

# 110 | Fernsehjournalismus

Uwe Ulbrich







Freie Journalistenschule

# **Modul 110: Fernsehjournalismus**

Autor: Uwe Ulbrich

## **Legende**

→ Aufzählung

↘ Lernziel

★ Definition

⊙ *Aufgabe / Übungen*

❖ **Schlagwort**

© 2013 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

---

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>10</b>
<b>2.</b>	<b>Bildsprache</b>	<b>12</b>
2.1	Bildaussage	12
2.2	Formale Bildgestaltung	13
2.2.1	Einstellungsgröße	14
2.2.2	Kamerafahrt	16
2.2.3	Perspektive	18
2.2.4	Betrachtungszeit	19
2.3	Hintergrund Bildsprache	20
<b>3.</b>	<b>Filmgestaltung und Montage</b>	<b>22</b>
3.1	Der Schnitt	22
3.2	Schnitt- und Montagetechniken	24
3.2.1	Parallelmontage	24
3.2.2	Plansequenz	25
3.2.3	Match Cut	25
3.3	Blenden	25
3.3.1	Auf- und Abblende	25
3.3.2	Überblenden	26
3.3.3	Wischblende	26
3.3.4	Splitscreen	26
3.4	Fehler bei der Bildgestaltung	27
3.4.1	Anschlussfehler	27
3.4.2	Jump Cut	27
3.4.3	Achsensprung	28
3.5	Schnittsysteme	30
3.6	Hintergrund: Bildgestaltung	30
<b>4.</b>	<b>Lichtgestaltung</b>	<b>34</b>
4.1	Licht und Schatten	34
4.2	Lichtarten	35

<b>5.</b>	<b>Der gute Ton</b>	<b>37</b>
5.1	Der Originalton	37
5.2	Die Atmosphäre	37
5.3	Audio-Kommentare	38
5.4	Hintergrund: Bild und Sprache	39
<b>6.</b>	<b>Texten</b>	<b>41</b>
6.1	Die Erzählstruktur	41
6.2	Texten als Prozess	42
6.3	Vertonung	43
6.4	Praktische Hinweise	44
6.5	Hintergrund: Text-Bild-Schere	45
<b>7.</b>	<b>Darstellungsformen</b>	<b>48</b>
7.1	Nachricht	49
7.2	Reportage	50
7.3	Anspieelfilm, Erklärfilm, Einspieler, Rausschmeißer	51
7.4	Kommentar	53
7.5	Aufsager	54
7.6	O-Töne / Umfragen / Statements	55
7.7	Feature	56
7.8	Der „rote Faden“ oder: Wie erzeuge ich Spannung?	58
<b>8.</b>	<b>Sendungsformate</b>	<b>61</b>
8.1	Nachrichtensendungen	61
8.2	Magazine	62
8.3	Talkshows und Diskussionen	65

<b>8.4</b>	<b>Praxis</b>	<b>66</b>
<b>8.5</b>	<b>Doku-Soap, Doku-Drama und Doku-Fiction</b>	<b>68</b>
<b>8.6</b>	<b>Sonderformen</b>	<b>69</b>
8.6.1	Handy-TV	69
8.6.2	Video-on-Demand	69
8.6.3	Videotext (Teletext)	69
<b>8.7</b>	<b>Hintergrund: Zwei Seiten des Storytellings</b>	<b>70</b>
<b>9.</b>	<b>Planung und Umsetzung</b>	<b>73</b>
<b>9.1</b>	<b>Planung</b>	<b>74</b>
<b>9.2</b>	<b>Themen</b>	<b>74</b>
<b>9.3</b>	<b>Recherche</b>	<b>76</b>
<b>9.4</b>	<b>Exposé</b>	<b>77</b>
<b>9.5</b>	<b>Treatment</b>	<b>81</b>
<b>9.6</b>	<b>Filmplan, Storyboard und Drehplan</b>	<b>82</b>
<b>9.7</b>	<b>Checkliste</b>	<b>84</b>
<b>9.8</b>	<b>Kalkulation</b>	<b>87</b>
<b>10.</b>	<b>Produktion</b>	<b>89</b>
<b>10.1</b>	<b>Studioproduktionen</b>	<b>89</b>
<b>10.2</b>	<b>Regie-Ton-Bild</b>	<b>93</b>
<b>10.3</b>	<b>EB-Team</b>	<b>94</b>
<b>10.4</b>	<b>SNG</b>	<b>95</b>
	<b>Lösungen zu den Selbstkontrollaufgaben</b>	<b>99</b>
	<b>Glossar</b>	<b>104</b>
	<b>Literatur</b>	<b>110</b>
	<b>Über den Autor</b>	<b>112</b>
	<b>Ihre Notizen</b>	<b>113</b>





### **Allgemeine Lernziele:**

- **Sie lernen die verschiedenen Aspekte des Fernsehjournalismus kennen.**
- **Sie verfügen über das fachliche Handwerkszeug, die Mittel der Bildsprache aktiv zu benutzen und damit Geschichten zu erzählen.**
- **Sie lernen die komplexe Arbeitsweise bei der Produktion von Fernsehbeiträgen kennen.**
- **Sie lernen, fernsehjournalistische Arbeiten zu analysieren und ihre Umsetzung zu planen.**
- **Sie bekommen Ideen für Ihr späteres Tätigkeitsfeld.**

# 1. Einleitung

---

## Lernziele:

**Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, sollten Sie gelernt haben:**

- **dass Fernsehen das Ergebnis einer komplexen Arbeit ist, die nur im Team bewältigt werden kann.**
- **Welche Stärken und Schwächen das Fernsehen hat.**
- **dass Wortsprache und Bildsprache zwei verschiedene Kommunikationsarten sind.**

Fernsehen ist Kommunikation. Es geht immer darum, Informationen auszutauschen. Allerdings ist Fernsehen – bis auf wenige Ausnahmen – nicht wirklich interaktiv. Man erfährt erst bei den Einschaltquoten, ob der Zuschauer dabei geblieben ist.

Fernsehjournalismus ist Teamarbeit. Daran arbeiten, dass aus Ideen und Geschichten etwas wird, was über den Bildschirm flimmert, kann keiner allein. Wichtig ist es aber, seinen Platz dabei zu finden.

Fernsehen zu „machen“, ist eine komplexe Angelegenheit und wie jedes andere Medium hat es Stärken und Schwächen. Diese zeigen sich oft ganz unabhängig vom vermittelten Inhalt.

Die Stärke des Fernsehens besteht darin, uns bewegte und tönende Bilder zu liefern. Schnell und sehr nachhaltig wird unsere visuelle Wahrnehmung angeregt. Auf emotionale und unterhaltende Art werden uns Orientierung, Verhalten und verschiedene Lebensentwürfe vermittelt.

Die Schwäche des Fernsehens besteht darin, diese Bilder liefern zu müssen. Dieser Hang oder Zwang zum Sichtbaren führt dazu, oft nur die direktesten – weil sichtbaren – Aspekte in den Vordergrund zu stellen. Dadurch werden die unsichtbaren Probleme, Strukturen und Mechanismen systematisch unterbelichtet. Im Fernsehen sind wir immer gezwungen, konkrete Bilder zu liefern. Dadurch steigert sich der Anspruch an unsere Texte, das Nicht-Sichtbare in Worte zu fassen und begleitend zu unseren Bildern wiederzugeben. Dabei besteht die Gefahr, dass der Zuschauer kognitiv überfordert wird. Und das ist keine Frage des Bildungsstandes.

Das Dilemma, einerseits Bilder liefern zu können, andererseits Bilder liefern zu müssen, führt zu einer Art von Zensur. Es werden nur noch Themen behandelt, zu denen man auch Bilder hat. Je spektakulärer, umso besser.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, heißt es – und das stimmt. Bilder vermitteln Informationen, die mit Worten nur sehr umständlich oder gar nicht transportiert werden können. Bilder sind ikonisch, d. h. sie sind dem, was sie abbilden, ähnlich. Worte sind

## 6. Texten

---

### Lernziele:

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, sollten Sie gelernt haben:

- Wie Sie Ihren Schreibprozess organisieren.
- Wie Sie Ihre Geschichte strukturieren.

### 6.1 Die Erzählstruktur

Wie geht man am besten vor, um die für das Thema erforderliche Erzählstruktur zu finden? An welcher Stelle sollten bestimmte Informationen kommen? Eine Methode, diese Struktur zu finden, die in der Praxis gut funktioniert, nenne ich die „Bergsteiger-Methode“. Ein Berg hat einen Gipfel, ist am Fuß aber weit ausladend, so dass er eine Unmenge Ausgangspunkte für den Aufstieg bietet. Einige davon werden nicht zum Ziel führen. Wo soll man also beginnen? Stellen Sie sich umgekehrt vor, dass Sie sich bereits auf dem Gipfel befinden, um von da aus den Weg ins Tal zu finden, gelangen Sie wesentlich einfacher zu den wenigen, brauchbaren Startpunkten an der Basis des Berges. So ist es für uns als Autor immer besser, wenn wir uns „vom Ende“ her durch unsere Geschichte arbeiten. Also vom Ziel zum Start. Das ist anders als für unser Publikum, das sich aufgrund der Erzählstruktur „zum Ende hin“ bewegt. Dabei können Sie mehr als nur einen Erzählstrang verarbeiten und somit unterschiedliche Spannungsbögen verknüpfen. Auch innerhalb des Beitrages können Sie die Technik des „Cliffhangers“ nutzen. Eine Szene wird dabei vorerst nicht aufgelöst, sondern auf einen etwas späteren Moment verschoben.<sup>10</sup>

Texten ist eine handwerkliche Voraussetzung, die Sie „beherrschen“ sollten. Ein Prozess, den Sie kontrollieren und gestalten können, d. h., wann, wo und wie schnell Sie schreiben können. Das ist aber trainierbar. Wichtig ist dabei, dass Ihr Text Ihre Bilder stützt. Wenn Sie dann drehen, sollen Sie keinesfalls Ihren Text „bebildern“ und diese Inszenierung filmen. Deshalb ist es ungünstig, mit einem fertigen Text beim Dreh zu erscheinen. Dann sind Sie gedanklich oder stilistisch bereits festgelegt. Es wird dann schwerer, auf die unerwarteten Eindrücke am Drehort angemessen und kreativ zu reagieren. Außerdem schränken Sie damit auch den Kameramann in seinen gestalterischen Möglichkeiten ein.

## Über den Autor

---

### **Uwe Ulbrich** **Humboldt-Universität Berlin**

Uwe Ulbrich, Jahrgang 1959, Meteorologiestudium an der Humboldt-Universität zu Berlin, seit 1990 freiberuflicher Journalist, nach Tätigkeiten für Zeitungen und Rundfunksender Berufseinstieg bei n-tv, später Moderator, Redaktionsleiter und Produzent, u. a. tätig für ProSiebenSat.1 Media, RTL, N24, ARD, EinsExtra und mdr.

Pressearbeit und Eventmanagement für Agenturen. Beratung für Existenzgründer, Medientrainer und Coach, seit 2002 regelmäßige Tätigkeit als Dozent an Universitäten und Journalistenschulen, u. a. Humboldt-Universität, Freie Universität, Universität Potsdam. Spezialgebiete sind Medienjournalismus, Fernsehjournalismus und Medienmeteorologie.