

1. Einleitung

Jeder kann Filme machen. Jeder kann sie verbreiten. Jeder kann auf sie zugreifen, auf sie reagieren, sie einordnen, weiterdrehen und so neue gesellschaftsrelevante Themen setzen – *zumindest theoretisch*.

Im vergangenen Jahrzehnt hat die digitale Revolution unsere Gesellschaft und insbesondere die Medienlandschaft so grundlegend verändert, dass vieles, was lange Zeit Gültigkeit besaß, von heute auf morgen obsolet geworden ist (Diemand et al., 2007, S. 9/Streich, 2008, S. 9, Müller, 2011, S. 21/Braverman, 2014, S. 20). Durch die direkte Zugänglichkeit von digitalen Verbreitungswegen (Online-Plattformen) und die zunehmend einfach handhabbare digitale Videotechnik (DV) wird in Fachkreisen häufig von einer »Demokratisierung« des Fernsehmarktes gesprochen (Hinterkörner, 2008; Schönafinger/von Dahlen, 2007, S. 193). Gemeint ist hiermit, dass potentiell jeder Filmbeiträge erstellen und verbreiten kann, wodurch die Inhalte und deren Gestaltung vielseitiger werden. Für die Fernsehpraxis bedeutet dies, dass die klassische, arbeitsteilige Team-Produktion nicht mehr der einzig mögliche Weg zu Filmbeiträgen ist. Eine Alternative hierzu ist beispielsweise der Videojournalist¹ (VJ). Bereits seit den Achtzigerjahren gilt er als Generalist der Fernsehproduktion, der alle Ebenen der Gestaltung (Bild, Ton, Schnitt) und die Autorenschaft in sich vereint (Moj/Ordolff, 2016, S. 231). Eine aktuelle Betrachtung des Einsatzes von VJs in der journalistischen Praxis lässt allerdings vermuten, dass das Potential von VJs, trotz ihrer verhältnismäßig langen Etabliertheit, auch heutzutage noch nicht ideal

1 Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit ausschließlich die männliche Form benutzt.

genutzt wird: Im Jahr 2012 wurden VJs in Deutschland vorrangig in der tagesaktuellen Produktion eingesetzt (Vogt, 2012), obwohl wissenschaftliche Untersuchungen bis dato bereits mehrfach darauf verwiesen hatten, dass VJs in diesem Bereich weniger effizient und gut arbeiten als klassische Teams (Wittke, 2000; Günzel, 2003; Böhnisch, 2005; Kruse, 2005; Kupka, 2006; Mainka, 2007; Bruns, 2007; Schmidt, 2010; Bock, 2011a; Mischel, 2005). Da VJs in ihrem Haupteinsatzbereich, der Aktualität, tendenziell schlechtere Ergebnisse erzielen als Teams, werden sie von den Programmverantwortlichen häufig in erster Linie als Kostenersparnis, nicht aber als inhaltlicher Zugewinn, gesehen (Vogt, 2012; Zuber/Zamorano, 2010; Mischel, 2005; Neri, 2005; 2011; Majchrzak 2009, S. 78, Bohus, 2004). Aufgrund ihrer unkonventionellen Produktionsweise könnten VJs allerdings sehr wohl ein innovativer Zugewinn für das Programm sein: In der Literatur herrscht Einigkeit darüber, dass durch den Einsatz der digitalen Filmtechnik und der sich daraus ergebenden neuen journalistischen Produktionsformen die Art des visuellen Geschichtenerzählens grundlegend verändert werden kann (vgl. Diamond et al., 2007, S. 9, Streich, 2008, S. 9, Leder, 2003, S. 168; Götzke/Knüppel, 2009, S. 72; Müller, 2011, S. 270).

Im Rahmen dieser Arbeit wird auf der Basis dieser Annahme untersucht, ob der VJ ein Beispiel dafür ist, dass in der journalistischen Praxis neue Möglichkeiten der Produktion nicht zwangsläufig im Sinne ihres innovativen Potentials genutzt, sondern sie vielmehr ohne eine vorhergehende Identifikation ihres Potentials in bestehende Produktionsschablonen eingegliedert werden. Aufgrund des erwähnten Einflusses der DV-Technik auf das visuelle Geschichtenerzählen, liegt der Fokus dieser Arbeit auf narrativen Langformaten.

Um einen Überblick über die Begrifflichkeiten zu erlangen, wird in Kapitel 2 dieser Arbeit zunächst die Digitalisierung und ihr Einfluss auf Narrationsformen beschrieben. Daran schließen sich die Definitionen des Videojournalismus und relevanter narrativer Genres an. Um den Bogen zur Praxis zu schlagen, folgt darauf ein Überblick über die Formen und Verbreitungen narrativer Langformate im Deutschen Fernseh- und

Onlinejournalismus. In Kapitel 3 werden anschließend die Stärken und Schwächen von VJs anhand einer ausführlichen Literaturanalyse (Wissenschafts-, Praxis-, Fachliteratur und populäre Presse) ermittelt. Der Fokus liegt hierbei auf ihrer Eignung für narrative Langformate. Um die aus der Literaturanalyse abgeleiteten Potentiale von VJs auf deren Gültigkeit für die Praxis zu untersuchen, schließt sich in Kapitel 4 die triangulative empirische Untersuchung dieser Arbeit an. Sie beginnt mit einer qualitativen Befragung von VJs (4.2.) und Redakteuren (Macherseite) bezüglich des Potentials von VJs für narrative Langformate. In Anlehnung an die in Kapitel 3 und 4.2. ermittelten Potentiale von VJs wird in Kapitel 4.3. die narrative VJ-Produktion »Paris par Hasard« (63 Minuten) vorgestellt, analysiert und reflektiert. Auf Basis dieses Films wird in Kapitel 4.4. eine Rezipientenbefragung durchgeführt, anhand derer untersucht wird, ob die in den Kapiteln 3 und 4.2. identifizierten Stärken und Schwächen von VJs auch seitens der Rezipienten als solche wahrgenommen werden. Außerdem wird die Akzeptanz der Zuschauer gegenüber unkonventionellen VJ-Produktionsformen untersucht. Aus den Ergebnissen der Empirie werden anschließend konkrete Handlungsvorschläge für die Praxis abgeleitet (4.5.). Im Fazit (5) wird sich einer Antwort auf die Forschungsfrage »Ist der VJ eine Chance für neue authentische und unkonventionelle Narrationsformen in der zunehmend formatierten TV-Landschaft?« angenähert. Anschließend werden die Ergebnisse dieser Arbeit kritisch reflektiert (6) und in einen größeren Kontext eingeordnet (7).