

Journalistische Genres

Idealismus, Realität und neue Normen

Journalisten selektieren die relevanten Themen, recherchieren und informieren die Rezipienten objektiv und wahrheitsgemäß. So zumindest lautet der häufig zu hörende Anspruch. Doch *ist* Journalismus stets so – und *sollte* er so sein?

Unter dem Begriff „journalistische Genres“ („journalistic genres“) werden im angelsächsischen Sprachraum zahlreiche unterschiedliche methodisch-konzeptionelle Herangehensweisen an die journalistische Arbeit verstanden. Der Begriff ist in Deutschland vergleichsweise unbekannt¹ und nur wenige der diskutierten Genres haben bislang Eingang in die deutschsprachige Publizistik und in die deutschsprachigen Medien gefunden.

Noch einmal: Journalisten selektieren die relevanten Themen, recherchieren und informieren die Rezipienten objektiv und wahrheitsgemäß. In diesem Satz stecken mehrere Annahmen, die in dieser Strenge kaum haltbar sind:

- Wie *objektiv* kann ein von Subjekten betriebener Journalismus grundsätzlich sein? Wenn zwei Journalisten an der gleichen Geschichte arbeiten, kommen sie stets auch zu denselben Ergebnissen und Darstellungen? In der empirischen Sozialforschung nennt man dieses Gütekriterium Objektivität. Tritt die Meinung des Journalisten stets völlig in den Hintergrund, ohne dass normative Wertvorstellungen den Sachverhalt filtern und einfärben? Handelt es sich um reine Information? Man muss

¹ Im Deutschen wird der Begriff des journalistischen Genres bisweilen mit dem der journalistischen Darstellungsform gleichgesetzt (vgl. etwa Bespalowa et al. 2010). Auch in der Publizistik der DDR fand sich der Begriff (vgl. Sektion Journalistik der Karl-Marx-Universität 1981), wo er in der Unterscheidung von Darstellungsform und Arbeitsfeld verwendet wurde. Hiervon ist der hier verwendete Genre-Begriff abzugrenzen.

nicht gleich von Manipulation sprechen, doch durch die Medienberichterstattung ausgelöste Framing- und Priming-Effekte bei den Rezipienten sind der Medienwirkungsforschung bekannt und nicht zu leugnen.

- Ist es überhaupt möglich, immer die ganze *Wahrheit* herauszufinden und darzustellen? Immer, wenn Menschen handeln, agieren sie mit einer Agenda, die seitens der Berichterstattung nicht unbedingt offen gelegt werden kann – sei es, weil die wahren Absichten nicht ausgesprochen oder dem Handelnden selbst gar nicht bewusst sind. Selbst wenn es nicht um Handlungsmotive, sondern menschenunabhängige Fakten geht: Können wir alles herausfinden, was wir wissen wollen? Die Mühen der Wissenschaften zeigen, dass Erkenntnis selbst mit hohem methodischen Aufwand (den ein Journalist mangels Ressourcen nicht leisten könnte) oft schwer zu erlangen ist.
- Was ist relevant? Oder genauer gefragt: Wer entscheidet, was *relevant* ist? Die Agenda-Setting- und Gatekeeper-Effekte im Journalismus wurden in der Publizistik umfassend diskutiert. Unter allen Ereignissen in der Welt muss der Journalismus zwangsläufig höchst selektiv diejenigen Themen auswählen, die zum Gegenstand der Berichterstattung werden. Diese Entscheidung ist objektiv kaum möglich.

Allein die Diskussion dieser drei Ansprüche zeigt, dass der idealtypische, lehrbuchmäßige Journalismus eben genau dies ist: ein Ideal. Ideale sind grundsätzlich nichts Schlechtes – im Gegenteil: Sie zeigen uns als Leitstern an, wohin wir streben sollten. Die drei genannten Ansprüche (und man könnte sicher weitere nennen) sind gut. Sie formulieren, was der Leser, Hörer oder Zuschauer vom Journalismus erwarten darf.

Dennoch kann man sich vor diesem Hintergrund zwei Fragen stellen:

1. Wie sehr wird der tatsächlich praktizierte Journalismus diesem Ideal gerecht? Beziehungsweise: Wie lässt sich der reale Journalismus beschreiben? (**deskriptiv-kritische Frage**)
2. Sollte Journalismus weiterhin nach dem bestehenden Ideal praktiziert werden oder können andere, neue Ideale formuliert werden? (**normative Frage**)

Das vorliegende Buch setzt sich mit den unterschiedlichen journalistischen Genres auseinander und möchte diese damit in die deutschsprachige Diskussion einführen bzw. die Diskussion der hier bereits stärker vertretenen anregen. In den Beiträgen dieses Bandes werden die Genres jeweils porträ-

tiert: Was ist die grundlegende Idee des jeweiligen Genres? Worin unterscheidet es sich vom „regulären“ Journalismus? Vor welchem Begründungszusammenhang wurde der Ansatz formuliert und wie hat er sich historisch entwickelt? Weshalb sollte nach genreimmanenter Argumentation Journalismus auf diese Weise betrieben werden? Welche Chancen und Vorteile sind damit verbunden? Welche Risiken und Nachteile sind festzustellen?

Das Ziel dieses Einführungsbeitrags ist, die vorgefundenen Genres systematisch zu ordnen. Dies ist nicht immer überschneidungsfrei möglich. Ein erster Schritt zur Ordnung ist getan, wenn einem klar wird, dass einige Genres teilweise von der *deskriptiven*, teilweise von der *normativen* Frage ausgehen.

Deskriptiv-kritische Genres beschreiben nicht nur, wie Journalismus von einigen Journalisten oder Medienhäusern betrieben *wird*, sondern sie wollen vor allem eines: Die vorgefundenen Missstände, also die negativen Abweichungen vom Idealzustand, offenlegen und kritisieren, um dazu aufzurufen, zu diesem Ideal zurückzukehren.

Beispiele hierfür sind der in diesem Band nicht behandelte *Bandwagon Journalism* (Mitläuferjournalismus²), bei dem Journalisten der Berichterstattung ihrer Kollegen folgen und diese mehr oder weniger inhaltlich übernehmen (um nicht gleich vom Plagiat zu sprechen), der *Churnalism*, der sich durch ein Weglassen der Recherche aus Bequemlichkeit auszeichnet und stattdessen vorhandene Nachrichten „aufschäumt“, der *Checkbook Journalism* (Scheckbuchjournalismus) der seine Informanten bezahlt (meist mit dem Ziel der Exklusivstory), der *Embedded Journalism* (Eingebetteter Journalismus), also jene Kriegsberichterstattung, die unter militärischem Schutz stattfindet und damit die Gefahr fehlender Objektivität in sich birgt, oder der *Tabloid Journalism* (Boulevardjournalismus), der eine unterhaltende, teils sensationelle, verkaufsfördernde Darstellung wählt und damit als unseriös gilt. Unter dem Strich scheinen überwiegend ökonomische Argumente (Kostensenkung oder Umsatzsteigerung) zu diesen unerfreulichen Entwicklungen beizutragen.

Normative Genres formulieren die Genres als gesellschaftspolitische Forderung, wie Journalismus betrieben werden *sollte*. Bewegt man sich im politischen Feld, hat man es stets mit Meinungen zu tun, die in der Regel folglich nicht klar richtig oder falsch sein können. Es handelt sich um Ansichten, wie Journalismus betrieben werden sollte. Ob man dem zustimmen kann oder es

² Da die meisten journalistischen Genres im deutschsprachigen Raum noch nicht gängig sind (vgl. Fn. 1), existieren für viele entsprechend noch keine etablierten Übersetzungen. Die hier genannten sind als Vorschläge zu betrachten. Daher werden im vorliegenden Band überwiegend noch die englischsprachigen Bezeichnungen verwendet.

ablehnt, ist eine Entscheidung des einzelnen Journalisten oder Medienhauses. Es ist nicht erforderlich und auch nicht unbedingt wünschenswert, dass *alle* Journalisten nach einem neuen Genre arbeiten.

Dies zeigt ein interessantes Potenzial einer neuen Pluralität und kann eine Brücke in die journalistische Praxis schlagen: Bislang unbewusst, nur sporadisch oder gar nicht genutzte journalistische Genres können die Medienlandschaft vielseitiger, die Rezeption von (Print-) Medien vor dem Hintergrund der noch immer nicht gelösten, internetinduzierten Medienkrise attraktiver machen und so zu einer erhöhten Mediennutzung beitragen.

Anders ausgedrückt: Der traditionelle Journalismus ist von Anforderungen und Annahmen geprägt, die ihn in ein recht enges Korsett zwingen. Die normativen journalistischen Genres – und dies sind die meisten im vorliegenden Werk – stellen einige der präskriptiven Kriterien des traditionellen Journalismus nicht nur infrage, sondern substituieren sie durch neue. Dies ist ein kreativer Akt, vielleicht sogar ein Akt der schöpferischen Zerstörung im Schumpeterschen Sinne. In einer Zeit, in der der traditionelle Journalismus in der Krise steckt, ist das Ausprobieren neuer Zugänge zu journalistischem Arbeiten, ist die Grenzüberschreitung geradezu ein Imperativ.

Für die feinere Systematisierung der Genres sind zahlreiche Zugänge denkbar. Der hier vorgelegte Vorschlag orientiert sich grob am journalistischen Arbeitsprozess: Themenfindung – Recherche – Schreiben/Darstellen.³

Thema und Story

Woher kommt die Story? Von einer Meldung einer Nachrichtenagentur, einer Pressemitteilung oder einem anderen *externen* Stimulus? Journalisten können auch selbst Themen setzen. Agenda Setting ist ein zentrales Thema in Politik- und Publizistikwissenschaft – doch werden Themen tatsächlich recht selten von Journalisten selbst gesetzt.

³ In den Genreblöcken sind die einzelnen Genres alphabetisch sortiert. Dort, wo es sich thematisch anbietet, wird diese Reihenfolge durchbrochen. Ein Sonderfall ist der *Non-profit Journalism* bzw. Nonprofit-Journalismus, der sich nicht im journalistischen Arbeitsprozess verorten lässt. Er kann die Form des traditionellen Journalismus annehmen oder die Ideen eines oder mehrerer Genres aufgreifen. Entscheidend ist hier nur, dass das Medium nicht gewinnorientiert arbeitet, sich also nicht durch Werbung und Auflagenverkauf finanziert, sondern beispielsweise über Crowdfunding oder Spenden.

Als Prototyp eines Genres, das dies infrage stellt, kann der *Advocacy Journalism* (Fürsprachejournalismus) gesehen werden. Im Deutschen gern mit „anwaltlicher Journalismus“ übersetzt, sollte er jedoch nicht nur in dem Sinn verstanden werden, die Probleme und Sorgen des „kleinen Mannes“ publik zu machen, sondern generell als Betonung von Themen, deren Wichtigkeit unterstrichen und auf die die öffentliche Aufmerksamkeit gerichtet werden sollte. Insofern ist dieser Zugang intentional, parteiisch, normativ und eben nicht neutral. Doch: Wenn sich Politiker und PR-Agenturen für Themen stark machen dürfen – warum sollen es Journalisten nicht dürfen?

Der *Commemorative Journalism* (Gedenkjournalismus) wirft eine andere zentrale Annahme des traditionellen Journalismus über Bord, dass nämlich ausschließlich aktuelle Ereignisse Gegenstand der Berichterstattung sein dürfen. Er setzt dem das Ziel der historischen Bildung entgegen, indem er etwa sich jährende wichtige Ereignisse aufgreift und diese neu oder vor dem Hintergrund unseres heutigen Wissens und unserer heutigen Situation interpretiert.

Der *Peace Journalism* (Friedensjournalismus) hat den Frieden als Ziel und ist insofern eine spezifische Form des *Advocacy Journalism*. Er ist damit ein Vertreter mehrerer Genres, die sich der reinen Problemzentrierung des Journalismus entgegenstellen. Journalismus soll Probleme thematisieren. Aber er könnte auch Probleme verhindern, bevor sie überhaupt entstehen bzw. zu groß und unbeherrschbar werden, wie es der *Preventive Journalism* (Präventivjournalismus) versucht. (Somit ist der *Peace Journalism* gleichzeitig eine spezifische Form des *Preventive Journalism*, wenn noch kein Krieg herrscht). Journalismus könnte auch Lösungen vorschlagen, statt in der reinen Problembeschreibung hängen zu bleiben. Dies hat sich der *Solutions Journalism* (Lösungsorientierter Journalismus) auf die Agenda gesetzt hat.

Der *Enterprise Journalism* (Unternehmerischer Journalismus⁴) betrachtet Journalismus als „Unternehmung“, als Vorhaben – wie man eine Reise unternimmt. Er konzentriert sich auf eine eigene Themensetzung und geht diese von Anfang bis Ende an, bis die gewünschte Erkenntnis vorliegt und das fertige journalistische Produkt (vielleicht sogar ein Buch) publiziert wird. Insofern ist die Einordnung nur bei der Themenfindung sicherlich zu eng.

Der *Innovation Journalism* (Innovationsjournalismus) ist nicht unbedingt nur als Fachjournalismus und damit als Subgenre des Technikjournalismus zu verstehen, sondern auch als spezifischer *Advocacy Journalism*, der zugleich den Wert von Innovation als gesellschaftlichem Fortschrittstreiber betont.

⁴ Heck schlägt in seinem Beitrag in diesem Band die Übersetzungen „unternehmungslustiger“ oder „wagemutiger Journalismus“ vor.

Positive Journalism (Positiver Journalismus) – diesem Thema haben wir sogar ein eigenes Buch gewidmet⁵ – hebt den Negativitätsbias des Journalismus (die Annahme, nur „bad news“ seien „good news“) auf und beschäftigt sich mit positiven Themen oder stellt negative Themen konstruktiv (z. B. lösungsorientiert) dar.

Public bzw. Civic Journalism (Bürgerschaftlicher Journalismus⁶) möchte die Gesellschaft stärker politisieren bzw. demokratisieren und ist insofern auch eine spezifische Form des Advocacy Journalism. In Zeiten zunehmender Politikverdrossenheit und rückläufiger Wählerbeteiligung ist es offensichtlich nicht nur wichtig, über konkrete politische Ereignisse zu berichten, sondern auch über Politik an sich.

Recherche

In diesem Genreblock sticht zuerst der *Investigative Journalism* (Investigativer Journalismus) ins Auge, also ein Journalismus, der intensiv recherchiert und Dingen auf den Grund geht. Eigentlich sind dies Basisanforderungen an den Journalismus; keinesfalls werden hier Grenzen durchbrochen. Allerdings wird er seltener praktiziert als er sollte – die Begriffe Bandwagon Journalism und Churnalism sind bereits oben gefallen. Insofern kann die Bezeichnung auch fast als Kritik am praktizierten Journalismus interpretiert werden, der eben zu wenig investigativ ist.

Der *Ambush Journalism* (Hinterhaltjournalismus oder Angriffsjournalismus) bezeichnet ein Vorgehen, bei dem der Journalist sprichwörtlich oder tatsächlich aus dem Hinterhalt kommt und dabei jemanden überrascht. So gelangt er an Informationen, die auf herkömmlichere Weise (z. B. durch Fragen) nicht zugänglich gewesen wären.

Beim bereits erwähnten *Checkbook Journalism* werden Quellen bezahlt, was sowohl eine ökonomische als auch eine ethische Entscheidung darstellt. Scheckbuchjournalismus wird in der Regel als unethisch, zumindest problematisch betrachtet.

Data Journalism (Datenjournalismus) fokussiert auf die Verarbeitung und Aufbereitung großer Datenmengen („big data“).

⁵ Deutscher Fachjournalisten-Verband 2015.

⁶ Der im Deutschen diskutierte Bürgerjournalismus ist dagegen eine Form des Participatory Journalismus, insbesondere des Citizen Journalism.

Der ebenfalls bereits angesprochene *Enterprise Journalism* kann neben der Verortung bei der Themensetzung auch hier eingeordnet werden.

Der bereits genannte *Embedded Journalism*, die Kriegsberichterstattung unter militärischem Schutz, ist insofern hier einzuordnen, als die Recherche unter besonderen Umständen, die die Objektivität einschränken, stattfindet.

Ähnlich wie der *Ambush Journalism* setzt auch der *Gotcha Journalism* („Hab-Dich-Journalismus“) auf die Überraschung als Methode. Er beruht auf einer aggressiven, konfrontativen Interviewtechnik, die den Respondenten aus seinem Konzept bringen soll.

Beim *Immersive Journalism*, (Immersionsjournalismus oder Eintauchender Journalismus) der im vorliegenden Band nicht gesondert behandelt wird, handelt es sich um ein intensives Eintauchen in eine Situation. Er dient nicht nur dazu, Fakten zu sammeln, sondern soll insbesondere zum vollumfänglichen hermeneutischen Verstehen beitragen. Günter Wallraff wird zuvorderst als Enthüllungs- bzw. investigativer Journalist bezeichnet; sein Vorgehen kann aber oft zugleich als immersionsjournalistisch bezeichnet werden, da er sich direkt in eine Situation begibt, in diese eben eintaucht, um sie hautnah zu erleben. Der Begriff wird aber nicht nur für Situationen, sondern auch für das Einfühlen in Personen verwendet. Der Journalist verbringt mit der Person viel Zeit, lernt möglichst viele ihrer Facetten und damit die Person in holistischer Weise kennen. Im Idealfall versetzt sich der Journalist wie ein Schauspieler zur Vorbereitung seiner Rolle in diese Person.

Als *Muckraking* (Schmutzaufwühlen) wird ein spezifischer investigativer Journalismus bezeichnet, der sich vornehmlich auf wirtschaftliche und politische Missstände bezieht. Er ist also problemzentriert, thematisch umrissen und betont die Intensität der Recherche.

Der *Open-Source Journalism* (Open-Source-Journalismus⁷) ist eine spezielle Form des Participatory Journalism (s. u.), der schwerpunktmäßig im nächsten Genrebereich behandelt wird. Die Nennung hier beruht darauf, dass die Zusammenarbeit zwischen Journalisten und Rezipienten insbesondere nicht während oder nach der Fertigstellung des journalistischen Beitrags stattfindet, sondern davor. Die Rezipienten werden durch die Offenlegung der Quellen

⁷ Deutsche Übersetzungen wie Offene-Quellen-Journalismus oder Quelltextjournalismus wirken gestelzt. Durch den auch im deutschsprachigen Raum inzwischen etablierten Begriff der Open-Source-Software bietet es sich an, bei der „denglischen“ Bezeichnung Open-Source-Journalismus zu bleiben – auch wenn der Herausgeber sich grundsätzlich gegen denglische und für deutsche Bezeichnungen einsetzt. „Aufgezwungene“ und damit künstlich wirkende Übersetzungen sollten jedoch vermieden werden.

eingeladen, sich insbesondere an der Recherche zu beteiligen. Insofern liegt auch eine Verwandtschaft zum Scientific Journalism (s. u.) vor.

Der *Watchdog Journalism* (Watchdog-Journalismus⁸) hat die permanente Beobachtung der (politischen) Akteure zum Gegenstand, ist also auch eine spezifische Form des investigativen Journalismus, der sich neben der hohen Intensität noch durch eine besondere Persistenz auszeichnet.

Der *Scientific Journalism* (Wissenschaftlicher Journalismus)⁹ – nicht zu verwechseln mit Science Journalism bzw. Wissenschaftsjournalismus, der über neue wissenschaftliche Erkenntnisse berichtet – setzt auf die intensive Nutzung von Primärquellen, meist zugespielt durch Whistleblower, und ist vom kritischen Rationalismus eines Karl Popper beeinflusst. Als sein bekanntester Umsetzer gilt Julian Assange von Wikileaks.

Der *Structured Journalism* (Strukturierter Journalismus) thematisiert nicht eigentlich die Recherche, sondern die strukturierte Ablage von Daten und Rechercheergebnissen zur weiteren Verwendung.

Schreiben und Darstellen

Bei der Recherche stellte sich – in Form des Churnalism – bereits die Frage des Ob. Auch ob überhaupt geschrieben wird, steht zur Disposition – zumindest von einem menschlichen Journalisten. So stellen der *Algorithmic Journalism*¹⁰ (Algorithmischer Journalismus) und *Robot Journalism* (Roboterjournalismus) (halb-)automatisierte, algorithmische Texterstellungsverfahren durch computerlinguistische Software dar. Grundlage sind oft (semi-)automatisch selektierte elektronische Daten samt computergestützter Gewichtung. Sollte sich diese Technik für faktenbasierte Nachrichten durchsetzen, wäre für den Menschen vermutlich nur noch im meinungsbasierten Journalismus Platz.

Der *Comics Journalism* (Comic-Journalismus) setzt Comics zur Darstellung von Ereignissen oder Sachverhalten ein und greift damit eine populäre Darstellungsform ein.

Der *Gonzo Journalism* (Gonzo-Journalismus) setzt oft auf eine Ich-Perspektive und ist damit sehr subjektiv; er berichtet erzählend und künstlerisch und

⁸ Die direkte Übersetzung würde zwar „Wachhundjournalismus“ lauten, doch findet sich im deutschsprachigen Raum auch wieder eher der „denglische“ Begriff.

⁹ Wird im Beitrag „Datenjournalismus“ behandelt.

¹⁰ Man findet auch den Begriff „Computational Journalism“.

ist teilweise fiktional. Hier werden also gleich mehrere zentrale Grundpfeiler des Journalismus über Bord geworfen. Ähnlich, wenn auch in etwas abgemilderter Form, verhält es sich beim *New Journalism*¹¹ (s. u.).

Beim *Immersive*¹² *Journalism* (Virtual-Reality-Journalismus) werden die Grenzen des Fernsehens gesprengt. Der Zuschauer kann mithilfe einer Datenbrille in eine virtuelle Realität eintauchen und das Geschehen hautnah miterleben.

Der *Literary Journalism* (Literarischer Journalismus) verwendet literarische Techniken zu journalistischen Zwecken.

Der *Narrative Journalism* (Narrativer Journalismus) ist erzählend und fokussiert insofern auf Akteure und Handlungs- sowie Ereignisströme. Dies erfolgt nicht zwingend im literarischen Stil wie beim vorgenannten Genre, das auch mit „schöner Sprache“ im belletristischen Sinn arbeitet. Dass Storytelling eine attraktive Form der Informationsvermittlung ist, ist inzwischen in Journalismus und Marketing bekannt.

Der *Tabloid Journalism* bzw. Boulevardjournalismus als hinlänglich bekanntes Genre wurde bereits angesprochen.

Die zunehmende Partizipation der Rezipienten am journalistischen Arbeitsprozess wurde bereits bei der Recherche erwähnt. Darüber hinaus gibt es mehrere Subgenres, die die Zusammenarbeit der einst völlig getrennten Akteure in den Vordergrund stellen. Zu nennen ist im Rahmen des *Participatory Journalism* etwa der *Citizen Journalism* (Bürgerjournalismus), bei dem die Bürger nicht nur partizipieren, sondern in der Zusammenarbeit sogar dominieren, weil sie als Bürgerjournalisten Bilder oder Texte liefern. Beim *Interactive Journalism* (interaktiver Journalismus) handelt es sich um einen partizipativen Journalismus mit Fokus auf Onlinemedien; der Dialog mit den Lesern findet meist ex post nach der Veröffentlichung durch den Journalisten statt. Weder vor noch nach, sondern während der Texterstellung und Redigierung arbeiten Leser und Journalist beim *Wiki Journalism*¹³ zusammen.

Während die verschiedenen Ausformungen des partizipativen Journalismus den gesamten Arbeitsprozess abdecken, kann auch eine Konvergenz des Arbeitsprozesses beobachtet werden, der durch den technischen Fortschritt

¹¹ Dieser Eigennamen wird in der Regel nicht mit „Neuer Journalismus“ übersetzt.

¹² Nicht zu verwechseln mit dem Immersion Journalism. Beiden Begriffen ist der Gedanke des Eintauchens gemeinsam. Bei Immersion Journalism taucht der Journalist bei seinen Recherchen in eine Situation oder Person ein; beim Immersive Journalism taucht der Rezipient in die virtuelle Realität ein.

¹³ Durch die hohe Popularität von Wikipedia und anderen Wiki-Medien bietet sich hier wieder keine Übersetzung an.

möglich ist. So ist der Journalist beim *Backpack Journalism* (Rucksackjournalismus) gleichermaßen für Bilder, Texte und deren Aufbereitung und Veröffentlichung zuständig. Noch kleiner als ein Rucksack ist das Smartphone: Im *Mobile Journalism* (Mobiler Journalismus oder Smartphone-Journalismus) ist die Primärquellensammlung mit einem einzigen Gerät möglich.

Ausblick

Die hier angesprochenen und im weiteren Verlauf des Buchs vertieft dargestellten journalistischen Genres erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit – nicht nur dahingehend, dass alle genannt werden, die diskutiert wurden oder aktuell diskutiert werden, sondern insbesondere und ausdrücklich auch in der Hinsicht, dass alle überhaupt denkbaren Genres Gegenstand dieses Buchs sein könnten.

Wie sich gezeigt hat, entstehen die Genres vor allem durch Grenzüberschreitungen, durch das Aufbrechen von einzelnen, bisher als einzig richtig angesehenen Annahmen. Wie am *Gonzo Journalism* und am *New Journalism* exemplarisch zu sehen ist, können dies auch mehrere Annahmen auf einmal sein.

Dieser kreative Akt ist längst nicht an seinem Ende angelangt.

Quellen

- Bespalowa, A.G.; Kornilow, E.A.; Pöttker, H. (Hrsg.) (2010): *Journalistische Genres in Deutschland und Russland*. Handbuch, Köln.
- Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.) (2015): *Positiver Journalismus*, Konstanz.
- Sektion Journalistik der Karl-Marx-Universität (Hrsg.) (1981): *Wörterbuch der sozialistischen Journalistik*, Leipzig.