

## Fernsehnachricht

- Besondere Anforderungen
- Aufbau einer Fernsehnachricht
- Zusammenspiel von Bild und Text

## Fernsehjournalisten berichten ...

... nach journalistischen Kriterien in bewegten Bildern, mit den Mitteln und Notwendigkeiten des Mediums:

- im zeitlichen Ablauf (flüchtiges Medium);
- mit den Gestaltungsmitteln: Video, Standbild, Grafik, vor allem gesprochener, wenig geschriebener Text, Musik, Geräusche;
- Dramaturgie und Bildgestaltung erhöhen die Attraktivität und die Verständlichkeit.

## Besonderheiten

Fernsehgeschichten brauchen zusätzliche Vorbereitung:

- VOR Beginn der Dreharbeiten einer geplanten Geschichte klar sein, welche **inhaltlichen Schwerpunkte** er in seinem Beitrag setzen will;
- ... und wie diese **gestaltet** werden sollen (Dramaturgie, Darstellungsform, Interviewpartner);
- Das erfordert **systematische Vorplanung** (Recherche, Storyboard bei längeren Geschichten).

## Bewegtbild-Journalismus

Vor dem Breitband-Internet:

Berichterstattung in bewegten Bildern war nur im Fernsehen möglich;

Seither:

Fernsehen ist neben dem Computer und mobile Devices ein Vertriebskanal für Berichterstattung in bewegten Bildern.

Daher:

**Geschichten erzählen in bewegten Bildern nach journalistischen Kriterien**

## Bewegte Bilder faszinieren

- Entwicklungsgeschichte:  
Wahrnehmung von Bewegung war Überlebensstrategie;
- Menschen wenden sich zwanghaft jeder Bewegung zu – um rasch reagieren zu können;
- Starke Bewegungsreize behindern bewusstes Denken.

## Fernsehen = Bildmedium

- **Bilddominanz:** Zuschauer erinnern sich viel besser an Gesehene als an Gehörte Inhalte.
- **Themenwahl:** TV eignet sich nicht für die komplexe Auseinandersetzung mit einem Thema.
- **Themenaufbereitung:** TV verkürzt auf wenige Aspekte, vertiefende Information ist in der Zeitung oder im Hörfunk besser aufgehoben.

## Auge vs. Ohr

Es bleibt fragwürdig, ob die Aufmerksamkeit in ein und derselben Sekunde überhaupt auf zwei Sinnesorgane aufgeteilt werden kann.

### **Bild = Emotion**

(starke Bilder nicht zutexten, sie vielmehr auf den Zuschauer wirken lassen)

### **Text = Ratio / Fakten**

(Immer wieder ruhigere Bildsequenzen einsetzen, um gesprochene Information vermitteln zu können.)

## Auge vs. Ohr

- Das **Bild dominiert**, wenn die Gefühle des Zuschauers angesprochen werden sollen;
- Der **Text dominiert**, wenn Fakten vermittelt werden.
- **Reizbedürfnis des Auges** darf nicht vernachlässigt werden. Die Aufmerksamkeit des Zuschauer wird durch ein neues Bild zurückgewonnen.

## Nachricht im Fernsehen

Der Aufbau einer Nachricht:

- **Lead-Satz-Prinzip:** Nachrichten beginnen immer mit der wichtigsten Botschaft. Dadurch können Nachrichten in der Länge variiert werden, ohne dass die Kernaussage verloren geht.
- Ein guter Leadsatz **muss** die Zuseher **neugierig machen**; er muss klar und prägnant formuliert sein und darf auf keinen Fall allgemein und nichtssagend sein.

## Nachricht im Fernsehen

Beispiel:

Text	Nachrichtenelement
Terrorverdächtige wieder frei	Schlagzeile – in einer Nachricht nicht verpflichtend
Die britische Polizei hat alle sechs während des Papstbesuch festgenommenen Terrorverdächtigen freigelassen	Lead-Satz = die Neuigkeit in der Meldung, der Grund, warum die Meldung den Weg in die Nachrichten gefunden hat.
Die Ermittlungen hätten ergeben, dass sie keine ernsthafte Bedrohung seien.	Im nächsten Satz folgt die wichtigste Einzelheit der Nachricht: Warum wurden sie freigelassen?
Die Straßenreiniger hatten unter dem Verdacht gestanden einen Anschlag auf den Papst geplant zu haben.	Zusätzliche Einzelheit, die zum Verständnis der Nachricht beiträgt.

## Nachricht im Fernsehen

Der Aufbau einer Nachricht:

- **Wer?** (beteiligte Personen)
- **Was?** (Sache/Aktion/Tat)
- **Wo?** (Ort)
- **Wann?** (Zeit)
- **Wie?** (Umstände)
- **Warum?** (Ursache)
- **Woher?** (Quelle der Nachricht)

## Nachricht im Fernsehen

- **Meldungsfilm** = Knappste Infovermittlung durch bewegte Bilder;
- 20 bis 30 Sekunden lang, umfasst vier bis fünf Sätze;
- Kann durch **O-Ton** ausgebaut werden;
- Folgt dem Prinzip der „**inverted pyramid**“, richtet sich nach den journalistischen W-Fragen;
- Der Text ist **faktenbezogen** und **nüchtern**;
- Ein Zusammenspiel von Text und Bild ist in der Kürze der Zeit nicht immer machbar.

## Nachricht im Fernsehen

- Der Bericht in einer Nachrichtensendung vermittelt einen allgemein interessanten, aktuellen Sachverhalt;
- Er ist bis zu drei Minuten lang ;
- Der Bericht geht über die reine Vermittlung von Fakten hinaus: sie werden vertieft, differenziert, präzisiert, etc.
- Dem Zuseher wird die Bedeutung eines Ereignisses vermittelt;
- Der Bericht enthält in der Regel O-Töne oder Redeausschnitte

## Bildsprache

- **Kameraaufnahmen** sind keine eingefangene Realität (Bildausschnitt, Kamerabewegung setzt bewusst Akzente);
- Je „**totaler**“ das Bild ist, desto besser ist die Gelegenheit zu texten. (Die Kamera gibt nicht einen bestimmten Aspekt der Szenerie vor).
- **Nahe Einstellungen** sind meist dominant und wirken für sich allein.

## Bildgestaltung

- Die bewegten Bilder in einem Beitrag **müssen verständlich** sein;
- Der Zuseher hat **wenig Zeit**, um die Bildinhalte **begreifen** zu können;
- **Verkürzte Darstellung** von Ereignissen – keine Zeit um Gegenstände in Ruhe zu betrachten;
- Ständige Kamerabewegungen sind **unnatürlich**.

## Infografik

- Sind **grafisch aufbereitete** und präsentierte Informationen, die einen visuellen Bezug zu einem abstrakten, nicht sichtbaren Thema oder Aspekt eines Videobeitrags herstellt.
- Werden im Umfeld von Nachrichtensendungen auch als **Erklärstück** bezeichnet, weil es dem Zuseher einen thematischen Zusammenhang mithilfe animierter Schaubilder, Diagramme und Tabellen erläutert.
- Dienen zur **Visualisierung und Verdeutlichung** von belegbaren Daten und Fakten in einer illustrativen Form.

## Der Ton im Videobeitrag

- Wichtiges Gestaltungsmittel für das berichterstattende Fernsehen.
- Ist neben dem Bild die zweite Ebene der Wahrnehmung.
- Töne können die Wirkung von Schnitten verstärken.
- Töne können Ortswechsel oder Zeitsprünge verdeutlichen.
- Töne können von unsauberem Schnitten ablenken.

## Der Ton im Videobeitrag

- Töne garantieren ein hohes Maß an Authentizität.
- Geräusche können die Aufmerksamkeit des Zusehers auf bestimmte Objekte im Bild lenken.
- Geräusche können den Zuseher neugierig machen und Aktionen ankündigen, die im Bild noch nicht erkennbar sind.
- Töne können Stimmungen erzeugen.

## Der Ton im Videobeitrag

Vorbereitungen auf den Dreh:

- Findet der Dreh draußen oder drinnen statt?
- Wie laut und wie hallemphindlich ist es am Drehort?
- Wie viele Personen werden begleitet / aufgenommen (Pressekonferenz)?
- Was tut die begleitende Person (Ansteck- oder Funkmikrofon)?
- Sollen die Fragen des Reporters gesendet werden?

© Dr. Gerhard Rettenecker 2017

## Bedeutung Fernsehnachricht

- Nach wie vor wichtigstes Genre im Fernsehen;
- Wichtigste Kriterien: Glaubwürdigkeit, Trennung Nachricht und Meinung;
- Dann erst: lockere und frische Machart.

Quelle: [Media-Perspektiven](#)

© Dr. Gerhard Rettenecker 2017