

---

# Abc Des Journalismus Ein Handbuch Praktischer Jou

---

Lokaljournalismus  
Das Leistungsschutzrecht des Presseverlegers  
Online-Journalismus  
Theologie im Journalismus  
ABC des Journalismus  
Journalismus  
Rekonstruktion der Argumentationsstruktur von Sachtexten  
Frei sprechen  
Blattkritik - von der lästigen Pflichtaufgabe zur täglichen Qualitätskontrolle  
Fernseh-Journalismus  
Pressefotografie in der Krise?  
Fernsehjournalismus  
Handbuch des Journalismus  
Das neue Handbuch des Journalismus und des Online-Journalismus  
Unternehmenskommunikation  
ABC des Journalismus  
Politikjournalismus  
Das verkannte Ressort  
Journalismus.online  
Der kurze TV-Beitrag  
ABC des Journalismus  
Bibliographie  
Kulturjournalismus  
Recherchieren  
Das neue Handbuch des Journalismus  
Journalistische Darstellungsformen im Wandel  
Fernsehjournalismus  
Die Kurzmeldung  
Die Reportage  
Nachrichten - klassisch und multimedial  
Die Reportage  
Handbuch Journalismus und Medien  
Das YouTubiversum  
Das Interview  
Die Individualität der Celebrity  
ABC des Journalismus  
Spezialisierung im Journalismus  
Wissenschaft fürs Fernsehen

ABC des Journalismus  
ABC des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus

*Abc Des Journalismus Ein Handbuch  
Praktischer Jou*

*Downloaded from [qr.bonide.com](http://qr.bonide.com) by  
guest*

## **BURKE RAIDEN**

### *Lokaljournalismus* UTB

Der Kulturjournalismus befindet sich im Umbruch. Das klassische Feuilleton steht unter Begründungsdruck, gleichzeitig wachsen Formate und Zuständigkeiten des Kulturjournalismus. Das vorliegende Buch gibt einen aktuellen Überblick über ein zentrales Feld der medialen Arbeit. Die Darstellung reflektiert Kultur- und Rollenverständnis von Kulturjournalisten, verortet Kulturjournalismus im Beziehungsgefüge zwischen Kulturinstitutionen und Rezipienten. Im Blickpunkt stehen Beispiele gelungener Praxis und die Frage: Wie plant und schreibt man eigentlich guten Kulturjournalismus?

Das Leistungsschutzrecht des Presseverlegers Springer-Verlag  
Obwohl der Lokalteil nach wie vor das am meisten gelesene Teil der Zeitungen ist und der Pressejournalismus vor allem hier seine dominierende Stellung als öffentlicher Informationslieferant behaupten kann, ist das Lokalressort oft schlechter als andere Ressorts ausgestattet und realisiert deshalb weniger publizistische Qualität. Der Sammelband behandelt die Strukturen, Entwicklungen und aktuellen Probleme des Lokaljournalismus, teilweise am Beispiel des bevölkerungsreichsten deutschen Bundeslandes Nordrhein-Westfalen. AutorInnen aus Wissenschaft und Praxis nähern sich den Problemen des Lokaljournalismus aus unterschiedlichen Richtungen. Thematisiert werden u. a. die schwierige Aus- und Weiterbildungssituation von festen und freien LokaljournalistInnen sowie Strategien gegen Leserschwund und sinkende Qualität. Das letzte Kapitel ist der journalistischen Praxis gewidmet: Die AutorInnen beleuchten Phänomene wie investigative Recherche im Lokalen und Entwicklungschancen verschiedener Sparten des Lokaljournalismus.

### *Online-Journalismus* Springer VS

Ein Handbuch für das Leben in der Mediengesellschaft. Kompakt und doch umfassend, wissenschaftlich fundiert und doch allgemein verständlich beschreiben über 90 Autoren - Fachleute

aus dem In- und Ausland - die aktuellen Trends im großen Geschäft mit Informationen und Images, Fakten und Fiktionen. Sie definieren die wichtigsten Begriffe, sie vermitteln Wissen über Medienwirkungen, Medienrecht und Mediengeschichte. Sie erklären die diskutierten Theorien und Schlagworte und nennen am Schluss der mehr als 120 Artikel die wichtigste Literatur.  
Theologie im Journalismus Herbert von Halem Verlag  
Seit Jahrzehnten ist «Das neue Handbuch des Journalismus» die ideale Orientierung für Berufseinsteiger, Volontäre und Jungredakteure. Aber auch für den erfahrenen Schreiber ist es immer wieder hilfreich, um Fallstricke des journalistischen Handwerks zu umgehen und über Neues auf dem Laufenden zu bleiben. Diese überarbeitete und erweiterte Neuausgabe bereichert das bewährte Handbuch um alles Wissenswerte über den immer wichtiger werdenden Online-Journalismus sowie die Arbeit in und mit «PR» und Pressestellen. Journalismus ist ein Modeberuf, und noch nie waren Journalisten für die demokratische Gesellschaft so wichtig wie in diesem Zeitalter der explodierenden Information. Also war es auch noch nie so dringlich, kundig, kritisch und anschaulich in dieses schwierige und großartige Handwerk einzuführen. In klaren Schritten werden die Formen des Journalismus und die Probleme des Journalisten dargestellt, anschaulich, prall von Beispielen aus der Praxis. Zur Praxis gehört exakte Information: Was erwartet mich in diesem Beruf? Wie unterscheidet sich die Arbeit in der Zeitung von der in der Zeitschrift, im Fernsehen, in der Online-Redaktion, im Internet? Wie sieht der Alltag in den Redaktionen aus? Wo eigentlich kann ich mich bewerben? Was sollte ich vorher schon wissen, damit ich mich nicht blamiere? Das Buch gibt die Antworten.

### ABC des Journalismus Springer-Verlag

Daniel Moj und Martin Ordolff vermitteln grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten für die journalistische Arbeit im Fernsehen oder in anderen Medien, die bewegte Bilder als Kommunikationsmittel nutzen. Dabei vermeiden sie es, den Fernsehjournalismus zu einem Handwerk zu degradieren, das in wenigen Schritten erlernbar ist. Vielmehr verfolgen sie ein ganzheitliches Verständnis für den kreativen und gestalterischen Prozess der

Fernsehberichterstattung. Mit zahlreichen Beispielen, Tipps, Checklisten und 50 Farbbildungen.

### Journalismus Walter de Gruyter GmbH & Co KG

Das bewährte Handbuch für die Redaktionsarbeit enthält alles, was ein Journalist für seinen Beruf wissen muss - über sein Handwerk, den redaktionellen Arbeitsprozess und die Rahmenbedingungen für seine Arbeit. Zum journalistischen Handwerk gehören Recherche, Darstellungsformen und Formatierung sowie Themen und Ressorts. Darüber hinaus werden planerische und organisatorische Aufgaben vorgestellt - multimediales Arbeiten, Redaktions- und Medienmanagement sowie die Einbindung von Publikum und Communitys. Erfahrene Praktiker aus Redaktionen und Medienunternehmen geben zahlreiche Hinweise, Tipps und Best-Practice-Beispiele. Aber auch Informationen zum Mediensystem, zu den wirtschaftlichen Grundlagen des Journalismus, zum Publikumsverhalten sowie zu Aufgabe, Selbstverständnis und beruflicher Perspektive von Journalisten werden behandelt. Kapitel über Public Relations und Corporate Publishing als journalistische Tätigkeitsfelder und ein umfangreicher Serviceteil ergänzen das Buch. Kommentierte Literaturhinweise leiten zum vertiefenden Selbststudium an. Die 12. Auflage wurde grundlegend überarbeitet und neu gegliedert. Sie widmet dem Corporate Publishing nun ein eigenes Kapitel, denn dieser Bereich bietet Journalisten zunehmend Beschäftigungsmöglichkeiten. Der Nutzwert des Buches wird durch zusätzliche Schaubilder und Tipps erhöht.

### *Rekonstruktion der Argumentationsstruktur von Sachtexten* Herbert von Halem Verlag

Band 12, der den Abschluss des Historischen Wörterbuches der Rhetorik bildet, bietet eine umfassende Bibliographie zu Quellen und Forschungsliteratur.

### Frei sprechen Schüren Verlag

Selten ist ein Gesetzesvorhaben im Urheberrecht so umkämpft gewesen, wie das 2013 in den §§ 87f bis 87h UrhG implementierte Leistungsschutzrecht für Presseverleger. Obgleich die praktischen Erfolge des Rechts bis dato sehr überschaubar geblieben sind, haben nicht nur andere Mitgliedstaaten der Europäischen Union ähnliche Gesetzesvorhaben auf den Weg gebracht und

umgesetzt; auch die Europäische Kommission hat nunmehr angekündigt, sich mit dieser Thematik näher befassen zu wollen. Vor diesem Hintergrund illustriert Stefan Koroch die Konzeption des deutschen Presseverlegerschutzrechts und untersucht es in seiner juristisch-ökonomischen, verfassungssowie unionsrechtlichen Legitimation. Darüber hinaus stellt der Autor andere europäische Ansätze dar, vergleicht die deutsche Rechtslage mit diesen und entwickelt davon ausgehend einen auf europäischer Ebene umzusetzenden Alternativansatz.

**Blattkritik - von der lästigen Pflichtaufgabe zur täglichen Qualitätskontrolle** Herbert von Halem Verlag

Das Lehrbuch führt systematisch in Arbeitsfelder und Techniken des Politikjournalismus ein und vermittelt gleichzeitig breites Hintergrundwissen über die veränderten Spielregeln der Politikberichterstattung: Praktische Tipps und aktuelle Fallbeispiele werden mit zentralen Forschungsergebnissen aus der Kommunikationswissenschaft verknüpft. Ebenso lädt das Buch zum Nachdenken ein: Welche Rolle sollen, welche Rolle wollen Politikjournalisten künftig in der Gesellschaft spielen?

**Fernseh-Journalismus** Springer-Verlag

Durch Änderungen in der Medienlandschaft, in den Vertriebskanälen oder auch in der Fototechnik schien die Pressefotografie in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts in eine Krise geraten zu sein. Die einmalige, da archivalisch stringente Überlieferungssituation des Pressebüros Kühne Künzler ermöglicht eine beispielhafte Untersuchung für den Umgang eines Pressebüros mit den Entwicklungen. Schriftquellen sowie Objekte erlauben eine gründliche Analyse der Forschungsfelder Unternehmen, Markt und Produkt. Zugleich erhellen sie Aspekte der Foto-, Technik- und Lokalgeschichte, der Betriebswirtschaftslehre sowie der Publizistik- und Medienwissenschaft.

**Pressefotografie in der Krise?** Springer-Verlag

Die Blattkritik ist in vielen Redaktionen regionaler Zeitungen ein unbeliebter Tagesordnungspunkt. Nicht selten scheitert sie an zu viel Eigenlob und zu wenig Zeit, persönlichen Befindlichkeiten und oberflächlicher Kritik. Dabei sollte die Blattkritik eigentlich der Qualitätssteigerung dienen. Doch wie kann sie sinnvoll eingesetzt werden, um ein Medienprodukt sowohl zu prüfen als auch nachhaltig zu verbessern - und gleichzeitig nicht mehr für Frust sorgen? Das herauszufinden, ist das maßgebliche

Forschungsinteresse dieses Buchs, dessen Thema in der wissenschaftlichen Literatur bisher kaum beachtet wurde. Ursprünglich wurde es als Masterthesis im Studiengang "Journalismus und Medienwirtschaft" an der FH Kiel erarbeitet. Die Blattkritik soll die Produktqualität messen, deswegen ist dieser Arbeit ein Überblick über den theoretischen Forschungsstand des Qualitätsbegriffs im Journalismus vorangestellt. Anschließend zeigt die Autorin - basierend auf einer quantitativen anonymen Befragung von knapp 300 RedakteurInnen regionaler Tageszeitungen und einer qualitativen Befragung von Experten aus überregionalen Medienhäusern - Lösungen für das Dilemma Blattkritik auf und bietet schließlich eine konkrete Handreichung für eine erfolgreiche, tägliche Qualitätskontrolle.

**Fernsehjournalismus** Herbert von Halem Verlag

"Frei sprechen" ist ein Trainingsprogramm für Moderatoren in Radio und Fernsehen, für Pressesprecher und Politiker, Referenten, Professoren, Speaker, Lehrer, Studenten, Manager, Verkäufer oder Vereinsvorsitzende - für jeden, der öffentlich spricht. Frei sprechen im Sinne dieses Buches bedeutet, die Sätze erst im Augenblick der Rede zu formen, damit sie authentischer, glaubhafter und fesselnder werden. Reden als spontane Kommunikation. "Dies ist", so Michael Rossié, "kein Buch über das Manipulieren oder Sich-durchschlagen, sondern übers Ehrlichsein, ohne dabei sein Ziel aus den Augen zu verlieren." Das Standardwerk, nunmehr in der sechsten Auflage, wurde regelmäßig überarbeitet und aktualisiert und ist den wachsenden Anforderungen für die Arbeit vor Mikrofon und Kamera oder auf der Bühne angepasst.

**Handbuch des Journalismus** UTB GmbH

Das Fernsehen konfrontiert die Journalistik mit zahlreichen Problemen, welche die Zeitung als das Paradigma der Journalistik ebenso in Frage stellen wie deren strikte sozialwissenschaftliche Orientierung. Karl Nikolaus Renner entwickelt hier einen interdisziplinären Ansatz, der semiotische, text- und kommunikationswissenschaftliche Konzepte verbindet, um das journalistische Handeln in dem audiovisuellen Medium zu beschreiben und zu erklären.

**Das neue Handbuch des Journalismus und des Online-Journalismus** Rowohlt Verlag GmbH

Journalismus. Das Lehr- und Handbuch von Stephan Russ-Mohl erscheint mit Tanjev Schultz als neuem Ko-Autor in vierter

Auflage - aktualisiert und von Grund auf überarbeitet. Das Buch widmet sich primär der Praxis und dem journalistischen ›Handwerk‹, lässt aber Erkenntnisse der Journalismus- und Medienforschung mit einfließen, wenn dies nützlich ist und den Horizont erweitert. Es spürt den dramatischen Veränderungen im Berufsfeld nach, ohne in einen modischen ›Hype‹ zu verfallen. Das Buch zeigt, wie sich durch netzbasierte Recherche- und Kommunikationsformen der journalistische Alltag verändert. Es lehrt nicht nur moderne journalistische Darstellungsformen, sondern ist aufwendig illustriert und nutzt die Gestaltungsmöglichkeiten von Karikaturen, Infografiken und Textdesign, um Leseanreize zu schaffen, die Leserführung zu erleichtern und den ausufernden Stoff appetitanregend zu präsentieren. Kurze Pro- und Contra-Texte zu umstrittenen Themen sollen zu eigenem Nachdenken anregen. Nach amerikanischen Vorbildern konzipiert, ist das Lehrbuch leicht lesbar, aber vor allem informativ. Lesen sollten es alle, die im Journalismus Fuß fassen möchten, also Volontäre, Journalistenschüler und Studierende der Journalistik, Kommunikations- oder Medienwissenschaft. Darüber hinaus ist es auch für Profis nützlich - sei es als Redaktionshandbuch, um bei Bedarf gezielt nachzuschlagen, sei es, um da und dort nochmals neu übers eigene Metier nachzudenken und sich des Diskussionsstands zu versichern.

**Unternehmenskommunikation** Herbert von Halem Verlag

Das bewährte Handbuch für die Redaktionsarbeit enthält alles, was ein Journalist für seinen Beruf wissen muss - über sein Handwerk, den redaktionellen Arbeitsprozess und die Rahmenbedingungen für seine Arbeit. Zum journalistischen Handwerk gehören Recherche, Darstellungsformen und Formatierung sowie Themen und Ressorts. Darüber hinaus werden planerische und organisatorische Aufgaben vorgestellt - multimediales Arbeiten, Redaktions- und Medienmanagement sowie die Einbindung von Publikum und Communitys. Erfahrene Praktiker aus Redaktionen und Medienunternehmen geben zahlreiche Hinweise, Tipps und Best-Practice-Beispiele. Aber auch Informationen zum Mediensystem, zu den wirtschaftlichen Grundlagen des Journalismus, zum Publikumsverhalten sowie zu Aufgabe, Selbstverständnis und beruflicher Perspektive von Journalisten werden behandelt. Kapitel über Public Relations und Corporate Publishing als journalistische Tätigkeitsfelder und ein

umfangreicher Serviceteil ergänzen das Buch. Kommentierte Literaturhinweise leiten zum vertiefenden Selbststudium an. Die 12. Auflage wurde grundlegend überarbeitet und neu gegliedert. Sie widmet dem Corporate Publishing nun ein eigenes Kapitel, denn dieser Bereich bietet Journalisten zunehmend Beschäftigungsmöglichkeiten. Der Nutzwert des Buches wird durch zusätzliche Schaubilder und Tipps erhöht.

**ABC des Journalismus** Logos Verlag Berlin GmbH

Recherchieren war noch nie so wichtig – und so kompliziert – wie im Zeitalter des Internets. Alles Wissen dieser Welt scheint verfügbar. Doch was ist tatsächlich neu, was zuverlässig? Vor lauter Informationen bleibt vielen Journalisten der Zugang zum Wesentlichen verschlossen. Der Schlüssel heißt »methodisches Recherchieren« und findet sich in diesem Klassiker der Journalistenausbildung. Verständlich, systematisch und anhand von zahlreichen Beispielen führt Michael Haller in die Grundlagen des Recherchierens ein, beschreibt Recherchierhilfen und gibt Tipps für das Beschaffen und Auswerten von Informationen. Die »Fallstricke« der Praxis und die rechtlichen Rahmenbedingungen werden dabei gleichermaßen berücksichtigt.

Politikjournalismus Springer-Verlag

Das Interview ist – medienübergreifend – eines der erfolgreichsten journalistischen Genres. Es etabliert sich bis zum Ende des 19. Jahrhunderts in der Zeitung, um gelegentlich in Buchform zu überdauern. Im 20. Jahrhundert wird es zu einem wesentlichen Bestandteil von Hörfunk und Fernsehen und im 21. Jahrhundert sucht es seinen Platz im Internet. Umso erstaunlicher ist es, dass eine systematische Erforschung der Geschichte und Funktion des Genres bislang aussteht. Vor diesem Hintergrund vermisst Jens

Ruchatz das breite Feld des journalistischen Interviews und entwirft dessen Gattungsgeschichte als Mediengeschichte. Als Konstante dieser 150-jährigen Geschichte erweist sich das generisch garantierte Versprechen, durch die authentische Wiedergabe eines Gesprächs die Authentizität der befragten Person so zu erfassen, dass das Individuum seine sozialen Masken ablegt. Das dem Genre so stabil zugeschriebene Vermögen bindet es funktional eng an die medienkulturelle Figur der Celebrity. Diese wiederum erweist sich seit Beginn des 19. Jahrhunderts als bevorzugter Ort, um in populärer Form das moderne Problem zu verhandeln, wie man sich überzeugend als Individuum darstellen kann. In der Verknüpfung von Interview, Celebrity und Individualität arbeitet diese Studie die besondere Funktion der Interviewform heraus, exemplarisch individualisierende Selbstbeschreibungen vorzuführen, die im massenmedial hergestellten Zwiegespräch stets schon kommunikativ eingelöst sind.

*Das verkannte Ressort* BoD – Books on Demand

Michael Haller arbeitet die Merkmale der Reportage heraus und grenzt sie ab gegenüber anderen journalistischen Darstellungsformen, vor allem dem Feature. Anhand zahlreicher Beispiele führt er dann ins Handwerk des Reporters ein: Er erläutert die Themenfindung, die Materialbeschaffung am Ort, das Befragen der Akteure. Und er zeigt, wie man gute und lebendige Texte schreibt. Als Gastautoren geben renommierte Reporter, wie Cordt Schnibben, Peter Matthias Gaede und Jürgen Leinemann Einblicke in ihre Schreibpraxis. Sie schildern, wie sie Themen veranschaulichen, wie sie Beobachtungen authentisch darstellen

und Sprache sinnlich machen.

Journalismus.online Springer-Verlag

Christian Schäfer-Hock beschreibt und erklärt die Entwicklung der journalistischen Darstellungsformen in Deutschlands Tageszeitungen zwischen 1992 und 2012. In Zeiten des sich digitalisierenden Journalismus sind neue Darstellungsformen entstanden – abseits der gängigen Lehrbuchregeln für Journalisten. In seiner begrifflichen, historischen und empirischen Untersuchung kombiniert der Autor eine quantitative Inhaltsanalyse und zwölf Interviews mit Chefredakteuren und Textchefs aus ganz Deutschland.

*Der kurze TV-Beitrag* Springer-Verlag

Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft – im Wettbewerb der Unternehmen um die Aufmerksamkeit der Stakeholder entscheiden in erster Linie die Inhalte, also was gesagt wird, und die Wahl der Kommunikationswege. Mit welchen Themen und Storys sprechen die Firmen ihre internen und externen Stakeholder an? Content first. Das praxisorientierte Buch gibt einen Überblick über theoretische Ansätze des strategischen Kommunikationsmanagements und der Planung bzw. Evaluation von Kommunikationswegen. Neue Felder wie Content Management (Strategien, Storytelling), die Arbeitgeberkommunikation (Employer Relations) sowie der Umgang mit den unterschiedlichen Medienwelten werden ebenso behandelt wie klassische Aufgaben in Mitarbeiter- oder Markenkommunikation, bei Krisen- oder Veränderungsprozessen und auf internationalen Märkten. Das Standardwerk ist ein Must-have für (angehende) PR-, Kommunikations- und Marketingexperten.