

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
<i>Der Spiegel</i> 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 WDR-Studio Bielefeld	203
Journalismus im Internet	207
Quellen im Netz – Die <i>Tagesschau</i> auf neuen Pfaden	211
Danksagung	215
Literaturverzeichnis	217