

# Journalismus

---



PD Dr. Christian Schicha

[schicha@t-online.de](mailto:schicha@t-online.de)

[www.schicha.net](http://www.schicha.net)

SoSe 2007

# Funktionen

---

- Information
- Doppelrolle (Marktteilnehmer/Staatsbürger)
  - Artikulation (Frühwarnsystem)
  - Agenda Setting (Aufmerksamkeit auf Themen und Ereignisse setzen
    - Kritik und Kontrolle

# Aufgaben

---

- Bildung
- Unterhaltung
- Information
- Sozialisation
- Integration
- Orientierung
- Transparenz

# Umfeld

---

- Ökonomisches System
- Soziokulturelles System
- Politisch-administratives System

# Journalismus und Politik

---

- Interdependenz
- Anhängigkeit
  - Symbiose

# Trends in Journalismus und Gesellschaft

---

- Beschleunigung
  - Vernetzung
- Globalisierung
- Differenzierung
- Spezialisierung

# Genres

---

- Nachricht
- Reportage
- Kommentar
- Interview

# Ressorts

---

- Politik
- Wirtschaft
  - Kultur
  - Lokales
  - Sport
- Wissenschaft
  - Medien

# Medien

---

- Agentur
  - Print
  - Radio
    - TV
- Internet

# Qualitäts-Tageszeitungen

---

- FAZ
- FR
- SZ
- Die Welt
- NZZ

# Wirtschaftszeitungen

---

- Handelsblatt
- Financial Times Deutschland

# Nachrichtenmagazine

---

- Spiegel
- Fokus

# Special Interest Zeitschriften (Wirtschaftsmagazine)

---

- Capital
- Manager-Magazin
- Wirtschaftswoche

# Textgattung: Nachricht (Meldung, Bericht)

---

- Aktualität
- Exklusivstorys
  - Relevanz

# Aufbau: Nachricht (Meldung, Bericht)

---

- Wer?
- Was?
- Wann?
- Wo?
- Wie
- Warum?
- Woher? (Quelle)

# Sprachlich: Nachricht (3 x K)

---

- Kurz
- Klar
- Kommentarlos

# Formen der Nachricht

---

- Kurzmeldungen (1-2 Sätze)
  - Meldungen (Einspalter)
- Bericht (Zwei- oder Mehrspalter)
  - Hintergrundberichte

# Drei Formen des Berichts (Weischenberg)

---

- Tatsachenbericht
- Handlungsbericht
- Zitatenbericht

# „Objektivität“

---

- Mehrere Quellen
- Unvoreingenommenheit (Neutralität)
- Trennung von Nachricht und Meinung
  - Vollständigkeit
  - Transparenz
  - Wahrheit
- Gefühlsvermeidung

# Reportage

---

- Anschauliche Sachinformation
  - Human Touch
  - Dramaturgie
    - Zitate
- Hintergrundanalyse

# Kommentar

---

- Bezug zur Nachricht
- Argumente darstellen
- Argumente abwägen
  - Fazit

# Kommentarformen

---

- Leitartikel
- Kolumne
- Rezension
  - Satire
- Lokalspitze
- Karikatur

# Journalistische Sprache: Verständlichkeit

---

- Einfache Sprache (kurze Sätze, geläufige Begriffe)
  - Gliederung (systematischer Aufbau, folgerichtige Verknüpfungen)
- Prägnanz (treffende Formulierungen ohne schmückendes Beiwerk)
- Stimulanz (anschauliche Beispiele, „human touch“)

# Trügerische „Synonyme“

---

- Verwaltung:  
Bürokratie
- Marktwirtschaft:  
Kapitalismus
  - Gewinn:  
Profit
- Zivile Kriegsopfer:
- Kollateralschaden

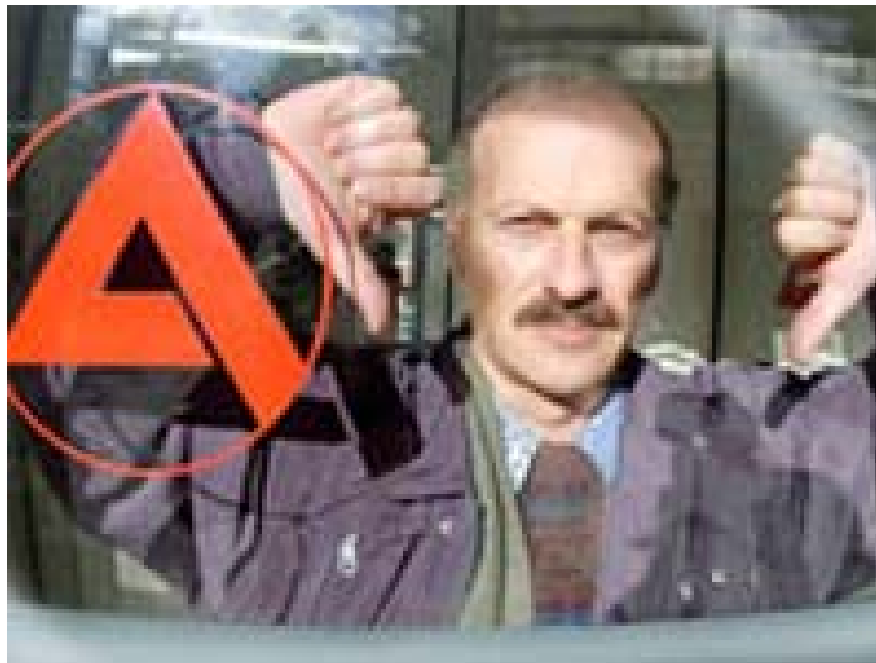
# Trügerische „Synonyme“

---

- Freisetzen:
- Arbeitsplätze kündigen
  - Pragmatiker:  
Opportunist
- Atommüll-Entlager:  
Entsorgungspark
- Senioren-Rezidenz:  
Altersheim

# Anglizismen

„Ich bin ein Long Time Jobloser und wollte  
gern mal den Executive Officer sprechen“



# Journalistischer Produktionsprozeß

---

## Input

- PR
- Nachrichtenagenturen
- Korrespondenzen

# Nachrichtenagenturen

---

dpa

- Täglich 800 Meldungen
  - 200.000 Wörter
  - 500 DIN-A4-Seiten

# Journalistischer Produktionsprozeß

---

## Umsetzung (Redaktion)

- Auswahl
- Bearbeitung/Recherche
- Präsentation

# Nachrichtewerte

---

- Zeit (Aktualität, Dauer, Kontinuität)
  - Nähe, Betroffenheit, Relevanz
    - Status: (Prominenz, Macht)
- Dynamik (Überraschung, Struktur, Intensität)
  - Good News und Bad News
- Identifikation (Human Touch, Ethnozentrismus, Emotionalität)
  - Umsetzung in Bilder

# Journalistischer Produktionsprozeß

---

## Outputs:

- Zeitungen
- Zeitschriften
  - Hörfunk
  - Fernsehen
- Online-Angebote

# Informationsquellen für Journalisten im Netz

---

- [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)
  - [www.zeit.de](http://www.zeit.de)
  - [www.nzz.de](http://www.nzz.de)
- [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de)
- [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)

# Suchmaschinen im WWW

---

- [www.google.de](http://www.google.de)
- [www.fireball.de](http://www.fireball.de)
- [www.lycos.de](http://www.lycos.de)
- [www.yahoo.de](http://www.yahoo.de)

# Rezipienten

---

- Mediennutzung
- Medienwirkungen

# Lesarten von Medienprodukten

---

- Völlige Übernahme
- Kritische Übernahme
  - Ablehnung

# Trends redaktioneller Konzepte

---

- Serviceorientierung („news you can use“)
  - Soft news (Life Style)
  - Spezial Interests (Spartenangebote)
    - Interaktivität (Leseraktionen)
- Einbeziehung von Publika (Zeitung in der Schule, Leserredaktion)

# Einflussnahme auf den Journalismus

---

- Medienpolitik
  - Werbung
- Ökonomische Imperative
  - PR

# Medienrecht, GG Art. 5

---

- Jeder hat das Recht Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und sich aus Quellen ungehindert zu unterrichten
  - Eine Zensur findet nicht statt.
  - Schranken: allgemeine Gesetze, Jugendschutz, Recht der persönlichen Ehre

# Medienrecht

---

- Gegendarstellung
- Persönlichkeitsschutz
  - Caroline-Urteil
  - Berichtigung
    - Widerruf
  - Unterlassung
- Schadensersatz

# Medienrecht

---

- Recht auf informationelle Selbstbestimmung
  - Urheberrecht
- Zeugnisverweigerungsrecht

# Medienethik

---

- Individualethik
- Organisationsethik
- Publikumsethik

# Grundsätze des Deutschen Presserates

---

- Achtung der Wahrheit und Menschenwürde
  - Gründliche Prüfung von Nachrichten
  - Falsche Behauptungen richtig stellen
- Keine unlautere Beschaffung von Daten
  - Vertraulichkeit wahren
  - Informantenschutz und Zeugnisverweigerungsrecht

# Grundsätze des Deutschen Presserates

---

- Kein Einfluss von geschäftlichen Interessen
  - Privatleben und Intimsphäre achten
  - Unbegründete Behauptungen nicht veröffentlichen
    - Religiöse Einstellungen achten
- Übermäßige Gewaltdarstellung vermeiden

# Grundsätze des Deutschen Presserates

---

- Diskriminierungsverbot
- Sensationalisierung vermeiden (Medizin)
  - Keine Vorverurteilung
- Keine Vorteile annehmen oder gewähren
  - Rügen des Presserates abdrucken.

# Strafrechtliche Regelungen

---

- Abhören
- Öffnung persönlicher Schriftstücke
- Ausspähen gespeicherter Daten
  - Schweigepflicht missachten

# Synonyme oder Stereotypen

---

- Frankfurt:  
Bankenmetropole
  - Hund:  
Vierbeiner
  - Lobbyist:  
Interessenvertreter
- Schweiz/Österreich:  
Alpenrepublik

# „Killerfragen“

---

1. Wann haben Sie aufgehört, Ihre Frau zu schlagen?
2. Welche militärischen Ziele, Herr General, werden Sie als nächstes bombadieren?
3. Darf ich mal indiskret fragen?
4. Warum widersprechen Sie früheren Aussagen?

# Fernsehen

---

1. Leitmedium
2. Bild-Ton-Schere
3. Moderation als „Anker“
4. Öffentlich-rechtlich
5. Privat-Kommerziell

# Internet

---

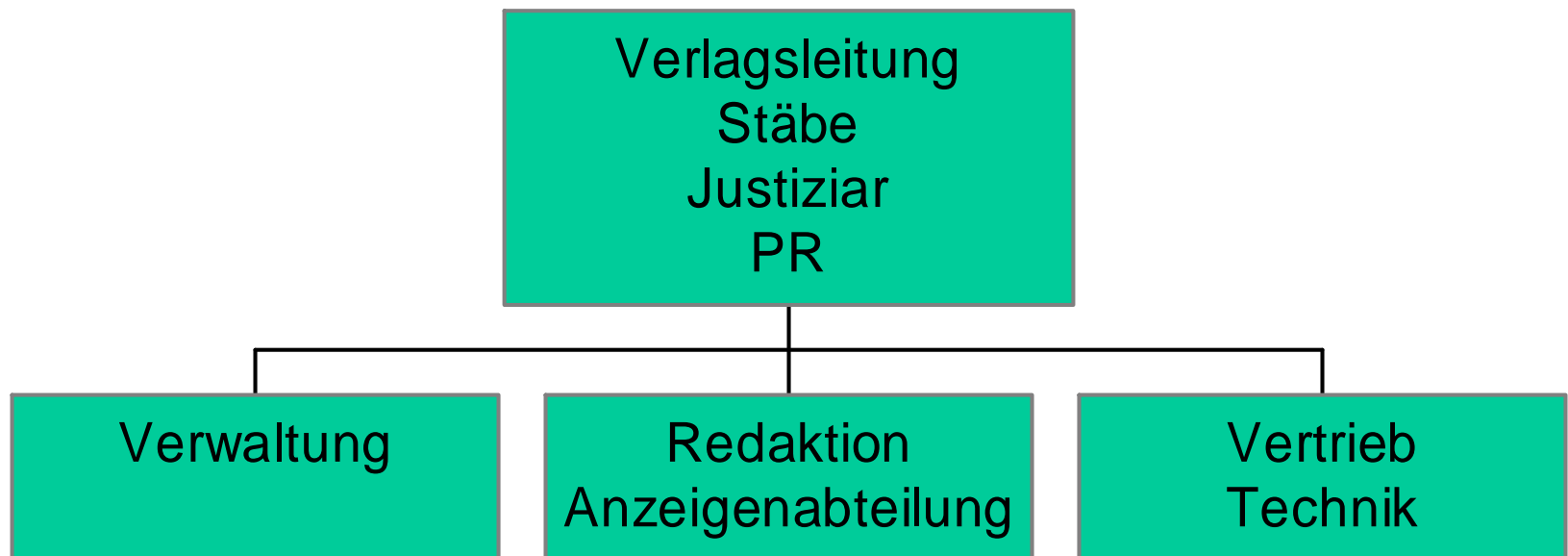
1. Rechercheparadies?
2. Aktualitätsdruck
3. Häppchenjournalismus
4. Verlinkung durch netzförmige Strukturen

# Aufbau eines Medienunternehmens

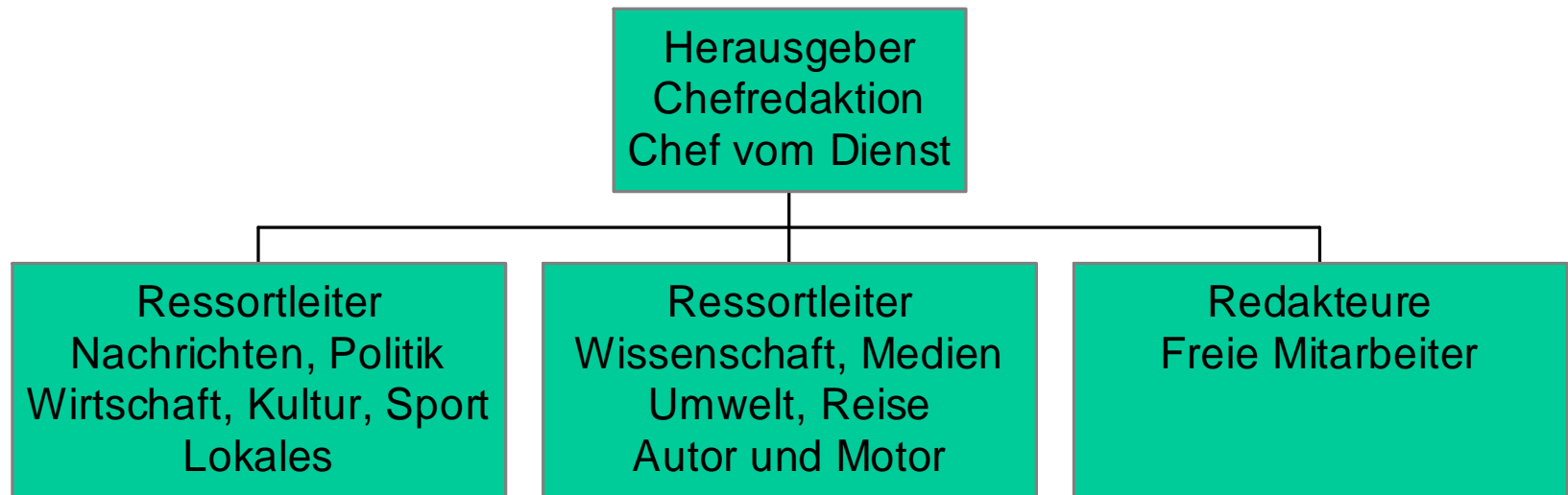
---

1. Verlagsleitung
2. Stäbe (u.a. Justiziar, PR)
3. Verwaltung
4. Redaktion
5. Technik
6. Vertrieb
7. Anzeigenabteilung

## Organigramm eines Medienunternehmens



# Redaktionsaufbau



# Trends

---

1. Infotainment
2. Politainment
3. Edutainment

# Auslandberichterstattung

---

- Kostenintensive Korrespondenten
  - Mäßiges Interesse
  - Vernachlässigung
  - Hochstapler-Dilemma
- Lokalitas-Gefahr (Identifikation)

# Auslandberichterstattung

---

- No background-Falle
- Mangelnder Zugang zu Infos und Quellen
  - Ignorante Heimatreaktionen

# Kriegs- und Krisenberichterstattung

---

- Zensur
- Eingebettete Journalisten
  - Risiko
- Optionen des Friedensjournalismus?

# Wirtschaftsberichterstattung

---

- Börsenboom
- Börsencrash
- Häppchenjournalismus (Börsenkurse wie Lottozahlen)
  - Insider-Regeln

# Kultur und Medien

---

- E und U
- Theater
  - Film
  - Kunst
- Fernsehen
- Rezensionen

# Sportberichterstattung

---

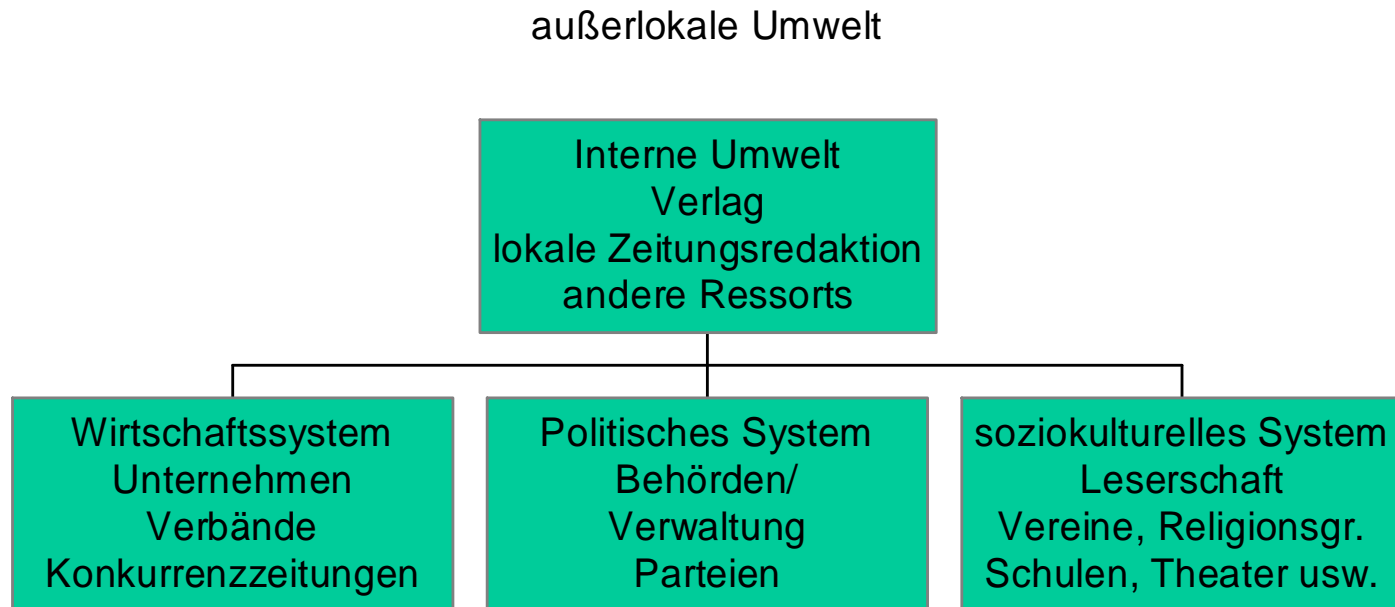
- Kommerzialisierung
  - Pseudoereignis
- Konzentration auf Kernsportarten
- Starkult (Personalisierung)
  - Liveberichterstattung
    - „Faires Foul?“

# Lokales

---

- Politik, Kultur
  - Wirtschaft
    - Sport
- Vermischtes

# Umwelt der Lokalredaktion



# Journalistik/Publizistik: Fehler

---

1. Thema aus den Nachrichten übernehmen
2. Recherche auf den Sachzusammenhang beschränken
3. Das Material abzuarbeiten, statt Ablauf zu konstruieren
4. Zu viele Personen zitieren, statt wichtige Akteure in einen Ablauf einzubauen
5. Den Text zu referieren, statt zu erzählen

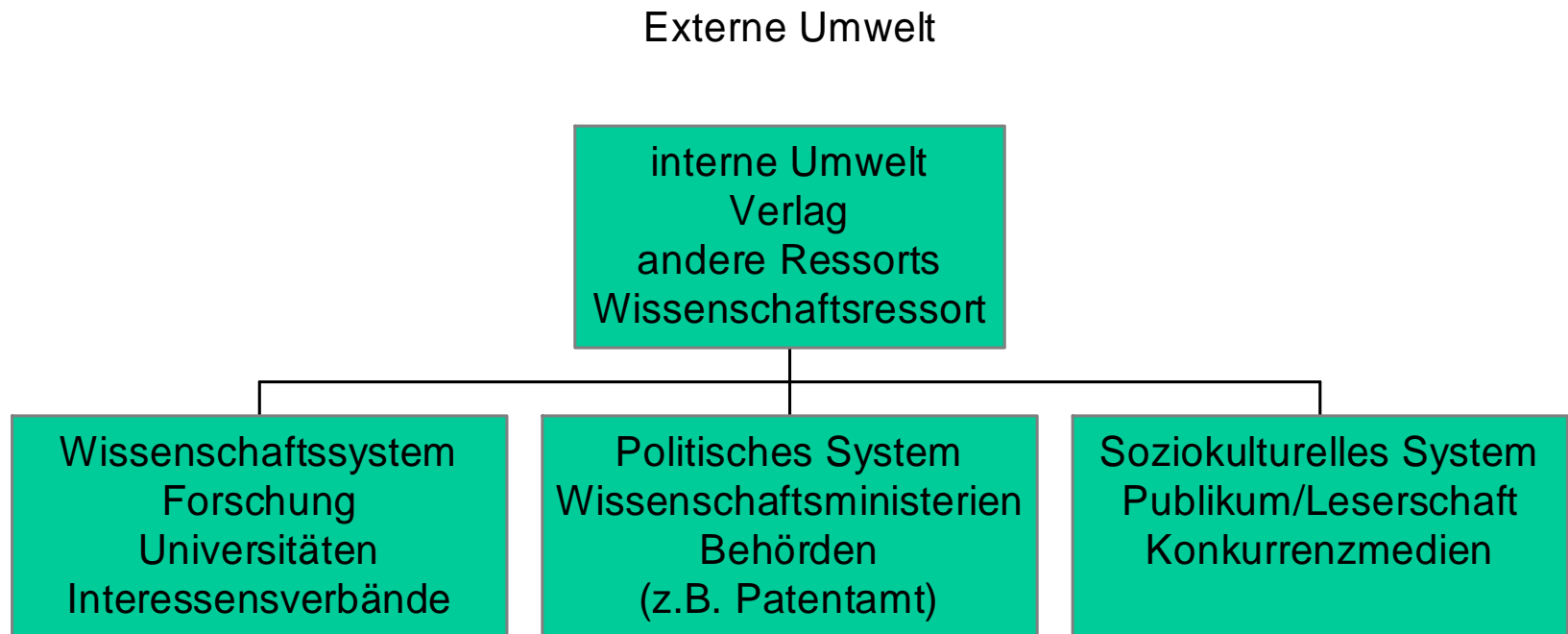
# Journalistik/Publizistik: Fehler

---

„Ein guter Journalist macht sich mit keiner  
Sache gemein, auch nicht mit einer guten  
Sache“  
(Hajo Friedrichs)



# Die Umwelt des Wissenschafts- Ressorts



# Journalistik/Publizistik: Telefonrecherche

---

1. Klare Vorstellung des Recherche-Projektes
2. Vorbereitung
3. Hat Informant Zeit?
4. Interesse am Thema wecken
5. Role taking
6. Zuhören lernen und offene Fragen stellen

7. Gezielt fragen

8. Nach Belegen fragen

9. Fragen, ob man zurückrufen darf

10. Danke sagen

# Journalistik/Publizistik: Partnerkriterien

---

Bildung

Fachkraft, Experte oder Laie

Fachgebiet

Praktiker oder Theoretiker

Position in Betrieb, Institution oder Verwaltung

Nationalität

Kultur

Religion

# Journalistik/Publizistik: Partnerkriterien

---

Politische Position

Wertesystem

Familie, Kinder

Sozialer Status

Hobbies

Familie, Kinder

Sozialer Status

# Journalistik/Publizistik: Partnerkriterien

---

Hobbys

Zugehörigkeit zu Vereinen, Gruppen, Milieus

Mitläufer oder Meinungsführer

Psychologische Besonderheiten

Auffälligkeiten: z.B. Drogen, Vorstrafen

Bisherige Erfahrungen

Lebenslauf recherchieren



# Ethik und professionelle Normen

---

- Umgang mit Berichterstattungsoffern
- Informantenschutz
- Scheckbuch-Journalismus
- Umgang mit Kollegen
- Recherche vs. Plagiat
- Umgang mit Werbekunden

# Qualitätskriterien

---

- Aktualität
- Relevanz
- „Objektivität“
- Vielfalt
- Originalität
- Verbindlichkeit
- Transparenz

# Redaktionelle und infrastrukturelle Qualitätssicherung

---

- Präventiv: Ausbildung (Volontariat, Studium, Journalistenschule)
- Produktbegleitend (Quellenvielfalt, Recherche, Redigieren, Nachrichtenwerte)
- Ex post (Blattkritik, Leserforschung, Korrekturspalte, Leserbriefe, Ombudtsleute, Presseräte, Journalistenpreise, Medienfachjournalismus))

Quelle:  
Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.):  
Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch,  
Frankfurt am Main 2003

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!  
Gibt es noch Fragen

