

Journalisten als Geschichtenerzähler: Nutzen und Nutzung etablierter Erzähltechniken in der Nachrichtenproduktion

Kristina Rauschan

Abstract:

Der Praxisratgeber Storytelling für Journalisten der Journalisten und Journalistenausbilder Marie Lampert und Rolf Wespe bietet einen Überblick zum Einsatz etablierter Techniken des Geschichtenerzählens in der Konstruktion journalistischer Texte. Die vorgestellten Aufmerksamkeitsstrategien beruhen auf bewährten Erzähltechniken und werden durch zahlreiche Beispiele illustriert, welche sich eher an Laien als an Profis richten. Dem soliden Handbuch fehlt allerdings die kritische Perspektive.

How to cite:

Rauschan, Kristina: „Journalisten als Geschichtenerzähler: Nutzen und Nutzung etablierter Erzähltechniken in der Nachrichtenproduktion [Review on: Lampert, Marie; Wespe, Rolf: Storytelling für Journalisten (2., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK, 2012.]“. In: KULT_online 37 (2014).

DOI: <https://doi.org/10.22029/ko.2014.806>

© beim Autor und bei KULT_online

Journalisten als Geschichtenerzähler: Nutzen und Nutzung etablierter Erzähltechniken in der Nachrichtenproduktion

Kristina Rauschan

Lampert, Marie und Wespe, Rolf: *Storytelling für Journalisten* (2., überarb. Aufl.). Konstanz: UVK, 2012. 262 Seiten, kartoniert, 24.99 Euro. ISBN: 978-3-86764-377-1

Marie Lampert und Rolf Wespe sind zwei erfahrene und preisgekrönte Journalisten, die mittlerweile in der Aus- und Weiterbildung tätig sind. Mit ihrem Praxisratgeber *Storytelling für Journalisten* wollen sie zeigen, wie man Nachrichtentexte und -beiträge mit etablierten Erzähltechniken attraktiver gestalten kann. Dabei geht es ihnen weder darum, dass im Journalismus häufiger die so genannten 'erzählenden Stilformen' wie Reportage oder Feature genutzt werden, noch wollen sie eine "neue Schule des Journalismus" (S.11) gründen. Die Autoren sehen ihre Tipps vielmehr als Hilfsmittel für eine notwendige Öffnung des gesamten Journalismus hin zu mehr Leserfreundlichkeit (vgl. Kapitel 10). Gerade in Zeiten des verschärften medialen Kampfes um Aufmerksamkeit sei diese zu lange in etablierten Zeitungen und Leitmedien boykottiert worden. Wie unter anderem die Zeitungskrise zeige könne auch die "Marke Seriosität und Glaubwürdigkeit" (S. 189) nicht mehr ohne "Korrektur zugunsten der Bedürfnisse der Leser" (S. 190) funktionieren.

Gang durch das Buch

Die Gliederung folgt, im Unterschied zu anderen journalistischen Handbüchern, nicht den typischen journalistischen Stilformen wie Meldung, Reportage oder Interview. Auch gibt es keine eigenen Kapitel zu Print-, Rundfunk- oder Onlinenachrichten. Aufgrund der zunehmenden Hybridisierung journalistischer Genres und der vermehrt 'crossmedialen' Nachrichtenproduktion setzen die Autoren den Fokus auf die leserfreundliche Konzeption, Auswahl und Strukturierung der Inhalte. Die Techniken des Geschichtenerzählens verstehen sie als "trojanisches Pferd" (S. 188), das das Interesse des Publikums weckt und die Information bzw. Kernaussage im Innern einschleust. Hinter dem von Lampert und Wespe genutzten Begriff *Storytelling* verbergen sich klassische Konventionen fiktionalen Erzählens des Aristoteles und moderner Drehbuchliteratur sowie bewährte Erzähltechniken aus Reportage-, Fernseh- und Boulevardjournalismus. Neben Beobachtungen aus der US-amerikanischen Praxis werden Erkenntnisse der Kognitionswissenschaften berücksichtigt.

Daraus haben die Autoren sogenannte 'Werkzeuge' und Tipps für kürzere Texte und Beiträge entwickelt, die auch für längere Erzählstrecken geeignet sind. Der so beschriebene Kern des Geschichtenerzählens (vgl. Kapitel 2) lässt sich in zwei Grundprinzipien zusammenfassen: zum

einen die Induktion, d.h. die Erzählung der Geschichte vom szenischen, konkreten Erlebnis zum thematischen, abstrakten Resultat; zum anderen der emotionale Appell, d.h. die spannungsgeladene Erzählung einer aufregenden Geschichte. Es folgen Tipps zur Umsetzung dieser Prinzipien in der Konstruktion der Geschichte (vgl. Kapitel 3–4) und im Aufbau der Erzählung (vgl. Kapitel 5). Außerdem werden archetypische und bewährte Erzählmuster identifiziert (vgl. Kapitel 6). Zu nennen wäre neben der bekannten 'Heldengeschichte als Urgeschichte' etwa die 'Gondelbahngeschichte': die Erzählung einer Hintergrundhandlung, von der aus einzelne Geschichten-Episoden entwickelt werden, die wie Gondeln am Seil des Haupterzählstrangs hängen.

Die vorgestellten Elemente des Storytellings fassen Lampert und Wespe systematisch in einer Check-Liste zusammen (vgl. Kapitel 8). Diese soll bei der Ideenfindung und Recherche als "Koordinatennetz" (S. 144) dienen, gleichzeitig jedoch weiterhin den absichtslos schweifenden Blick zulassen. Die Autoren ergänzen für die Praxis zudem eine Auswahl an Techniken des kreativen Arbeitens (vgl. Kapitel 7). Wie der Publikumserfolg bzw. die erzeugte Aufmerksamkeit in der journalistischen Praxis gemessen wird und welche medienspezifischen Faktoren auf diesen Einfluss haben, wird exemplarisch an einem Fernsehnachrichtenmagazin sowie an dem Online-Auftritt einer Tageszeitung erörtert (vgl. Kapitel 9). Für Interessierte finden sich am Ende des Buches neben den vielfältigen Beispielen der vorherigen Kapitel noch neun vollständige Texte und Beiträge, die ausgewählte Elemente illustrieren sollen (vgl. Kapitel 11). Fachbegriffe und -akteure werden zudem nochmals im Glossar ausgeführt (vgl. Kapitel 12).

Kritik und Urteil

Mit der Idee des Storytellings als journalistische Aufmerksamkeitsstrategie treffen Lampert und Wespe einen Nerv der Zeit. Dabei besticht ihr Buch durch den starken Anwendungsbezug und seine Fülle an Beispielen. Zwar handelt es sich fast ausschließlich um Zeitungsreportagen, jedoch wird durchgehend auf transgenerische und crossmediale Anwendungsmöglichkeiten hingewiesen; zudem werden medienspezifische Unterschiede angesprochen (für Online-Nachrichten vgl. S. 174f., S. 183ff.; für Fernsehnachrichten vgl. S. 181f.). Dieser Ansatz wird der Realität journalistischer Arbeit gerecht. Für Profis enthalten die einzelnen Tipps und Techniken allerdings häufig altbekanntes – und sind daher eher für Einsteiger oder mediale Umsteiger geeignet.

Die zugrundeliegenden erzähltheoretischen bzw. narratologischen Konzepte werden – wie in der Ratgeberliteratur üblich – stark vereinfacht dargestellt. Die Wahl des Begriffs Storytelling deutet bereits an, dass die Autoren eher Anschluss an Drehbuchtraditionen und aktuelle Trends der PR und des Marketings suchen. Aufgrund des fehlenden wissenschaftlichen Anspruchs werden Forschungsergebnisse nur vereinzelt und unsystematisch eingebunden. Es fehlen Bezüge zu narratologischen Ansätzen der Journalistik, wie etwa von Knut Hickethier, Margreth Lünenborg oder Karl N. Renner verfolgt. Produktiv für die Entwicklung von Tipps und

Werkzeugen wären insbesondere Ergebnisse der narratologischen Rezeptions- und Wirkungsforschung; Helena Bilandzic und Susanne Kinnebrock oder Marcel Machill und Sebastian Köhler haben entsprechende Arbeiten zu Nachrichten vorgelegt.

Höchst problematisch ist die zu knappe Darstellung kritischer Stimmen: Im Versuch Fiktionalisierungs- und Boulevardisierungsvorwürfen zuvorzukommen wird die kritische Einordnung vernachlässigt. Lampert und Wespe begründen dies mit dem Hinweis auf ein zur Deduktion fähiges, "aufgeklärtes Publikum" (S. 194) und argumentieren, dass Journalisten der Versuchung zu manipulieren widerstehen könnten. Diese vereinfachte Darstellung wird der tatsächlichen Problematik nicht gerecht. Die Gefahr eines Narrativismus, der zugunsten der Erzählbarkeit ungeeignete Themen und Inhalte vernachlässigt (vgl. Sebastian Köhler: Die Nachrichtenerzähler. Nomos, 2009), besteht nicht nur in bewussten Verfälschungen, sondern auch in der unbewussten Bevorzugung von Erzählenswertem gegenüber Nachrichtenwertem bei der Wahrnehmung von Wirklichkeit. Die im Handbuch nur verstreut und sparsam gewählten, mahnenden Worte zum achtsamen Umgang sollten daher etwa durch die Behandlung von Negativbeispielen stärker herausgestellt werden.

Die Leistung der Autoren besteht vor allem in der Anschaulichkeit ihrer Einführung und der Vielzahl an erprobten Tipps aus Praxis und Journalistenausbildung. Darüber hinaus würdigen die transgenerische, crossmediale Herangehensweise und der differenzierte, sachliche Umgang mit Techniken des Fiktionalen und des Boulevards die aktuelle Situation von Journalisten in Zeiten von Medienkonvergenz und journalistischer Entgrenzung. Daher ist der Ratgeber trotz der vernachlässigten kritischen Einordnung zu empfehlen.