen eine signifikant positivere

Einstellung gegenüber Feminismus als Männer ($M = 4.21$, $SD = 0.66$), $t(116) = 2.82$, $p = .006$. Mit $d = 0.58$ zeigt sich eine moderate Effektstärke.

Bei Gruppe „Konstruktiver Bericht“ zeigen Frauen ($M = 4.54$, $SD = 0.62$) ebenfalls eine signifikant positivere Einstellung gegenüber Feminismus als Männer ($M = 4.15$, $SD = 0.78$), $t(120) = 2.91$, $p = .004$. Auch hier mit einer moderaten Effektstärke von $d = 0.58$.

Einstellung gegenüber Feminismus und Allgemeinwissen zu Sexismus

Eine ANCOVA wurde durchgeführt, um den Einfluss der Texte auf die Einstellung gegenüber Feminismus zu untersuchen, während das Allgemeinwissen zu Sexismus als Kovariate berücksichtigt wurde.

Das Ergebnis des Gesamtmodells der ANCOVA ist signifikant ($F(2, 242) = 4.07$, $p = .018$, $\eta^2 = 0.033$) und erklärte 3,3% der Varianz der Einstellung gegenüber Feminismus (korrigiertes $R^2 = 0,033$). Die Ergebnisse der einzelnen Faktoren im Modell zeigen, dass das Allgemeinwissen über Sexismus einen signifikanten Einfluss auf die Einstellung gegenüber Feminismus hat, $F(1, 242) = 4.07$, $p = .018$, $\eta^2=.033$. Demnach zeigen Proband:innen mit höherem Allgemeinwissen zu Sexismus eine bessere Einstellung gegenüber Feminismus.

Die Art des Stimulusmaterials zeigt in dem Modell ebenfalls ein signifikantes Ergebnis und hat demnach Einfluss auf die Einstellung gegenüber Feminismus, $F(1, 242) = 7.16$, $p = .008$, $\eta^2=.029$. Proband:innen, die den traditionellen Bericht lasen ($M = 4.51$, $SD = 0.74$), zeigen im Durchschnitt bessere Einstellungen gegenüber Feminismus als diejenigen, die den konstruktiven Bericht lasen ($M = 4.42$, $SD = 0.69$).

Ein Interaktionseffekt zwischen Allgemeinwissen und Stimuli zeigt kein signifikantes Ergebnis, $F(1, 242) = 0.25$, $p = .617$, $\eta^2= .001$.

Die Ergebnisse der Hypothesenprüfung von 3, 3a und 3b zeigen, dass es zwar keinen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen hinsichtlich der Einstellung gegenüber Feminismus im Allgemeinen gibt. Es konnte jedoch festgestellt werden, dass Faktoren wie Gender und Allgemeinwissen zu Sexismus einen signifikanten Einfluss auf die Einstellung gegenüber Feminismus haben.

5. Diskussion

Diese Arbeit befasste sich mit der Frage, ob die Art der Berichterstattung über Sexismus – insbesondere der Vergleich zwischen konstruktiver und traditioneller Berichterstattung – Auswirkungen auf die emotionale Reaktion, die Handlungsbereitschaft und die Einstellung der Rezipient:innen gegenüber Feminismus hat.

Zur Beantwortung dieser Fragestellung wurde ein experimentelles Design in einer quantitativen Studie verwendet. Die Teilnehmenden wurden zu Beginn nach ihrer aktuellen emotionalen Verfassung befragt und anschließend zufällig einem von zwei Stimuli (konstruktiver oder traditioneller Bericht) zugeordnet. Nach dem Lesen des Berichts wurden zusätzlich zur emotionalen Reaktion auf den Text die Handlungsbereitschaft, die Einstellung zu Feminismus sowie das Allgemeinwissen zu Sexismus erfasst. Das Ziel dieser Untersuchung war es, die Wirkung unterschiedlich aufbereiteter journalistischer Berichte im Kontext von Sexismus und Feminismus zu analysieren und daraus Implikationen für den Journalismus abzuleiten. Als gesellschaftlich einflussreiche Instanz trägt der Journalismus die Verantwortung, transparent zu berichten und aufzuklären. Eine entscheidende Frage dabei ist, wie der Journalismus dies tut und durch welche sprachlichen und inhaltlichen Mittel eine bestimmte Wirklichkeit für die Rezipient:innen geformt wird.

Die Ergebnisse liefern wertvolle Erkenntnisse zur Wirkung unterschiedlicher Berichterstattungsstile. Hypothese 1, die besagte, dass Rezipient:innen, die den konstruktiven Bericht lesen, stärkere positive Emotionen zeigen als diejenigen, die den traditionellen Bericht lesen, konnte nicht bestätigt werden. Es zeigte sich kein signifikanter Unterschied in den positiven Emotionen zwischen den Proband:innen, die den konstruktiven Bericht lasen, und jenen, die den traditionellen Bericht erhielten. Hingegen konnte Hypothese 1a, nach der die traditionelle Berichterstattung zu stärkeren negativen Emotionen nach dem Lesen führt, bestätigt werden. Die traditionelle Berichterstattung führte zu einer signifikanten Zunahme negativer Emotionen bei den Proband:innen, während die konstruktive Berichterstattung diese weitgehend konstant hielt. Dies deutet darauf hin, dass problemorientierte Berichterstattung tendenziell stärkere negative Emotionen bei den Rezipient:innen auslöst. Im Gegensatz dazu fand sich kein signifikanter Effekt für Hypothese 1b, nach der die konstruktive Berichterstattung zu stärkeren positiven Emotionen nach dem Lesen führen sollte. Zudem konnte keine Beeinflussung durch die Kontrollvariable Geschlecht festgestellt werden.

Auch Hypothese 2, nach der Rezipient:innen, die den konstruktiven Bericht lesen, eine höhere Handlungsbereitschaft zeigen als jene, die den traditionellen Bericht lesen, konnte nicht bestätigt werden. Somit gab es keinen signifikanten Unterschied zwischen den beiden Gruppen. Die darauf aufbauenden Hypothesen 2a und 2b, die besagten, dass Rezipient:innen, die den konstruktiven Text lesen, eine höhere Handlungsbereitschaft zeigen und diejenigen, die den traditionellen Text lesen, eine geringere Handlungsbereitschaft aufweisen, konnten ebenfalls nicht bestätigt werden. Ein Blick auf die Kontrollvariablen zeigt jedoch, dass Frauen allgemein eine höhere Handlungsbereitschaft als Männer berichteten. In der Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ gab es keinen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern, während Frauen in der Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ eine signifikant höhere Handlungsbereitschaft als Männer zeigten. Auch das Allgemeinwissen über Sexismus hatte einen signifikanten Einfluss: Personen mit einem höheren Allgemeinwissen über Sexismus wiesen eine signifikant höhere Handlungsbereitschaft auf.

Hypothese 3, nach der Rezipient:innen, die den konstruktiven Bericht lesen, eine positivere Einstellung gegenüber Feminismus zeigen als diejenigen, die den traditionellen Bericht lesen, konnte nicht bestätigt werden. Demnach gab es keinen signifikanten Unterschied in der Einstellung gegenüber Feminismus zwischen den Gruppen „Konstruktive Berichterstattung“ und „Traditionelle Berichterstattung“. Auch die darauf aufbauenden Hypothesen 3a und 3b, nach denen die konstruktive Berichterstattung eine positivere Einstellung gegenüber Feminismus fördern und die traditionelle Berichterstattung die Einstellung gegenüber Feminismus nicht oder leicht negativ beeinflussen sollte, konnten nicht bestätigt werden.

Allerdings ergaben sich signifikante Zusammenhänge bei den Kontrollvariablen Geschlecht und Allgemeinwissen über Sexismus. Unabhängig vom Stimulusmaterial zeigten Frauen eine signifikant positivere Einstellung gegenüber Feminismus als Männer. Ebenso korrelierte das Allgemeinwissen über Sexismus mit der Einstellung gegenüber Feminismus, sodass Proband:innen mit höherem Allgemeinwissen auch eine signifikant positivere Einstellung gegenüber Feminismus aufwiesen.

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse, dass die traditionelle Berichterstattung negative Emotionen verstärkt, während die konstruktive Berichterstattung diese weitgehend konstant hält. Konstruktive Berichterstattung führt jedoch nicht zu einer signifikanten Zunahme positiver Emotionen. Es konnte zudem kein signifikanter Unterschied in der Handlungsbereitschaft zwischen den beiden Berichterstattungsstilen festgestellt werden. Frauen zeigten insgesamt

eine höhere Handlungsbereitschaft als Männer, insbesondere bei konstruktiver Berichterstattung. Personen mit höherem Allgemeinwissen über Sexismus waren signifikant handlungsbereiter. Die Einstellung gegenüber Feminismus wurde durch die Art der Berichterstattung nicht signifikant beeinflusst, allerdings zeigten Frauen und Personen mit höherem Wissen über Sexismus unabhängig von der Berichterstattungsform eine positivere Einstellung gegenüber Feminismus.

Diese Ergebnisse legen nahe, dass der Einfluss der Berichterstattungsform auf Emotionen, Handlungsbereitschaft und Einstellung geringer ausfällt als zunächst angenommen. Dennoch liefert die Studie wertvolle Erkenntnisse über den Zusammenhang zwischen Mediennutzung, Geschlecht und Vorwissen und deren Einfluss auf die Reaktionen der Rezipient:innen.

5.1 Implikationen

5.1.1 Hypothese 1

Entgegen der Annahme wurde in dieser Studie kein signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen hinsichtlich positiver Emotionen nach dem Lesen der Texte festgestellt, sodass Hypothese 1 nicht bestätigt werden konnte. Theoretisch widerspricht dieser Befund der wissenschaftlichen Annahme, dass eine konstruktive Berichterstattung aufgrund ihres positiveren Tons und ihres lösungsorientierten Ansatzes positivere Emotionen hervorrufen sollte als eine traditionelle Berichterstattung, die sich stärker auf die Probleme der Thematik konzentriert (McIntyre, 2015). Die vermittelte Hoffnung, dass ein Problem aufgrund der präsentierten Lösungen lösbar ist, kann bei Rezipient:innen zu einer Zunahme positiver Emotionen führen (Glydensted, 2015).

Ein möglicher Erklärungsansatz für die ausbleibende Bestätigung dieses Effekts in der vorliegenden Studie könnte in der Gestaltung und Länge der Stimuli liegen. Wie bereits erwähnt, eignet sich ein längerer Bericht, möglicherweise in Form einer Reportage, besonders gut, um den konstruktiven Ansatz im Journalismus anzuwenden (Medium Magazin & Gleich, 2016, S.4). Die Kürze des Textes und der damit einhergehende Mangel an tiefgehenden Informationen könnten ein Indiz dafür sein, dass eine Steigerung positiver Emotionen nicht ausreichend gefördert wurde.

Abgesehen von der unterschiedlichen Berichterstattungsweise in beiden Texten behandeln beide das Thema Sexismus, das ein grundsätzlich problematisches Themenfeld abdeckt und emotional belastend auf Rezipient:innen wirken kann. In diesem Zusammenhang positive Reaktionen der Leser:innen zu erwarten, ist selbst durch einen lösungsorientierten und positiven Schreibstil schwierig zu realisieren, da das Thema an sich bereits eine emotionale Belastung darstellen kann.

Hypothese 1a konnte hingegen bestätigt werden. Demnach zeigten Rezipient:innen der Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ nach dem Lesen signifikant negativere Emotionen als die der Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“. Dies bestätigt die theoretische Annahme, dass problemorientierte Berichterstattung starke emotionale Reaktionen bei Rezipient:innen auslöst (Hermans & Glydensted, 2018). Die im Text dargestellten Probleme und der Fokus auf die negativen Folgen für betroffene Personen können Gefühle der Hilflosigkeit und Ohnmacht verstärken, die sich in dieser Studie in den negativen Emotionen widerspiegeln könnten (McIntyre & Gyldensted, 2017).

Zudem besagt der Negativity Bias, dass Rezipient:innen negativen Informationen eine größere Bedeutung beimessen als positiven, wodurch sie stärker auf diese reagieren (Harcup & O’Neill, 2016). Zeitungen wie die deutsche *BILD* oder die österreichische *Kronen Zeitung* nutzen diesen Fokus gezielt, um die Aufmerksamkeit der Leserschaft zu gewinnen. Dieser Negativfokus im Journalismus, der häufig mit Sensationalismus und reißerischen Schlagzeilen arbeitet, verstärkt innerhalb der Gesellschaft Zustände der Angst, Wut oder Resignation.

Wenn auch in dieser Studie nur im kleineren Rahmen erkennbar, erklärt die stärkere negative Reaktion der Proband:innen in der Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ die Problematik, die im Journalismus allgemein vorherrscht. Während der Ansatz des konstruktiven Journalismus darauf abzielt, Leser:innen zu ermutigen und aus Resignation sowie Ohnmacht herauszuführen (Haagerup, 2020), erzeugt problemorientierter Journalismus stärkere emotionale Reaktionen, die langfristig negative Folgen für die Rezipient:innen begünstigen können.

5.1.2 Hypothese 2

Die Hypothesen 2, 2a und 2b konnten in dieser Studie nicht bestätigt werden. Die Literatur legt nahe, dass konstruktive Berichterstattung die Selbstwirksamkeit der Leser:innen fördern kann, indem konkrete Lösungen präsentiert werden (Bandura, 1978), die dazu beitragen,

die Leserschaft aus einem Gefühl der Ohnmacht zu holen. Der aktivierende Ansatz des konstruktiven Journalismus könnte aufgrund der Kürze des Textes und der unmittelbaren Abfrage nach der Lektüre nicht seine volle Wirkung entfaltet haben. Da Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten die Bereitschaft fördert, selbst aktiv zu werden (Curry et al., 2016), könnte es sein, dass der Stimulus der Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ nicht ausreichend detaillierte oder umfangreiche Lösungen dargestellt hat, sodass ein signifikanter Effekt ausblieb.

Da Handlungsbereitschaft eng mit der Einstellung zu einem Thema verbunden ist, konnte in dieser Studie nur oberflächlich betrachtet werden, in welchem Verhältnis Einstellung und Handlungsbereitschaft der Rezipient:innen stehen. Zudem ist denkbar, dass weitere Faktoren die Handlungsbereitschaft der Rezipient:innen moderieren.

Ein Blick auf die Variablen Geschlecht und Allgemeinwissen zu Sexismus liefert weitere Hinweise auf mögliche Einflussfaktoren. Zum einen zeigt sich, dass Frauen in der Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“ eine signifikant höhere Handlungsbereitschaft aufweisen als Männer, während beim traditionellen Bericht keine signifikanten Unterschiede zwischen den Geschlechtern festgestellt wurden. Dieses Ergebnis könnte das stereotype Rollenbild der Frau widerspiegeln, das mit einem hohen sozialen Engagement und gesteigertem Empathieempfinden assoziiert wird (Thiele, 2015, S.234–285). Der konstruktive Journalismus könnte durch positive Psychologie und Hoffnung diese Bereitschaft zusätzlich verstärken (Glydensted, 2015).

Zudem greift die Selbstwirksamkeitstheorie besonders bei Personen, die sich als direkt von einem Problem betroffen fühlen (Bandura, 1978). In diesem Zusammenhang erscheint es schlüssig, dass Frauen eine höhere Handlungsbereitschaft berichten. Unabhängig vom Stimulus zeigt sich in der Studie eine generell höhere Handlungsbereitschaft bei Frauen als bei Männern. Dies könnte mit der persönlichen Betroffenheit des Themas zusammenhängen, da Frauen aufgrund ihres Geschlechts direkt von der Problematik betroffen sind und das Thema daher als dringender wahrnehmen (Petty & Cacioppo, 1986).

Die Stimuli sind zudem so gestaltet, dass im Text Frauen als betroffene Gruppe dargestellt werden, was die Handlungsbereitschaft weiblicher Probandinnen zusätzlich erhöhen könnte, um aktiv zur Eindämmung des Problems beizutragen. Das gesellschaftliche Rollenverständnis, das Frauen als besonders verantwortlich für soziales Engagement und Empathie einstuft, könnte ebenfalls unbewusst dazu beitragen, dass sie sich stärker in der Verantwortung sehen, zur Problemlösung beizutragen (Burns et al., 2001). Zukünftige Forschungen könnten sich mit den

Unterschieden im Rollenverständnis von Frauen und dessen Einfluss auf die Handlungsbereitschaft befassen.

Darüber hinaus begünstigt ein höheres Allgemeinwissen in dieser Studie ebenfalls eine gesteigerte Handlungsbereitschaft. Dies bestätigt die Annahme, dass ein besseres Verständnis eines gesellschaftlichen Problems die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass Rezipient:innen die Notwendigkeit einer Handlung erkennen und entsprechend aktiv werden (Ajzen, 1991). Der konstruktive Journalismus könnte diese Wahrscheinlichkeit fördern, indem er konkrete Lösungen präsentiert, die den Leser:innen Handlungsmöglichkeiten aufzeigen. Dafür wäre jedoch ein umfassenderer Bericht sinnvoll, der das Thema in seinen Facetten detaillierter darstellt.

Durch das Wissen, dass das eigene Handeln positiv zur Eindämmung des Problems beitragen kann, steigt die Handlungsbereitschaft.

5.1.3 Hypothese 3

In dieser Studie konnte ebenfalls kein signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen hinsichtlich ihrer Einstellung gegenüber Feminismus festgestellt werden. Theoretisch soll der Ansatz des konstruktiven Journalismus durch die präsentierten Lösungen und den positiven Ton die Rezipient:innen dabei unterstützen, eine progressivere Haltung zu entwickeln (McIntyre & Glydensted, 2017; Haagerup, 2020).

Die Erfassung der Einstellung der Proband:innen zu lediglich einem Zeitpunkt nach der Rezeption des Berichts stellt jedoch eine methodische Herausforderung dar, da es schwierig ist, einen direkten Zusammenhang zwischen den Stimuli und der Einstellung herzustellen. Da die Einstellungsbildung als ein Lernprozess verstanden wird, den Menschen im Laufe ihres Lebens durch Sozialisationsprozesse entwickeln (Bonfadelli & Friemel, 2017, S. 138), erweist sich die Untersuchung der Einstellungsänderung in dieser Studie als schwierig. Einstellungen verändern sich meist über einen längeren Zeitraum hinweg und sind in soziale sowie individuelle Erfahrungsprozesse eingebettet.

Die Analyse von Einstellungsänderungen, die als komplexer Prozess betrachtet werden, lässt sich daher kaum durch eine einmalige Messung nach einem einzigen Stimulus erfassen. Für eine präzisere Untersuchung wären mehrere Messzeitpunkte sowie eine genaue Evaluation der vorherigen Einstellung notwendig, um die Antworten der Proband:innen in einen

umfassenderen Kontext einzubetten. Der Berichterstattungsstil allein reicht demnach nicht aus, um kausale Zusammenhänge zwischen der Berichterstattung und der Einstellung der Rezipient:innen herzustellen. Der Bericht diente vielmehr als Anker, um die Einstellung der Rezipient:innen abhängig davon zu betrachten (Bandura, 2001, S.271). Dennoch kann die Einstellung nicht isoliert zu einem einzigen Zeitpunkt untersucht werden, ohne weitere Einflussfaktoren zu berücksichtigen (Bandura, 1979).

Ein Blick auf die Kontrollvariablen Geschlecht und Allgemeinwissen zu Sexismus zeigt jedoch zwei signifikante Prädiktoren für die Einstellung. Frauen berichten in dieser Studie unabhängig vom Berichterstattungsstil eine signifikant positivere Einstellung gegenüber Feminismus.

Dieser Befund deckt sich mit den vorherigen Theorien zur höheren berichteten Handlungsbereitschaft. Das Thema Sexismus könnte für Frauen aufgrund ihrer direkten Betroffenheit eine größere persönliche Relevanz haben, was zu einer höheren Zustimmung gegenüber feministischen Anliegen führt. Da feministische Forderungen sich gegen die Diskriminierung des weiblichen Geschlechts richten, profitieren Frauen als betroffene Gruppe potenziell von entsprechenden gesellschaftlichen Veränderungen (Bandura, 1978).

Die persönliche Nähe zum Thema kann eine positivere Einstellung gegenüber Feminismus begünstigen, während Männer, die in dieser Hinsicht weniger betroffen sind, eine weniger progressive Einstellung zeigen könnten, da sie die Relevanz der Problematik möglicherweise nicht in gleichem Maße nachvollziehen (Petty & Cacioppo, 1986). Allerdings muss angemerkt werden, dass die Stichprobe in dieser Studie im Durchschnitt bereits eine insgesamt positive Einstellung gegenüber Feminismus sowie ein mittleres bis hohes Allgemeinwissen zu Sexismus aufwies. Dies wirft Fragen zur Repräsentativität der Studie auf, da sie möglicherweise kein genaues Abbild der Gesellschaft widerspiegelt. Eine größere und gleichmäßig verteilte Stichprobe der Geschlechter wäre für weiterführende Interpretationen notwendig.

Darüber hinaus zeigen die Ergebnisse, dass Proband:innen mit höherem Allgemeinwissen über Sexismus ebenfalls eine signifikant positivere Einstellung gegenüber Feminismus berichten. Damit bestätigt sich die Annahme, dass Wissen über ein Thema ein entscheidender Faktor für die Einstellung dazu sein kann (Bonfadelli, 2017). Jedoch sollte berücksichtigt werden, dass die Selbsteinschätzung der Proband:innen keine objektive Messung ihres tatsächlichen Wissens über Sexismus ermöglicht. Für eine genauere Untersuchung wären weitere Forschungen

erforderlich, die qualitative Methoden einbeziehen, um ein tiefergehendes Verständnis über das Allgemeinwissen der Teilnehmenden zu gewinnen.

5.2 Limitationen und Perspektiven

Das Ziel dieser Arbeit bestand darin, die Wirkung unterschiedlicher Berichterstattungsstile über Sexismus auf die Rezipient:innen zu erfassen und zu analysieren. Das experimentelle Design in Form eines Online-Fragebogens sollte dabei helfen, diese Wirkung quantitativ zu messen. Wie jede wissenschaftliche Untersuchung weist jedoch auch diese Studie einige Limitationen auf. Ein retrospektiver Blick auf die Studie offenbart mehrere Kritikpunkte, die für zukünftige Dissertationen als Grundlage für weiterführende Forschung dienen könnten.

Hinsichtlich der Validität der Studie lässt sich festhalten, dass durch die Wahl des experimentellen Designs mögliche Störvariablen durch die Randomisierung gleichmäßig auf die beiden Gruppen verteilt wurden. Dadurch konnten Verzerrungen in den Ergebnissen minimiert werden. Zudem weist die hohe interne Konsistenz der Messinstrumente auf eine zuverlässige Datenerhebung hin.

Ein wesentlicher methodischer Aspekt war die Kürze der Berichte. Da die Befragung in einem Onlinesetting stattfand, wurde darauf geachtet, dass die Texte möglichst knapp gehalten wurden, um die Aufmerksamkeitsspanne der Proband:innen nicht zu überreizen. Die Kontrolle der Aufmerksamkeit durch einen Attention Check war jedoch nur bedingt möglich. Wie in der Wissenschaft bereits angemerkt wurde, eignen sich längere Berichte – insbesondere in Form von Reportagen – besonders gut für die Anwendung des konstruktiven Ansatzes (Meier, 2018, S.777). Dies war in der vorliegenden Studie nicht realisierbar.

Die Kürze der Texte verhinderte es, den Proband:innen einen umfassenden Bericht über Sexismus zu präsentieren. Der Fokus lag stattdessen auf sprachlichen Aspekten – entweder problemorientiert oder lösungsorientiert – während der Inhalt aufgrund der Kürze nicht in vollem Umfang beleuchtet werden konnte. Für zukünftige Forschungen wäre es sinnvoll, die Texte inhaltlich detaillierter auszuarbeiten und zusätzlich durch eine Inhaltsanalyse zu validieren.

Ein auffälliger Befund zeigte sich beim Attention Check: In der Gruppe „Traditionelle Berichterstattung“ wurde dieser häufiger verfehlt als in der Gruppe „Konstruktive Berichterstattung“. Obwohl der Pretest ergab, dass der Attention Check verständlich formuliert war, könnte eine

methodische Verzerrung vorliegen. Die Antwort für den konstruktiven Bericht befand sich weiter vorne im Text, während sie im traditionellen Bericht erst im hinteren Bereich zu finden war. Dies könnte auf eine nachlassende Aufmerksamkeit der Rezipient:innen während des Lesens hindeuten. Zukünftige Studien sollten diesen Effekt berücksichtigen, um eine mögliche Ungleichverteilung zu vermeiden.

Ein weiterer methodischer Kritikpunkt betrifft die Zusammensetzung der Stichprobe. Der Großteil der Proband:innen war weiblich und im Altersbereich zwischen 20 und 30 Jahren angesiedelt. Zudem wies die Stichprobe einen überdurchschnittlich hohen Bildungsstand auf, mit einem hohen Anteil an Personen mit Abitur, Bachelor- oder Masterabschluss. Dies führt zu einer eingeschränkten Repräsentativität für die Gesamtbevölkerung des deutschsprachigen Raums.

Ein weiteres Problem der Stichprobenverzerrung ergibt sich aus der Art der Rekrutierung. Die Studie wurde über soziale Medien verbreitet, wodurch eine selektive Stichprobe und keine zufällige Auswahl der Teilnehmer:innen entstand (Braunecker, 2023, S. 68). Zudem wurde in der Rekrutierung explizit erwähnt, dass es sich um eine Studie zu Sexismus handelt. Dies könnte dazu geführt haben, dass insbesondere Personen mit bereits vorhandenem Interesse an dieser Thematik teilgenommen haben, während Menschen, die das Thema als weniger relevant empfinden, möglicherweise von einer Teilnahme abgesehen haben.

Ein weiteres Indiz für eine Verzerrung zeigt sich darin, dass keiner der Proband:innen angab, über kein Allgemeinwissen zu Sexismus zu verfügen. Stattdessen berichtete die Stichprobe insgesamt ein überdurchschnittlich hohes Allgemeinwissen zu diesem Thema. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Befragten bereits gut informiert waren, wodurch die Ergebnisse nicht auf die allgemeine Bevölkerung übertragbar sind. Gerade für Personen, welche ein geringeres Bildungsniveau aufweisen, wäre der Ansatz des konstruktiven Journalismus hilfreich, um eine gesteigerte Handlungsbereitschaft im Kampf gegen Sexismus zu begünstigen, da diese mit einem höheren Allgemeinwissen korreliert. Man kann daher nur spekulieren, dass gerade jene Bevölkerungsgruppe stärker von dem journalistischen Lösungsansatz profitieren würde, was in zukünftigen Forschungen untersucht werden könnte. Daher sollte im Weiteren eine gezieltere und diversifizierte Stichprobenrekrutierung stattfinden, um genauere Aussagen treffen zu können.

Besonders problematisch für die Ergebnisinterpretation ist die Ungleichverteilung der Kontrollvariable Geschlecht. Aufgrund der geringen Anzahl männlicher Probanden sind

geschlechtsspezifische Effekte nur eingeschränkt interpretierbar. Zudem konnten nonbinäre oder diverse Personen aufgrund der geringen Fallzahl nicht in die Analyse eingeschlossen werden. Zukünftige Studien sollten sich um eine größere und ausgewogenere Stichprobe bemühen, um die geschlechtsspezifischen Effekte detaillierter zu untersuchen.

Die Wahl einer Onlinebefragung hatte sowohl Vor- als auch Nachteile. Ein Vorteil liegt in der Reichweite der Erhebung, da viele Proband:innen erreicht wurden, unabhängig von ihrem Standort. Zudem fand die Befragung in einer natürlichen Umgebung statt, wodurch potenzielle Verzerrungen durch künstliche Laborsituationen minimiert wurden.

Allerdings bringt ein Onlinesetting auch geringe Kontrollmöglichkeiten mit sich. Es konnte nicht überprüft werden, ob die Texte tatsächlich in einer ruhigen Umgebung und mit voller Aufmerksamkeit gelesen wurden. Der Attention Check nach dem Lesen sollte dieses Problem zumindest teilweise eindämmen, indem falsche Antworten von der Analyse ausgeschlossen wurden.

Ein weiteres methodisches Problem ergibt sich aus der Möglichkeit der sozialen Erwünschtheit in den Antworten. Obwohl die Studie anonym durchgeführt wurde, kann nicht ausgeschlossen werden, dass einige Proband:innen gesellschaftlich akzeptierte Antworten gaben, anstatt ihre echte Einstellung offenzulegen (Brosius et al., 2022, S. 94). Da das Thema Sexismus gesellschaftlich stark diskutiert wird, könnte dieser Effekt insbesondere bei Fragen zur Einstellung gegenüber Feminismus eine Rolle gespielt haben.

Zudem muss die persönliche Nähe der Proband:innen zur Forschungsperson als Einflussfaktor erwähnt werden. Da viele Teilnehmer:innen aus dem persönlichen Umfeld stammen, besteht damit die Möglichkeit einer Verzerrung der Ergebnisse. Es lässt sich nicht ausschließen, dass die Proband:innen mit der feministischen Perspektive der Forschung vertraut sind und dementsprechend eine Zustimmungstendenz aufweisen können. Daher wird die Generalisierbarkeit der Ergebnisse beeinträchtigt. In der Zukunft wäre eine vollständig anonyme Rekrutierung eine Möglichkeit, diesen Einfluss zu minimieren.

Ein weiterer wesentlicher methodischer Punkt betrifft das Studien-Design. Die Untersuchung wurde als Querschnittsstudie durchgeführt, was bedeutet, dass die Variablen nur zu einem einzigen Zeitpunkt und anhand eines einmalig gelesenen Stimulusmaterials gemessen wurden. Da Einstellungen und Handlungsbereitschaft langfristig geprägte Konstrukte sind, die sich über

Zeit hinweg entwickeln und verändern (Bonfadelli, 2001), wäre es sinnvoll, zukünftige Studien als Längsschnittstudien zu gestalten.

Durch ein Längsschnittdesign könnten die langfristigen Auswirkungen konstruktiver und traditioneller Berichterstattung auf die Rezipient:innen untersucht werden. In der vorliegenden Studie konnte lediglich eine Momentaufnahme des unmittelbaren Vergleichs zwischen den Gruppen erfasst werden. Zwar minimiert das Between-Subject-Design mögliche Reihenfolgeeffekte, jedoch kann es interindividuelle Unterschiede der Teilnehmer:innen nicht ausschließen, die möglicherweise die Ergebnisse beeinflusst und verzerrt haben.

Bei der Wahl der Messinstrumente wurde für diese Studie eine gekürzte PANAS-Skala verwendet. Um die Onlinebefragung möglichst ressourcenschonend für die Proband:innen zu gestalten, wurden nicht alle Items dieser Skala genutzt, sondern nur die notwendigsten. Dies könnte jedoch dazu geführt haben, dass einige emotionale Aspekte nicht vollständig erfasst wurden.

Neben den Kontrollvariablen Geschlecht und Allgemeinwissen zu Sexismus könnten in zukünftigen Studien weitere moderierende Faktoren einbezogen werden. Beispielsweise könnten Vorerfahrungen mit dem Thema Sexismus oder persönliche Betroffenheit eine entscheidende Rolle dabei spielen, wie sich die Proband:innen zu dieser Thematik positionieren. Zusammenfassend zeigt diese Studie interessante Befunde, weist jedoch auch methodische Limitationen auf, die in zukünftigen Forschungsarbeiten berücksichtigt werden sollten.

Hinsichtlich des Studiendesigns wäre es für künftige Forschungen sinnvoll, Längsschnittstudien mit mehreren Messzeitpunkten durchzuführen. Dadurch ließe sich der Einfluss unterschiedlicher Berichterstattungsarten über einen längeren Zeitraum dokumentieren, insbesondere wenn Personen wiederholt mit diesen Perspektiven konfrontiert werden. Ergänzend zum Fragebogen könnten qualitative Interviews mit Proband:innen unterschiedlicher Vorkenntnisse und Geschlechter durchgeführt werden. Dies würde es ermöglichen, zielgruppenspezifische Aussagen darüber zu treffen, welche Berichterstattungsart bei welcher Personengruppe besonders wirksam ist (Brosius et al., 2022, S.4).

Zudem könnten qualitative Interviews ein tieferes Verständnis für die emotionale Wirkung der Berichterstattung bieten. Die individuelle Verarbeitung von journalistischen Texten könnte so detaillierter nachvollzogen werden. Eine geschlechterspezifische Betrachtung könnte dabei helfen herauszufinden, ob und inwiefern die unterschiedliche Betroffenheit bei diesem Thema eine

Rolle spielt. Gerade im Bereich geschlechterbasierter Gewalt und Diskriminierung erscheint eine separate Analyse nach Geschlechtern sinnvoll, um zielgerichtete Handlungsempfehlungen ableiten zu können.

Da journalistische Inhalte im Alltag häufig wiederholt konsumiert werden, wäre eine Forschung mit mehreren Messzeitpunkten zudem realitätsnäher. Durch den alltäglichen Kontakt mit Medien entfaltet sich der Einfluss von Berichterstattungsarten oftmals erst über einen längeren Zeitraum. Ergänzend dazu könnte eine gezieltere qualitative Forschung mit längeren Befragungen dazu beitragen, sozial erwünschte Antworten zu reduzieren und ein authentischeres Bild der tatsächlichen Wirkung von Berichten zu erhalten.

Wie bereits mehrfach betont, sollte das Stimulusmaterial umfangreicher und detaillierter ausgearbeitet werden, um den Ansatz des konstruktiven Journalismus deutlicher hervorzuheben. Journalismus ist kein einheitliches Konstrukt, weswegen eine stärkere Differenzierung der journalistischen Darstellungsformen in weiteren Forschungen wünschenswert wäre. Es wäre dahingehend interessant, weitere Medientypen zu untersuchen, in denen sich der konstruktive Journalismus besonders gut umsetzen ließe. Beispielsweise könnten längere Reportagen, in denen Menschen ihre eigenen Lösungsansätze präsentieren, dazu beitragen, die Selbstwirksamkeit der Rezipient:innen zu erhöhen (Gleich, 2016, S.4). Für weitere Untersuchungen könnten weitere Experimente mit unterschiedlichen Medientypen und journalistischen Darstellungsformen, wie Berichte, Reportagen oder Kommentare, durchgeführt werden, um eine detaillierte Analyse der Medientypen vorzunehmen.

Da insbesondere soziale Plattformen wie Instagram, TikTok oder Facebook zunehmend als wichtige Kanäle für den Journalismus fungieren (Kramp & Weichert, 2020), wäre es interessant, die Wirkung von kurzen Videoformaten und visuellen Elementen im Zusammenhang mit dem konstruktiven Journalismus zu erforschen. In der vorliegenden Studie wurde der Fokus ausschließlich auf textbasierte Berichterstattung gelegt, sodass sich künftige Studien mit der Erweiterung auf audiovisuelle Formate beschäftigen könnten.

Fazit

In der vorliegenden Arbeit wurde der Einfluss unterschiedlicher Berichterstattungsarten über Sexismus auf die emotionalen Reaktionen, die Handlungsbereitschaft und die Einstellung gegenüber Feminismus der Rezipient:innen untersucht. Das experimentelle Verfahren in Form eines Online-Fragebogens sollte dabei helfen, die Wirkung der Texte quantitativ zu erfassen. Die Ergebnisse zeigen, dass der Unterschied zwischen den Berichterstattungsstilen geringer ausfällt als zunächst angenommen, aber trotzdem interessante Hinweise liefert.

Dabei wurde festgestellt, dass es zwischen den Texten mit unterschiedlichen Berichterstattungsarten, die entweder konstruktiv oder traditionell über Sexismus berichten, signifikante Unterschiede in Bezug auf negative Emotionen gibt. Traditionelle Berichterstattung führt zu signifikant negativeren Emotionen bei den Rezipient:innen, während die konstruktive Berichterstattung nicht wie erwartet zu einer signifikanten Zunahme positiver Emotionen führt. Unterschiede hinsichtlich Einstellung und Handlungsbereitschaft konnten ebenfalls nicht bestätigt werden.

Die Kontrollvariablen "Allgemeinwissen zu Sexismus" und "Geschlecht" zeigen in dieser Studie wiederum eine größere Wirkung als die Berichterstattungsart selbst. Damit wird verdeutlicht, dass nicht ausschließlich auf die Art der Berichterstattung, sondern individuelle und soziokulturelle Faktoren eine bedeutende Rolle dabei spielen, wie ein Bericht wirkt. Für den Journalismus bleibt somit die Frage offen, inwiefern man die Informationsvermittlung an eine bestimmte Zielgruppe anpassen kann und sollte, um auf Probleme wie Sexismus innerhalb der Gesellschaft aufmerksam zu machen.

Durch den konstruktiven Journalismus besteht die Möglichkeit, einen Journalismus zu praktizieren, der die Verantwortung übernimmt, die Gesellschaft nicht nur mit Problemen zu konfrontieren, sondern auch einen Weg aufzuzeigen, der Lösungen präsentiert und die Menschen dazu zu ermutigen, durch Selbstwirksamkeit einen Beitrag zur Lösung zu leisten. Eine sensible Berichterstattung ist hierbei wichtig, die weder verharmlost, noch das Thema zu einem unüberwindbaren Problem macht.

„Mittels Sprache wird Wirklichkeit konstruiert“ (Schuegraf, 2023, S.659).

Für die Zukunft müssen neue Strategien erkundet werden, die zielgruppenspezifisch Inhalte generieren, damit gerade auch Männer, die in einem bestimmten Rollenbild aufwachsen sind

und ihre Männlichkeit als Dominanz und Gewalt ihrem Umfeld gegenüber verstehen, dieses Bild reflektieren können. Sensible Berichterstattung, die aufzeigt, dass es noch andere Optionen gibt, kann dabei ein wichtiger Beitrag sein. Vor allem Männern muss klargemacht werden, dass die Lösung des Problems unabdingbar in ihrer eigenen Hand liegt, indem das Männlichkeitsbild reflektiert und gesamtgesellschaftlich aufgebrochen werden kann.

Die Komplexität des Themas erfordert eine differenzierte Betrachtung, die verschiedene Perspektiven einbezieht. Dies ist auch für den Journalismus von Bedeutung, um das Thema nachvollziehbar darzustellen. Es ist eine dauerhafte gesamtgesellschaftliche Aufgabe, nachhaltige Veränderungen zu fördern. Solange diese Probleme bestehen, ist es auch Aufgabe der Medien, diese klar zu benennen, darüber zu berichten und im nächsten Schritt Lösungen zu präsentieren.

Sexismus und die Gewalt an Frauen* wurden lange verharmlost oder als Privatangelegenheit verstanden. Fortschritt zeigt sich darin, dass man diese Themen in den öffentlichen Diskurs eingebunden hat. Dass Verbesserungen in der Sprache und der Art der Berichterstattung bestehen, ist außer Frage. Dass ein Bewusstsein dafür geschaffen wird und langsame Veränderungen erkennbar sind, zeigt sich dennoch auch.

Diese Diskriminierung manifestiert sich in vielfältiger Weise, wobei sie nicht immer sofort ersichtlich ist. Vielmehr zeigt sie sich auf unbewusste Weise in den Einstellungen der Menschen und in den reproduzierten Geschlechterrollen. Dies verleiht der Thematik eine besondere Komplexität, da viele Gewaltformen gar nicht erst als solche erkannt, sondern toleriert werden oder unbeachtet bleiben..

Dieses komplizierte Gerüst, das ungleiche Machtverhältnisse begünstigt und Geschlechterungleichheit beinhaltet, gilt es aufzubrechen, damit der Schmerz und die Erniedrigung von Frauen* aufhören. Die jüngste Berichterstattung über den Fall von Gisèle Pelicot, welche über ein Jahrzehnt von ihrem Ehemann und über 80 weiteren Männern unter Betäubung vergewaltigt wurde, verdeutlicht, dass noch ein erheblicher Handlungsbedarf und Aufklärung zu diesem Thema besteht. Ein Bewusstsein zu schaffen, dass Sexismus der Beginn einer Gewaltenpyramide ist, die im weiteren Verlauf zu schlimmeren Ausmaßen führen kann, ist essenziell. Alle sollten ein Interesse daran haben, dass solche Fälle in Zukunft nicht mehr passieren und berichtet werden müssen.

Der Journalismus trägt die Verantwortung, die Menschen sehen und verstehen zu lassen. Der Weg zum Verstehen einer ganzen Gesellschaft ist langsam und anstrengend. Bei all den Krisen

des Weltgeschehens ist ein Weg, der Probleme mit Lösungen zusammen präsentiert, umso wichtiger. Für eine Welt ohne Sexismus, Diskriminierung und Femizide!

* und Personen, die sich außerhalb der binären Geschlechterkategorien befinden und stark von Gewalt und Diskriminierung betroffen sind

,

Quellenverzeichnis

- Abels, H. (2010). *Interaktion, Identität, Präsentation: Kleine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie*. Springer-Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-90671-3>
- Aitamurto, T. & Varma, A. (2018). The Constructive Role of Journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 695–713. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1473041>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Arendt, F. (2013). Dose-Dependent Media Priming Effects of Stereotypic Newspaper Articles on Implicit and Explicit Stereotypes. *Journal Of Communication*, 63(5), 830–851. <https://doi.org/10.1111/jcom.12056>
- Bandura, A. (1978). Social learning theory of aggression. *Journal of Communication*, 28(3), 12–29. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1978.tb01621.x>
- Bandura, A. (1979). *Die sozial-kognitive Lerntheorie*. Klett-Cotta.
- Bandura, A. (2000). Die sozial-kognitive Theorie der Massenkommunikation. In A. Schorr (Hrsg.), *Publikums- und Wirkungsforschung: Ein Reader* (S. 153–180). Springer VS.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03
- Barker-Plummer, B. (2010). *News and feminism: A historic dialog*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(1), 1–20. <https://doi.org/10.1177/0022216X10364001>
- Becker, J. (2012). Die Digitalisierung von Medien und Kultur. In *Springer eBooks*. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-00729-4>
- Beigang, S., Fetz, K., Kalkum, D., & Otto, M. (2017). Diskriminierungserfahrungen in Deutschland: Ergebnisse einer Repräsentativ- und einer Betroffenenbefragung. Baden-Württemberg: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Baden: Nomos.

Beiler, M. & Krüger, U. (2018). Mehr Mehrwert durch Konstruktiven Journalismus? In *Forschung und Praxis an der FHWien der WKW* (S. 167–191).

https://doi.org/10.1007/978-3-658-20498-3_11

Blöbaum, B. (2016). Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (Hrsg.), *Handbuch Journalismustheorien* (S. 151–164). Springer VS.
https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6_7

Bohner, G., & Dickel, N. (2011). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 62, 391–417. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.121208.131609>

Bonfadelli, H. (2017). Media effects across and between cultures. In P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. van Zoonen (Hrsg.), *The International Encyclopedia of Media Effects*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0094>

Braunecker, C. (2021). *How to do empirische Sozialforschung: Eine Gebrauchsanleitung*. Facultas.

Bro, P. (2008). Normative Navigation in the News Media. *Journalism*, 9(3), 309–329.

Chambers, D., Steiner, L., & Fleming, C. (2004). Women and Journalism. In Routledge eBooks. <https://doi.org/10.4324/9780203500668>

Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>

Communication Monographs, 12(3–4), 145–203.
<https://doi.org/10.1177/152263791001200302>

Curry, A. L., & Hammonds, K. H. (2014). *The power of solutions journalism*. Engaging News Project, Moody College of Communication at the University of Texas.

https://engagingnewsproject.org/enp_prod/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf

Curry, A., Stroud, N. J., & McGregor, S. (2016). *Solutions journalism and news engagement*. Center for Media Engagement. <https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/03/ENP-Solutions-Journalism-News-Engagement.pdf>

Cyba, E. (2021). Patriarchat: Wandel und Aktualität. In R. Becker & B. Kortendiek (Hrsg.),

Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung (2. Aufl., S. 21-35). Barbara Budrich.

Deutscher Bundestag. (2002). Bericht der Enquete-Kommission "Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements": Bürgerschaftliches Engagement: Auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft (Drucksache 14/8900). Deutscher Bundestag.

<https://dserver.bundestag.de/btd/14/089/1408900.pdf>

Dorer, J., Geiger, B., Hipfl, B., & Ratković, V. (2022). Feministische Kommunikations- und Medienforschung: Rückblick – Ausblick. In J. Dorer, B. Geiger, B. Hipfl, & V. Ratković (Eds.), *Handbuch Medien und Geschlecht: Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung* (pp. 1-15). Springer. Advance online publication. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_80-1

Edelman. (2021). *Edelman Trust Barometer 2021*. Edelman.

<https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer>

Erbring, L., Goldenberg, E. N., & Miller, A. H. (1980). Front-Page News and Real-World Cues: A New Look at Agenda-Setting by the Media. *American Journal of Political Science*, 24(1), 16–49. <https://doi.org/10.2307/2110923>

Fassinger, R. E. (1994). Development and testing of the Attitudes Toward Feminism and the Women's Movement (FWM) Scale. *Psychology of Women Quarterly*, 18(3), 389–402. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1994.tb00462.x>

Fisher, C. (2016). The advocacy continuum: Towards a theory of advocacy in journalism.

Journalism, 17(6), 711–726. <https://doi.org/10.1177/1464884915582311>

Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Nielsen, R. K., Levy, D. A. L., & Newman, N. (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017.

Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Nielsen, R. K., Levy, D. A. L., & Newman, N. (2017).

Reuters Institute Digital News Report 2017. Reuters Institute for the Study of Journalism.https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

Ganz, K. (2013). *Feministische Netzpolitik: Perspektiven und Handlungsfelder*. Studie im Auftrag des Gunda-Werner-Instituts, Berlin. http://www.gwi-boell.de/sites/default/files/uploads/2013/04/ganz_feministische_netzpolitik_web.pdf.

Ganz, K., & Meßmer, A.-K. (2015). Anti-Genderismus im Internet: Digitale Öffentlichkeiten als Labor eines neuen Kulturkampfes. In S. Hark & P.-I. Villa (Hrsg.), *Anti-Genderismus: Sexualität und Geschlecht als Schauplätze aktueller politischer Auseinandersetzungen* (S. 59–78). transcript.

Geiger, B. (2002a). Feministische Öffentlichkeiten. Ansätze Strukturen und aktuelle Herausforderungen. In J. Dorer & B. Geiger (Hrsg.), *Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft: Ansätze Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung* (S. 82–99). Springer. Advance online publication. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_80-1

Geiger, B. (2002b). Geschlechterverhältnisse als Medieneignis. Berichterstattung und mediale Diskurse zum österreichischen FrauenVolksBegehren. In J. Dorer & B. Geiger

(Hrsg.), Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft: Ansätze Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung (S. 98–123). Springer. Advance online publication. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_80-1

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), Perspectives on media effects (S. 17–40). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Gerhard, U. (2009). Frauenbewegung und Feminismus: Eine Geschichte seit 1789. München: Beck.

Gleich, M. (2016). *Lust auf Lösungen: Konstruktiver Journalismus* (Journalisten Werkstatt). Oberauer.

Graber, D. A. (1984). Book Review: Processing the News: How People Tame the Information Tide. *Newspaper Research Journal*, 5(3), 75-75.

<https://doi.org/10.1177/073953298400500313>

Greenwood, D. N. & Lippman, J. R. (2009). Gender and Media: Content, Uses, and Impact. In *Springer eBooks* (S. 643–669). https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1467-5_27

Gyldenstedt, C. (2015). From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism. GGroup Publishing.

Gyldenstedt, C. (2017, 8. Februar). The unknown legacy of Hans Rosling. Huffington Post.
http://www.huffingtonpost.com/entry/the-legacy-of-hansrosling_us_589b94b9e4b02bbb1816c2b7

Haagerup, U. (2017). *Constructive news: How to save the media and democracy with journalism of tomorrow* (2. Auflage). Aarhus Universitetsforlag.

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society* (T. Burger & F. Lawrence, Übers.). Cambridge: Polity

Press. (Originalarbeit veröffentlicht 1962)

Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is News? News values revisited (again). *Journalism*

Studies, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>

Hayes, A. F. (2005). *Statistical methods for communication science*. Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781410613707>

Hermans, L., & Drok, N. (2018). Placing constructive journalism in context. *Journalism*

Practice, 12(6), 679–694. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470900>

Holton, A. E. & Chyi, H. I. (2012). News and the Overloaded Consumer: Factors Influencing

Information Overload Among News Consumers. *Cyberpsychology Behavior And Social Networking*, 15(11), 619–624. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0610>

Iyengar, S. (1994). *Is anyone responsible?: How Television Frames Political Issues*. University of Chicago Press.

Iyengar, S., & Simon, A. (1993). News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming and framing. *Communication Research*, 20, 365–383.

<https://doi.org/10.1177/009365093020003002>

Johannes Bischof Institut (JBI). (2020). Perspektiven 2020/13: Gewalt gegen Frauen.

https://jbi.or.at/wp-content/uploads/2020/11/Perspektiven_2020_13_Gewalt-gegen-Frauen.pdf

Jonas, K., Stroebe, W., & Hewstone, M. (Hrsg.). (2014). Sozialpsychologie: Eine Einführung (6. Aufl.). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-41091-8>

Keil, S. & Dorer, J. (2019). Medienproduktion: Journalismus und Geschlecht. In Springer Reference Sozialwissenschaften (S. 1–16).

https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_18-1

- Kitch, C. (1999). Rethinking Objectivity in Journalism and History. *American Journalism*, 16(2), 113–120. <https://doi.org/10.1080/08821127.1999.10739177>
- Kramp, L., & Weichert, S. (2020). *Nachrichten mit Perspektive: Lösungsorientierter und konstruktiver Journalismus in Deutschland*. Otto-Brenner-Stiftung (OBS-Heft 101)
- Krüger, U. (2016). *Solutions Journalism (Lösungsorientierter Journalismus)*. In Deutscher FachjournalistenVerband (Hrsg.), *Journalistische Genres* (S. 95-114). Konstanz: UVK.
- Liu, P., Teng, M. & Han, C. (2020). How does environmental knowledge translate into pro-environmental behaviors?: The mediating role of environmental attitudes and behavioral intentions. *The Science Of The Total Environment*, 728, 138126. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.138126>
- Lünenborg, M. & Röser, J. (2012). Geschlecht und Macht in den Medien - ein integratives Forschungsdesign. In *Critical studies in media and communication* (S. 7–36). <https://doi.org/10.14361/transcript.9783839416921.7>
- Lünenborg, M., & Sell, S. (2018). Politischer Journalismus im Fokus der Journalistik. In Springer eBooks. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18339-4>
- Maio, G. R., & Olson, J. M. (2000). Why we evaluate: Functions of attitudes. *Lawrence Erlbaum Associates*.
- McIntyre, K. E. (2015). *Constructive journalism: The effects of positive emotions and solution information in news stories* (Doctoral dissertation). University of North Carolina at Chapel Hill. <https://doi.org/10.17615/g6sg-8p47>
- McIntyre, K. E., & Gyldensted, C. (2017). Constructive journalism: Applying positive psychology techniques to news production. *The Journal of Media Innovations*, 4, 20–34. <https://doi.org/10.5617/jomi.v4i2.2403>
- Meier, K. (2010). *Crossmedialer Journalismus: Eine Analyse redaktioneller Konvergenz*. In R.

Hohlfeld, P. Müller, A. Richter & F. Zacher (Hrsg.), *Crossmedia – Wer bleibt auf der Strecke? Beiträge aus Wissenschaft und Praxis* (S. 94–110). LIT Verlag. ISBN 978-3-643-10557-8

Meier, K. (2018). How does the audience respond to constructive journalism? *Journalism Practice*, 12(6), 764–780. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470472>

Meier, K. (2018). Journalistik. <https://doi.org/10.36198/9783838548081>

Meier, K. (2018b). *Konstruktiver Journalismus – Hintergründe, Definitionen, Perspektiven. Journalistik*, 1(2018), 1–19.

https://journalistik.online/wp-content/uploads/2018/01/Meier-Konstruktiver-Journalismus_Journalistik_1-2018_de.pdf

Mendes, K. (2012). ‘Feminism rules! Now, where’s my swimsuit?’ Re-evaluating feminist discourse in print media 1968–2008. *Media Culture & Society*, 34(5), 554–570. <https://doi.org/10.1177/0163443712442701>

Millett, K. (1977). Sexus und Herrschaft: Die Tyrannei des Mannes in unserer Gesellschaft. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

Peter, J. (2002). Medien-Priming: Grundlagen, Befunde und Forschungstendenzen. *Publizistik*, 47(1), 21–44. <https://doi.org/10.1007/s11616-002-0002-4>

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.

Pörksen, B. (2014). *Konstruktivismus: Medienethische Konsequenzen einer Theorie-Perspektive*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-04004-8>

Pöttker, H. (1998). Öffentlichkeit durch Wissenschaft. *Publizistik*, 43(3), 229–249.

<https://doi.org/10.1007/BF03654690>

Pranz, S. & Sauer, C. (2017). „Konstruktiver Journalismus“ – Reflexion über einen Branchentrend, der alte Fragen zum Verhältnis von Pädagogik und Journalismus neu aufwirft. In S. Allmann & J. Talmon-Gros (Hrsg.), *Kon-Texte: Pädagogische Spurensuche* (S. 99–122). Springer VS.

Price, V., Tewksbury, D., & Powers, E. (1997). Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, 24(5), 481–506.

<https://doi.org/10.1177/009365097024005002>

Scheufele, B. (2022). Priming (2. Aufl.). Nomos Verlag.

Schicha, C. (2016). Martina Thiele: Medien und Stereotype: Konturen eines Forschungsfeldes. *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, 33(3).

<https://doi.org/10.17192/ep2016.3.5980>

Schmincke, I. (2013). Feminismus, Sex und ‚Zickenkrieg‘: Zur Konstruktion öffentlicher Feminismen in den (traditionellen) Massenmedien. In B. Riegraf, H. Hacker, H. Kahlert, B. Liebig, M. Peitz, & R. Reitsamer (Hrsg.), *Geschlechterverhältnisse und neue Öffentlichkeiten: Feministische Perspektiven* (S. 144–162). Westfälisches Dampfboot.

Schmincke, I. (2019). Die neue Frauenbewegung in den Medien. In Springer Reference Sozialwissenschaften (S. 1–11). https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_40-1

Schuegraf, M. (2023). Hollywood-Stars und Social Media Celebrities. In J. Dorer, B. Geiger, B. Hipfl, & V. Ratković (Hrsg.), Handbuch Medien und Geschlecht (S. 951–962). Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-20707-6>

Statistik Austria. (2021). Geschlechtsspezifische Gewalt gegen Frauen 2021.

https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Geschlechtsspezifische-Gewalt-gegen-Frauen_2021_barrierefrei.pdf

Swim, J. K., Hyers, L. L., Cohen, L. L., & Ferguson, M. J. (2001). Everyday sexism: Evidence for its incidence, nature, and psychological impact from three daily diary studies.

Journal of Social Issues, 57(1), 31–53. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00200>

Thiele, M. (2023). Geschlechterstereotype und Geschlechterrollen. In J. Dorer, B. Geiger, B. Hipfl, & V. Ratković (Hrsg.), Handbuch Medien und Geschlecht (S. 141–158). Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-20707-6>

Urner, M. (2019). *Schluss mit dem täglichen Weltuntergang: Wie wir uns gegen die digitale Vermüllung unserer Gehirne wehren*. Droemer HC.

Waisbord, Silvio. 2009. “Advocacy Journalism in a Global Context.” In The Handbook of Journalism Studies, edited by Karin Wahl-Jorgensen and Thomas Hanitzsch, 371–385. Routledge.

Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063–1070. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.6.1063>

Zick, A., Küpper, B. & Hövermann, A. (2011). *Die Abwertung der anderen: eine europäische Zustandsbeschreibung zu Intoleranz, Vorurteilen und Diskriminierung ; eine Analyse im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung ; [Projekt „Auseinandersetzung mit dem Rechtsextremismus“]*.

Anhang

1. Abstact
2. Fragebogen der Studie

Abstract

In dieser Masterarbeit wurde die Wirkung zweier Berichterstattungsstile, konstruktiver und traditioneller Journalismus, auf die emotionale Reaktion, Handlungsbereitschaft und Einstellung zu Feminismus bei Rezipient:innen untersucht.

Dafür wurde eine quantitative Forschungsmethode gewählt, die auf einem experimentellen Design basierte und in Form eines Online-Fragebogens realisiert wurde. Durch Randomisierung wurden die Teilnehmer:innen einem der beiden Texte zugewiesen und gebeten, vor sowie nach dem Lesen einen Fragebogen auszufüllen. Anhand einer Gesamtstichprobe von 245 Proband:innen wurden Daten zur emotionalen Reaktion, Handlungsbereitschaft und Einstellung zu Feminismus erfasst und anschließend mithilfe von SPSS statistisch ausgewertet.

Die Ergebnisse zeigen, dass bis auf einen signifikanten Unterschied in den negativen Emotionen, welche in der Gruppe mit traditioneller Berichterstattung stärker ausfielen als in der Gruppe mit konstruktiver Berichterstattung, keine weiteren Hypothesen bestätigt werden konnten.

Die Studie legt nahe, dass nicht allein die Art der Berichterstattung ausschlaggebend für die untersuchten Faktoren ist. Stattdessen hatten Geschlecht und Allgemeinwissen, die als Kontrollvariablen betrachtet wurden, einen signifikanten Einfluss auf die untersuchten Variablen. Dies verdeutlicht, dass der Journalismus vor der Herausforderung steht, inwiefern zielgruppenspezifische Inhalte entwickelt werden sollten, um eine effektive Informationsvermittlung zu gewährleisten und zur Eindämmung von Sexismus beizutragen.

English version:

In this master's thesis, the effect of two styles of reporting, constructive and traditional journalism, on the emotional reaction, willingness to act and attitude towards feminism was investigated.

For this purpose, a quantitative research method was chosen, based on an experimental design and implemented in the form of an online questionnaire. Through randomization, the participants were assigned to one of the two texts and asked to fill out a questionnaire before and after reading. Data on emotional response, willingness to act, and attitude towards feminism were collected from a total sample of 245 subjects and then statistically evaluated using SPSS.

The results show that except for a significant difference in the negative emotions, which were stronger in the group with traditional reporting than in the group with constructive reporting, no further hypotheses could be confirmed.

The study suggests that it is not only the type of reporting that is decisive for the factors studied. Instead, gender and general knowledge, which were considered control variables, had a significant impact on the variables studied. This highlights that journalism faces the challenge of how to develop audience-specific content to ensure effective information delivery and help curb sexism.