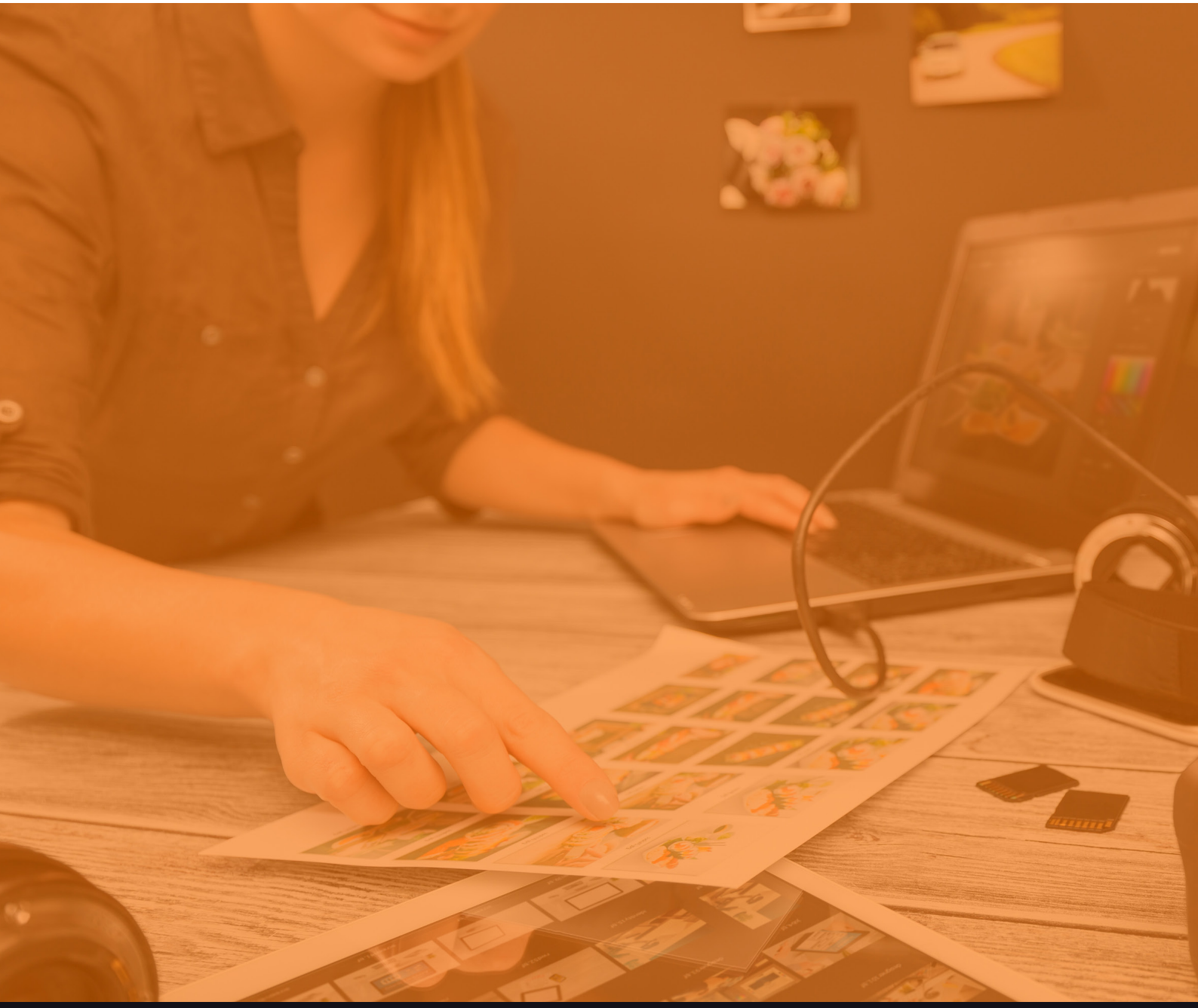
MEDIEN AKADEMIE ONLINE



Fit für die Redaktion

KURSÜBERSICHT

medienakademie-online.de

Kundenorientiert und verkaufsstark texten

KNOW-HOW FÜR JOURNALISTEN

ABSCHLUSS	UMFANG	BEGINN	KOSTEN
Bestätigung & Zertifikat	40 Lektionen	Jederzeit möglich	einmalig 330,00 EUR

Von der Recherche bis zur Leserbindung – die Aufgaben von Redakteuren gehen weit über das reine Texten hinaus und sind so vielfältig wie die Interessen der Leser.

Kundenorientiert und verkaufsstark texten, komplexe Sachverhalte verständlich formulieren und damit die Zielgruppe gekonnt zum Lesen animieren. Johann Pirthauer macht Sie fit für die Redaktion und vermittelt Ihnen ein umfassendes Spektrum an journalistischem Know-how.

- Überall und auf jedem Endgerät verfügbar
- Informatives Begleitbuch zum Download im PDF-Format
- Keine Wartezeit: Nach dem Kauf sofort starten
- Ohne Zulassungsvoraussetzungen
- Zugang zu exklusivem Expertenwissen
- Teilnahmezertifikat für Online-Abschluss
- Zertifizierter Abschluss nach optionalem Präsenzseminar
- Ideal für Neueinsteiger, kein Vorwissen benötigt

PERFEKT GEEIGNET FÜR

Mitarbeiter aus den Bereichen Corporate Publishing, Unternehmenskommunikation, Content Marketing, PR und Öffentlichkeitsarbeit sowie Journalisten, Redakteure oder Volontäre aus Print- und Onlinemedien

IHR REFERENT

Johann Pirthauer

1. Vorsitzender der Akademie für Neue Medien, selbstständiger Coach und Journalismus-Dozent. Johann Pirthauer gehörte von Mai 1979 bis September 2005 der Redaktion der Süddeutschen Zeitung an. Er war in dieser Zeit u. a. Redaktionsleiter der Regionalausgaben in Erding und Wolfratshausen, von Oktober 2000 an war er als Ressortleiter für alle Regionalausgaben der SZ verantwortlich. Von Oktober 2005 bis 2019 war er Chefredakteur der Frankenpost in Hof, seit Ende 2009 auch Chefredakteur der Neuen Presse Coburg. Seit 2020 ist er selbstständig und weiterhin Dozent, u. a. bei Inhouse-Schulungen der Akademie für Neue Medien.

KURSINHALTE

So wecken Sie das Interesse der Leser

Johann Pirthauer macht Sie fit für die Redaktion und vermittelt Ihnen ein breites Spektrum an journalistischem Know-how. Dabei geht er insbesondere auf folgende Themenblöcke ein, die in 40 Lernkapiteln samt Video-Trainings unterteilt sind.

1 Journalistische Sprache

1.1 Die Verantwortung der Journalisten

1.1.1 Der Wahrheit verpflichtet

1.1.2 Die eigene Arbeit kritisch hinterfragen

1.2 Die Bedeutung publizistischer Zielgruppen

1.2.1 Wer ist mein Publikum?

1.2.2 Was ist meine Botschaft?

1.3 Klare, unmissverständliche Sprache

1.3.1 Die Grundregeln

1.3.2 Einfacher Satzbau

1.3.3 Wörtliche Rede

2 Darstellungsformen

2.1 Die Wahl des richtigen Genres

2.1.1 Die vier Arten der Thematisierung

2.1.2 Die Sprache in den journalistischen Genres

2.2 Struktur und Aufbau

2.2.1 Nachricht, Bericht und Feature

2.2.2 Reportage

2.2.3 Kommentar, Leitartikel und Glosse

2.2.4 Beispiele

3 Überschriften, Bildunterschriften, Zwischentitel

3.1. Überschriften

3.1.1. Die Funktion von Schlagzeilen

3.1.2. Die Grundregeln für nachrichtliche Titel

3.1.3. Was beim Formulieren hilft

3.2. Bildunterschriften

3.2.1 Die Grundregeln

3.2.2 Zitate und Hintergrund-Informationen

3.3. Zwischentitel

3.3.1 Texte sinnvoll gliedern

3.3.2 Schlüsselwörter einsetzen

4 Nachrichtlicher Vorspann und Teaser

4.1. Der nachrichtliche Vorspann

4.1.1. Die Bedeutung der W-Fragen

4.1.2. Die Orientierungsfunktion des Vorspannes

4.2. Der Teaser

4.2.1. Wie man Interesse weckt

4.2.2. Cliffhanger und Fragezeichen

4.2.3. Tipps für das Teasern

5 Themenfindung und Recherche

5.1. Themenfindung

5.1.1. Defizite in Printmedien

5.1.2. Was guten Journalismus kennzeichnet

5.1.3. Wege aus dem Terminjournalismus

5.2. Tipps für die Recherche

5.2.1 Die Vorarbeiten

5.2.2 Vertraulichkeit und Maulkorb

6 Texte bearbeiten

6.1. Kriterien für journalistische Qualität

6.1.1 Die Leitfragen

6.1.2 Die Relevanz-Kriterien

6.2 Texte bearbeiten

6.2.1 Eigene Texte bearbeiten

6.2.2 Fremdtexte bearbeiten

6.2.3 Der abschließende Text-Check

7 Professionelles Arbeiten

7.1 Erst denken, dann schreiben

7.1.1 Worauf Autoren achten sollten

7.1.2 Wie man die Textlänge konzipiert

7.2 Tipps für den Arbeitsalltag

7.2.1 Netzwerke

7.2.2 Die eigene Arbeit besser planen

7.2.3 Die Leser achten

2.2 Struktur und Aufbau

2.2.1 Nachricht, Bericht und Feature

NACHRICHT

Der Aufbau folgt dem Prinzip der umgekehrten Pyramide (siehe Grafik). Das Wichtigste – die Nachricht / das, was neu ist – steht am Anfang. Dem Informationskern folgen wichtige Zusatzinformationen und interessante Details. Die weniger wichtigen Einzelheiten bilden den Schluss. Das heißt: Bei Bedarf lässt sich jede Nachricht von hinten her kürzen. Deshalb: keine Chronologie verfassen. Die Nachricht muss bereits am Anfang möglichst viele „W-Fragen" beantworten: Wer war beteiligt; was, wo, wann, warum, wie ist es geschehen? Die Struktur ist hierarchisch.

DIE STRUKTUR DER NACHRICHT

- Das Wichtigste - „Bedeutungsschwerste" - steht am Anfang.
- Der Kern der Nachricht beantwortet immer die W-Fragen
- Im Verlaufe des Textes folgen weitere Fakten, Zusatzinformationen und Details
- Im Nachrichten-Aufbau gilt das Prinzip der abnehmenden Wichtigkeit

KLASSICHER AUFBAU EINER NACHRICHT

Ebola-Training für Pflegekräfte in New York

New York (dpa) - Tausende Mitarbeiter des News Yorker Gesundheitswesens haben ein Training für den Ebola-Ernstfall absolviert. Ärzte, Krankenschwestern sowie Reinigungskräfte und Hilfspersonal sollten lernen, Ebola-Symptome zu erkennen und wie man die Verbreitung des gefährlichen Virus verhindert. Dies berichten New Yorker Medien. "Was diese Krankheit vernichtet, sind Wissen, Training und gute Vorbereitung", sagte Gouverneur Andrew Cuiomo nach der Schulung am Dienstag. Nachdem sich im US-Staat Texas zwei Krankenschwestern bei der Behandlung eines Ebola-Kranken infiziert hatten, stieg die Besorgnis, dass US-Kliniken nicht gut genug auf Ebola vorbereitet seien.

- Nachrichtenkern
- Einordnung / Worum geht es?
- Quelle
- Zitat / weitere Quelle / Einzelheit
- Hintergrund

BERICHT

Der Aufbau ähnelt der Nachricht; allerdings ist die Struktur weniger streng. Konkret bedeutet dies, dass die W-Fragen nach und nach beantwortet werden können. In der Nachricht steht am Anfang zwingend ein nachrichtlicher Vorspann. Auch Berichte beginnen häufig mit einem nachrichtlichen Vorspann. Anstelle dessen kann aber auch ein Teaser (siehe Kapitel 4.2.) stehen. Der Bericht informiert umfassender über Ereignisse als die Nachricht und vermittelt auch mehr Zusammenhänge, Vorgeschichten und Hintergründe. Man kann ihn auch als Nachricht in ausführlicher Form bezeichnen.

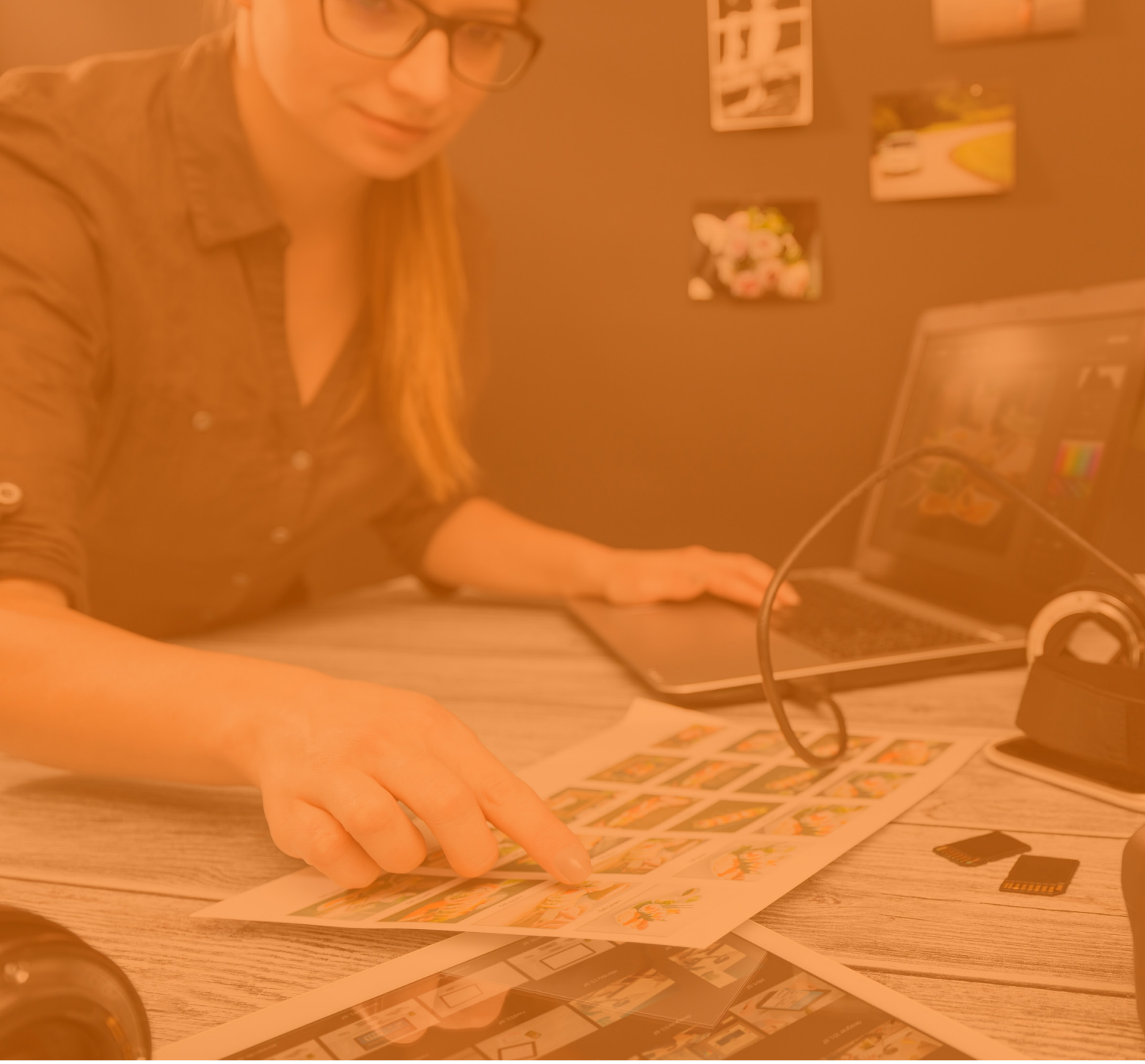
FEATURE

Der Einstieg ist häufig szenisch, anekdotisch, auf alle Fälle unterhaltsam. Erst kommt der Teaser, dann folgt der Grundtext in Berichtform, durchsetzt mit Feature-Elementen. Ein Feature dient vor allem dazu, am Beispiel einzelner Protagonisten allgemeine Entwicklungen deutlich zu machen. Beim Feature gilt es, wie in der Reportage, einen roten Faden zu finden, der die Geschichte zusammenhält. Daher muss vor dem Verfassen des Features geklärt sein, worin die grundsätzliche Tendenz des Textes besteht.

ZUSAMMENFASSUNG

- ✓ In der Nachricht steht das Wichtigste – das, was neu ist – am Anfang
- ✓ Die Reportage vermittelt Atmosphäre
- ✓ Reportage und Feature brauchen einen roten Faden

MEINE NOTIZEN



MEDIEN **AKADEMIE** ONLINE