

*Die knappen Zusammenfassungen
am Ende jedes Kapitels machen
das Buch zur Auffrischung von
Kenntnissen absolut empfehlenswert.*

1999, Erfurt 2002, Virginia Tech 2007, Winnenden 2009) töteten sich die Täter am Ende selbst. Gerade diesen Fällen gilt großes Medieninteresse, weshalb der falsche Eindruck entsteht. Die in diesem Kapitel angekündigte „Darstellung der Medienberichterstattung“ bezieht sich nahezu ausschließlich auf eine vom Autor festgestellte Diskrepanz der Berichterstattung über die Tat in München, die diese in einen rechtsradikalen Kontext rücken würde. Hier den stark negativ konnotierten Begriff der „Mainstreammedien“ zu verwenden, erscheint unangebracht. Leider gar nicht wird in diesem Kapitel der Zusammenhang zwischen gewalthaltigen Medien und Radikalisierungsprozessen diskutiert, im Fazit wird es dafür pathetisch: Auch wenn Breiner insofern gefolgt werden kann, dass der aktuelle Zeitgeist bei der Ursachenforschung in Bezug auf Gewalttaten an Schulen in Frage gestellt werden muss, so weicht diese stark pointierte Meinung („dogmatisches ‚Gender-Mainstreaming‘“, „überbordende Leistungsdruck im Schatten des Turbo-Abiturs“, S. 98) merklich vom ansonsten sehr sachlichen Duktus des Fachbuchs ab. In vier weiteren Kapiteln beschäftigt sich Co-Autor Kolibius anschließend kenntnis- und facettenreich mit Computerspielsucht sowie Therapie- und Interventionsmöglichkeiten. Am Ende jeden Kapitels findet sich die verwendete Literatur, die themenbezogenes Nachschlagen und Recherchieren vereinfacht, sowie eine knappe Zusammenfassung, die das Buch auch zur Prüfungsvorbereitung und zur Auffrischung von Kenntnissen absolut empfehlenswert machen.

Melanie Verhovnik, Hannover



Jens Radü: New Digital Storytelling. Anspruch, Nutzung und Qualität von Multimedia-Geschichten. Baden-Baden: Nomos 2019, 281 Seiten, 54,00 Euro.

Noch hat das Smartphone Stift und Papier nicht abgelöst, doch schon jetzt beeinflussen digitale Technologien nahezu alle Bereiche der journalistischen Produktions- und Distributionsprozesse: von der Themenfindung, zur Recherche und der Aufbereitung der Geschichte. Längst hat sich aus dem einstigen Zauberwort *Multimedia* eine eigene journalistische Darstellungsform entwickelt. Doch was macht eine gute Multimedia-Story aus? Wie lässt sich ihre Qualität definieren? Sind Leser_in-

nen bereit, für solche Geschichten zu bezahlen? Mit diesen Fragen beschäftigt sich Jens Radü, Leiter des Multimedia-Ressorts bei „Spiegel online“, in seiner Dissertation „New Digital Storytelling. Anspruch, Nutzung und Qualität von Multimedia-Geschichten“. Er kommt mitunter zu überraschenden Erkenntnissen.

Die Sprache ist (noch) das entscheidende Medium, mithilfe dessen der Journalist seine Geschichte und die Wissenschaftlerin ihre Erkenntnis vermittelt. Die Journalistin formuliert in der Regel kurz, präzise, anschaulich und prägnant. Dem Wissenschaftler haftet hingegen die – bisweilen auch zutreffende – Tendenz des Verklausulierens an. Radüs Sprache jedoch ist klar und verständlich. Sowohl die theoretischen, als auch die empirischen Teile zeichnen sich durch eine sprachliche Leichtigkeit und hohe Anschaulichkeit aus.

Ambitioniert und komplex hingegen sind die vom Autor entwickelten Forschungsfragen und das methodische Design. Wie jeder Wissenschaftler, der die Qualität journalistischer Produkte untersucht, stellt auch Radü klar, dass das Qualitätsempfinden subjektiv ausfällt und es äußerst diffizil ist, journalistische Qualität messbar zu machen. Dennoch: Nur durch eine konsequent geführte Qualitätsdiskussion ließen sich journalistische Produkte letztlich verbessern und möglicherweise sogar ihre ökonomische Rentabilität erhöhen.

Grundsätzlich ist das Forschungsdesign dreigeteilt. Im ersten Schritt werden neun Multimedia-Geschichten, die bei „Spiegel online“ erschienen sind, quantitativ untersucht. Radü nutzt dafür die Kategorien *Gesamtnutzung* („Wie viel Prozent der Geschichte hat der durchschnittliche Leser bezogen auf die Zeit genutzt?“), *Klicks per User* („Wie viel Prozent der möglichen Klicks (Grafiken, Fotostrecken usw.) hat der durchschnittliche User getätigt?“), *Videoquote* („Wie viel Prozent der Unique User haben die integrierten Videos genutzt?“) und *Video-Durchklickrate* („Wie viel Prozent der User, die das erste integrierte Video gesehen haben, haben auch die übrigen Videos angeschaut?“) (S. 95). Anschließend erstellt er Ranglisten und vergleicht, ob diese mit den bestehenden Qualitätskriterien erklärt werden können. Sein Zwischenfazit: Geschichten, die emotional und dramaturgisch geschickt erzählt werden und verschiedene multimediale Elemente (z. B. Foto, Video, Grafik, Text) verbinden, sind in den Rankings entsprechend gut platziert. Doch die Qualitätsmerkmale reichen nicht aus, um die jeweiligen Platzierungen vollständig zu erklären. So entwickelt der Autor deduk-

Geschichten, die emotional und dramaturgisch geschickt erzählt werden und multimediale Elemente verbinden, sind in den Rankings gut platziert.

Die Lektüre ist jeder Journalist_in zu empfehlen, da sie einen wohlthuenden Optimismus gegenüber technischen Neuerungen verbreitet.

tiv die Kriterien der *Immersivität* („Eindruck des erzählerischen Sogs“, S. 159), des *Rhythmus* („die Anordnung, den Umfang und die gestalterische Gewichtung der unterschiedlichen Elemente“, S. 244), der *Transitivität/Übergänge* („gelungene Übergänge von Medium zu Medium“, S. 245) und der *Visualität* („die besondere Optik bei Multimedia-Geschichten“, S. 161). Im zweiten empirischen Schritt beurteilen 153 Proband_innen in einem Feldexperiment, das gemeinsam mit Journalistik-Studierenden an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt im Rahmen des Seminars „Organisations- und Formatentwicklung“ entwickelt wurde, eine

Multimedia-Story, die dem erweiterten Kanon an Qualitätskriterien entsprechend, in einer guten, mittleren und schlechten Version erarbeitet wurde. Dass die Urteile der Proband_innen den Qualitätsabstufungen insgesamt entsprechen, scheint wenig überraschend. Bemerkenswert hingegen ist die Antwort auf die Frage der Zahlungsbereitschaft. 23 von 51 Personen, die die gute Geschichte gelesen hatten, gaben an, dass sie für solche Inhalte prinzipiell zahlungsbereit wären.

Qualitative Interviews mit 13 Multimedia-Expert_innen bestätigen grundsätzlich Radüs erweiterten Kanon der Qualitätskriterien. Lediglich das Kriterium *Playfulness* wird von der Mehrheit als Qualitätsmerkmal abgelehnt. Radü subsumiert diese Kategorie unter dem Kriterium der *Überraschung* („Was macht die Multimedia-Geschichte besonders?“, S. 251). Uneinig sind sich die Expert_innen darüber, ob der Leser im Sinne der *Selektivität* die einzelnen multimedialen Elemente unabhängig voneinander konsumieren können sollte.

Auch wenn der Autor den Kanon der Qualitätskriterien explizit nicht „als Bauplan für eine perfekte Multimedia-Geschichte“ (S. 252) sieht, sei die Lektüre der Studie jedem und jeder Journalisten_in empfohlen. Zum einen, weil sie einen wohlthuenden Optimismus gegenüber technischen Neuerungen verbreitet, zum anderen, da sich die eine oder andere praktische Handlungsempfehlung für (Online-)Journalist_innen ableiten lässt.

Korbinian Klinghardt, Eichstätt