

18.01.2005 - 08:54 Uhr

Medienjahr 2005: Geballtes Wissen oder geballte Ratlosigkeit?

Bonn/Salzburg (ots) -

Fernsehen, Internet, Radio, Zeitung. Sie alle buhlen um Jugendliche. Ihre Angebote sind vielfältig, aber treffen sie auch den Nerv der Jugend? Geballtes Wissen, geballte Ratlosigkeit? Wer hat das Geheimrezept? Wer spannt dem anderen das Publikum aus? Im neuen Jahrbuch für Journalisten, REDAKTION 2005, das in diesen Tagen im Medienfachverlag Oberauer erschienen ist, stehen dazu zahlreiche Beiträge für Journalisten und Medienmacher.

2005 ist - wie eigentlich jedes Jahr - nicht nur ein Jahr der Aktualität, sondern auch der "Planungsanlässe". Das mag zwar ein hässliches Wort sein, dennoch sind solche Planungsanlässe wichtig und unverzichtbar - auch für Redaktionen und Journalisten. 60 Jahre Kriegsende, 40 Jahre diplomatische Beziehungen zwischen Deutschland und Israel, 50 Jahre Bundeswehr, 15 Jahre deutsche Einheit. Eine ganze Reihe zeitgeschichtlicher Themen wird sich in diesem Jahr ihren Weg in die Mediengesellschaft bahnen. REDAKTION 2005 liefert dazu kreative Ansätze für den Recherche- und Redaktionsalltag.

Zahlreiche Autoren zeigen, wie sich Journalisten und Medienmacher erfolgreich den Anforderungen dieses neuen Medienjahres stellen. Eine Auswahl der Themen im neuen Journalisten-Jahrbuch REDAKTION 2005: "Tabloid-Zeitungen - große Erwartungen an ein kleines Format" (Katja Riefler), "Von der Pflicht zur Kür - Wie sich Redaktionen neu erfinden" (Susanne Sitzler), "Zeitungsdesigner Lukas Kircher über seine Arbeitsmethode" (Christian Meier), "Zehn Regeln des Qualitätsmanagements - Organisation in der Redaktion" (Paul-Josef Raue), "Mehr Reportage in der Tageszeitung - Plädoyer für ein vernachlässigtes Genre" (Michael Bechtel), "Nutzwert ohne Schnörkel - Der Verbraucherjournalismus in der Tageszeitung" (Simone Matthaei), "Willst du was gelten, mache dich selten - Warum nicht Inhalte verbessern und den Verkaufspreis stark erhöhen?" (Dirk Lübke), "Die Möglichkeit, Fehler zu machen - Journalistenausbildung mit Stress-Training" (Walter Bajohr), "Gute Ideen sind planbar - Warum Klauen kreativ ist" (Heike Groll), "Wir sind schon komische Heilige - Was Journalistinnen und Journalisten heute Richtung geben könnte" (Ernst Elitz), "News-Manager und Hamster-Rad(io) - Wie die Werbeflaute die Nachrichtenarbeit im privaten Radio verändert hat" (Norbert Linke), "Geheimnisvolle Geräusche und große Hits - Morningshows im deutschen Privatrado" (Inge Seibel-Müller), u.v.m.

REDAKTION 2005 wendet sich an Journalisten, Verleger, Radiomacher und Führungskräfte in Medienhäusern. Das Journalisten-Jahrbuch wird im 14. Jahrgang von der Initiative Tageszeitung (ITZ) in Bonn herausgegeben und im Medienfachverlag Oberauer verlegt. Das Jahrbuch ist Teil des Lokaljournalistenprogramms der Bundeszentrale für politische Bildung / bpb. In diesem Jahr beschäftigt sich ein umfangreicher Teil erstmals mit dem Thema Journalismus im Radio.

Berthold L. Flöper, Anke Vehmeier: REDAKTION 2005, Jahrbuch für Journalisten, Verlag Oberauer, Salzburg, 2005, 228 Seiten, EUR 18,50, ISBN 3-901227-20-2, zu beziehen direkt über den Verlag (eMail: vertrieb@oberauer.com), im Internet unter www.newsroom.de/shop oder über den Buchhandel.

Pressekontakt:

Johann Oberauer,
Tel.: 0043/6225/2700-12,
eMail: johann.oberauer@oberauer.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100484987> abgerufen werden.