



Solutions Journalism

Uwe Krüger



Solutions Journalism

Uwe Krüger

Impressum

© 2016 DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH, Berlin
Alle Rechte vorbehalten.

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Studienbriefs (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zur Benutzung solcher Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung. Sämtliche verwendete Marken sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die DFJV Deutsches Journalistenkolleg GmbH und ihre Dozenten und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Studienbriefs angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit sowie eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Studienbriefs. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Studienbrief dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr des Teilnehmers.

Printed in Germany.

www.journalistenkolleg.de

Solutions Journalism

Allgemeine Lernziele

Wenn Sie dieses Paper durchgearbeitet haben, können Sie

- das Genre definieren und erläutern, worin die Vor- und Nachteile dieses Ansatzes liegen;
- einen Überblick der historischen Entwicklung des Genres wiedergeben;
- Solutions Journalism kritisch reflektieren.

Idee des Genres

„Mainstream media has a bias for bad news. We're missing half of the world's stories.“¹ Mit diesem knackigen Slogan ging das Solutions Journalism Network 2012 an den Start, eine nach eigenen Angaben unabhängige Non-Profit-Organisation in New York, die sich für eine Veränderung im Journalismus, genauer: in der Nachrichtenauswahl und in der Zielrichtung von Recherchen, einsetzt. Als Best-Practice-Beispiele für lösungsorientierten Journalismus präsentiert es auf seiner Website Storys wie „How Cincinnati revitalized police-community relations“ (die zeigt, wie die Stadt nach schweren Unruhen die Beziehung zwischen der Polizei und der Bevölkerung verbessert hat), „Interrupting violence in Brooklyn“ (über eine Initiative, die in Konflikten vermittelt und Problemfällen „peer councilors“ zur Seite stellt) oder „An Afghan success story: fewer child deaths“ (durch ein Programm des Gesundheitsministeriums und der Non-Governmental-Organization Save the children).²

Was das Solutions Journalism Network zu verbreiten und zu legitimieren versucht, sind nicht bloße „good news“, wie man sie in verkitschten Weihnachtsausgaben der BILD-Zeitung findet,³ in der HuffPost Good News⁴ mit netten Videos von Tieren und Kindern oder in der Wirtschaftsrubrik „Gute Nachricht“ der Schwei-

1 <https://web.archive.org/web/20130209025903/http://solutionsjournalism.org/>

2 <http://solutionsjournalism.org/examples/>

3 24.12.2013, S. 1: „Heute nur gute Nachrichten“: „Jenny Elvers schwanger“. „Ursula von der Leyen: Ministerin erobert Soldaten-Hezen“, „Aktien-Kurse auf Rekordhoch“.

4 <http://www.huffingtonpost.com/good-news/>

zer Gratiszeitung 20 Minuten, in der steigende Einnahmen von Pensionskassen vermeldet werden oder ein Boom im Schweizer Wohnungsbau.⁵ Den Gegenstand definiert die Organisation so:

„Solutions journalism is rigorous and compelling reporting about responses to social problems. It investigates and explains, in a critical and clear-eyed way, examples of people working toward solutions. It focuses not just on what may be working, but how and why it appears to be working, or alternatively, why it may be stumbling.“⁶

Diese Definition – Berichterstattung über Versuche, soziale Probleme zu lösen – schließt neben Promi-Kitsch und wirtschaftlichen Erfolgsmeldungen einiges aus, etwa Technikjournalismus über technische Innovationen und Erfindungen und auch Nutzwertjournalismus im Sinne von Ratgeber-, Service- und Verbraucherjournalismus.⁷

Die Organisation wirbt dafür, dass Journalisten ihre Aufmerksamkeit nicht nur auf Probleme und Missstände richten, sondern auch auf Menschen und Projekte, die daran etwas ändern wollen (mithin „Lösungsanbieter“). Damit geht es letztlich um die Veränderung bzw. Ergänzung der Kriterien für journalistische Selektions- und Gewichtungentscheidungen. Mit dem Vokabular der Nachrichtenwerttheorie könnte man sagen, der Fokus der Aufmerksamkeit soll in eine andere Richtung gehen als in die von Nachrichtenfaktoren wie „Negativität“, „Konflikt“ oder „Schaden“⁸ geleitete. Es geht um die Etablierung eines neuen Nachrichtenfaktors, den man „Problemlösung“ oder „Problemlösungsversuch“ nennen kann und der mit bekannten Nachrichtenfaktoren wie „Nutzen/Erfolg“⁹ oder „Fortschritt“¹⁰ verwandt ist.

Noch fassbarer wird die Idee des Genres, wenn man Bezeichnungen mitdenkt, die andere Akteure für dieselbe oder ähnliche Ideen verwenden. Von Impact Journalism¹¹ spricht das journalistische Start-up-Unternehmen Sparknews in Paris, weil Berichte über gelingende Projekte die Rezipienten zum Handeln anregen und somit Wirkung entfalten (sollen). Von ermutigendem Journalismus spricht

5 <http://www.20min.ch/finance/news/story/21210892>

6 <http://solutionsjournalism.org/about/solutions-journalism-what-it-is-and-what-it-is-not/>

7 Selbst wenn Nutzwertjournalismus laut Eickelkamp (2011) ebenfalls unter anderem die (Problem-) Diagnose- und Problemlösungsfunktion aufweist.

8 Galtung und Ruge (1965); Schulz (1976).

9 Schulz 1976: 45, Staab 1990: 223.

10 LaRoche et al. (2013), S. 89-90.

11 Seit 2013 organisiert Sparknews einen jährlichen „Impact Journalism Day“, an dem Zeitungen aus aller Welt eine Ausgabe mit überwiegend lösungsorientierten Geschichten veröffentlichen. Website: <http://ijd.sparknews.com/>

Ute Scheub, freie Journalistin in Berlin und Mitgründerin der taz.¹² Der kanadische Journalist David Beers, Betreiber der lösungsorientierten Nachrichtensite The Tyee, nennt es Future-focused journalism und erklärt: „If muckraking [investigative Recherche – UK]¹³ asks ‘what went wrong yesterday, and who is to blame?’ then future-focused journalism asks ‘what might go right tomorrow and who is showing the way?’.“¹⁴

Von konstruktivem Journalismus sprechen andere Protagonisten, etwa das Constructive Journalism Project in London (gegründet 2014),¹⁵ das Projekt „Peace Counts“ mit seinem Leiter Michael Gleich¹⁶, der dänische TV-Journalist Ulrik Haagerup¹⁷ oder die Transformational Media Initiative (TMI)¹⁸. Auch der Begriff Transformationsjournalismus geht in diese Richtung,¹⁹ wobei es hier ganz konkret um Journalismus geht, der eine „Große Transformation“ in Sachen Wirtschaftsweise und Energieversorgung unterstützen will und Schnittmengen mit Grünem Journalismus und Nachhaltigkeitsjournalismus²⁰ aufweist.

Berührungspunkte hat lösungsorientierter bzw. konstruktiver Journalismus auch mit dem Konzept des Friedensjournalismus, das unter anderem vom erwähnten Projekt „Peace Counts“ verfolgt wird²¹ und auf den norwegischen Friedensforscher Johan Galtung zurückgeht. Laut Galtung²² ist Friedensjournalismus, der durch konfliktsensitive Berichterstattung die gewaltfreie Transformation von Konflikten fördern will, auch „lösungsorientiert“. Mithin kann er als Teilmenge von Solutions Journalism angesehen werden, da das Konstrukt „soziale Probleme“ Konflikte, Gewalt und Krieg einschließt.

12 Vgl. Scheub (2015).

13 Siehe die Beiträge „Muckraking“ und „Investigative Journalism“ in diesem Band.

14 Zitiert nach Stack (2008), S. 405.

15 <http://constructivejournalism.org/>

16 <http://www.peace-counts.org/uber-uns/ziele/>

17 Vgl. Haagerup (2014).

18 <http://www.transformationalmediainitiative.org/projects/constructive-journalism/>

19 Vgl. Ronzheimer (2013).

20 Siehe dazu das Medienportal <http://gruener-journalismus.de/> und den Studiengang „Nachhaltigkeit und Journalismus“ an der Leuphana-Universität Lüneburg. Ein zentraler Akteur in Deutschland ist Wissenschaftsjournalist und Hochschullehrer Torsten Schäfer.

21 Vgl. Prinzing (2010).

22 Galtung (1998), S. 7.

■ **Begründungszusammenhang: Vorteile und Chancen**

Durchforstet man die Mission Statements einschlägiger Organisationen sowie Essays, Interviews und Statements von Akteuren, zeigen sich drei Aspekte, wozu Solutions Journalism dienen kann:

1. zur psychischen Hygiene von Produzenten und Rezipienten (d. h. er kann positive Wirkungen auf der Mikro-Ebene der Individuen haben),
2. zur Reichweitensteigerung von Medien (d. h. er kann positive Wirkungen auf der Meso-Ebene der Medienorganisationen haben) und
3. für gesellschaftlichen Fortschritt (d. h. er kann positive Wirkungen auf der Makro-Ebene haben).

Mikroebene: Psychohygiene von Journalisten und Rezipienten

Die taz-Mitgründerin Ute Scheub beschreibt ihren Weg zum lösungsorientierten bzw. ermutigenden Journalismus so: „Mehr als zwanzig Jahre lang habe ich in der taz Missstände zu geißeln versucht und damit zwangsläufig vorwiegend schlechte Nachrichten formuliert. Ich merkte immer mehr, dass diese sich wie schwarzer Feinstaub auf meiner Seele absetzten, dass sich meine seelische Energie verdüsterte. (...) Andere Journalisten, die ich gut kannte, stumpften auf die Dauer ab oder reagierten mit Zynismus.“²³ Heute will sie ihre Leser „lieber aktivieren als deprimieren“.²⁴ Auch das Solutions Journalism Network betont, lösungsorientierte Geschichten „can make listeners feel powerful, less likely to tune out, and less apathetic or cynical about the problem“.²⁵

Empirische Belege für diese Behauptung finden sich in verschiedenen Studien. So wenden sich laut einer Befragung zu Themenverdrossenheit Rezipienten häufig dann von Medienthemen ab, wenn das „Thema [...] Probleme [beinhaltet], die sehr schwierig zu lösen sind“.²⁶ Ein Online-Experiment mit 710 englischsprachigen Erwachsenen, denen ein klassisch-negativer journalistischer Bericht und ein positiver vorgelegt wurden, zeigte, dass die klassische Story nachteilig auf das Befinden wirkte und dass wahrscheinlich mehrere positive Nachrichten nötig sind, um die emotionale Wirkung einer einzigen negativen auszugleichen.²⁷ Ein anderes

²³ Scheub (2015).

²⁴ Nach Krüger und Gassner (2014), S. 25. Ähnlich der Journalist Geseko von Lüpke in Fleck (2012), S. 89: „Wenn ich nur auf die Kloake schaue oder auf die Zerstörung schaue oder auf Leid und Verzweiflung schaue, dann brenne ich selber aus.“

²⁵ <http://solutionsjournalism.org/about/why-solutions-journalism/>

²⁶ Kuhlmann et al. (2014), S. 16.

²⁷ Gyldenstedt 2011.

Experiment mit 755 US-amerikanischen Erwachsenen, denen Artikel über drei soziale Probleme einmal ohne und einmal mit Lösungsansatz vorgelegt wurden, ergab, dass sich die Leser der lösungsorientierten Artikel „inspirierter“ und „optimistischer“ fühlten.²⁸

Mesoebene: Reichweitensteigerung von Medien

Vorteile und Chancen scheint Solutions Journalism auch für Medienunternehmen und ihre wirtschaftliche Prosperität zu bieten. So hat die taz mit drei lösungsorientierten Sonderausgaben 2009 und 2010 gute Erfahrungen gemacht: Zwei der drei Ausgaben verkauften sich am Kiosk fünf bis zehn Prozent über dem Durchschnitt, und die erste war sogar die meistverkaufte taz-Nummer des Jahres.²⁹ Auch die französische Tageszeitung Libération erreichte 2012 mit einer Sonderausgabe „Le Libé des solutions“, angeregt durch Sparknews-Gründer Christian de Boisredon, die höchste Verkaufszahl des Jahres.³⁰

Der Geschäftsführer des Solutions Journalism Network, David Bornstein, verweist auf Erfolge, welche die Regionalzeitung Deseret News in Utah infolge seiner Beratertätigkeit mit Solutions Journalism erzielt habe, und belegt dies mit einer selbst in Auftrag gegebenen Fallstudie: Demnach fanden lösungsorientierte Geschichten der Deseret News mehr Page Views auf der Zeitungswebsite und mehr Verbreitung auf Facebook und Twitter als problemzentrierte.³¹ Bestätigt wird dies von einer Studie, welche die Online-Verbreitung von Artikeln der New York Times untersuchte.³² Demnach fanden positive Artikel stärkere Verbreitung als negative. Jedoch war der Zusammenhang zwischen den hervorgerufenen Emotionen und dem Teilungsverhalten komplexer: Viral verbreiteten sich vor allem Inhalte, die starke emotionale Erregung auslösten, sowohl positive (wie Ehrfurcht) als auch negative (wie Wut oder Angst).

Schließlich ist für den Erfolg von Medien auch ihr Image unter Rezipienten wichtig. Hier fanden bereits vor 30 Jahren Haskins und Miller³³ einen positiven Zusammenhang zwischen „good news“ und Image. In einem Experiment variierten sie den Anteil negativer und positiver Meldungen in einer Zeitung und ließen die Versuchspersonen die Zeitung beurteilen. Resultat: Brachte eine Zeitung mehr

28 Curry und Hammond (2014), S. 2. Einschränkend muss bedacht werden, dass das Solutions Journalism Network als Lobbyorganisation diese Studie mitverantwortet hat; wünschenswert wäre weitere Forschung von unabhängiger Seite.

29 Krüger und Gassner (2014), S. 23.

30 Krüger und Gassner (2014), S. 22.

31 Noack et al. (2014), S. 8.

32 Berger und Milkman (2011).

33 Haskins und Miller (1984).

„good news“, bewerteten die Leser sie positiver und sahen sie als objektiver und nützlicher für die Gesellschaft an. Angesichts der gegenwärtigen Vertrauenskrise, die die Medien in Deutschland erleiden, und massiver Anschuldigungen vonseiten der Nutzer, die Berichterstattung sei nicht objektiv genug³⁴, scheint lösungsorientierter Journalismus also auch ein Weg zu sein, diesen Eindruck zu korrigieren. Das Experiment zeigte übrigens auch, dass mit höherem Good-News-Anteil die Bereitschaft der Probanden stieg, die Zeitung zu abonnieren.

Makroebene: gesellschaftlicher Fortschritt

Viele Akteure heben den gesellschaftlichen Nutzen von Solutions Journalism hervor. Durch gut recherchierte Berichte über gelingende – oder scheiternde – Projekte könnten andere lernen: „People must learn about credible examples of responses to problems in order to become empowered, discerning actors capable of shaping a better society.“³⁵ Harald Welzer, Direktor der Stiftung Futurzwei, sagt über seine dortige Sammlung von „Geschichten des Gelingens“³⁶: „Uns geht es, neudeutsch gesagt, um Porträts der ‘first mover’, oder auch einfach ganz altmodisch: um Vorbilder. Man kann’s ihnen nachmachen.“³⁷

Ähnliches sagt der Wissenschaftsjournalist Manfred Ronzheimer über die gesellschaftliche Bedeutung des Transformationsjournalismus: „So ist der Transformationsjournalist anstelle eines Lohnschreibers eines profitorientierten Medienkommerzsystems ein sozialer Dienstleister, ein publizistischer Change Agent für die Große Transformation.“³⁸ Der freie Journalist Geseko von Lüpke sieht seine Aufgabe darin, „als Sterbebegleiter für ein abgewirtschaftetes System zu dienen und als Geburtshelfer für eine neue Kultur“³⁹; sein Ziel ist es, „‘Inseln der Zukunft’ zu identifizieren“, die sich in der globalen Zivilgesellschaft gebildet haben, und miteinander zu vernetzen.⁴⁰

Dies sind die Begründungen von Akteuren der Szene, die noch theoretisch unterfüttert werden könnten. Es böte sich eine Theorie der sozialen Evolution an, wie sie Habermas in den 1970er-Jahren skizziert hat. Danach eilen individuelle Lernprozesse den gesellschaftlichen Entwicklungsschüben voraus, „so dass ge-

34 Etwa Infratest Dimap (2014).

35 <http://solutionsjournalism.org/about/why-solutions-journalism/>

36 <http://www.futurzwei.org>. Die dort porträtierten Vorbilder stehen meist in Verbindung mit der Postwachstumsbewegung, der es (bei aller Heterogenität der Positionen) um Ressourcenschonung, solidarische Ökonomie, Klimagerechtigkeit und Entschleunigung geht.

37 Grefe und Thadden (2012).

38 Ronzheimer (2013), S. 123.

39 Fleck (2012), S. 89.

40 Fleck (2012), S. 90.

sellschaftliche Systeme, sobald ihre strukturell beschränkte Steuerungskapazität durch unausweichliche Probleme überfordert wird, unter Umständen auf überschießende individuelle (...) Lernkapazitäten zurückgreifen können, um diese für die Institutionalisierung neuer Lernniveaus auszuschöpfen.“⁴¹

Zuerst lernt also eine Avantgarde von Individuen, dann lernt von ihnen die Gesellschaft („um ihre Steuerungskapazität auf ein neues Niveau zu bringen“⁴²). Offen ließ Habermas die Frage, wie sich das Wissen, die Ideen oder die Fertigkeiten jener Pioniere in der Gesellschaft verbreiten. In archaischen Kulturen sicherlich von Mund zu Mund bzw. durch Augenschein; in modernen Kulturen vermutlich vor allem medienvermittelt, zum Beispiel durch lösungsorientierten Journalismus.

■ Historische Entstehung und Protagonisten des Ansatzes

Robert Jungk als Pionier

Als erster Praktiker und Theoretiker des Solutions Journalism kann wohl der deutsche Zukunftsforscher und Publizist Robert Jungk (1913 – 1994) gelten, einer der wichtigsten Vordenker der globalen Umwelt- und Friedensbewegung und Erfinder der „Zukunftswerkstätten“. Kurz nach dem Zweiten Weltkrieg, im Jahr 1948, gründete er in New York einen Pressedienst namens Good News Bulletin, ein „in wenigen vervielfältigten Seiten einmal wöchentlich an Redaktionen und Universitäten verschicktes Konzentrat von guten Nachrichten“⁴³ in einer Auflage von 150 Exemplaren. Inhaltlich beleuchtete er vor allem die Arbeit der verschiedenen Unterorganisationen der gerade gegründeten UNO wie WHO, Unesco und Unicef, wobei er sich offenbar auf deren Öffentlichkeitsarbeit stützte.⁴⁴

Dem Projekt war keine lange Lebensdauer beschieden. Die mediale Resonanz war zwar positiv, doch die Suche nach Finanziers verlief ergebnislos. Als ihm der Tod seiner Mutter das Gemüt vorübergehend verdüsterte, gab Jungk auf. Jedoch: „‘Good News’ erschien von da an ohne meine Mitwirkung jede Woche im ‚Saturday Review‘. Der Anstoß war also doch nicht ganz vergeblich gewesen.“⁴⁵

41 Habermas (1976), S. 136.

42 Habermas (1976), S. 133.

43 Jungk (1993), S. 239.

44 Jungk (1993), S. 238 f.

45 Jungk (1993), S. 240.

Jungk setzte als Publizist weiter auf die Verbreitung guter Beispiele, mit Büchern wie „51 Modelle für die Zukunft – Katalog der Hoffnung“ (1990) oder „Delphin-Lösungen '93. Das Jahrbuch der kreativen Antworten“ (1993), wobei er sich auf das Archiv von Jakob von Uexküll stützte, dem Stifter des Alternativen Nobelpreises (Right Livelihood Award) und Initiator des World Future Council.⁴⁶ Auch der Redaktion der taz, die aus den sozialen Bewegungen der 1970er-Jahre heraus entstand, gab er auf den Weg, „die Berichterstattung über gelungene Projekte und positive Alternativen nicht [zu] vergessen“⁴⁷ – allerdings mit wenig Erfolg (vgl. nächsten Abschnitt).

Grundlegende Gedanken dazu legte er in einem Vortrag anlässlich der Ossietzky-Tage an der Universität Oldenburg 1988 dar. Dabei stellte er lösungsorientierten Journalismus in einen Zusammenhang mit investigativem:

„Ich meine, dass der im Geiste Ossietzkys geschulte, beharrlich widersprechende und immer neue geheimgehaltene Beweise für die geheimgehaltenen Absichten der Mächtigen enthüllende ‚investigative journalist‘ heute und morgen noch eine andere Aufgabe hat, die bisher nicht genügend wahrgenommen wurde, sich aber immer dringender stellt: Er oder sie [...] dürfen [sic!] nicht mehr nur in der Abwehr des Schlimmen und Bedrohlichen verharren, sondern sollten ihre Hellhörigkeit und Klarsicht auch jenen, oft erst leisen, oft noch kaum wahrnehmbaren Anfängen einer anderen Zivilisation zuwenden, die jetzt schon an vielen Stellen, nicht nur der Bundesrepublik, sondern in fast allen Ländern der Erde wahrnehmbar [sic!] sind.“⁴⁸

Er meinte damit „soziale Erfindungen und Experimente, die versuchen anders zu erziehen, anders zu arbeiten, anders zu leben, anders zu bauen, anders Energie zu erzeugen, anders zu informieren“, und lobte „die abweichende, die enthüllende, die neue Wege und Methoden beschreibende Presse – von den immer zahlreicheren alternativen Stadtzeitschriften bis hin zur Tageszeitung [gemeint ist die taz – UK]⁴⁹, denn: „Sie bringen neue Spurenelemente von Wahrheit, Hoffnung und Begeisterung in die oft dröge, vitaminlose Nahrung der von den Agenturen verbreiteten Nachrichten“⁵⁰.

46 Von Jungk ausgehend kann auch ein Entwicklungspfad der „Verbreitung guter Beispiele“ durch Bücher und Datenbanken, also abseits des aktualitätsfixierten Journalismus, gezeichnet werden. Hier wären als frühe Projekte neben Jakob von Uexkülls Right Livelihood Award die „Ideenbank“ des Norwegers Kjell Dahle zu nennen, gegründet in den frühen 1970er-Jahren, die „Encyclopedia of World Problems and Human Potential“, gestartet 1972 von Anthony Judge und James Wellesley-Wesley (bis heute weitergeführt u. a. als Online-Datenbank) und das Institute for Social Inventions, gegründet 1985 von Nicholas Albery (vgl. Benking 2013).

47 Scheub (2015).

48 Jungk (1990), S. 203 f..

49 Jungk (1990), S. 204.

50 Jungk (1990), S. 205.

Entwicklung seit den 1990er-Jahren

In der journalismustheoretischen Debatte wurde Lösungsorientierung im Zuge der Friedensjournalismus-Kontroverse in den 1990er- und 2000er-Jahren zum Thema.⁵¹ In dieser Zeit etablierte sich das Projekt „Peace Counts“ (gegründet 2002), das die Arbeit von zivilen Konfliktbearbeitern in Krisenregionen dokumentiert.

In den 1990er-Jahren beobachteten Medienjournalisten in den USA ein Boom von lösungsorientiertem Journalismus: Eine Vielzahl von regionalen und überregionalen Tageszeitungen und Magazinen wartete mit Artikelserien und Rubriken wie „Silver Bullets“ oder „What works“ auf, es wurden ein Agenturdienst und Zeitschriften wie Hope Magazine oder Yes! A Journal of Positive Futures gegründet.⁵² Vor allem die quartalsweise erscheinende Publikumszeitschrift Yes! hat sich erfolgreich entwickelt: Zwischen 1998 und 2013 stieg die Zahl der Abonnenten nach eigenen Angaben von 5.500 auf 40.000.⁵³ Für ein gehobeneres Publikum erscheint seit 2010 zweimonatlich das Solutions Journal, eine Mischung aus populärem und wissenschaftlichem Journal, dessen Artikel mit Peer-Review-Verfahren ausgewählt werden.

2012 gründete David Bornstein, der sich mit Recherchen über Mikrokredite und die Grameen-Bank des bangladeschischen Friedensnobelpreisträgers Muhammad Yunus einen Namen gemacht hatte, das Solutions Journalism Network als eine Lobbyorganisation, die Best-Practice-Beispiele dieses Genres sammelt und veröffentlicht, Recherchestipendien vergibt, Workshops und Vorträge anbietet und Curricula für Hochschulen erarbeitet. Bornstein ist auch Gründer des lösungsorientierten Newsportals dowser.org (inzwischen take part.com) und Ko-Autor des Blogs „Fixes“ der New York Times (seit 2010).

Dennoch handelt es sich in den USA um eine kleine Szene abseits der großen Medienhäuser. Dies gilt auch für Deutschland. In den großen Medien ist von Solutions Journalism wenig zu sehen, abgesehen von einigen Rubriken in Geo („Werkstatt Zukunft“) oder National Geographic („Das gute Beispiel“ und „Genial gedacht“) und dem Schaffen einiger Autoren der Zeit.⁵⁴ Die taz ist nur zeitweise Heimat für lösungsorientierten Journalismus geworden: Neben den drei erwähnten Schwerpunktausgaben 2009/2010 und einer Teilnahme am ersten, von Sparknews initiierten „Impact Journalism Day“ wurde im April 2013 eine wöchentliche Doppelseite namens „Fortschritt“ ins Leben gerufen, die aber innerredaktionell umstritten war⁵⁵ und nach anderthalb Jahren abgeschafft wurde. Abseits der etablierten Medien gründeten sich aber seit 2010 mehrere neue Zeitschriften, die auf

51 Etwa Hanitzsch (2007).

52 Benesh (1998).

53 Brunwasser (2013).

54 Elisabeth von Thadden, Christiane Grefe, Wolfgang Uchatius.

55 Krüger und Gassner (2014), S. 23.

lösungsorientierten Journalismus setzen, etwa das Wirtschaftsmagazin Enorm („Wirtschaft.Gemeinsam.Denken“) und Oya, ein genossenschaftlich getragenes „kulturkreatives Magazin über anderes Denken und anderes Leben“. Im Internet finden sich seit 2010 lösungsorientierte Newsportale wie visionews.net („Erfolgsgeschichten zu den Themen Frieden, Umwelt und Geschlechtergerechtigkeit aus aller Welt“, hrsg. von Ute Scheub), klimaretter.info („das Magazin zur Klima- und Energiewende“) und das von einer Stiftung getragene futurzwei.org mit seinen „Geschichten des Gelingens“, abgelegt im „Zukunftsarchiv“.

Akteure in anderen europäischen Ländern sind neben dem erwähnten Journalistenbüro Sparknews (Paris, gegründet 2011) und der Organisation Reporters d’Espoirs (gegründet 2003 ebenfalls von Christian de Boisredon) die Quartalszeitung Positive News aus Großbritannien („the world’s first positive newspaper“, gegründet 1993, die Auflage beträgt 50.000 Exemplare, es gibt Ableger in Spanien, Hongkong, Argentinien und den USA) sowie die Webportale noticiaspositivas.net (Spanien, seit 2002) und mutmacherei.net (Österreich, seit 2011).

Für analytische Unterscheidungen in dieser Vielfalt der Akteure und Publikationen fehlen bislang noch empirische Untersuchungen. Jedoch fällt eine Art Wasserscheide zwischen zwei ideologischen Fraktionen auf: auf der einen Seite Akteure, die aus sozialen Bewegungen bzw. einer links- oder grün-alternativen Szene kommen, in Deutschland häufig von Robert Jungk beeinflusst sind und Lösungsansätze vor allem in zivilgesellschaftlichen Graswurzel-Initiativen abseits von Eliten, Staaten und Konzernen suchen. Sie stellen die Systemfrage (zumindest bezüglich der Wirtschaftsordnung) und verstehen sich als aktive Mitgestalter eines mehr oder weniger zielgerichteten Wandels in Richtung Postwachstumsökonomie; sie nennen sich „Change Agent“, (Ronzheimer), „Sterbebegleiter für ein abgewirtschaftetes System“ (von Lüpke) oder „Geburtshelferin ökosozialer Innovationen“ (Scheub)⁵⁶. Eine Objektivitätsnorm für Journalisten weisen sie als realitätsfern oder unsinnig zurück;⁵⁷ ein anwaltschaftliches Verständnis der journalistischen Berufsrolle zugunsten ressourcenarmer, wenig sichtbarer Akteure und bestimmter politischer Ziele (im Sinne einer grundlegenden gesellschaftlich-wirtschaftlichen Transformation) ist zu erkennen.

⁵⁶ In Krüger und Gassner (2014), S. 25.

⁵⁷ Scheub in Krüger und Gassner (2014), S. 25; von Lüpke in Fleck (2012), S. 83.

Auf der anderen Seite stehen Journalisten wie David Bornstein und Christian de Boisredon, die sich keiner gesellschaftspolitischen Bewegung zuordnen lassen, das Objektivitätspostulat hochhalten und Lösungsjournalismus eher systemimmanent verstehen. Oft sind sie über die Beschäftigung mit sozialem Unternehmertum zum Thema gekommen – sowohl für Bornstein als auch für de Boisredon war die Mikrokredit-Bank von Muhammad Yunus das Schlüsselerlebnis – und lassen sich von Konzernen und Superreichen fördern.⁵⁸ Vernetzt sind einige dieser Akteure in der Organisation Ashoka („Heimat der Changemaker“), die sich die Förderung von Social Entrepreneurs auf die Fahnen geschrieben hat und unter anderem von der Unternehmensberatung McKinsey unterstützt wird. Christian de Boisredon und Michael Gleich sind Ashoka-Fellows, Keith Hammonds vom Solutions Journalism Network arbeitete zuvor für Ashoka und Ashoka unterstützte eine Tagung über Solutions Journalism in Kanada.⁵⁹

Somit könnte als Hypothese formuliert werden, dass sich das Akteursfeld in eine (systemimmanente) „Ashoka-Fraktion“ und eine (systemkritische) „Jungk-Fraktion“ untergliedern lässt. Dies wäre mit Befragungen der Akteure und Inhaltsanalysen ihres Outputs zu prüfen.

Kritische Reflexion: Risiken und Nachteile

Vorteile und Chancen des Genres wurden bereits beschrieben, doch ist es auch kritisch zu hinterfragen. Häufig wird bemängelt, Solutions Journalism habe eine natürliche Nähe zu Public Relations (PR) und Lobbying: „Dealing in solutions also tends to move the journalist from informer to advocate, which is tricky territory.“⁶⁰ Doch ist eine solche Nähe nicht zwingend, sondern hängt vom Rollenverständnis der ausführenden Journalisten und der Qualität ihrer Arbeit ab (siehe Abschnitt Journalistische Qualität und PR).

Die bislang schärfste Kritik an Solutions Journalism formulierte Kathrin Hartmann, freie Journalistin und Buchautorin, die selbst zum Thema Armutskämpfung durch Mikrokredite recherchierte und dazu eine sehr viel kritischere Haltung als Bornstein und de Boisredon entwickelt hat. Ihre These: Solutions Journalism tendiere dazu, die komplexen Ursachen sozialer Missstände zu ver-

58 Das Solutions Journalism Network lebt u. a. von Geldern der Bill & Melinda Gates Foundation und der Rockefeller Foundation, Sparknews wurde mithilfe des Wasserkonzerns Veolia Eau gegründet. Vgl. <http://solutionsjournalism.org/about/funding/> und <http://www.sparknews.com/en/about-us#partners> [28.01.2015].

59 <http://changemakershowcase.org/event/solutions-journalism/> [28.01.2015].

60 Stray (2012).

schleiern und sich zum Fürsprecher nur scheinbar guter Ideen und Lösungen zu machen. Vor allem das soziale Unternehmertum, mit dem gesellschaftliche Probleme unternehmerisch (d. h. durch Dienstleistungen, die bezahlt werden müssen) gelöst werden soll, sei lediglich eine „Privatisierung mit sozialem Anstrich“⁶¹, die fundamental hinterfragt werden müsse:

„Gesellschaftliche Änderungen sind nie durch ‚Lösungen‘ zustande gekommen, sondern durch Aufklärung, Diskurs, Protest und Widerstand. (...) Die Konzentration auf Lösungen folgt letztlich der neoliberalen Maxime ‚Anpacken statt Jammern‘ und macht Weltrettung zu einem Mosaik aus Erzählungen, die in der Summe nur den Anschein erwecken, es werde alles gut. Diese Antiaufklärung ist das Gegenteil von Journalismus.“⁶²

Im Folgenden wird Hartmanns Kritik in zwei Aspekte unterteilt und diskutiert.

Definition des Problems und seiner Ursachen

Lösungsorientierter Journalismus steht grundsätzlich vor erkenntnistheoretischen Problemen. Soziale Probleme (sei es Arbeitslosigkeit, Umweltverschmutzung oder Obdachlosigkeit) sind nicht objektiv gegeben; ihre Abgrenzung aus komplexen Geschehenszusammenhängen ist eine Frage der Interpretation. Menschen „erkennen“ und definieren Probleme, wobei sie von ihren jeweiligen Werten und Einstellungen, Grundannahmen, Erfahrungen und Interessen beeinflusst sind. Soziale Probleme sind also das Ergebnis von Aushandlungsprozessen in der Gesellschaft. Und da die so definierten Probleme bzw. Problemkomplexe nie nur eine einzige Ursache haben, sondern multikausal sind, können auch Lösungsansätze nicht unstrittig sein.⁶³ Rosen (2012) formuliert es so: „It is hard to say what the problem is, to define it clearly or to tell where it stops and starts. There is no ‘right’ way to view the problem, no definitive formulation. The way it’s framed⁶⁴ will change what the solution appears to be.“

61 Hartmann (2014), S. 26.

62 Hartmann (2014), S. 27.

63 Stray (2012).

64 Das Konzept „Frames“ ist hier tatsächlich hilfreich für das Verständnis. Denn Frames (kognitive Rahmen) sind Deutungsmuster, mit denen Menschen einen bestimmten Ausschnitt aus der unübersichtlichen Realität fokussieren und damit Komplexität reduzieren. Frames bestehen laut der klassischen Definition von Entman (1993) aus vier Frame-Elementen: Problemdefinition, Ursachenzuschreibung, Lösungsvorschlag und Bewertung (vgl. auch Matthes (2013)). Will heißen: Je nachdem, was ich als Problem definiere und welche Ursachen und Verantwortlichkeiten ich annehme, so wird auch mein Lösungsvorschlag bzw. meine Handlungsempfehlung ausfallen.

Hier ist ein Teil von Hartmanns Kritik angesiedelt. Je enger ein Thema gerahmt wird und je weniger Ursachen für ein Problem angenommen werden, desto leichter fällt es, eine Idee oder eine Initiative als Lösung darzustellen. Hartmann⁶⁵ nennt als Negativbeispiel eine Geschichte über das vom Getränkekonzern Pepsi-Co geförderte Projekt water.org, das Menschen in armen Ländern via Mikrokredit dazu bringen will, in ihre Wasserversorgung und in sanitäre Anlagen zu investieren – eine Kapitalismus-immanente Lösung, die die Privatisierung von Wasser fördert und das von allen UN-Mitgliedsstaaten anerkannte (somit staatlich zu garantierende) Menschenrecht auf sauberes Trinkwasser und Sanitärversorgung negiert. Generell fällt auf der Website des Solutions Journalism Network die große Zahl der als Best-Practice-Beispiele dargestellten Artikel auf, die Projekte zur Verringerung der Folgewirkungen von Armut beleuchten (etwa: Wie eine Non-Profit-Organisation Jugendlichen aus armen Familien dabei hilft, sich für das College zu bewerben)⁶⁶, ohne jedoch das Armutsproblem selbst als politische Aufgabe zu adressieren. Impliziert wird, dass es in der Verantwortung des Einzelnen liegt, der Armut zu entrinnen.

Ein solcher Lösungsjournalismus steht, so könnte man es mit Downs⁶⁷ formulieren, in „the great American tradition of optimistically viewing most obstacles to social progress is external to the structure of society itself. The implication is that every obstacle can be eliminated and every problem solved without any fundamental reordering of society itself, if only we devote sufficient effort to it“ (Hervorh. i. Orig.). Letztlich geht es bei Hartmanns Kritik um die Frage, ob Lösungsjournalismus systemische Ursachen für Probleme ausblendet, sich somit systemkritischen Lösungsvorschlägen verschließt und ein bloßes (systemimmanentes) Herumdoktern an Symptomen als Lösungen darstellt.

Journalistische Qualität und die Grenze zur PR

Einen zweiten Aspekt von Hartmanns Kritik kann man unter dem Begriff der „journalistischen Qualität“ und der Abgrenzung zu PR fassen.

Qualität im Journalismus wurde von einer Reihe von Kommunikationswissenschaftlern unterschiedlich definiert.⁶⁸ Mit dem integrativen Ansatz von Arnold⁶⁹ hat sich inzwischen ein Katalog von Qualitätskriterien etabliert, darunter Vielfalt, Ausgewogenheit, Relevanz, Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Recherche, Kritik und Neutralität. Das Solutions Journalism Network betont, dass es nicht

65 Hartmann (2014), S. 27.

66 <http://solutionsjournalism.org/examples/> [28.01.2015].

67 Downs (1972), S. 39.

68 Überblick bei Beck et al. (2010), S. 16 ff.

69 Arnold (2009).

darum gehe, für Akteure und deren Lösungsansätze zu werben (als Helden, Wunderwaffen oder Königswege); wichtig seien unparteiliche, harte Recherche, Quellenvielfalt, Evidenz und Daten.

Hartmann⁷⁰ führt als Negativbeispiel Bornsteins Umgang mit Muhammad Yunus und Mikrokrediten an und kritisiert, es gebe „bis heute keine einzige seriöse Studie, die die armutsreduzierende Wirkung belegt“, dafür viele Mikrokredit-Opfer, die noch tiefer in die Armut gerutscht sind. Bornstein erwähne kritische Studien „höchstens beiläufig“.

Hier kann nicht entschieden werden, wie das Thema Mikrokredite zu bewerten ist, wohl aber, dass Hartmanns Kritik nicht das Genre Solutions Journalism als solches delegitimiert bzw. diskreditiert, sondern sich auf der Ebene „Qualität von Lösungsjournalismus“ behandeln lässt. Denn eine unvoreingenommene Recherche über Mikrokredite als Lösungsansatz für das Problem Armut müsste kritische Studien angemessen einbeziehen; falls Mikrokredite überwiegend schädliche Wirkungen auf die Kreditnehmer haben, müsste dies schonungslos dargestellt werden. Es wäre dann keine „good news“, aber aufklärender Lösungsjournalismus, und die nächste Generation von Armutsbekämpfern könnte die Ergebnisse berücksichtigen. Idealerweise käme man im Zuge dieses Prozesses – Akteure versuchen, ein Problem zu lösen, und werden von kritischen Lösungsjournalisten begleitet – auch eventuellen systemischen Ursachen des jeweiligen Problems auf den Grund (die dann vielleicht tatsächlich nur mit Protest und Widerstand zu überwinden sind).

Was aber, wenn es zu Projekten oder Innovationen keine Kritiker oder Studien gibt? Reiner Metzger, Vize-Chefredakteur der taz, sieht dieses Problem: „Da fährt der Journalist nach Afghanistan zu dem Minenräumer, und alle finden das Projekt super. Es gibt keinen Test, wie viel Prozent der Minen der räumt.“⁷¹ „Und wie soll man Vereine in die Mangel nehmen, die in kleineren Gemeinden Dorfzentren und -läden betreiben, wo sich die Leute auch in Zeiten von Supermärkten und verstreutem Arbeiten noch treffen?“⁷² Eine Antwort darauf wäre, sich länger als üblich mit einem Projekt zu beschäftigen und seine Akteure und Betroffenen über längere Zeit zu begleiten. Solche Langzeit-Dokumentationen bringen dann echten Gewinn für den Rezipienten, weil sie die Wirkungsweise eines Lösungsansatzes besser erfassen können und sich unabhängiger von den Aussagen interessierter und involvierter Akteure machen.⁷³

70 Hartmann (2014), S. 27.

71 Nach Krüger und Gassner (2014), S. 25.

72 Metzger (2014).

73 Herausragende Beispiele für solche lösungsorientierten Langzeit-Dokumentationen sind für das Problemfeld „Integration an Schulen in sozial benachteiligten Stadtvierteln“ ein Zeit-Dossier über ein Mädchen aus Berlin-Kreuzberg, dessen gut situierte Eltern es aus Überzeugung auf die staatliche Schule im Viertel schickten (Wahba 2014), ein Dokumentarfilm des MDR

Fazit

„Wo aber Gefahr ist, wächst das Rettende auch“, heißt es bei Hölderlin⁷⁴ – und wo Dauerkrisen sind, wächst zumindest die Sehnsucht vieler Journalisten und Rezipienten nach Problemlösung, vielleicht sogar Erlösung durch Journalismus. Es mag bezeichnend sein, dass nach der weltpolitischen Zeitenwende 1989/90 erstmals der Terminus „Solutions Journalism“ auftauchte⁷⁵ und sich nun, wo Finanz- und Eurokrise, Syrien- und Ukraine-Krise, Flüchtlingskatastrophe, Terrorismus, Klimawandel und Bodenzerstörung entmutigende Dauerbegleiter geworden sind, immer mehr Journalisten und Medien – wenn auch vor allem abseits der großen Verlagshäuser und Sendeanstalten – für eine Erweiterung des Blicks in Richtung einer besseren Zukunft interessieren.

Offenbar gibt es eine Wasserscheide zwischen zwei Fraktionen im Solutions Journalism: den Akteuren aus sozialen Bewegungen, die grundlegende Veränderungen im Gesellschafts- und Wirtschaftssystem für nötig halten, entsprechende Graswurzel-Initiativen fördern wollen und der klassischen journalistischen Ideologie der Objektivität entsagt haben; und den Freunden des sozialen Unternehmertums, die keine grundsätzliche Kapitalismuskritik anbringen und keine Berührungspunkte mit Staaten oder Konzernen als Lösungsanbietern oder Sponsoren haben. Diese vorläufige Klassifizierung wäre empirisch zu überprüfen, zu korrigieren und zu ergänzen.

Lösungsorientierter Journalismus muss nichts mit „good news“ zu tun haben – eine harte Recherche über die Wirkung bestimmter Lösungsansätze und Programme kann zu einem äußerst negativen Ergebnis kommen und gerade dann gesellschaftlich sehr viel nützlicher sein als eine PR-lastige Story, die nicht so genau hinschaut und vor allem ein kurzfristiges Wellnessgefühl beim Rezipienten erzeugen will. So ist über den gegenwärtig vielerorts zu beobachtenden Mix aus Solutions Journalism und „good news“ eine Qualitätsdiskussion zu führen, um gesellschaftlich wertvollen Lösungsjournalismus von irreführender und antiaufklärerischer Wellness-Berichterstattung zu scheiden. Sicher ginge es heute auch nicht mehr an, wie Robert Jungk die PR von UN-Hilfsorganisationen ungeprüft zu verbreiten, denn auch diese haben mittlerweile starke Eigeninteressen auf ihren jeweiligen „Märkten“.⁷⁶

über eine Leipziger Grundschule mit hohem Migrantenanteil und eine Judo-AG, mit der Frust und Aggressionen kanalisiert werden sollten (Berthold (2013)). Die Autoren begleiteten die Akteure jeweils ein Jahr lang und stellen differenziert ihre Erfolge und Misserfolge dar.

74 <http://gutenberg.spiegel.de/buch/friedrich-h-262/132>

75 Bei Benesch (1998).

76 Vgl. Mükke (2003).

Sinnvoll wäre sicher ein Ethik-Kodex für lösungsorientierte Journalisten. Aufbauen könnte dieser auf der Initiative „Medien-Doktor Umwelt“ der Technischen Universität Dortmund (Lehrstuhl für Wissenschaftsjournalismus von Holger Wormer), die Kriterien für guten Umweltjournalismus aufgestellt hat. Dort heißt es treffend: „Der Beitrag darf keine Scheinlösungen propagieren, die nicht wirksam zur Beseitigung oder Vermeidung von Umweltproblemen beitragen, sondern mehr der Werbung als der Umwelt dienen.“⁷⁷

Für wertvolle Hinweise zum Manuskript danke ich Dr. Ute Scheub und Prof. Dr. Markus Beiler.

Nachtrag: Im Sommer 2015 kam es im Zuge der Veröffentlichung der deutschen Übersetzung des Buches „Constructive News“ von Ulrik Haagerup zu einer brancheninternen Debatte über das Thema, und große Medien wie Spiegel Online und ZDF heute versuchten sich an diesem Genre. Dies konnte aufgrund des Redaktionsschlusses für diesen Beitrag nicht berücksichtigt werden.

Quellen

Arnold, K. (2009): Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum, Konstanz.

Beck, K.; Reineck, D.; Schubert, C. (2010): Journalistische Qualität in der Wirtschaftskrise. Eine Studie im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes, Konstanz.

Benesch, S. (1998): The rise of solutions journalism, in: Columbia Journalism Review, o. Jg., Heft March/April, S. 36-39, <http://www.sequilibre.com/herramientas/CJR%20-%20The%20Rise%20of%20Solutions%20Journalism,%20by%20Susan%20Benesh.htm> [28.01.2015].

Benking, H. (2013): The origin of spreading good examples, http://benking.de/futures/Origins_Spreading_GoodExamples-new-May-2013.html [16.06.2015].

Berger, J.; Milkman, K.L. (2012): What makes online content viral?, in: Journal of Marketing Research, Jg. 49, Heft 2, S. 192-205.

Berthold, A. (2013): Kleine Kämpfer – Judo statt Randalen. Dokumentarfilm, 28 min., Erstaussstrahlung in Das Erste am 01.09.2013 um 17.30 Uhr.

Brunwasser, J. (2013): YES! Magazine's solutions-oriented journalism wins top media award. Interview with Fran Korten. 22.08.2013, <http://www.Opednews.com/articles/1/YES-Magazine-s-Solutions-by-Joan-Brunwasser-130822-321.html> [28.01.2015].

Curry, A.L.; Hammons, K.H. (o.J.): The Power of solutions journalism. Engaging News Project and Solutions Journalism Network. http://engagingnewsproject.org/enp_2014/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf [23.01.2015].

Downs, A. (1972): Up and down with ecology – the “issue-attention cycle”, in: Public Interest, Jg. 28 (Summer), 38-50.

Eickelkamp, A. (2011): Der Nutzwertjournalismus. Herkunft, Funktionalität und Praxis eines Journalismustyps, Köln.

Entman, R. (1993): Framing. Toward clarification of a fractured paradigm, in: Journal of Communication, Jg. 43, Heft 4, S. 51-58.

Fleck, D.C. (2012): Die vierte Macht. Spitzenjournalisten zu ihrer Verantwortung in Krisenzeiten, Hamburg.

Galtung, J. (1998): Friedensjournalismus: Was, warum, wer, wie, wann, wo?, in: Kempf, W.; Schmidt-Regener, I. (Hrsg.): Krieg, Nationalismus, Rassismus und die Medien, Münster, S. 3-20.

Galtung, J.; Ruge, M.H. (1965): The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crisis in four Norwegian newspapers, in: Journal of Peace Research, Jg. 2, Heft 1, S. 64-91.

Grefe, C.; Thadden, E. von (2012): Stiftung Futurzwei: Wir sind nicht nett, in: Die Zeit Nr. 4 vom 20.01.2012, <http://www.zeit.de/2012/04/Harald-Welzer> [28.01.2015].

Gyldensted, C. (2011): Innovating news journalism through positive psychology. University of Pennsylvania Scholarly Commons. http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1024&context=mapp_capstone [28.01.2015].

Haagerup, U. (2014): Constructive news. Why negativity destroys the media and democracy – and how to improve journalism of tomorrow. Rapperswil.

Habermas, J. (1976): Zur Rekonstruktion des Historischen Materialismus, Frankfurt am Main.

Hanitzsch, T. (2007): Situating peace journalism in journalism studies: A critical appraisal, in: Conflict and Communication Online, Jg. 6, Heft 2, http://www.cco.regener-online.de/2007_2/pdf/hanitzsch.pdf [28.01.2015].

Hartmann, K. (2014): Erlösungsjournalismus, in: Message, Heft 1, S. 26f., <http://www.message-online.com/archiv/message-1-2014/leseproben/erloesungsjournalismus/>.

Haskins, J.B.; Miller, M.M. (1984): The Effects of Bad News and Good News on a Newspaper's Image, in: Journalism Quarterly, Jg. 61, Heft 1, S. 3-13.

Infratest Dimap (2014): Vertrauen in Medien-Berichterstattung über den Ukraine-Konflikt. Eine Umfrage im Auftrag des NDR-Medienmagazins Zapp, Dezember 2014. <http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/infratest100.pdf> [30.07.2015].

Jungk, R. (1993): Trotzdem. Mein Leben für die Zukunft, München.

Jungk, R. (1990): Zukunft zwischen Angst und Hoffnung. Ein Pädoyer für die politische Phantasie, München.

Krüger, U.; Gassner, N. (2014): Abschied von den Bad News, in: Message, o.Jg., Heft 1, S. 20-25. <http://www.message-online.com/wp-content/uploads/SoJ.pdf>.

Kuhlmann, C.; Schumann, C.; Wolling, J. (2014): „Ich will davon nichts mehr sehen und hören!“ Exploration des Phänomens Themenverdrossenheit, in: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jg. 62, Heft 1, S. 5-24.

LaRoche, W. von; Hooffacker, G.; Meier, K. (2013): Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland, Österreich, Schweiz. 19., neu bearb. Auflage, Wiesbaden.

Metzger, R. (2014): In eigener Sache, in: taz vom 4./5.10.2014, S. 12.

Mükke, L. (2003): Der inszenierte Hunger, in: Die Zeit, Nr. 17 vom 16.04.2003, S. 13-16.

Noack, M.; Orth, J.; Owen, B.; Rennick, S. (2013): A transformational journey. Adopting solutions journalism at Utah's Deseret News. Solutions Journalism Network. <http://solutionsjournalism.org/wp-content/uploads/2013/11/Deseret-News-Case-Study.pdf> [28.01.2015].

Prinzing, M. (2010): The project Peace Counts – a promoter of real change or mere idealism? In: Keeble, R.; Tulloch, J.; Zollmann, F. (Hrsg.): Journalism, War and Conflict Resolution. Oxford, S. 257-269.

Ronzheimer, M. (2013): Vom Nullthema in den Mainstream. Die Rolle der Medien in der Transformation, in: Politische Ökologie, Jg. 31, Heft 133 („Baustelle Zukunft. Die Große Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft“), S. 118-123.

Rosen, J. (2012): Covering Wicked Problems. Keynote address to the 2nd UK Conference of Science Journalists, June 25, at The Royal Society, London. <http://pressthink.org/2012/06/covering-wicked-problems/> [28.01.2015].

Stack, M. (2008): Media and Schools, in: Mathison, S.; Ross, E.W. (Hrsg.): Battleground: Schools. Vol. 1: A-K., Westport, S. 400-406.

Scheub, U. (2015): Hoffnung machen! Wir brauchen gute Nachrichten und ermutigenden Journalismus – das habe ich von Robert Jungk gelernt. Manuskript für einen noch unveröffentlichten Sammelband zum 100. Geburtstag von Robert Jungk, hrsg. von: R. Kreibich und M. Ronzheimer.

Schulz, W. (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung, Freiburg und München.

Staab, J.F. (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt, Freiburg und München.

Stray, J. (2012): The hard part of solution journalism is agreeing on the problems. Blogeintrag vom 15.05., <http://jonathanstray.com/the-hard-part-of-solution-journalism-is-agreeing-on-the-problems> [28.01.2015].

Wahba, A. (2014): Was soll Anouk lernen?, in: Die Zeit, Nr. 30 vom 17.07.2014, S. 11-13.

Über den Autor



Uwe Krüger, wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Abteilung Journalistik der Universität Leipzig seit Oktober 2012. Vorher dort Studium der Diplom-Journalistik und Politikwissenschaft; Auslandsaufenthalte als DAAD-Stipendiat in Rostow am Don, freiberufliche Tätigkeiten als Journalist, Sozialwissenschaftler und PR-Texter. Später wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Praktische Journalismusforschung sowie Redakteur und Autor des Journalismus-Fachmagazins „Message“. Promotion zum Thema „Netzwerke deutscher Journalismus-Eliten in Politik und Wirtschaft“. Schwerpunkte in der Lehre: Methodisches Recherchieren und Print.

Thema und Story  Journalistische Genres



Solutions Journalism

Uwe Krüger