

SE Redaktionsarbeit und Redaktionsorganisation I

(Mu/BA: MJ5 – 1. Semester)

Medien - Journalismus – Recherche – Whistleblower/Informanten - Medienmanagement Glossar der analytischen Fachbegriffe zur Redaktionsarbeit und –organisation

Konzept:

In diesem Einführungsseminar werden Grundlagen und Probleme der Redaktionsarbeit und –organisation am Beispiel des Nachrichtenjournalismus analysiert.

Die Studierenden erarbeiten sich anhand der einschlägigen Fachliteratur einen Überblick über die berufsspezifischen Kenntnisse, Praktiken und Probleme im Print-, Hörfunk-, Fernseh- und Online-Journalismus. Dies geschieht anhand einer vorgegebenen Literaturliste sowie – wenn möglich - an realen Beispielen aus der Medienwelt.

Dabei soll immer auch die Frage beantwortet werden, ob es sich bei den aufgefundenen Darstellungen (Literatur) und den eigenen Darstellungen (Vortrag/Präsentation + schriftl. Ausarbeitung) um normative Vorgaben, um Vermutungen oder Selbstdiagnosen, um analytische Betrachtungen (z.B. Theorien) oder um empirisch verifizierbare Fakten handelt.

Die Basismaterialien und Themen sowie alle Semesterarbeiten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden auf einer Lernplattform für alle nachlesbar bereitgestellt.

Stellung des SE innerhalb des Studiums:

Bei diesem SE geht es im ersten Semester um die Einführung in die journalistische Welt der Medien. Das erste Teilmodul ist mit 3 CP angesetzt und entspricht 2 SWS bzw. einem Workload von 90 Std. und endet mit einer Studienleistung (unbenotete aktive Teilnahme), die in der oben skizzierten Semesterarbeit besteht. Das zweite Teilmodul im SoSe (MJ 6) baut auf den Kenntnissen des ersten auf: hier werden dann beispielhaft praktische Übungen (Laborpraktika z.B. mit der Kamera etc) durchgeführt.

Im dritten Semester schließt sich das SE „Medienkonzeption und –produktion“ (MJ7) an, in dem ein konkretes Medienprodukt hergestellt wird (z.B. Ausgabe einer Zeitschrift).

Auszuwählende/ zu bearbeitende Stichworte/Themen:

Agenda-Setting, Themenkarriere, Gatekeeper	Nachrichtenagenturen, Bildagenturen
Aktualität vs. Authentizität, Faktizität	öffentliche Aufgabe, Watchdog-Funktion
Blogs, User-generated content	Onlinejournalismus
Boulevard-Journalismus	Pressekodex, publizistische Grundsätze, Presserat
Darstellungsformen, journalistische	Publizistische Gegenwehr: Gegendarstellung, Unterlassung, Widerruf
Duales Rundfunksystem	Qualitätsjournalismus
Fernsehjournalismus, TV-Journalismus	Recherche, Recherchieren
Foto- und Bildjournalismus	Redakteur, Chefredakteur, CvD und redaktionelle Arbeitsteilung
Freier Journalist, Freelance	Redaktion, Redaktionsorganisation, Newsdesk
Glaubwürdigkeit der Medien	Redaktionsstatute
Glosse, Satire, Karikatur	Reportage, Feature
Interview(s)	Social Media
Infografik	Sorgfaltspflicht, journalistische
Informantenschutz, Redaktionsgeheimnis	Sportjournalismus
Investigativer Journalismus	Videojournalismus (VJ)
Journalistenverbände (dju, DJV, nr u.a.)	Watergate-Affäre
Journalismus versus PR, Spin-doctors	Whistleblower, Informanten, Hinweisgeber
Kriegsberichterstattung	Wirtschaftsberichterstattung
Lokaljournalismus	Wissenschaftsjournalismus
Macht der Bilder	Zensur, Zensurfreiheit/Pressefreiheit, Schere im Kopf
Meinungsfreiheit, publizistische Konzepte, publ. Vielfalt, Binnenpluralismus, Außenpluralismus	
Nachricht, Bericht, Qualität von Nachrichten, Nachrichtenwerte	

Darüberhinaus können auch eigene Vorschläge gemacht werden !

Allg. Literatur und Quellen:

1) Grundlegende Literatur:

Datenbank Publizistik Massenkommunikation (via HAW-Bibliothek)

FAULSTICH, Werner (2004): Grundwissen Medien. 5. überarb. u. erw. Aufl., München: Fink / Konstanz: UTB

MAST, Claudia (Hg.) (2004): ABC des Journalismus. Ein Handbuch. 10. Aufl., Konstanz : UVK

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth/SCHULZ, Winfried/WILKE, Jürgen (Hg.) (2002): Fischer-Lexikon Publizistik – Massenkommunikation, aktual., vollst. überarb. u. erw. Aufl, Frankfurt: Fischer-TB (768 S.)

WEISCHENBERG, Siegfried/KLEINSTEUBER, Hans/PÖRKSEN, Bernhard (Hg.) (2005): Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz: UVK

WEISCHENBERG, Siegfried (2004ff): Journalistik. 3 Bände. Wiesbaden: VS-Verlag; Bd.1 : Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen; Bd. 2: Medientechnik – Medienfunktionen – Medienakteure; Bd. 3: Quiz und Forum: Fragen/Antworten, Diskussion; Evaluation

2) Journalismus:

BLÖBAUM, Bernd (1994); Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbstständigung. Opladen: Westdeutscher Verlag/Wiesbaden: VS-Verlag

NEVERLA, Irene/GRITTMANN, Elke/PATER, Monika (Hg.) (2002): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz: UVK

La ROCHE, Walter (2004): Einführung in den praktischen Journalismus. 16. Aufl., München

SCHNEIDER, Wolf/RAUE, Paul-Josef (2003): Das neue Handbuch des Journalismus. Reinbek: Rowohlt

3) Recherche und Informanten

HALLER, Michael (2004): Recherchieren. Ein Handbuch für Journalisten. 6. Aufl. Konstanz: UVK

LUDWIG, Johannes (2005): Abschnitt Investigativer Journalismus. In: KLEINSTEUBER, Hans J./PÖRKSEN, Bernhard/WEISCHENBERG, Siegfried (Hg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK, S. 122 - 126

LUDWIG, Johannes (2007): Investigativer Journalismus: Recherchestrategien – Quellen – Informanten. 2. überarb. Aufl., Konstanz: UVK

4) Nachrichten:

HALLER, Michael (1994): Recherche und Nachrichtenproduktion als Konstruktionsprozesse. In: MERTEN, Klaus/SCHMIDT, Siegfried S./WEISCHENBERG, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 277 – 290

OHLER, Josef/SCHWIESAU, Dietz (2003): Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München: List

RUHRMANN, Georg (1994): Ereignis, Nachricht, Rezipient. In: MERTEN, Klaus/SCHMIDT, Siegfried S./WEISCHENBERG, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 237 - 256

WILKE, Jürgen (2000): Von der Agentur zur Redaktion. Wie Nachrichten gemacht, bewertet und verwendet werden. Köln/Wien/Weimar: Böhlau

5) Redaktionsmanagement:

ALTMIPPEN, Klaus-Dieter (2003): Medienmanagement als Redaktions- und Produktionsmanagement. In: KARMASIN, Matthias/WINTER, Carsten: Grundlagen des Medienmanagements, 2.Aufl., München: Fink, S. 41 – 58

WYSS, Vinzenz (2003): Medienmanagement als Qualitätsmanagement. In: KARMASIN, Matthias/WINTER, Carsten: Grundlagen des Medienmanagements, 2.Aufl., München: Fink, S. 149 - 171

sowie 6) weitere Spezial- und Hintergrundliteratur im Einzelfall