

02.02.2015 – 09:00 Uhr

Jahrbuch für Journalisten 2015: Social Media ist überbewertet!

Frankfurt/Zürich/Salzburg (ots) -

"Es war eine historische Fehlentscheidung, journalistische Inhalte online kostenfrei anzubieten", sagt Volker Lilienthal. Der Inhaber der Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur in Hamburg warnt außerdem vor einer Überbewertung von Social Media im neuen Jahrbuch für Journalisten 2015, das heute erschienen ist.

Zahlreiche Beiträge beschäftigen sich in diesem Jahrbuch speziell mit der digitalen Entwicklung und ihrer Bedeutung sowohl für die Gesellschaft als auch für Medien und Journalisten. Und dabei gibt es neben viele positive Einordnungen auch kritische Anmerkungen. "Kann eine Gesellschaft an zu viel Information ersticken", fragt Mathias Müller von Blumencron, Chefredakteur "Digitale Medien" bei der "FAZ".

Das Jahrbuch für Journalisten hat Beiträge gesammelt, die in den vergangenen Monaten zu dem Themen Journalismus, Gesellschaft, Politik und Medien erschienen sind, und die weit über den Tag hinaus Gültigkeit haben. In den zahlreichen Beiträgen geht es nicht nur um Digitales, sondern auch um Strategie, vor allem aber um Journalismus. Autoren sind renommierte Journalisten, Chefredakteure und Verleger.

Eine Auswahl der Beiträge im neuen Journalisten-Jahrbuch:

TREND

Die digitale Revolution ist ein Segen für den Journalismus. Warum die Debatte Print oder Online Unsinn ist und sich die Frage ausschließlich danach richten muss, was guten Journalismus ausmacht, erklärt Mathias Müller von Blumencron, Chefredakteur "Digitale Medien" bei der "FAZ".

"Journalismus ist interaktiv - oder gar nicht." Warum Journalisten von ihrem Thron steigen müssen, sagt "Handelsblatt"-Geschäftsführer Gabor Steingart.

JOURNALISMUS

Die Dramaturgie des Digitalen. Wie es mit neuen Formaten gelingt Geschichten auf eine völlig andere Art zu erzählen, skizziert Dennis Eick, freier Autor und Dozent für Drehbuchschreiben.

Auch die Zehn Gebote waren kein Essay. Warum Erzählformen wichtiger für unsere Zukunft sind als der Anzeigenumsatz. Und könnte es sein, dass auch Journalisten mit verantwortlich für rückläufige Aufmerksamkeit sind, fragt Peter Littger.

"Ich bin Straße". Wie die "Spiegel"-Reporterin Özlem Gezer Zugang zu jedem Milieu findet und ihr Gegenüber vergessen lässt, dass sie Journalistin ist.

Krieg in den Medien - Medien im Krieg. Warum der Spürsinn von Journalisten in Krisengebieten besonders gefragt ist und welche gefährliche Rolle das Internet dabei spielt, erklärt die Moskauer ARD-Korrespondentin Golineh Atai.

Ein rasender Reporter im Netz. Wie geht das? Einen Menschen zu porträtieren ohne ein einziges Wort mit ihm gewechselt zu haben? Das es geht, zeigt die "NZZ".

Der User ist eine Mediendiva. Wie Reporter das Netz als Chance nutzen können und gleichzeitig den hohen Ansprüche ihrer Leser gerecht werden können, erzählt "Spiegel"-Reporter Cordt Schnibben.

So führt die PR Regie. Wie clevere PR-Leute die Not der Redakteure nutzen, weiß Anton Hunger.

STRATEGIE

Abermillionen von Klicks bringen wenig bis nichts. Jürgen Scharrer, Chefreporter bei "Horizont" über eine falsche Debatte auf die Verlage und Sender noch immer reinfallen.

Den Verlagen fehlt es an operativer Intelligenz. Alle zwei Jahre einen neuen Chefredakteur zu bestimmen, mache nichts besser, analysiert "Handelsblatt"-Chefredakteur Bernd Ziesemer.

Die Krise ist ein Hirngespinnst. Die Qualität der Medien ist gerade wegen des Internets so gut ist wie nie zuvor. Und es gibt kein Ende der klassischen Medien. Die Begründung dazu liefert Jeffrey Alexander, Professor für Soziologie an der Yale-Universität.

Die Crowd ist kein Journalist. Zwölf Thesen, wie Online und Print zusammen finden am Beispiel "Zeit". Aufgeschrieben von Online-Chefredakteur Jochen Wegner und Bernd Ulrich, stellvertretender Chefredakteur.

Anker setzen. Warum die gedruckte Zeitung Schwerpunkte setzen muss, um relevant zu bleiben. Mediendesigner Norbert Küpper bringt seine jahrzehntelange Erfahrung auf den Punkt.

DEBATTE

"Als Leser und als Politiker wünsche ich mir klare Worte meiner Zeitung", sagt Bundesaußenminister Frank-Walter Steinmeier und ruft Verlage dazu auf, alles zu tun, damit Journalisten gute Arbeit leisten können.

Schreiben in der Scherbenwelt. Warum wir ein Gegenkonzept zu den sozialen Medien brauchen und Journalisten dabei die wichtigste Rolle spielen, erklärt Volker Lilienthal, Inhaber der Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur in Hamburg.

Die nackte Seele der Politik. Wie Medien dem Charakter von Politikern und Prominenten auf die Schliche kommen - und dabei selbst vor einer Falle stehen, weiß Bernd Pörksen, Medienprofessor an der Uni Tübingen.

Das Jahrbuch richtet sich an Journalisten, Chefredakteure, Medienmanager und Politiker.

"Jahrbuch für Journalisten 2015", Verlag Oberauer, Salzburg, 2015, 176 Seiten, Euro 19,50, ISBN 978-3-901227-47-9, zu beziehen direkt über den Verlag (eMail: vertrieb@oberauer.com) oder im Internet unter www.newsroom.de/shop

Kontakt:

Johann Oberauer, E-Mail: johann.oberauer@oberauer.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100767972> abgerufen werden.