

Nordrhein-Westfalen Landesstelle	Gevelsberg Ausschuss Bearbeitung (Name, Vorname)	RSch Kürzel	Nr. 1916134
Verf./Bearb./Hrsg.: Prinzing (Hg.) Zuname			Marlis Vorname	
Illustrator/-in (Name, Vorn.)		Übersetz. von (Name, Vorn.)	Übersetz. aus Sprache	
Die Kunst der Story - Journalismus-Atelier Titel			ID: 19161916134	
Reihe			Bewertung <input type="radio"/> sehr empfehlenswert <input checked="" type="radio"/> empfehlenswert <input type="radio"/> eingeschränkt empf. <input type="radio"/> nicht empfehlenswert	
978-3-85932-776-4 ISBN	327 Seitenzahl	29,00 Preis (EURO)	Einsatzmöglichkeiten <input type="checkbox"/> Büchereigrundstock <input type="checkbox"/> Klassenlesestoff <input type="checkbox"/> für Arbeitsbücherei	
Weber & Werd Verlag	Thun Ort	2016 Jahr	Zielgruppe <input type="checkbox"/> 0-3 <input type="checkbox"/> 12-13 <input type="checkbox"/> 4-5 <input type="checkbox"/> 14-15 <input type="checkbox"/> 6-7 <input checked="" type="checkbox"/> 16-17 <input type="checkbox"/> 8-9 <input checked="" type="checkbox"/> ab 18 <input type="checkbox"/> 10-11	
Buch: Softcover Medienart/Ausführung		Sachbuch Gattung	Schlagwörter	
Empfehl. für Taschenbuchtipp <input type="checkbox"/> Ja		Kinder-/Jugendliteratur zur Arbeitswelt? (Wolgast-Preis) <input type="checkbox"/> Ja	
Erstelldatum: 01.02.2016			Internet? <input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	
Anmerkungen (Material/ bes. Einsatzort) Journalistenschulen, Hochschulen,			Zentraldatei:	
.....			Verlag Datum	

Inhaltsangabe

Die Herausgeberin und Mit-Autorin Marlis Prinzing, Professorin für Journalismus, stellt in diesem Buch aus der Reihe „Journalismus-Atelier“ mit 14 Autoren vor, wie zeitlose, und dennoch neue Konzepte im Journalismus umgesetzt werden können. Zielgruppen sind nicht nur angehende Journalisten, sondern auch das Publikum, Ausbilder - kurz: alle kreativen Menschen.

Beurteilungstext

Bei der ersten Durchsicht fällt auf, dass das Buch, trotz der Fülle der Informationen, sehr übersichtlich strukturiert ist : deutliche Abschnitte, Kurzzusammenfassungen, Angabe von Lernzielen, Zwischenüberschriften, andersfarbige Hinweise aufs Internet, farbig unterlegte Artikel, Grafiken und Checklisten weiterführender Literatur.

Schwerpunkt des Buches ist das „ multimediale Storytelling, das den Einsatz von Bild, Ton, Text und Interaktion miteinander verbindet.

Jeder Autor stellt ein spezielles Thema vor, das praxisbezogen dargestellt wird, und das unabhängig von anderen Kapitel gelesen werden kann. So kann der Leser sich die Themen als erste vornehmen, die ihn besonders interessieren.

Auffallend ist der übermäßige Gebrauch von Anglizismen, die einige Einsteiger wahrscheinlich sprachlich überfordern, auch wenn die Begriffe in dieser internationalen Branche evtl. unerlässlich sind. Aber Sätze wie: „Und das Suchmaschinenunternehmen Google öffnete im Juni 2015 ein News Lab, wo Journalisten und Publisher jede Menge Tools und Tutorials fürs Storytelling finden, aber auch Best Practice-Beispiele zum Spezialaspekt „Data“ von Mashable, aus der New York Times und der Washington Post“ , könnten manchen Leser abschrecken, zumal das gleich in Kapitel 1 zu finden ist.

Bei manchen Informationen werden Kenntnisse vorausgesetzt, die nicht bei jedem Leser vorhanden sind, wenn etwa auf S. 16 / 17 beispielhaft auf die Sendungen „heute-show“ und „Die Anstalt“ hingewiesen wird.

Positiv zu vermerken ist, dass am Ende eines jeden Kapitels eine Auflistung weiterführender Literatur verzeichnet ist, dazu Quellenangaben und Angaben verwendeter Literatur, so dass weitergehende Studien leicht ermöglicht werden.

Der Anhang informiert über die Vita der Autoren mit einigen Links zum Internet.

Ein informatives Buch , das viele Impulse gibt für Leser, die am Thema „Storytelling“ interessiert sind.