

Kritisch-konstruktiver Journalismus
Band 2 der Reihe *Impulse für Redaktionen*

Herausgeber und Autoren: Ulf Grüner, Christian Sauer

Mit Beiträgen von Martin Eggenschwyler, Dominique Eigenmann,
Michael Ende, Felix Fischaleck, Michael Gleich, Magdalena Kauz,
Daniela Kraus, Uwe Krüger, Jost Lübben, Ursula Ott, Sebastian Pranz,
Torsten Schäfer, Dagny Siebke und Hinrich C.G. Westphal.

Impressum

ISBN 978-3743187313

Herausgeber: Ulf Grüner, Dr. Christian Sauer
Lektorat: Nora Kohlhase

1. Auflage: Hamburg im Juni 2017
2. erweiterte Auflage: Hamburg im Juli 2018
3. aktualisierte und erweiterte Auflage: Hamburg im Juni 2019

Herstellung und Verlag: Books on Demand GmbH, Norderstedt

Vorwort

Wir wollen reden, nachdenken, anregen. Konstruktiver Journalismus geistert als Idee seit spätestens Mitte 2014 auch durch deutschsprachige Redaktionen. Seitdem entstehen sehr unterschiedliche Interpretationen und Produkte daraus. Manche gelingen, andere verpuffen oder bleiben stecken.

Kurzum: Eine gute Gelegenheit, jetzt Erfahrungen und Gedanken der ersten Jahre zusammenzutragen.

Mit diesem Buch legen wir eine Materialsammlung vor, bieten divergierende Meinungen und vielfältige Erfahrungen. Ja, auch Dopplungen und Widersprüche. Ein Diskursbuch soll es sein. Wir möchten damit zur Meinungsbildung beitragen, den kreativen Streit befördern, das Nachdenken intensivieren.

Unsere Gliederung ist daher eher Findehilfe als durchkomponierte Struktur, eher Einladung zum Entdecken denn Anleitung zum Arbeiten. Erwarten Sie also bitte keine Enzyklopädie, sondern freuen Sie sich auf ein munteres Forum voller Einblicke, Erfahrungen und Meinungen, Ideen und Beispiele.

Die kleine Sammlung erhebt weder Anspruch auf Vollständigkeit noch auf alleinige Gültigkeit. Sie bietet aber allen, die konstruktiven Journalismus praktisch anwenden möchten, Hilfe beim Verstehen und Hilfe beim Umsetzen. Wir hoffen, damit die Grundlage und den Anstoß für redaktionelle Debatten zu liefern.

Ein Gedanke kehrt – bei aller Vielstimmigkeit – immer wieder: Konstruktiver Journalismus soll selbstverständlich nicht den kritischen Journalismus ablösen, sondern ihn ergänzen. Mit diesem Bekenntnis markiert unsere Textsammlung auch ein Ende der Pubertät des konstruktiven Journalismus. Er ist erwachsen geworden. Nur noch Spötter und Böswillige werden behaupten, dass er im Sinne eines platten Wellness-Journalismus das Publikum vom Wesentlichen ablenken will. Das Gegenteil ist der Fall, meinen wir. Konstruktiver Journalismus ist ein neuer Anlauf für mehr journalistische Qualität (und steht insofern in der Tradition unseres ersten gemeinsamen Werks „Qualitätsmanagement in Redaktionen“, Hamburg 2010).

Wir freuen uns sehr, dass erfahrene Reporter, Korrespondenten, Medienmenschen und Trainer zu diesem Band beigetragen haben, den wir als Non-Profit-Projekt angelegt haben. Wir haben unsere eigenen Erfahrungen als Fachautoren

sowie in unseren Trainings für Journalisten – zum Beispiel bei SRF, ORF und mit Tageszeitungsredakteuren – hinzugenommen. So kann das Konzept einen weiteren Schritt in den Redaktionsalltag tun.

Je weniger der konstruktiver Journalismus als neue Heilslehre gehypt wird, desto eher wird er Teil der täglichen Routinen und Konferenzen. Das Konzept ist dann keine neue Sau, die durchs Journalistendorf getrieben wird, sondern ein dauerhaft wirksamer Ansatz für mehr Qualität und echten Kontakt zum Publikum und dessen Lebenswelten.

Deshalb können wir es auch nur begrüßen, wenn – wie im März 2017 in Aarhus – universitäre Institute für konstruktiven Journalismus gegründet werden. Und wenn der Branchendienst Meedia Anfang 2017 fragt: „Ist der Hype um den Weltverbesserer-Journalismus schon wieder vorbei?“ – Ja, hoffentlich! Denn von einem Hype hat niemand was. Aber kontinuierliche Redaktionsarbeit mit dem inspirierenden Konzept konstruktiver Journalismus, das lohnt die Mühe.

Ulf Grüner und Christian Sauer

Editorische Notiz der Herausgeber:

Die Beiträge der Autorinnen und Autoren geben deren Meinung und Erfahrungen wieder. Das ist Konzept dieses Buches. Das spiegelt sich auch in den Schreibweisen wieder. Zum Beispiel steht Constructive Journalism neben Konstruktiver Journalismus. Wir verzichten konsequent auf Vereinheitlichung der Schreibweisen, um die Eigenständigkeit der Beiträge zu betonen.

Überschriften und Verschlagwortung der einzelnen Beiträge haben wir jeweils als Herausgeber ergänzt.

Sehr viele Beiträge sind eigens für dieses Buch entstanden; einige dürfen wir mit Genehmigung der Verlage und Autoren hier nachdrucken. Die Quellen und Daten sind jeweils angegeben. Wir danken besonders Rüdiger Steiner (UVK-Verlag) für die freundliche Erlaubnis, die Beiträge von Uwe Krüger, Ursula Ott und Christian Sauer („Konstruktiver Journalismus als Einladung zum Diskurs“) hier abzudrucken.

Informationen zu den Autorinnen und Autoren haben wir jeweils am Ende der Beiträge vermerkt.

Inhaltsverzeichnis

1. Definitionen und Konzepte

- 1.1 Warum wir lieber vom kritisch-konstruktiven Journalismus reden __10
Ulf Grüner, Christian Sauer
- 1.2 Warum Leser Lösungen wollen (und nicht nur Probleme) __14
Dominique Eigenmann
- 1.3 Korrekturen am Jammertal __18
Hinrich C. G. Westphal
- 1.4 „Mit offenem Geist und offenem Herzen“ __23
Gespräch mit Michael Gleich

2. Der Anstoß von Ulrik Haagerup

- 2.1 Die Kernaussagen von Ulrik Haagerup __28
Christian Sauer
- 2.2 Der klassisch-kritische und der konstruktive Blick __30
Christian Sauer
- 2.3 Kritik am konstruktiven Journalismus __32
Christian Sauer

3. Praxis: Erfahrungen

- 3.1 Ghetto oder Oase? __36
Gespräch mit Dominique Eigenmann
- 3.2 Wo und wann funktioniert konstruktiver Journalismus am besten? __40
Christian Sauer
- 3.3 Wir verändern die Region! __44
Jost Lübben und Christian Sauer
 - 3.3.1 Was Chefredakteure, Deskchefs und Blattplaner tun sollen __47
 - 3.3.2 Was Reporter und schreibende Redakteure tun sollen __49
- 3.4 Celle blüht auf __51
Michael Ende
- 3.5 Der eigenen Klimabilanz auf der Spur __55
Dagny Siebke
- 3.6 Von positiver Anziehung: konstruktiver „Kulturplatz“ __57
Martin Eggenschwyler
- 3.7 „Es geht darum, das ganze Bild zu zeigen“ __60
Gespräch mit Christian Sauer (Felix Fischaleck)
- 3.8 Hoffnungsjournalismus für ein geschundenes Paradies __63
Forschungssessay von Torsten Schäfer

4. Praxis: Handwerk und Technik	
4.1 Themenfindung und Konferenzen	__80
Christian Sauer	
4.2 Themenzuschnitt	__83
Christian Sauer	
4.3 Recherche: zusätzliche Ansätze im konstruktiven Journalismus	__86
Christian Sauer	
4.4 SBI, die Recherche-Strategie für die kritisch-konstruktive Story	__90
Ulf Grüner	
4.5 Umsetzung in einer Redaktion	__94
Christian Sauer	
4.6 Die konstruktive Blattkritik	__100
Christian Sauer	
4.7 Storytelling = Constructive?	__105
Magdalena Kauz	
5. Hintergründe & Impulse	
5.1 Übersicht über Strömungen und Einflüsse	__122
Christian Sauer	
5.2 Constructive Journalism – Idee des Genres	__125
Uwe Krüger	
5.3 Kontext: Was vergessen wird. Erinnerungen für die Zukunft	__144
Ulf Grüner	
5.4 Die Katastrophe wegatmen?	__155
Ursula Ott	
5.5 Konstruktiver Journalismus als Einladung zum Diskurs	__168
Christian Sauer	
5.6 Konstruktiver Journalismus: Reflexion über einen Branchentrend	__178
Sebastian Pranz und Christian Sauer	
6. Ausblick	
6.1 Kritisch-konstruktiv fortbilden	__208
Daniela Kraus	
6.2 Was Constructive Journalism jetzt braucht. Thesen für #cj_nxt	__211
Ulf Grüner	
Literaturhinweise	__218
Die Herausgeber	__219
Weitere Bücher	__220
Downloads zu diesem Buch	__221

4.7 Storytelling = Constructive?

Von Magdalena Kauz

1. Happy End?

Muss jede Geschichte ein Happy End haben? Nein.



Titelbild der Spiegel 24/17: eine konstruktive Titelgeschichte über die Möglichkeit des gütlichen Scheidens.

Im Folgenden zeige ich die Zusammenhänge und Ähnlichkeiten zwischen den beiden journalistischen Vorgehensweisen auf. Die journalistischen Arbeitsmethoden des Storytelling und des konstruktiven Journalismus können sich befruchten und kombiniert werden: Durch Erzählen können Themen konstruktiv umgesetzt werden und durch einen konstruktiven Ansatz kommen wir auf Geschichten, das ist die Grund-These.

2. Grundprinzip Storytelling / Erzählen versus Berichten

Das Prinzip des konstruktiven Journalismus wird in diesem Buch schon hinlänglich erklärt. Was Storytelling heißen könnte, will ich hier nochmals umreißen, um hinterher die Brücke zwischen den beiden Begriffen zu schlagen: Im journalistischen Alltag gibt es zahlreiche Formate und Formen. Einige davon sind weit entfernt vom Erzählen, sie berichten in erster Linie. So etwa die Form „Meldung“ oder „Nachricht“, die sich nach dem Schema News-Pyramide so zusammensetzt:

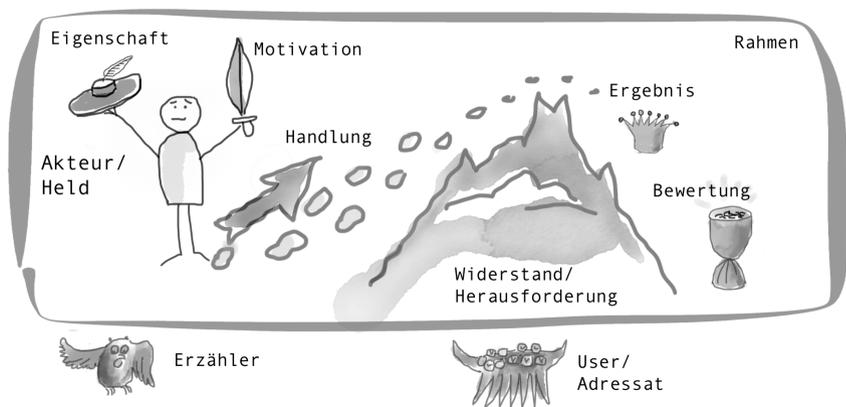
- aktuelle Meldung (was ist geschehen?)
- kurzer Hintergrund (was war davor?)
- Einordnung (in welchem Zusammenhang steht das Geschehene?)
- Ausblick (wie geht es weiter?)

Der Ablauf dieser Teile ist in der Regel chronologisch oder doch zumindest handlungslogisch: soeben/davor/dann/danach.

Für eine erzählte Geschichte, die durchaus auf News-Ereignissen basieren kann, braucht es weitere Zutaten: Als gutes Mini-Rezept dafür kann die Technik des Küchenzurufs²³ gelten: Wenn ich nach Hause komme und meinem Mann das erzählen möchte, was mich an diesem Tag am meisten bewegt hat, dann versuche ich ihm, während ich koche, etwas zuzurufen, was ihn dergestalt neugierig macht, dass er alles stehen und liegen lässt, um mir zuzuhören.

Das könnte in etwa so klingen: „Rate mal, wie ich es heute fertiggebracht habe, nicht nur meine Uhr kaputtzukriegen, sondern auch noch meinen teuersten Kugelschreiber, den du mir zu Weihnachten geschenkt hast“?

Was folgen wird auf diesen Zuruf, ist naturgemäss eine Geschichte, deren Zutaten der folgende Storytelling-Baukasten²⁴ auf einen minimalen Nenner bringt:



Der Story-Baukasten, Illustration M. Kauz

- Sie wird einen klar erkennbaren und definierten Erzähler haben.
- Sie richtet sich (und passt sich im Tonfall und in der Auswahl des Erzählten) an einen klar definierten Zuhörer.

²³ Küchenzuruf unter anderem in «Storytelling für Journalisten» Marie Lampert, Rolf Wespe, UVK

²⁴ Angelehnt an «Storytelling-Baukasten», SRF 1/2016, Marc Tschudin, Eberhard Wolf, Magdalena Kauz

- Sie verfügt über einen oder mehrere Haupt-Akteure.
- Der Akteur hat eindeutig auszumachende Eigenschaften und Motive (die idealerweise auch etwas mit dem Ziel zu tun haben).
- Sie hat eine Handlung (die das tragende Gerüst der Geschichte ist, die Handlung bewegt sich in der Logik der Geschichte, welche chronologisch sein kann, aber nicht muss).
- Sie strebt zu einem Ziel oder einem Ergebnis hin.
- Diese Handlung führt nicht geradlinig von A nach B, sondern über ein Hindernis, eine Herausforderung, die es zu überwinden gilt (das kann ein Gegenspieler oder eine grosse Aufgabe sein).
- Wenn das Ziel erreicht ist, gibt es eine emotionale Bewertung des Erreichten durch den Akteur. Wie hat es diesen verändert, was hat dieser gelernt?
- Sie spielt innerhalb eines gewissen Frames/Rahmens: Das kann ein zeitlicher Rahmen, ein Rahmen des Formats/Sendegefässes sein, bis hin zu einem bestimmten Genre und Kontext.

Der Küchenzruf gibt uns einen Hinweis darauf, wo das Erzählen vorkommt, nämlich am häufigsten im Alltag. Weit mehr als die Hälfte unserer Kommunikation besteht aus Erzählungen. Wer darauf achtet, welche Techniken Menschen benutzen, die besonders gute Erzähler sind, wird etliche Faktoren des Baukastens erkennen können. Dass dabei Timing und die Art und Weise der Sprache, Stimmführung ebenso wie Gestik und Mimik eine Rolle spielen, versteht sich von selbst.

3. Reportage und erster konstruktiver Blickwinkel: Der Sinn

Im journalistischen Alltag wurde schon immer erzählt; wenngleich Kritiker des ab den 90er Jahren boomenden Themas „Storytelling“ das nicht immer wahrhaben wollen. Die Form der „Reportage“ etwa hat, obwohl die Herkunft des Wortes von lateinisch „reportare“ berichten und melden heisst, deutlich mehr mit Erzählen zu tun als mit Berichten, gleichgültig ob es eine Reportage in schriftlicher Form, Radio, TV oder Online (zum Beispiel Longform-Webreportage) ist: So ist etwa eine Reporterin vor Ort, die erzählt, was dort geschieht. Die Reporterin hat eine spürbare Haltung und Perspektive, die teilweise sogar sicht- oder hörbar ist; sie ist in die Handlung involviert oder nahe dabei, lässt mich am Ende spüren, was das Erlebnis mit ihr gemacht hat. Reportagen, die einen ausschliesslich neutralen Blickwinkel einnehmen, sind eigentlich keine, weil sie die grosse Kraft der Reportage verspielen: Sie ermöglichen es nämlich dem Adressaten (Zuhörer/ User), DABEI ZU SEIN mit der Reporterin, die hier mehr als teilnehmender, führender Mensch auftritt denn als distanzierte Beobachterin. Und sie lässt mich etwas miterleben, ich bekomme ganz bequem auf dem Sofa sitzend Nervenkitzel,

Emotion und Mehrwert. Die Reportage ist eine uralte Form und hat ihren Ursprung lange vor dem in Zeitungsförm gedruckten Journalismus. Der berühmte Reporter Egon Erwin Kisch²⁵ etwa erinnert an Plinius den Jüngeren, der Tacitus über das Erdbeben von Pompeij erzählt.

Wenn wir also von der Reportage als mehrheitlich erzählter Geschichte ausgehen: Was bringt uns Menschen das, was bringt das Erzählen oder Storytelling generell? Hier haben diverse Forschungszweige²⁶ Antworten gebracht und Theorien belegt:

- Geschichten schaffen Ordnung, durch eine leichte Erkennbarkeit gängiger Erzählmuster (wie sie sich etwa in einem Witz erkennen lassen, einer Urform des Storytelling).
- Sie geben uns emotionale Bezogenheit, wir fühlen mit, wir fiebern mit, wir sind dabei. Man weiss, dass das limbische System stark tätig ist beim Rezipieren von Geschichten; moderne Storytelling Theorien sprechen hier auch vom Begriff Involvement, in der Literaturwissenschaft kennt man den Begriff Immersion.
- Verknüpft mit den Erkenntnissen über die emotionale Bezogenheit, können wir uns durch Geschichten jene darin enthaltenen Fakten auch besser merken, Geschichten setzen sich besser im Gedächtnis fest als eine Aneinanderreihung von Fakten.
- Geschichten schaffen Sinn: Jonathan Gottschall weist in seinem Buch „The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human“²⁷ über die Evolutionsbiologie eindrücklich nach, dass dies einer der Hauptgründe ist, weswegen wir Menschen förmlich süchtig nach Geschichten sind. Wir suchen stets nach dem Sinn für Ereignisse, die um uns herum geschehen; für die guten Ereignisse, aber noch viel mehr für die schlimmen. Geschichten geben uns immer die Möglichkeit, ein Ereignis durch den Blickwinkel eines Erzählers und eines Akteurs zu erleben. Mit dem Schlussfazit und der Erfahrung müssen wir nicht unbedingt einverstanden sein, aber wir denken darüber nach und

²⁵ Egon Erwin Kisch - *Gesammelte Werke*, Aufbau-Verlag Berlin, 1960/1985

²⁶ z. B. *Gehirnforschung, Kommunikationsforschung, Evolutionsbiologie*

²⁷ „The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human“, Jonathan Gottschall, 2012 Houghton Mifflin Harcourt

bilden unsere eigene Meinung, unsere eigene Moral dazu.
Und das ist wertvoll.

Und hier haben wir die erste Gemeinsamkeit zwischen Storytelling und konstruktivem Journalismus: **Wir bieten unseren Rezipienten einen möglichen Sinn eines Ereignisses oder einer Geschichte an.**

Ein konkretes Beispiel: Eine Medizin-Sendung, in welcher eine Stunde lang über pränatale Diagnostik berichtet wird, ein Thema, das voller komplexer Zusammenhänge zu Fachbereichen wie Recht, Ethik, Medizin ist. Werden wir uns für das Thema interessieren, wenn wir nur über Infos, Erklärstücke, Expertenmeinungen und Statistiken informiert werden? Nein, es braucht die Geschichten, die Emotionen zum Thema; Beispielsweise die Geschichte eines Elternpaares, das sich gegen pränatale Diagnostik entschieden hat und nun mit einem behinderten Kind lebt. – Erst wenn ich mich emotional einlasse, will ich mehr wissen und mir komplexe Fakten dazu erklären lassen.

4. Das Prinzip der (Er-)Lösung

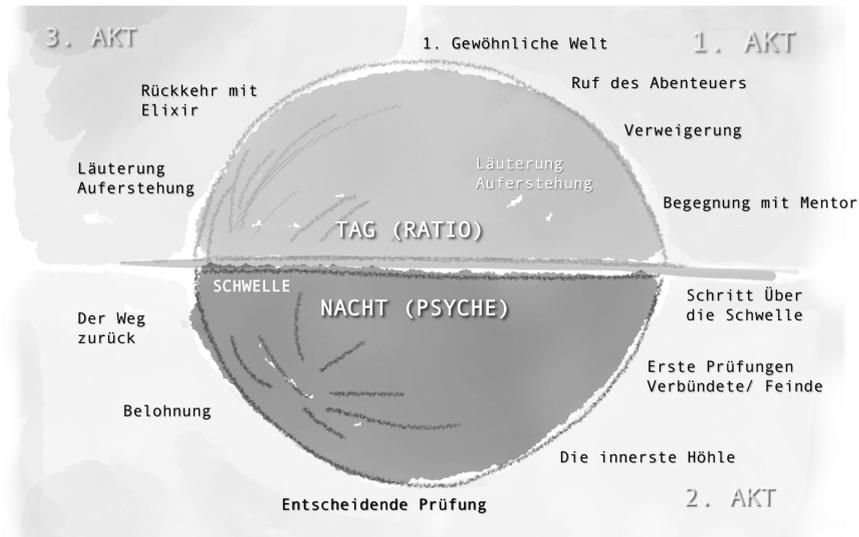
Einen zweiten Berührungspunkt zwischen konstruktivem Journalismus und Storytelling finden wir im „dritten Akt“: In vielen Bauplänen von Geschichten ist der Moment nach dem höchsten Erregungspunkt (grösster Konflikt, grösste Überwindung) nicht derjenige, an dem wir eine Geschichte als vollendet empfinden. Der kommt im Moment danach, im dritten Akt.

Beim Plot-Prinzip der Heldenreise²⁸ folgt nach der „entscheidenden Prüfung“ und – deren Bestehen – die „Belohnung“ und „Auferstehung“, erst dann darf der Held nach Hause („Rückkehr mit dem Elixier“); Mit der „Auferstehung“ ist auch die „Erlösung“ gemeint, es könnte aber auch die „Lösung“ sein. In einem klassischen journalistischen Portrait oder einer Reportage ist es der Moment danach, wo der Held uns sagt, was er oder sie aus der Erfahrung gelernt hat. Und genau hier beginnt der konstruktivste Teil in der Verarbeitung der Geschichte. Dadurch, dass ich als Betrachterin erfahre, wie – im Beispiel der Medizinsendung – die Familie heute mit dem behinderten Kind umgeht und was sie daraus gelernt haben, kann ich lernen.

Und – wir wollen lernen: Lernen, wie man Probleme löst; lernen, wie man Krisen überwindet; lernen, wie Menschen aus schrecklichen Situationen herausfinden, das interessiert uns. Uwe Walter, ein Experte für Storytelling und Heldenreise,

²⁸ nach Campbell/Vogler; Christian Vogler: „Die Odysee des Drehbuchschreibens“

sagt: „Storytelling geht immer vom Mangel zur Lösung. » Genau den gleichen Satz könnte man auch für konstruktiven Journalismus verwenden: «Konstruktiver Journalismus geht immer vom Mangel zur Lösung.“²⁹



Schema Heldenreise nach Vogler: Ergänzt mit den drei Akten, und der philosophisch/psychologischen Ergänzung – vom Tag (bewusst) in die Nacht (unbewusst) und zurück.
Visualisierung M. Kauz

5. Tragödie oder Komödie?

Können Sie sich vorstellen, dass ein 2-Minuten Film Sie berührt, in dem ausschliesslich weinende Menschen zu sehen sind?

Der Schriftsteller Bichsel, einer der begnadetsten Erzähler unserer Zeit, sagt: „Die selbstverständliche Traurigkeit der Menschen macht sie zu Erzählern.“³⁰

²⁹ Uwe Walter: In einem Vortrag für SRF am 24. 6. 2017 in Zürich

³⁰ Peter Bichsel: «Der Leser. Das Erzählen.» Frankfurter Poetik Vorlesungen, Frankfurt.

Es ist die Form der Erzählung, die es ermöglicht, dass wir etwas lernen, dass wir eine neue Erfahrung machen. So lernen wir sowohl aus der Tragödie wie aus der Komödie, aus dem Happy End ebenso wie aus der düsteren Erzählung einer Dystopie. Schon Aristoteles sagt: „Die Tragödie ist die nachahmende Darstellung(...), in kunstvoll gewürzter Rede, (...) welche durch die Erregung von Mitleid und Furcht die Reinigung (Katharsis) von derartigen Gemütsstimmungen bewirkt.“³¹

Der Unterschied dabei, ob wir in den News/Nachrichten³² jeden Tag trockene Hiobsbotschaften sozusagen „in Familienpackung“ an den Kopf geworfen bekommen, oder ob wir die Botschaft «verpackt» in die Form einer Erzählung aufnehmen, besteht eben genau im kathartischen Erleben. Wenn sie so erzählt wird, dass ich als Rezipientin emotional miterleben kann, dann wirkt sie gänzlich anders, als wenn ich trockene News höre.

Ein eindrückliches Beispiel habe ich vor einiger Zeit in einem zwei-Minuten Beitrag der belgischen Sendung SRT News gesehen, dessen damaliger Chefredakteur Björn Soenens³³ explizit den konstruktiven Journalismus auf seiner Redaktion vorantrieb. Der Beitrag wurde bezeichnenderweise für den Facebook-Kanal aufbereitet und nicht für die TV-Broadcast-Ausgabe. Björn Soenens erzählte dazu in einem Seminar, dass er sich zuerst nicht getraut hätte, dieses emotionale Video so in der Hauptausgabe zu zeigen, als sie allerdings den Erfolg auf Facebook sahen und die vielen positiven Reaktionen, erkannten sie die Kraft dieser Form.



youtu.be/2dTPSE2BBgA

³¹ Aristoteles, «Über die Dichtkunst», Kapitel 7, Übersetzung Gudeman 1921

³² Persönliche Bemerkung: Das Wort NACHRICHTEN bezeichnet durch seine zwei Teile, nämlich NACH und RICHTEN den Vorgang bei weitem besser als das neudeutsche Wort NEWS.

³³ Anlässlich eines Vortrags über Constructive Journalism im Sommer 2016 bei SRF in Zürich. Heute ist Björn Soenens New York Korrespondent von SRT.

Der Film zeigt die Beerdigung eines syrischen Rebellen, den Weg seines Sargs von seinem Haus bis zum Grab, begleitet von den weinenden Dorfbewohnern und seiner weinenden jungen Ehefrau. Das Besondere daran: Nicht die Stimme eines Reporters begleitet den Film, sondern die Stimme der jungen Witwe, die auf arabisch (mit Untertiteln) vom Tode ihres Mannes erzählt. Dazwischen sind dichte Originalgeräusche zu hören und eine zurückhaltende Musik.

Diese Geschichte ist ein Drama, ohne Happy End, ein Tod in Syrien unter vielen wird herausgegriffen und persönlich erzählt. Am Schluss sagt die Frau: „I have mercy for the women on the other side of the battlefield. They too become widows, and their children lose their father.“ Damit schliesst sie ihre Geschichte mit einem versöhnlichen Statement, das mir als Rezipientin die Moral nahelegt: Du kannst alles verlieren und trotzdem empathisch bleiben. Soenens hat mit diesem Beispiel eindrücklich belegt, dass „constructive“ nicht heissen soll, nur schöne Geschichten zu erzählen, sondern auch das Drama und die Tragödie ernsthaft zu erzählen, und zwar so, dass es Empathie weckt und nicht Gleichgültigkeit.

Ein anderes Beispiel liefert eine der momentan beliebten fiktionalen Serien. Die Netflix-Serie „Black Mirror“ zeigt in losen Folgen ausnahmslos düstere Geschichten. Die Geschichten haben weder Protagonisten noch Stil noch Dramaturgie gemeinsam, dafür aber das Thema: nämlich die Folgen der Digitalisierung in einer einmal näheren, einmal fernerer Zukunft. Seien es Drohnen-Bienen oder eine Welt, in der nur noch über Social Media bewertet und gelebt wird, oder aber Zustände, in denen der Unterschied zwischen virtueller und gelebter Realität nicht mehr erkennbar ist: Immer sind es Dramen, Dystopien, die finster beginnen und noch finsterer enden. – Tragödie im klassischen Sinn.



Screenshot „Metalhead“
Netflix mit Schauspieler
Maxine Peake,
Foto Jonathan Prime

Besonders beeindruckt hat mich die Folge 4/05 „Metalhead“: Sie erzählt die Geschichte einer Frau, die zuerst mit zwei Begleitern, dann – nachdem diese getötet werden – alleine durch eine verwilderte Landschaft hetzt, auf der Flucht vor elektronischen Killer-Hunden, die nur ein Ziel haben: Menschen zu eliminieren. Sie flieht geschickt, rettet sich am Schluss in ein schönes Anwesen, das wohl ehemals reichen Menschen gehört hat, die nun verwesend im oberen Stockwerk liegen. Dort bringt sie sich am Ende um, weil sie weiss, dass es im umgestellten Haus keinen Ausweg mehr gibt. Das Ganze in Schwarz-Weiss gedreht und brillant erzählt. Auch diesen düsteren Erzählungen, welche gerade die Jungen besonders zu mögen scheinen, ist ein konstruktiver Ansatz im Erzählen zu erkennen: Sie warnen vor einer Zukunft, die beängstigt. Sie bringen uns dazu, darüber nachzudenken, ob wir das tatsächlich wollen.

Sie erfüllen einen Zweck, der durchaus manipulativ missbraucht werden kann, das darf hier zur Sprache kommen. Jonathan Gottschall³⁴ widmet in seinem Buch ein ganzes Kapitel („The Moral of the Story“) den „Holy Stories“, den heiligen Geschichten. «Quer durch die Geschichte unserer Spezies hat heilige Fiktion unsere Existenz dominiert wie nichts anderes», sagt er. Mit mächtigen, und notabene allesamt tragischen grossen Erzählungen erziehen uns Religionen oder sie versuchen es zumindest. Mit dem Hauptzweck, uns Moral beizubringen, eben die jeweilige christliche, muslimische oder buddhistische Moral. Die zehn Gebote stehen am Ende auf einer Tafel, aber ohne die Geschichte ihrer mühsamen und tragischen Beschaffung würde sich das niemand merken wollen. Daher rührt ja auch die Wortwendung «und die Moral von der Geschichte». Mein Pfarrer in der Konfirmationsschule war ein hervorragender Erzähler, fügte aber am Ende immer eine Ermahnung hinzu, dass die Bibel-Geschichten dem Zweck unserer „Erbauung“, dienen, nicht allein der Unterhaltung.

Ist es nicht das hehre Ziel eines aufdeckenden, aber auch eines konstruktiven Journalismus, die Welt zu verbessern? Lösungen zu finden? Uns und unsere Leser klüger zu machen, nicht zuletzt auch moralisch gefestigtere Menschen (weil gebildeter, empathischer, verständiger)? Uns tatsächlich zu erbauen vielleicht?

6. Drama und Antizipation – ein weiteres konstruktives Puzzle-Teil

Gottschall führt auch Forschungen aus der Neuropsychologie und Traumforschung an, um der Frage: „Warum erzählen wir, seit es Menschen gibt?“ näher zu kommen. Es weist einiges darauf hin, dass die Tatsache, dass wir Alpträume ha-

³⁴ „The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human“ Jonathan Gottschall, 2012 Houghton Mifflin Harcourt

ben, einen ganz bestimmten Zweck erfüllt: Nämlich nicht um Erlebnisse zu verarbeiten, wie allgemein angenommen wird, sondern um uns auf mögliche schlechte Erlebnisse, Kämpfe, Trauer vorzubereiten, sie zu antizipieren, dafür zu üben. Wir fliehen, kämpfen, rennen im Schlaf, das kann man nicht nur über Hirnströme messen, sondern auch über Körperspannungen. Und beim Ansehen oder Lesen von Geschichten, geht etwas sehr Ähnliches in uns vor: Wir üben sozusagen im Geiste mit. Es gibt auch Studien, die nahelegen, dass wir dadurch empathischer werden, und durch fiktionales Mitleiden mittrauern. Und ist nicht Empathie eines der Schlüsselworte konstruktiven Denkens? - Und es steht jedem Journalisten gut zu Gesicht, ohne dass er sich schämen muss.

7. Lernen durch Storytelling – konstruktiv lernen

Als ich als Journalistin in den 80er Jahren zu schreiben begann, war das Wort „Sendungsbewusstsein“ noch salonfähig, ja – wenn man dazu gehören wollte, zu den wichtigen Journalisten gehören wollte, war es selbstverständlich, dass man die Welt retten musste. Eine Haltung, ein bestimmtes Menschenbild und den Willen, durch dick und dünn gehen zu wollen, um aufzuklären: Das gehörte zum Rüstzeug. Und aufklären heisst ja auch so viel wie: Jemandem etwas beibringen, dem Publikum die Welt erklären.

In den 90ern änderte sich das mit dem Sendungsbewusstsein schleichend. Ironischerweise synchron mit dem Trend zum Storytelling, welcher erst nur so verstanden wurde, dass in der aufkommenden Spass- und Showgesellschaft alles unterhaltsam sein müsse, gut erzählt, elegant flutschend und keinesfalls langweilig. Unterhaltsamkeit wurde in vielen Redaktionen zum heimlichen Relevanzfaktor Nummer eins, ob ein Thema an der Redaktions-Konferenz durchkommen konnte oder nicht.

Im Fernsehjournalismus, in dem ich dann als Reporterin arbeitete, war zum Beispiel plötzlich die Form des „Erklärstücks“ verpönt/total out, reportage-artig sollte es sein oder trendig, clippig, lustvoll, ja nicht zu vertiefend. Es gab Fernsehmacher, die behaupteten, es gäbe Stoff, der nichts fürs Fernsehen sei (kein visuelles Thema), und Redaktionsleiter, die daraufhin solche Stoffe kurzerhand aus dem Programm kippten. Ich erinnere mich, dass ich in den 90er Jahren eine dokumentarische Serie über Kulturförderung machen wollte. Das Thema wurde abgelehnt als „zu wenig visuell“. Was natürlich zutiefst meinem Credo widersprach und immer noch widerspricht, dass man jedes Thema visuell aufbereiten kann und muss, wenn es für wichtig gehalten wird und relevant ist.

Als Trainerin für TV-Geschichten (zu der ich wohl auch deshalb wurde, weil ich mein „Sendungsbewusstsein“ nicht loswerden wollte) war ich nicht wenig erstaunt, als mich der Redaktionsleiter einer namhaften Informationssendung kopfschüttelnd anschaute: Ich hatte nach gründlicher Analyse seiner Sendung bemängelt, dass in den komplexen politischen und wirtschaftlichen TV-Stücken oft Erklärstücke fehlten, die dann dazu führten, dass wesentliche Teile der langen Beiträge nicht verstanden werden konnten. Er meinte: „Erklärstücke? So was machen wir nicht, ist doch langweilig, es reicht doch, das in zwei knackige Kommentar-Sätze zu verpacken und so schnell zu erledigen.“

Gottseidank änderte sich dieser Trend, was einerseits dem digitalen Fortschritt in den Visualisierungs-Methoden und den dadurch zahlreichen attraktiven Möglichkeiten, ein Erklärstück sexy aufzubereiten, zu verdanken ist; und andererseits durch Diskussionen um Haltungen im Journalismus, von denen die konstruktive Diskussion einen wichtigen Beitrag leistet. Um konstruktive Ansätze in einem Thema zu finden, geht es oft darum, nachzubohren, weiter zu fragen: „Was können wir daraus lernen? Wie können wir es besser machen? Und wer macht es bereits besser?“



Standbild aus Erklärstück von «NowThis Politics» über Steven Bannon. <https://www.facebook.com/NowThisPolitics/videos/1670260293005454/>

Gerade Erklärstücke können ausserdem extrem konstruktiv sein: Gerade Webformate wie etwa „NowThis“ präsentieren kreative und hochstehende Erklärstücke. Denn erst wenn ich ein Problem verstanden habe, kann ich zur Lösung schreiten, oder?

8. Haltung, Haltung, Haltung!

Eine ähnliche Entwicklung wie diejenige zum Erklärstück habe ich persönlich im Medienalltag der 80er/90er Jahre zum Thema Haltung erlebt. Das Wort „Haltung“ kam quasi gleichzeitig mit dem Wort „Sendungsbewusstsein“ abhanden; wenn man es in den Mund nahm, wurde man abschätzig angesehen oder sogar

abgestraft. Journalismus hatte plötzlich nur mehr neutral zu sein, objektiv, sachgerecht. „Ich als Journalistin habe keine Meinung, das ist meine feste Überzeugung; ich bin neutral!“, sagte mir eines Tages eine gestandene Journalistin während einer Beitragsanalyse, in der ich belegen konnte, dass ihre negative persönliche Haltung zum Thema sehr wohl im Beitrag zu spüren war, gerade weil sie diese partout nicht wahrhaben wollte.

Diese kleine Geschichte ist für mich ein Beleg dafür, wie fatal diese stoisch behauptete Neutralität oft endet: In krampfhaft neutralen Medienbeiträgen, die letztendlich meist weit davon entfernt sind, eine neutrale „Wahrheit“ auszusprechen; sondern lediglich eine Scheuklappen-Wahrheit, um die eigenen blinden Flecken nicht spüren zu müssen.

Auch davon kann uns Storytelling und der konstruktive Ansatz befreien. Bei beiden Themen müssen wir uns nämlich mit unserer Haltung auseinandersetzen: Im Storytelling-Baukasten ist der Erzähler nicht umsonst ein wichtiger Bestandteil der Geschichte.

Der Erzähler kann im journalistischen Kontext zum Beispiel der Reporter sein, der uns durch die Geschichte führt. Als Rezipientin möchte ich ihn spüren, ich möchte wissen, aus welcher Perspektive er eine Geschichte erzählt. Und erst, wenn ich seine Haltung spüre, kann ich ihm glauben, dass er versucht neutral zu bleiben beispielsweise, oder aber, dass er selbst Betroffener ist und aus dieser Warte beobachtet und erzählt. Indem er beispielsweise seine Vorgehensweise und seine Bewegungen transparent macht, erhält die Geschichte zusätzliche Glaubwürdigkeit.

Im konstruktiven Journalismus ist eine der Techniken – beispielsweise gemeinsam mit dem Rezipienten – Lösungen zu erarbeiten. In Holland hat man in der Sendung „1V Opiniepanel“ über die Jahre ein eigenes Online-Meinungspanel aus Zuschauern und Zuschauerinnen aufgebaut, mit denen man wöchentlich über relevante Themen diskutiert.

Der Moderator der Sendung betonte in einem Gespräch (das ich mit ihm 2017 führte) wie unerlässlich es sei, dass die Redaktion mit jenen Menschen, die Woche für Woche Meinungen und Geschichten liefern, klar und transparent kommuniziert. Dazu gehört ebenso, dass die Macher und Macherinnen ihre eigene ganz persönliche Haltung zeigen.



EenVandaag
@EenVandaag

Folgen

Het Opiniepanel heeft gepeild of Nederlanders hun Facebookaccount willen verwijderen. 1 op de 5 mensen overweegt dat serieus. Maar, zegt @gijssrademaker: 'Je ziet de twijfel van heel veel mensen.'

[eenvandaag.avrotros.nl/item/wel-of-ni ...](http://eenvandaag.avrotros.nl/item/wel-of-ni...)

Original (Niederländisch) übersetzen



EenVandaag
Powered by SnappyTV

Screenshot von der Website „opiniepanel“: Aktuelle Umfrage im April 2018 zum Thema Facebook, Übersetzung Text: „Das Meinungsgremium hat geprüft, ob Niederländer ihren Facebook-Account löschen möchten. 1 von 5 denkt ernsthaft darüber nach. Aber, sagt @gijssrademaker: „Du siehst den Zweifel vieler Leute“

Ein Trend in der neueren Zeit ist das sogenannte „First Person Storytelling“, das auch erzählerisch eine besondere Haltung repräsentiert, nämlich Erzähler und Akteur in Personalunion. Die Person erzählt ihre Geschichte selbst, wie im vorhin erwähnten Video-Beispiel der trauernden Witwe (ohne einordnenden Kommentar des Journalistischen Erzählers, den es natürlich nichtsdestotrotz gibt, jemand hat die Geschichte ja so montiert und gefilmt).

Die Erzählperspektive mit Ich-Erzähler gibt es zwar schon lange – eigentlich seit es Geschichten gibt – war aber im Journalismus lange verpönt als „unjournalistisch“, da die einordnende Sicht des Journalisten – und damit sein letztes Wort und Fazit fehlt. Erzählformen, wie sie in der Literatur und im Film längst klassifiziert wurden (auktorial, personal, Ich-Erzähler, neutraler Erzähler³⁵), wurden in journalistischen Formen kaum diskutiert, ja waren sogar mehr oder weniger tabu. In den letzten Jahren wurde es gerade im Web durch die zahllosen selbsternannten neuen Medienschaffenden, Blogger und Vlogger eine der gängigsten

³⁵ Erzählperspektive, so etwa bei Martinez/Scheffel, Einführung in die Erzähltheorie, C. H. Beck 2009, kurz erklärt auch z. B. www.buecher-wiki.at/index.php/BuecherWiki/Erzaehlperspektive

Erzählformen. Die Form der Selbsterzählung wirkt authentisch und gerade in Verknüpfung mit Social Media sehr wirksam.



Screenshot von Peter Mc Kinnons Channel, <https://www.youtube.com/channel/UC3DkFux8Iv-aYnTRWzwaiBA>

Ein Beispiel unter vielen: Peter McKinnon, ein Fotograf, vloggt seit einigen Jahren zum Thema Fotografie und Film mit DSLR und Smartphones. Seine gut gemachten Vlogs erzählt er selbst. Zurzeit hat er zwei Millionen Follower, deren zahlreiche Rückmeldungen, Kommentare und Geschenke er ebenso transparent in seine gefilmten Geschichten einbindet wie die Produkt-Sponsoren. Dadurch erzielt er grosse Authentizität und Glaubwürdigkeit.

Im konstruktiven Journalismus können wir desgleichen darauf zählen, dass nicht immer wir, die wissenden Journalisten, das letzte Wort haben müssen, sondern gerne mal die Protagonisten oder unsere Rezipienten.

9. Nicht nur im Journalismus

Und wenn zum Thema Haltung noch eine weitere Sideline erlaubt ist: Sowohl Storytelling wie auch der konstruktive Zugriff sind natürlich bei weitem keine reine Medien-Diskussion mehr, sondern haben ihren Weg beispielsweise in Management-Philosophien geschafft, um menschliche, empathische und authentische Zugänge zu komplexen Themen und Problemen zu finden. Dies belegt auch der Ansatz von Daniela Kraus in diesem Buch, wenn es beispielsweise darum geht, wie und mit welcher Haltung beispielsweise die Erwachsenenbildung solche Themen vermitteln kann.

10. Pfui Storytelling – pfui constructive

Last but not least: Auch die Schimpfreden auf die Buzzwords Storytelling und Constructive Journalism zeigen Verwandtschaften: Sie kommen einerseits aus der Ecke von Sceptikern, die gerne jede neue Entwicklung als „alles schon mal da gewesen – nix Neues“ abtun. Oder aber von den skeptischen Journalisten, von denen es ja nicht wenige gibt, die hinter jedem neuen Trend den Einfluss aus Marketing und Werbung vermuten (den es ja auch tatsächlich mitunter gibt). Sie mögen durchaus auch ihre Berechtigung haben, aber oft steckt einfach auch eine Angst davor, neue Wege zu beschreiten.

Um aus Themen Geschichten zu machen oder aber einen konstruktiven Blickwinkel zu finden, braucht es nebst Techniken und Knowhow auch Phantasie und die Offenheit, neue Wege zu beschreiten. Es braucht eine eigene Haltung, den Willen, eine andere – ja mitunter eine eigene Geschichte zu erzählen und nicht den erstbesten Bericht daraus zu machen. Dafür sollte man sich gelegentlich sogar in die Nesseln setzen (z.B. bei einer Diskussion mit dem Chef vom Dienst) und zwischendurch scheitern. Vor allem aber muss ich mich mit meiner eigenen Haltung, auch mit meinen Vorbehalten und persönlichen Ängsten auseinandersetzen. Und das ist unbequem bis schmerzhaft, weil nie als einfache Schablone anwendbar.

11. Praxistipp:

Wie zu konstruktiven Themen und gutem Storytelling kommen?

Mögliche Suchbewegungen, die sich gerade bei Themenblöcken eignen (mehrere Beiträge zum gleichen Thema, Serie etc.): Mit geeigneten Fragen kann ein Thema ausgelotet werden wie mit einem Hämmerchen, mit welchem man eine Wand nach Hohlräumen abklopft.

Folgende Hauptfragen ans Thema stellen:

- Was? Was genau?
- Wozu? Für wen?
- Wie? In welcher Form, auf welche Art erzählen/berichten wir?

Je nach Antworten können verschiedene Geschichten daraus entstehen:

Wenn die Antwort auf „Wozu? Für Wen?“ zum Beispiel heisst, „damit unserer jüngeren Zuschauer endlich verstehen, wie das damals war im Krieg“, könnte heissen, dass wir ein Erklär-Stück brauchen, aber auch einen persönlichen Bezug durch einen Zeitzeugen.

Weitere Fragen, die uns auf Geschichten und konstruktive Ansätze bringen können:

- Gibt es Helden in diesem Thema, Menschen die Lösungen gefunden haben? Wie schwer war es für sie, diese zu finden?
- Gibt es Handlungen in diesem Thema, die uns einen spannenden Einblick in das Thema geben können?
- Gibt es Herausforderungen in diesem Thema, wie können sie überwunden werden?
- Was braucht unser User/unsere Publikum an diesem Tag zu diesem Thema? Ist es Zeit, etwas zu erklären? Braucht es ein Stück, das entschleunigt, Zeit zum Nachdenken gibt? Oder braucht es Diskussion? Kann das Publikum mit einbezogen werden? Gibt es Geschichten bei unseren Usern zum Thema, die wir finden und erzählen könnten (z. B. via Social Media Aufruf)?
- Können wir selber etwas herausfinden, können wir einen Reporter vor Ort schicken, der in Selbstversuch/Aktion/Erleben eine Geschichte erzählt?
- Wie ist unsere eigene Haltung zum Thema, braucht es Grundsatz-Diskussionen dazu, gäbe es spannende Ansätze dazu innerhalb der Redaktion (z. B. extreme Pro- und Contra Haltungen, die wir transparent machen könnten)?
- Welche Perspektive nehmen wir ein und wie transparent machen wir diese? Sind wir selber Experten oder ist das Thema auch für uns neu und überwältigend?

Magdalena Kauz ist selbständige Trainerin, Beraterin und Videojournalistin. Sie war zuvor beim Schweizer Radio und Fernsehen SRF 12 Jahre lang Leiterin der Fachausbildung und stellvertretende Abteilungsleiterin Ausbildung. Ihre Hauptfachgebiete und gleichzeitig Leidenschaften sind Storytelling, kreative Bildgestaltung, neue Videoformen. Außerdem organisiert sie ein großes internationales Literatur-Festival (www.sprachsalz.com).
www.magdalenakauz.com