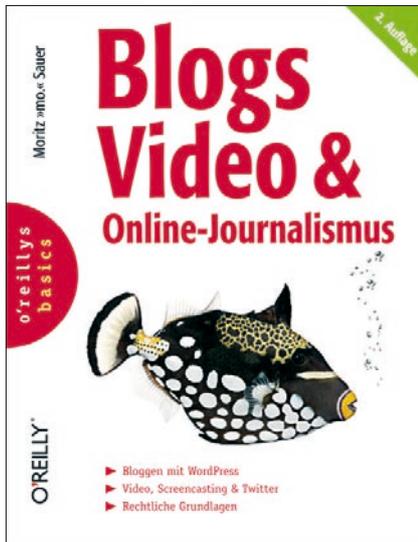


REZENSION: „BLOGS, VIDEO & ONLINE-JOURNALISMUS“



Autor: Moritz „mo.“ Sauer
Rezensentin: Jenny Sturm
Preis: EUR 24,90, Paperback , 432 Seiten
Erscheinungsjahr: 2. Auflage 2010
Verlag: O'Reilly
ISBN: 978-3-89721-973-1

Das Buch beschäftigt sich mit den verschiedenen Möglichkeiten des Onlinejournalismus. Es bietet Informationen zur technischen Erstellung sowie Einbindung von Blogs, Bildern und Videoclips, zur zielgruppenorientierten Anwendung von TWITTER und Suchmaschinen als auch zur juristisch sicheren Anwendung aller Dienste.

Groß und dick liegt der Wälzer beruhigend auf dem Schreibtisch. Gut 400 Seiten, die aktuelle Fragestellungen zum richtigen Einsatz von Blogs, Video und Onlinejournalismus behandeln sollen. Ein großer Fisch blubbert auf dem Cover vorbei und es ist nicht ganz klar, was er da soll: Dekorativ nach Aufmerksamkeit fischen? Zeigen, wie man ein dicker Fisch im Netz wird? Oder soll er an die „Phishing“-Problematik im Internet erinnern? Diese, für ein Computerhandbuch ungewöhnliche Gestaltung, regt jedenfalls schon auf den ersten Blick die Phantasie an und verspricht eine interessante Lektüre.

Gemäß dem Klappentext kann nach der Medienrevolution „heute jeder zum Sender werden“, und der Leser bekommt durch die Lektüre auch gleich das „nötige journalistische und technische Know-how an die Hand“. Damit richtet sich das Anwenderhandbuch in 18 übersichtlich gegliederten Kapiteln an jeden, der Informationen schnell und zielgruppenorientiert im Internet verbreiten möchte. Denn nirgends, so macht das Handbuch deutlich, sind die Möglichkeiten zum (kostengünstigen!) Austausch so groß wie im World Wide Web, wo jeder seine Meinung über Foren, Blogs, Gästebücher, Chats oder Newsgroups in Sekundenschnelle einem breiten Publikum mitteilen kann und die der anderen erfährt.

Der Autor MORITZ „MO.“ SAUER erklärt in diesem Grundlagenwerk umfangreich und mit einfachen Worten, wie heute jeder, auch ohne Programmierkenntnisse, in wenigen Stunden eine eigene Plattform im Internet für sich gestalten kann. Er nutzt zum Einstieg WORDPRESS, den einfachsten Weg zum eigenen Weblog, und zeigt weiter, wie zum eigenen Text auch Videos, Bilder und Verlinkungen zu sozialen Netzwerken wie TWITTER und

FACEBOOK eingebunden werden können. Um dem Titel „Online-Journalismus“ auch fachlich-inhaltlich gerecht zu werden, ist ein eigenes Kapitel dem journalistischen Schreiben eines Onlineartikels gewidmet sowie ein weiteres Kapitel der Onlinerecherche. Wo die Grenzen der freien Meinungsäußerung im Netz liegen und an welchen juristischen Grundlagen niemand vorbeikommt, der eigene Inhalte auf Seiten im Internet anbietet, wird im vierten Teil umfassend unter „Rechtliche Grundlagen“ von LAURA DIERKING und CHRISTOPH GOLLA besprochen.

Für Laien (und Ängstliche) auf dem Gebiet der Onlineanwendungen ist die lebendige und anwenderorientierte Sprache ein Grund zur Entspannung. Selbst längere technische Anweisungen werden angenehm lesbar. Sie werden das Gefühl haben, als stünde jemand hinter Ihnen, der Ihnen die einzelnen Handgriffe mit freundlichen Worten geduldig erklärt: „Klicken Sie auf das Icon links des ABC-Icons, erscheint unterhalb des Cursors eine gepunktete hellgraue Linie. Mit dieser Funktion unterteilen Sie Artikel und erstellen einen Anreißer [...]“

Egal, an welcher Stelle der Leser das Buch aufschlägt, er findet zu allen Themen gut strukturierte Überschriften, Bilder und Screenshots, die die beschriebenen Schritte und Anwendungen auch visuell nachvollziehbar machen. Typische Begriffe aus der Fachterminologie wie zum Beispiel „Widgets“, „Permalinks“ und „Trackbacks“ werden so einfach wie möglich anhand von praktischen Beispielen erklärt. Hilfreich sind die Tipps, durch die der Leser erfährt, welche Fallen bei den möglichen Installationen lauern und wann es sein kann, dass er zwar alles richtig gemacht hat, der Anbieter jedoch aus verschiedenen Gründen diesen Service gerade nicht durchführen kann.

FAZIT

Das Buch ist ein hervorragender technischer Werkzeugkasten für alle, die Informationen möglichst zielgruppensicher und juristisch korrekt im Netz verbreiten möchten. Durch die gelungene Gliederung ist es sehr anwenderfreundlich – auch für Fortgeschrittene auf dem Gebiet der Webkommunikation, die ihrer Plattform noch den letzten Schliff geben möchten. Das journalistische Handwerkszeug für die Recherche und das Schreiben sind allerdings Qualifikationen, die eine langjährige fundierte Ausbildung und Erfahrung auf dem Gebiet erfordern; die kann selbst dieses praktische Buch nicht ersetzen – und das wäre auch zu viel verlangt.//

Nähere Informationen zum Buch sowie ein PDF des Kapitels 7 „Suchmaschinenoptimierung“ finden Sie über folgende Adresse:
 → <http://phlow.de/seite/blogs-video-online-journalismus>



Die Rezensentin und Kunsthistorikerin JENNY STURM, geboren 1978 in Freiburg im Breisgau, ist Referentin der Pressestelle im Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg und als Rednerin für verschiedene KünstlerInnen und Galerien tätig.

DEUTSCHES JOURNALISTENKOLLEG: DFJV LAUNCHT NEUE WEITERBILDUNGSPLATTFORM



Der DFJV bündelt sein Weiterbildungsangebot seit März dieses Jahres unter einem neuen Dach: DFJV DEUTSCHES JOURNALISTENKOLLEG GmbH. Auf www.journalistenkolleg.de bieten wir Ihnen ein vielfältiges Programm aus Praxisworkshops und fachspezifischen Seminaren an – abgestimmt auf die aktuellen Anforderungen an die Profession. Alle Angebote stehen Mitgliedern des DFJV zu vergünstigten Konditionen offen. Ziel ist es, die Weiterbildungsangebote des DEUTSCHEN JOURNALISTENKOLLEGS sukzessive in allen deutschen Ballungsräumen anzubieten. Wir werden Sie hierüber stets aktuell informieren.

Nicht nur die Onlinepräsenz ist neu, sondern auch das Angebotsspektrum: Die Fachseminare „Phänomen Think Tanks – Forschung, Beratung oder Lobbying?“ in Zusammenarbeit mit Dr. DIETER PLEHWE, Wissenschaftler am WISSENSCHAFTSZENTRUM BERLIN FÜR SOZIALFORSCHUNG (WZB) und Vorstandsmitglied von LOBBYCONTROL e. V. am 06. Mai 2011 und „Die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) in Deutschland“ am 15. April 2011, veranstaltet in Kooperation mit dem AOK BUNDESVERBAND, bilden den Auftakt für eine Reihe weiterer fachspezifischer Weiterbildungsangebote des DEUTSCHEN JOURNALISTENKOLLEGS.

SEMINARTITEL	DATUM	VERANSTALTUNGSORT
Erfolgreich frei: Selbstmarketing für Journalisten	01.04.2011	Berlin
Bloggen & die journalistische Selbstvermarktung im Netz (Teil I)	08.04.2011	Köln
Die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) in Deutschland	15.04.2011	Berlin
Presserecht für Journalisten	06.05–07.05.2011	Hamburg
Recherche 2.0: So funktioniert der Fakten-Check im Social Web	06.05.2011	Hamburg
Phänomen „Think Tanks“ – Forschung, Beratung oder Lobbying?	13.05.2011	Berlin
Bloggen & die journalistische Selbstvermarktung im Netz (Teil II)	13.05.2011	Köln