

MAZ – LITERATURLISTE

Februar 2012

- Inhaltsverzeichnis**
- **Journalistische Praxis allgemein**
 - **Reflexion über die journalistische Praxis**
 - **Journalistische Sprache und Formen**
 - **Reporter und ihre Reportagen – Sprache und Wirklichkeit**
 - **Informationsquellen und Recherche im Journalismus**
 - **Biografien**
 - **Medienrecht und Medienethik**
 - **Radio- und Fernsehjournalismus**
 - **Fotojournalismus**
 - **Online-Journalismus, Neue Formen**
 - **Layout – Illustration – Grafik**
 - **Management**
 - **Persönliche Kommunikation**

mit * markiert Diese Bücher gehören zur Pflichtlektüre der Studiengänge Diplomausbildung Journalismus DAJ und Master of Arts in Journalism

Mit ** markiert Diese Bücher gehören zusätzlich zur Pflichtlektüre des Master of Arts in Journalism

Journalistische Praxis allgemein

Die folgenden Bücher geben einen Überblick über die journalistische Arbeitswelt. (Darstellungsformen, Technik, Redaktions- und Mediensysteme). Eines davon ist in der Diplomausbildung DAJ als Einführung zu lesen. Eine ganze Reihe dieser Bücher können am Empfang des MAZ mit Rabatt bezogen werden.

*Häusermann, Jürg

UVK Konstanz

2005

220 Seiten

ISBN 978-3-89669-463-8

EUR 19,90

CHF 35,90

Journalistisches Texten

Sprachliche Grundlagen für professionelles Informieren

Der Autor zeigt wie journalistische Texte professionell konzipiert und formuliert werden können. Er versteht journalistische Texte als eine Kombination von eigener und fremder Rede. Mit diesem neuen Ansatz zeigt der Verfasser auf leicht verständliche Weise, wie Journalistinnen zum eigenen Stil finden und wie sie fremde Rede korrekt wiedergeben können. Er beschreibt, mit welchen Mitteln man zum Lesen motivieren kann und wie sich Texte fair und differenziert beurteilen lassen.

Mast, Claudia (Hg.)

UVK. Ein Handbuch

11., überarb. Auflage

2008, 700 Seiten,

gebunden

ISBN 978-3-86764-048-0

EUR 34,90 / freier Preis

CHF 59,00.

ABC des Journalismus

In bereits 11. Auflage liegt das bewährte "ABC des Journalismus" von Claudia Mast vor. Und es enthält alles, was ein Journalist für seinen Beruf wissen muss - von der Recherche über die Darstellungsformen bis zur jeweiligen Anwendung in den verschiedenen Medien und Ressorts.

Aber auch grundlegende Informationen zum Mediensystem, dem Publikum sowie zum Beruf des Journalisten und zu seinen Rechten und Pflichten werden behandelt. Kapitel zu den Public Relations als journalistisches Arbeitsfeld, zum Online-Journalismus und ein umfangreicher Serviceteil ergänzen das Buch. Kommentierte Literaturhinweise leiten zum vertiefenden Selbststudium an. In der überarbeiteten 11. Auflage wird vor allem der Blick auf den zunehmenden Wettbewerb, die cross-mediale Verwertung von Inhalten (one brand - all media) und die veränderten Managementprozesse (Newsroom), Darstellungsformen und Formate gerichtet.

Meier, Klaus

UVK, UTB 2007, ISBN

978-3-8252-2958-0

Journalistik

Das Lehrbuch führt kompakt und verständlich in die Journalistik ein. Anwendungsorientiert, praxisnah und mit vielen Beispielen wird ein systematischer Überblick über Theorien, Methoden und die vielfältigen Erkenntnisse des Faches vermittelt. Neben grundlegendem Wissen über den Journalismus in der Gesellschaft thematisiert der Autor auch aktuelle Debatten der Journalistik – über Qualität, Ethik und die Zukunft des Journalismus. Das Buch ist konzipiert für das Studium der Journalistik im Haupt- und Nebenfach sowie für das Selbststudium mit Berufsziel Journalismus. Link zum Blog: www.journalistik-lehrbuch.de

von La Roche, Walther

Verlag Econ

München, 2008 (18.

Auflage), 304 Seiten

ISBN 3-471-78043-2

SFr. 33.80

Einführung in den praktischen Journalismus

Leicht lesbare Einführung in die Grundregeln journalistischer Arbeit. Am Beispiel der Form «Nachricht» werden Grundbegriffe wie Objektivität, Aktualität, Selektion usw. ausführlich behandelt. Die weiteren Formen (Bericht, Interview, Reportage usw.) sind knapp dargestellt. Der zweite Teil des Buches enthält eine Zusammenstellung über Journalistenschulen und Ausbildungswege in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

**Pürer, Heinz;
Rahofer, Meinrad;
Reitan, Claus**
Verlag UVK
5., völlig neue Auflage
2004, 472 Seiten
ISBN 3-89669-458-8
SFr. 50.70

Praktischer Journalismus

Presse, Radio, Fernsehen, Online (inkl. CD-ROM)

Grundlagen, Grundlegendes, Grundsätzliches – was Journalisten über Journalismus wissen müssen!

Mit dreifacher Fachkompetenz startet der Klassiker in die fünfte, völlig neue Auflage: Die Herausgeber verbinden Theorie und Praxis, bieten konzentriertes Wissen zum Beruf Journalist und die praktische Arbeit sowie politische, ökonomische und rechtliche Grundlagen. Die beigelegte CD-ROM hält journalistische Beispiele, eine Sammlung von österreichischen Gesetzestexten und zusätzliche Informationen sowie Grafiken und Tabellen zum Handbuch bereit.

Burkhardt, Steffen
Oldenbourg Wissen-
schaftsverlag
1. Auflage 2009
318 Seiten
ISBN 978-3-486-58638-1
Euro 34.80

Praktischer Journalismus

Kompakt und anschaulich beantwortet dieses Lehr- und Handbuch die Grundfragen der journalistischen Praxis – von der Recherche bis zur Veröffentlichung in Print-, Rundfunk- und Online-Medien. Es führt praxisgerecht und systematisch in das Mediensystem, die Arbeitstechniken des Qualitätsjournalismus und seine Darstellungsformen ein.

Der erste Buchteil informiert über die Aufgaben journalistischer Berufe. Er gibt Antworten auf Grundfragen der Arbeit als Journalistin und Journalist.

Der zweite Buchteil erklärt im Detail das journalistische Arbeiten für Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen und Online-Medien. Er beschreibt das Entstehen von Medienformaten und stellt ihre Ressorts, Themenfelder und Themenfindung, die journalistische Recherche und Gesprächsführung sowie die Darstellungsformen und den Umgang mit Sprache in den Medien dar.

Das Buch richtet sich an Studierende des Journalismus und Berufseinsteiger in den Medien. Auch für erfahrene Journalistinnen und Journalisten ist das kompakte Handbuch ein wertvolles Nachschlagewerk.

Russ-Mohl, Stephan
Verlag F.A.Z.-Institut
2003, 392 Seiten
ISBN 3-934191-62-2
SFr. 53.–

Journalismus - Das Hand- und Lehrbuch

Das Buch berücksichtigt Praxis und Wissenschaft, der Leser erfährt viel über die aktuellen Anforderungen des Berufs sowie über Journalismus und Public Relations als eng aufeinander bezogene Berufs- und Arbeitsfelder. Nach dem Vorbild amerikanischer Lehrbücher konzipiert, ist der Band leicht lesbar und umfassend illustriert.

Es ist ein Buch für Volontäre, Journalistenschüler und Studierende der Journalistik, Publizistik und Kommunikationswissenschaft.

**Schneider, Wolf
Raue, Paul-Josef**
Rowohlt Taschenbuch
2012
ISBN 3-499-62825-2
SFr. 22.–

Das neue Handbuch des Journalismus und des Online-Journalismus

Seit Jahrzehnten ist das «neue Handbuch des Journalismus» die ideale Orientierung für Berufseinsteiger, Volontäre und Jungredakteure. Aber auch für den erfahrenen Schreiber ist es immer wieder hilfreich, um Fallstricke des journalistischen Handwerks zu umgehen und über Neues auf dem Laufenden zu bleiben. Die überarbeitete und erweiterte Neuausgabe bereichert das Buch um Wissenswertes rund um den immer wichtiger werdenden Online-Journalismus und seine besonderen Herausforderungen sowie um «PR und Pressestellen».(aus Buch.ch)

von Siebenthal, Rolf

OPINO Verlag Basel
157 Seiten
kartoniert
Erscheinung: 2003
ISBN 3-03999-021-7
SFr. 35.–

Gute Geschäfte mit dem Tod

Wie die Medien mit den Opfern von Katastrophen umgehen
Bei grossen Katastrophen und Tragödien räumen die Medien über Tage hinweg der Berichterstattung grossen Platz ein. Nicht immer werden dabei die Bedürfnisse der Menschen beachtet, die im Zentrum stehen: Die Opfer und deren Angehörige. Im vorliegenden Buch geben Opfer Auskunft über ihre Erfahrungen, sie erteilen Kritik und Lob. Psychiater berichten, wie Menschen nach einem schlimmen Erlebnis reagieren und worauf Journalisten Rücksicht nehmen müssen. Zu Opfern werden können aber auch Journalisten, wenn sie über Unglücke und Verbrechen berichten. Auch dazu ist im Buch ein Kapitel gewidmet.

Pörksen, Bernhard

(Hrsg.)
Edition medienpraxis
ISBN 3-931606-87-2
Köln, Halem 2005
27.50 Fr.
300 S

Trendbuch Journalismus

Erfolgreiche Medienmacher über Ausbildung, Berufseinstieg und die Zukunft der Branche
Die Krise auf dem Medienmarkt trifft vor allem die jungen Nachwuchshoffnungen. Alles spart – da fragt man sich: Welche Kompetenzen sollte man in einer veränderten Medienwelt beherrschen? Wie kommt man rein? Wie bleibt man drin? Wie hält man sich flexibel? Antworten geben einige der erfolgreichsten Medienmacher Deutschlands. Zu ihnen gehören u.a. Stefan Aust (Spiegel-Chefredakteur), Kai Diekmann (Bild-Chefredakteur), Gabriele Fischer (brand eins-Chefredakteurin), Andreas Fritzenkötter (Sprecher des Bauer-Verlages), Werner Funk (Blattmacher), Michael Jürgs (Bestseller-Autor), Katja Kessler (Klatsch-Reporterin), Sandra Maischberger (Talkmasterin) und Michael Naumann (Zeit-Herausgeber)

Reflexion über die journalistische Praxis

****Kovach, Bill**
Rosenstiel, Tom Crown
New York, 2007
268 Seiten
ISBN-13: 9780307346704
SFr. 40.60
Auch als Taschenbuch
erhältlich

The Elements of Journalism is the first book ever to spell out — both for those who create and those who consume the news — the principles and responsibilities of journalism. Written by Bill Kovach and Tom Rosenstiel, two of the nation's preeminent press critics, this is one of the most provocative books about the role of information in society in more than a generation and one of the most important ever written about news. By offering in turn each of the principles that should govern reporting, Kovach and Rosenstiel show how some of the most common conceptions about the press, such as neutrality, fairness, and balance, are actually modern misconceptions. They also spell out how the news should be gathered, written, and reported. This book will be the starting point for discussions by journalists and members of the public about the nature of journalism and the access that we all enjoy to information for years to come.

***Studer, Peter**
Künzi, Martin
Zu beziehen beim Schw.
Presserat, PF 201, 3800
Interlaken
info@presserat.ch
SFr. 20.-

So arbeiten Journalisten fair. Was Medienschaffende wissen müssen.

Ratgeber, der aus der Arbeit des Presserats heraus entstanden ist. Fragen aus dem journalistischen Alltag, auf welche die Medienschaffenden rasch Antworten brauchen. Es geht um Medienethik und Medienrecht, aber nicht in Form juristischer Diskurse, sondern konkret und nutzerfreundlich. Ein Muss für alle Journalistinnen und Journalisten.

Die Autoren schöpfen aus einem reichen Fundus: Peter Studer war von 2001 bis 2007 Präsident des Schweizer Presserats, Martin Künzi ist seit 1991 Sekretär der Institution.

Bleicher, Joan Kristin
Pörksen, Bernhard
VS Verlag für Sozialwis-
senschaften
2004, 443 Seiten,
ISBN 3-531-14096-5
SFr. 69.40

Grenzgänger

Formen des New Journalism

Einführender Überblick über Geschichte, Hintergründe und Ausprägungen des sogenannten New Journalism. Emotionen statt harter Fakten, radikale Subjektivität statt nachrichtlicher Objektivität, Identifikation statt distanzierter Beobachtung: New Journalism ist eine Symbiose aus Fakt und Fiktion, klassischer Recherche und literarischer Darstellung. Dieses Buch beleuchtet Geschichte und Gegenwart des New Journalism, es beschreibt die Vorbilder und Vorläufer, analysiert die Schreibweisen und die Publikationsorgane und belegt den Einfluss dieser Mischform auf eine ganze Generation deutschsprachiger Autoren. Stets geht es in den einzelnen Beiträgen um diese Fragen: Vermag der New Journalism dem klassischen Informationsjournalismus und auch dem literarischen Realismus wesentliche Impulse zu geben? Oder ist New Journalism Ausdruck und Manifestation einer problematischen Verwischung tradierter Grenzen?

Bonfadelli, Heinz
Leonarz, Martina
Meier, Werner A.
Verlag Seismo
2004, 264 Seiten
ISBN 3-03777-034-1
SFr. 38.—

Informationsgesellschaft Schweiz

Medien, Organisation und Öffentlichkeit im Wandel

Das Buch enthält Beiträge zu den Themen: „Mediensystem im Wandel“, „Journalismus im Wandel“, „Medienangebote im Wandel“ und „Mediennutzer im Wandel“. Der Beitrag von Matthias Künzler stellt das Leitbild des Bundes zur Informationsgesellschaft vor. Vinzenz Wyss verknüpft die Entwicklungen im Online-Journalismus mit der Strukturierungstheorie. Einen ersten Überblick über die Gesundheitskommunikation in der In-

formationsgesellschaft gibt Nina Hautzinger. Martina Leonarz hinterfragt das theoretische Konzept des Framing und Mirko Marr reflektiert den Einfluss des Internets auf den Medienkonsum.

Jäckel, Michael

VS Verlag für
Sozialwissenschaften
überarbeitete und erwei-
terte Auflage 2005
351 Seiten
ISBN 3-531-43073-4
SFr. 43.701

Medienwirkungen

Der Band unternimmt den Versuch, aus soziologischer und kommunikationswissenschaftlicher Sicht wichtige Forschungstraditionen der Medienwirkungsforschung von ihren Anfängen bis in die Gegenwart nachzuzeichnen. Hierzu gehören neben einer historischen Einführung zur Entstehung der Massenmedien vergleichende Betrachtungen zu allgemeinen Wirkungsmodellen sowie die systematische Darstellung bereichsgebundener Theorien. Untersuchungen zur Glaubwürdigkeit von Medien sowie zum Einfluss der Medien auf die Wahrnehmung der sozialen Wirklichkeit und öffentlichen Meinung sind hier ebenso zu nennen wie die Frage nach sozialen Ungleichheiten, die mit unterschiedlicher Mediennutzung einhergehen

**Jakobs, Hans-Juergen,
/ Wolfgang R. Langen-
bucher (Hg.)**

Picus-Verlag 2004. 280
Seiten. 19,90 Euro.
ISBN:3-85452-478-1

Das Gewissen ihrer Zeit; Fünfzig Vorbilder des Journalismus

In einer Anthologie werden große deutschsprachige Journalisten von Lessing bis Herbert Riehl-Heyse als Vorbilder für den heutigen Journalismus vorgestellt.

«Die Medien sind heute zwar riesige, industrialisierte Dienstleistungsbetriebe. Zu ihren Leistungen gehört aber auch der Qualitätsjournalismus als Kulturleistung von Rang. Journalismus kann wie Literatur, Musik und Kunst eine schöpferische Tätigkeit sein.» Mit dieser sehr richtigen Prämisse leiten die Herausgeber ihr lobenswertes Unternehmen ein, dem allerdings noch kleine Schönheitsfehler anhaften. Warum wird die Auswahl immer noch so einseitig von männlichen 'Vorbildern' dominiert?» (Carl Wilhelm Macke)

**Noelle-Neumann, E.
Schulz W., Wilke J.**

Fischer Verlag
Frankfurt a.M. 2002
676 Seiten
ISBN 3-596-15495-2
SFr. 25.80

Das Fischer Lexikon, Publizistik, Massenkommunikation

Die Autoren geben einen Überblick über die wichtigsten Begriffe und Fakten der Massenkommunikation. Einige Stichwörter: «Journalist», «Journalistische Darstellungsformen», «Nonverbale Kommunikation», «Pressegeschichte», «Medienwirkung», «Rundfunk» usw. Ausserdem werden grundlegende Befunde, Theorien und Methoden der Publizistik und Massenkommunikations-Wissenschaft dargestellt. Der Band ist als Einführung wie als Nachschlagewerk geeignet. Die Themen sind alphabetisch geordnet.

Riehl-Heyse, Herbert

Verlag Picus, Wien
2002, 168 Seiten
ISBN 3-85452-765-9
SFr. 25.90

Arbeiten in vermintem Gelände, Macht und Ohnmacht des Journalismus

Leidenschaftlich und stets an prägnanten Beispielen aus der Praxis orientiert, plädiert Herbert Riehl-Heyse für den Qualitätsjournalismus und ein Umfeld, das ihn ermöglicht. Mit einem Blick in die eigene Werkstatt zeigt er, dass die Arbeiten von Journalisten als kulturelle Errungenschaft vor allem im Dienste angeregter und anregender öffentlicher Debatten stehen.

Tom Schimmeck

Westend-Verlag, Frank-
furt a.Main
ISBN-10 3938060506
ISBN-139783938060506
Kartonierte, 308 Seiten,

Am besten nichts Neues – Medien, Macht und Meinungsmache

Während Zeit und Geld ständig knapper werden, in den Redaktionen und Korrespondenzbüros immer weniger Leute die gleiche Menge an Arbeit machen, wächst in Wirtschaft und Politik die Macht und Zahl der Spin-Doktoren, PR-Consultants, Agendasetter, Werber, Imageberater, Marktforscher, Eventmanager und Mediencoaches. Meinungen und

17,95 EUR

Weischenberg, Siegfried, Kleinsteuber, Hans J., Pörksen, Bernhard

Verlag UVK

2006, 500 Seiten

ISBN 3-89669-429-4

SFr. 59.90

Stimmungen werden gegen Geld von Profis gemacht. Ihre perfekt designten Bilder und Botschaften zielen direkt auf die Massen. Der unabhängige Journalist ist nur noch Störfaktor.

Handbuch Journalismus und Medien

Hier wird Wissen über die Kommunikations- und Medienwissenschaft zusammengefasst, lexikalisch geordnet und verständlich dargestellt.

90 Autoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz beschreiben in 120 Artikeln die zentralen Begriffe, wichtigsten Theorien und relevanten Forschungsergebnisse. Sie vermitteln das Wissen über die Rahmenbedingungen von Mediensystemen, die Institutionen der Medienkommunikation, die Leistungen und Wirkungen von medienvermittelter Kommunikation und über die Medienakteure.

Das Handbuch verbindet wissenschaftliche Exaktheit und medienpraktische Anwendbarkeit. Es richtet sich an Studierende und Lehrende sowie an Volontäre, Journalisten, Ausbilder und alle, die fundierte Kenntnisse über die Medienkommunikation benötigen.

Journalistische Sprache und Formen

***Weischenberg,
Siegfried**

Westdeutscher Verlag
Wiesbaden 2001
250 Seiten
ISBN 3-531-13727-1
SFr. 43.70

Nachrichten-Journalismus

Im ersten Teil behandelt Weischenberg die Darstellungsformen «Meldung» und «Bericht» (Tatsachen-, Handlungs- und Zitatebericht). Einen Schwerpunkt bilden die Gestaltung und Formen des Vorspanns. Im zweiten Teil geht der Autor ausführlich auf das Feature ein, was man in einem Buch über «Nachrichtenschreiben» nicht unbedingt erwartet. Weischenberg versteht aber den Begriff «Nachricht» sehr umfassend. Im Feature-Kapitel werden Merkmale und Funktionen verschiedener Featuretypen vorgestellt. Das Buch ist didaktisch aufgebaut. In besonderen Testkapiteln können die Leser und Leserinnen ihre Lernerfolge selber überprüfen.

***Langer,
Schulz von Thun,
Tausch**

Verlag Reinhardt, 8.
Auflage, 2006,
222 Seiten, ISBN 3-
497-01606-3

Sich verständlich ausdrücken

Wie lassen sich Verständlichkeit und Attraktivität von Texten beurteilen? Die drei bekannten Hamburger Wissenschaftler haben zu diesem Zweck ein System von vier Merkmalen entwickelt. Es sind die vier sog. „Verständlichmacher“: Klarheit, Ordnung, Prägnanz und Stimulanz. Dieses Beurteilungssystem wird an zahlreichen Beispielen erprobt.

***Schneider, Wolf**

Goldmann TB, Stern-
Bücher
Hamburg 2001, 288
Seiten
SFr. 15.–

Deutsch für Profis

Schneider zieht zunächst gegen die «Verhunzer» der deutschen Sprache ins Feld. Im Hauptteil des Buchs zeigt er dann anhand vieler Beispiele wie man «gut, interessant, verständlich und korrekt schreibt». Einige Zwischentitel: «Weg mit den Adjektiven. Her mit den Verben. Hauptsachen in Hauptsätze. Wo verständliches und gutes Deutsch sich trennen». Das Buch schliesst mit einer Liste von Sprachschlüdereien und einem Glossar journalistischer Fachausdrücke.

***Lampert, Marie
Wespe, Rolf**

UVK Verlagsgesell-
schaft 2011-12-06
ISBN 978-3-86764-252-1

Storytelling für Journalisten

Strategien und Werkzeuge für das professionelle Erzählen von Geschichten. Wie finde ich eine Geschichte? Wie baue ich meine Story? Wie bringe ich das Chaos in eine Form? Mit vielen Beispielen aus der Praxis und anhand zahlreicher Grafiken, Checklisten und Tipps weisen die Autoren den Weg zum erfolgreichen Storytelling. Ihre Rezepte umfassen bewährte Mittel wie die „Mini-Geschichte“, die „Schrotflintenregel“ oder die „Leiter des Erzählens“, eine einfache Methode, abstrakte Themen in lesbare Stoffe zu verwandeln.

**Egli von Matt, Sylvia;
Gschwend Hanspeter;
von Peschke,
Hans-Peter;
Riniker, Paul**

2., überarbeitete und
erweiterte Auflage
2008, 232 Seiten,
ISBN 978-3-86764-061-9
CHF 38,00

Das Porträt

Das Buch führt systematisch und anhand vieler Beispiele in das Schreiben von Porträts ein. Dabei werden auch die Besonderheiten in den unterschiedlichen Medien Print, Hörfunk, Fernsehen und Internet berücksichtigt. Darüber hinaus will es zur ethischen Diskussion und zur Selbstreflexion anregen. Es will Mut machen zu einer der spannendsten, aber auch schwierigsten Darstellungsformen des Journalismus.

In der zweiten überarbeiteten und erweiterten Auflage sind die Themen Porträtfotografie und multimediale Porträts neu hinzugekommen. Der Anhang enthält herausragende Beispiele als Faksimiles.

**Linden, Peter
Bleher, Christian**

Das Porträt in den Printmedien

Die beiden MAZ-Dozenten Peter Linden und Christian Bleher haben ein

ZV, Berlin 2004
170 Seiten
ISBN 3-929122-72-3

leicht zugängliches Buch zur mittlerweile wohl wichtigsten journalistischen Darstellungsform verfasst. Mit vielen Beispielen gespickt dokumentiert das Buch nicht nur verschiedene Formen des Porträts (bis hin zu Porträts von Tieren), sondern zeigt auch Techniken rund um die Recherche vor dem Porträtschreiben. Die Autoren plädieren für Journalismus statt Chronistenarbeit und für Recherche statt Lebenslauf-Nacherzählungen. Besonders lesenswert ist das abschliessende Kapitel «Tipps von Profis». Darin äussern sich zwölf deutschsprachige Medienschaffende zu ihren Erfahrungen mit dem Porträt.

Fasel, Christoph

Verlag UVK
Neuerscheinung 2004,
ISBN 3-89669-455-3
SFr. 43.70

Nutzwertjournalismus

200 Prozent recherchieren, 150 Prozent kapierten und 100 Prozent schreiben. Mit diesem Statement macht Christoph Fasel die Besonderheiten des Nutzwertjournalismus deutlich. Denn Sachtexte geben den Lesern, Zuhörern oder Zuschauern direkte Hinweise, Rat, Orientierung. Sie sind handlungsorientiert, umsetzungsorientiert und ergebnisorientiert – deshalb stehen Transparenz und Verantwortung gegenüber dem Verbraucher im Vordergrund. Das Handbuch liefert wertvolles Know-how und hilfreiche Tipps rund um Aufbau, Sprache und Gestaltung von Beiträgen mit Nutzwert.

Friedrichs, Jürgen Schinges, Ulrich

VS Verlag für Sozialwissenschaften
2005,
ISBN 3-531-33425-5
SFr. 47.10

Das journalistische Interview

Das Interview ist unentbehrlicher Bestandteil der journalistischen Tätigkeit. Es ist eine Form, in der vieles schief gehen kann und doch ein Handwerk, das man lernen kann. Das Buch zeigt, wie man ein gutes Interview führt und die Tücken der Interviewsituation vermeidet. Alle wesentlichen Aspekte - Vorgespräch, Recherche, Fragearten und -methoden, nonverbales Verhalten, Interviewarten, Gestaltung usw. - werden behandelt. Die Techniken des Interviews und deren Schwierigkeiten werden an zahlreichen Beispielen erläutert und sind somit leicht nachzuvollziehen.

Haller, Michael

4., überarbeitete Auflage 2008, 450 Seiten,
ISBN 3-89669-304-2
SFr 44.90.–

Das Interview

Ein Handbuch für Journalisten

Dieses Handbuch gibt konkret über die Techniken der verschiedenen Interviewformen bei Print- und elektronischen Medien Auskunft. Breiten Raum nimmt die Darstellung der eigentlichen Interviewsituation ein: Die unterschiedlichen Kommunikationsebenen werden ebenso vorgestellt wie Techniken der Frageformen und der Gesprächsführung. Da nonverbale Aspekte in diesem Zusammenhang von genauso grosser Bedeutung sind wie die verbalen Äusserungen selbst, werden auch sie eingehend behandelt.

Michael Haller ist Professor für Journalistik an der Universität Leipzig. Er war vorher 25 Jahre Redakteur bei führenden Zeitungen und Zeitschriften des deutschen Sprachraums und ist Herausgeber der internationalen Fachzeitschrift für Journalismus «Message».

Müller-Dofel, Mario

Econ Verlag, 2009
240 Seiten
ISBN-10: 3430200776
SFr. 34.00

Interviews führen – Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis

Wie bei jeder Kommunikation hängt der Erfolg auch bei einem Interview davon ab, ob es der Journalist schafft, eine gute Gesprächsbeziehung aufzubauen. Diese emotionale Seite der Kommunikation stellt Mario Müller-Dofel in seinem Handbuch *Interviews führen* in den Mittelpunkt.

Der Frankfurter Wirtschaftsredaktor Müller-Dofel hat ein Handbuch für Ausbildung und Praxis verfasst, das erstmals die Vorphasen des Inter-

views präzise und umfassend darstellt. Die Lesenden erfahren natürlich auch alles Wichtige über Fragestrategien und Ausweichmanöver, über das Verschriftlichen und Autorisieren.

Breiten Raum nehmen im Handbuch Typologien von Berufsgruppen und Angst-Charakteren ein. Müller-Dofel führt Motive, Denk- und Verhaltensmuster von 15 häufig befragten Berufsgruppen auf, wie Politiker, Topmanager, Polizeisprecher, Sportler oder Wissenschaftler. Zudem teilt er die Berufsgruppen den vier „Angst-Typen“ nach Fritz Riemann zu. Angst bezeichnet der Autor als den „einflussreichsten Faktor im Interviewprozess“.

Thiele, Christian

UVK, Konstanz 2009
142 Seiten
ISBN-10: 3867641757
SFr. 27.90

Interviews führen

Fragen kostet nichts: Auch für erfahrene Journalisten eine Inspirationsquelle. Die richtigen Fragen zur richtigen Zeit: Für den „Playboy“-Textchef Christian Thiele ist das Interview die „eigentliche Königsdisziplin“ des Journalismus. Der Autor konzentriert sich in dem Band „Interviews führen“, der als Teil der UVK-Reihe „Wegweiser Journalismus“ herausgekommen ist, auf Interviews in gedruckten Medien, hat aber ein Kapitel für Radio, TV und Internet eingebaut. Der Vorteil des handlichen Buches gegenüber ausführlicheren Darstellungen: Es ist sehr praxisorientiert, bietet viele Tipps in separaten Kästen und ist unterhaltsam. Thiele lässt auch Top-Interviewer wie Moritz von Uslar oder Anne Will zu Wort kommen lässt. (nach kress-Report 8/2010)

**Schwiesau, Dietz;
Ohler, Josef**

List Verlag
München 2003
308 Seiten
ISBN 3-471-78309-1
SFr. 35.–

Die Nachricht

Jeder Journalist, jede Journalistin muss Nachrichten schreiben können! Wie unterscheide ich Wichtiges von Unwichtigem, Interessantes von Langweiligem? Was ist aktuell, wie formuliere ich verständlich, was ist bekannt, was neu? Dieses Handbuch vermittelt alle Regeln des Nachrichtenhandwerks. Es ist das erste Buch, das in gleichem Masse auf die Nachricht in allen Medien eingeht: In Print, Radio, Fernsehen und Internet. Ergänzt ist das Buch mit Geschichten aus der Nachrichtengeschichte. Und wer vom Inhalt noch nicht genug hat, wird aufs Internet geleitet, wo man zu weiteren Informationen und Links geführt wird.

**Nowag, Werner
Schalkowski, Edmund**

Verlag UVK
1998, 364 Seiten
ISBN 3-89669-212-7
SFr. 41.80

Kommentar und Glosse

Die Autoren nehmen in Abgrenzung zu anderen journalistischen Darstellungsformen eine differenzierte Bestimmung von Kommentar und Glosse vor. Sie vermitteln anhand zahlreicher Beispiele Grundmuster des Textaufbaus und einschlägige Arbeitstechniken. Wie lässt sich beim Kommentar sinnvoll erklären, bewerten und argumentieren? Und: Was ist eine Glossenidee? Wie erzeugt man Ironie, bereitet Pointen vor, konstruiert eine stimmige Glossen-Dramaturgie? Das Handbuch wird abgerundet durch Werkstattberichte von namhaften Glossenschreibern wie Paula Amqvist, Robert Gernhardt und Hermann Unterstöger.

Schalkowski, Edmund

Verlag UVK
2005, 316 Seiten
ISBN 3-89669-341-7
SFr. 42.–

Rezension und Kritik

Rezension und Kritik sind für Edmund Schalkowski wie Kommentar und Glosse wertende journalistische Darstellungsformen, deren Schreiben erlernbar und trainierbar ist. Das Buch bietet anhand von zahlreichen Beispielen aus allen Sparten des Feuilletons wie Musik, Literatur, Theater und Bildende Kunst sowie Film, Fernsehen und Design hierzu Anleitung und Reflexion.

Edmund Schalkowski arbeitet zunächst Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Kommentar, Glosse und Kunstkritik heraus. Anschliessend zeigt er, wie eine Kunstkritik aus den Elementen von Beschreibung, Beurteilung und Informationen zu Autor und Werk aufgebaut wird.

In einem umfangreichen Praxisteil erläutern 14 namhafte Kritiker wie Rainer Gansera (Süddeutsche Zeitung), Georg Imdahl (Freier Journalist), Jens Jessen (Die Zeit), Julia Spinola (Frankfurter Allgemeine Zeitung) oder Christina Tilmann (Der Tagesspiegel), wie sie selbst Kritiken schreiben und geben wertvolle Tipps.

Reiter, Markus

UVK, Konstanz, 2009
170 Seiten
ISBN 3-89669-492-8
34.90 Fr.

Überschrift, Vorspann, Bildunterschrift

Praktischer Journalismus

Reiter erklärt anhand zahlreicher Positiv- und Negativbeispiele knapp und verständlich die Regeln für gute Überschriften, Vorspanne (Lead) und Bildunterschriften (Legenden). Seine Tipps und Checklisten lassen sich im Alltag in der Redaktion gut nutzen. Denn bekanntlich beginnen die Leser ihre Lektüre mit den grossen Buchstaben. Und diese entscheiden dann darüber, ob die kleinen auch gelesen werden.

Schneider, Wolf

Esslinger, Detlef

List Verlag
4. Auflage, 2007, 178
Seiten
ISBN 3-471-77754-7
SFr. 33.50

Die Überschrift

Das Buch beschreibt viele Fallstricke und Versuchungen, gibt aber auch eine Menge Rezepte.

Zur Illustration einige Überschriften: «Kommentar in der Nachrichten-Überschrift?», «Der Telegrammstil», «Ist das Fragezeichen erlaubt?», «Dachzeile – Hauptzeile – Unterzeile», «Die Zukunft der Schlagzeile». Jedes Kapitel ist mit einer Fülle von peinlichen und guten Beispielen gewürzt.

Heuer, Walter

Flückiger, Max

Gallmann, Peter

Verlag Neue Zürcher
Zeitung, 2006 (26. Auf-
lage), 500 Seiten
ISBN 3-03823-116-9

Richtiges Deutsch (mit neuer Rechtschreibung)

Das Buch versteht sich als eine «Sprachschule für jedermann». Es enthält eine umfassende Wort-, Satz-, Rechtschreibungs- und Satzzeichenlehre sowie Kapitel zur Lautlehre, zur Etymologie und über Stilistisches. Für die Praxis nützlich ist auch der Abschnitt «Häufige Fehler und Zweifelsfälle». Übungen und Beispiele lockern die theoretisch-trockenen Passagen auf.

Kurz, Josef

Müller, Daniel

Pötschke, Joachim

u.a.

VS Verlag für Sozial-
wissenschaften
Neuaufgabe 2007

Stilistik für Journalisten

Die Sprache ist das wichtigste Handwerkszeug des Journalisten, der Journalistin, sie gekonnt zu handhaben die Grundlage für den Beruf. Dieses Lehrbuch ist ein Standardwerk und die derzeit umfassendste Darstellung der journalistischen Stilkunde. Alle wichtigen Bereiche des journalistischen Sprachgebrauchs werden behandelt: Von der Wortwahl über die Satz- und Textgestaltung bis zu Stilverfahren bestimmter Genres wie Nachricht oder Kommentar und zum Jargon von Politikern. Die Stilistik ist für die journalistische Aus- und Weiterbildung sowie als Handbuch für den Gebrauch im Arbeitsalltag gedacht.

Häusermann, Jürg

UVK Konstanz, 2008
144 Seiten,
ISBN 978-3-86764-127-
2; CHF 27,90

Schreiben

Eine klare Position ist unverzichtbare Grundlage, um verständlich und ansprechend im Journalismus zu schreiben und zu einem eigenen Stil zu finden. Wie man dorthin kommt, zeigt Jürg Häusermann in diesem Buch. Aus seiner jahrelangen Tätigkeit in der journalistischen Ausbildung haben sich dabei folgende Schwerpunkte herausgebildet:

- Verständlichkeit
- Attraktivität
- bewusste Wahl der Perspektive
- Umgang mit fremder Rede
- Überschriften und Anmoderation von Texten
- Abwechslung im Aufbau
- alternative Schreibtechniken.

Häusermann illustriert seine Aussagen mit vielen Beispielen aus der Praxis und gibt Tipps für deren Umsetzung. Übungsaufgaben regen zum

eigenen Schreiben an.

**Perrin, Daniel;
Rosenberger, Nicole**
Cornelsen, Berlin 2008
136 Seiten
ISBN: 3589234407

Schreiben im Beruf

Wirksame Texte durch effiziente Arbeitstechnik

Auf knappem Raum stellen Perrin und Rosenberger eine Reihe von Schreibtechniken vor und wenden sie an Beispielen aus der Textpraxis an. Die Techniken beziehen sich auf die verschiedenen Stufen des Schreibprozesses: Arbeitsplatz nutzen, Ziel finden, Aufbau planen, Schreibfluss steuern und Text überdenken.

Sick, Bastian
Kiepenheuer & Witsch
GmbH, 2006, 256 Sei-
ten;
ISBN 3-462-03448-0
(Band 1), ISBN 3-462-
036068-0 (Band 2)
SFr. 16.50

Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod Folge 1 – 3

Die Bücher sind ein Wegweiser durch den Irrgarten der deutschen Sprache. Viele Fälle und Zweifelsfälle werden in witzige Geschichten gepackt und dem Leser, der Leserin als Lesevergnügen serviert. Heisst es die oder das Nutella? Wie kriegen wir das Elend mit dem Bindestrich in den Griff oder wie bekämpfen wir die «schrittweise Zunahme des Adjektivs»? Hat der Genitiv noch eine Chance – trotz des Dativs und dem Dativ zum Trotz?

Reporter und ihre Reportagen – Sprache und Wirklichkeit

***Haller, Michael**

UVK Verlag
5. Auflage, 2006, 332
Seiten
ISBN 3-89669-011-6
SFr 36.–

Die Reportage

Ein Handbuch für Journalisten

Dieses Buch ist eine Einführung in das Handwerk des Reporters. Es bietet eine Übersicht über die breite Palette an Reportageformen und gibt Hinweise und Anstösse für erfahrene Journalisten. Dabei orientiert es sich am journalistischen Alltag und zeigt, wie die kleine Lokal-Reportage geschrieben, wie Ereignisse zum Erlebnisbericht umgesetzt und das grosse Personenporträt verfasst werden.

Friedrichsen, Gisela

DVA und Spiegel Ver-
lag 2004, 320 Seiten
ISBN 3-421-05781-8

Gerichtsreportagen 1989 - 2004 «Ich bin doch kein Mörder»

Strafprozesse spiegeln auch die Befindlichkeit einer Gesellschaft. Gisela Friedrichshafen widmet sich spektakulären und unspektakulären Fällen, den Angeklagten im Blitzlichtgewitter und den unscheinbaren Tätern. Dabei thematisiert sie immer auch Möglichkeiten und Grenzen der Justiz, deren Aufgaben und, je nach Fall, auch deren Versagen. Die Reportagen sind in acht Themenbereiche gegliedert.

Aufbau Verlag, Berlin
2004 200 Seiten,
ISBN 3-351-02693-5-
SFr. 36.20

Schreib das auf! – Egon Erwin Kisch-Preis 2004:

Die besten deutschsprachigen Reportagen

1977 stiftete Henry Nannen, der Gründer des Magazins «Der Stern», einen jährlichen Preis für die drei besten Reportagen. Er nannte ihn nach Egon Erwin Kisch, weil der für ihn einerseits ein «Fanatiker der Tatsachen» war, andererseits aber vom Reporter verlangte, dass seine Fantasie auf «dem schmalen Steg zwischen Tatsachen und Tatsachen tanze».

**Hermann, Kai
Sprecher, Margrit**

Verlag Picus
2001, 132 Seiten
ISBN 3-85452-753-5
SFr. 27.10

Sich aus der Flut des Gewöhnlichen herausheben.

Die Kunst der grossen Reportage

Das Buch trägt nicht nur diesen Titel, es hebt sich tatsächlich aus der Flut des Gewöhnlichen heraus. Die oftmals trocken, schulbuchmässig oder all zu theoretisch behandelte Gattung «Reportage» wird hier aktuell und vor allem praxisbezogen dargestellt. Hermann und Sprecher – beides namhafte Zeitungs- und TV-ReporterInnen – gehen nicht ohne ironische, teils kritische Seitenblicke ihrem Metier (einer Poetik der Reportage bzw. Sozialreportage) nach. Wortgewandt arbeiten sie, unabhängig voneinander, ein Repertoire an Gestaltungsmöglichkeiten heraus. Abgerundet wird der «theoretische» Teil durch jeweils 3 Reportagen der Autorin und des Autors. Ein schönes Lesebuch über und mit Reportagen. (Rezension aus amazon.de)

Marias, Javier

Deutscher Taschen-
buchverlag
München, 2003
297 Seiten
ISBN 3-432-13123-3
SFr. 17.60

Geschriebenes Leben

Ironische Halbporträts

Mit spitzer Feder geschrieben sind diese Einzelporträts von Schriftstellern: kleine, unterhaltsame und pointierte Skizzen, die den indiskreten Blick hinter die Kulissen der Kunst erlauben. Fortlaufend gelesen ergeben sie eine ziemlich gespenstische Geschichte - indem Marias Alltag mit Künstlerischem vermischt, zeigt er gewissermassen das Gegengedächtnis zur Literatur: eine fragmentarische Literaturgeschichte.

Als Gegengewicht zu den geschriebenen Porträts folgt am Ende ein

Fototeil, «Vollendete Künstler», in dem es ausschliesslich um Gesten, Gesichter und Posen geht.

Meienberg, Niklaus

Limmat Verlag
Zürich 2000, 479 Seiten
ISBN 3-85791-345-2
SFr. 39.–

Reportagen

1974 sind erstmals ausgewählte Reportagen von Niklaus Meienberg in Buchform erschienen. Zur Sammlung gehören beispielsweise der Text über die Wohnwagengesellschaft am Rhein, wo Menschen von Wochenende zu Wochenende leben, das Porträt über den Rennfahrer Jo Siffert, aufgestiegen aus der Freiburger Unterschicht und tödlich verunglückt in Brands Hatch, oder die Geschichte von Ernst S., hingerichtet als Landesverräter im Zweiten Weltkrieg durch die Schweizer Armee. Niklaus Meienberg beschreibt seine Protagonisten als Personen, deren Leben kein Zufall ist, die eingebettet sind in wirtschaftliche und gesellschaftliche Machtverhältnisse. Die Texte leben vom Schnitt und Gegenschnitt, von Beobachtungen, Zitaten und schriftlichen Quellen – und von Niklaus Meienberg: sprachgewaltig, polemisch, polarisierend. (H.-P. Wäfler)

Meienberg, Niklaus

Limmat Verlag
Zürich 1983
ISBN 3-85791-060-7
SFr. 34.–

Vorspiegelung wahrer Tatsachen

Dass Niklaus Meienberg „wortgewaltig“ schreibt, das ist schon oft geschrieben worden. Natürlich trifft das auch auf dieses Buch zu. Also einmal mehr ein kurzweiliges Lehrstück, was man mit Sprache, im besten Sinne, anrichten kann. Aber ebenso eindrücklich ist, wie Meienberg mit seiner „Vorspiegelung“ der Zeit voraus war. Die Reportagen und Essays lösten damals Entrüstung aus; was nicht sein darf, darf nicht sein. Meienberg der Nestbeschmutzer, Meienberg der Vaterlandsverräter. Ein Vierteljahrhundert später weiss man: Es war, wie er geschrieben hat. Meienberg grub aus, was die „verdienten Persönlichkeiten“, das Militär, die Honoratioren, die Obrigkeit nicht hören, nicht lesen wollten. Er schrieb gegen die Bonzen, aber auch gegen die Mitläufer und Duckmäuser, die Spiesser und Arschkriecher an. Und so kommt in diesem Band nicht nur der „authentique écrivain“ (nouvel observateur), der Schriftsteller Meienberg zum Zuge, sondern einmal mehr der Historiker Meienberg. (P.S.: Meienbergs Einstieg in die „Bodenseelandschaft“ beweist, dass auch ein 18-Zeilen-Satz verständlich und spannend sein kann.)

Scherer, Marie-Louise

Eichborn Verlag
Februar 2004
403 Seiten
ISBN 3-8218-4541-4
SFr. 54.–

Der Akkordeonspieler

Zurückgezogener kann eine berühmte Schriftstellerin nicht leben. Marie-Louise Scherer wohnt unweit der alten Zonengrenze in einem Dorf an der Elbe und schreibt. Sie schreibt wenig. Sie verlangt von jedem ihrer Sätze, dass er wie ein Handschuh sitzt. Ein solcher Anspruch macht aber viel Arbeit, und er ist im Journalismus nicht üblich. Marie-Louise Scherers Geschichten gehören zum Kernbestand der deutschen Literatur der letzten Jahrzehnte. Leise, aber mit gespannten Sehnen, kommen in ihren Texten die Katastrophen daher, so, dass man als Leser erstaunt, und lacht, und erschrickt. «Die Hundegrenze» ist wahrscheinlich der definitive literarische Text über den deutschen Zaun, «Der Akkordeonspieler» die genaueste Innenansicht der Migration. Mit so enormen Themen kann es nur eine große Erzählerin aufnehmen.

Schmieding, Walther

Verlag Kiepenhauer &
Witsch
Köln 1985, 2 Bd.
500 Seiten

Egon Erwin Kisch: Nichts ist erregender als die Wahrheit. Reportagen aus vier Jahrzehnten

Egon Erwin Kisch (1885-1948) wurde in Prag geboren, wo er auch seinen journalistischen Ruhm als «Der rasender Reporter» begründet hat. Die beiden Bände enthalten Reportagen von all seinen Lebens- und Reisestationen (Prag, Berlin, Sowjetunion, USA, China, Paris, Australien,

Mexiko) und dokumentieren sein politisches Engagement (Soldat im 1. Weltkrieg, Mitglied der KPD, Teilnahme am spanischen Bürgerkrieg). Sie beginnen mit dem «Debüt am Mühlenfeuer», einem Text, in dem zur Überraschung der Kisch-Forscher Dichtung und Wahrheit ineinander fließen und in dem sein journalistisches Credo und seine Theorie zur Reportage enthalten sind.

Biografien

Kloepfer, Inge

Hoffmann und Campe
2005, 320 Seiten,
ISBN 3-455-09489-9

Friede Springer – Die Biografie

Der Aufstieg der Friede Springer vom Kindermädchen zur Herrin über das grösste europäische Zeitungshaus und damit zu einer sehr einflussreichen Frau – spannend zu lesen – und gleichzeitig ein halbes Jahrhundert deutsche Mediengeschichte.

Fehr, Marianne

Limmat Verlag, Zürich
1999
550 Seiten

Meienberg

Lebensgeschichte des Schweizer Journalisten und Schriftstellers
Pflichtstoff für jede Schweizer Journalistin, jeden Schweizer Journalisten.
Akribisch recherchiert, spannend geschrieben – nicht nur was die Person Niklaus Meienberg angeht, sondern vor allem was den Journalismus in der Schweiz betrifft. Eine hautnahe Begegnung mit Personen und Persönlichkeiten, die dieses Land und die Entwicklung des Journalismus in den vergangenen 50 Jahren prägten.

Fest, Joachim

Rowohlt, Rheinbeck bei
Hamburg 2004, 380
Seiten, ISBN 3.498
02088 9

Begegnungen – Über nahe und ferne Freunde

Zufallsbekanntschaften sind es zum Teil, die nachwirken, oder auch Freunde, die Joachim Fest porträtiert. Hannah Arendt ist dabei und Golo Mann, Ulrike Meinhof und Rudolf Augstein – der intime Blick erschliesst nicht nur die einzelne Person, sondern immer auch ein Stück Zeitgeschichte.

Informationsquellen und Recherche im Journalismus

Haller, Michael

6., Auflage, Verlag UVK
2004, 338 Seiten
ISBN 3-89669-434-0
SFr 36.–

Recherchieren

Recherchieren war noch nie so wichtig – und so kompliziert – wie im Zeitalter des Internet. Alles Wissen dieser Welt scheint verfügbar. Doch was ist tatsächlich neu, was zuverlässig? Vor lauter Informationen bleibt vielen Journalisten der Zugang zum Wesentlichen verschlossen.

Der Schlüssel heisst «methodisches Recherchieren» und findet sich in dieser völlig überarbeiteten Auflage eines Klassikers der Journalisten- ausbildung. Michael Haller führt in die Grundlagen des Recherchierens ein, beschreibt Recherchierhilfen und gibt Tipps für das Beschaffen und Auswerten von Informationen. Die «Fallstricke» der Praxis und die rechtlichen Rahmenbedingungen werden dabei gleichermaßen berücksichtigt.

Scheiter, Barbara

UVK 2009, 132 Seiten
ISBN-10: 3867641331
SFr 27.90

Themen finden

Die Autorin gibt zahlreiche Tipps zur Themensuche und erläutert, was eigentlich ein gutes Thema ausmacht. Grundgedanke des Buchs ist, nicht etwa fertige Geschichten zu suchen, sondern vielmehr Startpunkte für eine journalistische Recherche zu finden, aus der sich dann Sujets unterschiedlicher Genres für verschiedene Medien und Zielgruppen entwickeln lassen. »Themen finden« ist das erste Buch, das sich diesem journalistischen Grundproblem eingehend widmet. Es ist vor allem für Nachwuchsjournalisten wertvoll, die mit der »heißen Ware« Thema zu kämpfen haben.

Meyer, Jens-Uwe

Verlag UVK
2008, 168 Seiten
ISBN 3-89669-383-2
SFr. 33.50

Journalistische Kreativität

Da steckt mehr drin? Mit Denkstrategien und Techniken die individuelle Kreativität sowie das kreative Potenzial von Redaktionen und ihren Mitarbeitern freilegen, aktivieren und fördern. Checklisten, Beispiele und Tipps helfen die neuen Anregungen im Redaktionsalltag umzusetzen.

Ludwig, Johannes

Verlag UVK
2002, 398 Seiten
ISBN 3-89669-348-4

Investigativer Journalismus

Recherchestrategien – Quellen – Informanten.

Anhand von Fallbeispielen und bekannten Affären, die durch die Medien aufgedeckt wurden, beschreibt Johannes Ludwig Recherchestrategien und Vorgehensweisen. Er stellt relevante Informationsquellen vor und gibt wichtige Hinweise für den Umgang mit Informanten und sensiblen Unterlagen.

Zschunke, Peter

Verlag UVK
2. überarbeitete Auflage
2000, 338 Seiten
ISBN 3-89669-306-9
SFr 41.–

Agenturjournalismus – Nachrichtenschreiben im Sekundentakt

Peter Zschunke stellt die Rahmenbedingungen des Agenturjournalismus vor und gibt einen Einblick in die Redaktionspraxis. Nach einem historischen Streifzug und einer Darstellung der technischen Übermittlungsbedingungen folgt eine Beschreibung der Agenturlandschaft in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Schließlich werden anhand von Beispielen Instrumente und Alltag der Agenturjournalisten vorgestellt und kommentiert. Unter dem Motto »Die Nachricht – mehr als eine Ware« zeigt der Autor, mit welchen Problemen Agenturjournalisten im Spannungsfeld zwischen Zeitdruck und Objektivität täglich konfrontiert werden. Peter Zschunke ist Leiter der Auslandsredaktion von Associated

Press (AP) in Frankfurt/Main.

Simons, Anton

UVK 2007,

318 Seiten

ISBN-10: 389669507X

Redaktionelles Wissensmanagement

Der Autor vermittelt die Grundlagen des redaktionellen Wissensmanagements und skizziert Methoden zur gemeinsamen Sicherung, Pflege und Nutzung redaktionswichtigen Wissens mit Hilfe von Social Software sowie die Möglichkeiten, die Feeds, News-Aggregatoren und andere Web-2.0-typische Technologien bei Themenfindung, Recherche und Dokumentation bieten. Schritt für Schritt wird der Aufbau einer aus Open-Source-Komponenten bestehenden redaktionellen Wissensdatenbank sowie ihre Einbindung in die redaktionelle Wertschöpfung dargestellt. Grundlage der Freitext-Datenbank ist die für die Internet-Enzyklopädie Wikipedia entwickelte MediaWiki-Software. Ergänzt wird diese Wiki-Engine um einige Plugins. Die gesamte Software, die zum Aufbau der vorgestellten Wissensdatenbank nötig ist, steht zum kostenlosen Download im Internet bereit.

Medienrecht und Medienethik

- *Studer, Peter;
Mayr von Baldegg,
Rudolf**
Saldo Ratgeber, Zürich
2006, 354 Seiten
Fr. 38.–
- Medienrecht für die Praxis**
«Vom Recherchieren bis zum Prozessieren: Rechtliche und ethische Normen für Medienschaffende» lautet der Untertitel. Das Buch ist mehr als eine juristische Anleitung. Es vermittelt unentbehrliches journalistisches Grundwissen. Das Werk ist ein übersichtlicher Ratgeber mit aktuellen Fallbeispielen. Ein «Must» für JournalistInnen.
- * Zölch, Franz A.;
Zulauf, Rena**
Stämpfli Bern 2008,
251 Seiten,
Fr. 36.–; Überarbeitete
Neuaufgabe erscheint
anfangs 2007
- Kommunikationsrecht für die Praxis**
Das Hand- und Arbeitsbuch zur Lösung kommunikations- und medienrechtlicher Fragen vermittelt einen Überblick über die wichtigsten Gebiete des Medienrechts. Überblick über die Grundlagen, insbesondere die Medienfreiheit und ihre Bedeutung für die journalistische Praxis. Vorgelegt werden auch Konzepte zur Qualitätsentwicklung im Medienbereich. Das Buch ist das Ergebnis langjähriger Ausbildungspraxis.
- Cornu, Daniel**
Presses Universitaires
de France, Paris 1997
126 Seiten
- Ethique de l'information**
Cornu beschreibt die Entwicklung ethischer Normen im Journalismus und behandelt die zentralen Prinzipien (Freiheit, Wahrheit, Achtung der Menschenwürde etc.) Auch die Verantwortung der Medien und die Schwierigkeit, ethische Regeln anzuwenden, kommen ausführlich zur Sprache.
- Deutscher Presserat**
UVK 2005,
244 Seiten
ISBN-10: 3896694693
- Ethik im Redaktionsalltag**
Im ersten Teil des Buches schreiben Wolf Schneider und Achim Baum über grundlegende Fragen journalistischer Ethik. Namhafte Journalisten wie Franziska Augstein, Michael Naumann, Heribert Prantl und Udo Rößel bekennen sich zu Verstößen gegen ethische Grundsätze und überlegen, wie sie hätten vermieden werden können. Der zweite Teil diskutiert die Berichterstattung aus Zeitungen und Zeitschriften, über die sich Leser beim Deutschen Presserat beschwert haben. Nach einer kurzen Skizzierung des Problems folgen jeweils die Stellungnahmen der Redaktionen zu dem Fall und Anregungen zur Diskussion. In einem separaten Lösungsteil sind die Entscheidungen des Presserats dokumentiert. Ergänzende Tipps von erfahrenen Journalisten und Juristen helfen in der Praxis. Das Buch ist zugleich ein Nachschlagewerk für den Redaktionsalltag wie eine Arbeitsgrundlage für die Journalistenausbildung.
- Bucher, Hans-Jürgen;
Altmeppen, Klaus-
Dieter**
VS Verlag für Sozial-
wissenschaften
2003, 367 Seiten
ISBN 3-531-13790-5
SFr. 57.10
- Qualität im Journalismus**
Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle
Fragen der journalistischen Qualität werden von Seiten der Medienunternehmen oftmals auf Reichweitenzahlen, Einschaltquoten und Auflagenzahlen reduziert. Andererseits hat es die Kommunikations- und Medienwissenschaft lange Zeit versäumt, Grundlagen einer publizistischen Bewertungskultur systematisch zu entwickeln. Seit einiger Zeit sind jedoch sowohl in der Wissenschaft als auch in den Medienunternehmen verstärkt Aktivitäten zu beobachten, publizistische Leistungen zu evaluieren und Massstäbe der Qualitätssicherung zu entwickeln. An diese Entwicklung knüpft der Sammelband an.

Haller, Michael

UTB Verlag,
2010
350 Seiten
ISBN-10: 3825225399

Grundlagen der Medienethik

Das Buch behandelt die Entstehung und Entwicklung der Rahmenethik, der Organisationsethik und der Individualethik und verbindet diese mit den Problemfragen, die sich aus und in der Medienpraxis stellen. Zu den Leistungen dieses Buchs gehört auch die genaue Beschreibung der für die informationsoffene Mediengesellschaft paradigmatischen Konzepte der Selbstkontrolle zum Zweck einer ethikverträglichen Medienproduktion: Es sind dies vor allem die Selbstkontroll-Einrichtungen im Bereich des Journalismus, der Fernsehproduktion (insbes. der Unterhaltung), Filmproduktion, des Internet und der Werbung.

Schütz, Martin R.

VS Verlag für Sozial-
wissenschaften
2003, 250 Seiten
ISBN 3-531-14088-4
SFr. 47.10

Journalistische Tugenden

Leitplanken einer Standesethik

Journalistische Tugenden - heute noch aktuell und hilfreich? Ein werteorientierter Journalismus schafft die besten Voraussetzungen für einen guten Journalismus. Tugenden wie Besonnenheit, Tapferkeit, Klugheit oder Wahrhaftigkeit dienen als praxisnahes Fundament einer Standesethik. In einer freiheitlichen Gesellschaft sehen sich Journalistinnen und Journalisten den unterschiedlichsten Ansprüchen gegenüber: Verlegerkalkül und öffentlicher Auftrag prallen oft aufeinander. Die Arbeit fragt daher auch nach den Rollenanforderungen, denen Medienschaffende in liberalen Demokratien gerecht werden müssen. Sie verbindet praktisch erprobte Probleme mit philosophischer Reflexion.

Thomas, Barbara

Westdeutscher Verlag
Opladen 1998
360 Seiten

Journalistische Ethik

Ein Vergleich der Diskurse in Frankreich, Grossbritannien und Deutschland

Der Bedarf an Ethik im Journalismus wird immer wieder angemahnt. Der Band untersucht den Diskurs, der in den Ausbildungsinstitutionen und Journalistenorganisationen geführt wird, erörtert ihn im Zusammenhang mit der jeweiligen Mediensituation in den drei Ländern und der wissenschaftlichen Debatte. Die pragmatische Herangehensweise in Grossbritannien kontrastiert dabei mit der an Normen und Grenzziehungen orientierten in Deutschland und einer auf die individuelle Reflexionsfähigkeit der Akteure konzentrierten in Frankreich.

Riklin, Franz

Verlag Stämpfli
Bern 1996
360 Seiten
ISBN 3-7272-0896-1
SFr. 40.–

Schweizerisches Presserecht

Das Buch beginnt mit Begriffen, Quellen und Geschichte des Presserechts. Ein grosses Kapitel ist der Pressefreiheit gewidmet. Neben Urheberrecht und Datenschutz behandelt Riklin auch die verschiedenen Grundlagen des Presserechts: Strafrecht, Zivilrecht, Verwaltungsrecht usw. Die Kapitel sind teilweise lang und komplex, jedoch in einer verständlichen Sprache geschrieben.

Radio- und Fernsehjournalismus

Radio

**von La Roche, Walther
Buchholz, Axel**

List Verlag, München
9. Auflage, 2009
460 Seiten, Euro 23
EAN 978-3-430-20076-9

Radio-Journalismus

«Radio-Journalismus» gibt einen guten Überblick über die Berufe, Tätigkeiten und Ressorts im Radio. Unter der Überschrift «Im Funk arbeiten» finden sich Titel wie: «Fürs Hören schreiben. Frei sprechen. Hörer am Studio-Telefon. Radio-Aktionen». Weitere Kapitel befassen sich mit «Produktion und Technik» und dem «Rundfunk als Arbeitgeber». Angaben über die Ausbildung in Deutschland, Österreich und der Schweiz; Ausbildung und Arbeit an Uni- und Schulradios, Web- und Lokalsendern. Die 9. Auflage ist überarbeitet aktualisiert.

Overbeck, Peter

UVK, 2009,
382 Seiten
ISBN-10: 3896695738

Radiojournalismus: ein Handbuch

Das Handbuch schlägt eine Brücke zwischen Kultur- und Pop-Radio und stellt berufsrelevantes Wissen zur Verfügung. Die Autoren aus öffentlich-rechtlichem und privatem Radio vermitteln inhaltliche und journalistische Basics der radiojournalistischen Arbeit, befassen sich mit organisatorischen und technischen Strukturen, Darstellungsformen, Moderation, Programmdramaturgie, aber auch mit Promotion und Marketing. Der Wandel des Berufsbildes, rechtliche Aspekte sowie Fragen zu Honorierung und Vertragsgestaltung kommen ebenso zur Sprache. Mit vielen Beispielen, Tipps, Literaturempfehlungen und einem Glossar. Der Band richtet sich gleichermaßen an Studierende wie an Journalisten, möchte aber auch erfahrenen Radiomachern Denkanstöße geben.

Wachtel, Stefan

4. Auflage 2009
ISBN 3-89669-42-8
CHF 33.50

Schreiben fürs Hören

Ein gutes Manuskript erleichtert das Sprechen und Hören gleichermaßen. Denn wie man schreibt, so liest man (vor). Der Autor zeigt Regeln und erläutert Methoden wie kreativ und hörverständlich formuliert werden kann. Mit exemplarischen Sendetexten aus dem gesamten deutschsprachigen Raum leitet der Autor zum gezielten Schreib- und Sprechtraining an.

Wachtel, Stefan

6. Auflage 2009
Inklusive CD mit Hörbeispielen
ISBN 978-3-86764-179-1
EUR 19,90 / freier
Preis CHF 35,90

Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen

Ein Klassiker der Sprecherziehung mit Anleitungen und Tipps. Wachtel ist gegen das Auswendiglernen oder das Ablesen vom Teleprompter und plädiert für das freie Sprechen mithilfe von Stichwortkonzepten. Das Buch enthält zahlreiche Beispiele zu Betonung, Ausdruck, Aussprache, Moderation und Interview. Einige Hörbeispiele befinden sich auf der beiliegenden CD. Mit Tipps zu Casting-Vorbereitung und Demo-Kassetten.

Patrick Lynen

3. aktualisierte Auflage.
183 Seiten.
Edition Reinhard Fischer
im Nomos Verlag, Baden-Baden 2010.
ISBN 978-3-8329-5358-

Das wundervolle Radiobuch Moderne Moderation im Radio – Persönlichkeit, Kommunikation, Motivation

Es gibt es nur wenige Moderatoren, die es bis zum Kultstatus geschafft haben. Warum ist das so? Was unterscheidet erfolgreiche Kommunikatoren von weniger erfolgreichen? Wer es an die Spitze schaffen will, benötigt viele Kompetenzen: Technische Kompetenz, Fachwissen und Sachkompetenz, journalistische Kompetenz, lokale Kompetenz, stimmli-

4 17.90 Euro.

che und sprachliche Kompetenz, Unterhaltungskompetenz, kommunikative und kreative Kompetenz, Ausdauer und Stabilität. All diese Bereiche behandelt dieses Buch.

In "Das wundervolle Radiobuch" geht es um "Personality" und professionelle Moderation, um Inhalte und Programmplanung, Show-Prep, Aircheck, Stimme, Dramaturgie und

Rossié, Michael

List Verlag, München, 4. Auflage, 2007, ISBN 3-471-78568-X
282 Seiten

Sprechtraining

Wie Texte optimal zur Geltung bringen? Wie lesen, damit das Publikum gerne zuhört? Wie Atmung und Lampenfieber kontrollieren? Das kann man mit diesem Buch lernen. Es bietet Tipps und Hörbeispiele auf CD.

Zehrt Wolfgang

UVK 2005, 2. Auflage, mit Audio-CD
268 Seiten, SFr. 37.90
ISBN 978-3-89669-476-8

Hörfunk-Nachrichten

Wolfgang Zehrt zeigt anhand zahlreicher Positiv- und Negativbeispiele, wie man verständlich schreibt, klar strukturiert und O-Töne professionell einsetzt. Im Detail behandelt der Autor folgende Themen: Formulieren und Aufbau von Meldungen, unterschiedliche Meldungstypen, Entwicklung von Meldungen im Tagesverlauf, Nachrichtenlayout, Einsatz von O-Tönen, Arbeitsorganisation, Umgang mit Quellen, geografische Ausrichtung der Nachrichten und Nachrichten – wissenschaftlich betrachtet.

**Ohler, Josef,
Dietz Schwiesau**

List Verlag, München
2003,
317 Seiten, CHF 35
ISBN 347183091

Die Nachricht

Jeder Journalist, jede Journalistin muss Nachrichten schreiben können! Wie unterscheidet man Wichtiges von Unwichtigem, Interessantes von Langweiligem? Was ist aktuell, wie formuliere ich verständlich, was ist bekannt, was neu? Dieses Handbuch vermittelt alle Regeln des Nachrichtenhandwerks. Es ist das erste Buch, das in gleichem Masse auf die Nachricht in allen Medien eingeht: In Print, Radio, Fernsehen und Internet. Ergänzt ist das Buch mit Geschichten aus der Nachrichtengeschichte. Und wer vom Inhalt noch nicht genug hat, wird aufs Internet geleitet, wo man zu weiteren Informationen und Links geführt wird.

**Dachselt, Rainer;
Schwarz, Ingo; Sprang,
Stefan**

UVK Medien 2003,
328 Seiten, CHF 41.80
ISBN 3-89669-388-3

Radio-Comedy

Radio-Comedy ist Kult – und harte Arbeit! Es gibt kaum einen Radiosender, der nicht auf Comedy setzt. Wer als Autor erfolgreich sein will, braucht nicht nur Talent, sondern muss auch sein Handwerk beherrschen. Im Buch gibt es Strategien und Tipps, die der Kreativität auf die Sprünge helfen und die zeigen, wie Themen, Stories und Figuren gefunden werden und worauf es bei einem Skript und bei der radiophonen Umsetzung ankommt.

Gschwend, Hanspeter

Verlag Neue Zürcher Zeitung, 2006. 254 Seiten CHF 48
ISBN 3038231754

Echo der Zeit – Weltgeschehen am Radio

Die Sendung «Echo der Zeit» ist das Flaggschiff von Schweizer Radio DRS und wird täglich von rund 700 000 Menschen täglich gehört. Seit 60 Jahren informiert sie über das Weltgeschehen. Am Beispiel von Weltereignissen und ausgehend von Dokumenten und Gesprächen schildert dieses erzählende Sachbuch die Entwicklung der Sendung und stellt die Frage nach ihrer Zukunft im heutigen Medienumfeld. Die beiliegende CD lässt noch einmal Korrespondenten wie Heiner Gautschy oder Hans O. Staub zu Wort kommen.

Fernsehen

Schult, Gerhard**Buchholz, Axel**

List Verlag
München 2006
(7. Auflage)
489 Seiten
SFr. 42.90

Fernseh-Journalismus

Das Buch dient als knappe, übersichtliche Einführung ins Fernseh-Handwerk. Verschiedene Autoren zeigen die optischen und akustischen Gestaltungselemente sowie die technischen Produktionsmittel auf. In weiteren Kapiteln werden die Merkmale und Arten der einzelnen Darstellungs- und Sendeformen im Fernsehen behandelt. Zeichnungen, Tabellen und Bilder illustrieren den Text. Das Buch endet mit einem Kapitel über die Teamarbeit im Fernsehen, einem Glossar von Fachausdrücken sowie einem kurzen Überblick über die Ausbildungssituation in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Ordolff, Martin

Uvk Konstanz 2005
411 Seiten

Fernsehjournalismus

Digitale Technik, die Einrichtung von „Newsrooms“ oder die Auflösung von einst klar getrennten Genres wie der Reportage oder der Dokumentation haben den Fernsehjournalismus grundlegend verändert. Auf diesen Wandel geht das Buch ein und vermittelt das Handwerk für alle Bereiche des Fernsehens, in denen journalistische Produkte entstehen: Filme, Moderationen, Reportagen, Beiträge und Nachrichten in ihren vielfältigen Fassetten und Formen. Leitfaden für alle, die intensiv in das Thema TV-Journalismus einsteigen wollen.

Streich, Sabine

UVK 2008,
276 Seiten, SFr. 37.90
ISBN 978-3-89669-590-1

Videojournalismus

Ein Trainingshandbuch

Das Handbuch ist in zwölf Trainingseinheiten gegliedert mit Übungen, Praxisbeispielen und Checklisten sowie Erklärfotos und Grafiken. Was im Buch Schritt für Schritt und anhand zahlreicher Beispiele erläutert wird, kann über eine eigens eingerichtete Internetplattform als Film angesehen und interaktiv bearbeitet werden. Die durch die Digitalisierung möglich gewordene multimediale Verbreitung in Fernsehen, Hörfunk und Internet wird damit direkt erlebbar und erlernbar. Spezielle Themen sind u.a.: Persönliche Zugänge, Auswahl der Kameraeinstellungen, Spüren des Schnittrhythmus', die besondere Nähe zu den Protagonisten, die innere Erzählhaltung und die Auswahl von Musik.

Das Buch ist für Anfänger und Profis geschrieben, die sich tiefer gehend mit dem Drehen und Schneiden von Videos beschäftigen wollen.

Werner, Horst

UVK 2009,
144 Seiten, SFr. 23.50
ISBN 978-3-86764-150-0

Fernsehen machen

Der Autor beschreibt in 14 Schritten die Herstellung eines Nachrichten- oder Magazinbeitrags von der Idee bis zur Sendung. Anhand vieler Beispiele zeigt Werner, wie man ein Treatment schreibt, Bilder für Stories findet, einen Drehplan erstellt und erläutert die Arbeit am Drehort, das Sichten, Schnitt und Texten.

Das Buch ist in der Reihe „Wegweiser Journalismus“ erschienen. Die Themen sind entsprechend sehr knapp und kompakt behandelt.

Fritzsche, Silke

UVK, 2009
262 Seiten, SFr. 37.90
ISBN 978-3-86764-031-2

TV-Moderation

Die Autorin behandelt die Moderation genreübergreifend in Nachrichten und Magazinsendungen sowie in Unterhaltungs- und Talkshows. Das Buch thematisiert alle Kernkompetenzen, die eine authentische und erfolgreiche Fernsehmoderation ausmachen: journalistische, verbale, nonverbale und persönliche Fähigkeiten. Hierfür befragte Fritzsche renommierte TV-Moderatoren und Medienmacher aus Deutschland, Öster-

reich und der Schweiz zur eigenen Rolle, den Anforderungen und Aufgaben des TV-Moderators und dem Entstehungsprozess ihrer eigenen. Sie erläutert die große Bedeutung der Körpersprache bei der Wirkung von Moderatoren, gibt eine praktische Schreibschulung und hilft dem Leser herauszufinden, welcher Moderationstyp er ist. Aspekte einer guten optischen Selbstdarstellung sowie eine Anleitung zur strategischen Planung der eigenen Karriere als TV-Moderator runden das Buch ab.

Ordolff, Martin

Wachtel, Stefan

UVK Konstanz 2009

139 Seiten

ISBN-10: 3805832672

Texten für TV: Ein Leitfaden zu verständlichen Fernsehbeiträgen

Häufig verwenden TV-JournalistInnen beim Texten den Stil des Radios oder den der Zeitung. Beide sind für das Bildmedium Fernsehen nur bedingt brauchbar. Das Buch versteht sich als praktischer Ratgeber und leitet an, TV-Beiträge verständlich zu texten, ohne dass sie an Attraktivität verlieren. Nach den Kriterien für effektives Texten folgen Hinweise, wie Text und Bild sinnvoll koordiniert werden. Beeindruckende Originalbeispiele für verschiedene Fernsehgenres runden das Buch ab.

Rothaus, Ulli

Witzke, Bodo

UVK Konstanz, 2010

358 Seiten

SFr. 43.90

Die Fernsehreportage

Beschreibt alle Facetten der Fernsehreportage: Von der Geschichte, über die Planung und die Dreharbeiten bis zur Endfertigung. Das Buch ist leicht lesbar geschrieben und gibt viele wertvolle Tipps für die Praxis. Nicht nur für Anfänger, auch Profis finden immer wieder wichtige Anregungen. Ohne «verkopften» Ballast, geradlinig formuliert.

Graham Holm, Nancy

Publishing House Ajour,

Danish School of Journalism, 2007

Fascination – Viewer Friendly TV Journalism (in engl. Sprache)

Graham Holm zeigt zunächst auf, an was es vielen TV-Beiträgen mangelt: Viele tragen noch immer den Stempel des Print-Journalismus bzw. werden produziert von JournalistInnen, die auf Print-Basis ausgebildet wurden. Und da gilt noch zu häufig die Maxime: Bilder dürfen Emotionales transportieren, aber Texte haben intellektuell zu sein. Storytelling ist eines der wichtigsten Stichworte des Buches – darauf kommt es v.a. an. Und auf die richtige Mischung von Information, Identifikation (mit dem Publikum) und Faszination. Graham Holm zeigt das anhand vieler praktischer Beispiele – und in einem Englisch, für das kein Oxford-Diplom nötig ist. Das Buch eignet sich weniger für absolute Anfänger, sondern eher für junge TV-JournalistInnen, die bereits erste Erfahrungen in dem Medium gesammelt haben.

Online-Journalismus, Neue Formen

- Holzinger, Thomas
Sturmer, Martin**
Springer, 2009
ISBN 978-3-642-00719-4
- Die Online-Redaktion: Praxisbuch für den Internet-Journalismus**
Das Praxisbuch Onlineredaktion ist eine Betriebsanleitung für medienübergreifenden Journalismus. Es präsentiert Medienkonvergenz im elektronischen Bereich aus einer integrierten Lösung, lässt die Logik klassischer Mediengattungen ausser Acht und widmet sich in respektvoller Frische der Professionalisierung der Internetredaktion.
- Heijnk, Stefan**
2. überarbeitete und erweiterte Auflage
2011, dpunkt Verlag
- Texten fürs Web: planen, schreiben, multimedial erzählen. Das Handbuch für Online-Journalisten**
Auch in der erweiterten Neuauflage des Klassikers geht es um die alle wichtigen Aspekte der Arbeit von Webjournalisten. «Man wünscht sich, dass ein paar Online-Redaktionen sich das zu Herzen nehmen, was Heijnk empfiehlt: Wie man systematisch Geschichten im Internet plant, schreibt, wie man die Möglichkeiten, die das Web bietet, konsequent nutzt und die Unterschiede, insbesondere zu Print, nicht ignoriert. Damit nicht einfach das Gleiche wie seit 100 Jahren entsteht, sondern im Interesse des Nutzers alle Möglichkeiten, die wir heute haben, ausgeschöpft werden. Gelungenes Handbuch.» (Kressreport, 10.06.11)
- Jakubetz, Christian /
Ulrike Langer / Ralf
Hohlfeld**
Euryclia, 2011
- Universalcode. Journalismus im digitalen Zeitalter**
Aus dem Inhalt dieses Sammelbandes vieler Autoren – darunter bekannte Journalisten, Praktiker und Vordenker des digitalen Wandels: Handwerk: Wie die Geschichten mit zeitgemässen Werkzeugen erzählt werden. Genre: Welche Formen von Journalismus neu entstehen. Berufsbild: Wie sich Rolle, Haltung und Berufsbild des Journalisten verändern.
- Meier, Klaus (Hg.)**
3., überarbeitete, erweiterte Auflage
UVK 2002,
ISBN 3-89669-353-0
EUR 29,90 / CHF 49,50
(Praktischer Journalismus, Band 35)
- Internet-Journalismus -Ein Leitfaden für ein neues Medium**
Das Buch wurde 1998 zum ersten Mal veröffentlicht, mehrmals nachgedruckt und gilt mittlerweile als Klassiker zu diesem Thema. Der Leitfaden beschreibt Praxis in Internet-Redaktionen und berücksichtigt alle Aspekte des Internets, die für Journalisten von Bedeutung sind. Es geht um das nichtlineare Storytelling im World Wide Web und die spezifischen journalistischen Formen: wie eine Geschichte als Hypertext angelegt, was – vom Teaser bis zum externen Link – beim Schreiben für den Bildschirm berücksichtigt wird, und wie die spezifische Aktualität, wie multimediale und interaktive Formen journalistisch sinnvoll eingesetzt werden. Darüber hinaus werden Basistechniken journalistischer Recherche im Internet und Informationen über Medien ebenso dargestellt wie Ausbildungswege und Qualifikationsprofile von Internet-Journalisten.
- Simons, Anton**
UVK 2011, praktischer Journalismus, Band 84
ISBN=9783867641166
- Journalismus 2.0**
Die Webentwicklung kostet die Medienunternehmen ihr Vermittlungsmonopol und führt zur grössten Medienrevolution seit der Erfindung des Buchdrucks. Dies hat tiefgreifende Folgen für den professionellen Journalismus, der gezwungen ist, sich neu zu erfinden. Andererseits gibt das Social Web Medienunternehmen und Redakteuren neue Instrumente an die Hand, die ihnen helfen Ihre Produktivität, die Effizienz ihrer Arbeit und die Qualität ihrer Produkte zu steigern. Und sie verschafft ihnen Zugang zu einem überaus hohen Gut: der kollektiven Intelligenz ihrer Leser, Hörer und Zuschauer.
Anton Simons beschreibt die Grundprinzipien dieser Medienrevolution und ihre Auswirkungen auf den Journalismus. Er stellt neue journalisti-

sche Formate, neue Organisationsformen und Instrumente der Redaktion 2.0 vor und zeigt, wie sich klassische Medienunternehmen für die Zukunft aufstellen können. (UVK)

Sauer, Moritz

O'Reillys basics,
2. Auflage 2010
O'Reillys basics

Blogs, Video und Online-Journalismus

Der Band richtet sich in erste Linie an Bloganfänger. Die Wahl der Plattform, die Einrichtung des Blogs und das Einstellen des ersten Artikels sind nicht schwer. Sauer führt die Leser Schritt für Schritt mit Erläuterungen, die kein Webmaster-Wissen voraussetzen, und mit Screenshots durch die Prozedur.

In einem weiteren Teil erläutert er, wie man Webvideos produziert und erstellt oder wie man Screencasts produziert (Bildschirmpräsentationen in Videoform), und wie man Bilder für das Netz optimiert. Nützlich sind auch die Kapitel über Rechtsfragen im Internet.

Dem "Schreiben fürs Web" und der "Onlinerecherche" sind Unterkapitel gewidmet, die sehr knapp ausfallen. Für einen ersten Einblick in die Themenfelder reicht das aus, wenn man bisher keine Erfahrung als Online-Journalist hat, aber mehr auch nicht. Ich würde dieses Buch vor allem Journalisten aus den klassischen Medien empfehlen, die ihr klassisches journalistisches Handwerk beherrschen und sich auf eigene Faust an das Produzieren und Veröffentlichen im sozialen Netz wagen wollen. Dafür ist dieser nutzwertig angelegte Band sehr zu empfehlen. (Ulrike Langer, medialdigital.de)

Taglinger, Harald

Entwickler-press.de;
2008;
186 Seiten, Softcover
ISBN: 978-3-939084-
44-0

Online Content professionell

Rezepte für Strukturen und Produktion

Guter Web-Content fällt nicht vom Himmel. Der Autor erklärt anhand von Alltagssituationen, wie man professionell an Texte für Webseiten, Blogs, Wikis und Produktionen für Podcasts, Bildstrecken und Videos herangeht, wie man Text, Bild, Ton und Video mediengerecht produziert. Der ausgebildeter Journalist und Webdesigner richtet sich dabei eher an Multimedia-Anfänger.

**Wieland, Melanie;
Spielkamp, Matthias**

2003, 304 Seiten, br.
ISBN 3-89669-359-X
EAN 978-3-89669-359-
4

Schreiben fürs Web

Konzeption – Text – Nutzung

Wie müssen Informationsangebote im Internet aufgebaut und gestaltet sein, damit sie Interessenten finden und genutzt werden? Melanie Wieland und Matthias Spielkamp weisen in diesem Leitfaden den Weg für die Praxis.

Ausgehend von der Konzeption und dem Aufbau von Websites und Webprojekten beschreiben sie, wie Redaktionen ihren passenden, informativen und zielgruppengenaue Internet-Auftritt selbst erarbeiten. Aber auch Interessenverbände, Vereine und Unternehmen, lernen so Websites zu konzipieren, die einen geeigneten Rahmen für informative Inhalte bieten.

Die beiden Autoren erklären, wie Informationen für das Online-Medium strukturiert und geschrieben werden müssen und zeigen an Beispielen aus der Praxis, wie längere Texte, multimediale Reportagen und Formate überschaubar werden, damit sie am Bildschirm spannend, lesbar und vor allem verständlich sind. Sie erläutern, wann Animationen, Audio- und Videodateien oder auch Newsletter sinnvoll eingesetzt werden oder wann diese den Erwartungen der Nutzer und damit der Nutzbarkeit der Site entgegenstehen.

Layout – Illustration – Grafik

- Reiter, Markus;
Waas, Eva Maria**
UVK 2009,
222 Seiten, SFr. 30.50
ISBN 978-3-86764-040-4
- Der Relaunch**
Zeitung – Zeitschrift – Internet
An zahlreichen Beispielen erläutern die Autoren, wie eine zeitgemäße Optik für Zeitungen, Zeitschriften und Online-Auftritte aussieht. Sie geben handfeste Tipps, worauf bei der Neugestaltung zu achten ist, um größtmögliche Leserfreundlichkeit zu erreichen. Relaunch bedeutet aber mehr als grafische Überarbeitung: Es geht darum, die Positionierung im Markt zu überprüfen, die Wünsche der Leser zu ermitteln, Vernetzungen mit dem Internet zu schaffen, die journalistische Ausrichtung und Professionalität zu justieren und dann erst dem Ganzen eine ansprechende und zweckmäßige Optik zu geben – und zwar so, dass die Leser das Gefühl des Neuen haben, ohne die Bindung an das Bisherige zu verlieren.
- Blum, Joachim
Bucher, Hans-Jürgen**
UVK Medien
Konstanz 1998, 95
Seiten
viele Abbildungen
- Die Zeitung: Ein Multimedia**
Textdesign – ein Gestaltungskonzept für Text, Bild und Grafik
Unter «Textdesign» verstehen die Autoren das Zusammenspiel von Layout und Text, Optik und Stilistik, Seitengestaltung und Betragsgestaltung. Dieses integrative Konzept entspricht der modernen Zeitungsproduktion. Diese ganzheitliche Betrachtung ermöglicht den Lesenden eine selektive Wahrnehmung und interaktive Nutzung der Zeitung. Das Buch vermittelt praxisorientierte redaktionelle Techniken und Regeln in anschaulicher Weise. Von der leserorientierten Textgestaltung bis zum professionellen Umgang mit Fotos. Es ist eine hilfreiche Lektüre für all jene, die Seiten produzieren und auch möglichst viele Leser und Leserinnen erreichen wollen.
- Friedl, F, Ott, N.,
Stein, B**
Könemann Verlagge-
sellschaft,
Köln 1998
600 Seiten
- Typo – when, who, how – wann, wer, wie – quand, qui, comment**
Ein Bilderbuch des gestalteten Wortes für alle, die mit Typen arbeiten. Auf rund 600 Seiten, die mit über 2000 Farbbilder geschmückt sind, bietet das opulente und schwer-gewichtige Werk in drei Sprachen eine umfassende Übersicht zur alphabetischen Kultur. Das Nachschlagewerk behandelt die Geschichte der typografischen Stile und Moden, stellt Schriftgestalter, Kaligraphen und Künstler vor, die unser Schriftbild geprägt haben und beschreibt die typografischen Techniken vom Faustkeil bis zum Computer. Das Buch ist mit viel Liebe zum Detail gestaltet, dass der erstaunlich günstige Preis (48 Fr.) zusätzlich beeindruckt.
- Turtschi, Ralf**
Niggli-Verlag
Sulgen 1998
352 Seiten
820 Abb.
- Mediendesign: Zeitungen, Magazine, Screendesign
Electronic Publishing – so wird's gemacht**
Das Buch richtet sich an Medienschaffende (Gestalter, Produzentinnen, Diensthabende...) von Zeitungen, Magazinen, Kundenzeitschriften, Multimedia- und Internetanwender. Der Autor befasst sich ausführlich mit dem Zeitungs-, Magazin- und Internetdesign aus der Erfahrung und Sicht des Gestalters. Er zeigt an Beispielen wie man Probleme des Mediendesigns löst, welche optischen und gestalterischen Ansprüche die Leserschaft hat und über welchen Stellenwert das Erscheinungsbild einer Publikation zwischen Verlagsinteressen, journalistischen und Layoutansprüchen verfügt. Auch wenn der sprachliche Ausdruck manchmal etwas gar flapsig gerät, ist Mediendesign ein nützliches Handbuch und mit seinem umfangreichen Sachregister und Fachwörterverzeichnis zugleich ein gutes Nachschlagewerk.

Fotojournalismus

- Bergmann, Monika**
PIAG Presse Informations AG
ISBN 3-921864-50-X
EUR 38.00
- Die Bilderjagd – Beruf des Bildredakteurs**
Bildauswahl – Kriterien für die Praxis
Neben Fragen der Aus- und Weiterbildung widmet sich das Buch der Herausforderung der Bildbeschaffung und Bildauswahl, behandelt für das Photorecht interessante Fragen aus dem praktischen Zusammenhang von Urheber-, Marken-, Eigentums- und Persönlichkeitsrecht und gibt einen fundierten Überblick über Problemstellungen, die sich im Zusammenhang mit der Digitalisierung von Photos ergeben.
- Rossig, Julian J.**
UVK 2007,
Softcover
218 Seiten
ISBN 10: 3-89669-502-9
EUR 24.90
- Fotojournalismus – Praktischer Journalismus**
Neben journalistischem Gespür benötigen Fotojournalisten eine möglichst umfassende Kenntnis der ihnen zur Verfügung stehenden technischen und gestalterischen (Stil-) Mittel: Wie bringt man Dynamik in ein langweiliges Gruppenbild, mit welchen Symbolen lassen sich unterbewusste Assoziationen transportieren und wie entstehen wirklich packende Action-Fotos? Diesen Fragen geht der Autor anhand zahlreicher Beispielfotos nach und gibt hilfreiche Tipps aus der Praxis. Dabei kommen selbstverständlich auch all jene faktischen und rechtlichen Rahmenbedingungen nicht zu kurz, denen die «Jagd nach dem Aufmacherfoto» heute unterliegt. Weitere Themen sind Honorierung, digitale Nachbearbeitung und Bildauswahl für Redakteure.
- Chapnik Howard**
University of Missouri Press
July 1994
Englisch
ISBN: 0-8262-0955-6
Ca. USD 30.00
- Truth Needs No Ally – Inside Photojournalism**
Howard Chapnik, erfahrener Reportage Fotograf und langjähriger Präsident der Black Star Photo Agency hat sich nach seinem Rücktritt Gedanken gemacht. Über die Fotografie, Journalismus, Ethik, Medien, Manipulation. Über die Entwicklung der Fotografie im letzten Jahrhundert, über deren Wichtigkeit und Macht. Mit diesen Gedanken hat er nun ein ganzes Buch gefüllt - Truth Needs No Ally. Gerechtfertigte 350 Seiten schwer ist das Werk. Durchaus spannend zum lesen, anregend, amüsant und hilfreich. Seine Überlegungen sind gespickt mit Anekdoten, persönlichen Erfahrungen, Geschichten oder Statements anderer Fotografen. Howard Chapnik ist zudem ein sehr guter Schreiber, seine Sprache (auch auf Englisch) ist leicht verständlich und flüssig zu lesen.
- Morris, John G.**
University of Chicago Press
Englisch
ISBN: 0-226-53914-8
Ca. USD 12.00
- Get the Picture – A personal History of Photojournalism**
How do photojournalists get the pictures that bring us the action from the world's most dangerous places? How do picture editors decide which photos to scrap and which to feature on the front page? *Get the Picture*, is a personal history of fifty years of photojournalism by one of the top journalists of the twentieth century. John G. Morris brought us many of the images that defined our era, from photos of the London air raids and the D-Day landing during World War II to the assassination of Robert Kennedy. He tells us the inside stories behind dozens of famous pictures like these, which are reproduced in this book, and provides intimate and revealing portraits of the men and women who shot them, including Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, and W. Eugene Smith. A firm believer in the power of images to educate and persuade, Morris nevertheless warns of the tremendous threats posed to photojournalists today by increasingly chaotic wars and the growing commercialism in publishing, the siren song of money that leads editors to seek pictures that sell cop-

ies rather than those that can change the way we see the world.

Ritchin, Fred

Aperture,
Englisch
ISBN: 0-893-81856-9
USD 25.00

In Our Own Image –The Coming Revolution in Photography

Fred Ritchin's *In Our Own Image* is a comprehensive account of computer technology's impact on what we see and, ultimately, what we believe about the world. Both a history of photojournalism and a primer of computer technology, *In Our Own Image* is a philosophy of vision and reality for the twenty-first century. Extensively revised and updated, *In Our Own Image* is sure to remain a staple of one of the most important debates for many years to come.

**Panzer, Mary;
Caujolle, Christian**
Aperture/World Press
Photo
Hardcover with jacket
384 Pages
ISBN: 1-59711-014-0
Ca. USD 75.00

Things as they are: Photojournalism in context since 1955

Things as They Are presents the story of photojournalism over fifty years, from 1955 until today. It takes us from the golden era of the illustrated press - the heyday of *Life* magazine and *Picture Post*, and the moment of the Museum of Modern Art's defining *Family of Man* exhibition - to the explosion of digital media in the twenty-first century. This history is told through the presentation of 125 photojournalism features shot and published throughout the world. These stories are presented in context - shown on the pages of newspapers and magazines, as the public originally experienced them. In this way, *Things as They Are* reveals how the events of the world, the art of photographers, and the interests of publishers and the press converged on the printed page. It traces how photojournalism has developed over time alongside changing technology, media, fashions in photography - and a changing world. It includes landmark photo-essays by photographers such as W. Eugene Smith, Sebastião Salgado, Mary Ellen Mark, and James Nachtwey, each accompanied by expert commentary. An international panel of one hundred experts - photographers, editors, art directors, historians, and magazine collectors - has made the final selections for the book. They have chosen stories that exemplify the highest quality of work published around the world during each period as well as stories that have played a key role in shaping the history of photojournalism itself, demonstrating important innovations in photography and in publishing.

**Stahel, Urs;
Gasser, Martin**
Offizin Verlag
ISBN: 3-907495-81-0
SFr. 58.00

Weltenblicke - Reportagefotografie und ihre Medien

Die Fotografie musste ihren Informationsauftrag an das Fernsehen abgeben. Bei grossen und kleinen Ereignissen ist das Fernsehen immer schneller. Damit scheint das Ende der grossen Zeit der Reportagefotografie gekommen zu sein. Und doch: wir alle dokumentieren unser eigenes und fremdes Leben, in den Ferien, beim Jubiläum. Es wird ein grosses Bedürfnis sichtbar, das Leben zu reportieren. Die Reportagefotografie hat nur in ihrer alten Form und in den hergebrachten Medien ausgedient. Ist sie radikal subjektiv, radikal objektiv, radikal herausfordernd oder kontemplativ, und findet sie dafür die passende Form im geeigneten Medium, dann sind ihr Gegenwart und Zukunft sicher. Dieses Buch will sich ausführlich dem Status und den Aufgaben der Reportagefotografie widmen, diskutiert das Thema auf internationaler Ebene und stellt es in Fotografien von Schweizer Fotografinnen und Fotografen dar.

Koetzle, Hans Michael
Photo Icons I: 192 Seiten, Englisch

Photo Icons I + II – Fotografische Ikonen

Die Geschichten hinter den Bildern ermöglichen uns die Welt in einem anderen, schärferen Licht zu sehen. TASCHEN nimmt hier die Meilensteine der Geschichte der Fotografie unter die Lupe, deren immenser

ISBN: 3-822818283

Photo Icons II:

192 Seiten

Englisch

ISBN: 3822818313

Ca. EUR 6.99

Einfluss auf Kultur und Gesellschaft so klar erkennbar wird.

Jedes Kapitel von Photo Icons widmet sich einer einzelnen Aufnahme und analysiert diese dann im ästhetischen, historischen und künstlerischen Kontext. Geschichte und Geschichten über Nicéphore Niépces 1827 - nach stolzen acht Stunden Belichtung - fixiertes Dachbodenbild und Louis Daguerres Straßenszene von 1839, avantgardistische Fotokunst der 20er Jahre, Robert Doisneaus Kuss von 1950 und Martin Parrs New European photography.

Sontag, Susan

Fischer (TB.), Frankfurt

17. Aufl. 2006

201 Seiten

ISBN: 3596230225

Deutsch

Über Fotografie

Fotos sind Abbilder der Realität. Oder sind sie, wie Susan Sontag in diesem Essay vermutet, nur Bruchstücke der Welt, nur Miniaturen und Interpretationen der Realität, denen der Fotografierende seine eigenen Maßstäbe aufzwingt? Doch Fotos reflektieren nicht nur unsere Wahrnehmung, sie verändern sie auch: "Indem sie uns einen neuen visuellen Code lehren, verändern und erweitern Fotografien unsere Vorstellung von dem, was anschauenswert ist und was zu beobachten wir ein Recht haben [...] Fotografieren heißt sich das fotografierte Objekt aneignen. Es heißt sich selbst in eine bestimmte Beziehung zur Welt setzen, die wie Erkenntnis - und deshalb wie Macht - anmutet." Susan Sontag zeigt die Macht und zugleich Ohnmacht der Fotografie - ob sie nun zu politischen, moralisch-appellativen oder privaten Zwecken gebraucht wird. Im vorliegenden Band beschreibt Susan Sontag die Beziehung der Photographie zur Kunst, zum Bewusstsein und zur Realität und diskutiert die Arbeiten der berühmten und einflussreichen Photographen von der Anfangszeit bis in die unmittelbare Gegenwart.

Sontag, Susan

Carl Hanser Verlag,

München 2003

Gebunden, 151 Seiten

ISBN: 3446203966

EUR 15.90

Das Leiden anderer betrachten

Susan Sontag beschäftigt sich in ihrem entsetzlich aktuellen Essay mit der Kriegsphotographie, mit dem, was das Abbild eines leidenden Menschen im Betrachter auslöst. Sie rekapituliert die historische Entwicklung, nennt die Vorläufer der Dokumentaristen des Krieges und revidiert ihre einstige Ansicht, dass der Mensch durch solche Bilder abstumpfe. Im Gegenteil: "Das Bild sagt: setz dem ein Ende, interveniere, handle. Und dies ist die entscheidende, die korrekte Reaktion."

Flusser, Vilém

Vice Versa Verlag

8. Aufl. (Dezember

1999)

ISBN: 3923283482

Deutsch

Ca. EUR 14.00

Für eine Philosophie der Fotografie

«In seiner ersten deutschsprachigen Buchveröffentlichung schlägt Vilém Flusser eine neue Betrachtungsweise der Fotografie vor: Die Analyse der Fotografie in ihren ästhetischen, wissenschaftlichen und politischen Aspekten dient ihm als Schlüssel zur Untersuchung der gegenwärtigen Kulturkrise und der sich in ihr herauskristallisierenden neuen Daseins- und Gesellschaftsform. Der Autor zeigt auf, dass dieser Umbruch von der Text- in die Bildkultur (von der Linearität der Geschichte in die Zweidimensionalität der Magie) und der Umbruch von der industriellen in die nachindustrielle Gesellschaft (von der Arbeit zum Spiel) Hand in Hand gehen und wie sich diese Mutation an der Fotografie in besonderer Schärfe ablesen lässt.»

Barthes, Roland

Suhrkamp Verlag

Broschiert, 137 Seiten

ISBN: 3518381423

Deutsch

Die helle Kammer – Bemerkungen zur Photographie

Mit seinem Buch "Die helle Kammer" bringt Barthes endlich Licht in das viel zu oft einseitig behandelte Thema der Fotografie. Er betrachtet nicht nur, was auf einer Fotografie abgebildet ist, sondern verleiht dem gesamten "Spektakel" der Fotografie (spectre bedeutet im französischen Gespenst) einen mystischen Hauch, der auf mich sehr erfrischend wirk-

Ca. EUR 12.00

te. Er interpretiert ausgewählte Fotografien auf einer sehr persönlichen, ja metaphysischen Ebene und ermöglicht dem Leser neue Sichtweisen für seine eigenen persönlichen Fotos.

Management

Wyss, Vinzenz

UVK, Konstanz 2002
ISBN 3-89669-368-9
430 Seiten
Erscheinung: 2002
Kartoniert
64.30 Fr

Redaktionelles Qualitätsmanagement

Ziele, Normen, Ressourcen

Guter Journalismus ist auch eine Frage der Organisation, meint Vinzenz Wyss. Dazu gehören die gängigen (und teils abgedroschenen) Begriffe wie Objektivität, Qualität, Vielfalt, Relevanz und Ausgewogenheit. Konkreter lässt sich die Arbeit in einer Redaktion messen, wenn die Qualität von Redaktionskonferenzen geprüft oder nach dem Gegenlesen von Kommentaren gefragt wird. Nach dem Theorieteil liefert Wyss anschauliche Beispiele von konkret umsetzbaren Massnahmen in Redaktionen – mit der erschreckenden Feststellung allerdings, dass es diesbezüglich hierzulande hapert. Wer für sich die Qualitätsverbesserung auf die Fahne geschrieben hat, der findet in diesem Buch interessante Hinweise und Ansätze.

Kälin, Karl; Müri, Peter;

Ott Verlag Thun, 2005
287 Seiten, SFr. 49.00
ISBN-10: 3722500028

Sich und andere führen – Psychologie für Führungskräfte, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Schwerpunkte in diesem Buch sind: Selbstmanagement, Team- und Organisationsentwicklung. Grössere Exkurse gibt es in die Transaktions-Analyse und ins Neurolinguistische Programmieren. Tabellen, Grafiken und Karikaturen erleichtern die Lektüre.

Schulz von Thun, Friedemann; Strat- mann, Roswita; Rup- pel, Johannes

rowohlt 2005

Miteinander reden. Kommunikationspsychologie für Führungskräfte

Dieser Band ist ganz auf die Kommunikationspraxis von Führungskräften zugeschnitten. Bekannte Elemente aus den Grundlagenwerken „Miteinander reden“ Bde. 1- 3 lassen grüssen: das Kommunikationsquadrat, der Teufelskreis, das Innere Team, das Werte- und Entwicklungsquadrat und das Situationsmodell. Es sind die Markenzeichen des Hamburger Arbeitskreises um Friedemann Schulz von Thun. Beispiele und Übungen helfen die Theorie leicht zu verstehen: Eine Mitarbeiterin beansprucht für eine Weiterbildung am Wochenende einen Freizeitausgleich, eine neue Kollegin fühlt sich im Team isoliert und beklagt sich bei ihrem Vorgesetzten, eine andere hält sich für unterschätzt.

Gordon, Thomas

Heyne 2005

Managerkonferenz – Effektives Führungstraining

Ein Weltbestseller. Thomas Gordon baut sein Konzept der erfolgreichen Führung auf drei Prinzipien auf:

- das Aktive Zuhören,
- das Senden von Ich-Botschaften,
- die «Jeder-Gewinnt»-Methode.

Gordon setzt in seinem Werk viele Erkenntnisse der Gesprächstherapie von Carl Rogers in die Alltagskommunikation um. Bekannt wurde Gordon mit seiner Veröffentlichung «Die Familienkonferenz», die er Ende der siebziger Jahre durch «Die Managerkonferenz» ergänzte. Für den Führungsprozess hält er die Beeinflussung – ohne von der Macht Gebrauch zu machen - für den Schlüssel zum Erfolg.

Persönliche Kommunikation

- Schulz von Thun, Friedemann**
rowohlt 2005
ISBN-10: 3499619644
- Miteinander reden (Bde 1 – 3)**
Ein Kommunikationsklassiker. Jede Botschaft lässt sich nach vier Aspekten deuten (Kommunikationsquadrat): Selbstoffenbarung, Inhalt, Beziehung und Appell.
In «Miteinander reden 1» wird dieses Konzept eingeführt. Weiter zeigt Band 1 Analysen typischer Störungen und Anleitungen zur Klärung. Demgegenüber analysiert Band 2 die unterschiedlichen Kommunikationsstile und entwirft jeweils auf sie abgestimmte Möglichkeiten der Persönlichkeitsentwicklung. Band 3 verbindet beide Aspekte im Modell des «Inneren Teams», das Sprechen, Handeln und den Aufbau der Persönlichkeit
- Watzlawick, Paul; Jackson, Don D.; Beavin, John**
Huber, Bern, 11. Auflage, 2007
- Die menschliche Kommunikation – Formen, Störungen, Paradoxien**
Grundlagenwerk der Kommunikation. Original 1969 erschienen.
Bekannt sind die fünf pragmatischen Axiome (die Unmöglichkeit, nicht zu kommunizieren, Inhalts- und Beziehungsaspekte der Kommunikation usw.) In weiteren Kapiteln werden gestörte und pathologische Formen der Kommunikation sowie die Organisation der menschlichen Interaktion analysiert. Die Autoren veranschaulichen ihre Theorie an Beispielen. So untersuchen sie die Kommunikationsstrukturen im Theaterstück «Wer hat Angst vor Virginia Woolf?»
- Rosenberg, Marshall B.**
Junfermann,
Paderborn, 6. Auflage,
2007
240 Seiten
ISBN-10: 3873874547
- Gewaltfreie Kommunikation**
Empathie (Einfühlungsvermögen) ist nach Rosenberg die Schlüsselfähigkeit einer guten Kommunikation. Diese Fähigkeit besteht unter anderem darin, bei sich und dem andern Gefühle und Bedürfnisse wahrzunehmen und auszusprechen. In Kontakt mit dem Gegenüber kommt, wer es schafft, auf dessen aktuelle Bedürfnisse einzugehen. Marshall B. Rosenberg zeigt in vier Schritten den Weg zur gewaltlosen Kommunikation. Das Konzept ist einfach und zugleich anspruchsvoll in der Umsetzung. Sehr nützlich für Porträtgespräche, Interviews zur Person oder eine humane Gesprächskultur auf Redaktionen.
- Flammer, August**
Huber, Bern 1997
- Einführung in die Gesprächspsychologie**
In diesem Buch findet man viel Wissenswertes über das Verstehen, die nonverbale Kommunikation oder die Erwartungen, die das Sprechen und Zuhören steuern. Flammer gibt Einblicke in die Transaktionsanalyse (TA) und in die Themenzentrierte Interaktion (TZI). Er behandelt auch spezielle Gesprächstypen, wie z.B. das persönliche Feedbackgespräch oder das Bewerbungsgespräch