



2. Journalistisches Handwerkszeug



Journalistisches Handwerkszeug

- Themenwahl (Nachrichtenfaktoren)
- Recherche (Quellen, Rechercheplan, Internet – Google, social media)
- Aufbereitung (Zusammenhänge herstellen, Verständlichkeit, Authentizität/Transparenz, Glaubwürdigkeit, Genauigkeit)



Was ist eine Nachricht?

Eine Nachricht muss wichtig sein für die Zuseher. Das Verständnis von „wichtig“ ist von Person zu Person unterschiedlich.

- Wichtig ist, wonach sich Personen richten müssen (Gesetze, Ferientermine, Straßensperren) = **Handlungsanweisung;**
- Wichtig ist, wonach sich Personen richten können (Vorwahlberichte zur Entscheidung, was ich wählen soll) = **nützlich;**



Was ist eine Nachricht?

- Wichtig sind Hintergrundinformationen, die den Zuschauern eine vernünftige Einschätzung der Verhältnisse ermöglichen
= **Orientierung geben**
- Eine Nachricht kann unwichtig sein, andere Kriterien machen sie dennoch zur Nachricht:
 - Besonderes,
 - allgemein Interessantes



Nachrichtenfaktoren

Oft sind es „Human-Interest-Elemente“, die ein Thema zur Nachricht werden lassen:

- Kampf, Konflikt;
- Humor, Spaß;
- Romantik;
- Sympathie;
- Alter;
- Sex, Liebe („Sex sells“)
- Wissenschaft, Fortschritt
- Abenteuer, Risiko
- Tragödie
- Tiere
- Kurioses, Ungewöhnliches



Erfolgreiche Recherche

- **Ein Thema auswählen:** Nachrichtenfaktoren, Auftragsarbeit, Gespür, ...;
- **Sondieren und Sammeln:** Grundlegende Informationen aus verschiedenen Quellen;
- **Vorstoß zum Kern des Konflikts:** Das gesammelte Material wird abgesichert, die jeweilige Gegenseite wird befragt;
- **Ableiten der Hypothese:** Die bislang gewonnenen Informationen werden auf die Kernfrage zugespitzt;
- **Die Hypothese muss untermauert sein** - mit schlüssigen Beweisen, Dokumenten, ...



Formen der Recherche

- Telefonat;
- persönliches Gespräch;
- Datenbank-, Internet-Recherche;
- Pressekonferenz;
- Fachbuch;
- Agenturmeldungen;
- Archiv;



Recherche muss geplant sein

Bei komplexen Recherchen hilft ein Rechercheplan:

- Welche Personen muss ich befragen?
- Wie lauten meine Hypothesen? - Während der Recherche unbedingt nachjustieren!
- Was ist der rote Faden der Recherche? - Er muss ständig mit den neuen Rechercheergebnissen abgeglichen werden.



vollständige Recherche

Wer? Die handelnde(n) Person(en) müssen klar sein.

Was? Der Fokus der Story muss herausgearbeitet sein, dem Rezipienten klar vermittelt werden können.

Wann? Präzise Zeitangaben sollen vorliegen, unterstreichen die Aktualität der Geschichte, helfen bei ihrer zeitlichen Einordnung.



vollständige Recherche

Wo? Der Ort des Geschehens darf in keiner Nachricht fehlen.

Wie? Um das Ergebnis eines Sachverhalts zu verstehen, ist Information über den Ablauf nötig.

Warum? Kann nicht immer sofort beantwortet werden.

Welche Quelle? Unterstreicht die Zuverlässigkeit der Information, gibt ihr Gewicht.



Internet Recherche

- Das Internet hat die Recherche revolutioniert - Information auf Tastendruck.
- Strenge Bewertung der Suchergebnisse ist nötig - Zuverlässigkeit lässt zu wünschen über.
- Suchwerkzeuge: Suchmaschinen, Webkataloge, Newsgroups, Interviews per E-Mail, etc.



Recherche fürs Fernsehen

- Der Autor muss auch auf die fernsehgerechte Umsetzbarkeit des Themas achten;
- Viele Themen in der öffentlichen Diskussion lassen sich nur schwer anschaulich machen (gentechnisch verunreinigte Lebensmittel);
- Schwierig und aufwändig ist einzuschätzen, welche Motive an den Drehorten zu erwarten sind;
- Geeignete Protagonisten/Interviewpartner müssen gefunden werden;
- Drehbedingungen beachten: Genehmigungen, Wetter, Lichtverhältnisse, etc.



Qualität im Journalismus

- Publiziertes muss nicht unbedingt Journalismus sein – auch nicht im Fernsehen:
- **Smalltalk, Gerüchte, Banales:** Inhalt basiert auf Vermutungen, ist nicht hinterfragt, aus der persönlichen Perspektive – spekulativ, ohne viel Ahnung von der Materie haben zu müssen;
- **PR- und Marketinginhalte:** Die Meinung des Auftraggebers wird möglichst breitenwirksam unter die Leute gebracht.



Qualität im Journalismus

- **Journalismus:** Prüfung und Gegenprüfung einer Information, keine Story ohne zumindest zwei voneinander unabhängige Quellen, immer auch die andere Seite hören.

Berücksichtigt alle Graustufen des Lebens.
Der Boulevard kennt nur Schwarz und Weiß.

Qualitätsjournalismus ist die Fähigkeit, die Leserinnen und Leser zur eigenen Urteilsbildung zu ermächtigen.



Qualität im Journalismus

- **Prüfung von Information:** Faktentreue, Genauigkeit, Trennung von Nachricht und Meinung, Ausgewogenheit; Vielfalt der Blickwinkel, Fairness;
- **Reduktion der Komplexität:** Sachverhalte vereinfachen, sich verständlich ausdrücken, komprimieren, selektieren;
- **Glaubwürdigkeit:** Umgang mit und Korrektur von Fehlern;
- **Originalität:** Anreize zum Lesen, Zuhören und Zuschauen bieten, Eigenrecherche, Hintergrundwissen.