

Inhalt

Vorwort.....	11
---------------------	-----------

Warum dieses Buch – und diese Autoren?

Zur Einführung	13
Wie Wissenschaft und Praxis den Journalismus sehen	14
Welche Fragen diskutiert werden	22

Kapitel 1:

Journalismus – Was ist das?	23
Sichtweisen der Praxis	24
Wer ist „Journalistin/Journalist“?	24
Perspektiven der Forschung	25
Die Funktion des Journalismus	25
Unterschiede zwischen Praxis- und Wissenschaftsverständnis	29
Strukturen und Arbeitsplätze im Journalismus	30
Sichtweisen der Praxis	32
Ein Tag, viele Arbeitsplätze	32
Hörfunk-Nachrichtenredakteurin	32
Hörfunk-Korrespondentin	33
Freie Journalistin	35
Hörfunk-Moderator	36
Freier TV-Produzent und -Autor	37
Online-Redakteur	38
Tageszeitungs-Redakteur	40

Kapitel 2:

Darstellungsformen –

Wie bringen Journalisten ihre Texte in Form?	42
Sichtweisen der Praxis	43
Was die Darstellungsformen unterscheidet	43
Wahl der Darstellungsform	45
Die Nachricht	46
Das Feature	48
Bericht mit Feature-Elementen	49
Die Reportage	50

Das Interview.....	51
Der Kommentar	53
Weiterentwicklung der Darstellungsformen	54
Darstellungsformen im Internetjournalismus.....	55
Praxis-Lehrbücher.....	56
Perspektiven der Forschung	57
Wozu Darstellungsformen?	57
Entstehen, Wandel und Kritik der Nachrichtenform	58

Kapitel 3:

Macht des Journalismus – Können und wollen Journalisten

ihr Publikum beeinflussen?	63
---	----

Phänomene journalistischer Macht.....	63
---------------------------------------	----

Eklat in der Elefantenrunde	64
-----------------------------------	----

Sichtweisen der Praxis	66
-------------------------------------	----

 Journalistisches Selbstverständnis:

Wie Medienmacher ihre Rolle interpretieren.....	66
---	----

 „Richtig – schnell – neutral“:

Das journalistische Koordinatensystem der <i>dpa</i>	67
--	----

 „Die Mikros denen, die sonst nicht zu Wort kommen“:

Journalismus als Anwalt der Benachteiligten	68
---	----

 „Der neoliberale Kim Jong Il“:

Der Journalist als Meinungsmacher.....	70
--	----

 „Right or wrong – my party!“

Politischer Journalismus in der Bonner Republik.....	73
--	----

Perspektiven der Forschung	75
---	----

Allmacht oder Ohnmacht der Medien?.....	75
---	----

Theorie der Schweigespirale	77
-----------------------------------	----

Eingebildete Wirkungen: Reziproke Effekte und Skandale	79
--	----

Meinungsmacht und ihre rechtliche Beschränkung	81
--	----

Machtwille der Journalisten: Oberlehrer und Missionare?	83
---	----

Kapitel 4:

Unabhängigkeit im Journalismus – Wer beeinflusst

die Journalisten? Und wie bleiben sie unabhängig?	86
--	----

Sichtweisen der Praxis	87
-------------------------------------	----

Das geöffnete Schleusentor – Journalismus, PR und Werbung.....	87
--	----

Die magische Nuss – ein leichtes Spiel für die PR	87
---	----

Luxus in Peking – Wie sich Journalisten der PR ergeben	90
--	----

Die Trennung von Werbung und redaktionellen Berichten – eine erodierende Grenze	91
Vorsicht vor Maulwürfen! Die Strategien „schwarzer PR“	92
Tarnen – tricksen – täuschen: Wie die Bahn versuchte, die öffentliche Meinung zu manipulieren	93
Nur keine Angst! Vom Umgang mit PR im Arbeitsalltag	95
Ein besonderes Verhältnis – Der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Politik	97
Schlachtfeld Lerchenberg – Wie die Union den ZDF-Chefredakteur vor die Tür setzte	99
Perspektiven der Forschung	101
Was beeinflusst „Mr. Gates“?	101
Die Macht von Public Relations und Werbung	104
Das Mediensystem zwischen Politik und Wirtschaft	107
Pressefreiheit im internationalen Vergleich	111

Kapitel 5:

Qualität im Journalismus – Was ist Qualität?

Und wie wird sie gemessen und gesichert?	114
---	-----

Der Spiegel unter der Lupe –

Blattkritik beim Nachrichtenmagazin	114
---	-----

Sichtweisen der Praxis	115
-------------------------------------	-----

Viele Köche verbessern den Brei –

Die Textkontrolle beim <i>Spiegel</i>	116
---	-----

Teamwork in Hochgeschwindigkeit –

Qualitätskonzept und Qualitätsmanagement bei <i>RTL-Aktuell</i>	117
---	-----

Vom Stolz, der Sand im Getriebe zu sein –

Fact-Checking beim <i>Spiegel</i>	120
---	-----

Mit Fragebogen und Interview –

Das Programm-Controlling beim <i>WDR</i>	123
--	-----

Perspektiven der Forschung	125
---	-----

Mit welchen Fragen sich die Qualitätsforschung befasst	125
--	-----

Qualitätsdefinition	127
---------------------------	-----

Was erwartet die Gesellschaft?	129
--------------------------------------	-----

Was will das Publikum?	130
------------------------------	-----

Qualitätskriterien im Journalismus	133
--	-----

Objektivität	134
--------------------	-----

Transparenz	134
-------------------	-----

Relevanz.....	136
Analyse.....	137
Wertung und Diskurs.....	139
Qualität als Wirkung	142
Qualitätsmessung	143
Qualitätssicherung	144

Kapitel 6:

Objektivität im Journalismus – Was bedeutet „Objektivität“?

Und können Journalisten objektiv berichten?	146
--	-----

Sichtweisen der Praxis	147
-------------------------------------	-----

Objektivitätsnorm in Deutschland	148
--	-----

Objektivitätskriterien in der beruflichen Praxis.....	149
---	-----

Auf der Goldwaage – Worte machen Meinung	152
--	-----

Die Qual der Wahl –	
---------------------	--

Vom Versuch, die Welt in eine Sendung zu packen.....	154
--	-----

Perspektiven der Forschung	157
---	-----

Entstehen der Objektivitätsnorm.....	157
--------------------------------------	-----

Was ist wirklich, was ist wichtig?.....	158
---	-----

Ist objektive Erkenntnis möglich?	162
---	-----

Regeln für einen kritisch-rationalen Journalismus	165
---	-----

Kapitel 7:

Der Journalismus und sein Publikum –

Was denkt und erwartet das Publikum?

Und wie erfährt der Journalismus davon?	169
--	-----

Sichtweisen der Praxis	171
-------------------------------------	-----

Wenn sich der Kunde meldet –	
------------------------------	--

Wie Medien mit Publikumsreaktionen umgehen.....	171
---	-----

Anwalt der Leser – Prügelknabe der Redakteure:	
--	--

Erfahrungen eines Ombudsmannes	174
--------------------------------------	-----

Befragt und gescannt: Die angewandte Publikumsforschung.....	175
--	-----

Vom erforschten Konsumenten zum aktiven Mitspieler:	
---	--

Wie Medien ihr Publikum einbinden.....	180
--	-----

Perspektiven der Forschung	182
---	-----

Schlechte Sichtverhältnisse	182
-----------------------------------	-----

Angewandte und akademische Publikumsforschung.....	183
--	-----

Ratlos in der Zeitungskrise.....	184
----------------------------------	-----

Medienrezeption als Suche nach Gratifikationen	185
--	-----

Print- oder Online-Zeitung?	187
Grenzen des Modells rationalen Handelns	188
Mehr als nur Mutmaßungen	190
Die Unberechenbarkeit des Journalismus	191

Kapitel 8:

Ausblick – Vor welchen Herausforderungen

steht der Journalismus?	193
Erfolgreich und arm –	
Wirtschaftliche Krise eines Traumberufs	193
Prekarisierung: Die soziale Lage der freien Journalisten.....	195
Krise der Tageszeitung – Abwanderung ins Netz	196
Neue Wege im Netz	199
Ein Blog gegen die journalistische Einförmigkeit –	
Wie <i>regensburg-digital</i> die lokale Öffentlichkeit aufmischt	200
Redaktionen – Neue Strukturen, neue Anforderungen	202
Avantgarde in der Provinz – Crossmediales Arbeiten	
im <i>WDR</i> -Studio Bielefeld	203
Journalismus im Internet	207
Quellen im Netz – Die <i>Tagesschau</i> auf neuen Pfaden	211

Danksagung	215
-------------------------	-----

Literaturverzeichnis	217
-----------------------------------	-----

Grundlagen des Journalismus

Neuberger, C.; Kapern, P.

2013, XII, 217 S. 1 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-531-16017-7