



111 Bild- und Video- journalismus

Prof. Lars Bauernschmitt



Freie Journalistenschule

Modul 111: Bild- und Videojournalismus

Autor: Prof. Lars Bauernschmitt

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

	Einleitung: Vom Foto(-journalismus) zum Bild(-journalismus)	10
A.	Theoretische Grundlagen der Bild-Publizistik	13
1.	Geschichte(n) mit Zukunft: die Fotoreportage in Print- und Onlinemedien	14
2.	Fotos in Zeitungen, Zeitschriften und Onlinemedien: Einzelbild – Fotostrecke	26
2.1	Funktionen von Fotos	26
2.1.1	Journalistische Funktion	27
2.1.2	Illustrative Funktion	28
2.1.3	Dramaturgische Funktion	28
2.2	Storytelling: Erzählformen der Bildstrecke	29
2.2.1	Reportage	29
2.2.2	Serie	32
2.2.3	Essay	35
2.3	Einstellungsgrößen (Five Shots – oder mehr)	37
2.4	Bildsprache	40
2.5	Bild und Text	42
2.5.1	Wortbeitrag und Bilder	42
2.5.2	Bildunterschrift	42
3.	Fotoproduktion	44
3.1	Planung einer Produktion am Schreibtisch	44
3.2	Fotografieren vor Ort	47
3.3	Nachbearbeitung: Auswahl, Bildbeschriftung, Keywording	48
4.	Eine Standardsituation – Der Mensch im Porträt	50
4.1	Einzelne Personen	50
4.2	Gruppen	53

5.	Weitere Einsatzgebiete journalistischer Fotografie	55
5.1	Soziale Medien	55
5.2	Corporate Publishing und Public Relations	57
6.	Bildbearbeitung – Zwischen erlaubter Korrektur und Manipulation	59
6.1	Bildbearbeitung	59
6.2	Inszenierung	60
7.	Bildermarkt: Aufträge für Produktionen und der Handel mit Nutzungsrechten	63
7.1	Beteiligte	63
7.2	Rechtliche Grundlagen der Übertragung von Nutzungsrechten	64
7.3	AGB	68
7.4	Lizenzierungsmodelle	69
7.4.1	Fotoauftrag	70
7.4.2	Archivmaterial	70
7.5	Übersicht der marktüblichen Vergütungen für Bildnutzungsrechte (MFM-Liste)	71
8.	Selbstvermarktung	73
8.1	Website	74
8.2	Portfolio Print (Die Mappe)	74
8.3	Soziale Medien	75
8.3.1	Facebook	75
8.3.2	Instagram	75
8.3.3	Was zeige ich? Was zeige ich nicht?	76
9.	Zusammenarbeit mit Bildagenturen	78
9.1	Funktion von Bildagenturen	78
9.2	Zusammenarbeit mit einer Bildagentur als Fotograf	78
9.3	Zusammenarbeit mit einer Bildagentur als Redaktion (Kunde)	80

10.	Persönlichkeitsrechte	82
10.1	Rechtliche Grundlagen der Darstellung von Menschen	82
10.2	Freigabeerklärung	85
11.	Ethik und Moral	89
B.	Technische Ausstattung: Funktion und Handhabung	93
1.	Bild	95
1.1	Bildaufnahme: Hardware	95
1.1.1	Kameras	96
1.1.2	Objektive	101
1.1.3	Rechner und Monitor	105
1.1.4	Speichermedien	105
1.1.5	Zubehör	106
1.2	Fotografie: Aufnahme	107
1.2.1	Lichtempfindlichkeit	107
1.2.2	Belichtung	108
1.2.3	Belichtungszeit	108
1.2.4	Blende	109
1.2.5	Zeit-Blenden-ISO-Kombination	109
1.2.6	Brennweite	110
1.2.7	Licht (natürliches Licht, Blitz)	113
1.3	Foto: Smartphone	116
1.3.1	Belichtungszeit	116
1.3.2	Tiefenschärfe	116
1.3.3	Blitzen mit dem Smartphone	117
1.3.4	Apps für Bildaufnahme und -bearbeitung	117
1.4	Fotografie: Software (Bildbearbeitung und -archivierung)	118
1.4.1	Dateiformate: RAW und JPEG	118
1.4.2	Bildbearbeitung: Die „erlaubten“ Werkzeuge	119
1.4.3	Bildarchivierung – Fotografie	123
1.4.4	Metadaten	123

2.	Video: Bildaufnahme und -bearbeitung	125
2.1	Auflösung	125
2.2	Bildrate	125
2.3	Belichtungszeit	126
2.4	Belichtungssteuerung	126
2.5	Dateiformate	127
2.6	Seitenverhältnis	127
2.6.1	Vertical Videos	127
2.7	Flat-Modus	128
2.8	Drehbuch und Videodreh	128
2.9	Videoaufnahmen mit dem Smartphone	130
2.10	Videoaufnahmen mit Action-Cams	132
2.11	Filmschnitt	132
2.12	Bildarchivierung – Video	135
3.	Ton	137
3.1	Audioformate	137
3.2	Tonaufnahme mittels Kamera	138
3.3	Externe Tonaufnahmegeräte	138
3.4	Externe Mikrofone	138
3.5	Zubehör	139
3.6	Die Tonaufnahme	140
3.6.1	Interviews	141
3.7	Tonaufnahmen mit dem Smartphone	142
3.7.1	Apps	142

Antworten zu den Selbstkontrollaufgaben	144
Literatur	149
Über die Autoren	151
Ihre Notizen	153

Einleitung: Vom Foto(-journalismus) zum Bild(-journalismus)

Fotojournalismus ist aus unseren Medien nicht wegzudenken. Seit Erfindung der Fotografie wird das Medium genutzt, um journalistische Inhalte zu transportieren: Titelbilder verweisen auf wichtige Inhalte einer Publikation, doppelseitige Fotos erzählen Geschichten, Seitenaufmacher geben Hinweise auf behandelte Themen, kleine Vignetten illustrieren Beiträge.

Doch Medien unterliegen einem (Struktur-)Wandel. Neue Techniken eröffnen neue Möglichkeiten, Begriffe müssen neu gefasst werden. Verlage, die in der Vergangenheit Zeitungen und Zeitschriften herstellten, veröffentlichen heute in Onlinemedien multimediale Produktionen und präsentieren Inhalte transmedial.¹ Anders als in der Vergangenheit erstellen diejenigen, die früher „nur“ Fotos lieferten, heute auch Bewegtbilder und Tonaufnahmen. Wo bis in die 1990er-Jahre eine scharfe Grenze schreibende, filmende und fotografierende Journalisten voneinander trennte, sind diese heute immer öfter auf mehreren Feldern aktiv – mit Folgen für die Begrifflichkeiten.

Die parallele Herstellung von Fotos und Filmen muss in einen neuen Begriff gefasst werden. Vor dem Hintergrund der heutigen beruflichen Realität sollte statt von Fotojournalisten von Bildjournalisten gesprochen werden.

Zwei Wortstämme bilden den Begriff Bildjournalismus: Bild und Journalismus. Der Bildjournalismus ist ein Teilbereich des Journalismus. Bildjournalismus vermittelt journalistische Inhalte durch Bilder. Bildjournalismus stellt keine Fiktionen dar und hat nicht das Ziel, den Absatz von Produkten oder Dienstleistungen zu fördern, Bildjournalismus ist auch nicht zweckfreie Kunst. Bildjournalismus vermittelt durch Fotografie und Bewegtbilder realitätsbezogene Inhalte, die durch drei Kernmerkmale als journalistisch gekennzeichnet sind: Neuigkeitsbezug, Faktenbezug und soziale Relevanz.

Journalisten kommt in unserer Zeit, in der soziale Medien die – immer öfter genutzte – Möglichkeit bieten, ungeprüfte Informationen und bewusste Falschmeldungen zu verbreiten, eine besondere Rolle zu. Bildjournalisten tragen als Teil der vierten Gewalt eine große Verantwortung – gerade weil die Funktion von Journalismus in letzter Zeit immer öfter in Frage gestellt wird.

Heute müssen Journalisten nicht nur entscheiden, welche Themen sie als so relevant erachten, dass sie diese aus der Fülle möglicher Themen herausfiltern, um ihnen Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zu verschaffen – gleichzeitig müssen sie dabei auch immer mehr um diese Aufmerksamkeit kämpfen. Dabei kommt dem Bildmaterial eine besondere Rolle zu.

Fotos und Videos genießen in der Öffentlichkeit ein weit größeres Vertrauen als Worte. Bedingt durch ihre technisch-apparative Herstellung wird ihnen mehr Glauben geschenkt als den in Worte gefassten Berichten. Am Ort des Geschehens aufgenommenes Bildmaterial wird oft als objektiver Beleg betrachtet. Die breite Öffentlichkeit übersieht dabei

2. Fotos in Zeitungen, Zeitschriften und Onlinemedien: Einzelbild – Fotostrecke

Seit fast 140 Jahren werden Fotos in Zeitungen und Zeitschriften veröffentlicht. Obwohl die erweiterten Publikationsmöglichkeiten im Internet den Fotojournalismus verändern, werden Fotos einerseits in den Medien heute in denselben Funktionen eingesetzt wie vor über einhundert Jahren, andererseits kommen einige Besonderheiten hinzu. Auch der Aufbau der Bildstrecken, egal ob Print oder Online, folgt Regeln, die ebenfalls schon eine sehr lange Geschichte haben.

Lernziele:

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben,

- kennen Sie die unterschiedlichen Funktionen von Fotos in Print- und Onlinepublikationen,
- kennen Sie die unterschiedlichen fotojournalistischen Erzählformen,
- können Sie entscheiden, welche Erzählform am besten geeignet ist, einen Inhalt zu vermitteln,
- wissen Sie, welche Einstellungsgrößen in Fotografie (und Film) zum Einsatz kommen und wie sie in unterschiedlichen Erzählformen verwendet werden,
- wissen Sie um die Möglichkeiten unterschiedlicher Bildsprachen,
- haben Sie erfahren, welche Beziehungen Bilder und Texte in unterschiedlichen Publikationen eingehen,
- wissen Sie, wie sich die Aussagen von Bildern und Texten gegenseitig beeinflussen können.

2.1 Funktionen von Fotos

Journalistische Medien sind ohne Bilder kaum denkbar. Zeichnungen, Grafiken und vor allem Fotos vermitteln Inhalte und prägen die Optik von Zeitungen und Zeitschriften. Onlinemedien nutzen dazu darüber hinaus auch Bewegtbilder.

Über die Autoren

Prof. Lars Bauernschmitt

Autor

Prof. Lars Bauernschmitt, geboren 1963 in Hamburg, studierte zwischen 1985 und 1992 Kommunikationsdesign mit den Schwerpunkten Fotografie und Editorial Design an der Universität Gesamthochschule Essen (vormals Folkwang Schule). Von 1993 bis 2008 war er Geschäftsführer der internationalen Fotoagentur VISUM. Daneben war er von 2001 bis 2010 Mitglied des Vorstandes des Bundesverbandes professioneller Bildanbieter (BVPA), seit 2003 als Vorstandsvorsitzender. Seit 2008 ist er als Professor an der Hochschule Hannover, seit 2011 Sprecher des Studiengangs Fotojournalismus und Dokumentarfotografie und von 2013 bis 2015 auch Studiendekan der Abteilung Design und Medien. Lars Bauernschmitt ist Mitglied verschiedener Gremien und Jurys sowie als Berater für Bildagenturen, Lehrbeauftragter an der Justus-Liebig-Universität Gießen und Fachautor tätig. Gemeinsam mit Michael Ebert verfasste er das Handbuch des Fotojournalismus, erschienen im d.punkt.verlag Heidelberg.

Kontakt: www.larsbauernschmitt.de

Maria Irl

Bildredaktion und Fotografie

Maria Irl, geboren 1980 in Eggenfelden, absolvierte zunächst eine Handwerksausbildung als Fotografin und arbeitete in Porträt- und Werbestudios. 2006 besuchte sie das International Center of Photography in New York und machte sich als Fotografin selbständig. Von 2007 bis 2012 studierte sie in Hannover Kommunikationsdesign mit Schwerpunkt Fotojournalismus und Dokumentarfotografie, absolvierte 2010 ein Praktikum in der Bildredaktion von GEO in Hamburg und 2011 eine Hospitanz als Redaktionsfotografin bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. 2013 bis 2014 studierte sie in Halle an der Saale an der Kunsthochschule Burg Giebichenstein und schloss dort mit dem Master ab. Von 2013 bis 2018 hatte sie einen Lehrauftrag für Fotojournalismus an der Justus-Liebig-Universität Gießen.

Kontakt: www.mariairl.de

Luitgard Köster

Lektorat

Luitgard Köster, geboren 1969 in Soest, ist seit Anfang 2016 freie Übersetzerin (Englisch/Deutsch) und Lektorin im Fachbereich Wirtschaft, Finanzen und Management tätig. Zu ihren Kunden zählen u. a. Harvard Business Manager, Verlag Franz Vahlen sowie verschiedene internationale Banken. Von 2006 bis 2016 arbeitete sie als Bildredakteurin beim manager magazin und Harvard Business Manager und von 1995 bis 2006 in verschiedenen international tätigen Bildagenturen.

Kontakt:

www.luitgardkoester.de

Nea Matzen

Lektorat

Nea Matzen arbeitet als Redakteurin und Planerin beim Nachrichtenportal tagesschau.de. Außerdem ist sie Autorin von Erklärstücken für die Tagesschau-Sendungen im Fernsehen und im Web. Sie hat beim Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag volontiert, dort als Redakteurin gearbeitet und danach Geschichte, Ethnologie und Journalistik studiert. Zusatzausbildungen absolvierte sie in Hochschuldidaktik und Kommunikationspsychologie. Sie ist seit ihrer Studienzeit als freie Journalistin tätig, zunächst Print, Radio und TV, dann auch online), sowie festangestellte Redakteurin bei ARD aktuell. Sie gibt Seminare zu den Themen: Multimediales Erzählen, Crossmediales Arbeiten, Texten fürs Web, Social Media, Erklärstücke, Recherche, Nachrichten, Berufsfeld Journalismus, Communications as a Profession sowie Moderation und Präsentation. Sie lehrt an Universitäten sowie an Weiterbildungs- und Ausbildungsinstitutionen für Journalisten und Journalistinnen. Zudem berät sie Verlage, Sender und Institutionen in Inhouse-Seminaren zu Fragen des Webauftritts und digitalen Strategien. Als Fachbuchautorin ist sie unter anderem Mitherausgeberin und -autorin des Buches „Die Tagesschau. Zur Geschichte einer Nachrichtensendung“. Ihr Buch „Wegweiser Onlinejournalismus“ ist in mehreren Auflagen erschienen.

Kontakt:

Facebook: www.facebook.com/Onlinejournalismus

Twitter: @Nea_Matzen

Web: www.neamatzen.de