

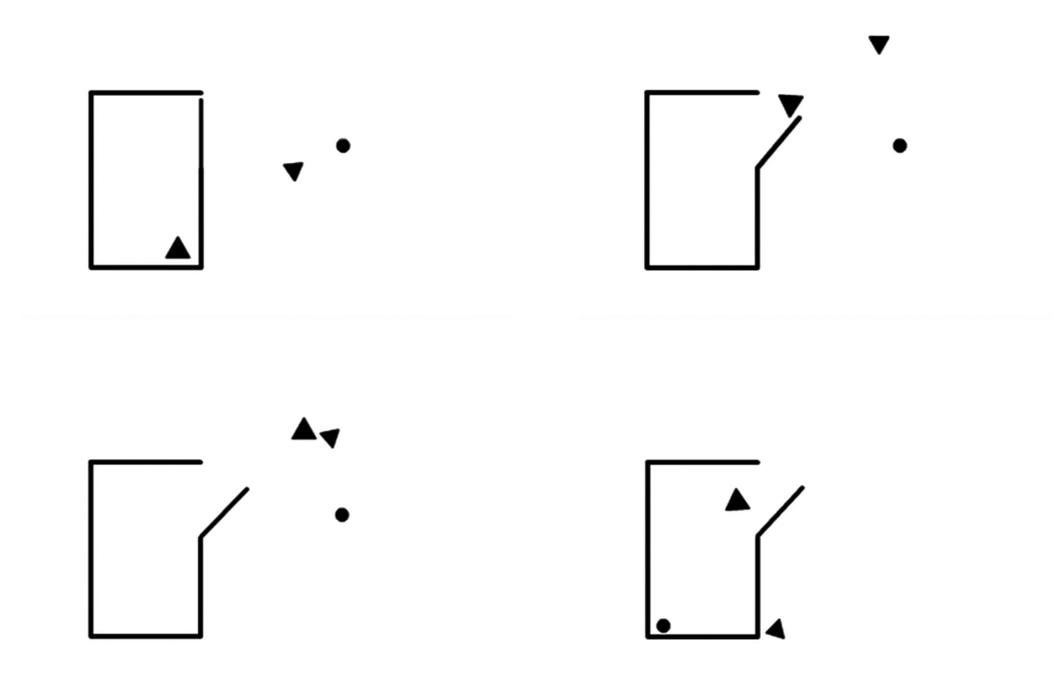
# Die Pandemie als unendliche Erzählung

Gerlinde Schuller

November 2020

**Wir befinden uns mitten in der COVID-19-Pandemie und damit auch im Mittelpunkt einer medialen Geschichte, die durch eine noch nie dagewesene Komplexität und Dynamik gekennzeichnet ist. Wie können journalistische Plattformen diese Explosion von Nachrichten und Daten effektiv kommunizieren?**

Dies ist die Ausgangsfrage meines Forschungsprojektes *Die unendliche Erzählung (The Infinite Narrative)*, in dem ich untersuche inwiefern eine Synthese von Systemdesign und Storytelling die Vermittlung von vielschichtigen, journalistischen Inhalten erleichtern und bereichern kann. Bevor ich, als Informationsdesignerin, darauf eine gestalterische Antwort erarbeite, mache ich mich auf die Suche nach Inspirationsquellen und theoretischen Abhandlungen zum Thema.



Filmstills aus der *Heider-Simmel-Studie*, 1944

## Informieren und unterhalten

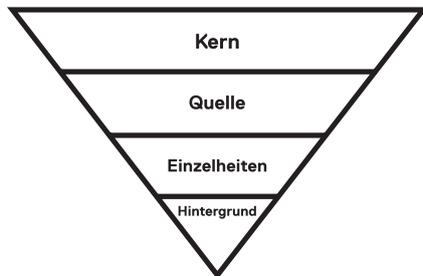
Erzähl mir eine Geschichte und ich sage dir wer du bist. Die Substanz unserer Geschichten und die Art und Weise wie wir sie erzählen, erlauben Rückschlüsse auf unsere Persönlichkeit und darauf, wie wir die Welt sehen. Das Geschichtenerzählen ist Teil unseres Wesens und damit die älteste Form des Informationsaustauschs. Es ist für den Zusammenhalt der menschlichen Gesellschaft unerlässlich.

Die Psychologen Fritz Heider und Marianne Simmel bewiesen 1944, dass das Geschichtenerzählen zu den wichtigsten Wesensmerkmalen der menschlichen Psyche gehört. In dem als *Heider-Simmel-Studie* bekannten Experiment zeigten sie Betrachtern einen animierten Film in dem sich zwei schwarze Dreiecke und ein Punkt um ein gezeichnetes Viereck herum bewegen. Schon nach kurzer Zeit sahen die Zuschauer in den geometrischen Formen Lebewesen, die in eine Handlung verwickelt waren. Sie dichteten ihnen Gefühle, Absichten und Motive an. Die Betrachter meinten in den sich beliebig bewegenden geometrischen Formen eine Geschichte zu erkennen. Demnach sehen wir Geschichten, auch wenn sie gar nicht da sind. Sie sind ein unentbehrlicher Nährstoff für unser Gehirn, das für das Verstehen von Geschichten geradezu gestrickt ist.

Für den amerikanischen Literaturwissenschaftler Jonathan Gottschall sind wir 'geschichtenerzählende Tiere', die dem Chaos ihrer Existenz die Ordnung der Geschichtenstruktur aufzwingen. In seinem Buch *The Storytelling Animal* beschreibt er wie das Geschichtenerzählen uns tagsüber und nachts

beim Träumen prägt. Gottschall ist davon überzeugt, dass diese Sucht nach Geschichten unsere Einstellungen, unsere Überzeugungen und unser Verhalten beeinflusst und seit jeher unser Überleben sichert.

Zunächst beschränkte sich das Geschichtenerzählen auf die mündliche Überlieferung, was die Länge der Ausführung kurz und übersichtlich hielt. Diese Erzählungen waren eine Mischung aus Tatsachenbehauptungen und Glaubenswahrheit. Man wollte zugleich informieren und unterhalten. Nur wer unter Einsatz von Stimme, Mimik und Gestik die Kunst des Spannungsbogen beherrschte, sicherte sich die Aufmerksamkeit der Zuhörer. Der Wahrheitsgehalt einer Mitteilung war nicht entscheidend.



Das Prinzip der 'umgekehrten Pyramide' für den typischen Aufbau einer Nachrichtenmeldung.

### Trennung von Wahrheit und Lüge

Mit der in Stein gemeißelten *Acta diurna* (lat. für 'Tagesgeschehen') führte Julius Caesar 59 v. Chr. ein öffentlich ausgehängtes Nachrichtenbulletin ein und etablierte damit die Trennung von Wahrheit und Lüge beim Erzählen von Geschichten. Der Journalismus war geboren. Sein Ziel, die Öffentlichkeit mit aktuellen, wahren und relevanten Nachrichten und Informationen zu versorgen, hat sich bis heute nicht geändert. Die Presse gilt als vierte Gewalt im Staat, einer Anforderung, der insbesondere investigative Journalisten gerecht werden, die mit Wachhundmentalität Staatsorgane und Wirtschaftskonzerne kontrollieren.

Im Laufe der letzten Jahrtausende bediente sich der Journalismus stets der neuesten technischen Errungenschaften wie Buchdruck, Telegrafie, Radio, Fernsehen, Internet und Smartphone. Dadurch konnte die Schnelligkeit der Informationsvermittlung mit der Zeit gesteigert und die geografische Reichweite maximiert werden. Nachrichten, die früher nur analog und lokal gelesen wurden, können heutzutage digital und weltweit im Internet abgerufen und dank professioneller Übersetzungsprogramme sogar von einer internationalen Leserschaft verstanden werden.

Technische Erneuerungen beeinflussen auch die Art und Weise wie die Medien Geschichten vermitteln. Noch Ende des 19. Jahrhunderts war der klassische Erzählaufbau 'Exposition – Höhepunkt – Katastrophe' gebräuchlich. Zeitungsberichte waren wie Märchen strukturiert. Journalisten begannen ihre Artikel mit dem Anfang des Geschehens ('Es war einmal') und entwickelten die Geschichte langsam zum Ende hin ('und sie lebten glücklich bis ans Ende ihrer Tage.'). Der Kern der Nachricht wurde bis zum Schluss aufgespart. Dies änderte sich mit der weltweiten Verbreitung des Schreibtelegraphen (ab 1845). Historiker vermuten hier den Ursprung eines journalistischen Schreibstils, der als 'umgekehrte Pyramide' bezeichnet wird. Das Telegrafieren beschleunigte die Übermittlung von Nachrichten, war aber entsprechend teuer. Amerikanische Zeitungen gaben Hunderttausende von Dollar an Telegrafenkosten aus, um über den Bürgerkrieg zu berichten. Dieser wirtschaftliche Druck führte dazu, dass Nachrichtenorganisationen (wegen der Telegrafenkabel auch heute noch 'wire services' genannt) eine kurze, prägnante Art des Schreibens vorantrieben, das ohne Meinungen und Details auskam. Eine neue Technologie lieferte somit die zugrundeliegende Struktur für den bis heute weit verbreiteten journalistischen *first news first*-Stil.

Es ist eine Erzählstruktur, die unserer natürlichen Aufnahme von Geschichten widerspricht. Unser Gehirn ist darauf programmiert, Geschichten zu verstehen, die einen klaren Anfang, ein Ende und dazwischen eine Auflösung haben. Der britische Journalist Will Storr erläutert dieses Phänomen in seinem Buch *The Science of Storytelling*. Er beschreibt zudem welche neuronalen Prozesse von Erzähltechniken wie moralische Empörung, unerwartete Wendung und Neugier ausgelöst werden. Es ist kein Zufall, dass packende Geschichten mit einer Beschreibung von *Wandel* beginnen. Darauf reagiert unser Gehirn mit einem starken Anstieg seiner neuronalen Aktivität. Unerwartete Veränderungen machen uns neugierig und zwingen uns zu handeln. Damit fangen die besten Geschichten an.

Auch Studien des American Press Institute unterstützen die Theorie, dass die Erzähltechnik entscheidend für den Erfolg einer Geschichte ist. In ihren *Grundlagen des Journalismus* hat das Institut auch Empfehlungen zum effektiven Geschichtenerzählen aufgenommen. Die zwei wichtigsten sind: 1. Die Art und Weise wie eine Geschichte erzählt wird, ist für das Publikum wichtiger als das besprochene Thema. 2. Die besten Geschichten sind vollständig und umfassend. Sie beziehen deutlich mehr Quellen, Gesichtspunkte und Fachwissen mit ein.

Komplexe Geschichte werden demnach vom Publikum geschätzt, unter der Voraussetzung, dass sie effektiv und verständlich vermittelt werden. Auch Tim Groot Kormelink, Professor für Journalism Studies an der Freien Universität Amsterdam bestätigt dies.<sup>1</sup> In Interviewstudien geben Nachrichtenkonsumenten an, dass sie sich von den Medien oft ausgeschlossen fühlen, da Journalisten bei komplexen Themen zuviel Vorwissen voraussetzen. Viele Leser wünschen sich eine deutlich niedrigere Schwelle für den Einstieg in eine Geschichte. Groot Kormelink beobachtet eine steigende Nachfrage für einen 'erklärenden' Journalismus, der seinem Publikum, immer auch die großen Sachverhalte – *the big picture* – erklärt.



## BZ BERNER ZEITUNG

Lokales    Ausflusstipps    Sport    Schweiz    Wirtschaft    Ausland    Blogs    Kultur    Coronavirus

## DER SPIEGEL

☰ Menü    Schlagzeilen    SPIEGEL+    Coronavirus    Politik    Ausland    Panorama    Sport    Wirtschaft    Wissers

🔍 Sections    Election 2020    Coronavirus    Race & Reckoning    Road to Recovery    Opinions

## The Washington Post

Berichterstattung zur Coronakrise, 2020.

Im Laufe der Pandemie haben viele Online-Medien ein Live-Blog zum

Coronavirus eingeführt und es als Schwerpunktthema in das Hauptmenü ihrer Webplattform aufgenommen.

Von links nach rechts, oben nach unten: *The Guardian*, *Financial Times*, *National Public Radio*, *Berner Zeitung*, *Der Spiegel*, *The Washington Post*

### Komplexe Geschichten vermitteln

In den letzten Jahrzehnten hat sich die Transformation des Journalismus durch technologische Entwicklungen weiter beschleunigt. Die Datenmengen, die journalistischen Recherchen zugrunde liegen, haben sich dank zunehmender Digitalisierung und der Open-Data-Bewegung potenziert. Social-Media-Plattformen haben das interaktive Lesen durchgesetzt und dazu beigetragen, dass die Geschwindigkeit, in der Nachrichten an die Öffentlichkeit kommuniziert werden, drastisch zugenommen hat. Soziale Netzwerke haben sich als politische Informationsquelle etabliert, aber auch bewiesen, dass sie eine desinformierende Wirkung haben, weil sie die Trennung von Wahrheit und Lüge verwischen. Auch andere Technologien tragen hierzu bei. So erleichtern beispielsweise Social Bots die Verbreitung von Fake-Nachrichten. Die Personalisierung von Websites und von Ergebnissen in Suchmaschinen begünstigen das Entstehen von Filterblasen<sup>2</sup>. Die Informationsmedien reagieren auf diese Trends mit einer Zunahme von investigativem Journalismus, Daten- und Longform-Journalismus sowie der Zusammenarbeit mit Whistleblowern.

Die COVID-19-Pandemie stellt nun die mediale Berichterstattung wiederholt auf die Probe. Nach globalen Medienereignissen wie 9/11, der NSA-Überwachungsaffäre und der Weltfinanzkrise (2008), wird die Frage nach einer noch schnelleren, wirkungsvollen Aufklärung weiter zugespitzt. Neben Information, Einordnung und Orientierung wird von den Massenmedien auch 'Gewissheit' gefordert, denn

die Aktualität und der Wahrheitsgehalt von Informationen entscheiden in der aktuellen Krise mitunter über Leben und Tod. Hinzu kommt, dass die Pandemie jeden von uns betrifft und nahezu jeden Bereich unseres Lebens. Über Monate hinweg überstürzen sich die Ereignisse. Jeder Tag bringt neue Daten und selbst wissenschaftliche Erkenntnisse verändern sich in Rekordzeit. Ein Ende der Geschehnisse ist nicht in Sicht.

Die Geschichte, die vermittelt werden muss, ist durch eine noch nie dagewesene Komplexität und Dynamik gekennzeichnet. Die Wahrscheinlichkeit, dass die von Journalisten verfassten Berichte von den aktuellen Ereignissen überholt werden, ist groß. Eine Reaktion in Echtzeit ist freilich nicht möglich, da Journalisten Daten und politische Entscheidungen zuerst auswerten und beurteilen müssen, bevor sie diese veröffentlichen. Trotzdem sah sich auch der Qualitätsjournalismus am Anfang der Pandemie gezwungen, seine Reaktionszeit zu verkürzen, denn das Interesse der Menschen am Weltgeschehen stieg blitzartig an. Noch bevor die Weltgesundheitsorganisation den COVID-19-Ausbruch am 11. März 2020 zur Pandemie erklärt, kommt es zu einem rasanten Anstieg des weltweiten Nachrichtenkonsums.<sup>3</sup>

Die Öffentlichkeit verlangt gleichermaßen nach einem schnellen Zugang zu den neuesten Informationen, eine strukturierte Übersicht, eine Langzeitdokumentation und mehr Transparenz. Die Erzähl- und Präsentationsformate der Medienplattformen sind indes nicht auf diesen hohen Grad an Komplexität zugeschnitten. Die Datenflut wird in einzelne Artikel gepackt und so schnell wie möglich veröffentlicht. Der Schreibstil der umgekehrten Pyramide wird ausgereizt und das Potenzial der Corona-Themen für Drama hochgefahren.



**Lies die ganze Geschichte  
Verstehe die Zusammenhänge**

Keine Push-Nachrichten. Keine Live-Ticker.  
Wir bleiben ruhig und erklären die Zusammenhänge  
hinter den Nachrichten – verständlich und übersichtlich.

Werbeposter des Onlinemagazins Krautreporter (DE)



Mediacités Lyon

Enquête Décryptage Interview Portrait Tous nos dossiers RADAR

**Suivez les promesses de Bruno Bernard et Grégory Doucet à Lyon**

LES PROMESSES LES CHIFFRES PARTICIPEZ !

124 promesses évaluées par MediAcités  
Mis à jour le 15/10/2020

1	2	0	0	0	121
appliquée	en partie appliquées	en pause	abandonnée	invérifiable	en cours d'évaluation

*Radar*, eine Rubrik des Onlinemagazins MediAcités (FR) das die Versprechen von Stadtverwaltungen mit realisierten Maßnahmen abgleicht. Die Bürger können sich hierbei aktiv beteiligen.

### Publikum miteinbeziehen

Mit der Ankündigung der Pandemie warnt die Weltgesundheitsorganisation auch vor der Gefahr einer *Infodemie*, eines Überangebots an Informationen, von denen manche irreführend oder sogar schädlich sein können. Das JournalismLab in Utrecht (NL) hat untersucht wie die Niederländer auf die Nachricht-

enflut in der Corona-Krise reagierten. Zu Beginn der Krise, im Februar/März 2020, hat die Öffentlichkeit noch ein großes Bedürfnis über das Coronavirus informiert zu werden und mehr Nachrichten aus verschiedenen Quellen zu konsumieren. Aber bereits im April nimmt mehr als die Hälfte der Befragten eine Pause von den Corona-Nachrichten. 59% tun dies, weil sie das Gefühl haben von Informationen und Daten zum Thema überflutet zu werden. Die Neigung der Medien am laufenden Band *breaking news* zu veröffentlichen wirkt sich auf Dauer kontraproduktiv aus. Ein Teil der Konsumenten nimmt Abstand von *allen* Nachrichten. Dies wirft für Journalisten die Frage auf, wie sie ihrem Publikum die Möglichkeit geben können, emotional mit den Nachrichten Schritt zu halten und mit einer Informationsüberforderung umzugehen.

Einige Medien versuchen dies indem sie ihre Community verstärkt miteinbeziehen. *Mediacités*, ein von Mitgliedern finanziertes, investigatives Onlinemagazin, setzt seinen Schwerpunkt auf Lokaljournalismus in den französischen Großstädten Lille, Lyon, Toulouse und Nantes. Wie viele andere Medien entschied sich die Redaktion ihre Berichterstattung zur Coronakrise, für jeden kostenlos anzubieten. Nur was interessiert die Leser mitten im Lockdown? Auf die Bitte um Feedback bekommt *Mediacités* vor allem Fragen zugeschickt: Wie kann ich sicher zur Post gehen? Was passiert, wenn mein Bürgermeister an COVID-19 erkrankt und sogar stirbt? Die Leute haben vorwiegend Sorgen die sie persönlich oder ihre Stadt und Region betreffen. Die Redaktion lanciert daraufhin eine Corona-Orientierungsseite auf der Leser praktische Fragen zum Virus stellen und ihre Erfahrungen oder ihr Fachwissen teilen können. Die Journalisten schreiben dazu erklärende Kurzaufsätze. Nach den ersten Corona-Lockerungen startete *Mediacités* die Initiative *#DansMaVille* (*#InMyTown*) in der sie gemeinsam mit ihren Lesern untersuchen, welche, im Lockdown entstandenen Gemeinschaftsinitiativen, auch später noch bestehen bleiben sollten. Dieser lösungsorientierte Journalismus bescherte dem Onlinemagazin einen deutlich höheren Website-Traffic und einen Anstieg der Abonnentenzahl.

Auch das deutsche Onlinemagazin *Krautreporter* legt die Macht über seine Inhalte in die Hände seiner Mitglieder. Unter dem Motto 'Verstehe die Zusammenhänge' betreibt *Krautreporter* einen kollaborativen Journalismus. Die Reporter verstehen sich als 'Gesprächspartner' die ihre Artikel in engem Kontakt mit ihren Lesern erarbeiten, indem sie sie in den journalistischen Prozess miteinbeziehen. Jede Woche verspricht *Krautreporter* mehrere Umfragen, in denen die Leser nach neuen Themen, Fachwissen und Kontakten befragt werden. Umfragen werden als Instrument für die Aufnahme eines tiefergehenden Gespräches über Beweggründe und Erfahrungswerte von Lesern genutzt. Diese intensive Zusammenarbeit führt letztendlich zu nachhaltigeren Artikeln.

Zieht man sein Publikum als Ideengeber und Kooperationspartner heran, kann man dessen Interesse am Endprodukt steigern. Es ist ein Journalismus der noch mehr als zuvor auf Vertrauen und Transparenz fußt. *Krautreporter* ist sich dessen bewusst und veröffentlicht alle Nebenbeschäftigungen ihrer Reporter auf ihrer Website um mögliche Interessenskonflikte für ihre Leser transparent zu machen. *Mediacités* hat eigens dafür die Rubrik *La Fabrique* gestartet. Hier erläutert die Redaktion die Hintergründe ihres investigativen Journalismus und präsentiert eine detaillierte Aufschlüsselung der Kosten.

Die Nachrichtenkonsumenten spielen auch in dem Buch *Nieuwsbehoeften* der niederländischen Medienberaterin Maike Olij die Hauptrolle. Sie plädiert dafür, journalistische Formate nach den Nachrichtenbedürfnissen des Publikums auszurichten.<sup>4</sup> In Zusammenarbeit mit der NOS, die zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk der Niederlande gehört, hat sie ein Modell erarbeitet, das vier Bedürfnisse unterscheidet: *Auf dem Laufenden bleiben*, *Anwenden*, *Meinung bilden* und *Erleben*. Die Einteilung in demografische Zielgruppen nach Alter, Geschlecht, Einkommen usw. wird dabei aufgegeben. Dies macht Sinn, weil sich die Finanzierung von Journalismus immer weniger auf Werbeeinnahmen und immer mehr auf Gemeinschaftsbildung und Abonnementmodelle stützt. In der Berichterstattung während der Corona-Krise vermisst Olij eine zweite, vertiefende Ebene, die die Vielfalt der verwendeten Quellen aufzeigt und über die Prioritäten und die Themenauswahl aufklärt. Sie wünscht sich außerdem mehr Formate, die dem Bedürfnis des Publikums nach *Anwendung* nachkommen. Dies besagt, dass Menschen einen zielorientierten Aufwand nicht scheuen, wenn sie dafür sachliche, praktische Informationen bekommen, die ihnen helfen ihr eigenes Verhalten anzupassen. In Zeiten einer Pandemie wären dies Service- oder Aufklärungstools, die den Menschen konkret in ihrem Alltag helfen, mit dieser Ausnahmesituation besser zurecht zu kommen.

Zusammenfassend stelle ich fest, dass das Wissen um die Urinstinkte des Menschen Journalisten helfen kann, ihre Geschichten packender, emotionaler und strukturierter zu gestalten. Da zum Erzählen zwangsweise der Zuhörer, Leser und Betrachter – der *user* – gehört, sollten Journalisten unbedingt auch seine Bedürfnisse kennen und berücksichtigen.



Trajanssäule (112/113 n. Chr.), Rom (IT)  
Photo: Wikimedia Common

## Synthese von Systemdesign und Storytelling

Will man einer großen Zielgruppe, komplexe Geschichten vermitteln, empfiehlt es sich auch etwas über die Aufnahmefähigkeiten des Menschen zu wissen und sein Bedürfnis Wissen systematisch zu ordnen.

Der amerikanische Psychologe George A. Miller ermittelte 1956 in einer Studie, dass der Mensch nur sieben  $\pm$  zwei Informationseinheiten fehlerfrei im Kurzzeitgedächtnis speichern kann.<sup>5</sup> Unser Gehirn kann demnach Komplexität nur erfassen, wenn sie in kleine, überschaubare Einheiten heruntergebrochen wird.

Um Übersicht und Kontrolle über komplizierte Relationen zu behalten, haben wir die Welt systematisch geordnet. Schon antike Hochkulturen fingen an, ökonomische Dokumente in Form von Tontafeln zu sammeln und diese Archive nach Herkunft und Entstehungszusammenhängen zu klassifizieren. Heute gibt es Systematiken unter anderem für Wissen, Waren, Sprachen, Böden und sogar Wolken. Auch das Festlegen internationaler Standards ist ein Ansatz, um Komplexität in den Griff zu bekommen. Die Normierung von Produkten erwies sich nach dem Zweiten Weltkrieg als wichtiger Aspekt für das Funktionieren eines internationalen ökonomischen und kulturellen Systems, das die Voraussetzung für die Globalisierung schuf.

Im investigativen Journalismus werden umfassende Recherchen in sogenannten Dossiers veröffentlicht. Der Begriff stammt aus der Advokatur und bezeichnet ein Aktenbündel, das sich auf einen juristischen Fall bezieht. Eine solche Sammlung von Korrespondenz und Dokumenten ist chronologisch geordnet, um eine schnelle Übersicht zu gewährleisten. Die Hauptfigur in diesem 'erzählenden Archiv' ist der Angeklagte, der Handlungsfaden ist sein Fall. Die umfangreiche Geschichte wird durch die Systematik handhabbar.

Ein historisches Beispiel für eine systematisch aufgebaute Geschichte ist Trajans Siegesssäule in Rom. Sie wurde 112/113 n. Chr. errichtet und zeigt zwei siegreiche Feldzüge des römischen Kaisers Trajan gegen die Daker. Die Bildergeschichte entfaltet sich, von unten nach oben, auf 23 Windungen in einer Gesamtlänge von 190 Metern. Neben 2500 menschlichen Figuren ist, in regelmäßigen Abständen, der Kaiser selbst bis zu 60 Mal zu sehen. Mit dem spiralförmigen Format und der Einteilung in verschiedene Einzelszenen wurde eine Erzählstruktur gewählt, das im Prinzip eine endlose Erzählung ermöglicht. In diesem Falle endete sie jedoch mit Trajans Tod 117 n. Chr. Seine Asche wird im Sockel beigesetzt und die geschichtstragende Säule verwandelt sich in einen Grabstein.

Ein systematischer Aufbau und die Präsentation von kleinen Informationseinheiten schaffen Übersicht und liefern eine Struktur, die Komplexität zugänglich macht.

## Die unendliche Erzählung – Forschungsprojekt

In meinem Projekt *Die unendliche Erzählung (The Infinite Narrative)* untersuche ich inwieweit eine Synthese von Systemdesign und Storytelling die Vermittlung von komplexen Geschichten im Journalismus erleichtern kann. Ziel des Projektes ist die Entwicklung von digitalen Tools die auf journalistischen Webplattformen eingesetzt werden können. Sie müssen einem hohen Grad an Komplexität gerecht werden: einem Hauptthema mit zahllosen Nebenthemen, verschiedenen erzählerischen Formaten, einer großen geografischen Reichweite, einer Langzeitdokumentation, einer nicht-linearen Leseweise, einer breiten, internationalen Nutzerschaft und einer kurzen Reaktionszeit.

Dieser Text ist eine Zusammenfassung meiner theoretischen Recherche, bei der ich wichtige Erkenntnisse gewonnen habe, die ich in die Gestaltung miteinbeziehen werde:

- Beachte beim Geschichtenerzählen die Urinstikte und Bedürfnisse der *user*.
- Präsentiere systematische Übersichten.
- Biete niedrigschwellige Zugänge zu den Geschichten.
- Bekunde Transparenz über Quellen, Prioritäten und Themenauswahl.
- Halte die Gestaltung simpel und inklusiv.
- Beteilige die Leser auf eine konstruktive Art und Weise.

# Corona Crisis

2019 – present  
150 articles  
\* highlights

- What happened?
- What are the consequences?
- Our investigation

## Timeline



## Map



## Theme Index

- A aerosols
- C corona app, corona viruses, corona history, COVID-19
- E economy, education, environment
- F face masks
- H healthcare, home office
- M measures, misinformation, mitigation
- O outbreak
- P pandemic, panic buying, politics
- Q prevention
- R quarantine, roadmap
- S SARS-CoV-2, social distancing, statistics, symptoms
- T testing, transmission, travel restrictions
- V vaccines
- W WHO measures

Konzeptskizzen für *Die unendliche Erzählung*, Gerlinde Schuller, 2020

Meinen Arbeitsprozess zu *Die unendliche Erzählung (The Infinite Narrative)* können Sie hier mitverfolgen: <https://theworldasflatland.net/the-infinite-narrative>

Das Projekt wird unterstützt von Creative Industries Fund NL und Stichting GO Fonds.

## Fußnoten

1. Gespräch mit Tim Groot Kormelink, 15. Oktober 2020

2. Die *Filterblase* ist ein Begriff der Medienwissenschaft. Filterblasen entstehen durch den Einsatz von Algorithmen, die Informationen ausschließen, die den bisherigen Ansichten des Benutzers widersprechen. Der Begriff wurde von Eli Pariser geprägt in seinem Buch *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press, 2011.

3. How coronavirus has changed the face of news in less than 30 days. Echobox, 23. März 2020. <https://resources.echobox.com/blog/how-coronavirus-has-changed-the-face-of-news-in-less-than-30-days/> Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

4. Gespräch mit Maïke Olij, 13. Oktober 2020

5. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two – Some Limits on Our Capacity for Processing Information. George A. Miller, Harvard University, 1955  
<https://tinyurl.com/y2t6bwkc>  
Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

## Bibliographie

**American Press Institute.** Journalism Essentials. <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/makes-good-story>. Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

**de Bruin, Kiki.** Nieuwsgebruik en -mijding tijdens de 'infodemic'. JournalismLab, 14. September 2020.  
<https://www.journalismlab.nl/nieuwsgebruik-en-mijding-tijdens-de-infodemic>  
Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

**Costera Meijer, Irene;** Groot Kormelink, Tim. Audiences for Journalism. Vrije Universiteit Amsterdam, 2019

**Fryszler, Leon.** The Engaged Journalism Playbook. Krautreporter, 2019.  
<https://tinyurl.com/y2cr27tp>  
Aktuelle Umfragen: <https://shor.by/N209>  
Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

**Gaskins, Kim; Sakaria, Neela.** The Future of Storytelling. Latitude, 2012.  
<http://files.latd.com.s3.amazonaws.com/Latitude-FoS-Phase-1.pdf>  
<http://files.latd.com.s3.amazonaws.com/Latitude-FoS-Phase-2.pdf>  
Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

**Gottschall, Jonathan.** The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human. Mariner Books, 2013.

**Heider, Fritz; Simmel, Marianne.** An Experimental Study of Apparent Behavior. The American Journal of Psychology Vol. 57, No. 2 (Apr., 1944), pp. 243-259. University of Illinois Press, 1944.  
Rapport: <http://www.coli.uni-saarland.de/courses/agentinteraction/contents/papers/Heider44.pdf>  
Film: <https://www.youtube.com/watch?v=sx7lBzHH7c8>  
Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

**Leibovici, Pierre.** Lessons learned from engaging our readers in COVID-19 coverage  
News Impact Summit, October 2020. [twitter.com/pierreleibo](https://twitter.com/pierreleibo)

**National Geographic.** Reading an Ancient Comic Strip – Reading Trajan's Column, 2015.  
Interaktive Grafik: <https://www.nationalgeographic.com/trajan-column/index.html>  
Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

**Newman, Nic** (et al.). Reuters Institute Digital News Report, 2020.  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)  
Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

**Olij, Maïke.** Nieuwsbehoefte: Een NOS-Boek over Nieuwsgebruik. Boom, 2016.

**Scanlan, Christopher.** Reporting and Writing: Basics for the 21st Century. Oxford University Press Inc, 1999.

**Schwiesau, Dietz, Ohler, Josef.** Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Springer, 2016. <https://www.gelbe-reihe.de/nachricht/buch/leseproben/4-kapitel-der-nachrichtenaufbau>  
Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

**Storr, Will.** The Science of Storytelling. HarperCollins Publishers, 2020.

**Tara, Kelly,** Solutions, not just stories: how Mediacités worked with its readers to explore what life could look like after COVID-19. European Journalism Centre, 2020. <https://tinyurl.com/yycar3f4>. Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.

**Weltgesundheitsorganisation (WHO).** Novel Coronavirus – Situation Report, 2. Februar 2020.  
<https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>.  
Zuletzt aufgerufen am: 12 Oktober 2020.