

<b>1</b>	<b>Die Macht des Narrativs</b> . . . . .	<b>1</b>
1.1	Eine einfache Geschichte ... Das Narrativ und seine Wirkung . . . . .	2
1.2	Narrative in den Medien . . . . .	4
1.3	Alles eine Frage der Definition? . . . . .	7
<b>2</b>	<b>Die Wahrheit der Medien</b> . . . . .	<b>17</b>
2.1	Anything Goes: Allem wohnt die Möglichkeit inne . . . . .	18
2.2	Themenauswahl: Die Medien als Spiegel der Gesellschaft . . . . .	23
2.3	Recherche und Quellen: Woher kommen die Informationen? . . . . .	29
<b>3</b>	<b>Emotion führt zu Emotion: Medien in der Verantwortung</b> . . . . .	<b>39</b>
3.1	Journalismus und Neutralität: Was vermag Sprache (nicht)? . . . . .	41
3.2	Emotion im Qualitätsjournalismus . . . . .	44
3.3	Meinung und Motive: Die Perspektive der Journalisten . . . . .	50
3.4	Lesen oder Liken: Welche Rolle spielt das Medium? . . . . .	59

## **XII            Inhaltsverzeichnis**

<b>4</b>	<b>Der schmale Grat zwischen Vielfalt und Fake . . . . .</b>	<b>69</b>
4.1	Qualität setzt sich durch . . . . .	70
4.2	Woran können wir uns orientieren? . . . . .	72