

04.01.2006 – 13:24 Uhr

Medienjahr 2006: Citizen Journalism und die Werkzeuge der Highspeed-Journalisten

Bonn/Salzburg (ots) -

Ist die Mischung aus Google und dem neu aufkommenden Bürgerjournalismus Gift für die etablierten Medien oder bietet sie ihnen einen unerwarteten Schub? Während hierzulande viele Journalisten dem Phänomen Bürgerjournalismus noch achselzuckend gegenüberstehen, wird andernorts bereits die dritte Form des Citizen Journalism umgesetzt: Medien initiieren selbst Produkte, an denen Laien und professionelle Journalisten gemeinsam arbeiten.

Im neuen Jahrbuch für Journalisten, REDAKTION 2006, das in diesen Tagen im Medienfachverlag Oberauer erschienen ist, stehen dazu zahlreiche Beiträge über den weltweit aktuellsten Stand dieser Entwicklung. Zahlreiche Autoren zeigen, wie sich Journalisten und Medienmacher erfolgreich den Anforderungen des neuen Medienjahres 2006 stellen.

Eine Auswahl weiterer Beiträge zum Thema Blogs und Citizen Journalism im neuen Journalisten-Jahrbuch REDAKTION 2006:

- "Türen auf für Hobby-Reporter": Online-Papst Steve Outing beschreibt die elf Ebenen des Bürger-Journalismus.
- "Von Blogs, pferdelosen Wagen und Damenunterwäsche": Mario Sixtus zeigt, wie Journalisten und Leser auf gleicher Augenhöhe zusammenarbeiten können.
- "Der virtuelle Gartenzaun - Nachbarn plaudern im Netz": Die Mehrzahl der Nachrichten-Journalisten in den USA steht den Veränderungen in der Medienwelt ablehnend oder gar fassungslos gegenüber, was aber die Veränderungen nicht stoppt. Christian Meier berichtet über diese Entwicklung und zitiert ausführlich eine Studie aus den USA: Amerikaner wollen lokale News.
- "Bürgerjournalismus fordert den Aufbruch": Die Profi-Journalisten sollen dabei nicht ihre ureigensten Aufgaben aufgeben, sondern vielmehr erweitern. Wie Journalisten einen Journalismus für Bürger in der Zivilgesellschaft kreieren können, beschreibt Torsten Casimir.

Außerdem:

- "Die Lokalisierer": Leser-Blatt-Bindung auf Norwegisch heißt Geschichten nah am Menschen erzählen, große Bilder, seitenweise Familienanzeigen, reichlich Platz für Lesermeinung, erklärt Barbara Lich.
- "Differenzierung statt Einheitsblatt": Die Zeitungskrise wird nicht mit der Überwindung der Wirtschaftskrise vorbei sein, prophezeit Otfried Jarren und liefert Lösungsansätze für die Zukunft der Zeitung.
- "Eine Marke schaffen": Zeitschriften betreiben einen enormen Aufwand bei der Marktforschung. Was auch Tageszeitungen davon nützen können, beschreibt Joachim Braun.
- "Ich will Spaß - gebt endlich mal Gas!": Frechen Journalismus, ohne die Grenzen des guten Geschmacks zu verletzen, fordert Wolfgang Oechsner.
- "Journalisten müssen Lebenräume und Interessen kennen": Ausgetretene Pfade verlassen, neue Zugänge suchen. Nur fünf Schritte genügen, verspricht Robert Domes.
- "Mobilfunk für Tageszeitungen": Wie das Handy die Zeitung revolutionieren wird, beschreibt Meinolf Ellers.
- "Spiel nach vorn": Wie die Fußball-WM 2006 auch im Lokalen wunderbar stattfinden kann, zeigt Volker Dick.

- "Bremsen für Bufo bufo": Obwohl die Leserforschung bestätigt, wie wichtig Überschriften sind, werden sie oft vernachlässigt. Lutz Timmermann plädiert für die vernachlässigte Kunst des Titelmachen.
- "Die Werkzeuge der Highspeed-Journalisten": Wer, wo, was an Technik braucht, sagt Teja Banzaf u.v.m.

REDAKTION 2006 wendet sich an Journalisten, Verleger, Radiomacher und Führungskräfte in Medienhäusern. Das Journalisten-Jahrbuch wird im 15. Jahrgang von der Initiative Tageszeitung (ITZ) in Bonn herausgegeben und im Medienfachverlag Oberauer verlegt. Das Jahrbuch ist Teil des Lokaljournalistenprogramms der Bundeszentrale für politische Bildung / bpb. Bereits zum zweiten Mal beschäftigt sich ein umfangreicher Teil in diesem Buch mit dem Thema Journalismus im Radio.

Berthold L. Flöper, Anke Vehmeier: REDAKTION 2006, Jahrbuch für Journalisten, Verlag Oberauer, Salzburg, 2006, 252 Seiten, EUR 18,50, ISBN 3-901227-22-9, zu beziehen direkt über den Verlag (eMail: vertrieb@oberauer.com), im Internet unter www.newsroom.de/shop oder über den Buchhandel.

Pressekontakt:

Johann Oberauer, Tel. +43/664/2216643, eMail:
johann.oberauer@oberauer.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100502648> abgerufen werden.