



108 Audio- und Hörfunk- journalismus

Dipl.-Psych. Tobias Geißner



Freie Journalistenschule

Modul 108:

Audio- und Hörfunkjournalismus

Autor: Dipl.-Psych. Tobias Geißner

Legende

→ Aufzählung

↘ Lernziel

★ Definition

⊙ Aufgabe / Übungen

❖ Schlagwort

© 2018 Freie Journalistenschule. Alle Rechte vorbehalten.

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Lehrmoduls (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der Freien Journalistenschule oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. Sämtliche verwendete Handelsmarken oder Markenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die Freie Journalistenschule und ihre Dozenten und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Lehrmoduls angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit, eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Lehrmoduls. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Lehrmodul dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr des Teilnehmers.

Verlag: Freie Journalistenschule, Berlin
www.freie-journalistenschule.de
Druck: MKM Media, Kleinmachnow
Made in Germany.

Inhalt

1.	Chancen und Arbeitsbedingungen für Audio- und Hörfunkjournalismus	8
1.1	Entwicklung des Radios	8
1.2	Produktionsbedingungen	13
1.3	Voraussetzungen für die Arbeit im Audiobereich	14
2.	Hörgewohnheiten	16
2.1	Formatradio	17
2.2	Online Radio, digitales Radio	20
2.3	Hörertypen	21
3.	Formenlehre Audio: Beitragsformen	23
3.1	Nachrichten und Fakten	23
3.2	Kommentar und Glosse	24
3.3	Interview, Experten- und Kollegengespräch	25
3.4	Umfrage	28
3.5	Gebauter Beitrag	29
3.6	Reportage und Feature	30
3.7	Moderation	31
3.8	Öffentliche Sendungen	32
3.9	Neue Formen	32
4.	Themen und Mehrfachverwertung im Hörfunk	34
5.	Schreiben fürs Hören	37
5.1	Verständlichkeit	38
5.2	Bildhaftigkeit und Dramaturgie	41

6.	Aufnahme von O-Tönen	43
6.1	Aufnahme in Räumen	43
6.2	Aufnahmen im Freien/Umfragen	44
7.	Technik	47
8.	Stimme	49
9.	Produktion eines Audio-Beitrags	56
10.	Reportagen	62
11.	Moderation	65
11.1	An- und Abmoderationen	66
11.2	Briefings für Interviews	68
11.3	Kollegengespräch	69
11.4	Live am Mikrofon	69
12.	Angebote für den Hörfunk	73
	Antworten zu den Selbstkontrollaufgaben	75
	Literatur	78
	Über den Autor	80
	Ihre Notizen	81

Allgemeine Lernziele:

Dieses Modul wurde konzipiert für Journalisten, die sich vorstellen können, im Bereich Audio und für den Hörfunk zu arbeiten, aber noch keine Erfahrung mit diesem Medium gesammelt haben. Es soll neugierig machen auf diese Art des Journalismus und den Blick für die eigenen Optionen schärfen. Viele freie Journalisten arbeiten heutzutage multimedial – sie bieten ihre Themen der Presse ebenso an wie Online-Medien, Hörfunk oder Fernsehen. Das Modul 108 (Praktischer) Audio- und Hörfunkjournalismus versteht sich vor allem als Wegweiser für Freiberufler. Wer als fest angestellter Redakteur bei journalistisch anspruchsvollen Hörfunksendern arbeiten will, muss in der Regel ein Hörfunkvolontariat oder jahrelange Erfahrung mitbringen.

Dies sind die Lernziele dieses Moduls:

- Sie erhalten einen Einblick in die Arbeitsweise von Audiojournalisten. Die Selbstkontrollaufgaben ermöglichen es Ihnen, erste Schritte selbst zu gehen. Dazu werden Sie ein Aufnahmegerät benötigen (z. B. einen Flash-Recorder oder einen Mini Disc Recorder).
- Sie unterscheiden Zielgruppen, Strukturen, Formate und Sendungen einzelner Sender. Während Sie an diesem Modul arbeiten, sollten Sie viel Radio hören – und zwar möglichst verschiedene Sender (auch am schlechten Beispiel kann man viel lernen)!
- Sie lernen Kriterien zur Beurteilung qualitativ hochwertiger Radioelemente kennen. Dazu gehört die Dramaturgie der einzelnen Bestandteile ebenso wie der Einsatz der Stimme und der Technik.
- Sie wissen, worauf Sie besonders achten müssen, wenn Sie Texte fürs Hören schreiben und erfahren, wann und wie Sie besser mit Stichworten arbeiten.
- Sie können die gängigen Formate zuliefern: Meldungen, O-Töne (Originaltöne), Umfragen und gebaute Beiträge mitsamt den dazugehörigen Anmoderationen.
- Sie können Briefings für Interviews schreiben oder ein Kollegengespräch führen.
- Sie können einen Themenvorschlag für einen Sender formulieren.

Hinweis: Ein Teil der in diesem Modul aufgeführten Aufgaben versteht sich als zusätzlicher Lernimpuls ohne konkrete Lösung. Für die nummerierten „Selbstkontrollaufgaben“ finden Sie Lösungsvorschläge am Ende des Moduls.

1. Chancen und Arbeitsbedingungen für Audio- und Hörfunkjournalismus

Lernziele:

- Sie erkennen die Besonderheiten der Audiomedien
- Sie wissen, welche Voraussetzungen Mitarbeiter hier mitbringen sollten.
- Sie erfahren, unter welchen praktischen Bedingungen Audio und Hörfunk produziert werden.

1.1 Entwicklung des Radios

Radio ist mehrfach totgesagt worden: mit dem Aufkommen des Musikfernsehens in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts („Video killed the radio star“), mit der Verbreitung von Musikstreaming-Diensten (Spotify u. a.) und der auch mobilen Verfügbarkeit von Internet, Videos, Nachrichten und Berichten sahen viele schon ein Ende des Mediums gekommen. Über einen strategischen Nachteil besteht im Internet-Zeitalter kein Zweifel: Audios haben zwei in Zeiten von Social Media und Vernetztheit essentielle Eigenschaften nicht aufzuweisen: es kommt darauf an, dass Inhalte „suchbar“ (searchable) und „teilbar“ (shareable) sind. Das reine Audio ist das zunächst einmal nicht; zumindest nicht ohne Umwege (Transkription von Beiträgen, Podcasts).

Darauf reagieren Sender mit einer Reihe von zukunftssträchtigen Entwicklungen, die diese Schwäche von Radio umgehen oder wettmachen:

- ➔ Radio mit Zusatzinformationen via Internet – für stationäre und mobile Anwendungen – zu versehen (Texte, Bilder und Links zu Wortbeiträgen, Moderationen, Musik);
- ➔ Radio zu bebildern (z. B. „visual radio“: hier werden nicht nur Karten, Grafiken und Video gezeigt oder die Arbeit im Studio mit Kameras abgefilmt, sondern auch z. B. live und in Echtzeit Reaktionen und Anregungen aus den Social Media eingeblendet);
- ➔ Interaktion zu stärken: das ist das Einbinden von z. B. WhatsApp-Tönen in aktuelle Umfragen, die Echtzeitreaktion auf Hörerwünsche, das Nutzen der Social Media-Posts als Themenquelle oder als Input für Diskussionen, gerade laufende Interviews, Nachrichten;
- ➔ die regionale Kompetenz ins Internet zu ‚verlängern‘ durch Hinweise auf Ereignisse, durch Service (Staus und Sperrungen o. ä.) und z. B. Geschäfte oder Gastronomie (Location Based Services [LBS]).

Über den Autor

Dipl.-Psych. Tobias Geißner

Dipl.-Psych. Tobias Geißner ist Leiter Unternehmenskommunikation sowie Fachgebietsleiter Radio, Marketing und Programm-Marken bei der ARD.ZDF medienakademie, einer Gemeinschaftseinrichtung der öffentlich-rechtlichen Sender in Deutschland.

Daneben ist er Lehrbeauftragter an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt sowie seit mehr als 20 Jahren Seminarleiter, Trainer und Coach in den Bereichen Radio, Moderation, Unternehmenskommunikation und Rhetorik.

Als Moderator und Redakteur sowie Produzent war er unter anderem beim Süddeutschen Rundfunk in Stuttgart, RTL Radio European Network sowie für hr3 und hr1 und das Hessische Fernsehen tätig.