

## E03 Neue inhaltliche Herangehensweisen



# Neue inhaltliche Herangehensweisen

Einführung in neue inhaltliche Herangehensweisen.....	2
■ <b>Advocacy Journalism</b> .....	6
■ <b>Digitale Langformen</b> .....	9
Digitale Langformen – Was ist das überhaupt? .....	9
Welche Vor- und Nachteile haben digitale Langformen? .....	12
Die Zukunft digitaler Langformen.....	17
Zusammenfassung.....	19
■ <b>Positive Journalism</b> .....	23
■ <b>Preventive Journalism</b> .....	26
■ <b>Solutions Journalism</b> .....	29

## Einführung in neue inhaltliche Herangehensweisen

Hallo und herzlich willkommen zum Modul „Neue inhaltliche Herangehensweisen“!

Im vorangegangenen Modul haben wir uns bereits mit Prozessinnovationen beschäftigt. Dies geschah allerdings aus einer formalen Perspektive, losgelöst von den Inhalten. Nun geht es genau darum: Die Inhalte, mit denen sich Journalismus auseinandersetzt. Damit sprechen wir also Produktinnovationen an.

Wir erinnern uns: Journalismus soll aktuelle, relevante Geschehnisse aus der Lebenswirklichkeit aufgreifen und die Leser, Hörer und Zuschauer darüber informieren.

Auch in diesem Modul geht es um disruptives Denken, d. h. wir hinterfragen Altbewährtes und überlegen, ob wir es nicht besser machen können.

Wichtig: Die einzelnen inhaltlichen Innovationsmöglichkeiten, die wir im Folgenden aufgreifen werden, haben wieder nur exemplarischen Charakter. Sie sollen ihr disruptives Denken schulen.

Greifen wir noch einmal die Aussage von eben auf: Journalismus soll aktuelle, relevante Geschehnisse aus der Lebenswirklichkeit aufgreifen und die Leser, Hörer und Zuschauer darüber informieren.

In dieser Formulierung stecken schon viele versteckte Annahmen:

- Was ist aktuell? Und: Interessiert jeden Leser nur das Aktuellste? Gibt es nicht auch Menschen, die sich für historische Entwicklungen interessieren, weil diese helfen, das Große und Ganze besser zu verstehen?

- Was ist relevant? Oder besser noch: Für wen ist was relevant? Für den einen sind die Entwicklungen an der Börse relevant. Für den anderen die neuesten Entwicklungen im Handball. Für wen sind eigentlich Nachrichten über Verkehrsunfälle relevant? Wenn wir die Relevanzfrage streng stellen, könnte es sein, dass wir vieles streichen wollen.
- Wollen wir wirklich nur informiert werden? Heißt es nicht oft, wir leben in einer Unterhaltungsgesellschaft? Wir müssen ja nicht gleich über Sensationsjournalismus sprechen, aber welches Gesetz besagt, dass wir trockene Themen auch trocken behandeln müssen?

Dies sind einige Beispiele für disruptive Fragen. Einige mögliche Antworten behandeln wir in den nachfolgenden Abschnitten.

- Beim Advocacy Journalism lassen wir die Annahme fallen, dass der Journalist nur ein neutraler Informationsvermittler ist. Stattdessen möchte er sich hier für eine gute Sache einsetzen. Er ist also bewusst parteiisch.
- Bei den Digitalen Langformen hinterfragen wir die angebliche Weisheit, dass Leser keine Zeit und keine Lust haben, im Internet lange Texte zu lesen. Viele Menschen sind heute gewohnt, Bücher auf E-Readern zu lesen oder stundenlang wissenschaftliche Artikel am Bildschirm zu studieren. Wenn wir diesem Menschen eine kurze Aufmerksamkeitsspanne bei Onlinemedien unterstellen, tun wir ihnen unrecht und verpassen eine interessante Zielgruppe.
- Viele beklagen, dass 90% der Nachrichten negativ sind. Ein Tsunami hat gewütet, die Börse ist eingebrochen, es gab einen schlimmen Unfall... Beim positiven Journalismus konzentriert man sich ausschließlich auf gute Nachrichten. Das ist doch ein interessanter Ansatz.

- Auch der präventive Journalismus bzw. „Preventive Journalism“ ist interessant. Denn hier geht es darum, nicht nur aktuelle Probleme zu thematisieren, sondern im Sinne eines Frühwarnsystems Entwicklungen zur Sprache zu bringen, die vielleicht erst in ein paar Jahren zum Problem werden.
- Ähnlich tickt auch der lösungsorientierte Journalismus bzw. „Solutions Journalism“. Es heißt generell, dass Journalisten auf problematische Entwicklungen aufmerksam machen sollen. Aber warum sollte man es dabei belassen? Warum keine Lösungsvorschläge aufzeigen?

Sie sehen, man kann vieles hinterfragen, was man für selbstverständlich hält. Und dabei kommt man zu sehr spannenden Alternativen. Vielleicht ist eine grundsätzliche Annahme des Journalismus, die Sie hinterfragen, ja der Grundstein für Ihre Geschäftsidee!

## Advocacy Journalism