

ERZÄHLEN ALS PARADIGMA DES JOURNALISMUS

MULTIMODALES STORYTELLING ÜBER
WIRKLICHKEITSEREIGNISSE

Hektor Haarkötter

Zusammenfassung / Abstract

Das Geschichtenerzählen kann als anthropologische Konstante identifiziert werden. Der Bestand an Geschichten unserer eigenen, aktuellen Gesellschaft wird, was politische, gesellschaftliche und zeithistorische Fakten angeht, vom Journalismus geliefert und verwaltet. Das Erzählen als Konstituente journalistischer Berichterstattung hat neben der Gratifikation der Rezipierenden in Form von Unterhaltung und Rekreation noch weitergehende Funktionen. Auch die Informationsfunktion, die soziale und die politische Funktion effektuieren sich über das Erzählen. Als faktuale Erzählung hat der Journalismus mit fiktionalen Erzählungen die Makrostruktur des Erzählens gemein. Multimodalität und Immersion sind für journalistische Wirklichkeitsdarstellung besonders gut geeignet, weil die darzustellende Welt selbst multisensoriell erlebbar ist. Wenn man so will, waren klassische Formen journalistischen Erzählens beispielsweise in der gedruckten Tageszeitung immer Ergebnis eines Reduktionismus mit eingeschränktem Erlebniswert. Vielleicht ist deswegen auch neuerdings eine «Renaissance des Erzählens» gerade im Journalismus zu konstatieren.

Storytelling can be identified as an anthropological constant. The stock of stories of our own current society is delivered and managed by journalism as far as political, social and historical facts are concerned. The narrative as a constituent of journalistic reporting has in addition to the gratification of the recipient in the form of entertainment and recreation even more advanced functions. The information function, the social and the political function also affect the narrative. As a factual narrative, journalism has in common with fictional narratives the narrative macrostructure. Multimodality and immersion are particularly well-suited for journalistic representation of reality, because the world to be presented can be experienced in a multisensorial way. If you like, classic forms of journalistic narrative, for example in the printed daily newspaper, were always the result of a reductionism with limited user experience value. Perhaps this is the reason why a «renaissance of narration» has just recently been noted in journalism.

Erzählen und Journalismus

Das Erzählen hat in der Journalismusforschung nach wie vor einen schweren Stand. Und das, obwohl es ein Kommunikationswissenschaftler war, der das Erzählen als anthropologische Konstante identifiziert hat. Walter Fisher prägte schon in den 1980er-Jahren den Begriff vom «Homo narrans», also dem Menschen als erzählendem Wesen (Fisher 1984: 1; vgl. Fisher 1989: k. S.), der sich im Folgenden in der narratologischen Forschung als Topos wie als Buchtitel durchsetzte (Bönisch-Brednich et al. 2016; vgl. auch Koschorke 2012: 10 ff.; vgl. Niles 1999; Schmitt 1999). Fisher wiederum fußte auf Erkenntnissen des Moralphilosophen Alasdair McIntyre, der schon in seiner Studie *Der Verlust der Tugend* von 1981 den Menschen als «storytelling animal», als Geschichten erzählendes Tier bezeichnete und daraus folgerte: «Es gibt folglich keinen Weg zum Verständnis irgendeiner Gesellschaft einschließlich der eigenen, außer durch den Bestand an Geschichten, die ihre ursprünglichen dramatischen Wurzeln konstituieren» (McIntyre 1995: 288).

Dieser Bestand an Geschichten unserer eigenen, aktuellen Gesellschaft wird, was politische, gesellschaftliche und zeithistorische Fakten angeht, offensichtlich vom Journalismus geliefert und verwaltet. Dennoch gibt es – insbesondere in Deutschland – noch Invektiven gegen das Geschichtenerzählen im Journalismus. Harte Fakten, so könnte man dieses Vorurteil paraphrasieren, packe man doch nicht in läppische Geschichten. Der Kommunikationswissenschaftler Werner Früh fragt etwa kritisch, «ob das Narrationskonzept überhaupt mit den Aufgaben des Nachrichtenjournalismus kompatibel ist» (Früh 2014: 63). Kern dieses Vorurteils ist eine Verwechslung, nämlich des Narrativen mit dem Fiktionalen. Dabei gibt es nicht nur fiktionale Geschichten (wie Romane, Märchen, Novellen etc.), sondern auch faktuale Geschichten, also solche, die von Tatsachen und wirklichen Geschehnissen erzählen (Martínez & Scheffel 1999: 9). Es wäre sogar zu fragen, ob es rein fiktionale Werke überhaupt gibt oder geben kann: Der Roman *Die Blechtrommel* spielt im wirklichen Danzig, die Indianerkriege im «Wilden Westen» haben tatsächlich stattgefunden und es gab auch einen historischen Jesus. Christoph Kuhlmann kommt darum zu dem Schluss: «Die Frage, was an fiktionalen Medienangeboten eigentlich fiktional ist und was durchaus real und welche Konsequenzen dies für die Rezeption hat, ist noch weitgehend unerforscht» (Kuh-

lmann 2016: 150; vgl. auch Haarkötter 2017a: 305). Matías Martínez spricht von journalistischen Erzählungen als «Wirklichkeitserzählungen» und unterscheidet dabei nicht-narrative journalistische Darstellungsformen von den narrativen Formen. Zur ersten Klasse zählt er Essay, Feature, Kommentar, Glosse, Kulturkritik, Polemik und Interview. Zur zweiten, narrativen Klasse zählt er Nachricht, Bericht und Reportage (Martínez 2009: 180). Diese Zweiteilung ist zu diskutieren, schließlich ist schon vorderhand nicht recht einsehbar, warum nicht auch beispielsweise im Feature oder in einem Interview Geschichten erzählt werden sollten. Die Kommunikationswissenschaftlerinnen Elisabeth Klaus und Margret Lünenborg machen sich ebenfalls für das journalistische Geschichtenerzählen stark, sie schießen dabei aber über das Ziel hinaus: Indem sie in kritischer Perspektive Faktendarstellung und Wirklichkeitsbezug des Journalismus auf der einen Seite und Unterhaltungsfunktion und Fiktionalität auf der anderen Seite kontrastieren, scheinen sie das Erzählerische am Journalismus einseitig aufs Fiktionale einzuschwören: «Journalismus selektiert und präsentiert Fakten, die unterhalten, und er liefert Fiktionen, die Wirklichkeiten schaffen» (Klaus & Lünenborg 2002: 101). Allerdings ist Journalismus nicht nur deswegen unterhaltsam, weil er erzählerisch Fiktionen präsentiert. Im Gegenteil erfüllt Journalismus gerade in der Art und Weise, wie er Faktisches erzählt, seine Unterhaltungsfunktion. Auch die Frage, wie viel Fiktion daneben im Journalismus enthalten ist, ist kommunikationswissenschaftlich noch gar nicht recht untersucht worden, obwohl es sich sicherlich um eines der spannenderen und intrikatere Probleme der Journalismusforschung handeln würde. Fiktionalisierung im Journalismus fängt bei erfundenen Namen für anonyme Informanten an und endet bei szenischen Darstellungen, die so nie stattgefunden haben: Heribert Prantl von der *Süddeutschen Zeitung* begann eine Reportage über Deutschlands obersten Bundesverfassungsrichter Andreas Voßkuhle mit der Beschreibung eines Abendessens, an dem der Journalist nie teilgenommen hat. Und Spiegel-Autor René Pfister wurde sogar der Henri-Nannen-Preis aberkannt, weil er CSU-Chef Horst Seehofer beim Spiel mit der Modelleisenbahn im heimischen Hobbykeller beschrieb, den der Reporter freilich nie betreten hatte (Denk 2012; vgl. Kuhlmann 2016: 149 ff.).

Wie Ursula Dehm in ihrer Dissertation festgestellt hat, ist Unterhaltung kein Gegensatz zu

Information, sondern vielmehr komplementär: «Information ist für sie [die Rezipierenden] kein Gegensatz zu Unterhaltung, und beides schließt sich nicht aus» (Dehm 1984: 223). Vielleicht ist es auch gerade diese Funktion, nämlich auch solche Informationen zu recherchieren, die vornehmlich dem Plaisir des Publikums dienen, die speziell die journalistische Recherche und Darstellung von anderen Gewerken der Informationsbeschaffung und Informationsdarstellung (z. B. der Polizei oder der Wissenschaft) unterscheidet. Journalismus ist, wie Stephan Ruß-Mohl es ausgedrückt hat, «nicht nur, wie es in der Zunft so häufig und auch ein wenig gedankenlos behauptet wird, Handwerk, sondern primär Kopfwerk und mitunter sogar Kunstwerk» (Ruß-Mohl 1994: 95). Der Journalismus als «Kunstwerk», das heißt als kulturelle Sinnproduktion, macht ihn auch selbst normativen Urteilen zugänglich, und zwar nicht so sehr ethischen, als vielmehr ästhetischen, die, wenn man Immanuel Kants *Kritik der Urteilskraft* folgen will, den Vorteil haben, subjektiv und dennoch verallgemeinerbar zu sein (Höffe 1988: 260; vgl. hierzu ausführlicher Haarkötter 2017b: 57 ff.).

Zwar wurde in den vergangenen Jahren die zunehmende Entertainisierung des Journalismus beklagt und durchaus kritisch mit Wortschöpfungen wie «Infotainment» (Postman 1985), «Emotainment» (Jogschies 2001) oder «Politainment» (Dörner 2001) belegt. Aber dem könnte man, etwa mit dem Kommunikationsforscher John McManus, entgegenhalten, dass das Unterhaltsame vielleicht gerade einen besonderen Wert des Journalismus ausmacht, den «entertainment value», der nicht gegen, sondern neben dem «orientation value» stehen kann (McManus 1994: 122). Diesen Unterhaltungswert erhält der Journalismus insbesondere dadurch, dass er ein ästhetisches Produkt ist, eines, das kulturellen und künstlerischen Werturteilen offensteht. Journalismus als Kunstwerk bedeutet, dass die Journalisten über die reine Faktenvermittlung hinaus noch etwas mehr zu bieten haben. Und dieses «Mehr» besteht, unter anderem, im Geschichtenerzählen, im *storytelling*. Die Darstellung der «nackten Tatsachen», die reine Faktenvermittlung könnte nämlich auch durch Protokollsätze, also die pure und schlichte Wiedergabe von Sinnesdaten, vor sich gehen (Anscombe 2014: 9; Carnap 2006: 321 f.; kritisch dazu Neurath 2006: 399). Journalisten sind aber keine Protokollierende: Sie machen aus den Daten Nachrichten und Berichte, Magazin-Stories und Reportagen. Im

ersten Redaktionsstatut, das das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* sich 1949 gegeben hat, ist explizit formuliert, dass die Form der journalistischen Informationsvermittlung narrativ ist:

«Die Form, in der *Der Spiegel* seinen Nachrichtengehalt an den Leser heranträgt, ist die Story [...] Nichts interessiert den Menschen so sehr wie der Mensch. Deshalb sollten alle *Spiegel*-Geschichten einen hohen menschlichen Bezug haben.» (zit. n. *Le Grand* 1994: 243)

Die amerikanische Journalismusforschung hat in jüngerer Zeit den Begriff des «narrative journalism» geprägt und definiert ihn als «the genre that takes the techniques of fiction and applies them to nonfiction» (Nieman Foundation 2013). Gemeint ist damit aber in einer engeren Perspektive eine ganz spezielle Spielart journalistischer Darstellungsweise, die auch als «literary journalism» (Sims 2007), «creative nonfiction» (Gutkind 2005) oder als «new new journalism» bezeichnet wird (Boynton 2005). In einer weiteren Perspektive spricht die französische Medienwissenschaft von «récit médiatique» (Lits 1997: 36). Françoise Revaz, Raphaël Baroni und Stéphanie Pahud sind den «narratives» in der Tagespresse nachgegangen (Revaz 1997: 19; Revaz u.a. 2007: 59; vgl. auch Vanoost 2013: 77).

Es gibt demnach Ansätze, den Journalismus auch theoretisch unter die erzählerischen Formen der Darstellung von Wirklichkeit zu fassen. Im Folgenden soll die besondere Funktion der Narration für den Journalismus dargestellt werden.

Funktionen der Narration im Journalismus

Das Erzählen als Konstituente journalistischer Berichterstattung hat neben der Gratifikation der Rezipierenden in Form von Unterhaltung und Rekreation noch weitergehende Funktionen. Klaus Beck sieht neben der Informationsfunktion noch die soziale und die politische Funktion von Medienangeboten. Zur sozialen Funktion gehören die Sozialisations- und die Integrationsfunktion. Zur politischen Funktion zählt unter anderem die Korrelationsfunktion, die zu kollektiver Willensbildung und rationalem Konsens führen soll (Beck 2010: 97 ff.). Die genannten Funktionen effektuierten sich vorrangig über Erzählungen. Barbara Czarniawska bezeichnet «narrative as a mode of knowing» (Czarniawska 2004: 7). Bei Jerome Bruner erscheinen Erzählungen als alltagsweltliche Normbearbeitung: «[...] while a culture must contain a set of

norms, it must also contain a set of interpretive procedures for rendering departures from those norms meaningful in terms of established patterns of belief» (Bruner 1990: 47). Eben dies aber mache die Funktion von Erzählungen aus: «Stories achieve their meanings by explicating deviations from the ordinary in a comprehensible form» (ebd.). Bruners Beschreibung der Bedingungen für das Verständnis von Erzählungen klingt dabei wie eine Paraphrase der Nachrichtenwerttheorie, wenn er postuliert, «to mark the unusual and to leave the usual unmarked – to concentrate attention and information processing on the offbeat» (ebd.: 77). An Experimenten mit Vorschulkindern exemplifiziert Bruner auch den engen Zusammenhang von fiktionalem und faktuellem Erzählen. Bei der Wiedergabe von Erzählungen, in denen die Protagonisten sich nicht erwartungsgemäß verhalten, werden erfundene Beweggründe eingefügt, etwa um Motivierungslücken zu schließen. Die fiktionalen Zugaben stehen aber, wie Albrecht Koschorke folgert, «keineswegs im Gegensatz zum Ziel wahrheitsgetreuer Wiedergabe, sondern sind Frucht der Bemühung, eine für den Rezipientenkreis kontraintuitive Geschichte stimmiger werden» zu lassen (Koschorke 2012: 78). Bedeutung, Relevanz und Kohärenz von Erzählungen stehen demzufolge in einem engen Zusammenhang zueinander. Bei journalistischen Erzählungen kommt noch die Kontextualisierung beispielsweise durch Einordnung in Ressorts, Integration in ein Magazin oder einfach die Positionierung in Zeitungen und Zeitschriften über, unter und zwischen anderen Erzählungen hinzu.

Fiktionale und faktuale Erzählungen haben darüber hinaus etwas gemeinsam, nämlich die Makrostruktur des Erzählens. Was der Historiker Hayden White mit seinem Konzept der «Metahistory» für die Geschichtswissenschaft herausgefunden hat, gilt *mutatis mutandis* auch für die Journalistik. White hat an den großen stilbildenden Geschichtswerken des 19. Jahrhunderts gezeigt, dass jegliche historiographische Darstellung poetologischen Formungen unterliegt. Er nennt diesen Vorgang «narrative Modellierung» (White 2008: 21). Mit Rekurs auf den Literaturtheoretiker Northrop Frye unterscheidet White vier Erzähltypen:

- **Romanze:** Sie erzählt das «Drama der Selbstfindung» und den «Triumph des Guten über das Böse»;

- **Komödie:** Sie beschreibt die «Aussicht auf gelegentliche Versöhnungen der in Gesellschaft und Natur wirkenden Kräfte»;
- **Tragödie:** Sie stellt den «Untergang des Protagonisten und die Erschütterung der von ihm bewohnten Welt» dar;
- **Satire:** Sie malt das «Drama der Erkenntnis» aus, dass der «Mensch eher ein Gefangener der Welt als ihr Meister sei» (alle Zitate ebd.).

Diese narrative Modellierung ist nicht nur *modus operandi* und damit sozusagen eine dramaturgische Hilfestellung, sondern drückt das grundsätzliche Verhältnis des Menschen zur Welt aus. Soziales Zusammenleben ist von Konflikten geprägt, und so sind es auch Erzählungen, ob in der schönen Literatur oder im Journalismus. Eine Erzählung lässt sich darum, wenn man sie auf den einfachsten Nenner bringen möchte, als Geschichte vom Konflikt zwischen mindestens zwei Personen in ihrem zeitlichen Verlauf definieren (vgl. Genette 1994: 18; Haarkötter 2007: 38 f.; Haarkötter 2015a: 60). Hayden Whites narrative Modellierungen drücken die unterschiedlichen Lösungsmöglichkeiten von Konflikten aus, und alle Geschichtenerzählenden – auch die journalistischen – werden zusehen, dass sie von einem Konflikt und seiner möglichen, erfolgreichen oder unterbliebenen Lösung erzählen (Hug 1997: 27 ff.; Ziegler 2017: 189).

Eine weitere Funktion der Narration für den Journalismus ist die Ordnungsfunktion. Ein Grund, warum das erzählerische Moment des Journalismus vor allem neuerdings zum Thema wurde, kann darin liegen, dass im Informationszeitalter der *Overload an Informationen* zu einem besonderen Problem der Berichterstattung wird. Was nämlich droht, wenn man in Zeiten der Informationsüberfrachtung nicht geschichtenzentriert recherchiert und kommuniziert, ist die Präsentation der Fülle von Material aus der «Gerümpeltotale»: «Gerümpel bedeutet: Es liegt zu viel ungeordnetes, nicht brauchbares Material herum» (Lampert & Wespe 2011: 29). Die Lösung ist hier eine *Story*-basierte Arbeitsweise, die schon bei der journalistischen Recherche einsetzt und als hypothesengeleitete Methodik den gesamten Prozess der journalistischen Berichterstattung erfasst (vgl. Hunter u.a. 2011: 14 f.; Haarkötter 2015a: 79). Die Hypothese ist die Vorwegnahme einer Geschichte sowie eine Spekulation darauf, was geschehen sein könnte und was Gründe und Ursachen für Handlungen und Geschehnisse sein könnten. Für die Bildung

einer Hypothese ist selbstredend Vorstellungskraft oder Imagination nötig. Aber auch wenn die Hypothesenbildung imaginativ ist, ist sie keineswegs fiktional, denn sie beruht ja in der Regel schon auf der Vorrecherche, auf Vorwissen (z.B. aus dem Fachwissen oder dem Ressort, in dem der Journalist bereits profiliert ist) und auf Plausibilitätsannahmen. Diese Hypothesen- oder *Story*-basierte Arbeitsweise hat den Vorteil, dass nur diejenigen Fakten recherchiert und artikuliert werden, die für die Erzählung zwingend notwendig sind und entsprechend alle Elemente, die nicht zielführend für die aktuelle Geschichte, den aktuellen Konflikt und seine mögliche oder unmögliche Lösung sind, weggelassen werden und damit der Informations-*Overload* für Kommunikatoren und Rezipierende deutlich verringert wird.

Mit der neueren Erkenntnis der narrativen Potenziale des Journalismus sind insbesondere im Onlinejournalismus auch neue Erzähl- und Darstellungsformen entstanden, die dem Rechnung tragen. Diese sollen im Folgenden diskutiert werden.

Immersives Storytelling im Netz

Es hat verschiedentlich Versuche gegeben, die aktuelle gesellschaftliche Phase auf den Begriff zu bringen: Toni Weller spricht vom «digitalen Zeitalter» (2012: 23), Manuel Castells nennt sie das «Informationszeitalter» (2001: 423), während Heinrich Klotz und Ulrich Beck von der «zweiten Moderne» sprechen (Beck 1996: 20). Egal welchen Terminus man bevorzugt, die neue Zeit hat auch das Erzählen und im engeren Sinne das journalistische Erzählen tiefgreifend verändert. Die Veränderungen spielen sich dabei einerseits auf der gesellschaftlichen, andererseits aber auch auf einer eher technischen Ebene ab.

Auf der gesellschaftlichen Ebene sind mit Marcel Broersma und Chris Peters drei Phänomene festzuhalten: Die «De-Industrialisation der Information», die «De-Ritualisierung der Rezeption» sowie die «Re-Privatisierung des Alltagserzählens»:

- De-Industrialisierung von Information meint, dass im Zuge der mit der Digitalisierung einhergehenden Rationalisierungen professionelle (Qualitäts-)Standards in der Medienproduktion aufgegeben wurden. So lassen sich heute z.B. Profi-Equipment und Amateur-Equipment in der Medienproduktion nicht mehr so leicht unterscheiden.

- De-Ritualisierung meint, dass die Rezeption von Medieninhalten nicht mehr in den traditionellen habituellen Formen abläuft, etwa mit der Morgenzeitung am Frühstückstisch.
- Re-Privatisierung meint, dass professionelles *Gatekeeping* und daraus gewonnenes professionelles journalistisches Erzählen zugunsten von «private media» ins Hintertreffen geraten, wofür das Erzählen in den digitalen sozialen Netzwerken ein gutes Beispiel ist. Hinzu kommt, dass professionelle (journalistische) Erzählende sich heute bereits den Erzählformen und -inhalten in eben jenen sozialen Netzwerken anpassen müssen, um noch eine Stimme zu haben.

Auf der eher technischen Ebene stehen heute auch privaten Mediennutzenden Möglichkeiten der Medienproduktion und -verbreitung zur Verfügung, die im Vor-Informationszeitalter ausschließlich großen Verlags- und Medienhäusern zu Gebote standen. Als Stichwort dient hier der etwas sperrige Begriff «Desintermediation»: Die Vermittlungs- und Zwischenstufe der professionellen Kommunikation durch den Journalismus kann entfallen, prinzipiell hat im Informationszeitalter jede und jeder die technischen und gesellschaftlichen Möglichkeiten, sich mit seinen Kommunikaten selbst an ein globales Publikum zu wenden (Neuberger 2015: 304). Das hat Einfluss auf das Erzählen selbst, wenn man dem Kittler'schen Theorem des «medientechnischen Apriori» folgen will, das Kittler selbst gerne mit dem Nietzsche-Bonmot umschrieb: «Unser Schreibzeug arbeitet mit an unseren Gedanken» (Kittler 1986: 293).

Zu den technischen Besonderheiten des Erzählens im «Universalmedium» Computer zählt die Integration ehemals disparater Ausspielkanäle und Darstellungsmodi. Das multimodale Erzählen kann als immersive Form des Erzählens im Netz bezeichnet werden, da die Multimodalität der Darstellung mit ihrer Inklusion auditiver, visueller und kognitiver Reize ein multisensorielles Erlebnis bietet (Bucher 2010: 41; Haarkötter 2016: 100). Elizabeth Daley vom *Institute for Multimedia Literacy* der University of Southern California hat schon vor einiger Zeit gezeigt, dass unser Konzept von Sprache als menschliche Ausdrucksform, die ausschließlich verbal funktioniert, im digitalen Zeitalter zu kurz greift und stattdessen die «Multimedia-Sprache» die neue Umgangssprache darstelle, die in der Lage sei, komplexe Bedeutungen unabhängig vom Text herzustellen (Daley 2003:

33). Und Hans-Jürgen Bucher hat jüngst über die Verstehensbedingungen von multimodalen Erzählungen nachgedacht und analog zur Sprechaktheorie eine Art Kommunikationsakttheorie entworfen, bei der den Rezipierenden die Schlüsselrolle bei der Zuweisung von Kohärenz und Bedeutung im Spiel der multimodalen Elemente zukommt (Bucher 2017: 118).

Es hat sich für die neue Erzählart der Ausdruck «digital storytelling» etabliert. In einer knappen Definition, wie sie beispielsweise in der populären englischsprachigen Onlineenzyklopädie Wikipedia ausgeführt wird, umfasst dieses «digital storytelling» besonders das Erzählen des eigenen alltäglichen Erlebens und eher privater Aspekte der Lebenswelt: «a short form of digital media production that allows everyday people to share aspects of their life story» (Wikipedia 2017: k.S.). Deutlicher lässt sich die Re-Privatisierung des Erzählens kaum ausdrücken. In einem etwas weiteren Sinne könnte man «digital storytelling» aber auch als jede Form von Erzählen definieren, die dadurch gekennzeichnet ist, dass ihre Produktion, Publikation und Distribution ausschließlich über digitale Maschinen und Kanäle erfolgt. Entsprechend setzt etwa Simon Sturm digitales Storytelling mit der «ganze[n] Palette neuer, innovativer Darstellungsformen» gleich und hält es für eine «neue Form des Qualitätsjournalismus» (Sturm 2013: 9).

Die neuen Formen des faktualen Erzählens im Internet finden heute meist in der Gestalt der «One-Pager» statt. Navigiert wird nicht mehr wie beim klassischen Hypertext, indem von Link zu Link geklickt wird, sondern durch einfaches Scrollen auf ein und derselben Webseite – was nicht bedeutet, dass nicht Hyperlinks in den Erzählfluss eingearbeitet sein können. Das hat damit zu tun, dass heute schon mehr als 50 Prozent der Zugriffe auf onlinejournalistische Inhalte über mobile Endgeräte – also Smartphones und Tabletcomputer – erfolgt (ARD/ZDF-Onlinestudie 2014: 384). Bei diesen Endgeräten mit Touch-Bedienung weist das Scrollen eine höhere «usability» gegenüber hergebrachten Menü- oder Linkstrukturen auf. Diese Sorte *Storytelling* wird darum auch als «Scrollytelling» bezeichnet (Stückler 2013).

Wesentliches Merkmal digitalen *Storytellings* ist, dass es integrativ und immersiv ist: Es kombiniert und integriert verschiedene Medientypen und -quellen. Entsprechend könnte man digitales *Storytelling* auch als konvergentes Storytelling bezeichnen (zum Begriff vgl. Wilkinson et al. 2012:

20 ff.). Es gibt hier Überschneidungen, aber auch Abgrenzungsprobleme zu Begriffen wie multimediales oder crossmediales *Storytelling*. Häufig finden sich exemplarische Arbeiten des digitalen *Storytellings* als *Multimediasstory* oder *Multistory* bezeichnet (z. B. Jacobsen 2013; Sturm 2013: 59). Allerdings taugen diese Termini womöglich nur bedingt, um wirklich innovative Darstellungsformen zu definieren. Immerhin war «Multimedia» – worauf Simon Sturm hinweist – bereits im Jahr 1995 «Wort des Jahres» (Sturm 2013: 25) und integriert beispielsweise auch ein Fernsehfeature mit Erzählelementen aus diversen Quellen (Bild, Ton, Grafik, Musik, Animation etc.). Sinnvoller scheint da, auf einer theoretisch übergeordneten Ebene das «digitale Storytelling» funktional zu analysieren. Sturm weist auf sechs kategoriale Bestimmungen hin, die zum Wesenskern der neuen, digitalen Erzählform gehören:

- Globalität
- Multimedialität
- Hypertextualität
- Interaktivität
- Aktualität
- unbegrenzte Speicherkapazität (Sturm 2013: 5)

Eine empirische Studie von Cornelia Wolf hat ergeben, dass besonders bei journalistischen Angeboten auf mobilen Endgeräten die Haptik und die intuitive Bedienbarkeit der Anwendungen das Nutzererlebnis positiv beeinflussen. Hierbei spielen die Ausnutzung des Lagesensors, die Touch-Bedienmöglichkeiten und Augmented-Reality-Anwendungen eine wichtige Rolle. Was Wolf als «playfulness» bezeichnet, kann auch als anderer Ausdruck für die Immersion dieser Darbietungsformen angesehen werden (Wolf 2014: 97).

Renaissance des Erzählens?

Multimodales Storytelling

Multimodalität und Immersion sind für journalistische Wirklichkeitsdarstellung besonders gut geeignet, weil die darzustellende Welt selbst multisensoriell erlebbar ist. Wenn man so will, waren klassische Formen journalistischen Erzählens beispielsweise in der gedruckten Tageszeitung immer Ergebnis eines Reduktionismus mit eingeschränktem Erlebniswert. Vielleicht ist deswegen

auch neuerdings eine «Renaissance des Erzählens» gerade im Journalismus zu konstatieren.

«Fassen Sie sich kurz», brachte *Usability*-Papst Jakob Nielsen noch 2004 seine Lehrmeinung zum Thema Texten fürs Internet auf den Punkt: «Verwenden Sie nicht mehr als 50 Prozent des Textes, den Sie für dasselbe Thema in einer gedruckten Publikation verwenden würden» (Nielsen 2004: 101). Für die aktuellen journalistischen Erzählformen scheint das aber nicht mehr zu gelten. Mit dem so apostrophierten «Longform Journalism» kehrt journalistisches Erzählen im Internet an seine technologischen Wurzeln zurück, denn das *World Wide Web* mit seiner *Hypertext Markup Language* hat ja ursprünglich den Text als Erzählmedium von den auch längenmäßigen Beschränkungen des nur gedruckten Texts befreien wollen: «Hypertext definiert nicht nur die Anfänge und die Enden des Textes neu, sondern auch seine Grenzen. Indem ein Text in ein Geflecht von anderen Texten gestellt wird, verliert er seine Abgeschlossenheit» (Gabriel 1997: 73; vgl. auch Haarkötter 2007: 25). Es gibt herausragende Beispiele, dass auch lange Erzählformen im Internet Leser finden: David Granns 16.000-Wörter-Artikel über eine möglicherweise unrechtmäßige Hinrichtung auf der Internetseite von *The New Yorker* brachte es auf nahezu 4,5 Millionen Abrufe (Carr 2011: k.S.). Die Multimedia-Reportage «Snowfall» auf der Internetseite der *New York Times* fand in einer Woche über 3,5 Millionen Leser (Romenesco 2012: k.S.).

Der technische und personelle Aufwand für diese exemplarischen Ausführungen eines neuen «digital storytelling» ist groß. Die «Credits» unter der «Snowfall»-Reportage führen 16 Mitwirkende auf, die nach Bekunden des Autors und Reporters John Branch sechs Monate an dem Werk gearbeitet haben («Wie die das genau alles machen, verstehe ich nicht», gibt der Reporter zu; vgl. Moll 2013). Auch das crossmediale Projekt «Mein Vater, ein Werwolf», das Redakteur Cord Schnibben als Beauftragter für digitale Neuentwicklungen gleichzeitig für das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel*, *Spiegel Online* und *Spiegel TV* entwickelt hat, zählt mehr als 20 Projektbeteiligte. Die Netzreportage «Am Berg der Fahrrad-Verrückten» auf *Zeit Online* desgleichen.

Für die Durchsetzung solch multimodalen Erzählens in Form von «Multimedia-Reportagen», «Scrollytelling-Reportagen» oder «Multi-Stories» sind Routinen und Anwendungen nötig, die den personellen und Software-mäßigen Aufwand deut-

lich reduzieren. Hier sollen beispielhaft drei vorgestellt werden:

Sway ist ein webbasiertes Programm aus dem Hause *Microsoft* und zählt offiziell zur *MS Office-Suite*, wo es sogar als «Powerpoint-Killer» gehandelt worden ist. Es ist in der Bedienung durchaus komplex, bietet dafür aber gestalterisch auch viele Möglichkeiten. So lässt sich die Lafrichtung des «Scrollytellings» frei definieren und es lassen sich relativ bequem vorhandene *Powerpoint*-Präsentationen importieren. Die Integration von Mediendateien jeder Art sind bei diesem wie den ähnlichen *Tools* eine Selbstverständlichkeit.

Spark ist ein ebenfalls webbasiertes Programm aus dem Hause *Adobe*, das mit Programmen wie *Photoshop*, dem Videoschnittsystem *Premiere* oder dem Vektorgrafikprogramm *Illustrator* bereits Marktführer im Bereich der Multimedia-Software ist. *Spark* bietet verschiedene Modi der Nutzung, je nachdem, ob man Multimedia-Reportagen oder die in *Social Media* beliebten Text-Bild-Collagen herstellen möchte. Stärke der Anwendung ist eindeutig die Präsentation von Fotos und Illustrationen und deren Kombination mit Textelementen, aber genau das macht sie für journalistisches *Scrollytelling* interessant.

Pageflow.io ist eine Anwendung, die aus der Onlineredaktion des Westdeutschen Rundfunks stammt, die auch die anschaulichsten Beispiele für mit *Pageflow* erstellte Reportagen ins Netz gestellt hat (reportage.wdr.de). *Pageflow* bietet eine große Variabilität an gestalterischen Möglichkeiten, neben der Einbindung von Audio- und Videomaterial beispielsweise auch Vorher-Nachher-Vergleiche und einige typographische Gestaltungsoptionen. *Pageflow* ist weniger eine Anwendungssoftware als ein serverbasiertes *Mini-Content-Management-System*. Dieses ist quelloffen und kann kostenlos installiert werden, hat dafür aber einige etwas exotische Ansprüche an die Serverumgebung. So arbeitet es ausschließlich mit dem *Web Application Framework* «Ruby on Rails» zusammen. Es gibt aber kommerzielle Angebote, bei denen der *Storyteller* gegen Bezahlung um diese Schwierigkeiten herumkommt.

Dialogisches Storytelling

Neben dem multimodalen Erzählen ist für den Onlinejournalismus heute vor allem das dialogische Erzählen relevant. Dieses spielt mit den partizipativen Möglichkeiten, die das Internet bietet. Hier lassen sich zwei Typen unterscheiden:

Echtzeit- und Prozessjournalismus

Im Informationszeitalter wird Journalismus in Echtzeit betrieben. Kernbegriffe sind hier Echtzeitjournalismus und Prozessjournalismus. Echtzeitjournalismus meint, dass die Geschwindigkeit, mit der die Nachricht eines Ereignisses bei den Lesenden eintrifft, der Geschwindigkeit des Ereignisses entspricht. Prozessjournalismus fertigt nicht mehr abgeschlossene Artikel zu ebenso abgeschlossenen Ereignissen, sondern bleibt buchstäblich «im Prozess», ist bei jeder wirklichen oder scheinbaren Wendung der Geschehnisse «live» dabei und parallelisiert die Genese des Ereignisses und die Genese des Berichts über das Ereignis.

Hinter dem Begriff vom Prozessjournalismus steckt noch ein etwas diffizileres Problem: Der Anspruch des Journalismus auf Wahrheit wird relativiert. Zwar stellt Stefan Russ-Mohl normativ fest: «Am Wahrheitspostulat, an der ersten und vielleicht allerwichtigsten Norm, ist nichts zu rütteln: Die Fakten müssen stimmen» (Russ-Mohl 2010: 53). Wer sich jedoch darauf einlässt, über Ereignisse im Prozess zu berichten, der besitzt gar nicht die vollständigen Informationen, die für eine abschließende Beurteilung nötig wären. In seinem recht bekannt gewordenen Text «Product v. prozess journalism: The myth of perfection v. beta culture» hat der US-amerikanische Netz-Evangelist Jim Jarvis diesen Gegensatz auf den Punkt gebracht: Wer heute online publiziert, der muss auch lernen zugeben, was er alles nicht weiß. In diesem Sinne sind journalistische Texte heute «permanent beta». Wie die Beta-Versionen von Computerprogrammen können sie noch nachgebessert, ergänzt und verändert werden (Jarvis 2009).

Die Komplettierung beziehungsweise die prozedurale Ergänzung des Beta-Texts muss dabei nicht ausschließlich durch Aktanten «Autor» oder «Kommunikator» erfolgen, sondern kann auch mittels der Aktanten «Rezipient» respektive «User» von-statten gehen. Durch die Einbindung von «User-generated Content» (UGC) wird journalistisches *Storytelling* zu einem dialogischen Prozess.

Partizipatives Erzählen in Social Media

Wer heute journalistisch etwas zu erzählen hat, der wird es auch über *Social Media*-Kanäle erzählen. Und das schon aus einem ganz einfachen quantitativen Grund: Mehr als die Hälfte der Deutschen verbringen in diesen Netzwerken einen Großteil ihrer Mediennutzungszeit. Ein Viertel der Leser kommt inzwischen über Facebook & Co. auf die

Artikelseiten der großen onlinejournalistischen Medien (Primbs 2016: 9). Soziale Netzwerke sind Online-Angebote, die sich durch eine durch Mitgliedschaft definierte *Community* auszeichnen. Profil und Soziogramm der Nutzenden spielen eine wichtige Rolle in der *Social Media*-Kommunikation. Nur wer als Mitglied eingeloggt ist, kann die zentralen Funktionen Publizieren, Kommentieren und Weiterverbreiten nutzen. Mitgliedschaft und Sozialbeziehungen in diesen Netzwerken sind geprägt durch «social needs» und «social compensation» (Kneidinger 2010: 19).

Wer als Redaktion seine journalistischen Erzählungen über *Social Media* verbreitet und dies nicht nur zu Marketingzwecken tut, wird sich auf die zum Teil exorbitanten und sich verselbstständigenden Kommentarkaskaden einlassen müssen und mit den eigenen Lesenden in einen Dialog treten, der unter dem Schutze der Anonymität nicht nur deliberative Äußerungen provoziert (vgl. Haarkötter 2015b: 147 f.). Dass solche Dialoge auch Einfluss auf zukünftige *Postings* und damit auf das journalistische *Storytelling* haben, liegt auf der Hand.

Ausblick

Dass das Erzählen im Journalismus eine bedeutende Kategorie ist, dürfte nach dem Vorgesagten evident sein. Wirklichkeitserzählungen gibt es aber nicht nur im Journalismus, sondern in vielen anderen gesellschaftlich relevanten Feldern. Naheliegender sind hier die dem Journalismus artverwandten Felder von *Public Relations* und Werbung als den anderen Zweigen der öffentlichen Kommunikation. Aber auch Polizei und Gerichte, die Hersteller von Industrieprodukten, Modefirmen und der Einzelhandel erzählen oder antizipieren Geschichten. Für den Journalismus und die Journalismusforschung ist dieser Umstand deshalb interessant, weil die Journalisten als «storytelling animals» über Recherche und Berichterstattung in vielfältiger Weise mit den anderen geschichtenproduzierenden Lebensbereichen verknüpft sind. Als «konvergente Journalisten» (Filak 2014; Quinn 2005) verfügen sie im digitalen Zeitalter über die diversen Ausspielkanäle und bedienen die unterschiedlichen Plattformen, was sie prädestiniert für das, was Henry Jenkins als «transmediales Erzählen» bezeichnet hat (Jenkins 2006: 96). Unterschiedliche Versionen und auch unterschiedliche Aspekte derselben Geschichte können dabei auf je eigenen Wegen ausgespielt und einem buchstäblich dis-

persen Publikum zugeführt werden. Alle Versionen zusammen bilden dann die »Storyworld« (Herman 2002: 27). Die JournalistInnen sind die Regisseure oder Designer der faktenbasierten *Storyworld*. Wie die verschiedenen Formen und Dimensionen von Erzählungen miteinander verknüpft sind, in welchen Abhängigkeitsverhältnissen sie stehen und wie sie sich gegenseitig beeinflussen, ist ein weites, aber relevantes Feld künftiger medien- und kommunikationswissenschaftlicher Forschung.

Im Besonderen gilt dies für die Wissenschaft selbst. Denn auch die Wissenschaft arbeitet, jedenfalls in Teilen, narrativ. So wie Hayden White dies für die Geschichtsforschung gezeigt hat, gibt es mittlerweile narratologische Untersuchungen auch zu anderen wissenschaftlichen Disziplinen: Brigitte Boothe verweist auf Narrative in Medizin und Psychologie (Boothe 2009: k. S.), Marc Föcking klärt über die Bedeutung von Erzählungen in der Biologie des 19. Jahrhunderts auf (Föcking 2002: k. S.), Jean-Francois Lyotard malt die »großen Erzählungen« in der Philosophie nach (Lyotard 1986: k. S.). Schließlich weist Christine Brooke-Rose darauf hin, dass die Narratologie selbst (und damit, mutatis mutandis, auch die Medien- und Kommunikationswissenschaft als narratologische Disziplin) eine Form des Geschichtenerzählens betreibt (Brooke-Rose 1990: 283). Die eigene analytische Arbeit unterliegt damit unter Umständen derselben Methodologie, die Selbstanwendung könnte zu einer neuen Form von Selbstkontrolle und Transparenz führen. Vielleicht nicht die schlechteste Aussicht.

Literatur

Anscombe, G. E. M. (2014): Nackte Tatsachen. In: *Aufsätze*. Dt.: K. Nieswandt. Berlin (Suhrkamp), S. 9–15.

ARD/ZDF-Onlinestudie 2014 (2014): Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. Online: www.ard-zdf-onlinestudie.de, http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2014/0708-2014_Eimeren_Frees.pdf [12.06.2017].

Beck, Klaus (2010): *Kommunikationswissenschaft*. 2. Aufl., Konstanz: UVK.

Beck, Ulrich (1996): Das Zeitalter der Nebenfolgen und die Politisierung der Moderne. In: Ders., Anthony Giddens und Scott Lash (Hrsg.): *Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 19–112.

Bönisch-Brednich, Brigitte / Shojaei Kawan, Christine /

Stiefbold, Simone (2016): *Homo narrans – the world in storied narratives*. Berlin: De Gruyter.

Boothe, Brigitte (2009): Erzählen im medizinischen und psychotherapeutischen Diskurs. In: Martínez, Matias & Klein, Christian (Hg.): *Wirklichkeitserzählungen. Felder, Formen und Funktionen nicht-literarischen Erzählens*. Stuttgart/Weimar: Metzler, S. 51–80.

Boynton, Robert (2005): *The New New Journalism: Conversations with America's Best Nonfiction Writers on Their Craft*. New York.

Broersma, Marcel & Peters, Christ (2013): *Rethinking Journalism. Trust and participation in a transformed news landscape*. London: Routledge.

Brooke-Rose, Christine (1990): Whatever happened to narratology? In: *Poetics Today*, H. 11/1990, S. 283–293.

Bruner, Jerome (1990): *Acts of Meaning*. Cambridge/Ma., London: Harvard UnivPress.

Bucher, Hans-Jürgen (2010): Multimodalität und Medienwandel. In: Ders., Thomas Gloning und Katrin Lehnen (Hg.): *Neue Medien – neue Formate: Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation*. Frankfurt a. M. und New York, S. 41–80.

Bucher, Hans-Jürgen (2017): Understanding Multimodal Meaning Making: Theories of Multimodality in the Light of Reception Studies. In: Seizov, Ognyan & Janina Wildfeuer (Hg.): *New Studies in Multimodality. Conceptual and methodological elaborations*. London u. a.: Bloomsbury, S. 91–123.

Carr, David (2011). Long-Form Journalism Finds a Home. In: *New York Times*, http://www.nytimes.com/2011/03/28/business/media/28carr.html?_r=0 [12.06.2017].

Carnap, Rudolf (2006): Die physikalische Sprache als Universalsprache. In: Stölzner, Michael & Uebel, Thomas (Hg.): *Wiener Kreis. Texte zur wissenschaftlichen Weltauffassung*. Hamburg: Meiner, S. 315–353.

Castells, Manuel (2001): Bausteine einer Theorie der Netzwerkgesellschaft. In: *Berliner Journal für Soziologie*, H. 11(4)/2001, S. 423–439.

Czarniawska, Barbara (2004): *Narratives in Social Science Research*. London u. a.: Sage.

Dailey, Elizabeth (2003): Expanding the concept of Literacy. In: *Educause Review*, H.03/04/2003, S. 33–40.

Dehm, Ursula (1984): *Fernsehunterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang? Eine sozialpsychologische Studie zum Fernseh-Erleben*. Mainz: v. Hase & Koehler.

Denk, David (2012): Dabei sein ist alles. In: *die tageszeitung*, <http://www.taz.de/!5087808/> [13.06.2017].

Dörner, Andreas (2001): *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.

Filak, Vincent F. (2014): *Convergent Journalism: An Introduction*. London: Routledge.

- Fisher, Walter (1984): Narration as a Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument. In: *Communication Monographs*, Vol. 51, S. 1–22.
- Fisher, Walter (1989): *Human Communication as Narration*. Columbia: University of South Carolina Press.
- Föcking, Marc (2002): *Pathologia litteralis: erzählte Wissenschaft und wissenschaftliches Erzählen im französischen 19. Jahrhundert*. Tübingen: Gunter Narr.
- Früh, Werner (2014): Narration und Storytelling. In: ders. und Felix Frey (Hg.): *Narration und Storytelling. Theorie und Empirische Befunde*. Köln: Halem (= Rh. Unterhaltungsforschung; 10).
- Gabriel, Norbert (1997): *Kulturwissenschaften und Neue Medien: Wissensvermittlung im digitalen Zeitalter*. Darmstadt.
- Gutkind, Lee (2005) (Hg.): *In fact: The Best of Creative Nonfiction*. New York.
- Haarkötter, Hektor (2007): *Nicht-endende Enden. Dimensionen eines literarischen Phänomens: Erzähltheorie, Hermeneutik, Medientheorie*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Haarkötter, Hektor (2015a): *Die Kunst der Recherche*. Konstanz: UVK.
- Haarkötter, Hektor (2015b): Anonymität im partizipativen Journalismus: Empirische Untersuchung der User-Kommentare auf journalistischen Facebook-Seiten. In: Grimm, Petra & Zöllner, Oliver (Hg.): *Anonymität und Transparenz in der Digitalen Gesellschaft – interdisziplinäre Perspektiven*. Stuttgart, S. 133–150.
- Haarkötter, Hektor (2016): Multimedia-Storytelling: Evaluation und Systematisierung von aktuellen journalistischen Storytelling-Tools im Internet. In: Grimm, Petra & Müller, Michael (Hg.): *Erzählen im Internet, Geschichten über das Internet*. Stuttgart: Franz Steiner, S. 97–112.
- Haarkötter, Hektor (2017a): Konstruktivismus oder «Neuer Realismus»? Zwei konkurrierende Ansätze der Welterklärung und ihre Bedeutung für Journalismus und Journalismusforschung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, Jahrgang 65, Heft 2, S. 294–312.
- Haarkötter, Hektor (2017b): Verweile doch, du bist so schön: Qualitäten und Dysqualitäten im Journalismus. Ein kleiner Beitrag zur Philosophie der Berichterstattung. In: Haarkötter, Hektor & Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): *Nachrichten und Aufklärung. Medien- und Journalismuskritik heute: 20 Jahre Initiative Nachrichtenaufklärung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 39–66.
- Herman, David (2002): *Story Logic: Problems and Possibilities of Narrative*. Lincoln and London: Univ of Nebraska Press.
- Höffe, O. (1988): *Immanuel Kant. Die philosophische Ästhetik und die Philosophie des Organischen*. München: Beck.
- Hug, Daniel (1997): *Konflikte und Öffentlichkeit: Zur Rolle des Journalismus in sozialen Konflikten*. Wiesbaden: Springer.
- Hunter, Mark Lee / Hanson, Nils / Sabbagh, Rana / Sengers, Luuk / Sullivan, Drew / Svith, Flemming Tait / Thordsen, Pia (2011): *Story-Based Inquiry: A manual for investigative journalists*, <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [12.06.2017].
- Jacobsen, Nils (2013): «Der Spiegel entwickelt die Multistory». In: *Meedia*, Quelle: <http://meedia.de/2013/08/05/der-spiegel-entwickelt-die-multistory/> [12.06.2017].
- Jarvis, Jeff (2009): «Product v. process journalism: The myth of perfection v. beta culture». *Buzzmachine*, Quelle: <http://buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/> [12.06.2017].
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture – Where Old and New Media Collide*. New York: University Press.
- Jogschies, Rainer (2001): *Emotainment. Journalismus am Scheideweg. Der Fall Sebnitz und die Folgen*. Münster: Lit.
- Kittler, Friedrich (1986): *Grammophon, Film, Typewriter*. Berlin: Brinkmann&Bose.
- Kneidinger, Bernadette (2010): *Facebook und Co. Eine soziologische Analyse von Interaktionsformen in Online Social Networks*. Wiesbaden: Springer.
- Koschorke, Albrecht (2012): *Wahrheit und Erfindung. Grundzüge einer Allgemeinen Erzähltheorie*. Frankfurt a. M.: S. Fischer.
- Kuhlmann, Christoph (2016): *Kommunikation als Weltbezug*. Köln. Halem.
- Lampert, Marie, Rolf Wespe (2011): *Storytelling für Journalisten*. Konstanz: UVK.
- Lits, Marc (2008): *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles: Éditions De Boeck.
- Martínez, Matias & Scheffel, Michael (1999): *Einführung in die Erzähltheorie*. München.
- Martínez, Matías (2009): Erzählen im Journalismus. In: ders. und Christian Klein: *Wirklichkeitserzählungen. Felder, Formen und Funktionen nicht-literarischen Erzählens*. Stuttgart/Weimar: Metzler, S. 179–191.
- McIntyre, Alasdair (1995): *Der Verlust der Tugend. Zur moralischen Krise der Gegenwart*. Dt.: Wolfgang Riehl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- McManus, John H. (1994): *Market driven journalism: let the citizen beware?* Thousand Oaks/Calif.: Sage.
- Moll, Stefan (2013): Lawine im Netz. In: *Frankfurter Rundschau*, [56 Hektor Haarkötter](http://www.fr-online.de/medien/new-</p>
</div>
<div data-bbox=)

- york-times-lawine-im-netz,1473342,21443288.html [12.06.2017]
- Neuberger, Christoph (2015): Journalismus als systembezogene Akteurkonstellation. In: Löffelholz, Martin & Rothenberger, Liane (Hg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer, S. 295–308.
- Neurath, Otto (2006): Protokollsätze. In: Stölzner, Michael & Uebel, Thomas (Hg.): *Wiener Kreis. Texte zur wissenschaftlichen Weltauffassung*. Hamburg: Meiner, S. 399–411.
- Nielsen, Jakob (2004): *Erfolg des Einfachen. Designing Web Usability*. München.
- Nieman Foundation for Journalism at Harvard (2014): Narrative Journalism. Online: nieman.harvard.edu, <http://nieman.harvard.edu/NiemanFoundation/ProgramsAndPublications/NarrativeJournalism.aspx> [11.06.2017].
- Niles, John D. (1999): *Homo Narrans: The Poetics and Anthoropology of Oral Literature*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Postman, Neil (1985): *Wir amüsieren uns zu Tode: Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*. Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Primbs, Stefan (2016): *Social Media für Journalisten. Redaktionell arbeiten mit Facebook, Twitter & Co.* Wiesbaden: Springer.
- Quinn, Stephen (2005): *Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting*. New York: Peter Lang.
- Revaz, Françoise (1997): Le récit dans la presse écrite. In: *Pratiques* 94, S. 19–33.
- Revaz, Françoise / Baroni, Raphaël / Pahud, Stéphanie (2007): Classer les «récits» médiatiques: entre narrations ponctuelles et narrations sérielles. In: Chraïbi, Aboubakr (Hg.): *Classer les récits: théories et pratiques*. Paris, S. 59–82.
- Romenesco, Jim (2012): More than 3.5 million page views for New York Times' 'Snow Fall' feature. Online: jimromenesko.com, <http://jimromenesko.com/2012/12/27/more-than-3-5-million-page-views-for-nyts-snow-fall/> [12.06.2017].
- Russ-Mohl, Stephan (2010): *Journalismus. Das Lehr- und Handbuch*. Frankfurt a.M.: FAZ.
- Schmitt, Christoph (1999): *Homo Narrans: Studien zur populären Erzählkultur. Festschrift für Siegfried Neumann zum 65. Geburtstag*. Münster: Waxmann.
- Sims, Norman (2007): *True Stories: A Century of Literary Journalism*. Evanston: Medill School of Journalism Visions of the American Press.
- Sturm, Simon (2013): *Digitales Storytelling. Eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus*. Wiesbaden: Springer.
- Vanoost, Marie (2013): Defining Narrative Journalism Through the Concept of Plot. In: *Diegesis. Interdisziplinäres E-Journal für Erzählforschung/Interdisciplinary E-Journal for Narrative Research*, H. 2/2013, S. 77–97.
- Weller, Toni (2012): *History in the Digital Age*. London: Routledge.
- White, Hayden (2008): *Metahistory. Die historische Einbildungskraft im 19. Jahrhundert in Europa*. Dt.: Peter Kohlhaas. Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Wikipedia (2017): Digital storytelling. Online: en.wikipedia.org, https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_storytelling [12.06.2017].
- Wilkinson, Jeffrey / Grant, August E. / Fisher, Douglas J. (2012): *Principles of Convergent Journalism*. New York: Oxford University Press.
- Wolf, Cornelia (2014): *Mobiler Journalismus. Angebote, Produktionsroutinen und redaktionelle Strategien deutscher Print- und Rundfunkredaktionen*. Baden-Baden: Nomos.
- Ziegler, Daniel (2017): Zur medialen Verarbeitung von Gewaltkonflikten in Zeiten der Unsicherheit. In: Gummert, Henrik / Henkel-Otto, Jelena / Medebach, Dirk H. (Hg.): *Medien und Kulturen des Konflikts. Pluralität und Dynamik von Generationen, Gewalt und Politik*. Wiesbaden: Springer. S. 189–209.