Inhalt

1. Einleitung 9

2. Definitorische Aspekte 13

2.1. Digitalisierung und das journalistische Geschichtenerzählen 13

2.2. Videojournalismus in Deutschland 16

2.3. Narrative audiovisuelle Genres 19

2.3.1. Dachgattungen: Fernsehdokumentarismus und -journalismus 19

2.3.2. Narrative audiovisuelle Genres 23

2.4. Narrative Langformate im audiovisuellen Journalismus in Deutschland 30

2.4.1. Narrative Langformate im Fernsehen 30

2.4.2. Narrative Langformate im Internet 33

2.4.3. Erfolg neuer narrativer Formate im Internet: Authentisch und unkonventionell 36

3. Ist-Zustand 41

3.1. Der VJ in der Empirie: Stand der Forschung 42

3.2. Der VJ in der Fachliteratur und -presse 54

3.3. Der VJ in der populären Presse 58

4. Empirie: Der VJ in narrativen Langformaten 63

4.1. Methodik, Forschungsziel und Güte 64

4.2. Qualitative Befragung von Redakteuren und VJs 66
4.2.1. Erstellung der Fragebögen für Redakteure und VJs 66
4.2.2. Rahmenbedingungen und Stichprobenauswahl 70
4.2.3. Vorstellung und Interpretation der Ergebnisse 74
4.3. Experiment: Der VJ-Film »Paris par Hasard« 91
4.3.1. »Paris par Hasard« – ein »klassischer« VJ-Film? 91
4.3.2. Reflektion über die VJ-Produktion von »Paris par Hasard« 105
4.4. Qualitative Rezipientenbefragung zu »Paris par Hasard« 112
4.4.1. Erstellung des Fragebogens für Rezipienten 112
4.3.2. Rahmenbedingungen und Stichprobenauswahl 114
4.4.3. Vorstellung und Interpretation der Ergebnisse 116
4.5. Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Praxis 131

5. Fazit und Methodenkritik 135

6. Ausblick 139

7. Literaturverzeichnis 141

8. Anhang 153

Abbildungsverzeichnis 184