

## **Recherche – chronisches Defizit des Journalismus Die INA bemüht sich um Ausgleich**

*Horst Pöttker*

Die Recherche ist ein Stiefkind des Journalismus. Das gilt besonders in totalitären und autoritären Systemen, die Journalisten die Gegenstände der Berichterstattung vorschreiben, anstatt sie selbst danach forschen zu lassen. Aber auch in liberal-demokratischen Systemen kommt die Recherche leicht zu kurz, besonders unter den Bedingungen einer ökonomischen Medienkrise. Im Folgenden stelle ich zunächst die durchweg defizitäre Situation der Recherche dar, frage dann nach den Gründen dafür und überlege am Schluss, was getan werden kann, um die Recherche zu fördern.

Dabei verstehe ich unter *Recherche* eine eigenständige, bewusste, planvolle und erlernbare Handlungsweise von Journalisten, welche unter Verwendung professionell standardisierter Techniken darauf zielt, zutreffende und umfassende Informationen über Themen, Publikum oder Vermittlungsmöglichkeiten zu gewinnen und hinsichtlich der Wahrheitsdimensionen Richtigkeit und Vollständigkeit auf transparente Weise zu kontrollieren.

### **1. Ausgangslage: Wie stellt sich die Situation der Recherche dar?**

Im Journalismus kommen immer wieder spektakuläre Fehlleistungen vor, weil Journalisten sich in ihrer Berichterstattung auf das verlassen, was sie selbst oder ihr Publikum gern glauben, anstatt sich allein an Logik und eigene oder fremde, aber jedenfalls intersubjektiv überprüfbare empirische Wahrnehmungen zu halten. Ein aktuelles Beispiel: Am 13. Juli 2004 brachten viele deutsche Zeitungen als Aufmacher einen sensationellen Bericht über einen antisemitischen Überfall in Paris; z. B. die „Frankfurter Rundschau“:

#### **Rassistischer Überfall schockiert Frankreich**

Frau mit Hakenkreuzen beschmiert / Antisemitismus nimmt stark zu

Von Hans-Helmut Kohl

Mit großer Empörung hat die französische Öffentlichkeit auf einen antisemitischen Überfall reagiert, bei dem in einem Pariser Vorortzug eine Frau mit ihrem Baby von Jugendlichen aus-

geraubt und mit Hakenkreuzen beschmiert wurde. Mitreisende hatten untätig zugesehen. (...) „Sie hat um Hilfe gerufen, aber es gab keine Reaktion“, schrieb am Montag die Zeitung *Le Figaro*. Sechs Jugendliche nordafrikanischer Abstammung hatten die Frau am Freitagvormittag in der voll besetzten Regionalbahn-Linie D des Pariser Verkehrsverbundes RER angegriffen. Mit Messern zwangen sie die 23-Jährige, ihre Geldbörse herauszugeben. Als sie in ihrem Personalausweis entdeckten, dass sie in dem wohlhabenden 16. Pariser Arrondissement gemeldet war, beschimpften die Täter die Frau als Jüdin, schnitten ihr Haarbüschel vom Kopf, schlitzen ihre Kleidung auf und beschmierten mit einem Filzstift den Bauch ihres Opfers mit Hakenkreuzen. Beim Davonlaufen kippten sie den Kinderwagen mit dem 13 Monate alten Baby um. Als das Opfer Anzeige erstatten wollte, wurde es weggeschickt und sollte mit einem Attest über die Verletzungen wiederkommen. Die Polizei sucht nach den Zeugen, von den Tätern fehlt bislang jede Spur.

Man beachte den durchgehend faktischen Ton. Angesichts der fehlenden Zeugen hätte ein recherchebewusster Journalist ja auch den Konjunktiv statt des Infinitivs verwenden können. Am nächsten Tag hieß es dann in derselben Zeitung, allerdings viel kleiner und ganz am Rand:

**Überfall war erfunden**

Der angeblich antisemitische Überfall auf eine junge Mutter in einer Pariser S-Bahn war reine Erfindung. Das vermeintliche Opfer gestand der Polizei die Lüge, teilte die Staatsanwaltschaft am Dienstagabend mit. Die Frau kam in Gewahrsam.

Ein brutaler antisemitischer Übergriff hat höchsten Nachrichtenwert, für das deutsche Publikum offenbar besonders, wenn er im Ausland geschieht. Im Übrigen ist es ein Gebot der „political correctness“, solche Schandtaten emphatisch abzulehnen. Darauf und auf die Kollegen von der Presse im Nachbarland hatten die deutschen Journalisten sich verlassen, nicht auf die Regeln der Recherche.

Ein ähnliches Beispiel war die Berichterstattung über das vermeintliche Ertränken eines türkischen Kindes durch Rechtsextreme im ostdeutschen Sebnitz im Herbst 2000, die sich bald darauf als Falschmeldung aufgrund von Lügengeschichten der Eltern des ertrunkenen Kindes herausstellen sollte. Aber auch die Berichte der US-amerikanischen Medien über vermeintliche Massenvernichtungswaffen im Irak und die allzu späte Selbstkritik der „New York Times“ wären als Beispiel zu nennen.

Wenn ich auf solche Fehlleistungen hinweise, will ich damit nicht behaupten, dass der Journalismus im Allgemeinen nichts taugt. Im Gegenteil: Er hat nicht nur große Persönlichkeiten wie Daniel Defoe, Alexander Puschkin, Upton Sinclair, Theodor Wolff, Egon Erwin Kisch oder Hanns-Joachim Friedrichs hervorgebracht, sondern auch bleibende Bestandteile unserer Kultur wie die Genres Nachricht, Reportage, Kommentar und Interview. Und beispielsweise an der Kriegsberichterstattung lässt sich zeigen: Seitdem der Journalismus sich zu Beginn des 18. Jahrhunderts seiner Aufgabe bewusst geworden ist, räumliche und soziale Barrieren der gesellschaftlichen Kommunikation zu überwinden und

für wichtige Themen Öffentlichkeit herzustellen, wehren sich Journalisten dagegen, von Politikern, Militärs und anderen Mächtigen für Propagandazwecke benutzt zu werden. Die mehr oder weniger kontinuierliche Entfaltung des Unabhängigkeitsstrebens ist ein Aspekt der Professionalisierung, die eingebettet ist in den historischen Prozess der funktionalen Differenzierung, bei dem auch der Journalismus als Handlungssystem zunehmend Autonomie gewinnt und sich von anderen Handlungssystemen abgrenzt. Im Laufe dieses Prozesses bildete und bildet der Journalismus professionelle Standards, z. B. die erwähnten Genres oder berufsethische Normen nebst entsprechenden Ausbildungskapazitäten heraus, die ihm helfen, seine Unabhängigkeit gegen die Begehrlichkeiten der Mächtigen zu verteidigen.

Aber – so meine Ausgangsthese – im Vergleich mit der Entwicklung der professionellen Darstellungsformen und berufsethischen Verhaltensregeln oder im Verhältnis zur wachsenden Unabhängigkeit von Politik, Militär und anderen Handlungssystemen ist die *Recherche* als Technik der Emanzipation von *eigenen* Vorurteilen (und denen des Publikums) in der Entwicklung des Journalismus bisher vernachlässigt worden. Das gilt von Anfang an. Bereits 1712 formulierte Daniel Defoe, einer der ersten Journalisten mit professionellem Selbstverständnis, im Zuge seiner sehr weitsichtigen Kritik an Presselügen und sensationellen Aufbauschnungen in der Kriegsberichterstattung seiner Zeit:

„Und was ist nun die aktuelle Lüge der Woche? (...) Ich glaube, die Meisterlüge an der Spitze des Schwarms ist die über die Truppen des Herzogs von Ormond, von denen behauptet wird, sie hätten eine Kirche niedergebrannt und darin 270 arme Einwohner des Orts bei lebendigem Leib umkommen lassen, indem man sie in das angezündete Gebäude einsperrte. Ist diese Geschichte glaubhaft? Handeln Engländer so? Ist der Herzog von Ormond ein derart blutrünstiger und barbarischer Mann? Ich kann nicht umhin, mich dies zu fragen. In welcher Zeit leben wir, dass wir so eine Nachricht durchgehen lassen?“ (Payne 1951: 74, Übers.: H.P.)

Der erste und vielleicht größte britische Journalist hat sich geirrt: Als Engländer traute Defoe dem „common sense“, dem „gesunden Menschenverstand“, wie wir Deutsche in unserer Neigung zu Naturkategorien sagen, die Fähigkeit zu, den Wahrheitsgehalt von Informationen zu erkennen, richtige von erlogenen (oder jedenfalls falschen) Nachrichten zu unterscheiden. Der gesunde Menschenverstand reicht aber nicht aus, um die Unwahrheit der Behauptung zu erkennen, Hunderte von Menschen seien von anderen Menschen in eine Kirche getrieben und dort bei lebendigem Leibe verbrannt worden. Spätestens seit Daniel Jonah Goldhagens Buch „Hitler's Willing Executioners“ wissen wir, dass dieses Unvorstellbare bei den Todesmärschen mit KZ-Häftlingen am Ende des Zweiten Weltkriegs tatsächlich geschehen ist (vgl. Goldhagen 1996: 433). Als das US-Magazin „Life“ im Mai 1945 Fotos von diesen Verbrechen veröffentlichte, konnten viele amerikanische Bürger das nicht glauben und hielten es

für Kriegspropaganda ihrer Regierung, ähnlich wie Defoe zwei Jahrhunderte zuvor (vgl. Seubert 1996).

Ob etwas richtig ist oder nicht, bemisst sich aber nicht daran, ob wir es uns vorstellen können. Es bemisst sich allein daran, was unsere Augen sehen, unsere Ohren hören und unsere Hände fühlen. Und die Sinneswahrnehmung nimmt keine Rücksicht darauf, was Logik oder Humanität uns denkbar erscheinen lassen, zumindest wenn sie die professionelle Wahrnehmung von Journalisten ist, die ihre Unvoreingenommenheit bei der Recherche trainiert haben und nicht müde werden, sie weiter zu trainieren.

## 2. Problemanalyse: Welche Gründe hat die Vernachlässigung der Recherche?

Die Unterentwicklung der Recherche ist auf Ursachen zurückzuführen, die sich unter drei Kategorien subsumieren lassen.

Zunächst *ökonomische*: Im Unterschied zu den professionellen Darstellungsformen, die dem journalistischen Produkt den Weg zum zahlenden Publikum ebnen, erscheint die Recherche besonders in kurzfristiger Perspektive und bei starker Medienkonkurrenz vor allem als vermeidbarer *Kostenfaktor*: Folgt man der Idee vom Journalismus als Vermittlerberuf (vgl. Groth 1960), dann lassen sich journalistische Qualitäten in zwei Gruppen einteilen: solche, die sich mehr auf die *Gegenstände*, und solche, die sich mehr auf das *Publikum* beziehen. Zur ersten Gruppe gehören vor allem Richtigkeit, Vollständigkeit, Unabhängigkeit und Wahrhaftigkeit, die sich zur Generalqualität Wahrheit zusammenführen lassen; zur zweiten, auf das Publikum bezogenen Gruppe gehören Aktualität, Verständlichkeit und Unterhaltsamkeit, jene Eigenschaften der journalistischen Information also, die sie bei einer größtmöglichen Zahl von Lesern, Hörern oder Zuschauern ankommen lassen (vgl. Pöttker 2000).

Betrachtet man die journalistischen Qualitäten unter dem Aspekt des ökonomischen Nutzen-Kosten-Kalküls, dann liegt auf der Hand, dass die publikumsbezogenen Qualitäten zwar Kosten verursachen mögen, daneben aber auch einen erheblichen *Nutzen* haben. Im Ziel, ein größtmögliches Publikum zu erreichen, haben publizistisches Ethos und ökonomisches Kalkül eine fundamentale Gemeinsamkeit.

Die Rivalität zwischen Ökonomie und Publizistik tritt dagegen besonders bei den gegenstandsbezogenen Qualitäten zutage. Ob ein Geschehen richtig und in seinen wichtigen Komponenten vollständig ermittelt werden kann, verursacht insofern hohe *Kosten*, als es gründliche Recherche voraussetzt, während ökonomischer Nutzen, etwa eine das Publikum zum Kauf des journalistischen Pro-

dukts animierende Attraktivität, mit diesen Qualitäten – jedenfalls auf den ersten Blick – kaum verbunden zu sein scheint.

Medienunternehmer glauben daher oft, an der Recherche sparen zu können, ohne den mit ihren journalistischen Produkten erzielten Erlös zu gefährden. Das ist der erste Grund für die notorische Vernachlässigung der Recherche.

Gerade spektakuläre journalistische Fehlleistungen wie die Publikation der gefälschten Hitler-Tagebücher durch den „Stern“ zeigen freilich auch, dass sich das kurzfristige Kalkül, an der Recherche Kosten zu sparen, längerfristig ökonomisch negativ auswirken kann, weil es die Glaubwürdigkeit eines Mediums oder sogar des Journalismus insgesamt unterhöhlt. Beim „Stern“ ist die Auflage nach diesem dramatischen Professionalitätsversagen stark zurückgegangen, und im Grunde hat sich das Blatt bis heute nicht von diesem Einbruch erholt, der das Ende seiner Konkurrenzfähigkeit mit dem „Spiegel“ bedeutete.

Eine zweite Gruppe von Ursachen bilden die *psychischen*: Aufgrund der lebensdienlichen Neigung, kognitive und emotionale Dissonanzen zu vermeiden, gibt es in der menschlichen Psyche eine tendenzielle Abwehr gegen die Aufnahme von Neuem und Fremdem. Das ist seit den psychologischen Konsistenz- bzw. Dissonanz-Theorien der 1950er Jahre (vgl. Festinger 1957) bekannt und seitdem auch nicht bestritten worden, wenngleich die Folgen dieses Phänomens für die Medienrezeption heute differenzierter eingeschätzt werden als damals.

Auch für die journalistische *Produktion* hat die basale Konsistenzneigung natürlich Folgen: Bevor man recherchiert, hält man sich lieber an (vermeintlich) Bekanntes, beispielsweise an Saddam Hussein als Idealtyp eines brutalen Diktators oder an George Bush als Idealtyp eines Ölimperialisten. Im Übrigen hat nicht erst die Medienwirkungsforschung entdeckt, dass Menschen sich aus dem Grundbedürfnis nach Konsistenz heraus am liebsten mit Themen beschäftigen, zu denen sie schon eine Meinung haben, während sie das Wagnis scheuen, sich auf Neues einzulassen. Mit anderen Worten: *Menschen recherchieren nicht gern*. Wir sind mit einem Selbstschutzmechanismus ausgestattet, der die Neugier auf das Unbekannte, die Offenheit für das Unerwartete, die als Komponenten natürlich auch zur menschlichen Psyche gehören, fortwährend zu übertrumpfen droht.

Auch Journalisten haben vorgefasste Bestände an Kenntnissen und Meinungen, über die sie sich hinwegsetzen müssen, um überhaupt erfahren zu wollen, was tatsächlich der Fall ist. Dass Unbefangenheit nur bei Kindern a priori vorausgesetzt werden kann, ist wohl das höchste Hindernis für die Recherche, die tiefste Ursache für den oft beklagten Mangel an nachforschendem Journalismus.

Drittens gibt es *erkenntnistheoretische* und *gesellschaftliche* Gründe für die Vernachlässigung der Recherche: Wenn sie unterbleibt, wird das relativ selten

zum Gegenstand von Auseinandersetzungen, weil es in der Regel das *Unbemerktbleiben* von Tatsachen zur Folge hat und das Unbemerktgebliebene naturgemäß keine Aufmerksamkeit erregen kann.

Während das Zuviel-Veröffentlichen unmittelbar wahrzunehmen ist und sofort Reaktionen hervorruft, z. B. bei der Verletzung von Persönlichkeitsrechten juristische Schritte der betroffenen Person, bei einer Schwemme von Sex und Gewalt im Fernsehen eine medienethische Debatte, bleibt das Zuwenig-Veröffentlichen so lange *unbemerkt*, bis die Probleme, die bekanntzumachen gewesen wären, damit sie rechtzeitig hätten bearbeitet werden können, bereits zu bedrohlichen Folgen geführt haben.

Beispiele liefern Problemfelder wie Ökologie oder Bildungsmisere. Dass über Treibhauseffekt oder überlastete Universitäten in der Regel erst öffentlich diskutiert wird, wenn das Kind bereits in den Brunnen gefallen ist, geht auch darauf zurück, dass der Journalismus für die Recherchedefizite, die zu solchen Problemen beitragen, zu wenig und zu spät zur Rechenschaft gezogen wird.

Jedenfalls weniger als beispielsweise dafür, dass einige „Paparazzi“ auf Motorrädern dem Wagen der Prinzessin von Wales gefolgt sind, als dieser von ihrem alkoholisierten Fahrer in einen tödlichen Unfall gesteuert wurde. Bedenklicher als Skandale dieser Art erscheint zum Beispiel, wenn über die Risiken des Sonnenbadens erst informiert wird, seitdem Hautkrebs deutlich zugenommen hat, obwohl die gesundheitlichen Folgen des Ozonschwunds seit langem recherchierbar waren. Journalismus wird eben auch gebraucht, damit das Individuum sein Leben auf der Höhe des in der Gesamtkultur bereitstehenden Wissensvorrats bewältigen kann. Und in einer anspruchsvolleren, demokratietheoretischen Version wird er sogar gebraucht, damit mittels zeitiger Recherche und Herstellung von Öffentlichkeit beispielsweise über die Probleme der FCKW-Produktion eine Bedrohung wie der Ozonschwund erst gar nicht entsteht. Zu den für die Erfüllung dieser Aufgaben nötigen Informationen kommt es auch deshalb so selten, weil sie nicht vom Journalismus *eingefordert* werden (können), wozu die Allgemeinheit ja den Inhalt der ausbleibenden Informationen schon kennen müsste.

Neben diesem erkenntnistheoretischen Dilemma gibt es eine zweite strukturelle Ursache für das öffentliche Schweigen über das Schweigen: Mit Recherche- und entsprechenden Informationsdefiziten verstoßen Journalisten in der Regel gegen *gesellschaftliche* Interessen wie den Umweltschutz, die schwerer artikulierbar und organisierbar sind als die individuellen oder partikularen Interessen, gegen die das Zuviel-Publizieren verstößt. Das Interesse an unabhängiger, umfassender und sorgfältiger journalistischer Recherche gehört selbst zu diesen gesellschaftlichen Interessen von *strukturell schwacher Durchsetzbarkeit*.

Die Vernachlässigung der Recherche zeugt sich also über die Vernachlässigung bestimmter Themen und Probleme in der Öffentlichkeit selbst fort. Dieser Prozess wird verstärkt durch die professionellen Aufmerksamkeitskriterien von Journalisten, die auf das Publikum bezogene Qualitäten ihrer Arbeit repräsentieren, also die bekannten Nachrichtenfaktoren wie Sensation, Negativismus, Nähe usw. (vgl. etwa Galtung/Ruge 1965, Schulz 1976, Hagen 1995, Meinke 2002), die ja gleichzeitig auch Faktoren sind, die zur *Nichtbeachtung* bestimmter Kategorien von Ereignissen und Zuständen in der Öffentlichkeit führen.

### **3. Perspektiven: Wie lässt sich die journalistische Recherche trotzdem fördern?**

Meine praktischen Schlüsse sind in der Reihenfolge der Gründe angeordnet, die ich für die Vernachlässigung der Recherche genannt habe.

Ansetzen bei den *ökonomischen Ursachen*: Wenn Medienunternehmen dazu neigen, für die Recherche wenig Ressourcen zur Verfügung zu stellen, weil sie kurzfristig betrachtet wenig zählbaren Nutzen zu bringen scheint, dann sind *Initiativen* notwendig, die sich das gesellschaftliche Interesse an der Recherche zu eigen machen und als *Lobby-Organisationen* auf die Bereitstellung von mehr privaten oder öffentlichen Mitteln für journalistische Nachforschungen hinwirken.

Solche Initiativen können an die Einsicht von Verantwortlichen in Wirtschaft und Politik appellieren, dass weder Medienbetriebe noch moderne Gesellschaften ohne einen selbstständig recherchierenden Journalismus und ohne eine durch ihn bewirkte wachsame Öffentlichkeit auf die Dauer lebensfähig sind.

Es liegt auf der Hand, dass es vor allem Journalisten mit professionellem Ethos sind, die sich in Initiativen zur Rechercförderung zusammenfinden. In Deutschland haben vor einigen Jahren, nicht zufällig während einer Medienkrise mit ihren ökonomischen Engpässen, bekannte Journalisten wie Hans Leyendecker, Christoph Maria Fröhder und Thomas Leif das „Netzwerk Recherche“ ins Leben gerufen, das sich der notorischen Unterausstattung investigativer Aktivitäten in den Medien entgegenstemmt.

Ansetzen bei den *psychischen bzw. anthropologischen Ursachen*: Rechercheausbildung sollte sich nicht auf die Vermittlung von Techniken beschränken. Sie sollte sich vor allem auf die Grundeinstellung der (angehenden) Journalist(inn)en zu ihrer beruflichen Aufgabe richten und die Einsicht vermitteln, dass der Wille zur Recherche der quasi biologischen Selbstbestätigungsneigung in

einem lebenslangen Prozess der persönlichen Emanzipation, der sozialen Selbst-reflexion und der beruflichen Sozialisation abgetrotzt werden muss.

Wie kaum ein anderes professionelles Problem ist die mangelnde Recherche eine ständige Herausforderung für die journalistische Ethik und *Ethikausbildung*. Sie erfordert bewusste (Selbst-)Erziehung zur Offenheit auch gegenüber Themen, die einem gegen den Strich gehen. Diese Offenheit, die für die Vermittlungsleistung zwecks Herstellung von Öffentlichkeit unerlässlich ist, sollten Journalisten trainieren, bis sie zur zweiten Natur geworden ist. Dabei können sie von der Wissenschaft lernen, der traditionell die Rolle des Tabubrechers zufällt.

Die *Methodologie der empirischen Sozialforschung* stellt einen Kasten mit Kontrollwerkzeugen bereit, die ausschließlich dem Zweck dienen zu verhindern, dass der Forscher nur das feststellt, was er feststellen möchte. Viele der in der sozialwissenschaftlichen Methodologie intensiv diskutierten Probleme und gut begründeten Einsichten lassen sich auf die journalistische Recherche übertragen. Aber auch umgekehrt hat die Sozialwissenschaft von der journalistischen Recherche gelernt. Robert E. Park ist Journalist gewesen, bevor er mit 50 Jahren an die Universität von Chicago berufen wurde und dort zu einem Gründervater der modernen empirischen Sozialforschung avancierte (vgl. Lindner 1990). Die Nähe von Sozialforschung und Recherche – ich benutze gern den Begriff *Sozialrecherche* – ist ein wichtiges Argument, warum Journalistenausbildung in *Universitäten* stattfinden sollte (vgl. Klammer 2005).

Schließlich die *erkenntnistheoretischen* und *sozio-kulturellen Ursachen* für die Vernachlässigung der Recherche. Was lässt sich hier tun?

Wenn die Vernachlässigung der Recherche sich über die öffentliche Vernachlässigung von Themen quasi automatisch fortzeugt und auch selbst zu diesen in der Öffentlichkeit zu wenig beachteten Themen gehört, dann kann die Recherche durch Initiativen gefördert werden, die die Öffentlichkeit und die Medien auf solche unterbelichteten Themen hinweisen. In den Vereinigten Staaten tut das z. B. seit 1976 das „Project Censored“ an der kalifornischen Sonoma State University, das jährlich ein Jahrbuch mit 25 untergegangenen Themen veröffentlicht. In Deutschland publiziert die „Initiative Nachrichtenaufklärung“ seit 1997 jedes Jahr die Top-Ten-Liste der zehn am meisten vernachlässigten Nachrichten und Themen. Solche Projekte sind ihrer Natur nach auch Projekte der Recherechförderung.

Das „Project Censored“ wird von Sozialwissenschaftlern betrieben, an der Jury der „Initiative Nachrichtenaufklärung“ sind zur Hälfte Journalisten und zur anderen Hälfte Wissenschaftler beteiligt. Die Kritik an der journalistischen Vernachlässigung von Themen nicht allein den Journalisten zu überlassen, erscheint konsequent, weil das Problem der öffentlichen Vernachlässigung eben

teilweise auch durch professionell-journalistische Faktoren (z. B. durch die Nachrichtenfaktoren) verursacht wird.

Um gut zu funktionieren, braucht auch der Journalismus etwas, für dessen Entstehen er anderen gegenüber selbst verantwortlich ist, nämlich öffentliche Kritik. Letztlich wird er es nicht von sich aus schaffen, die Recherche von ihren Fesseln zu befreien, er braucht dazu Anstöße und Hilfen von außen, auch von der ihn begleitenden und unterstützenden Wissenschaft.

## Literatur

- Festinger, Leon (1957): *A Theory of Cognitive Dissonance*. Evanston (IL), White Plains (NY): Row Peterson & Co.
- Galtung, Johan/Ruge, Mari Holmboe (1965): *The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers*. In: *Journal of Peace Research* 2. 1965. 64-91
- Goldhagen, Daniel Jonah (1996): *Hitlers willige Vollstrecker. Ganz gewöhnliche Deutsche und der Holocaust*. Aus dem Amerikanischen von Klaus Kochmann. Berlin: Siedler
- Groth, Otto (1960): *Die unerkannte Kulturmacht. Grundlegung der Zeitungswissenschaft (Periodik)*. Bd. 1: *Das Wesen des Werkes*. Berlin: de Gruyter
- Hagen, Lutz M. (1995): *Relevanz von Nachrichten. Messmethoden für ein zentrales Qualitätskriterium und ihre Anwendung auf Dienste von Nachrichtenagenturen*. In: *Rundfunk und Fernsehen* 43. 1995. 158-177
- Klammer, Bernd (2005): *Empirische Sozialforschung. Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftler und Journalisten*. Konstanz: UVK
- Lindner, Rolf (1990): *Die Entdeckung der Stadtkultur. Soziologie aus der Erfahrung der Reportage*. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Meinke, Ulf (2002): *Die Nachricht nach Maß. Erfolg und Misserfolg von Agenturtexten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Payne, William L. (Hrsg.) (1951): *The Best of Defoe's Review. An Anthology*. New York: Columbia University Press
- Pöttker, Horst (2000): *Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe*. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 375-390
- Schulz, Winfried (1976): *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg (Breisgau), München: Karl Alber
- Seubert, Rolf (1996): *„A Country that Feels no Guilt or Shame“*. *Das Ende des „Dritten Reiches“ im US-Magazin LIFE*. In: *Diagonal*. Heft 2/1996. 85-104