

Praktischer Journalismus

Presse, Radio, Fernsehen, Online

Sie möchten wissen, was sich hinter dem Begriff Journalist, Journalismus oder Neue Medien verbirgt? Benötigen Details zu den jeweiligen Bereichen Radio, Fernsehen, Online und Presse? Sie suchen Hilfestellungen bei Fragen zu Redaktionsmanagement, Medienrecht oder Zeitungsgestaltung?

„Praktischer Journalismus“ heißt das Fachbuch, das all jene Fragen beantwortet, die sowohl den Anfänger als auch den Fortgeschrittenen im Journalismus beschäftigen. Es ist ein Buch, das zum einen definiert, erklärt und informiert und zum anderen durchleuchtet, kritisiert und abwägt. Allen Teilbereichen der vier Hauptkapitel ist ein Quellenanhang beigelegt, in dem der Leser auf Zusatzliteratur verwiesen wird.

Das erste Kapitel beschäftigt sich mit den (Massen-)Medien. Einleitend wird eine allgemeingültige Definition zur Strukturierung der Medien und ihren Aufgaben gegeben. Aktuelle Konsumentenzahlen zur Nutzung der einzelnen Medien veranschaulichen die Beiträge und erleichtern den Zugang zum Text. Besonders hilfreich sind dabei die Auflistungen in übersichtlichen Diagrammen auf der beiliegenden CD-ROM zum Thema „Publikumsmärkte in Österreich“. Die CD ist ein durchgängiger Begleiter zum Buch und ergänzt dort, wo die Kapazitäten des Buches nicht ausreichen. Marginalien in der Randspalte verweisen auf die entsprechenden Informationen auf der CD-ROM.

Im zweiten Kapitel wird der Beruf Journalist mit Hilfe verständlicher Kriterien definiert und abgegrenzt. Hierbei werden Fachbegriffe erklärt und Abkürzungen aufgelöst.

Das journalistische Handwerk füllt das dritte Kapitel. Verschiedene Autoren geben fachkompetente Tipps zu einzelnen Bereichen des Journalismus. So werden anfangs grundlegende Dinge wie Recherche und Sprache im Journalismus noch einmal aufgegriffen und ausführlich beschrieben. Die anschließenden Unterkapitel beschäftigen sich mit ausgesuchten Bereichen wie Magazin-, Radio- oder Fernsehjournalismus. Die im Buch beschriebenen Sachverhalte werden wiederum durch anschauliche Beiträge auf der CD gestützt. So wird es dem Leser anhand von Tonbeispielen ermöglicht, die verschiedenen Methoden des Radi-

ojournalismus zu unterscheiden. Ähnlich werden die Darstellungsformen der TV-Nachrichtenmoderation veranschaulicht.

Bei der Einführung in den Fotojournalismus werden weiterführende Informationen zur Bildbearbeitung angeboten. Für den Experten sind Profitipps eigens mit einem „P“ kenntlich gemacht. Hinweise zum Einsatz einer Digitalkamera sind mit einem „D“ markiert.

In der vorliegenden fünften Auflage wurde ein Kapitel über Internetjournalismus ergänzt. Hier werden einzelne Berufsbilder rund um das neue Medium erläutert und die Beziehung zu den klassischen Medien aufgeschlüsselt bzw. die doch enge Verbundenheit offen gelegt.

Der Bereich Zeitungsgestaltung befasst sich weiträumig mit prinzipiellen Darstellungsformen und erklärt diese ausführlich.

Obwohl sich die journalistischen Genres in gewisser Weise ähneln und teils auch eng miteinander verknüpft sind, gelingt es dem Autorenteam den Überblick zu wahren und eine nachvollziehbare Darstellung des journalistischen Handwerks zu schaffen.

Das vierte und letzte Kapitel des Buches befasst sich mit der Berufskunde. In zehn Abschnitten werden Angaben zur Ethik und Verantwortung im Journalismus gemacht und damit verbundene Probleme aufgezeigt und analysiert. Abschließend wird neben der Wirkung von Massenmedien und der Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Konsumentenverhalten und Medien-(Markt-)Angebot, das Medien- und Urheberrecht thematisiert.

Die drei Herausgeber Heinz Pürer, Meinrad Rahofer und Claus Reitan haben für diesen Band 30 kompetente Autoren, renommierte Fachleute aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, mit ins Boot geholt und damit ein weitsichtiges Handbuch geschaffen, das Journalismus allseitig beleuchtet und analysiert.

Heinz Pürer ist Professor am Institut für Kommunikationswissenschaften und Medienforschung der Universität München. Er war Begründer des österreichischen Kuratoriums für Journalistenausbildung und von 1978 bis 1986 dessen erster Leiter.

Meinrad Rahofer leitet das österreichische Kuratorium für Journalistenausbildung/Öster-

reichische Medienakademie in Salzburg. Zuvor hat er als Journalist sowie als werbe- und PR-Fachmann gearbeitet.

Claus Reitan ist Chefredakteur der Tiroler Tageszeitung in Innsbruck. Er hat u. a. als Redakteur bei der „Welt am Sonntag“, beim „Hamburger Abendblatt“, bei „Bild“ und dem Wochenmagazin „News“ gearbeitet.

Herausgeber: Heinz Pürer, Meinrad Rabofer und Claus Reitan

Rezensentin: Annika Bischof

Preis: EUR 29,00

Hardcover, 472 Seiten, inkl. CD-ROM

Erscheinungsdatum: 2004, 5. völlig neue Auflage

Verlag: UVK Verlagsgesellschaft mbH

ISBN 3-89669-458-8

Sensationsjournalismus in Deutschland

Dissertationen sind eine Sonderform unter den Publikationen. Sie dienen der Erlangung des Doktorgrads und folgen deshalb auch anderen Regeln in Bezug auf Vorgehensweise, Recherche und Aufbau, als beispielsweise Lehrbücher oder andere Beiträge aus dem Kreis der Fachliteratur. Das vorliegende Werk bewegt sich mit der stattlichen Anzahl von 452 Seiten an der Obergrenze dessen, was bei Promotionen üblich ist und wurde am Institut für Publizistik der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz im Jahr 2002 eingereicht.

Die Bild-Zeitung ist unangefochten die meistgelesene Zeitung in der Bundesrepublik und die Anzahl der Boulevardmagazine im Fernsehen nähert sich allmählich der Grenze zur Unüberschaubarkeit. Und doch gehören Boulevard- und Sensationsjournalismus, eine Spielart des ersteren, nach wie vor zu den Stiefkindern der Kommunikations- und Medienwissenschaften. Die Anzahl der Arbeiten zu diesem Thema kann man im deutschen Sprachraum nach wie vor an einer Hand abzählen.

Diesem Ungleichgewicht Rechnung tragend ist Ulrike Dulinskis Dissertation auch keine Analyse spezieller Tatbestände, sondern eine Erfassung des gegenwärtigen Forschungsstandes. In acht Kapiteln liefert sie eine ebenso systematische, wie detaillierte Zusammenstellung aller relevanten Befunde ab, die als Basis für die künftige Diskussion herangezogen werden kann.

Bei der Darstellung verlässt sie sich zu Recht nicht darauf, dass dem Adressatenkreis beispielsweise eine definitionsnahe Vorstellung von Begriffen, wie „Masse“ oder „Sensation“ geläufig ist. Nicht nur einmal schafft sie es, auch dem mit der Materie vertrauten Leser noch aufhorchen zu lassen.

Bei all der Ausführlichkeit macht sie jedoch nicht den Fehler, sich zu sehr auf den wissenschaftlichen Fachterminus zu stützen. Im Gegenteil, das Buch bedient gleichermaßen Fachpublikum und interessierte Praktiker. Es ist nicht nur informativ, sondern auch ansprechend geschrieben. Durch die glänzend recherchierten Beispiele und Zitate ist die Argumentation leicht nachzuvollziehen und das Buch für eine Dissertation eine extrem eingängige Lektüre.

Wo soll man bei diesem Buch ansetzen, wenn man nach Kritikpunkten suchen will? Eine Anmerkung vielleicht zum Schluss: Aufgrund der Tatsache, dass Dulinskis Werk zukünftig die Rolle eines „Standardwerks“ zukommen könnte, würde es sich anbieten, es im Nachhinein mit einer Art Glossar auszustatten, damit es seinen Informationsgehalt auch voll zur Geltung bringen kann. In der jetzigen Form neigt man dazu, aufgrund des Facettenreichtums der Betrachtung den Überblick zu verlieren. Dies umso mehr, weil ausgerechnet die Kapitelüberschriften miteinander unglücklich und steif formuliert sind.

Autorin: Ulrike Dulinski

Rezensentin: Martina Loch, M. A.

Preis: EUR 44,00

Taschenbuch, 452 Seiten

Erscheinungsdatum: 2003

Verlag: UVK Verlagsgesellschaft mbH

ISBN 3-89669-386-7