



Da Journalisten für die Recherche in verschiedene Rollen schlüpfen können sollten, wurde das Buch im Vergleich zum Vorgänger um Tipps zum Umgang mit den eigenen und den fremden Rollen erweitert. Neu aufgenommen ist auch die Frage, wie nach Recherche und Bearbeitung ein Thema später gewinnbringend verkauft werden kann.

Zwar sind dies zweifellos wichtige Aspekte, da jede Recherche mit dem späteren Text in engem Zusammenhang steht und die Fragen des Schreibens, des Verkaufens oder der Selbstpräsentation daher auch eng mit der Recherche verbunden sind. Doch der Versuch, ein Nonplusultra zu erreichen und deshalb Stilfragen und psychologisch versiertes Selbstmarketing in einem Sammelband über die Techniken der Recherche zu besprechen, muss schon aufgrund des Umfangs der Informationen scheitern.

Fragetechniken, das Spiel mit den Rollen, aktives Zuhören oder „Ausquetschen“ – was in einer Situ-

ation passt, ergibt sich manchmal wie von selbst oder erst mit der Erfahrung von Jahren. Das Buch kann diese Erfahrung sicher nicht ersetzen, es stellt sich aber schnell ein Wiedererkennungseffekt ein, wenn Fettnäpfchen und Fallen besprochen werden, in die jeder zu Beginn gern tappt. Wer sich also Anregungen und notwendige Techniken für das selbstständige Recherchieren holen möchte, kann bei der intensiven Lektüre dieser vielseitigen Ideensammlung sehr viel lernen.

Schön wäre eine Gliederung nach Themenbereichen: Ebenso wie die Recherche im Internet eigene Kapitel erhält, könnte das Buch um eigene Abschnitte zur Recherche am Telefon, in Printmedien oder im persönlichen Gespräch erweitert werden. Auch eine Zusammenfassung der Ergebnisse am Ende jedes Kapitels wäre wünschenswert, um die hilfreichen Hinweise später noch schneller zu finden.

Das Buch eignet sich aufgrund der wenig übersichtlichen Gliederung nicht als Nachschlagewerk, ist jedoch für Anfänger eine reiche Fundgrube kreativer Ideen und eine Erinnerungshilfe für Profis.

Trotz der Schwächen im Aufbau ist „die Recherche“ nicht nur als Einführung und Ideensammlung, sondern auch für die Recherche zum Thema „Recherche“ unbedingt empfehlenswert.

Rezension: Das jüngste Gerücht

„Gerüchte sind wie Falschgeld. Rechtschaffene Menschen würden sie natürlich niemals herstellen, aber sie geben sie bedenkenlos weiter.“ Mit diesem Zitat, das Napoleon Bonaparte zugeschrieben wird, beginnt das Buch „Das jüngste Gerücht“ von Rechtsanwalt Dr. Michael Scheele. Der Verfasser ist mit der Thematik des Gerüchts und seinen Wechselwirkungen mit dem Journalismus nicht nur als praktizierender Medienanwalt sondern auch als regelmäßiger Kolumnist für Tages- und Fachzeitschriften bestens vertraut. Zudem war Dr. Scheele selbst mehrmals Zielscheibe bössartiger Verleumdungen und Gerüchte.

Der Autor beschreibt die Wirkung von Gerüchten aus juristischer und journalistischer Perspektive

sowie aus dem Blickwinkel des Betroffenen. Dadurch gewinnt der Leser einen einmaligen Einblick in die Wirkungsweise und Ursache von Gerüchten, ihre Bedeutung für die Medien sowie die Mittel mit denen sich Betroffene dagegen wehren können. Dabei ist es besonders für Journalisten interessant, die Wirkung von Verdachtsberichterstattung aus der Sicht des Betroffenen zu sehen, der selbst über journalistische als auch juristische Praxis verfügt. Die Exkurse in die Gefilde des deutschen

Titel: Das jüngste Gerücht
Autor: Michael Scheele
Rezensent: Thomas Dreesen, M. A., Berlin
Preis: EUR 19,90
Gebunden, 336 Seiten
Erscheinungsjahr: 2006
Verlag: mvg
ISBN 978-3-636-06282-6



senschaftlichen Arbeiten als auch aus alltäglichen Schlagzeilen der internationalen und deutschen

Presserechts sind auch für Laien verständlich und nachvollziehbar.

Scheele schildert anschaulich und detailliert, wie Gerüchte entstehen, welchen Reiz sie ausüben und welche Gefahr sie für die Betroffenen bergen. Dabei analysiert er diese Phänomene sowohl anhand von umfangreich recherchierten wis-

Medienlandschaft. Neben der Beschreibung der „Gerüchteküche“ gibt der Verfasser hilfreiche Hinweise, wie man sich gegen Gerüchte effektiv zur Wehr setzen kann. Der Autor bedient sich dabei einer erfreulich präzisen und klaren Sprache, die dem Leser nicht das Gefühl gibt, ein trockenes Fachbuch zu lesen, sondern einen spannenden und informativen Erlebnisbericht.

Sicherlich gehört es zum Berufsbild des Journalisten, so früh wie möglich Neuigkeiten aufzuspüren und daher auch Gerüchten nachzugehen. „Das jüngste Gerücht“ ist jedoch ein leidenschaftliches Plädoyer für eine sachlich fundierte Berichterstattung, das eindringlich schildert, welcher Schaden entsteht, wenn Journalisten nach dem Grundsatz „ich lass mir meine Geschichte doch nicht durch Recherche kaputtmachen“, verfahren.

Rezension: Journalismus und Wandel

Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien

Dass der Journalismus aktuell im Wandel ist, überrascht in Zeiten von Digitalisierung, Bürgerjournalismus und dem Phänomen der Blogosphäre niemanden. Ein Fachbuch mit dem Titel *Journalismus und Wandel* darf sich natürlich auch diesen Entwicklungen nicht verschließen. Aber auch die Gefährdung journalistischer Standards, zum Beispiel durch PR-Beiträge als Mischform von Anzeige und redaktionellem Text, werden diskutiert.

Bevor man sich jedoch mit Facetten eines möglichen Wandels beschäftigt, sollten Ist-Zustand, Ursache und Wirkung geklärt werden. Denn nichts ist beständiger als der Wandel. Doch wann beginnt er, warum und wo endet er? Im ersten Beitrag *A priori des Wan-*

dels oder „Agents of Change“? setzt sich Mitherausgeber Rudolf Stöber mit genau dieser Problematik der Diskussion journalistischen Wandels auseinander. Dem Desiderat, dass weder in Bezug auf den Wandel noch beim Journalismus ein empirisches einheitliches Analysekonzept vorhanden ist, setzt Mitherausgeber Bernd Blöbaum seinen Aufsatz *Vorschlag für einen analytischen Rahmen entgegen*. Unter anderem behandelt er dort auch verschiedene Manifestationen des Wandels im Journalismus: Er konstatiert einen Wandel der Struktur, der Organisationen, der Rollen und der Programme. Der letzte Beitrag des ersten Kapitels von Johannes Raabe titelt *Struktur – Handlungspraxis – Kultur. Zur Analyse von sozialen Prozessen im Journalismus*. Handlungspraxis, Identifizierung von Strukturen und die kulturelle Dimension sozialer Prozesse zieht beobachtbare Veränderungen nach sich. Mit diesem ersten Kapitel erhält der Leser eine umfangreiche Einführung. Insbesondere für Nicht-Experten sehr hilfreich sind die ausführlichen Schilderungen der Entwicklung des Journalismus (Vier-Stufen-Modell nach Baumert).

Das zweite Kapitel präsentiert konkrete Erscheinungen eines sich wandelnden Journalismus. Die

Titel: Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien
Herausgeber: Markus Behmer, Bernd Blöbaum, Armin Scholl, Rudolf Stöber
Rezensentin: Miriam Kuhl, M. A., Düsseldorf
Preis: EUR 29,90
Paperback, 270 Seiten
Erscheinungsjahr: 2005
Verlag: VS Verlag für Sozialwissenschaften
ISBN: 978-3-531-14637-9