

## Martin Ordolff: Fernsehjournalismus

Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2005 (Praktischer Journalismus, Bd. 62), 411 S., ISBN 3-89669-457-X, € 29,90

Martin Ordolff, Redakteur und im In- und Ausland erfahrener Reporter beim ZDF, präsentiert in diesem Fachbuch praktische Ratschläge von Fernsehprofis der ersten – in der Welt des (öffentlich-rechtlichen) Fernsehens aufgewachsenen – Generation (nach den Angaben im Anhang sind bis auf den ‚zeitlosen‘ Ordolff alle seine elf Mitarbeiter zwischen 1953 und 1978 geboren, vgl. S.397f.). Der Band ist der nächsten Generation der Fernsehjournalisten, für die der Wettbewerb mit den Privatsendern von Geburt an selbstverständlich war, sehr zu empfehlen.

In vier Teilen werden praktische Ratschläge vorgestellt: 1. Grundlagen des Fernsehjournalismus (zehn Einzelaspekte), 2. Nachrichten und Magazine (inkl. „Krisenberichterstattung“), 3. Längere Formate (inkl. „Doku-Soap“ und „Doku-Drama“), 4. Neue Medien – Recht – Ausbildung („Recht“, behandelt von Joachim Pohl, sollte einen eigenen Teil bekommen; „Ausbildung“ listet lediglich Akademien und Sender auf und wäre im „Anhang“ besser platziert).

20 der 32 Kapitel stammen von Ordolff selbst, sie reichen von „Bild“, „Recherche“, „Text“, „Grafik“ (ergänzt durch „Infografiken“ von Bernd Wolk), „Kommentar“ usw. bis zu „Reportage“ und „Videojournalismus“; zu „Ton“ arbeitet Ordolff mit Ludger Nüschen zusammen, zu „Dokumentation, Feature und Dokumentarfilm“ mit Bodo Witzke, der wiederum allein für das Kapitel „Doku-Soap“ verantwortlich zeichnet wie Dietmar Deißler für „Schnitt“, Halim Hosny für „Krisenberichterstattung im Fernsehen“, Stefan Hanf für „Servicebeiträge“, Stefan Brauburger für „Doku-Drama“ und Guido Baumhauer für „Onlinejournalismus“.

Als einzige Frau innerhalb der Männerriege öffnet die Leiterin der *heute*-Redaktion Bettina Warken den zweiten Teil mit dem Text zu „Nachrichtensendungen“ (vgl. S.153-162). Wenn sie dabei die Seriosität des öffentlich-rechtlichen Fernsehens betont, das auch Hintergründe erkläre, während sich Nachrichten im Privatfernsehen „stärker am Alltag der Zuschauer“ orientierten und „Unterhaltung und Information im gleichen Maße nachgefragt und angeboten werden“ (S.153), erscheint diese Aussage im Zeitrafferblick als Ausdruck einer institutionsgeprägten Imagepflege. In den 50er Jahren hat der Rezensent als Praktikant im Süddeutschen Rundfunk Stuttgart täglich die große Distanz, ja strenge Trennung zwischen E (für „Ernst“) und U (für „Unterhaltung“) erlebt. Damals hörte man auf kritische Intellektuelle wie Martin Walser, Helmut Heißenbüttel, Max Bense u.a.. Mit der um 1957 einsetzenden Fernseharbeit begann der unaufhaltsame Aufstieg der Unterhaltung, ab 1984 zusätzlich verstärkt durch die von ihrer Konstruktion her stärker ‚alltagsnahen‘ Privatsender. 2006 erscheinen Klatsch- und Skandalberichte von ‚Promis‘ im Boulevard-Teil ‚Szene‘ mitten am Tag im *Mittagsmagazin* gleichberechtigt neben *heute*-Nachrichten des ZDF. Nicht nur E und U, sondern

auch Senderprofile und Sendeformen sind heutzutage vermischt, was Ordolff ohne weiteres einräumt: „Öffentlich-rechtliche und private Sender nähern sich in der Praxis bei der Vermittlung von Inhalten immer weiter an. Das gilt auch für Nachrichten.“ (S.166) Als wichtiges Auswahlkriterium wird allerdings nicht einfach der Unterhaltungswert, sondern die „Emotionalität der Bilder“ (ebd.) genannt. Auch die „Doku-Soap“ ist „inzwischen fester Bestandteil der Programmplanung öffentlich-rechtlicher und privater Sender“ (Witzke, S.295).

Ordolffs Schwerpunkt „Sprechdenken“, den er mit Stefan Wachtels Beitrag „Sprechen fürs Fernsehen“ (S.103-114) setzt, wird aufmerksamen Lesern nicht entgehen. Schon 1997 hatten sie zusammen das Handbuch *Texten für TV. Ein Leitfaden zu verständlichen Fernsehbeiträgen* (München, 2. Aufl. 2004) geschrieben. Gerade auch in der Welt der Bilder sei der Sprechstil besonders zu beachten. Sprachliche Mittel sollten optimal, keinesfalls lässig oder gar unbedacht eingesetzt werden. Vorlesen allein genüge nicht! Man solle, bevor man zu sprechen beginnt, seine Gedanken in sprecherische Einheiten gliedern, entsprechend dem schulischen „sinnverstehenden Lesen“. Wachtels „Sprechdenken übersetzt Bewusstsein in lautliche Form“ (S.104), bekräftigt Ordolff mehrmals. z.B. im Kapitel zur Arbeit des Moderators: Pannen „wären undenkbar, wenn der Moderator Sprechdenken praktiziert hätte“ (S.144). Wachtels Beitrag endet folgerichtig: „Sprechdenken vor >tönen< oder: Inhalt vor Form!“ (Ebd.)

Martin Ordolff und seine Mitautoren wandeln erfreulicherweise auf den Spuren der journalistischen Standards, die schon in der Vorfernsehzeit selbstverständlich waren. Wiederholt finden sich Mahnungen zu ehrlicher Selbstprüfung, höchster Sorgfalt und Selbstdisziplin, gründlicher, genauer, sachgerechter und unvoreingenommener Recherche, zu extrem sorgfältiger Vorbereitung, gewissenhafter Archivarbeit, sehr genauem Zuhören, Bemühen um Objektivität sowie Warnungen vor Besserwisseri, schlampigem Ausdruck, abgedroschenen Klischees und stereotyp gebrauchten Formulierungen. Ordolffs Buch selbst zeugt von solider handwerklicher Arbeit, Kompetenz, Verantwortungsbewusstsein und Glaubwürdigkeit bis hin zum Beitrag des Juristen Pohl, der klarstellt, Fairness sei „kein Rechtsbegriff, sondern ein moralischer“ (S.373). Auch die Empfehlungen zum Sozialverhalten des Redakteurs, er solle sich – z.B. bei der „Realisation einer Infografik“ (S.188) – selbst um Rechte, Quellenangaben und Zitate kümmern und dies nicht auf den Grafiker abschieben, zeigen eine Arbeitsethik, die weiterzuermitteln ist. Entspräche das Berufsethos der nächsten Journalistengeneration diesen Hinweisen, könnte ihr Prestige wieder steigen. Bekanntlich ist die Berufsgruppe „Fernsehmoderator“ 2005 in der Allensbacher Berufs-Prestige-Skala neben den Politikern mit jeweils 6 % auf dem vorletzten Platz knapp vor den Gewerkschaftsführern gelandet (zum Vergleich: Polizist 40 %, Atomphysiker und Unternehmer jeweils 21 %).

Unklar bleibt unter den im dritten Teil behandelten „Längeren Formaten“ (vgl. S.261-324) mit ihren hybriden Mischformen der Platz der unerwähnt gebliebenen

„Telenovela“, immerhin eine Art „Daily Soap“, wie sie etwa in Brasilien seit 1963 äußerst erfolgreich produziert und seit 1986 durch den WDR auch ins öffentlich-rechtliche deutsche Fernsehen übernommen worden ist (siehe „Brasiliens Fernsehserien. Telenovela, die allabendliche Faszination“ von Marta Maria Klagsbrunn, rezensiert in *MEDIENwissenschaft* 1/1988, S.77ff.), zumal derzeit das ZDF nicht nur täglich Telenovelas sendet, sondern zusätzlich ein Hörbuch produziert, was natürlich keineswegs als Rückkehr zum Dampfradio gewertet werden darf...

Die separate Liste der empfohlenen Literatur (vgl. S.405f.) ist praktisch – noch praktischer wäre es, die ausgewählten Werke direkt in der Liste der zitierten Literatur (S.399-404) durch Fettdruck hervorzuheben, wie dies im Register (S.407-411) verwirklicht ist: Dort unterscheiden sich die Personen durch Kursivdruck von den Sachbegriffen.

Im Unterschied zu den 16 durchnummerierten Abbildungen im Band sind die 32 jeweils auf einer Leerseite einem neuen Kapitelanfang gegenübergestellten Fotos entbehrlich, wenn ihr Abdruck auch aus der Welt bildverhafteter Fernsehmacher verständlich ist. Allerdings sollten in einem Buch der Reihe „Praktischer Journalismus“ die Seitenangaben im „Bildnachweis“ (S.4) stimmen. In der mir vorliegenden Ausgabe differieren jedenfalls sämtliche Angaben zu den Seitenzahlen um zwei. Wenigstens „Bitte vermindern Sie alle Seitenangaben auf Seite 4 um je zwei“ kann man dazusetzen, auch noch im letzten Moment vor dem endgültigen Druck...

Ottmar Hertkorn (Paderborn)