

DJV-Berufsbild Journalist/Journalistin	
Status Quo (Stand November 2008)	Vorschlag des Bundesvorstandes auf Grundlage der Empfehlung der Expertengruppe 2019
<p>Präambel</p> <p>I. Rahmenbedingungen</p> <p>II. Anforderungen</p> <p>III. Journalistische Arbeitsfelder</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Printmedien 2. Rundfunk 3. Journalistische Online-Medien 4. Nachrichtenagenturen 5. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 6. Bildjournalismus 7. Medienbezogene Bildungsarbeit und Beratung 	<p>Präambel</p> <p>I. Rahmenbedingungen</p> <p>II. Anforderungen</p> <p>III. Journalistische Arbeitsfelder</p>
Präambel	Präambel
Herausgegeben vom Deutschen Journalisten- Verband – Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten (beschlossen auf dem DJV- Verbandstag 1996 in Kassel, zuletzt geändert auf dem DJV-Verbandstag 2008 in Warnemünde).	

	Die Freiheitsrechte (Information und Meinung) sind Rechte aller Bürger und Bürgerinnen. Diese Rechte werden von Journalisten und Journalistinnen professionell wahrgenommen.
Journalistinnen und Journalisten haben die Aufgabe, Sachverhalte oder Vorgänge öffentlich zu machen, deren Kenntnis für die Gesellschaft von allgemeiner, politischer, wirtschaftlicher oder kultureller Bedeutung ist. Durch ein umfassendes Informationsangebot in allen publizistischen Medien schaffen Journalistinnen und Journalisten die Grundlage dafür, dass jede/r die in der Gesellschaft wirkenden Kräfte erkennen und am Prozess der politischen Meinungs- und Willensbildung teilnehmen kann. Dies sind Voraussetzungen für das Funktionieren des demokratischen Staates.	Durch ein umfassendes Informationsangebot in allen publizistischen Medien schaffen Journalistinnen und Journalisten die Grundlage dafür, dass jede/r die in der Gesellschaft wirkenden Kräfte erkennen und am Prozess der politischen Meinungs- und Willensbildung teilnehmen kann. Dies sind Voraussetzungen für das Funktionieren des demokratischen Staates. Journalistinnen und Journalisten haben die Aufgabe, Sachverhalte oder Vorgänge öffentlich zu machen, deren Kenntnis für die Gesellschaft von allgemeiner, politischer, wirtschaftlicher oder kultureller Bedeutung ist.
Zur Erfüllung ihrer journalistischen Aufgabe hat das Grundgesetz die Medien mit Freiheitsgarantien ausgestattet. Sie zu erhalten und auszubauen sind alle Journalistinnen und Journalisten aufgerufen. Ihre Arbeit verpflichtet sie zu besonderer Sorgfalt, zur Achtung der Menschenwürde und zur Einhaltung von Grundsätzen, wie sie im Pressekodex des Deutschen Presserates festgelegt sind.	Zur Erfüllung der journalistischen Aufgaben hat das Grundgesetz die Medien mit Freiheitsgarantien ausgestattet. Sie zu erhalten und auszubauen sind alle Journalistinnen und Journalisten aufgerufen. Ihre Arbeit verpflichtet sie zu besonderer Sorgfalt, zur Achtung der Menschenwürde und zur Einhaltung von Grundsätzen, wie sie im Pressekodex des Deutschen Presserates festgelegt sind.
Journalistinnen und Journalisten können ihren öffentlichen Auftrag zur Information, Kritik und Kontrolle nur erfüllen, wenn sie von Auflagen und Zwängen frei sind, die diesen Grundsätzen entgegenstehen.	
	Herausgegeben vom Deutschen Journalisten- Verband – Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten (beschlossen auf dem DJV- Verbandstag 1996 in Kassel, zuletzt geändert auf dem DJV-Verbandstag 2019 in Berlin).

I. Rahmenbedingungen	I. Rahmenbedingungen
<p>Verfassungsrechtliche Grundlage journalistischer Arbeit sind Artikel 1 und 5 des Grundgesetzes. Weitere Rechtsgrundlagen sind das Presserecht, die Mediengesetzgebung, das Zeugnisverweigerungsrecht, das Urheberrecht, das Arbeitsrecht, die zwischen den Tarifparteien abgeschlossenen Verträge, die branchenüblichen Vereinbarungen für freie Journalistinnen und Journalisten sowie die individuellen Werk- und Arbeitsverträge.</p>	<p>Verfassungsrechtliche Grundlage journalistischer Arbeit sind das Grundgesetz, die EMRK und die Grundrechtscharta der EU. Weitere rechtliche und ethische Grundlagen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● das Presserecht ● die Mediengesetzgebung ● der Pressekodex ● das Zeugnisverweigerungsrecht ● das Urheberrecht ● das Arbeitsrecht ● die zwischen den Tarifparteien abgeschlossenen Verträge ● die kollektiven Vereinbarungen für freie Journalistinnen und Journalisten sowie individuelle Verträge
<p>Journalistin/Journalist ist, wer nach folgenden Kriterien hauptberuflich an der Erarbeitung bzw. Verbreitung von Informationen, Meinungen und Unterhaltung durch Medien beteiligt ist:</p>	<p>Journalistin oder Journalist ist, wer hauptberuflich Informationen, Meinungen und Unterhaltung mittels Wort, Bild, Ton oder Kombinationen dieser Darstellungsmittel über diverse analoge und digitale Medienkanäle erarbeitet und verbreitet.</p>
<p>1. Journalistinnen und Journalisten sind festangestellt oder freiberuflich tätig für Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblätter oder aktuelle Verlagsproduktionen), Rundfunksender (Hörfunk und Fernsehen), digitale Medien, soweit sie an publizistischen Ansprüchen orientierte Angebote und Dienstleistungen schaffen, Nachrichtenagenturen, Pressedienste, in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Wirtschaft, Verwaltung und Organisationen sowie in der medienbezogenen Bildungsarbeit und Beratung.</p>	<p>1. Journalistinnen und Journalisten arbeiten für Printmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblätter oder aktuelle Verlagsproduktionen), Rundfunksender (Hörfunk und Fernsehen), Onlinemedien, soweit sie an publizistischen Ansprüchen orientierte Angebote und Dienstleistungen schaffen, Nachrichtenagenturen, Fachdienste, in der Medienkommunikation sowie in der medienbezogenen Bildungsarbeit und Beratung.</p>
<p>2. Zu journalistischen Leistungen gehören vornehmlich die Erarbeitung von Wort- und Bildinformationen durch Recherchieren (Sammeln und Prüfen) sowie Auswählen und Bearbeiten der Informationsinhalte, deren eigenschöpferische medienpezifische Aufbereitung (Berichterstattung und Kommentierung), Gestaltung und Vermittlung, ferner disponierende Tätigkeiten im Bereich von Organisation, Technik und Personal.</p>	<p>2. Journalistinnen und Journalisten recherchieren, sammeln und prüfen Informationen, wählen Inhalte für journalistische Beiträge aus, bereiten sie eigenschöpferisch medienpezifisch auf, kommentieren und veröffentlichen sie. Sie treten in Interaktion mit ihrem Publikum, moderieren und kuratieren. Ferner sind sie disponierend tätig im Bereich von Organisation, Technik und Personal.</p>

<p>3. Journalistinnen und Journalisten üben ihren Beruf aus als freiberuflich Tätige oder als Angestellte eines Medienunternehmens bzw. im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eines Wirtschaftsunternehmens, einer Verwaltung oder einer Organisation.</p>	<p>3. Journalistinnen und Journalisten arbeiten als Freiberufler oder als Angestellte für/bei Medienunternehmen oder in der Medienkommunikation.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Freie Journalistinnen und freie Journalisten sind tätig <ul style="list-style-type: none"> – regelmäßig für ein oder mehrere Auftraggeber auf der Grundlage individueller Vereinbarungen oder tariflicher Verträge, – für ein oder mehrere Unternehmen auf der Grundlage von Vereinbarungen im Einzelfall oder ohne Auftrag, indem sie journalistische Beiträge erarbeiten und den Medien anbieten. Freie Journalistin/ freier Journalist ist auch, wer Inhaber oder Anteilseigner eines Medienbüros ist oder im Zusammenschluss mit anderen freien Journalistinnen oder Journalisten arbeitet, sofern die journalistische Tätigkeit dabei im Vordergrund steht. ● Angestellte Journalistinnen und Journalisten arbeiten auf der Basis des geltenden Arbeitsrechts und bestehender Tarifverträge. 	
<h2>II. Anforderungen</h2>	<h2>II. Anforderungen</h2>
<p>Artikel 5 des Grundgesetzes garantiert die freie Meinungsäußerung und damit auch den freien Zugang zum journalistischen Beruf. Die Verpflichtungen aus dem Grundgesetz verlangen von Journalistinnen und Journalisten ein hohes Maß an persönlicher und beruflicher Qualifikation.</p>	<p>Artikel 5 des Grundgesetzes garantiert die freie Meinungsäußerung und damit auch den freien Zugang zum journalistischen Beruf. Die Verpflichtungen aus dem Grundgesetz verlangen von Journalistinnen und Journalisten ein hohes Maß an persönlicher und beruflicher Qualifikation.</p>
<p>1. Die journalistische Berufsausübung setzt besondere Fähigkeiten voraus und wird durch persönliche Eigenschaften geprägt. Dazu zählen insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> – soziales und gesellschaftspolitisches Verantwortungsbewusstsein, – logisches und analytisches Denken, – sprachliche Ausdrucksfähigkeit und -sicherheit, – Einfühlungsvermögen und Kreativität, – Kontaktfähigkeit und Bereitschaft zur Zusammenarbeit, – Konflikt- und Kritikfähigkeit. 	<p>1. Journalistische Tätigkeit setzt eine umfassende Allgemeinbildung und den Erwerb von Sachwissen voraus. Empfehlenswert ist ein abgeschlossenes Studium. Auch das mit einer Ausbildung in einem anderen Beruf erworbene Sachwissen trägt zur journalistischen Qualifikation bei.</p>

<p>2. Journalistische Tätigkeit setzt eine umfassende Allgemeinbildung und den Erwerb von Sachwissen voraus. Der Deutsche Journalisten-Verband sieht daher das Abitur oder eine gleichwertige Vorbildung als wünschenswert für die Ausbildung zum Journalistenberuf an. Er empfiehlt darüber hinaus den Abschluss eines Studiums. Auch das mit einer abgeschlossenen Ausbildung in einem anderen Beruf erworbene Sachwissen trägt zur journalistischen Qualifikation bei.</p>	<p>2. Die journalistische Berufsausübung erfordert die Ausbildung von Fachwissen und Vermittlungskompetenz. Dazu zählen insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beherrschung der medienpezifischen Produktions-, Darstellungs- und Vermittlungstechniken auf jeweils aktuellem Stand • Fähigkeiten zur Gestaltung von publizistischen Produkten • Beherrschung der unterschiedlichen Methoden der Recherche, der Nachrichtenprüfung und -selektion • Fähigkeit zur Interaktion mit dem Publikum • Fähigkeiten aus dem Bereich des Medien- und Redaktionsmanagements • Kenntnisse der medienrechtlichen, -ethischen und -geschichtlichen Grundlagen; Kenntnisse der Medienökonomie, -politik und -struktur auf Basis kommunikationswissenschaftlicher Erkenntnisse und aktueller Forschungsergebnisse der Kommunikations- und Medienwissenschaft • Unternehmerische Kompetenz <p>Journalistisches Fachwissen und Vermittlungskompetenz werden durch folgende Ausbildungsmöglichkeiten erworben:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ein Volontariat, – ein Journalistikstudium, – den Besuch einer Journalistenschule oder – eine gleichwertige fachliche Ausbildung.
<p>3. Die journalistische Berufsausübung erfordert die Ausbildung von Fachwissen und Vermittlungskompetenz. Dazu zählen insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Beherrschung der medienpezifischen Darstellungs- und Vermittlungstechniken, – Fähigkeiten zur Gestaltung der publizistischen Produkte, – Beherrschung der unterschiedlichen Methoden der Recherche und der Nachrichtenprüfung, – Kenntnisse der medienrechtlichen Grundlagen, – Kenntnisse der Wettbewerbsformen und der Medienstruktur. <p>Journalistisches Fachwissen und Vermittlungskompetenz werden durch folgende Ausbildungsmöglichkeiten erworben:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ein Volontariat, – ein Journalistikstudium, – den Besuch einer Journalistenschule oder – eine gleichwertige fachliche Ausbildung. 	<p>3. Die journalistische Berufsausübung setzt besondere Fähigkeiten voraus und wird durch persönliche Eigenschaften geprägt.</p> <p>Dazu zählen insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • soziales und gesellschaftspolitisches Verantwortungsbewusstsein, • logisches und analytisches Denken, • sprachliche Ausdrucksfähigkeit und -sicherheit, • Einfühlungsvermögen und Kreativität, • soziale Kompetenz im Umgang mit Quellen und Publikum • Teamfähigkeit • Konflikt- und Kritikfähigkeit • Fähigkeit zum strukturierten Arbeiten

4. Journalistinnen und Journalisten müssen sich systematisch weiterbilden, um den sich ständig wandelnden Anforderungen an den Beruf gerecht zu werden.	4. Journalistinnen und Journalisten müssen sich systematisch weiterbilden, um den sich ständig wandelnden Anforderungen an den Beruf gerecht zu werden.
III. Journalistische Arbeitsfelder	III. Journalistische Arbeitsfelder
Journalistinnen und Journalisten vermitteln auf Grund eigener Recherchen und/oder durch sorgfältige Bearbeitung fremder Quellen Informationen und Meinungen über aktuelle oder für die Öffentlichkeit bedeutsame Ereignisse, Entwicklungen und Hintergründe.	Journalistinnen und Journalisten vermitteln aufgrund eigener Recherchen und/oder durch sorgfältige Bearbeitung fremder Quellen regelmäßig Informationen und Meinungen über aktuelle oder für die Öffentlichkeit bedeutsame Ereignisse, Entwicklungen und Hintergründe.
Werbung (Reklame) oder versteckte werbliche Informationen (Schleichwerbung, Product Placement) gehören nicht zu den journalistischen Arbeitsfeldern.	
Journalistinnen und Journalisten sind verpflichtet, darauf zu achten, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen beeinflusst werden. Journalistische Berichterstattung und PR-Aktivitäten in ein und derselben Sache sind unzulässig.	
Die Tätigkeiten in den journalistischen Arbeitsfeldern überschneiden sich teilweise infolge technischer und arbeitsorganisatorischer Veränderungen. Die Entwicklung der Technik erfordert Kenntnisse und Fertigkeiten in digitalen Recherche-, gestaltungs- und Produktionsverfahren.	Aufgrund des Wandels der Kommunikations-technologien, der Strukturen in den Medien-organisationen und der Medienrezeptions-gewohnheiten entstehen neben den etablierten neue journalistische Arbeitsfelder. Sowohl technische als auch organisatorische Entwicklungen führen dazu, dass sich journalistische Produktions- und Distributionsabläufe verändern und sich die Verbreitungskanäle für journalistische Inhalte überschneiden und nicht mehr strikt voneinander zu trennen sind.

	Journalistische Arbeitsfelder sind:
1. Printmedien	Printmedien
Zu Printmedien gehören Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblätter und aktuelle Verlagsproduktionen. Sie vermitteln Informationen und Meinungen durch Verbreitung von Texten, Bildern, Grafiken und Zeichnungen im Rahmen typografischer Gestaltung.	Dazu gehören Zeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblätter und aktuelle Verlagsproduktionen sowohl in analoger/gedruckter als auch digitaler Form.
Zeitungen Zeitungen richten sich mit aktuellen und allgemeinen Inhalten an eine unbegrenzte Leserschaft. Die Redaktionen sind gegliedert in Ressorts, beispielsweise Politik, Wirtschaft, Kultur, Bild, Lokales und Sport. Die Arbeitsteilung innerhalb der Zeitungen kann – zu weiteren Ressorts, – innerhalb der Ressorts zur thematischen Spezialisierung (Fachgebiet) oder zu ressortübergreifender Spezialisierung (z. B. Projektredaktionen) führen.	Journalistinnen und Journalisten bei Zeitungen bearbeiten und publizieren (tages-)aktuelle Themen und Hintergrundinformationen, die zumeist in die Ressorts Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft/Unterhaltung, Sport und Regionales/Lokales gegliedert sind.
Zeitschriften Publikumszeitschriften richten sich mit aktuellen und allgemeinen Inhalten ebenfalls an eine unbegrenzte Leserschaft. Ihre Ressortaufteilung ist der bei Zeitungen vergleichbar. Fachzeitschriften, Zeitschriften von Verbänden und Institutionen sowie Special- Interest-Titel richten sich mit speziellen Inhalten an eine begrenzte Leserschaft. Die dort tätigen Journalistinnen und Journalisten sind überwiegend fachlich spezialisiert.	Publikumszeitschriften richten sich ebenfalls an eine heterogene Leserschaft. Fachzeitschriften, Zeitschriften von Verbänden und Institutionen sowie Special-Interest-Titel wenden sich mit speziellen Inhalten an jeweils spezifische Zielgruppen. Die dort tätigen Journalistinnen und Journalisten sind überwiegend fachlich spezialisiert.
Anzeigenblätter Anzeigenblätter werden unentgeltlich verbreitet und wenden sich an eine regional begrenzte Leserschaft. Die dort tätigen Journalistinnen und Journalisten arbeiten überwiegend themenübergreifend und nicht ressortgebunden.	Anzeigenblätter werden unentgeltlich verbreitet und wenden sich an eine regional begrenzte Leserschaft. Die dort tätigen Journalistinnen und Journalisten arbeiten überwiegend themenübergreifend und nicht ressortgebunden.

<p>Aktuelle Verlagsproduktionen Aktuelle Verlagsproduktionen richten sich mit journalistisch aufbereiteten, zeitbezogenen Themen (z.B. Jahrbücher, Dokumentationen) an einen speziell interessierten Leserkreis.</p>	<p>Aktuelle Verlagsproduktionen richten sich mit journalistisch aufbereiteten, zeitbezogenen Themen (z.B. Jahrbüchern, Dokumentationen) an einen speziell interessierten Leserkreis.</p>
<p>2. Rundfunk</p>	<p>Rundfunk</p>
<p>Zum Rundfunk zählen Hörfunk und Fernsehen in öffentlich-rechtlicher oder privat-rechtlicher Trägerschaft. Journalistinnen und Journalisten in diesen Medien vermitteln Informationen, Meinungen, Bildung, Beratung und Unterhaltung mit akustischen und/oder visuellen Mitteln. Diese journalistische Tätigkeit wird zunehmend beeinflusst durch technische Möglichkeiten interaktiver Kommunikation.</p>	<p>Zum Rundfunk zählen Hörfunk und Fernsehen sowie digitale Plattformen in öffentlich-rechtlicher oder privat-rechtlicher Trägerschaft. Journalistinnen und Journalisten in diesen Medien vermitteln Informationen, Meinungen, Bildung, Beratung und Unterhaltung mit akustischen und/oder visuellen Mitteln.</p>
<p>Hörfunk Der Hörfunk richtet sich mit aktuellen, allgemeinen bzw. spezialisierten Inhalten an eine regional begrenzte oder überregionale Hörerschaft. Dies geschieht durch akustische Gestaltungsmittel (Wort, Musik und Geräusche).</p>	<p>Die Hörfunksender richten sich mit aktuellen, allgemeinen oder auch spezialisierten Inhalten in der Regel an eine regional begrenzte oder überregionale Hörerschaft.</p>
<p>Fernsehen Das Fernsehen richtet sich mit aktuellen, allgemeinen bzw. spezialisierten Inhalten an ein regional begrenztes oder überregionales Publikum. Dies geschieht durch audiovisuelle Gestaltungsmittel (Wort, Bild, Musik und Geräusche).</p>	<p>Die Fernsehangebote wenden sich mit aktuellen, allgemeinen (Vollprogramme) beziehungsweise spezialisierten Inhalten (Spartensender) an ein regional begrenztes oder überregionales Publikum.</p>
	<p>Linearer Rundfunk wird zunehmend um Livestreaming, Mediatheken und Zusatzinformationen auf den Webseiten erweitert.</p>

<p>3. Journalistische Online-Medien</p> <p>Durch die Übermittlung von digitalisierten Texten, Tönen, stehenden und bewegten Bildern sowie die Kombination dieser Möglichkeiten haben sich Online-Medien zu eigenständigen Formen der journalistischen Kommunikation entwickelt. Sie wenden sich mit aktuellen, allgemeinen bzw. spezialisierten Inhalten an einen unbegrenzten Benutzerkreis oder an eine Teilöffentlichkeit mit speziellen Interessen. Journalistische Online-Medien sind durch eine hohe Aktualität gekennzeichnet und ermöglichen die direkte Interaktion zwischen Journalisten und Rezipienten.</p>	<p>Online-Medien</p> <p>Durch die Übermittlung von digitalisierten Texten, Tönen, stehenden und bewegten Bildern sowie die Kombination dieser Möglichkeiten haben sich Online-Medien zu eigenständigen Formen der journalistischen Kommunikation entwickelt. Sie wenden sich mit aktuellen, allgemeinen beziehungsweise spezialisierten Inhalten an einen unbegrenzten Nutzerkreis oder an eine Teilöffentlichkeit mit speziellen Interessen. Journalistische Online-Medien sind oft durch eine hohe Aktualität gekennzeichnet und ermöglichen die direkte Interaktion zwischen Journalisten und Rezipienten.</p>
<p>4. Nachrichtenagenturen</p> <p>Nachrichtenagenturen sammeln und vermitteln aktuelle, allgemeine oder spezielle Informationen für die Medien und/oder für einen begrenzten Nutzerkreis. Dies geschieht durch das Angebot von Texten, Bildern, Grafiken und Zeichnungen sowie durch akustische und audiovisuelle Beiträge.</p>	<p>Nachrichtenagenturen</p> <p>Journalistinnen und Journalisten bei Nachrichtenagenturen sammeln und vermitteln aktuelle, allgemeine oder spezielle Informationen für Medien und/oder für einen begrenzten Nutzerkreis. Sie bieten neben Texten, Bildern, Grafiken und Zeichnungen auch akustische und audiovisuelle Beiträge an.</p>
<p>5. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit</p> <p>Der Tätigkeitsbereich von Journalistinnen und Journalisten in Wirtschaft, Verwaltung und Organisationen ist die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Im Vordergrund steht die direkte Information der Öffentlichkeit durch eigene journalistische Publikationen in Wort und Bild, Medieninformationen an Journalistinnen und Journalisten, Pressekonferenzen und Fachveranstaltungen.</p>	<p>Medienkommunikation</p> <p>Der Tätigkeitsbereich von Journalistinnen und Journalisten in Wirtschaft, Verwaltung und Organisationen ist die Pressearbeit (als Teil der Öffentlichkeitsarbeit bzw. Public Relations). Im Vordergrund steht im Auftrag ihres Arbeit- bzw. Auftraggebers die direkte Information der Öffentlichkeit in Wort und Bild, Medieninformationen an Journalistinnen und Journalisten sowie Pressekonferenzen und Fachveranstaltungen.</p>
<p>6. Bildjournalismus</p> <p>Bildjournalismus vermittelt visuelle Informationen über Vorgänge, Ereignisse und Sachverhalte z. B. durch Fotos, bewegte Bilder, Informationsgrafiken, Pressezeichnungen und Karikaturen. Bild-journalistinnen und -journalisten arbeiten als Angestellte oder Freie für Printmedien, elektronische und digitale Medien, Agenturen, Pressebüros sowie im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Ihre technische Spezialisierung richtet sich nach den Gegebenheiten des jeweiligen Mediums.</p>	<p>Bildjournalismus</p> <p>Bildjournalistinnen und -journalisten vermitteln visuelle Informationen über Vorgänge, Ereignisse und Sachverhalte z.B. in Form von Fotos, bewegten Bildern, Informationsgrafiken, Pressezeichnungen und Karikaturen. Sie arbeiten als Angestellte oder Freie für Printmedien, elektronische und digitale Medien, Agenturen, Pressebüros sowie im Bereich der Pressearbeit.</p>

<p>7. Medienbezogene Bildungsarbeit und Beratung Journalistinnen und Journalisten können in Institutionen der journalistischen Aus- und Weiterbildung tätig sein sowie als Beraterinnen und Berater nicht professioneller Medienarbeit.</p>	<p>Medienbezogene Bildungsarbeit und Beratung Journalistinnen und Journalisten können in Institutionen der journalistischen Aus- und Weiterbildung tätig sein; dazu zählen neben den öffentlichen (Hochschulen) private Einrichtungen (Akademien, Journalistenschulen u.ä.) sowie die Offenen Kanäle, Bürgerradios sowie Beratungsstellen der öffentlichen Hand (Landesmedienanstalten) und nicht-staatlicher Initiativen.</p>
	<p>Neben diesen Tätigkeiten haben sich sowohl innerhalb als auch außerhalb von Medienorganisationen und Redaktionen weitere journalistische Felder und Tätigkeiten herausgebildet wie etwa das Community Management und Social-Media-Aktivitäten, Mikro-Blogging, Datenjournalismus und Suchmaschinenoptimierung und Content Marketing als Teil des Marketings von Unternehmen und Organisationen.</p>
	<p>Werbung (Reklame) oder versteckte werbliche Informationen (Schleichwerbung, Product Placement) gehören nicht zu den journalistischen Arbeitsfeldern.</p>
	<p>Journalistinnen und Journalisten sind verpflichtet, darauf zu achten, dass journalistische Veröffentlichungen nicht durch private, politische oder wirtschaftliche Interessen beeinflusst werden. Journalistische Berichterstattung und PR-Aktivitäten in ein und derselben Sache widersprechen diesem Grundsatz.</p>