
BACHELORARBEIT

Felix Gerhard Felgemacher

**Konstruktiver Journalismus
im Nachhaltigkeitsbereich**

2017

BACHELORARBEIT

Konstruktiver Journalismus im Nachhaltigkeitsbereich

Autor/in:

Felix Gerhard Felgemacher

Studiengang:

Business Management

Erstprüfer:

Prof. Dr. Volker-Jeske Kreyher

Zweitprüfer:

Prof. Dr. Sebastian-Kaiser-Jovy

Einreichung:

Mannheim, 06.06.2017

BACHELOR THESIS

Constructive Journalism in the Reporting on Sustainability Matters

author:
Felix Gerhard Felgemacher

course of studies:
Business Management

first examiner:
Prof. Dr. Volker-Jeske Kreyher

second examiner:
Prof. Dr. Sebastian Kaiser-Jovy

submission:
Mannheim, 06.06.2017

Bibliografische Angaben

Felgemacher, Felix Gerhard

Konstruktiver Journalismus im Nachhaltigkeitsbereich

Constructive Journalism in the Reporting of Sustainability Matters

46 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

Diese Arbeit untersucht den journalistischen Ansatz des Konstruktiven Journalismus. Es wird herausgearbeitet, wie sich der Konstruktive Journalismus im Vergleich zu den klassischen Ansätzen des Journalismus hervorhebt. Dabei werden die neuen Aufgaben und Rollen des Journalismus begutachtet, welche sich durch die Implementierung des Internets ergeben haben. Nach den theoretischen Grundlagen werden Praxisbeispiele aufgeführt und es wird untersucht, welche Unterschiede es in der Berichterstattung gibt. Abschließend wird ein Vergleich zwischen dem Konstruktiven Journalismus und den klassischen Ansätzen des Journalismus gezogen, ebenso wird der Konstruktive Journalismus kritisch hinterfragt.

Inhaltsverzeichnis

I.	Abbildungsverzeichnis	VI
1	Einleitung.....	1
2	Journalistisches Arbeiten	3
2.1	Nachrichtenauswahl	4
2.1.1	Gatekeeping	4
2.1.2	Nachrichtenwertforschung	8
2.1.3	Framing.....	9
2.2	Recherche	10
3	Journalistische Ansätze	13
3.1	Journalistisches Selbstverständnis	13
3.2	Investigativer Journalismus.....	15
3.3	Konstruktiver Journalismus	17
4	Konstruktiver Journalismus.....	20
4.1	Arbeitsweisen des Konstruktiven Journalismus	20
4.2	Wirkungen des Konstruktiven Journalismus.....	22
5	Nachhaltigkeit im Journalismus	26
5.1	Bedeutung der Nachhaltigkeit im Journalismus	27
5.2	Nachhaltigkeitsprojekte in den Leitmedien	28
5.3	Beispiele aus den klassischen journalistischen Ansätzen	30
5.4	Zwischenfazit.....	33
6	Optimierung im Sinne des Ansatzes des Konstruktiven Journalismus.....	34
6.1	Nachhaltigkeitsnachrichten im Konstruktiven Journalismus	34
6.2	Unterschiede zu den klassischen Journalistischen Ansätzen.....	35
7	Ergebnisse und Prognosen	37
7.1	Kritische Würdigung des Konstruktiven Journalismus	37
7.2	Zukunftsrolle des Konstruktiven Journalismus	39
8	Literaturverzeichnis	41

I. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: traditioneller Nachrichtenprozess

Quelle: Bruns 2009, S. 109

Abbildung 2: Gatewatcher-Nachrichtenprozess

Quelle: Bruns 2009, S. 11

Abbildung 3: Rollenselbstverständnis für Informationen und Vermittlung

Quelle: Mast 2012, S. 499

Abbildung 4: Rollenverständnis nach Kritik, Kontrolle und Engagement

Quelle: Mast 2012, S. 499

Abbildung 5: Rollenselbstverständnis nach Service und Unterhaltung

Quelle: Mast 2012, S. 500

Abbildung 6: Dynamik der öffentlichen Debatte

Quelle: Kühn 2016, S. 121

Abbildung 7: Standpunkte über den Artikel

Quelle: Curry et. Al. 2014, S. 2

Abbildung 8: Erhaltenes Wissen und Interesse

Quelle: Curry et. Al. 2014, S. 3

Abbildung 9: Potenzielles Engagement in der Problemstellung

Quelle: Curry et. Al. 2014, S. 4

Abbildung 10: Leitmedien als Teilgebiet der Massen- und Qualitätsmedien

Quelle: Jarren et al. 2011, S. 24

1 Einleitung

Wenn man heutzutage eine Tageszeitung aufschlägt oder den Fernseher anmacht und Nachrichten schaut, fällt auf, dass Nachrichten in der Regel negativ sind. Es wird über Kriege, Katastrophen, dem neuesten Terroranschlag oder auch über Korruptionsskandale berichtet. Medieninhalte erschaffen unser Weltbild stark, da jeder, der sich über aktuelle Geschehen informieren will, an den Massenmedien nicht herumkommt. Nie war die Welt so sicher, wie sie es heute ist.¹ Wie kommt es also, dass bei dieser Faktenlage der Großteil der Nachrichten negativ sind?

Deshalb glaubt ein Teil der journalistischen Gesellschaft, dass das Weltbild, welches sich aus den Massenmedien bildet, zu negativ und einseitig sei. Man sollte sich auf Lösungen von Problemen stützen, und positiv in die Zukunft schauen, anstatt Angst und Resignation zu schüren. Diese neue Art des Journalismus nennt sich Konstruktiver Journalismus, oder auch Solutions Journalism. Er will Menschen dazu bringen, nicht aufzugeben und zu resignieren, sondern sie zu inspirieren und zum Debattieren anregen. So glaubt der Konstruktive Journalismus, dass man Probleme viel besser durch Mitwirken lösen kann. Durch die positivere Berichterstattung soll es erreicht werden, die Rezipienten dazu zu animieren.

Der Konstruktive Journalismus wurde von Ulrik Haagerup erarbeitet. Im Laufe der letzten Jahre hat sich die Anhängerschaft des Konstruktiven Journalismus weltweit weiter ausgebaut. Neben der New York Times, mit ihrem Blog Fixes, entstand mit Perspective Daily auch in Deutschland ein Online-Magazin, welches sich etabliert hat.

Viele Journalisten stehen der Entwicklung des Konstruktiven Journalismus negativ gegenüber. Sie glauben unter Anderem, dass es dieser neuen Form des Journalismus an Objektivität fehlt. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass der Konstruktive Journalismus nicht Rezipienten animiert, sondern sie eher zur Tatenlosigkeit drängt, da negative Fakten heruntergespielt werden. Manche glauben sogar, dass der Konstruktive Journalismus seine Hochphase schon überschritten hat. Die fehlende Abgrenzung von anderen Journalismus Gattungen verunsichert Rezipienten bei ihrem Versuch sich zu informieren, da das Angebot zu unübersichtlich geworden ist.

¹ Vgl. Steinau 2016

Das Selbstverständnis des Journalismus sollte sich den Zeitumständen anpassen. Gerade die Entwicklung des Internets und des Webs 2.0 haben die journalistischen Tätigkeiten verändert, sowie die Rolle, die Journalisten übernehmen müssen. Informationen sind heute für jeden frei zugänglich, was vor 30 Jahren noch undenkbar war. Gleichzeitig ist es schwerer geworden, sich auf Informationen zu verlassen. Rezipienten sind überfordert und schrecken vor der Anzahl der negativen Nachrichten zurück.

Leitfrage

Wie zuverlässig ist der Konstruktive Journalismus denn im Vergleich zu klassischen journalistischen Publikationen? Es soll analysiert werden, ob im Konstruktiven Journalismus ein adäquates Mittel der Berichterstattung gegenüber dem traditionellen Journalismus gefunden ist. Ebenso sollen die Zukunftsperspektiven des Konstruktiven Journalismus diskutiert werden.

Kapitelübersicht

Um einen Vergleich zwischen Konstruktivem Journalismus und anderen journalistischen Gattungen ziehen zu können, werden im zweiten Kapitel die Grundlagen des journalistischen Arbeitens herausgearbeitet. So wird diskutiert, was Journalismus ist, sowie was ihn ausmacht. Ebenso wird herausgearbeitet, welche Rolle ein Journalist übernimmt, wenn ausgewählt wird, welche Informationen es wert sind, publiziert zu werden. Die Veränderung der Rolle des Journalisten mit Hinblick auf das Web 2.0, wird ebenfalls thematisiert, sowie die veränderte Recherche. Im dritten Kapitel wird das Selbstverständnis des Journalismus hervorgehoben. Um später einen Vergleich ziehen zu können, werden ebenso verschiedene Arten des Journalismus beleuchtet, im spezielleren der anwaltliche Journalismus. Das vierte Kapitel beschäftigt sich mit der Arbeitsweise des Konstruktiven Journalismus, sowie den Wirkungen, die dieser erzielen kann. Nachfolgend im fünften Kapitel soll anhand von Praxisbeispielen gezeigt werden, was Nachhaltigkeitsberichterstattung ist und wie dies mit traditionelleren journalistischen Ansätzen umgesetzt wird. Deshalb wird im sechsten Kapitel anhand von Praxisbeispielen betrachtet, wie der Konstruktive Journalismus die Nachhaltigkeitsberichterstattung vornimmt. Nachfolgend wird im gleichen Kapitel ein Vergleich gezogen. Außerdem wird diskutiert, welche Gefahren der Konstruktive Journalismus hat. Im siebten Kapitel folgt das Fazit des Verfassers, in wie fern Konstruktiver Journalismus eine zukünftige Rolle einnehmen sollte.

2 Journalistisches Arbeiten

Es gibt mehrere verschiedene Definitionen des Journalismus, in welchen verschiedene Merkmale unterschiedlich stark bewertet werden. Gerade in der Journalismusforschung unterscheiden sich die Definitionen nach den jeweiligen Theoriebezügen.² Die Definition von Klaus Meier verbindet die wichtigsten Faktoren und ergänzt den Journalismus dahingehend, dass die Welt komplex ist und dementsprechend für nicht Experten vereinfacht werden muss, was eine der wichtigsten Aufgaben des Journalismus darstellt.

„Journalismus recherchiert, selektiert und präsentiert Themen, die neu, faktisch und relevant sind. Er stellt Öffentlichkeit her, indem er die Gesellschaft beobachtet, diese Beobachtung über periodische Medien einem Massenpublikum zur Verfügung stellt und dadurch eine gemeinsame Wirklichkeit konstruiert. Diese konstruierte Wirklichkeit bietet Orientierung in einer komplexen Welt.“³

Das Wissen, welches Menschen sich über die Realität aneignen, erhalten sie fast ausschließlich durch die Massenmedien.⁴ Das zeigt an, wie wichtig die Rolle des Journalismus ist. Dies wird besonders wichtig in Bezug auf ein demokratisches System, welches auf das Mitwissen und Teilnehmen der Bürger aufbaut. So kann allerdings nicht von jedem Bürger erwartet werden, sich in jedes Problem und jede Fragestellung einzuarbeiten. Dies würde sowohl den annehmbaren zeitlichen Aufwand sowie die Kompetenzen eines Bürgers überschreiten.

Deshalb vertraut man Journalisten, dass sie die wichtigsten Themen auswählen und erarbeiten können, sowie diese der Öffentlichkeit verständlich zugänglich machen.⁵ Um dies zu garantieren und um dem Rezipienten einen Überblick zu verschaffen, wem er vertrauen kann und wem nicht, hat der Deutsche Journalisten-Verband eine Vielzahl an Merkmalen aufgestellt, welche ein Journalist haben sollte.⁶

Neuberger und Kapern haben das wissenschaftliche Verständnis des Journalismus des Weiteren in sieben Punkten zusammengefasst: Selbstbeobachtung, Aktualität, Universalität,

² Vgl. Neuberger et al. 2013, S. 26

³ Vgl. Meier 2013, S. 14

⁴ Vgl. Luhmann 1996, S. 9

⁵ Vgl. Meier 2013., S. 15

⁶ Vgl. Neuberger et al. 2013, S. 26

Publizität, Kontinuität, Objektivität und Autonomie. In ihrem Verständnis ist der Journalismus ein selbstständiges Organ, welches die Gesellschaft beobachten soll. Hierfür stellt der Journalismus Öffentlichkeit her. Er soll weiter Themen aktuell und universell auswählen, objektiv sein, Veröffentlichungen unternehmen und kontinuierlich Inhalte verbreiten. Dabei ist die Selbstbestimmung, bzw. die Autonomie eine wichtige Voraussetzung.⁷

2.1 Nachrichtenauswahl

Worüber berichtet ein Journalist und was lässt er aus? Hierfür gibt es mehrere Theorieansätze. Generell muss gesagt werden, dass die Welt zu komplex und zu schnelllebig ist, als dass über alle Geschehnisse berichtet werden könnte. Ebenso sind es generell nicht alle Geschehnisse wert, um darüber zu berichten. Zeitungen haben nur eingeschränkten Druckplatz und im Fernsehen gibt es nur eingeschränkte Sendezeiten. Zu viel Inhalt würde jeden Rezipienten außerdem überfordern und abschrecken.

Zur Entscheidung, den Nachrichtenstoff zu selektieren und zu gewichten, gibt es insgesamt drei wichtige Forschungsfelder, welche erwähnt werden müssen. Darunter fällt die Gatekeeperforschung, die Nachrichtenwertforschung sowie der Framing-Ansatz.⁸

2.1.1 Gatekeeping

Erstmals in den 1940er Jahren in den USA entstanden, betrachtet das Gatekeeping den Journalismus als eine Art von Schleuse.⁹ Diese Schleusen, bzw. „Gates“, werden von Inhabern, sprich Journalisten und Redakteuren, kontrolliert. Dadurch werden nur ausgewählte Inhalte an die Rezipienten gegeben, sprich solche, die von den Journalisten und Redakteuren als relevant genug befunden werden.

Allerdings sind die Journalisten und Redakteure nicht die einzigen Einflussfaktoren. So benannte Pamela J. Shoemaker verschiedene Einflussfaktoren:¹⁰

⁷ Vgl. Neuberger et al. 2013, S. 29

⁸ Vgl. Meier 2013, S. 199

⁹ Vgl. ebd.

¹⁰ Vgl. ebd.

- Die individuelle Ebene beschreibt, dass der Journalist selbst Einfluss nimmt, auf Grund seiner eigenen Erfahrungen, seines Selbstverständnisses als Journalist, sowie durch seine Meinungen.
- Die Routinen werden durch die journalistischen Regeln und Routinen abgeleitet, z.B. der Aufbau eines Artikels aufgrund des Platzes in der jeweiligen Zeitung, in welcher er abgedruckt werden soll. Ebenso spielen Aktualitätsdruck und Bebilderungen eine große Rolle.
- Die organisatorische Ebene zeigt die ökonomischen Faktoren auf. So wird beispielsweise mehr über Orte berichtet, an denen sich generell mehr Journalisten befinden, da diese schon vor Ort sind und nicht extra anreisen müssen.
- Die Extramedia-Ebene zeigt den Einfluss von anderen Interessensgruppen auf. Darunter fallen unter anderem auch Werbetreibende sowie die Public Relations von fremden Dritten.
- Die Sozialsystemebene beschreibt die kulturellen und sozialen Einflüsse. Verschiedene Länder haben unterschiedliche Interessen für Nachrichten.

Wichtig ist hier zu sagen, dass diese Sichtweise der Nachrichten Selektion und Gewichtung von Shoemaker als eigenständige Theorie des Journalismus gesehen werden kann. So gleichen diese Ebenen des Journalismus jenen, die Maier als die fünf Ebenen des Journalismus beschrieben hat.¹¹ Gestützt wird dies auch von Shoemaker selbst, da das Gatekeeping, sprich die Entscheidung was publiziert wird, entscheidet, wie die Realität einer Person aussieht und welches Weltbild entsteht.¹²

Nach Bruns gibt es drei Stufen des Gatekeepings im traditionellen Nachrichtenprozess. Die erste Stufe ist die Eingangsstufe, bei welcher entschieden wird, welche Informationen für den Nachrichtenproduktionsprozess genutzt werden. Hier werden Journalisten durch Routinen und politische und kommerzielle Akteure beeinflusst. Hier findet der Erstkontakt mit neuen Informationen statt, und der Journalist entscheidet, ob es sich lohnt, diese weiter zu verfolgen und zu recherchieren, oder diese zu ignorieren und als nicht wichtig zu bewerten. Die zweite Stufe betrifft den Ausgang, sprich die Publizierung von Informationen. Hier ist das Ziel, dem Rezipienten vorbereite Inhalte zur Verfügung zu stellen, welche von dem Journalisten und dem Redakteur nach einer Recherche und Analyse, als wichtig betrachtet worden sind. Die dritte Form des Gatekeepings richtet sich an die Zeit nach einer Publikation. So kann sich eine Zeitung dafür entscheiden einen Leserbrief zu drucken oder nicht und auch im Fernsehen gibt es bei beispielsweise Diskussionen eine Schleuse, in Form

¹¹ Vgl. Meier 2013, S. 67 ff.

¹² Vgl. Shoemaker 1991, S. 32

der Kontrolle des Moderators oder des Produzenten, welche die Redemöglichkeiten einschränken können.¹³

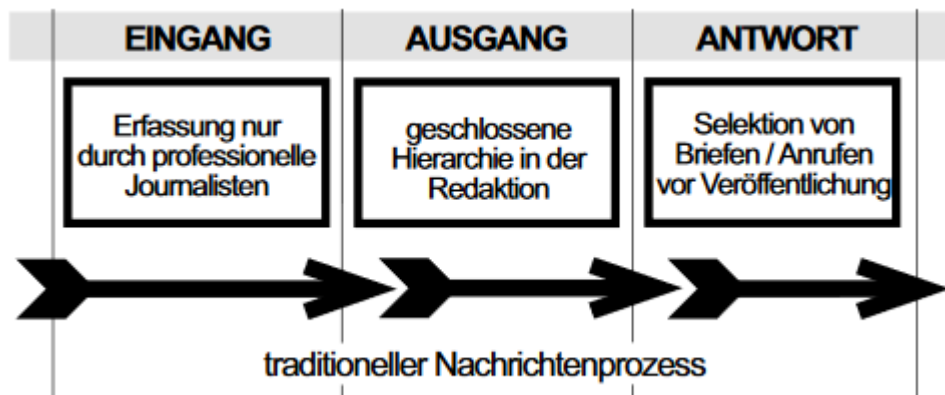


Abbildung 1 –traditioneller Nachrichtenprozess; Quelle: Bruns 2009, S. 109

In der Zeit des Internets, können alle drei Stufen des klassischen Gatekeepings von Rezipienten umgangen werden. Es kann jeder, der das Internet nutzt, selbst etwas publizieren und sich Informationen beschaffen. Dadurch werden Journalisten in ihrer Funktion als Gatekeeper umgangen. Dies hat sowohl seine Vorteile, als auch seine Nachteile. Durch die Informationsflut, sind sowohl Rezipienten als auch Journalisten überfordert und es ist schwer, relevante und zuverlässige Informationen zu erkennen. Auf der anderen Seite kann der Gatekeeper nicht nur selektierte Informationen publizieren und aus Gründen der Willkür oder der fehlenden Objektivität Informationen vorenthalten.¹⁴

So kann durch das moderne Internet jede Information online zur Verfügung stellen, da es unbegrenzte Zeit und Platz für jeden Nutzer des Internets gibt. Ob die publizierten Informationen relevant sind oder nicht, kann nicht mehr kontrolliert werden.¹⁵ Das Internet hat den klassischen Ansatz des Gatekeepings durch einen technologischen Fortschritt in vielen Teilen ausgehebelt. So hat sich der Gatekeeper zu einem Gatewatcher weiterentwickelt. Ein Gatewatcher ermittelt, welche Informationen zur Verfügung stehen und beurteilt, welche davon relevant und brauchbar sind.¹⁶ So basieren mehr und mehr Nachrichtenberichte nicht auf vollständigen und selbst ermittelten Informationen, sondern darauf, Informationen von anderen Informationsquellen direkt zu publizieren. Dies nennt sich „news publicizing“, welches

¹³ Vgl. Bruns 2009, S. 108

¹⁴ Vgl. Bruns 2009, S. 110

¹⁵ Vgl. Gassner 2009, S. 18

¹⁶ Vgl. Gassner 2009, S. 21

weiterführende Links oder Beschreibungen auf andere Berichte nutzt, welche an einer anderen Stelle zu erhalten sind.¹⁷

Das Gatewatching in der Vorstufe konzentriert sich darauf, Informationen zu durchsuchen und als wichtig zu erachten. Nach Bruns kann an dieser Stelle die Gatewatching Funktion ebenfalls einer Gatekeeping Funktion gleichen. Besonders falls wenig Arbeitskraft für die Journalistische Recherche zur Verfügung stehen, werden Informationen unverändert an die Ausgangsstufe weitergegeben werden. In der Eingangsstufe ist der Gatewatching-Nachrichtenprozess für alle Produzer offen, da jeder Nutzer Informationen an Webseiten weiterleiten kann. In der Ausgangsstufe werden Informationen sofort publiziert oder bearbeitet und dann publiziert. Auf der Antwortstufe finden offene Diskussionen statt. Jeder Nutzer des Internets kann Informationen publizieren, z.B. im Sinne eines Kommentares.¹⁸

Brun sagt außerdem, dass Gatewatching und Gatekeeping unabhängig voneinander stattfinden können. So kann eine Publikation auf der Eingangsstufe Gatewatching betreiben, auf der Ausgangsstufe jedoch eine Art von Gatekeeping nutzen.¹⁹

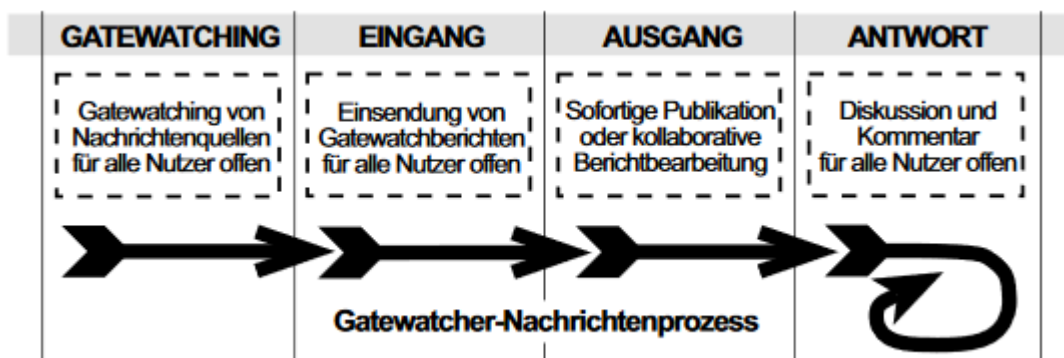


Abbildung 2 – Gatewatcher-Nachrichtenprozess; Quelle: Bruns 2009, S. 11

¹⁷ Vgl. Gassner 2009, S. 22

¹⁸ Vgl. Gassner 2009, S. 28

¹⁹ Vgl. Gassner 2009, S. 29

2.1.2 Nachrichtenwertforschung

Die Nachrichtenwertforschung setzt im Gegensatz zu dem Gatekeeping Ansatz schon früher an. Es werden die Ereignisse, die auf der Welt passieren, durch Inhaltsanalysen untersucht und bewertet. Dafür wurde von Winfried Schulz ein Katalog von Faktoren aufgestellt. Seiner Definition nach ist der Nachrichtenwert höher, je mehr Faktoren zutreffen. Ferner ist es ebenso wichtig, wie stark die Faktoren auf das Ereignis zutreffen. Deshalb ist auch die Wahrscheinlichkeit höher, dass Nachrichten publiziert werden, wenn mehr Faktoren stärker zutreffen.²⁰

Status	Elite-Nation	Je mächtiger die beteiligte(n) Nation(en)
	Elite-Institution	Je mächtiger die beteiligte(n) Institution(en) oder Organisation(en)
	Elite-Person	Je mächtiger, einflussreicher, prominenter die beteiligten Akteure
Valenz	Aggression	Je mehr offene Konflikte oder Gewalt vorkommen
	Kontroverse	Je kontroverser das Ereignis oder Thema
	Werte	Je stärker allgemein akzeptierte Werte oder Rechte bedroht sind
	Erfolg	Je ausgeprägter der Erfolg oder Fortschritt
Relevanz	Tragweite	Je größer die Tragweite des Ereignisses
	Betroffenheit	Je mehr das Ereignis persönliche Lebensumstände oder Bedürfnisse einzelner berührt
Identifikation	Nähe	Je näher das Geschehen in geografischer, politischer, kultureller Hinsicht
	Ethnozentrismus	Je stärker die Beteiligung oder Betroffenheit von Angehörigen der eigenen Nation
	Emotionalisierung	Je mehr emotionale, gefühlsbetonte Aspekte das Geschehen hat
Konsonanz	Thematisierung	Je stärker die Affinität des Ereignisses zu den wichtigsten Themen der Zeit
	Stereotypie	Je eindeutiger und überschaubarer der Ereignisablauf
	Vorhersehbarkeit	Je mehr das Ereignis vorherigen Erwartungen entspricht
Dynamik	Frequenz	Je mehr das Ereignis vorherigen Erwartungen entspricht

²⁰ Vgl. Schulz 1997, S. 69

	Ungewissheit	Je ungewisser, offener der Ereignisablauf
	Überraschung	Je überraschender das Ereignis eintritt oder verläuft

Tabelle 1: Nachrichtenfaktoren nach Winfried Schulz, 1997, S. 70-72

Als Beispiel ist hier der Anschlag am 11. September 2001 in New York zu nennen. Hier war die Nation (die USA) mächtig, die Gewalt sehr hoch (viele Tote und Zerstörung), die westlichen Werte waren bedroht (Freiheit) und viele Angehörige direkt beteiligt. Durch diese Faktoren, sowie anderen von der Liste von Schulz, wird verdeutlicht, warum die Nachrichtenwertforschung eine wichtige Bedeutung im Journalismus hat.

Es sind nicht alle Faktoren gleichbedeutend wichtig. Wie wichtig welcher Faktor ist, hängt unter anderem vom Medium und vom Thema ab. Gerade im Politikjournalismus wurden hierüber verschiedene Untersuchungen unternommen.²¹ Durch Forschungen von Sande konnte die Hypothese unterstützt werden, dass wenn mehrere Faktoren auf ein Ereignis zustimmen, sie auch einen höheren Betrachtungsgrad haben.²² Dagegen sagt Maier, dass im Rahmen von Inhaltsanalysen gewisse Faktoren nur sehr schwer erfassbar sind. Ebenso müssten noch weitere Faktoren dazu genommen werden, zum Beispiel die Umsetzbarkeit in Bilder.²³ So kann davon ausgegangen werden, dass Journalisten die Nachrichtenfaktoren zumindest indirekt und teilweise unwissend mit einbeziehen, wenn es darum geht, welche Informationen es wert sind Publiziert zu werden.²⁴

2.1.3 Framing

Frames entstehen durch die Framing-Prozesse. Es entstehen Interpretationsrahmen, um neue Informationen schnell zu interpretieren, einzusortieren und später auch wieder vergessen zu können. Erfahrungen und Eindrücke lassen diese Frames entstehen. Journalisten und Redakteure unterliegen diesen angelernten Denkmustern, genau wie jeder

²¹ Vgl. Meier 2013, S. 201

²² Vgl. Sande 1971, S. 229 ff.

²³ Vgl. Meier 2013, S. 202

²⁴ Vgl. Meier 2013, S. 202

andere Mensch auch. Die Frames fungieren als die Bezugs-, und die Deutungsrahmen, welche die Informationsverarbeitung steuern. Dadurch werden Informationen bewertet.²⁵

Framing als Begriff wird nicht einheitlich verwendet.²⁶ So ist nach Entman Framing, wenn Teile der wahrgenommenen Realität hervorgehoben werden. Dies passiert auf eine Art und Weise, dass eine Problemdefinition, eine kausale Interpretation und/oder eine moralische Evaluation, Einfluss auf das hat, was der Journalist an die Rezipienten kommuniziert.²⁷ Dies beeinflusst die Wahrnehmung der Journalisten und Redakteure, und verändert dadurch die wahrgenommene Realität der Rezipienten, wenn sie Inhalte nutzen.

Ein sehr gutes Beispiel nennt Urs Dahinden das David-Goliath-Frame. Dabei werden kleine Akteure als sympathischer geschildert, weil sie gegen die großen Gegner aufbegehren. Ein Beispiel hierfür ist der Kampf von Greenpeace gegen Walfänger. Menschen sympathisieren mit Greenpeace, weil diese NGO gegen scheinbar große Staaten (Japan) ankämpft und sowohl vom Budget als auch von dem Einfluss im Lobbyismus als kleiner angesehen wird. Deshalb schein Greenpeace die moralisch bessere Position einzunehmen, nämlich die Umwelt zu schützen. Nachdem Greenpeace allerdings wegen verschiedenen Aktionen, beispielsweise dem Rammen und Entern von Walfangschiffen, bekannt wurde, wandelte sich bei einigen Publikationen das Bild, da internationales Recht von Greenpeace verletzt wurden.²⁸

2.2 Recherche

Das Wort Recherche hat sich aus dem französischen entwickelt und bedeutet Untersuchung oder Nachforschung. Nach Haller ist es das Ziel, Informationen zu sammeln und zu überprüfen, diese danach in einen Sinneszusammenhang zu bringen und zu veröffentlichen.²⁹ Die Grundfragen, welche bei einer Recherche beantwortet werden sollten, sind wer, was, wo, wann und warum. Um dies gewährleisten zu können, müssen die Informationen wichtig, genau und nachvollziehbar sein. Deshalb sollten die Informationen aus möglichst vielen Quellen stammen und der Beschaffung, Überprüfung, Bewertung und

²⁵ Vgl. Meier 2013, S. 203

²⁶ Vgl. ebd.

²⁷ Vgl. Entman 1993, S. 52

²⁸ Vgl. Dahinden 2006, S. 19

²⁹ Vgl. Haller 2004, S. 51

Deutung neuer Informationen im Kontext der bekannten Realitätswahrnehmung gewährleisten.³⁰

So vergleicht Blittkowsky Journalisten mit Detektiven. Es muss immer erst eine Quelle vorhanden sein. Erst danach sieht er das Internet als Ergänzungsmittel der vorherigen Recherche an. Nur durch andere Quellen, welche nicht aus den Online-Medien stammt, kann richtig recherchiert werden.³¹ Der Journalist hat die Aufgabe, die Wahrheit zu ermitteln. Hierfür nutzt er die Recherche. Dementsprechend müssen Informationen bezweifelt und infrage gestellt werden. Da es in der komplexen Welt unmöglich wäre, eine vollkommene Sicherheit der Informationen zu erhalten, stellt Jakubetz die Zwei-Quellen-Regel auf. Hierbei sollen Informationen von zwei unabhängigen Quellen stammen. Die Unabhängigkeit steht hier im Vordergrund und nicht, dass eine Vielzahl an Quellen vorhanden sein muss.³²

Dagegen steht, dass gerade durch das Web 2.0 die Zeit der Recherche, die sich jeder Journalist nehmen kann, eingeschränkt ist. Online-Recherche, Internet-Recherche und Web-Recherche werden als das Gleiche angesehen. Ziel ist es, Informationen zu gewinnen, welche durch gezieltes Suchen mit elektronischen Werkzeugen definiert werden kann.³³ Problematisch ist es, dass Journalisten immer mehr unter Druck stehen, Informationen zeitnah zu veröffentlichen. Ansonsten könnten jederzeit Konkurrenten schon publiziert haben und dadurch wirtschaftlich besser dastehen.³⁴

Ebenso stehen immer mehr Informationen zur Verfügung, weshalb der Druck auf die Journalisten steigt, eine genaue Recherche durchzuführen. Der Wahrheitsgehalt von Online-Quellen muss überdies oft angezweifelt werden, da viele Informationen anonym und nicht zurückzuverfolgen sind. Dies kann so weit gehen, dass gezielte Falschinformationen gestreut werden könnten, welche die Berichterstattung des Journalisten beeinflussen könnten.³⁵

Die Online-Recherche bietet ebenso neue Möglichkeiten an. So sind viel mehr Informationen zugänglich. Durch Verlinkungen lassen sich schnell themenrelevante Inhalte finden. Ebenso ist es schneller, was es sehr viel kostengünstiger macht als eine Vor-Ort-Recherche, was

³⁰ Vgl. Haller 2004, S. 41

³¹ Vgl. Blittkowsky 2002, S. 16

³² Vgl. Jakubetz 2011, S. 173

³³ Vgl. Blittkowsky 2002, S. 31

³⁴ Vgl. Politz 1998, S. 15

³⁵ Vgl. Klesper 2010, S. 67

gerade internationale Recherche deutlich vereinfacht hat. Neben diesen Vorteilen, sind alle Informationen zu jeder Zeit verfügbar und einsehbar.³⁶

Um die Unabhängigkeit der Journalisten zu gewährleisten, ist die Recherche zum Beschaffen von Informationen besonders geschützt.³⁷ Allerdings steht dagegen, dass Journalisten dazu verpflichtet sind, ihre Quellen ausreichend zu prüfen, um keine falschen Aussagen zu treffen, da ihnen sonst rechtliche Probleme entgegenreten können. Das Internet hat den Journalisten zwar viele neue Informationen zu bieten, doch erschwert dies die Konzentration auf wichtige, verlässliche und relevante Informationen. Auffallend ist, dass seit der Implementierung des Internets die Bereitschaft von Journalisten, sich mit umstrittenen Recherchemethoden Informationen zu beschaffen, gesunken ist.³⁸ In wie fern dies durch das Internet verursacht wurde, konnte jedoch nicht ermittelt werden, sollte jedoch erwähnt sein.

³⁶ Vgl. Braun 2014, S. 20

³⁷ Vgl. Blöbaum 2016, S. 159

³⁸ Vgl. Meier 2016, S. 222

3 Journalistische Ansätze

3.1 Journalistisches Selbstverständnis

Journalisten sind wie alle anderen Menschen niemals vollkommen objektiv. Das Selbstverständnis eines jeden Journalisten, was er mit seiner Arbeit erreichen will, und welchen Idealen er oder sie folgt, beeinflusst auch seine Arbeit. Jeder Journalist hat potenziell eine eigene moralische Vorstellung von sich und seiner Arbeit. Will der Journalist beispielsweise ein Kritiker sein, welcher die Politik beeinflussen will? Oder will ein Journalist die Rezipienten unterhalten oder als Ratgeber fungieren? ³⁹ Die Motive können sich auch nach Herkunft, sozialem Umfeld, sowie der Ausbildung ergeben. Auf die historische Entwicklung des Selbstverständnisses von Journalisten wird in dieser Arbeit nur bedingt eingegangen.

Um herauszufinden, wie das Selbstverständnis von Journalisten aussieht, wurde die Studie „Journalismus in Deutschland“ im Jahr 2016 durchgeführt. Die beruflichen Selbstverständnisse wurden in drei verschiedene Kategorien eingeordnet:

1.) Information und Vermittlung der Realität an Rezipienten

Zustimmung zum Rollenselbstverständnis »Information und Vermittlung«

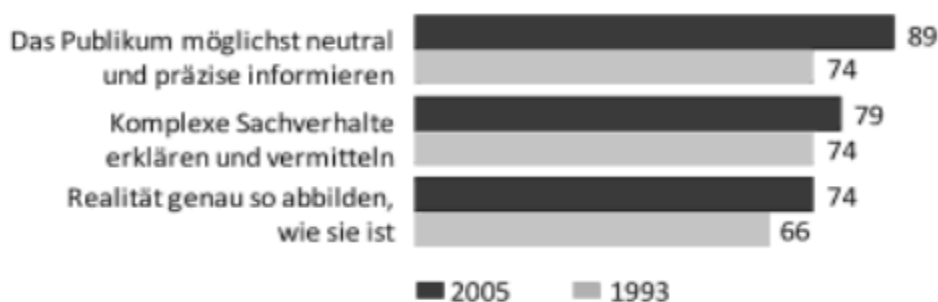


Abbildung 3 – Rollenselbstverständnis für Informationen und Vermittlung; Quelle: Mast 2012, S. 499

So gibt ein Großteil der Journalisten an, dass die Neutralität und die Präzision der Informationen ihnen am wichtigsten sind. Ebenso wollen sie die komplexe Welt vereinfachen

³⁹ Vgl. Meier 2013, S. 218

und erklären, sodass Rezipienten sich ihre wahrgenommene Realität präziser bilden können. Auch der Anspruch, die Realität präzise und unverfälscht abzubilden, ist für die Journalisten wichtig. Auffallend ist, dass der Anspruch an Präzision, Ehrlichkeit und dem Verlangen den Rezipienten komplexe Sachverhalte zu erklären, gestiegen ist zwischen den Jahren 1993 und 2005.

2.) Kritisieren, Kontrollieren und Anwaltlich fungieren

Zustimmung zum Rollenselbstverständnis »Kritik, Kontrolle, Engagement«

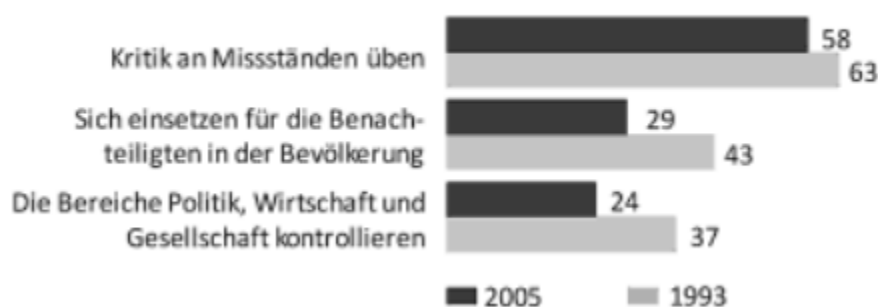
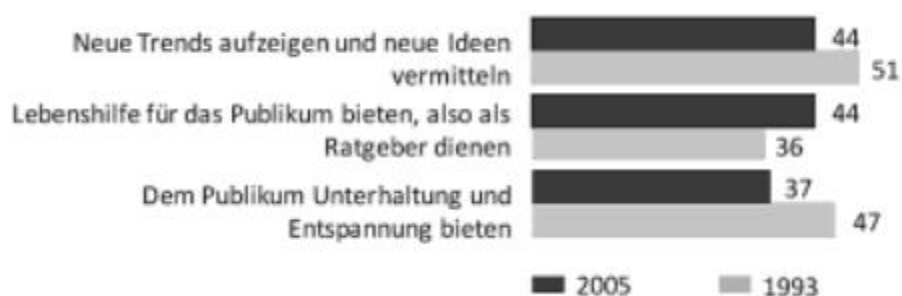


Abbildung 4 – Rollenverständnis nach Kritik, Kontrolle und Engagement; Quelle: Mast 2012, S. 499

Mehr als die Hälfte der deutschen Journalisten gibt an, Kritik an Missständen üben zu wollen. Dagegen steht, dass nur weniger als ein Drittel sich für Benachteiligungen in der Bevölkerung einsetzen wollen, und nur ein Viertel eine Kontrollfunktion übernehmen wollen. So ist der Kritikwille weiterhin stark im deutschen Journalismus, allerdings ist es auffallend, dass die Bereitschaft, sich für Bürgergruppen einzusetzen stark gesunken, ebenso wie die Bereitschaft der Kontrolle, seit 1993.

3.) Unterhaltung und Service

Zustimmung zum Rollenselbstverständnis »Service und Unterhaltung«



Was auffallend zugenommen hat, im Vergleich zum Jahr 1993 ist, dass Journalisten vermehrt als Ratgeber auftreten wollen. Dabei ist der Wille, über neue Trends und Ideen zu berichten, sowie das Publikum zu unterhalten, gesunken.

Die aufgeführten Rollenbilder unterscheiden sich zwar stark voneinander, allerdings schließen sie sich nicht gegenseitig aus. So kann eine Kritik an einem Politiker ebenfalls objektiv und realitätsnah durchgeführt werden. Die verschiedenen Rollenbilder werden je nach Thema und Relevanz unterschiedlich von den Journalisten gewichtet.⁴⁰ Diese Studie gibt weiterhin darüber Auskunft, dass Sportjournalisten eher unterhaltungsorientiert arbeiten, während im Internet und im Hörfunk die Schnelligkeit wichtig ist. Kritische Hinterfragungen von Themen fallen eher in den Zeitungsjournalismus.⁴¹ Die Rollenselbstbilder werden sich in den letzten Jahren noch einmal weiter verschoben haben, insbesondere durch Veränderungen der Interessen der Gesellschaft, weshalb eine erneute Studie genauere Informationen erbringen könnte.

3.2 Investigativer Journalismus

Der Investigative Journalismus ist eine Art des Journalismus, welcher in den USA eine lange Tradition hat. So gehen die meisten Pulitzerpreise an Journalisten mit einer investigativen Tätigkeit.⁴² Die Terminologie des Investigativen Journalismus kommt ebenfalls aus den USA, in welchem man von den investigative journalism spricht.⁴³

Bei dem Investigativen Journalismus handelt es sich um eine besonders auf Recherche betonte Form des Journalismus. Viele journalistischen Tätigkeiten konzentrieren sich darauf, Informationen von Pressesprechern und Korrespondenten weiterzuleiten. Bei dem Investigativen Journalismus versucht der Journalist, durch intensives und gründliches Recherchieren, neue Informationen zu erhalten, welche dann publiziert werden sollen. So darf der Investigative Journalismus jedoch nicht als reiner Enthüllungsjournalismus

⁴⁰ Vgl. Meier 2016, S. 219

⁴¹ Vgl. Meier 2016, S. 221

⁴² Vgl. Redelfs 2003, S. 208

⁴³ Vgl. Redelfs 2003, S. 210

verstanden werden. Dies geschah vor allem in den USA sehr oft, da prominente Fälle von Enthüllungen, z.B. die Watergate Affäre oder von Parteispendedskandalen in Deutschland, nur Bekannt wurden, weil Investigative Journalisten diese aufgedeckt haben.⁴⁴

Deshalb muss genauer zwischen dem Investigativen Journalismus und dem Enthüllungsjournalismus unterschieden werden. Der Enthüllungsjournalismus enthüllt Sachverhalte häufig, indem sich Journalisten auf eine einzige Informationsquelle berufen. Oftmals kann dies ein Informant oder ein Whistleblower sein. Dahingegen versucht der Investigative Journalismus durch Recherche Sachverhalte darzulegen, die Verbände, Firmen oder auch Regierungen nicht an die Öffentlichkeit dringen lassen wollen.⁴⁵

Der Investigative Journalismus zielt insbesondere auf Themengebiete ab, welche das öffentliche Leben beeinflussen. So wird gezielt nach gesellschaftlichen oder moralischen Missständen gesucht. Ebenso sind in der Politik und Wirtschaft investigative Journalisten dabei, Unrecht und Skandale aufzudecken, sodass die Öffentlichkeit davon weiß.⁴⁶

Eine Besonderheit hierbei ist, dass Investigativer Journalismus im Faktor Zeit eine Sonderrolle gegenüber anderen Journalistischen Ansätzen besitzt. Der Investigative Journalismus ist weitestgehend von einer Terminierung, wie sie im journalistischen Arbeitsfeld üblich ist, unabhängig. Dies begründet sich damit, dass investigative Journalisten gut recherchierte Sachverhalte offenbaren will, um sich vor Fehlmeldungen zu schützen. Ebenso finden sich Skandale nicht Intervallartig und sind nicht terminlich vorhersehbar.⁴⁷

Das Selbstverständnis des Investigativen Journalismus beruht in der Vertretung der vierten Gewalt. Die vierte Gewalt bildet neben der Judikative, der Legislative und der Exekutive der Journalismus. Der Investigative Journalismus sieht sich besonders in dieser Funktion, sodass die Wahrung von demokratischen Werten gewährleistet werden kann.⁴⁸ Deshalb versteht sich der Investigative Journalismus als Wachhund der Gesellschaft.⁴⁹

Viele Zeitungen kritisieren den Investigativen Journalismus dahingehend, dass er ökonomisch schwer zu rechtfertigen ist. Um qualitativ hochwertigen Investigativen Journalismus durchzuführen, benötigt es hochqualifiziertes Personal, welches in manchen

⁴⁴ Vgl. Redefelfs 2003, S. 212

⁴⁵ Vgl. Redefelfs S. 210

⁴⁶ Vgl. ebd.

⁴⁷ Vgl. ebd.

⁴⁸ Vgl. Redefelfs S. 213 ff.

⁴⁹ Vgl. Meier 2013, S. 192

Fällen jahrelange Recherchen durchführen muss. Ob sich diese Kosten durch die Publikationen rechtfertigen, ist nicht immer sicher.⁵⁰ Ebenso besteht das Risiko, dass wenn Missstände oder Skandale veröffentlicht werden, Personengruppen darunter leiden, die diese zu verantworten haben. Ebenso gibt es das Risiko eines Rechtsstreits.

Der Investigative Journalismus kann sich jedoch auf rechtliche Rahmenbedingungen berufen, welche es ermöglichen sollen, eben jene Missstände aufzudecken. So können Journalisten ihre Informanten schützen, da diese unter das Zeugnisverweigerungsrecht fällt. Ebenso können Informationen nicht beschlagnahmt werden, welche Informationen zu der Identität eines Informanten enthalten.⁵¹

3.3 Konstruktiver Journalismus

„Konstruktiv“ stammt von den lateinischen Wörtern „struere“ und „con“ ab, wobei „con“ zusammen mit und „struere“ so viel wie bauen bedeutet. Konstruktiv bedeutet so viel wie „zusammenbauend“. Im heutigen Sprachgebrauch bedeutet konstruktiv, dass Verbesserungen erreicht werden bzw. positive Entwicklungen gefördert werden sollen. Die heutzutage oftmals genutzt konstruktive Kritik versucht, lösungsorientiert, kritisch und durch Zusammenarbeit, Sachverhalte durch positive Verbesserungsvorschläge zu lösen. Es soll sich nicht nur auf die negativen Probleme konzentriert werden, sondern auf das Lösen einer Problemstellung.

Konstruktiver Journalismus wurde sehr vom Journalisten Ulrik Haagerup, sowie von Cathrine Gyldensted hervorgehoben. Die Idee ist es, öffentliche Debatten zu fördern, welche darauf abzielen, eine positivere und nachhaltigere Zukunft zu erschaffen. Ferner meint Haagerup, dass die Überflutung von negativen Nachrichten die Menschen krank macht.⁵² Der Konstruktive Journalismus sieht sich als eine Weiterentwicklung aus dem traditionellen Journalismus, weshalb er sich auch als die vierte Macht sieht, welche die Kontrollaufgabe und Wächterfunktion der Gesellschaft übernimmt. Doch anstatt das nur negative Schlagzeilen veröffentlicht werden, sollen für gegebene Probleme auf der Welt gleichzeitig Lösungsvorschläge erbracht werden. Dadurch sollen Perspektiven aufgezeigt werden,

⁵⁰ Vgl. Redelfs 2003, S. 215

⁵¹ Vgl. Redelfs 2003, S. 222

⁵² Vgl. Schwiesau et al. 2016, S. 25

welche dazu verleiten sollen, über Problemstellungen nachzudenken und die Lösungen in die Tat umzusetzen.⁵³

Wichtig ist hier aufzuführen, dass sich der Konstruktive Journalismus von dem Positiven Journalismus abgrenzt. Dessen Ziel ist es, Rezipienten zu motivieren und positive Erfahrungen bereitzustellen.⁵⁴ Der Konstruktive Journalismus will keine Informationen auslassen und die Wichtigkeit der Faktizität und Relevanz nicht ignorieren. Wie in Kapitel 2 beschrieben, ist es die Aufgabe eines Journalisten, eine konstruierte Wirklichkeit aufzubauen. Dazu gehört es, die komplexe Welt zu vereinfachen und nicht Experten zugänglich zu machen. Das macht auch die Schwierigkeit des Konstruktiven Journalismus aus, da neben den schon bestehenden journalistischen Tugenden, wie Recherche, Objektivität und Faktizität, noch weitere Fragen beantwortet werden müssen.

Haagerup hat Leitfragen erstellt, welche Journalisten helfen sollen, die Informationen anders darzustellen, ohne etwas auszulassen.⁵⁵

-Was ist die eigene Idee dazu?

- Was könnte die Lösung sein?

- Wie sind andere Menschen mit dem Problem umgegangen?

- Was können wir daraus lernen?

- Wenn es andere können, warum dann nicht auch wir?

Im Gegensatz zu dem traditionellen Journalismus, hat der Konstruktive Journalismus immer die Fragestellung, was als nächstes passieren soll. Schon in der Recherche wird neben den fünf W-Fragen der Journalistischen Recherche schon die Frage hinzugefügt, was als nächstes passieren soll?⁵⁶ Der Fokus in der Berichterstattung liegt auf der Zukunft und nicht auf den Problemen der Vergangenheit. Die Probleme sollen aufgegriffen werden, der Fokus liegt jedoch auf der Frage, wie man diese Probleme lösen könnte. Der Konstruktiver

⁵³ Vgl. Kühn, S. 30

⁵⁴ Vgl. Deutscher Fachjournalistenverband, S. 10

⁵⁵ Vgl. Haagerup 2015, S. 97

⁵⁶ Vgl. Kühn 2016, S. 38

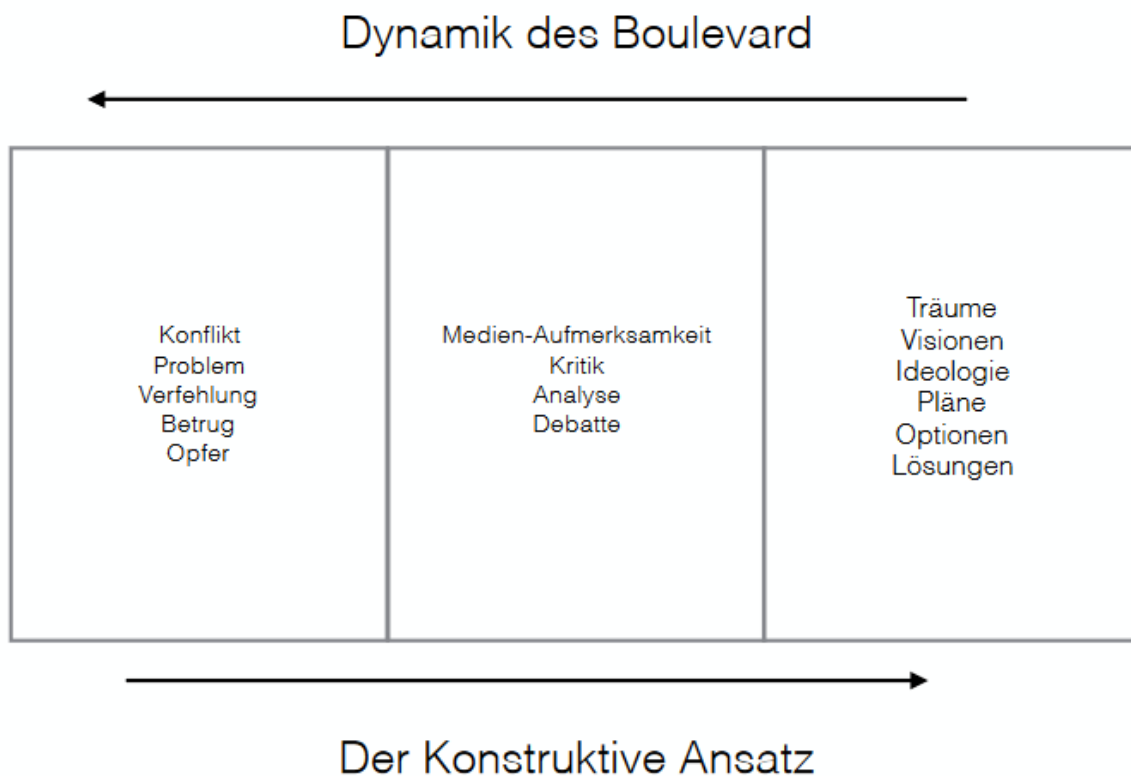
Journalismus basiert auf Erkenntnissen, wie Berichterstattungen Rezipienten beeinflussen und nutzt Fortschritte im Bereich der Psychologie, um eine verantwortungsvollere Berichterstattung zu ermöglichen.⁵⁷

⁵⁷Vgl. Kühn 2016, S. 30

4 Konstruktiver Journalismus

4.1 Arbeitsweisen des Konstruktiven Journalismus

Nach Haagerup versucht der Konstruktive Journalismus die Dynamik des Boulevards umzukehren. Die traditionelle Berichterstattung arbeitet rückwärtsgewandt. Es wird sich, nachdem etwas passiert ist, auf den Konflikt, die Opfer oder die Verfehlung konzentriert. Durch dieses Rückdenken, befürchtet Haagerup, dass die Gesellschaft in der Vergangenheit



stecken bleibt, und nicht zukunftssträchtig nach vorne denken kann.⁵⁸

Abbildung 6 – Dynamik der öffentlichen Debatte; Quelle: Nach Kühn 2016, S. 121

⁵⁸ Vgl. Haagerup 2013, S. 121

Die Möglichkeit an Zeitnahe Informationen zu gelangen, ist durch das Internet deutlich schneller geworden. In keinem anderen Medium können Nachrichten so schnell publiziert und von den Rezipienten eingesehen werden.⁵⁹ Gleichzeitig gibt es eine Vielzahl an negativen Nachrichten. Heutzutage, insbesondere durch die Globalisierung und das Internet, sind viele Szenarien bekannter, die vor 40 Jahren nicht bekannt gewesen wären. Ein Beispiel hierfür sind Virenattacken in Afrika oder Erdbeben in Südamerika.⁶⁰ Es gibt viele potenzielle Gefahren, über die berichtet wird, welche aber nicht zwangsweise eine direkte Auswirkung auf die Rezipienten haben müssen. Hier versucht der Konstruktive Journalismus die Lösung für die Problemstellung bereitzuhalten, und sich darauf zu konzentrieren.⁶¹ Nach Haagerup nimmt sich der Konstruktive Journalismus einem Problem, Konflikt, Verfehlung, Betrug oder Opfers an und kritisiert, analysiert und debattiert diese. Darauf folgend wird ein Traum, eine Vision, eine Ideologie, ein Plan, eine Option oder eine Lösung vorgestellt. Dabei übernimmt der Journalist jedoch nicht die Rolle eines Machers. Ebenso vermeidet der Journalist es, dem Rezipienten Entscheidungen wegzunehmen oder aufzuzwingen. Die Rolle des Umsetzens und Entscheidens, was und wie etwas getan werden muss, liegt bei den Rezipienten. Der Journalist steht nur als Beobachter da, und versucht die Fakten zu sortieren und wiederzugeben.⁶²

Ein Journalist, der Konstruktiven Journalismus betreibt, hat den Anspruch, nicht die Wirklichkeit zu verzerren. So versucht der Konstruktive Journalismus dem bisherigen journalistischen Arbeiten entgegenzukommen und die Möglichkeit zu bieten, Informationen nicht nur erzählerisch zu publizieren, sondern als eine Quelle für Informationen zu dienen, welche das Leben von Menschen ändern könnten.⁶³ Dafür arbeitet der Konstruktive Journalismus mit Erkenntnissen aus der positiven Psychologie. Nach Gyldensted konzentrieren sich Journalisten zu sehr auf die Opfer und das schlechte in der Welt.⁶⁴ Dem entgegengesprechend besagt andere Forschung, dass bei beispielsweise schweren Gewalttaten, der Rezipient seine subjektive gerechte Welt weiterhin beibehalten will. Dabei hilft ihm, wenn der Täter aus der Gesellschaft ausgeschlossen wird, da er nicht in die Normalität der Gesellschaft hineinpasst.⁶⁵ Des Weiteren plädiert Gyldensted dafür, dass Probleme nicht mehr eindimensional angesehen werden sollten, da die Welt meist komplex ist und sich Probleme nicht mit einfachen Lösungen aus der Welt schaffen lassen. Stattdessen sollten mehrere Lösungen aufgeführt werden, sodass der Rezipient dazu

⁵⁹ Vgl. Hörner 2006, S. 2

⁶⁰ Vgl. Kirchhoff et al. 2010, S. 33

⁶¹ Vgl. Matingwina et al. 2016, S. 97

⁶² Vgl. Kühn 2016, S. 33

⁶³ Vgl. Matingwina et. Al. 2016, S. 98

⁶⁴ Vgl. Kühn 2016, S. 37

⁶⁵ Vgl. Robertz et. Al. 2016, S. 19

animiert wird, selbst mitzudiskutieren und dadurch die gemeinsame Wirklichkeit besser und präziser gebildet werden kann.⁶⁶

Die grundlegenden Arbeitsweisen von Konstruktivem Journalismus unterscheiden sich nicht von den meisten anderen journalistischen Arbeitsweisen. Die Funktion ist die gleiche, sprich, Informationen zu publizieren. Die Produktionsarten unterscheiden sich heutzutage auch nur minimal. Konstruktiv Journalistische Publikationen verbreiten sich vermehrt über Internetplattformen, sowie in einigen deutschen Tageszeitungen (bspw. Zeit). Andere journalistische Tätigkeiten, wie zum Beispiel die Recherche, werden gleich ausgeführt. Wie in Kapitel 3.3 beschrieben, versuchen Konstruktive Journalisten die gleichen Anforderungen an Richtigkeit und Vollständigkeit zu erhalten, wie andere Journalisten.

4.2 Wirkungen des Konstruktiven Journalismus

Als Vorzeigeprojekt, wurde mittels einer Kickstarterkampagne im Juni 2016 die Plattform Perspective Daily gestartet. Während der Crowdfunding Phase haben 12.000 Menschen Geld in das Projekt gesteckt und dadurch realisiert. Die Plattform hat keine Werbung und finanziert sich über eine Jahresgebühr von 47 Euro pro Mitglied.⁶⁷ Es wird pro Tag nur ein Artikel veröffentlicht, welcher nicht nur chronologisch Fakten aufzählen soll. Stattdessen werden durch Hintergrundrecherchen und Analysen Lösungsansätze gefunden, welche die Leser in einen offenen Dialog einbeziehen sollen. So ist der Ansatz von Perspective Daily wie folgt:

„Zukunftsorientiert, verständlich, werbefrei. Dafür stehen wir. Mit Wohlfühl-Nachrichten hat das nichts zu tun. Wir sind davon überzeugt, dass Journalismus etwas bewegen kann, wenn er sowohl Probleme erklärt als auch positive Entwicklungen und Möglichkeiten vorstellt. Wir lösen Probleme besser, wenn wir umfassend informiert und positiv gestimmt sind – und das funktioniert auch in den Medien. Studien haben gezeigt, dass Texte, die verschiedene Lösungen diskutieren, zu mehr Interesse führen, positive Emotionen erzeugen und eine

⁶⁶ Vgl. Kühn 2016, S. 38

⁶⁷ Vgl. Tschirner 2017

*erhöhte Handlungsbereitschaft generieren können. Das ist die Idee unseres Konstruktiven Journalismus.*⁶⁸

Zum heutigen Stand hat das Online-Magazin insgesamt über 14.000 Abonnenten. Das ist ein Zuwachs von 2.000 Abonnenten seit der Umsetzung des Projektes. Ebenso wurden die Mitgliedsbeiträge auf 60 Euro pro Jahr erhöht.⁶⁹ Der Zuwachs an Mitgliedern zeigt, dass das Konzept von Perspective Daily angenommen wird.

Diskutiert werden muss, ob und inwiefern Texte, die Lösungen vorbringen, zu einem erhöhten Interesse und positiveren Emotionen führen oder nicht. Der Friedensjournalistische Ansatz hat hier bereits durch mehrere Studien gezeigt, dass Berichte über Konfliktgebiete, welche tolerante und verschiedene Blickpunkte aufzeigten, sowohl informativ als auch unterhaltsam sein können. Diese Berichte haben ein großes potenzielles Publikum.⁷⁰ Ebenso unterstützt eine Untersuchung von der Projektgruppe Friedensforschung Konstanz, dass Texte, welche deeskalierend verfasst sind, ebenso gut von den Rezipienten angenommen werden, wie die originalen Zeitungsartikel.⁷¹ Dies wird von Gyldensted ebenfalls bestätigt, welche meint, dass die positive Psychologie eine empirisch nachgewiesene Basis hat, welche bestätigt, dass die Art und Weise, wie Nachrichten aussehen können, revolutioniert werden kann.⁷² Ebenfalls glaubt Gyldensted, dass durch positivere Artikel und durch die Bezugnahme der positiven Psychologie im Journalismus, die Desensibilisierung der Rezipienten umzukehren. Dadurch könnten bessere Lösungen gefunden werden und mehr Rezipienten würden sich an der Umsetzung von Lösungen beteiligen.⁷³

Eine weitere Studie mit 755 Probanden untersuchte, ob lösungsorientierter Journalismus, im direkten Vergleich zu herkömmlichen journalistischen Ansätzen, bei den Rezipienten unterschiedliche Eindrücke und Handlungen auslösen. Da Konstruktiver Journalismus ebenfalls den lösungsorientierten Ansatz verfolgt, ist diese Studie zum Vergleichen sehr gut geeignet. So hat sich ergeben, dass Rezipienten von lösungsorientierten Artikeln sich inspirierter gefühlt haben, nachdem sie den Artikel gelesen haben.

⁶⁸ Vgl. Perspective Daily 2017

⁶⁹ Vgl. Wolff 2017

⁷⁰ Vgl. Melona et. Al. 2002, S. 3

⁷¹ Vgl. Bläsi, S. 15

⁷² Vgl. Gyldensted 2011, S. 21

⁷³ Vgl. Gyldensted 2011, S. 39

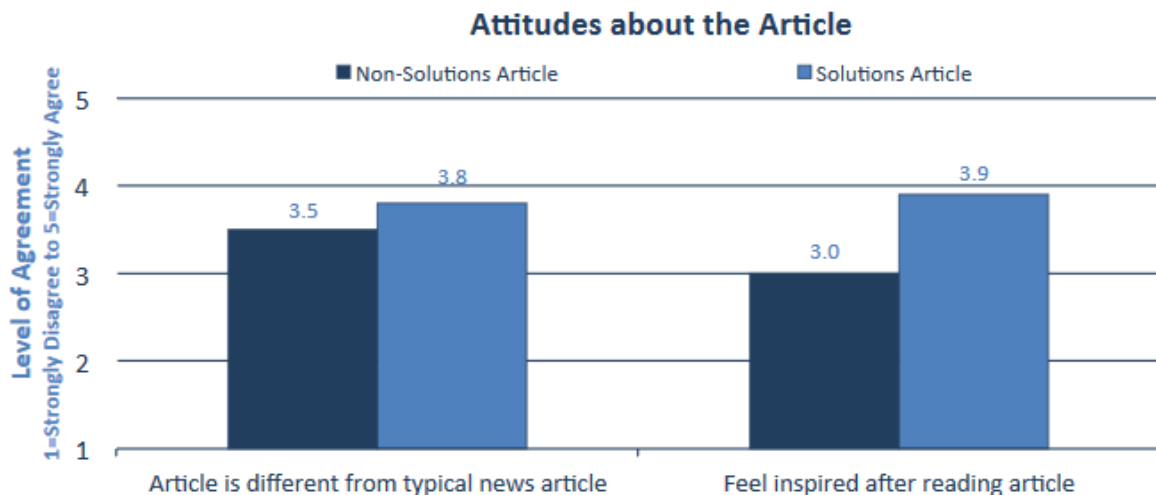


Abbildung 7 – Standpunkte über den Artikel; Quelle: Curry et al. 2014, S. 2

Ebenso fühlten sich Rezipienten, welche die lösungsorientierten Artikel gelesen haben, dass die ein besseres Wissen darum haben, welche Probleme bestehen. Auch fühlten sie sich besser informiert und hatten ein größeres Interesse an dem Problem.

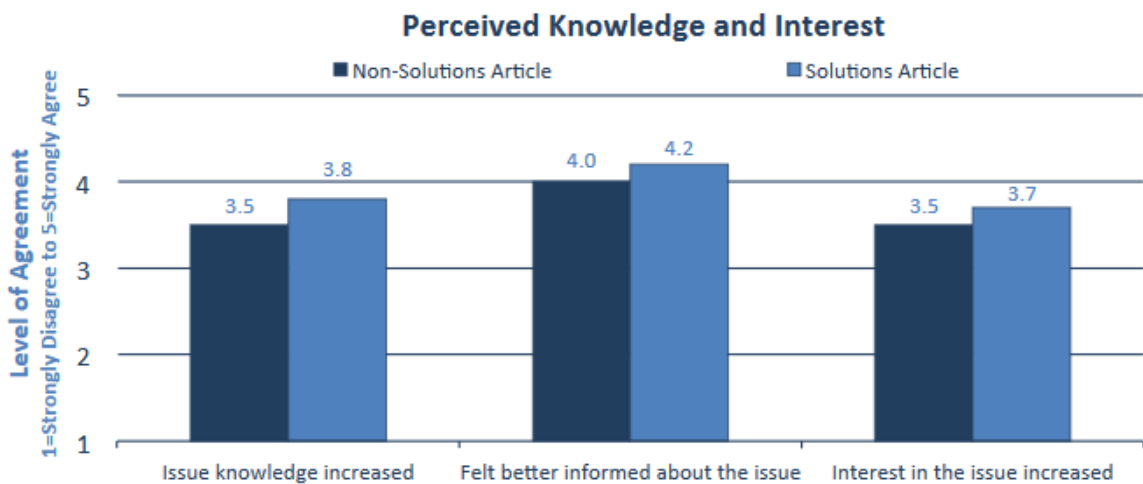


Abbildung 8 – Erhaltenes Wissen und Interesse; Quelle: Curry et al. 2014, S. 3

Die Überzeugung, zu der Lösung eines Problems beizusteuern stieg bei den Probanden, welche den lösungsorientierten Artikel gelesen hatten ebenfalls. Auch wurde ihre Meinung stärker beeinflusst und sie glaubten, die Probleme besser beschreiben zu können.⁷⁴ Am Aussagekräftigsten an dieser Studie ist, dass die Probanden eine durchgehend erhöhte Motivation hatten, selbst in der Problemlösung aktiv zu werden. Dies wird gerade durch die

⁷⁴ Vgl. Curry et al. 2014, S. 3

Bereitschaft gezeigt, dass sie selbst Hilfe anbieten wollen, um die Problemstellungen zu lösen und mit anderen über die Probleme reden wollen.

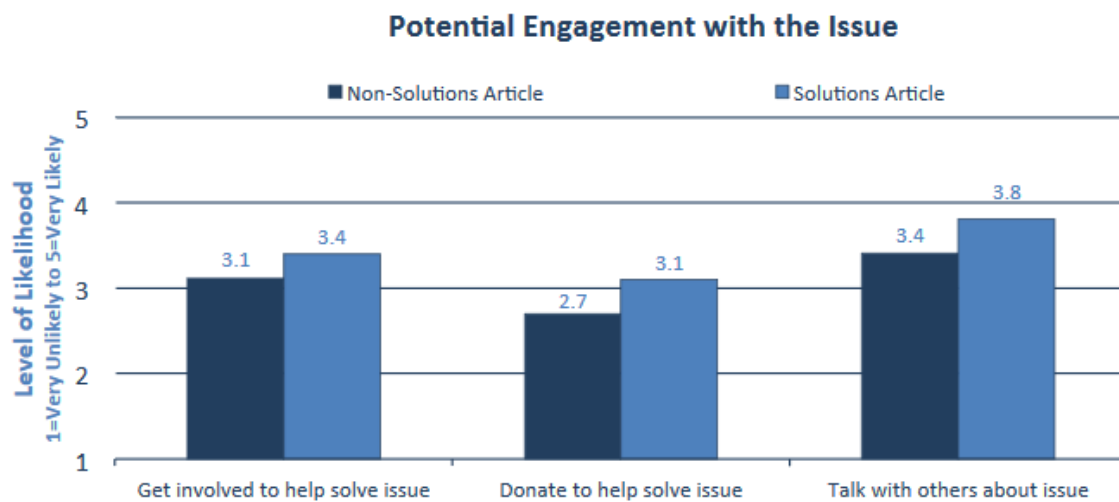


Abbildung 9 – Potenzielles Engagement in der Problemstellung; Quelle: Curry et al. 2014, S. 4

Als letztes hat die Studie herausgefunden, dass Probanden, welche den lösungsorientierten Artikel gelesen haben, ein höheres Interesse daran haben, sich weiter über die Problemstellung zu informieren.⁷⁵ Die Studie hat jedoch nicht nachverfolgt, ob die Probanden tatsächlich nach Abschluss der Studie, in der realen Welt Konsequenzen in ihrem Handeln gezogen haben.

Die Wirkung von Konstruktivem Journalismus kann anhand des vorhandenen Forschungsstandes unterschiedliche Effekte haben. Konstruktiver Journalismus könnte bei Rezipienten bewirken, dass sie gesteigertes Interesse an Problemstellungen haben, eine positivere Einstellung der Problemlösungen gegenüber, sowie eine erhöhte Bereitschaft, sich aktiv an Lösungen zu beteiligen. Ob dies in der Realität so von Rezipienten umgesetzt wird, konnte im Rahmen dieser Arbeit nicht ermittelt werden. Der Erfolg von Perspective Daily legt jedoch nahe, dass Konstruktiver Journalismus, die oben genannten Effekte bei den Rezipienten bieten könnte, da Perspective Daily nur Konstruktiven Journalismus betreibt.

⁷⁵ Vgl. Curry et al. 2014, S. 5

5 Nachhaltigkeit im Journalismus

Nachhaltigkeit ist ein Thema, welches sich auf viele Bereiche des Lebens auswirkt. Neben der ökologischen Nachhaltigkeit, gibt es viele weitere Felder, die versuchen, nachhaltig zu handeln. So wollen oftmals auch Unternehmen nachhaltigen Erfolg gewährleisten, oder Politiker ein nachhaltiges Wachstum der Wirtschaft erreichen. Zusammenfassend gibt es drei Dimensionen, welche die Herausforderung der Nachhaltigkeit bündeln, die Ökonomie, Ökologie und Soziales.⁷⁶ So haben die Vereinten Nationen Nachhaltigkeit wie folgt definiert:

„Nachhaltige Entwicklung, ist eine Entwicklung, welche die Bedürfnisse der gegenwärtigen Generation befriedigt, ohne die Fähigkeit zukünftige Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.“⁷⁷

Die Forschung streitet sich um die genaue Definition von Nachhaltigkeit nach wie vor. Es gibt zu viele Interpretationen, da das Thema der Nachhaltigkeit sehr komplex ist.⁷⁸ sollte man sich die Frage stellen, was Nachhaltig ist und was nicht. Grober will deshalb die Definition erweitern, um die Fragestellungen, ob sich der ökologische Fußabdruck durch Handeln reduziert oder erhöht, und ob die Lebensqualität für jeden zugänglich steigt.⁷⁹ So zeigt sich, dass die Definition der Vereinten Nationen nicht weit genug greift. Deshalb sollte im Zusammenhang mit dem Begriff der Nachhaltigkeit überlegt werden, ob das Konzept des „etwas genügend sein“, besser widerspiegelt, was Nachhaltiges Handeln ausmacht, und was nicht. Damit gemeint ist, dass Zurückhaltung und Rücksicht wichtig sind, um weniger Ressourcen zu nutzen. Zu wissen, das nicht mehr genommen werden sollte, als wieder nachkommen kann, und die persönliche Gier zu zügeln, ist nach Grober der Weg, um nachhaltig handeln zu können.⁸⁰ Wichtig ist, dass Nachhaltiges Handeln nur dann gelingen kann, wenn alle wichtigen Akteure, sprich Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und die Zivilgesellschaft, zusammen Strategien und Maßnahmen entwickeln und umsetzen. In dieser Arbeit wird sich auf die ökologische Nachhaltigkeit konzentriert, da dies ein Themenschwerpunkt des Konstruktiven Journalismus darstellt und deshalb ein Vergleich leichter gezogen werden kann.

⁷⁶ Vgl. Prexl 2010, S. 17

⁷⁷ Vgl. United Nations 1987, S. 43

⁷⁸ Vgl. Prexl 2010, S. 19

⁷⁹ Vgl. Grober 2013, S. 32

⁸⁰ Vgl. Grober 2013, S. 34

5.1 Bedeutung der Nachhaltigkeit im Journalismus

Die Berichterstattung um das Thema Nachhaltigkeit scheint viele Rezipienten abzuschrecken. Der Begriff Nachhaltigkeit wurde zu oft und zu inflationär benutzt, was darin resultierte, dass bei vielen Rezipienten negative Emotionen damit verbunden sind.⁸¹ Es scheint, dass die Berichterstattungen über Nachhaltige Themen zu viel sind. Journalisten scheinen sich auch zunehmend auf nachhaltige Themen zu konzentrieren. Eine Studie zeigt dies auf, welche herausfinden wollte, warum sich Nachhaltigkeitsthemen nur schwer in den Medienalltag etablieren lassen. Es wurde herausgefunden, dass Nachhaltigkeitsjournalismus ein Themengebiet ist, welches sich noch nicht in der Wissenschaft und der Medienkommunikation verfestigt hat.⁸²

Unterstützt wird diese These unter anderem von Schaefer. Unter dem Begriff der journalistischen Ökologie sollen Forschungsansätze gefunden werden, welche bereits existierende journalistische Vermittlungsansätze aufgreift. Diese sollten mit ökologischen Themen verbunden werden und dadurch journalistisches Fachverständnis erzeugen.⁸³ Auffallend ist hier, dass, wie oben geschrieben, der Begriff der Nachhaltigkeit zu oft benutzt wird, die Forschung jedoch versucht, Nachhaltigkeitsberichterstattung zu untersuchen, und Wege zu finden, diese zu verbessern. Die Suche nach neuen Möglichkeiten, der Berichterstattung über Nachhaltige Themen, könnte diese Diskrepanz lösen, sofern weiter aktiv daran geforscht wird.

Wie oben beschrieben, soll Journalismus recherchierte, verarbeitete und vereinfachte Informationen publizieren. Im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit bietet sich ein breites Spektrum an Themen, welche von den Journalisten und Redakteuren bearbeitet werden können. Darunter fallen Themen wie beispielsweise der Klimawandel, die Energiewende, Naturschutz und Tierschutz. Diese Themen sind ebenfalls politisch sehr wichtig, da Deutschland mehrere Abkommen mit internationalen Partnern hat, welche die Bundesregierung einhalten muss, wie beispielsweise die 20-20-20 Ziele, auf welche sich die Europäische Union geeinigt hat.⁸⁴ Die Relevanz dieser Themen kann auch anhand der Nachrichtenwertforschung gesehen werden, da generell davon ausgegangen werden kann, dass Umweltthemen mächtige beteiligte Nationen sowie Organisationen betreffen. Über die Themen wird kontrovers diskutiert, sie verfügen über eine große Tragweite und betreffen

⁸¹ Vgl. Mansmann

⁸² Vgl. Humburg et al. 2013, S. 35

⁸³ Vgl. Schaefer 2016, S. 291

⁸⁴ Vgl. European Commission

jeden. Unter dem Gesichtspunkt, dass andere Journalisten die Informationen über ökologische Nachhaltigkeit veröffentlichen, ist es unwahrscheinlich, dass Journalisten diese Thematik nicht regelmäßig bearbeiten. Hier würden sie ein für Rezipienten wichtiges Thema vernachlässigen und eventuell Umsatz und Gewinne verlieren.

5.2 Nachhaltigkeitsprojekte in den Leitmedien

Es wurde immer wieder versucht, das Konzept der Leitmedien zu definieren, jedoch existiert keine allgemein anerkannte Definition.⁸⁵ So findet man in der Literatur fünf verschiedene Ansätze, welche versuchen, den Begriff Leitmedien zu umfassen. Göttlich nennt Leitmedien als ein jeweiliges Einzelmedium der historischen Epoche, welches die Hauptfunktion in der Kommunikation einer Gesellschaft übernommen hat.⁸⁶

Durch technologische Entwicklungen, beispielsweise durch den Buchdruck, das Radio, den Fernseher und das Internet, wurden die alten Leitmedien abgelöst und durch die neuen ersetzt. Dies kann momentan beobachtet werden, da diskutiert wird, ob das Internet als neues Leitmedium immer mehr in Erscheinung tritt.⁸⁷ Ein anderer Ansatz ist die Bezugnahme auf die soziale Gruppe. So sollen Leitmedien die Massenmedien sein, welche den größten Einfluss auf die Gesellschaft haben.⁸⁸ Als dritter Ansatz muss die Bezugnahme auf die soziale Vermittlerstruktur genannt werden. Dabei muss beobachtet werden, welche Medien sich gegen- und wechselseitig wahrnehmen und beeinflussen. So übernehmen die Leitmedien die Vorreiterrolle, während es Mitläufer und Nachzügler gibt. Dabei ist von den Medien zu unterscheiden, die sich stärker auf Unterhaltungsinhalte konzentrieren, und von den Medien, die die politische Berichterstattung ausführen.⁸⁹ Beide können jeweils eigene Leitmedien haben.

Der vierte Ansatz nimmt Bezug auf bestimmte Vermittler. Hierbei erhält das Leitmedium einen Qualitätsbegriff, welcher sich auf die journalistischen und publizistischen Leistungen aufbaut. Individuen sind hier wichtig, die sich an der öffentlichen Meinungsbildung hervortun

⁸⁵ Vgl. Jarren et al. 2011, S. 17

⁸⁶ Vgl. Göttlich 2002, S. 194

⁸⁷ Vgl. Jarren et al. 2011, S. 18

⁸⁸ Vgl. Wilke 1999, S. 302

⁸⁹ Vgl. Jarren et al. 2011, S. 19

und als Meinungsführer gelten.⁹⁰ Der fünfte Ansatz setzt auf die Bezugnahme der erzielten Wirkungen. Hierbei ist der Effekt gemeint, den die jeweiligen Leitmedien auf die Rezipienten haben. Aufgrund des Einflusses haben gewisse Leitmedien eine wichtige und wirkungsvolle Machtposition in der Gesellschaft. Je mehr Rezipienten erreicht werden, desto mächtiger ist das Leitmedium.⁹¹

Als Fazit kann gesagt werden, dass Leitmedien nur schwer zu definieren sind, da jeder dieser Ansätze nur einen Teil der gesamten Bedeutung der Leitmedien aufführt. Als abschließende Zusammenfassung, können Leitmedien als Teilbereich der Qualitätsmedien angesehen werden, welche wiederum ein Teilgebiet der Massenmedien ausmacht. So ist der Unterschied zwischen Leitmedien und Qualitätsmedien, dass sie verstärkter auf die Meinungsbildungsprozesse der Rezipienten verstehen und eine exponiertere gesellschaftliche Stellung haben.⁹²

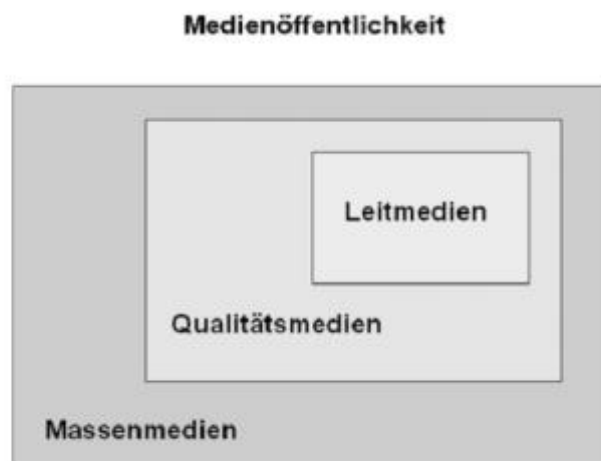


Abbildung 10 – Leitmedien als Teilgebiet der Massen- und Qualitätsmedien; Quelle: Jarren et al. 2011, S. 24

Diese Arbeit konzentriert sich auf die Online Medien, in der Auswahl der zu vergleichenden Artikel. Dies ist damit begründet, dass Konstruktiver Journalismus im deutschen Sprachraum vor allem in den Online Medien publiziert wird. Wie beispielsweise Perspective Daily. Des Weiteren spielt das Internet eine immer wichtigere Rolle als Leitmedium, sodass die

⁹⁰ Vgl. ebd.

⁹¹ Vgl. Jarren et al. 2011, S. 20

⁹² Vgl. Jarren et al. 2011, S. 24

Forschung davon ausgeht, dass das Internet schon das dominierende Medium ist, oder in naher Zukunft sein wird.⁹³

5.3 Beispiele aus den klassischen journalistischen Ansätzen

Es wurden Beispielartikel ausgewählt, welche sich mit zwei verschiedenen Themen der Nachhaltigkeit beschäftigen und von verschiedenen etablierten Zeitungen in ihrem Onlinebereich veröffentlicht wurden. Diese Themen umfassen die Verschwendung von Lebensmitteln, sowie den Klimaschutz. Es wird herausgearbeitet, welche Aussagen die Artikel treffen und ob sie Lösungsansätze zu der jeweiligen Problemstellung bieten, da dies, wie in Kapitel 4.1 beschrieben, eine zentrale Rolle im Konstruktiven Journalismus spielt.

Der Spiegel

Der Spiegel publizierte im Juni 2015 einen Artikel über eine Studie des WWF, wie viele Lebensmittel von Konsumenten weggeworfen werden, und welche Folgen dies hat.⁹⁴ Der Artikel stützt sich sehr auf Zahlen und Fakten der Studie des WWF. Auffällig ist, dass der Artikel vor allem auf den Aussagen von der WWF Mitarbeiterin Tanja Dräger de Teran beruhen.⁹⁵ So würde die Politik keine Lösungen haben, da es an einer nationalen Strategie fehlen würde. Es wird in diesem Artikel nur die Lösung vorgestellt, bewusster einzukaufen und zu kochen, damit weniger weggeworfen wird, wobei der Fernsehkoch Christian Rach zitiert wird.⁹⁶ So kann abgeleitet werden, dass der Artikel versucht dem Rezipienten zu vermitteln, dass der WWF vor dem Verhalten der deutschen Bevölkerung warnen will, um das Bewusstsein um die Problematik zu erhöhen.

„Schmelzendes Eis führt zu Billionenkosten“ heißt ein Artikel des Spiegels Online.⁹⁷ Dieser Artikel dreht sich um die Folgen des Klimawandels und den daraus resultierenden Anstieg des Meeresspiegels. In dem Vorspann wird suggeriert, dass jeder dafür finanziell aufkommen wird müssen. Im ersten Abschnitt wird erläutert, dass durch die Mehreinnahmen die Verluste dieses Wandels nicht ausgeglichen werden können. Es wird allerdings nicht

⁹³ Vgl. Müller et al. 2011, S. 23

⁹⁴ Vgl. Spiegel Online 2015

⁹⁵ Vgl. WWF Deutschland 2017

⁹⁶ Vgl. Spiegel Online 2015

⁹⁷ Vgl. Spiegel Online 2017

weiter erklärt, wofür die in dem Vorspann erwähnten Billionenkosten auftreten werden. Der Artikel informiert darüber, welche Folgen der Anstieg der Temperatur des Meeres auf die Eisbildung sowie auf die Ökologie der Arktis hat. So fällt auf, dass die Thematik der Überschrift und des Vorspanns nur einen geringen Teil des Artikels ausmachen. Es werden mehrere Themen kurz aufgegriffen, welche die Thematik nicht weiter ausbauen. So gibt dieser Artikel einen kurzen Einblick in ein mögliches Szenario, welches mithilfe von Studien hinterlegt wird. Dass sich ein Rezipient mithilfe des Artikels gut über die Sachlage informiert fühlt, ist anzuzweifeln.

Zeit Online

Unter dem Titel „Haltbar, abgelaufen, ungenießbar“, veröffentlichte Zeit Online 2016 einen Artikel, welcher sich ebenfalls mit der Thematik der Lebensmittelverschwendung beschäftigt. Dieser ermittelt, ob es sinnvoll ist, dass neue Regelungen über das Mindesthaltbarkeitsdatum eingeführt werden sollen. Es werden in dem Artikel mehrere verschiedene Arten des Mindesthaltbarkeitsdatums diskutiert, und wie verschiedene Lebensmittel mit unterschiedlichen Systemen dazu beitragen können, dass weniger Lebensmittel weggeworfen werden. So werden auch die Lösungen vorgestellt, intelligente Verpackungen einzuführen und Kindern in der Schule ein weiteres Schulfach zum Thema Ernährung einzuführen.⁹⁸ Ebenso hinterfragt der Artikel die Aussagen von dem Ernährungsminister Christian Schmidt und kritisiert die Aussagen von ihm. Als Fazit zieht der Artikel, dass der Konsument die wichtigere Rolle spielt, und nicht das Mindesthaltbarkeitsdatum.⁹⁹ Der Artikel stützt sich auf verschiedene Quellen und Experten in den jeweiligen Themengebieten. So unterstützt eine Lebensmittelexpertin der Stiftung Warentest die These, für Milch- und Fleischprodukte ein Verfallsdatum zu etablieren.¹⁰⁰ Der Artikel versucht dem Rezipienten das komplexe Thema der Mindesthaltbarkeit zu vereinfachen und gleichzeitig über Probleme und Lösungen zu informieren.

Die Zeit Online publizierte den Artikel „Nichts zu leugnen“. Dieser handelt von den beiden Polen des Planeten, sowie von den Effekten, die der Treibhauseffekt dabei spielt. In dem Vorspann heißt es, dass „Man ihn nicht zur Glaubenssache erklären darf“.¹⁰¹ Diese Formulierung lässt vermuten, dass der Journalist das Ziel hat, die Rezipienten für das Thema der globalen Erderwärmung zu sensibilisieren. So legt der Artikel eine Beweisführung

⁹⁸ Vgl. Brauns 2016

⁹⁹ Vgl. ebd.

¹⁰⁰ Vgl. ebd.

¹⁰¹ Vgl. Schmitt 2016

vor, die überzeugen soll, wie weit die Klimaerwärmung schon fortgeschritten ist. „Jedermann kann mithelfen“,¹⁰², ist eine abschließende Bemerkung des Artikels. Während im Mittelteil Fakten und wichtige Akteure aufgeführt werden, sowie ein Diskurs über die Gegner von dem Klimawandel hervorgehoben wird, steht am Anfang und am Ende die Aussage, dass der Rezipient sich selbst in den Lösungsprozess einbinden soll. Die Objektivität könnte in diesem Artikel angezweifelt werden, da sehr stark zwischen Klimakritikern und dem Klimawandel polarisiert wird.

Frankfurter Allgemeine Zeitung

Der Artikel „Fällt für Nudeln das Haltbarkeitsdatum?“ in dem Onlinebereich der Frankfurter Allgemeine Zeitung, berichtet über den politischen Vorstoß, das Mindesthaltbarkeitsdatum für gewisse Nahrungsmittel nicht mehr angeben zu müssen. Der sehr kurze Artikel konzentriert sich rein informativ auf die politische Debatte auf der Europäischen Unionsebene. Zum Abschluss wird ein Experte zitiert, welcher den Vorstoß unterstützt. Dieser Artikel hat die Zielsetzung, dem Rezipienten einen schnellen Einblick in die Debatte zu geben, und wer die beteiligten Akteure sind. Argumente gegeneinandergestellt werden in diesem Artikel nicht.¹⁰³

In der Frankfurter Allgemeine Zeitung wurde im Onlinebereich 2016 der Artikel „Klimawandel bedroht deutsche Skigebiete“ publiziert.¹⁰⁴ So ist die Aussage dieses Artikels, dass durch den Klimawandel die deutschen Skigebiete im Durchschnitt zu hohen Temperaturen haben, und deshalb nicht garantieren können, in naher Zukunft genügend Schnee zur Verfügung zu stellen. Als Grund geben sie an, dass die Bundesregierung nicht reagiert habe, um die Auswirkungen des Klimawandels aufzuhalten. Auffallend ist, dass kein Diskurs geführt wird, sondern die Fakten eines Berichts der Bundesregierung vereinfacht wiedergibt.¹⁰⁵ Die Reduktion von komplexen Zusammenhängen, zur Information der Rezipienten steht in diesem Artikel im Vordergrund. Der komplexe Bericht der Bundesregierung wäre zu umfangreich für einen Rezipienten.

¹⁰² Vgl. ebd

¹⁰³ Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung 2014

¹⁰⁴ Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung 2016

¹⁰⁵ Vgl. ebd.

5.4 Zwischenfazit

Zentrale Rolle der meisten untersuchten Artikel, spielt das Informieren der Rezipienten über Sachverhalte. Dies deckt sich mit dem Journalistischen Selbstverständnis (Kapitel 3.1). Das Zusammentragen, Analysieren und Publizieren ist daher eine Basis, für das journalistische Arbeiten. Alle Artikel berichten über Sachverhalte, und versuchen diese zu erklären. Dabei gibt es jedoch Unterschiede. Die Artikel der Frankfurter Allgemeine Zeitung sind sehr sachlich, und versuchen den Rezipienten direkt von den wichtigsten Fakten zu informieren. Es werden keine unterschiedlichen Standpunkte hervorgebracht, sondern komplexe Sachverhalte vereinfacht dargestellt, sodass sich der Rezipient darüber eine Meinung bilden kann. Die Zeit Online versucht in einem Artikel, Lösungen zu einer Problemstellung aufzuführen, während der zweite Artikel versucht, Rezipienten zu überzeugen, sich für eine Sachlage stärker einzubringen. Die Artikel des Spiegel Online konzentrieren sich, wie bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, auch darauf, den Rezipienten Informationen zu vermitteln und stützt sich dabei auf Fakten. Dabei werden jedoch keine Lösungsansätze aufgezeigt. Ob in allen Artikeln die benötigten Informationen vorhanden waren, damit ein Rezipient sich informiert fühlt und sich an einem Diskurs über das jeweilig Thema teilnehmen könnte, kann an dieser Stelle nicht ermittelt werden.

6 Optimierung im Sinne des Ansatzes des Konstruktiven Journalismus

6.1 Nachhaltigkeitsnachrichten im Konstruktiven Journalismus

Perspective Daily

Im März 2017 wurde von Perspective Daily der Artikel „Warum wirfst auch du jeden Tag 2 Kilo Essen Weg?“ publiziert. Auffällig ist die direkte Ansprache des Rezipienten, mit der der Artikel den Leser anlocken will. Thematisch handelt dieser Artikel von der Lebensmittelverschwendung. Der erste Paragraph versucht den Rezipienten dazu zu verleiten, sich selbst in einer Situation, in welcher Lebensmittel weggeworfen werden, wiederzufinden. Dieser Absatz hat keinen informativen Wert, sondern versucht den Rezipienten zu beeinflussen, damit er oder sie sich besser in die Thematik hineinversetzen können. Durch den Ausruf „Was für eine Verschwendung!“¹⁰⁶, wird versucht, den Rezipienten zu schockieren. Nachfolgend werden in dem Artikel Fakten genannt, welchen Effekt nicht verwertete Nahrungsmittel auf die Globale Erwärmung haben. Nachfolgend zeigt der Artikel Lösungsmöglichkeiten, wie die Wirtschaft es vermeiden könnte, Lebensmittel nicht mehr nutzen zu können. Es werden mehrere Wirtschaftszweige angesprochen, die dabei durch die Änderung ihres Handelns helfen könnten. Im letzten Abschnitt wird der Rezipient in seiner Rolle als Konsument darauf hingewiesen, wie man es vermeidet, Lebensmittel wegzuwerfen. Abschließend soll der Rezipient sich stärker für das Thema einsetzen. Nur so könne die Politik unter Druck gelangen und Änderungen vornehmen.¹⁰⁷

„Auf das Ausbleiben des Klimawandels zu setzen, ist eine ziemlich beschissene Wette“ ist ein Artikel, der von Perspective Daily im August 2018 veröffentlicht wurde. So wird der Rezipient schon im Titel direkt angesprochen. Der Vorspann stellt Fragen auf, die den Rezipienten aufschrecken sollen, wo dem Artikel eine Beeinflussung vorgeworfen werden könnte. Durch die polarisierenden Fragen könnten Rezipienten in zu der Meinung gedrängt werden, dass sie dem Klimawandel zustimmen müssen. Interessant an diesem Artikel ist, dass Elemente des Story Tellings benutzt werden. Ferner wird der Rezipient während des Lesens vor Entscheidungen gestellt, um sich für oder gegen den Klimaschutz zu stellen. Wie in Kapitel 4.2 hervorgehoben, nimmt der Konstruktive Journalismus Ansätze der positiven

¹⁰⁶ Vgl. Dörrie 2017

¹⁰⁷ Vgl. ebd.

Psychologie, um damit Rezipienten zu beeinflussen. Dieser Artikel kann so ausgelegt werden, dass durch die Art und Weise der Darstellung es versucht wird, den Rezipienten davon zu überzeugen, sich eine Meinung für den Klimaschutz zu bilden. So spielt die Spieltheorie einen weiteren Ansatz in diesem Artikel. Es wird argumentiert, dass es weniger kostet für den Klimaschutz zu stimmen, als dagegen. Dies wird ebenfalls faktisch belegt.¹⁰⁸ So werden keine Fakten zum Klimawandel in dem Artikel behandelt, sondern die Chancen, ob der Klimawandel eintritt oder nicht.

6.2 Unterschiede zu den klassischen Journalistischen Ansätzen

In beiden Artikeln ist es aufgefallen, dass versucht wird, den Rezipienten von etwas zu überzeugen. So wird durch Textabschnitte, welche keine Fakten, Diskussionen oder Analysen vornehmen, sondern den Rezipienten beeinflussen sollen. Dies gibt es in den klassischen Journalistischen Ansätzen nicht so ausgeprägt. Zwar sind die Artikel, die dem klassischen Journalistischen Ansätzen unterliegen auch Beispiele zu finden, die versuchen den Rezipienten zu beeinflussen (bspw. Der Artikel „Nichts zu Leugnen“), jedoch konzentrieren sie sich mehr darauf, die Fakten direkt zu präsentieren. Die Vertreter der klassischen Journalistischen Ansätze scheinen sich mehr als Informationsplattform zu sehen. Dies kann jedoch nicht mit Bestimmtheit gesagt werden, weil die untersuchte Stichprobe dafür zu gering ist. Ebenso kann davon ausgegangen werden, dass hochwertige und gut recherchierte Artikel eher in dem Printbereich publiziert werden, wie in Kapitel 3.2 ausgeführt, da hier der ökonomische Nutzer größer ist, als bei einem kostenlosen Artikel.

Die Ansprache der Rezipienten unterscheidet sich sehr stark. Perspective Daily spricht den Rezipienten direkt an, während die Vertreter der klassischen journalistischen Ansätze dies nie tun. Diese sprechen den Rezipienten höchstens indirekt an. Hier muss diskutiert werden, ob Perspective Daily versucht, die Meinungsbildung der Rezipienten vorsätzlich beeinflusst. Dafür wäre weitere Forschung und eine Qualitative Analyse der Texte von Perspective Daily notwendig.

Das Konzept, dem Rezipienten Lösungen anzubieten, wird von beiden Ansätzen, dem Konstruktiven Journalismus, ebenso wie von den Vertretern des klassischen Journalistischen

¹⁰⁸ Vgl. Paepcke 2016

Ansatzes unternommen. Hierbei muss beachtet werden, dass Perspective Daily nur jeweils einen Artikel pro Tag veröffentlicht,¹⁰⁹ während die anderen Vertreter mehrere Artikel täglich veröffentlichen. Perspective Daily will nicht ein breites Band an Informationen weitergeben, sondern sich auf bestimmte Themen konzentrieren und Hintergründe und Zusammenhänge aufzeigen. Dementsprechend hat Perspective Daily kein Interesse daran, Einzelereignisse oder Neuigkeiten zu publizieren, sondern wollen komplette Zusammenhänge und Lösungen in den Blickwinkel des Rezipienten bringen.¹¹⁰ Die Vertreter des klassischen Ansatzes des Journalismus machen dagegen beides. Sie bringen recherchierte und lösungsorientierte Artikel, ebenso wie ein breites Band an weiteren Informationen, welche Fakten nach vorne bringen sollen und nicht weiter die Sachlagen hinterfragen.

¹⁰⁹ Vgl. Winterbauer 2017

¹¹⁰ Vgl. Perspective Daily

7 Ergebnisse und Prognosen

7.1 Kritische Würdigung des Konstruktiven Journalismus

Der Konstruktive Journalismus hat viele Kritiker. Gerade der Vorwurf, nicht objektiv zu sein, wird immer wieder genannt. Dadurch, dass sich auf positivere Nachrichten konzentriert wird, ist es dem Journalisten nicht mehr möglich über das zu berichten, was wirklich gerade in der Welt passiert. So sei Konstruktiver Journalismus nur eine Modeerscheinung, da es die gleichen Themengebiete behandelt, wie sie in klassischen Journalistischen Medien behandelt werden.¹¹¹ Die Probleme des Ansatzes des Konstruktiven Journalismus hat im deutschen Raum ein negatives Beispiel geliefert. Als die Zeit Online daran gescheitert ist, jeden Tag eine positive Meldung zu veröffentlichen. Obwohl nach Aussage vom Chefredakteur der Zeit Online sich die Leserzahlen erhöht haben, wurde dieses Projekt eingestellt. Die Begründung hierfür ist, dass es zu schwer war, jeden Tag eine positive Meldung zu finden, die es wert ist publiziert zu werden.¹¹²

Der Ansatz, sich auf Lösungen zu konzentrieren, kann jedoch dazu führen, dass komplexe und vielschichtige Sachlagen zu stark vereinfacht oder vernachlässigt werden. Theoretische und wissenschaftliche Lösungen würden zu schnell an realen Bedingungen scheitern, weil die Welt zu komplex ist, als dass man sie zu vielen Teilen simplifizieren könnte. So widerspricht sich beispielsweise Perspective Daily mit der Aussage objektiv zu sein, gleichzeitig aber eine eigene und klar kommunizierte Meinung in den Artikeln zu vertreten¹¹³ So sieht Bähr den Konstruktiven Journalismus eher als Kritik an dem Journalismus selbst an. Der Journalismus als Ganzes sollte sich darauf konzentrieren, nicht zu dramatisieren, inszenieren oder schlechte Recherchearbeit zu unternehmen.¹¹⁴

Die Ergebnisse haben gezeigt, dass zumindest bei Perspective Daily versucht wird, den Rezipienten in seiner Meinungsbildung zu beeinflussen. Dies ist besonders dahingehend bedenklich, als dass Kritiker die Gefahr sehen, dass Konstruktiver Journalismus durch Public Relations beeinflusst werden könnte, um falsche Tatsachen zu verbreiten.¹¹⁵ Das ergibt die Frage nach dem Selbstbild des Journalisten, und ob es richtig oder falsch ist, dass

¹¹¹ Vgl. Winterbauer 2017

¹¹² Vgl. ebd.

¹¹³ Vgl. Bähr 2016

¹¹⁴ Vgl. ebd.

¹¹⁵ Vgl. Meier 2016

Journalisten aktiv versuchen Einflussnahme auf die Meinungsbildung zu nehmen. Auf keinen Fall sollte der Journalismus jedoch durch äußere Einflüsse so stark beeinflusst werden, dass er seine Aufgabe als vierte Macht und als Wachhund der Gesellschaft nicht mehr durchführen kann. Die Wissenschaft ist sich jedoch strittig, ob eine vollkommen objektive Berichterstattung überhaupt möglich ist.

Die Themen, die von dem Konstruktiven Journalismus bearbeitet werden, gleichen denen, die von anderen Journalisten abgedeckt werden. Die Nachrichtenwertforschung besagt, dass Themen, die für relevanter, einflussreicher und näher sind, eher bearbeitet und publiziert werden. So sind sich der Konstruktive Journalismus einig mit anderen Akteuren, dass das Thema Nachhaltigkeit nicht vernachlässigt werden darf.

Fraglich ist, ob der Konstruktive Journalismus nicht als eine Art der Rebellion im Journalismus verstanden werden sollte. So scheinen die Rezipienten von der gängigen Berichterstattung genug zu haben. Der Begriff Lügenpresse taucht häufiger auf und die Glaubwürdigkeit des Journalismus ist zurückgegangen. Es würde zu viel auf Emotion gesetzt werden, und nicht genug auf Fakten.¹¹⁶ Ob der Konstruktive Journalismus hier einen Neuanfang schaffen kann, kommt darauf an, ob er auch in den großen und wichtigen Leitmedien angenommen und umgesetzt wird.

Eine weitere Aufgabe des Journalismus ist es, die komplexe Welt zu vereinfachen und Rezipienten zugänglich zu machen. Daraus entsteht die konstruierte Wirklichkeit der Rezipienten. Da es noch nicht viele Angebote im deutschsprachigen Raum gibt, ist zu bezweifeln, ob der Konstruktive Journalismus schon genug gewachsen ist, als dass ein Rezipient sich allein daran informieren könnte. Ebenso ist die Aktualität nicht eine Priorität des Konstruktiven Journalismus. Dafür ist die Recherche und Analysezeit meist zu lang. Ob der Konstruktive Journalismus jemals groß genug ist, um alleine alle wichtigen Informationen abzudecken, ist daher fraglich.

¹¹⁶ Vgl. Fiedler 2015

7.2 Zukunftsrolle des Konstruktiven Journalismus

Zukünftig könnte der Konstruktive Journalismus sich erhalten. International wächst das Angebot an Journalisten, die sich dem Konstruktiven Journalismus verschrieben haben.¹¹⁷ Das Wachstum von Perspective Daily zeigt auch, dass das Konzept in Deutschland nachhaltig umsetzbar zu sein scheint.¹¹⁸ Momentan steht Perspective Daily damit, neben der Zeit Online, noch alleine da. So unterstützt der Chefredakteur der Zeit jedoch das Konzept des Konstruktiven Journalismus und sagt, dass bei der „Nachrichtenauswahl nicht jenen zynischen Filter zu benutzen, der Medien zu Recht vorgeworfen wird – den aber Leser nun mal zynischerweise oft mit Reichweite belohnen“.¹¹⁹ Dagegen spricht jedoch die Studien, die belegen, dass positive Berichterstattung durchaus ein gesteigertes Interesse bei Rezipienten auslösen kann.¹²⁰

Eine Möglichkeit, wie der Konstruktive Journalismus sich verbreiten könnte, ist, wenn weitere Hauptakteure den Ansatz mit in ihr bestehendes Programm aufnehmen. Dadurch könnten unter anderem neue Zielgruppen gewonnen werden. Bei einem ökonomischen Vorteil, ist es sehr viel wahrscheinlicher, dass der Konstruktive Journalismus sich auch in anderen Medien als den Online Medien verbreiten könnte. Perspective Daily hat gezeigt, dass es eine Leserschaft gibt, welche auch dafür bereit ist, einen finanziellen Beitrag in Form eines Jahresabos zu zahlen.

Die Rolle des Journalismus hat sich aufgrund der Implementierung des Web 2.0 geändert. Der Journalist hat sein Monopol als Informationsgeber teilweise verloren. So kann nun jeder Rezipient sich Informationen frei beschaffen und der Journalist muss nicht mehr nur die Rolle des Gatekeepers übernehmen, sondern ebenfalls die Rolle des Gatewatchers. Hier könnte sich der Konstruktive Journalismus verfestigen. Durch die umfangreichen Recherchen und die Transparenz, die im Konstruktiven Journalismus durchgeführt werden müssen, könnte es dazu kommen, dass Rezipienten ihr Vertrauen in die Berichterstattung zurückgewinnen. Ebenso verweigert sich der Konstruktive Journalismus den schnellen Nachrichten, welche aus Informationen bestehen, die sofort nach Entdeckung publiziert werden. Dies könnte auch eine Möglichkeit sein, die entgegen den klassischen Journalistischen Ansätzen steht, und sich verfestigen könnte.

¹¹⁷ Vgl. Constructive Journalism Project 2016

¹¹⁸ Wolff 2017

¹¹⁹ Vgl. Winterbauer 2017

¹²⁰ Vgl. Curry et al. 2014

Der Rezipient wird am Ende entscheiden, ob sich der Konstruktive Journalismus durchsetzen wird. Ignoriert werden sollte er von den klassischen Journalistischen Ansätzen jedoch nicht. Wenn die Bedeutung und der Einfluss dieser Ansätze verloren gehen sollte, verliert die Gesellschaft einen wichtigen Teil von sich selbst. Die Bedeutung als vierte Macht in den demokratischen Systemen ist unablässig, um die Staatssysteme nachhaltig führen zu können und Sicherheit und Stabilität aufrechtzuerhalten. Der Journalismus als solcher muss sich auf die Veränderungen anpassen, darf sich jedoch in seiner Grundfunktion nicht verändern. Die konstruierte Wirklichkeit sollte so objektiv wie möglich sein und den Rezipienten die Entscheidungen überlassen, welche Lösungen angegangen werden. Die Aufgabe eines Journalisten ist nicht das Lösen von Problemen, sondern als ein Berichterstatter und Wachhund der Gesellschaft zu fungieren.

8 Literaturverzeichnis

Bähr, Sebastian (2016): Kuschelpropaganda. <https://www.neues-deutschland.de/artikel/1020963.kuschelpropaganda.html> (30.05.2017)

Bläsi, Burkhard: Konstruktive Konfliktberichterstattung – Chancen und Grenzen.
<http://www.friedenspaedagogik.de/var/corporate/storage/original/application/3f45f987bfac5c4427f66e585533ee59.pdf> (29.05.2017)

Blittkowsky, R. (2002): Online-Recherche für Journalisten. Konstanz

Blöbaum, Bern (2016): Journalismus als Funktionssystem der Gesellschaft. In:
Rothenberger, Liane (Hrsg.): Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden, S. 151-164

Braun, Maria (2014): Internet und Journalismus. Die Rolle der Online-Medien bei der journalistischen Recherche. Mittweida

Brauns, Bastian (2016): Haltbar, abgelaufen, ungenießbar.
<http://www.zeit.de/wirtschaft/2016-03/mindesthaltbarkeitsdatum-lebensmittelverschwendung-christian-schmidt-abschaffung/komplettansicht> (01.06.2017)

Bruns, Axel (2009): Vom Gatekeeping zum Gatewatching. In: Neuberger, Christoph / Neuernbergk, Christian / Melanie Rieschke (Hrsg.): Journalismus im Internet. Wiesbaden, S. 106-128

Constructive Journalism Project (2016): Constructive Journalism comes to North Africa
<https://www.constructivejournalism.org/> (29.06.2017)

Curry, Alexander L. / Hammonds, Keith H. (2014): The Power of Solutions Journalism.
http://solutionsjournalism.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf (1.06.2017)

Dahinden, Urs (2006): Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation.
Konstanz

Deutscher Fachjournalistenverband (2015): Positiver Journalismus. Konstanz

Dörrie, Peter / Ehl, David (2017): Warum wirfst du auch jeden Tag 2 Kilo Essen weg?
<https://perspective-daily.de/article/223/bXJkDldz#/> (29.06.2017)

Entmann, Robert M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm

European Commission: Klima- und Energiepaket 2020.
https://ec.europa.eu/clima/policies/strategies/2020_de (29.05.2017)

Fiedler, Maria (2015): Warum verlieren Medien an Glaubwürdigkeit
<http://www.tagesspiegel.de/medien/luegenpresse-warum-verlieren-medien-an-glaubwuerdigkeit/12691124.html> (02.06.2016)

Frankfurter Allgemeine Zeitung (2014): Fällt für Nudeln das Haltbarkeitsdatum?
<http://www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/eu-laender-wollen-haltbarkeitsdatum-fuer-nudeln-abschaffen-12944075.html>

Frankfurter Allgemeine Zeitung (2016): Klimawandel bedroht deutsche Skigebiete.
<http://www.faz.net/aktuell/wissen/klima/klimawandel-bedroht-tourismus-in-deutschen-skigebieten-14061802.html> (18.06.2017)

Gassner, Patricia (2009): Gatewatching und Gatekeeping Producers im Web 2.0. Wien

Göttlich, Udo (2002): Massenmedien. In: Schanze, Helmut (Hrsg.): Metzler Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft. Stuttgart / Weimer. S. 193-195

Grober, Ulrich (2013): Modewort mit tiefen Wurzeln. In: Mitschele, Kai / Scharff, Sabine (Hrsg.): Werkbegriff Nachhaltigkeit. Bielefeld

Gyldensted, Cathrine (2011): Innovating News Journalism through Positive Psychology. Philadelphia

Hafen, Martin (1998): Reduktion von Komplexität. Die Aktualität eines frühen Begriffs aus der Systemtheorie nach Niklas Luhmann. Basel

Haller, M. (2004): Recherchieren. Konstanz

Hörner, Thomas (2006): Marketing im Internet. Konzepte zur erfolgreichen Internetpräsenz. München

Humburg, Anja / Fischer, Daniel / Marwege, Robin / Michelsen, Gerd (2013): Welchen Journalismus braucht die Nachhaltigkeit?
https://www.researchgate.net/profile/Daniel_Fischer2/publication/257576645_Welchen_Journalismus_braucht_die_Nachhaltigkeit_Bestandsaufnahme_und_Bedarfsanalyse_in_Wissenschaft_und_Praxis_-_Ergebnisse_eines_iterativen_Delphis/links/00b495280bcbfcf462000000.pdf (29.05.2017)

Jakubetz, C. / Langer, U. / Hohlfeld R. (2011): Universalcode: Journalismus im digitalen Zeitalter. München

Jarren, Otfried / Vogel, Martin (2011): „Leitmedien“ als Qualitätsmedien. Theoretisches Konzept und Indikatoren. In: Blum, Roger / Bonfadelli, Heinz / Imhof, Kurt / Jarren, Otfried (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Heidelberg

Kirchhoff, Sabine / Krämer, Walter (2010): Presse in der Krise. Heidelberg

Klesper, Ann-Christine (2010): Online-Journalismus vs. Online-PR: Neue Wege der Kommunikation. Mittweida

Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2. Aufl. Opladen.

Mansmann, Till: „Viele haben das Thema Nachhaltigkeit schon Satt“. <https://www.n-kompass.de/Interview%20Stefan%20Schulze%20Hausmann> (25.05.2017)

Mast, Claudia (2012): Das ABC des Journalismus. 12. Aufl. Konstanz

Matingwina, Simon / Yanqui, Zhang (2016): Constructive Journalism: A New Journalistic Paradigm of Chinese Media in Africa. In: Macmillan, Palgrave (Hrsg.): China's Media and Soft Power in Africa. Johannesburg S. 93-107

Meier, Klaus (2013): Journalistik. 3. Aufl. Konstanz.

Melone, Sandra D. / Terzis, Georgios / Beleli, Oszel (2002): Using the Media for Conflict Transformation: The Common Ground Experience. In: Berghof Handbook for Conflict Transformation. Berlin

Müller, Daniel / Ligensa, Annemone (2011): Einleitung. In: Müller, Daniel / Ligensa, Annemone / Gendolla, Peter (Hrsg.): Leitmedien. Bielefeld. S. 11-28

Neugerber, Christoph / Kapern, Peter (2013): Grundlagen des Journalismus – Kompaktwissen Journalismus. Wiesbaden.

Paepcke, Frederick (2016): Auf das Ausbleiben des Klimawandels zu setzen, ist eine ziemlich beschissene Wette. <https://perspective-daily.de/article/43/3cqtFHIE> (19.05.2017)

Perspective Daily (2017): Konstruktiver Journalismus. https://perspective-daily.de/konstruktiver_journalismus (27.05.2017)

Perspective Daily: Unsere Werte
https://perspective-daily.de/unsere_werte (26.06.2017)

Politz, Frank (1998): Methodisches Recherchieren – Fundierte Grundlage journalistisch-qualifizierter Berichterstattung. In: Leif, Thomas (Hrsg.): Leidenschaft: Recherche Opladen / Wiesbaden S. 14-25

Prexel, Anja (2010): Nachhaltigkeit kommunizieren – nachhaltig kommunizieren. Wiesbaden

Redelfs, Manfred (2003): Recherche mit Hindernissen: Investigativer Journalismus in Deutschland und den USA In: Langenbacher, Wolfgang R. (Hrsg.): Die Kommunikationsfreiheit der Gesellschaft. Wiesbaden S. 208-240

Robertz, Frank J. / Kahr, Robert (2016): Am Anfang war das Wort – Ein kommunikationswissenschaftlicher Blick auf Berichterstattungen als Anlass zur Eskalation von Gewalt. In: Robertz, Frank J. / Kahr, Robert (Hrsg.): Die Mediale Inszenierung von Amok und Terrorismus. Wiesbaden S. 13-28

Sande, Oystein (1971): The Perception of Foreign News. In: Journal of Peace Research 8. S. 221-237

Schaefer, Thorsten (2016): Storytelling, Nachhaltigkeit und Umweltjournalismus – empirische Fragen und normative Skizzen im Kontext von Kommunikations- und Journalismusökologie
In: UmweltWirtschaftsForum 11/2016, S. 289-297

Schmitt, Stefan (2016): Nichts zu leugnen. <http://www.zeit.de/2016/51/klimawandel-treibhauseffekt-erderwaermung-arktis-antarktis> (25.05.2017)

Schwiesau, Dietz / Ohler, Josef (2016): Nachrichten – klassisch und multimedial. Wiesbaden

Schulz, Winfried (1997): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik. Opladen / Wiesbaden

Shoemaker, Pamela J. / Vos, Tim P. (1991): Gatekeeping Theory

Spiegel Online (2015): Deutsche werfen jedes Jahr 18 Millionen Tonnen Lebensmittel weg. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/wwf-studie-18-millionen-tonnen-lebensmittel-landen-im-muell-a-1039494.html> (31.05.2017)

Spiegel Online (2017): Schmelzendes Eis führt zu Billionenkosten. <http://www.spiegel.de/wissenschaft/natur/arktis-billionenkosten-durch-schmelzendes-eis-a-1144930.html> (15.04.2017)

Steinau, Marc (2016): Harvard-Forscher: „Die Welt war noch nie so friedlich wie heute“ – Trotz Syrienkrieg und Terror. http://www.huffingtonpost.de/2016/08/18/terror-pinker-forscher_n_11579522.html (15.05.2017)

United Nations (1987): Report of the World Commission on Environment and Development. Our Common Future. Oxford, New York

Wilke, Jürgen (1999): Leitmedien und Zielgruppenorgane. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte in der Bundesrepublik Deutschland. Bonn S. 302-329

Winterbauer, Stefan (2017): Constructive Journalism – ist der Hype um den Weltverbesserer-Journalismus schon wieder vorbei?

<http://meedia.de/2017/02/14/constructive-journalism-ist-der-hype-um-den-weltverbesserer-journalismus-schon-wieder-vorbei/> (02.06.2017)

Wolf, Lisa (2017): „Perspective Daily“ will Lösungen bieten.

<http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Konstruktive-Nachrichten-Perspective-Daily-,perspectivedaily106.html> (29.05.2017)

WWF Deutschland (2017): Tanja Dräger de Teran.

<https://www.wwf.de/kontaktformular/tanja-draeger-de-teran/> (02.06.2017)

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Felix Gerhard Felgemacher