

Inhalt

Vorwort.....	15
--------------	----

Erster Teil:

Neue journalistische Formen	21
--	-----------

[Klaus Meier]

1. Neue Herausforderungen.....	23
--------------------------------	----

2. Nichtlineares Erzählen	29
---------------------------------	----

2.1 Navigationspunkte.....	32
----------------------------	----

2.2 Links und Textportionen	36
-----------------------------------	----

2.3 Die modulare Aufbereitung von Themen.....	43
---	----

2.4 Texten für den Bildschirm	58
-------------------------------------	----

3. Nichtlineare Magazinstrukturen	66
---	----

3.1 Hyperstrukturen.....	67
--------------------------	----

3.2 Richtig planen: Das Storyboard.....	71
---	----

3.3 Orientierungsprobleme und Navigierhilfen	73
--	----

4. Interface- und Screen-Design: Präsentieren am Bildschirm	95
--	----

5. Neue Informations- und Servicetiefen	106
---	-----

5.1 Die permanente Aktualisierung	107
---	-----

5.2 Archiv: Neue Chancen und neue Verantwortung....	111
---	-----

5.3 Service-Möglichkeiten	113
---------------------------------	-----

5.4 Individualisierbare Nachrichten.....	116
--	-----

5.5 Externe Links	120
-------------------------	-----

6. Multimediales Erzählen	129
---------------------------------	-----

6.1 Die Kombination der Elemente.....	131
---------------------------------------	-----

6.2 Multimediale Nachrichten.....	137
6.3 Multimediale Infografiken.....	139
6.4 Multimediale Reportagen.....	145
7. Mythos Interaktivität: Der Nutzer als Autor.....	152
8. Die Perspektiven eines neuen Mediums.....	166

Zweiter Teil:

Die Internet-Redaktion.....	173
1. Berufsbild Online-Journalist.....	175
[Christoph Neuberger]	
2. Redaktions- und Content Management.....	187
[Klaus Meier]	
2.1 Neue Redaktionstechnik ermöglicht innovatives Redaktionsmanagement.....	188
2.2 Syndication: An- und Verkauf von Content.....	198
2.3 Crossmediale Redaktion.....	201
2.4 Virtuelle Redaktion.....	208
2.5 Wissensmanagement in der Redaktion.....	209
3. Beispiel FAZ.NET: Mit Pioniergeist das Medium laufend neu erfinden.....	213
[Peter Schumacher]	
4. Beispiel ORF.at: Vernetzen versus Broadcasten.....	226
[Gerald Heidegger]	
5. Beispiel ftd.de: „One Brand – All Media“ oder „Es brennt in allen Ressorts“.....	234
[Martin Viertel]	
6. Beispiel Bertelsmann: Online-PR mit Intranet und Firmenwebsite.....	244
[Florian Dötterl]	

*Dritter Teil:***Rechtliche Aspekte des Internet-Journalismus..... 259**

[Dietrich Harke]

1. Einführung 261
2. Informationspflichten („Impressum“) 262
3. Journalistische Leitlinien, Verantwortlichkeit
für eigene und fremde Inhalte 264
4. Linking 268
5. Disclaimer – Haftungsausschlussklausel 273

*Vierter Teil:***Internationaler Medien-Wegweiser 277**

[Florian Dötterl/Jan Pawlofsky]

1. Internationale Medienverzeichnisse 279
2. Nationale Medienverzeichnisse 285
 - 2.1 Österreich 285
 - 2.2 Schweiz 286
 - 2.3 Großbritannien 288
 - 2.4 Frankreich 290
 - 2.5 Spanien 292
 - 2.6 Italien 294

*Fünfter Teil:***Grundlagen journalistischer Recherche im Internet 297**

[Klaus Meier]

- 1. Das neue Recherche-Wundermittel 299
 - 1.1 Warum die Internet-Recherche so kompliziert ist 303
 - 1.2 Wie Dienste und Adressen aufgebaut sind 304
 - 1.3 Selbstdarstellungs- und Angebotsmedium Internet .. 314
 - 1.4 Internet und die Stadien journalistischer Recherche 325
 - 1.5 „Don't trust“: Der Gegencheck 327
- 2. Kurzfristige und aktuelle Suchstrategien 332
 - 2.1 Suchmaschinen 335
 - 2.2 Webverzeichnisse 341
 - 2.3 Experten-Recherche 345
- 3. Langfristige Recherchestrategien 349
 - 3.1 Mailing-Lists 350
 - 3.2 Newsgroups 352

*Sechster Teil:***Recherchepraxis und Tipps von Journalisten 359**

- 1. Zum Beispiel BSE 360
[Martin W. Behring/Margrit Oswald]
- 2. Auf Schmutzsuche im Netz 376
[Martin Viertel]

Siebter Teil:

Medienwissen aus dem Internet	381
[Christoph Neuberger]	
1. Wer über Medien im WWW informiert	383
2. Linkverzeichnisse	386
3. Medienjournalismus: Nachrichten und Kritik.....	387
4. Forschung, Ausbildung, Lernen am Bildschirm.....	391
5. Daten, Fakten, Dokumente über Medien.....	407
6. Berufsinformationen und Serviceangebote für Journalisten	413
7. Interaktivität: Journalisten-Foren und Publikumsfeedback.....	418
8. Medienpädagogik, Medienethik, Media Watchdogs.....	423

Achter Teil:

Ausbildungswege und Weiterbildungsangebote	429
[Klaus Meier]	
1. Ausbildung im Schnittfeld neuer Berufsprofile.....	431
2. Kurzübersicht: Aus- und Weiterbildungsangebote für Journalisten	444
Anhang	455
Glossar	455
Autoren	475
Sachregister.....	479
Medienregister	484