

Mindy McAdams' Tutorial

"Reporter's Guide to Multimedia Proficiency" (RGMP) auf deutsch



Autorin: Mindy McAdams

Deutsche Übersetzung mit eigenen Anmerkungen: Ulrike Langer

Im Februar 2009 startete die Hochschulprofessorin Mindy MacAdams, die an der University of Florida Onlinejournalismus unterrichtet, ihre Blogserie "[Reporter's Guide to Multimedia Proficiency](#)". Eine 15-teilige Serie ([hier auf englisch komplett als pdf](#)) über alle Basics, die man als journalistischer Multimedia-Neuling wissen muss und ein hervorragendes Tutorial für alle, die sich endlich im Alleingang und ohne teure Kurse zu belegen, über den Tellerrand ihrer vertrauten Mediengattung hinauswagen wollen. Ich habe, nachdem ich mehrfach deutschen Journalisten darauf angesprochen wurde, mit dem ausdrücklichen Einverständnis von Mindy MacAdams ab Oktober 2009 die komplette Serie für mein Blog [medialdigital](#) übersetzt - [jede Woche eine neue Folge](#). Dies ist das pdf-Dokument der gesamten Serie auf deutsch.

Anmerkungen zur Übersetzung:

Zusätzliche Tipps von mir sind *kursiv gesetzt*. Einige wenige Aspekte und Links, die für deutsche Nutzer uninteressant sind, habe ich weggelassen. Das Dilemma, dass die verbleibenden Links dann zumeist doch wieder auf englischsprachige Seiten führen, kann ich allerdings nicht lösen. Wenn nötig bitte Google Übersetzungshilfe benutzen.

Das Wort "ich" bezieht sich ohne weitere Zusätze stets auf Mindy MacAdams. Es sind ihre Meinungen und Erfahrungen - meine eigenen Kommentare sind jedesmal gekennzeichnet.

Anmerkungen zur Lizenz:

Diese Übersetzung steht wie die Originalserie unter einer Creative Commons Lizenz (3.0 attribution, non-commercial, share alike).

Das bedeutet:

Sie **dürfen** dieses Dokument zu nicht-kommerziellen Zwecken ganz oder in Teilen kopieren, weiterverbreiten und auf Ihren eigenen Webseiten ebenfalls zum Download anbieten.

Sie **müssen** dabei:

1. die Namen der Autorin Mindy MacAdams und der Übersetzerin Ulrike Langer nennen. Sie müssen außerdem bei jeder Übernahme auf eine Webseite einen Link zur Webseite der Autorin <http://mindymcadams.com> **und** zur Webseite der Übersetzerin <http://medialdigital.de> setzen. Bei gedruckten Übernahmen sind beide Websites mit URL zu nennen.
2. Sie dürfen dieses Werk ebenfalls nur unter einer Creative Commons Lizenz 3.0 zur kostenfreien nicht-kommerziellen Nutzung unter den gleichen Bedingungen anbieten.

Inhaltsverzeichnis:

RGMP 1: Blogs lesen und RSS benutzen	4
RGMP 2: Starten Sie ein Blog	6
RGMP 3: Audiorekorder benutzen	9
RGMP 4: Audioaufnahmen editieren	12
RGMP 5: Podcasts hören	16
RGMP 6: Audio-Interviews und Podcasts veröffentlichen	17
RGMP 7: Gute Fotos machen	18
RGMP 8: Fotos bearbeiten und optimieren	21
RGMP 9: Fotos auf das Blog stellen	24
RGMP 10: Mit Soundslides arbeiten	27
RGMP 11: Eine gute Geschichte in Bild und Ton erzählen	31
RGMP 12: Ein gutes Video produzieren	37
RGMP 13: Ein Video mit iMovie oder Windows Movie Maker bearbeiten	42
RGMP 14: Ein Video auf dem eigenen Blog veröffentlichen	48
RGMP 15: Üben und auf dem Laufenden bleiben	51

RGMP 1: Blogs lesen und RSS benutzen

Auch wenn Sie schon regelmäßig Blogs lesen – hier sind zwei, die nicht unbedingt etwas mit Journalismus oder Medien zu tun haben, die ich aber dringend empfehle:

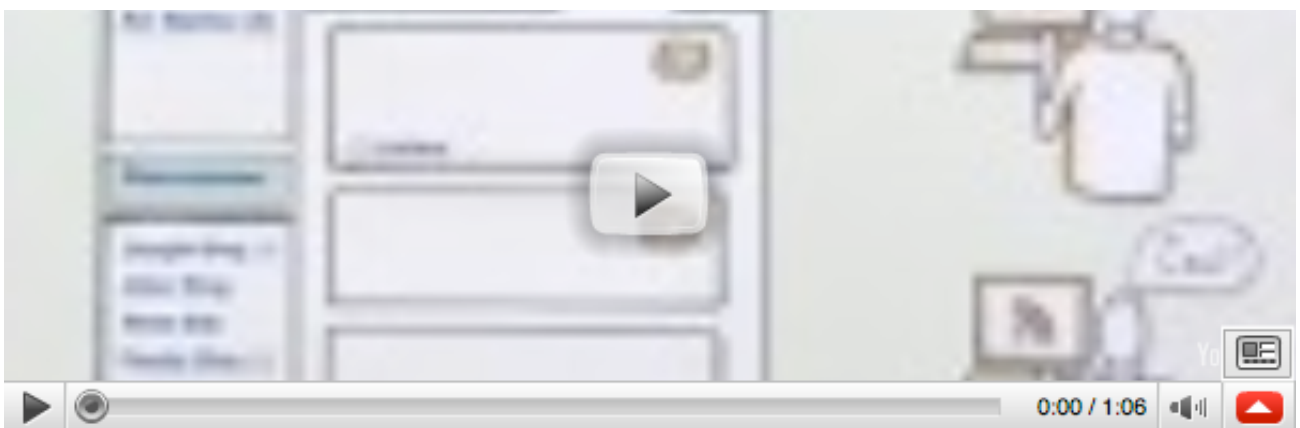
- **[Mashable](#)**: Wenn Sie zu den letzten Leuten gehören, die immer noch nicht wissen, was Twitter ist oder wie Facebook funktioniert, dann setzt Sie dieses hochfrequent getaktete Blog ins Bild. Hier dreht sich alles um Web 2.0 Trends, Werkzeuge und Webseiten.
- **[ReadWriteWeb](#)**: Obwohl dieses Blog Mashable ähnelt (und viele Themen redundant sind), werden Sie hier auch gute Informationen finden, die Mashable nicht hat, z.B. **[NYTimes Exposes 2.8 Million Articles in New API](#)**.
-

Warum sollten Sie diese Blogs lesen? Weil Sie dann besser verstehen, wie sich die Medienwelt um uns herum verändert. Journalisten, die Entwicklungen verstehen, laufen weniger Gefahr, von ihnen überrollt zu werden.

Sie müssen nicht jeden Beitrag ganz lesen. Aber die Einträge jeden Tag zu scannen, wird Ihnen dabei helfen, Ihr Verständnis von mobilen, digitalen und sozialen Medien zu vertiefen.

RSS Reader benutzen

Falls Sie Blogs immer noch nicht in einem RSS Reader lesen, fangen Sie bitte sofort damit an! Machen Sie sich keine großen Gedanken darüber, welcher Reader geeignet ist. Nehmen Sie den **[Google Reader](#)**. Er ist kostenlos, einfach zu nutzen und allgegenwärtig. Dieses Video gibt eine einminütige Einführung:



Link zum Video:

http://www.youtube.com/watch?v=VSPZ2Uu_X3Y&feature=player_embedded

Wenn das nicht reicht, lernen Sie [“how to use Google Reader like a rock star”](#) — von einem Blogbeitrag bei Mashable.

Warum sollten Sie sich die Zeit nehmen, den Google Reader einzurichten und zu lernen, wie man ihn benutzt? Vor allem, weil es 100 mal effizienter ist, als zum Blogs lesen Ihre Bookmarks zu benutzen. Machen Sie den Reader zu Ihrer persönlichen Web-Startseite, den Sie von jedem beliebigen PC und sogar von Ihrem Mobiltelefon aus nutzen können. Sie werden mehr davon haben als von einem Nachrichtenaggregator mit Agenturmeldungen — weil Sie ihn für Ihre eigenen Bedürfnisse konfektioniert haben.

Wie finde ich lesenswerte Blogs?

In der Masse der regelmäßig aktualisierten Blogs werden Sie nur wenige finden, die Ihnen dabei helfen, sich über den digitalen Medienwandel auf dem Laufenden zu halten, oder über Ihr Themengebiet oder Ihren Ort. In der Regel führt ein gutes Blog zum nächsten. Schauen Sie in die Blogrolls von Blogs, die Sie schätzen. Lesen Sie erst einiges Beiträge eines neuen Blogs, bevor Sie es in Ihren Reader aufnehmen. Seien Sie wählerisch. Ihre Zeit ist kostbar.

Eine gute Startadresse zum Blogs finden ist [Best of the Journalism Blogs](#), von Journalism.co.uk.

Außerdem:

- *die deutsche Blogsuchmaschine Rivva.de (die neuesten meistenverlinkten und am meisten per Twitter verbreiteten Blogbeiträge nach Themengebieten sortiert)*
- [Werde Multimedia-Journalist!](#) (kommentierte Linkliste von Steffen Leidel, Multimedia-Journalist und Dozent für Onlinejournalismus)

RGMP 2: Starten Sie ein Blog

Es mag Ihnen banal erscheinen, aber ein Blog zu schreiben – regelmäßig und mit einem gewissen Anspruch – schult Ihre Fähigkeit, sich in neue Themen einzuarbeiten.

Der Vorteil für Journalisten, die sich neue Fähigkeiten für das Online- und Multimedia-Publizieren aneignen wollen und müssen: Die selbstauferlegte Verpflichtung, das Blog zu füllen, zwingt Sie dazu, sich intensiver mit neuen Themen zu beschäftigen. Es ist wie an der Uni ein Seminar mit anschließender Prüfung zu belegen, anstatt das gleiche Thema nur in einer Vorlesung zu hören. Wenn Sie nur passiv und unverbindlich Informationen aufnehmen, erlahmt Ihr Eifer sofort wieder, sobald Sie anderweitig sehr beschäftigt sind.

Natürlich vernachlässigen manche Blogger ihre Blogs auch schnell wieder. Aber diejenigen, die dran bleiben, werden feststellen, dass das Blog sie in einer Weise mit Gleichgesinnten und Themen verbindet, die sie nicht vorhergesehen haben.

Bevor wir ans Eingemachte gehen: **Der Schlüssel für ein erfolgreiches Blog ist Vernetzung.** Ein Blog ist eine Schatzkiste für Ihre persönlichen Gedanken. Blogs sind großartige Werkzeuge, um Informationen, Wissen und Ansichten mit anderen zu teilen, und das funktioniert in zwei Richtungen.

Ein Blog ist ein Knotenpunkt in einem ganzen Netzwerk voller Knotenpunkte, mit einem Mensch hinter jedem Knoten. Ihr Blog gibt Ihnen eine Chance wahrgenommen zu werden – aber nur, wenn sie es mit der Einstellung Geben und Nehmen betreiben.

Diese beiden Praktiken sind wichtig:

- **Auf andere Blogs und Seiten verlinken.** Und zwar zu einzelnen Beiträgen, nicht nur auf die Startseiten. Das macht Sie für andere Blogger und deren Leser sichtbar. Und führt Ihrem Blog über [trackbacks](#) neue Leser zu.
- **Kommentieren Sie auf anderen Blogs.** Vor allem auf Blogs, die mit Ihrem thematisch verwandt sind. Im Kommentarfeld sollten Sie immer Ihren vollständigen Namen und Ihre Blog-URL angeben — auf diese Weise kommen Kommentarläser mit einem Klick auf Ihren Namen auf Ihr Blog. Und Sie haben wieder neue Leser.

Ihre Blogbeiträge können ruhig kurz sein. 300 Worte ist schon reichlich für viele Einträge. Dieser Eintrag hat jetzt schon mehr als 300 Worte, also wird es Zeit für eine Zwischenüberschrift.

Worüber sollte ich bloggen?

Sie können über ihr Spezialgebiet bloggen, wenn Sie eins haben. Aber wenn Sie diese Serie lesen, weil Sie Ihre Online- und Multimedia-Fähigkeit steigern wollen, dann empfehle ich Ihnen ein persönlicheres Themenfeld. Hier sind einige Beispiele:

- **[Multimedia Reporter](#):** Ron Sylvester war ein über 40jähriger Gerichtsreporter, als er sein Blog startete, um seine Lernfortschritte im Online- und Multimedia-Journalismus zu dokumentieren. Obwohl er das Blog inzwischen wieder

aufgegeben und 2007 ein [neues Blog](#) gestartet hat, ist Multimedia Reporter immer noch ein schönes Beispiel für den Aufbruch eines Reporters in neue Gefilde.

- [Meranda Writes](#): Noch ein Journalistenblog, diesmal aus der jungen Generation. Meranda Watling startete ihr Blog ungefähr zur gleichen Zeit, als sie, frisch von der Journalistenschule, ihre erste Vollzeit-Redakteurs-Stelle bei einer Tageszeitung im Bundesstaat Indiana antrat. Ich liebe dieses Blog! Es ist meiner Meinung nach besser als jedes Lehrbuch über "How to be a reporter".
- [The Linchpin](#): Journalistenschüler schreiben auch Blogs. Während die Inhalte verständlicherweise von sehr unterschiedlicher Qualität sind, ist dieses hier von Greg Linch, der an der University of Miami Journalismus studiert, konsistent interessant und professionell. Es hat Gregs Sichtbarkeit in der Medienwelt spürbar erhöht, und ich erwarte, dass dieses Blog ihm nach seinem Abschluss seine erste Redakteursstelle verschaffen wird.

Wie man mit dem Bloggen anfängt

Ich empfehle [WordPress.com](#) als kostenfreie Blogplattform, und zwar aus mehreren Gründen. Einer ist die Vielzahl von Online-Tutorials und Support-Seiten. (zum Beispiel dieses [einminütige Video](#) dass zeigt, man man einen neuen Blogpost veröffentnlicht. Hier ist eine Übersicht mit [WP Features](#).

Gehen Sie einfach auf die Seite und klicken Sie den blauen Button *Sign Up Now!* an. Einfacher geht es wirklich nicht. Die ersten Schritte sind:

1. Bei WordPress.com registrieren (Sie können Ihren Nutzernamen später nicht mehr ändern, also wählen Sie ihn sorgfältig)
2. Starten Sie Ihr Blog und geben Sie ihm einen Namen, z.B. meinBlog.wordpress.com. Auch diesen Namen können Sie später nicht mehr ändern, also überlegen Sie sich gut, was Sie anstelle von "meinBlog" einsetzen.
3. Wenn Sie nervös sind, lesen Sie [Getting Started](#).
4. Passen Sie die [Settings](#) an. Vieles davon kann aber auch später noch geändert werden.
5. Wählen Sie ein Blogtheme. Das bestimmt das Aussehen Ihres Blogs. Diese Einstellung können Sie oft ändern, wie Sie wollen. (Cool!)
6. Schreiben Sie ihren ersten Blogeintrag und veröffentlichen Sie ihn.
7. Löschen Sie den "Hello World!" Blogeintrag, der Ihnen von WordPress mitgegeben wurde.
8. Editieren Sie Ihren neuen Blogbeitrag und [fügen Sie einen Hyperlink hinzu](#) (anschließend auf "Aktualisieren" klicken)
9. Testen Sie den Link auf der Seite. Funktioniert er? Wenn nicht, gehen Sie zurück zum Dashboard und beheben Sie den Fehler.
10. Gestalten Sie Ihre Sidebar(s) mit [Widgets](#) — das macht Spaß!

Resourcen für Blogger, die WordPress.com verwenden, sind zum Beispiel [how-to videos](#), das offizielle [WordPress.com blog](#), und — am allerbesten! — [die offizielle Support Seite](#), wo Sie Ihre Frage oder ein Stichwort in ein großes Suchfeld eintippen können. Sie werden für fast jedes Thema eine klare Antwort finden. (Es funktioniert, ich habe das viele Male ausprobiert).

Warum probieren Sie nicht schon am nächsten Wochenende Ihr neues Blog aus? Worauf warten Sie noch? Es ist keine Geheimwissenschaft. Jeder Journalist oder Autor kann das schaffen.

Lesetipps bei Teaching Online Journalism:

[Using WordPress.com with new Dashboard](#) (January 2, 2009)

[5 tips for blog beginners](#) (July 17, 2008)

Von Paul Bradshaw: [Starting a blog? 12 ideas for blog posts](#)

Anmerkungen von Ulrike Langer:

Eine sehr gute deutschsprachige Quelle mit Tipps zum Blogstart ist [Blogprojekt](#) von Peer Wandiger. Ich empfehle als Lektüre z.B. seine [Blogstart-Serie für Einsteiger](#).

Die von Mindy McAdams empfohlene und auch von mir verwendete Wordpress Software ist sehr gut, aber ihrem Tipp, bei Wordpress.com zu starten, kann ich nur bedingt zustimmen. Ich habe dort selbst die ersten sechs Monate gebloggt, bevor ich im Juni mit medialdigital auf eine eigene Domain umgezogen bin.

Vorteile von Wordpress.com: Man kann sich anfangs vollkommen auf das Bloggen konzentrieren, ohne sich um Software, Software-Updates oder das Hosting kümmern zu müssen. Was ja auch Geld kostet. Allerdings nicht viel. Mein Host ist die [Blogstraße](#) und die berechnet mir sehr faire 4 Euro im Monat.

Nachteile von Wordpress.com: Man stößt in der Gestaltung sehr schnell an seine Grenzen: Sehr viele fremde Plugins und Widgets funktionieren nicht. Code, der Java enthält, darf grundsätzlich nicht verwendet werden. Außerdem macht ein selbstgehostetes Blog mit einem Theme, das nicht ganz so häufig im Netz zu sehen ist, einen professionelleren Eindruck. Wenn man später sein Blog auf eine eigene Domain verlagern will, ist das zwar technisch möglich, aber die vorhandenen Links werden alle umgeleitet und Google erkennt das nicht. Wenn man also schon eine ganz gute Verlinkung hatte, muss man bei Google wieder von vorne anfangen, um eine gute Platzierung in den Suchergebnissen zu erreichen. Es dauert einige Monate, bis man wieder dort ist, wo man schon mal war.

RGMP 3: Audiorekorder benutzen

Kaufen Sie sich einen Audiorekorder und lernen Sie, ihn zu bedienen

Als Journalist oder Journalistenschüler haben Sie wahrscheinlich ein Aufnahmegerät. Und mit einiger Wahrscheinlichkeit ist dieses Gerät nicht geeignet, um damit sendefähige Aufnahmen für das Internet herzustellen.

Was Sie als Minimum brauchen, ist ein Rekorder, den Sie an Ihren PC anschließen können und der Dateien nicht in exotischen Formaten speichert, die man nicht in WAV umwandeln kann. Wenn Ihr Rekorder Dateien als WMA, MP3 oder WAV Formaten erstellt, ist das in Ordnung.

Wenn Sie Journalist sind, wissen Sie wahrscheinlich, dass Ihre MS Word Dateien im DOC (.doc) Format gespeichert werden. Vielleicht kennen Sie auch das Format TXT (.txt). Audiodateien haben ebenfalls ihre eigenen Formate. MP3 Dateien kennen Sie wahrscheinlich vom iPod, von Podcasts etc. MP3 ist ein komprimiertes Format. Das spart Platz auf dem Gerät (z.B. dem iPod), weil komprimierte Dateien kleiner sind. Wenn man zum Beispiel eine WAV Datei mit 6:30 min. Länge und einer Dateigröße von 65,3 MB ohne Editieren in eine MP3 Datei umwandelt, ist sie nur noch 4,4 MB groß.

Unkomprimierte Dateien sind also viel größer. Sie sollten immer eine unkomprimierte Datei bearbeiten, damit Sie alle Rohdaten in unveränderter Form haben. Wenn Sie mit dem Editieren fertig sind, exportieren Sie eine neue MP3 Datei.

Lernen Sie, Ihren Rekorder zu benutzen

Journalisten sind Machos (das gilt auch für viele Journalistinnen), und Machos lesen niemals die Bedienungsanleitung. Das ist allerdings idiotisch. Die Bedienungsanleitung für einen Audiorekorder ist kurz und simpel. Das Wichtigste ist der Teil, wo das Menü erklärt wird. Jeder Audiorekorder hat ein umständliches Bedienungs Menü. Aber Sie müssen die Einstellungen richtig vornehmen, und das ist 100 mal leichter, wenn Sie sich zu RTFM zwingen (Programmierer-Jargon für: Read The F***ing Manual).

Stellen Sie Ort und Zeit korrekt ein. Und die Aufnahmequalität auf die höchste Stufe. (Das ist extrem wichtig! Ihre Aufnahmen sollten so gut wie möglich klingen.) Wenn Sie die Wahl zwischen Stereo- und Mono-Aufnahmen haben, nehmen Sie Mono. Die Datei wird bei gleich guter Qualität kleiner sein.

Einige Rekorder, wie der Olympus VN-5200PC, haben mehrere Einstellungsoptionen für das eingebaute Mikrofon. Bei diesem Modell heißen die Optionen Dict (Lo) und Conf (Hi). Auf anderen Geräten heißen die Einstellungen anders. Lesen Sie den Abschnitt über die Mikrofon-Empfindlichkeits-Einstellungen für Ihren Rekorder und experimentieren Sie damit. Nehmen Sie ihn mit in die Küche, legen Sie ihn auf die Küchenplatte, gehen Sie umher und sagen Sie dabei "Test, 1,2,3" oder Ähnliches. Dann verändern Sie die Einstellung und wiederholen den Test.

Auf diese Weise lernen wir mit unseren Werkzeugen umzugehen. Wir verbringen Zeit damit und probieren sie aus.

Lernen Sie, wie man Audio-Interviews führt

Als Journalist(in) wissen Sie bereits, wie man Interviews führt. Allerdings müssen Sie ein paar Dinge beachten, um gute Audio-O-Töne zu bekommen, die Sie z.B. in eine Slideshow oder einen Podcast einbauen können.

1. Die Art, wie Sie das Mikrofon oder den Rekorder halten, kann Geräusche erzeugen, die bei der Aufnahme zu hören sind. Finden Sie eine bequeme Haltung und bewegen Sie dann während der Aufnahme möglichst nicht Ihre Finger oder den Arm.
2. Das Mikrofon auf einem Tisch zu platzieren, kann ebenfalls störende Nebengeräusche verursachen – zum Beispiel, wenn Ihr Gesprächspartner seine Aussagen mit einem Schlag auf die Tischplatte bekräftigt.
3. Finden Sie den idealen Abstand zwischen dem Mikrofon und dem Mund des Interviewten. Diese Entfernung kann von der eingestellten Empfindlichkeit des Mikrofons abhängen (s.o.).
4. Woher wissen Sie, ob die Aufnahme klar und laut genug ist? INDEM SIE KOPFHÖRER TRAGEN. Das ist der einzige Weg, um während der Aufnahme zu überprüfen, was der Rekorder aufnimmt. Manchmal werden Sie durch die Kopfhörer ein Summen oder Brummen hören, das Sie mit nackten Ohren nicht wahrnehmen können. Aber raten Sie mal: Das Geräusch ist auch auf der Aufnahme zu hören. Kopfhörer sind der einzige Weg, um rechtzeitig sicherzustellen, dass Sie nicht mit unbrauchbarem Audiomaterial von einem Termin zurückkommen.
5. Sagen Sie nicht “Aha”. Reporter müssen schweigend zuhören. Lernen Sie zu nicken und lächeln, anstatt Ihre Aufnahmen mit “Aha” und “Ja” zu ruinieren. Geben Sie dem Interviewten nonverbales Feedback.
6. Oft werden Sie beim Editieren Ihre Fragen herausschneiden. Lernen Sie, offene Fragen zu formulieren, auf die der Interviewte mit ganzen Sätzen antworten muss. Vermeiden Sie Fragen, auf die man mit einem bloßen “Ja” oder “Nein” antworten kann. Solche Antworten können Sie nicht gebrauchen.
7. Der Reporter hält immer das Mikrofon. Geben Sie NIEMALS dem Interviewten das Mikrofon. SIE haben die Kontrolle.
8. Halten Sie Augenkontakt mit dem Interviewten, damit sein Kopf nicht nach unten nickt. Dadurch vermeiden Sie Blasgeräusche. Wenn der Atem des Gesprächspartners auf das Mikrofon trifft, gibt es Plopp-Geräusche bei Verschlusslauten und Zischen bei S-Lauten. Nicht gut.

Übung macht den Meister. Erwarten Sie also nicht, dass Ihre ersten Versuche schon fehlerfrei sein werden. Sie werden sich rapide verbessern. Gute Audioaufnahmen zu machen ist für Printjournalisten eine relativ leichte Übung.

Es ist sehr wichtig, dass Sie Ihre Audioaufnahmen selbst schneiden/editieren, sonst werden Sie Ihre Interviewtechnik nicht verbessern. Das wird das Thema der nächsten Folge sein.

Ein letzter Tipp für Interviews

Eine einfache Technik "Die Fragen danach" versetzt Sie in die Lage, auch längere Interviews zu führen, aufzunehmen und ohne großen Aufwand zu editieren.

Wenn Sie fertig sind, stoppen Sie die Aufnahme. Setzen Sie Ihre Kopfhörer auf. Beginnen Sie mit einer neuen Aufnahme und erklären Sie dem Interviewten, dass Sie einige Auszüge online stellen wollen und deshalb jetzt einige Fragen wiederholen. Bitten Sie die Person, genauso zu antworten wie beim ersten Mal (das muss natürlich keine wortwörtliche Wiederholung sein).

Wiederholen Sie nur die Fragen, welche die interessantesten oder relevantesten Antworten hervorgebracht haben. Diese Methode hat zwei Vorteile: 1. Oft sind die Antworten beim zweiten Mal kompakter und organisierter. 2. Ihr Job beim Editieren wird einfacher, weil sie aus der zweiten Aufnahme kaum etwas herausschneiden müssen.

Ein guter Vergleichstest für Audioaufnahmegeräte steht bei audiotranskription.de.

RGMP 4: Audioaufnahmen editieren

In Folge 3 ging es darum, gute Audioaufnahmen zu machen, um sie für das Web zu nutzen. Hier geht es darum, wie man die Audioaufnahmen auf den PC überträgt, bearbeitet und als MP3 Datei exportiert.

Die Datei hochladen

Zuerst müssen Sie Ihren Audiorekorder mit dem Computer verbinden. Das sollte mittels USB-Anschluss geschehen. Wenn Sie keinen passenden Anschluss haben (das betrifft z.B. manche Diktafone), dann ist Ihr Gerät nutzlos, und Sie sollten sich ein anderes besorgen.

1. **Windows:** Eine Reihe von Nachrichten in Pop-Up-Fenstern wird in der unteren rechten Ecke des Bildschirms erscheinen, bis die Verbindung steht. Daraufhin sollten Sie ein Fenster sehen, dass Sie fragt, was Sie tun möchten. Scrollen Sie nach unten, um Dateien und Dateiordner auf dem Aufnahmegerät auszuwählen.
2. **Mac:** Die meisten Rekorder werden als Volume auf Ihrem Schreibtisch angezeigt. Doppelklicken Sie auf das Icon und Sie werden den Inhalt des Rekorders sehen.

Wenn diese Dinge nicht geschehen, eignet sich Ihr Rekorder wahrscheinlich nicht für den Zweck, Audioaufnahmen im Netz zu veröffentlichen. Lesen Sie diesen früheren Beitrag — [A few words about digital audio recorders](#) — und kaufen Sie einen, der funktioniert. Manche Rekorder versuchen beim Anschließen, billige Software auf Ihrem Computer zu installieren. Solche Geräte sind nicht empfehlenswert.

Die meisten Rekorder haben mehrere Ordner, in denen sie Audiodateien unterbringen. Wenn ein Ordner mit dem Buchstaben A oder der Zahl 1 endet, stecken darin wahrscheinlich Ihre Dateien – es sei denn, Sie haben den Zielordner geändert (in der Gebrauchsanweisung nachsehen).

Finden Sie Ihre Audiodateien. Wenn der Dateiname mit der Endung .mp3 oder .wma endet, müssen Sie die Datei zu .wav konvertieren. Ansonsten können Sie diesen Abschnitt überspringen. Wenn Sie mit Windows arbeiten und die Dateiendung nicht am Ende des Dateinamens sehen, [folgen Sie diesen Anweisungen](#).

Die Datei konvertieren

Um ein Dateiformat in ein anderes umzuwandeln, empfehle ich unbedingt die KOSTENLOSE VERSION der Software **Switch**. Stellen Sie sicher, dass Sie die kostenlose Version herunterladen. Download [hier](#). Die Software funktioniert mit Windows und Mac. Nach dem Herunterladen müssen Sie das Programm installieren. Sagen Sie “Nein” zu allen Optionen während der Installation.

Nachdem Switch installiert ist, starten Sie das Programm. Ziehen Sie die Autiodatei in das große Fenster. Es gibt drei Schritte:

1. Überprüfen Sie, ob Sie wissen, wo die neue konvertierte Datei gesichert wird. Es gibt ein Menü mit dem Namen "Output Folder". Wählen Sie es als Zielordner auf ihrer Festplatte aus.
2. Ändern Sie "Output Format" in .wav.
3. Wählen Sie den Ordner im großen Fenster (einfacher Klick), und klicken Sie dann den großen Convert Button.

Dateien und Ordner sortieren

Es ist wichtig, dass Sie alle Dateien für ein Audioprojekt in einem gemeinsamen Ordner aufbewahren. Andere Dateien sollten sich nicht darin befinden. Also generieren Sie einen neuen Ordner mit dem Namen "Mein erstes Audioprojekt" o.ä. und kopieren Sie Ihre neue .wav Datei in diesen Ordner.

Ich empfehle Ihnen, die Original Audio-Datei sicher in einem anderen Ordner aufzubewahren.

Einige Worte über Ihren Computer

Das Editieren ist die leichteste Übung. Viele Printjournalisten sind nur rudimentär mit den Funktionen ihres Computers vertraut. Sie laden ungern Dateien aus dem Netz, sie wissen nicht, wie man Software installiert, Dateiformate konvertiert, Dateien kopiert etc. Es ist großes Problem, wenn man Multimedia-Kenntnisse erwerben will, es aber an den einfachsten Computer.Kenntnisse mangelt.

Wenn Sie in diese Kategorie gehören, dann sollten Sie sich zusätzliche Hilfe holen. Sie müssen die grundlegende Dateiverwaltung beherrschen, damit Sie Ihre Dateien nicht ruinieren. Vielleicht sollten Sie einen Volkshochschulkurs belegen oder sich ein "Computer für Dummies" Buch kaufen. Das ist ziemlich wichtig. Die Ausrede, dass man mit Computern einfach nicht gut umgehen kann, ist im Jahr 2009 obsolet. Der Computer ist Ihr wichtigstes Arbeitsgerät.

Die Editier-Software installieren

Ich empfehle [Audacity](#) zum Bearbeiten von Audio-Dateien, weil das Programm kostenlos und Open Source ist. Sie können es auf jedem Computer benutzen (Windows, Mac, oder Linux). Ich habe zwei Audacity Tutorials geschrieben. Sie können die PDFs von dieser Seite herunterladen — [Audio: Journalists' Toolkit](#) — unter der Zwischenüberschrift "Editing."

Lesen Sie bitte die Anleitung zum Installieren auf Seite 1 des ersten Tutorials "Super-Fast Guide to Audio-Editing". Es ist sehr wichtig, dass Sie die Anleitung beachten, weil die Installation von Audacity zwei Teile hat. Der zweite Teil betrifft den sogenannten "LAME

Encoder“, und man dabei leicht etwas falsch machen, wenn man die Anleitung nicht beachtet.

Wenn Sie Probleme haben, die Anleitung zu verstehen, lassen Sie sich helfen. Benutzen Sie nicht die bequeme Ausrede “Ich verstehe nichts von Computern.”

Die Datei bearbeiten

Sobald Audacity installiert ist, können Sie damit beginnen, ihre .wav Datei zu editieren. Endlich! Aber immerhin müssen Sie die Installationsschritte nur einmal ausführen.

Beginnend mit Seite 3 des ersten Tutorials “Super-Fast Guide to Audio Editing” sehen Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für das Löschen von Passagen aus Audiodateien, z.B. wenn Ihr Gegenüber “Ähnm, äh...äh” sagt. Das ist wirklich genauso leicht, wie aus MS Word einen Satz herauszukürzen.

Auf Seite 4 des Tutorials sehen Sie, wie man eine Passage HERAUSSCHNEIDET und an eine andere Stelle der Datei BEWEGT – z.B. eine Passage, in der sich Ihr Gesprächspartner vorstellt. Vielleicht hat er das erst mitten in der Aufnahme getan und nun hätten Sie diese Passage gerne ganz am Anfang. Auch das ist genauso leicht wie “cut and paste” bei MS Word.

Während Sie Ihre Audiodatei bearbeiten, sollten Sie diese Projektdatei möglichst häufig sichern. Stellen Sie sicher, dass sich Ihre Projektdatei im gleichen Ordner befindet wie die .wav Datei.

Das hat folgenden Vorteil: Die Datei ist transportabel. Sie können die gesamten Ordner z.B. auf einen Laptop übertragen und dort daran weiterarbeiten. Das geht aber nur, wenn Sie Ihre Einzeldateien nicht über Ihre gesamte Festplatte verstreut haben. Sonst fehlen Ihnen hinterher wichtige Bestandteile.

Einige Tipps zum Bearbeiten:

1. Benutzen Sie Ihre Kopfhörer! **Niemals** Audio editieren, indem Sie die Dateien über die Lautsprecher des Computeres abhören.
2. Schneiden Sie alle “Hmms” und “Ähs” heraus.
3. Schneiden Sie Ihre eigene Stimme heraus.
4. Arrangieren Sie das Gesagte so, dass es eine zusammenhängende Geschichte ergibt.
5. Achten Sie dabei darauf, die Aussagen nicht zu verfälschen. Das ist das gleiche Prinzip wie Zitieren im Printjournalismus: Die Bedeutung der Aussagen muss auf jeden Fall erhalten bleiben.
6. Schneiden Sie nicht zuviel von den Pausen weg. Die Aufnahme klingt sonst unnatürlich.

7. Beschneiden Sie das Ende der Aufnahme nicht zu abrupt. Lassen Sie etwas Luft.

Die MP3 Datei exportieren

Um die MP3 Datei zu exportieren, muss der LAME Encoder installiert sein. Dafür gibt es eine Anleitung (s.o.) unter der Zwischenüberschrift "Installing the editing software."

Die folgenden Anweisungen setzen voraus, dass Sie a) LAME schon installiert und b) für Audacity aktiviert haben.

1. Sichern Sie die Audacity Project Datei (.aup) ein letztes Mal.
2. Überprüfen Sie alle Audacity Einstellungen für den Export (s. Tutorial). Wenn Sie nicht die richtigen Einstellungen verwenden, wird Ihre Datei in einem Flash-Player oder in einer Audio-Slideshow nicht abspielbar sein.
3. Datei Menü > Export for MP3. Achten Sie bitte darauf, wohin Sie die Datei sichern und wie sie heißt. (Es wäre klug, die Datei zusammen mit den anderen Dateien in Ihrem Projektordner zu sichern.)

Wenn Sie diese Schritte korrekt befolgt haben, haben Sie nun eine schöne MP3 Datei, die Sie ins Internet hochladen können oder die in QuickTime, iTunes, Windows Media Player, etc. abgespielt werden kann.

RGMP 5: Podcasts hören

Die fünfte Folge von Mindy McAdams' Multimedia-Tutorial "Reporter's Guide to Multimedia Proficiency" heißt "[Listen to Podcasts](#)". Diese Folge habe ich nicht übersetzt, denn sie besteht im wesentlichen aus Tipps, welche US-Podcasts gut gemacht und inhaltlich relevant sind. Aber wer die Serie lieber hier auf deutsch statt bei McAdams auf englisch liest, dem ist mit Links zu englischsprachigen Podcasts sicher wenig gedient.

Stattdessen verlinke ich lieber drei Beispiele für professionelle deutsche Podcasts:

[Wanhoffs wunderbare Welt der Wissenschaft](#) mit Thomas Wanhoff

[Was mit Medien](#) von Daniel Fiene und Herr Pähler

[Chaosradio Podcast Network](#) (Interview-Podcast des Chaos Computer Club zu Gesellschaft, Kultur und Technik mit Tim Pritlove)

RGMP 6: Audio-Interviews und Podcasts veröffentlichen

In Folge 4 ging es darum, wie man eine Audiodatei editiert und als MP3-Datei für das Web exportiert, diesmal darum, wie man sie in einem Blog veröffentlicht.

1. Sie brauchen eine MP3 Datei (achten Sie darauf, keine urheberrechtlich geschützte Musik zu unterlegen).
2. Laden Sie die Datei zu einem Web Host hoch (Details s.u.)
3. Legen Sie einen neuen Blogeintrag an und betten Sie die Datei in einen Player ein. Wenn Ihr Blog bei **Wordpress.com** gehostet wird, benutzen Sie dazu [diese Anleitung](#). Wenn sie ein selbstgehostetes WordPress Blog haben, installieren Sie [dieses WP Plugin](#). Wenn Ihr Blog auf einer anderen Blogsoftware beruht, schauen Sie [in diesem Tutorial](#) nach.

Sie können kostenlose Webdienste nutzen, die ihre Audiodateien auf ihren Servern speichern. Alles was Sie dann benötigen, ist die exakte URL nach dem Hochladen um die Datei in den Player einzubetten. Bei jedem Abspielen greift der Player auf diese URL zurück.

Ein solcher Dienst ist beispielsweise [WebNG](#), hier dazu die [Details](#). Nachdem Sie sich bei diesem Dienst angemeldet haben, klicken Sie auf den WebNG "File Manager" und Sie können Ihre Datei unmittelbar hochladen. Der gesamte Prozess ist webbasiert.

Anschließend sieht die URL Ihrer Audiodatei ungefähr so aus:

<http://IhrNutzerName.webng.com/NamederAudiodatei.mp3>

Anschließend können Sie ihren Blogpost schreiben und in den Audioplayer einbetten, wie unter 3. beschrieben.

Serie RGMP 7: Gute Fotos machen

Hier geht es darum, wie man als Reporter bessere Pressefotos macht. Vorausgesetzt natürlich, man ist nicht ohnehin ein professioneller Fotograf.

Jeder Journalist sollte in der Lage sein, bei Nachrichtenereignissen brauchbare Fotos zu machen. Vielleicht sind Sie der einzige Journalist vor Ort! Natürlich muss man heutzutage immer damit rechnen, dass 100 Leute mit Handykameras ebenfalls fotografieren – aber warum sollte es nicht IHR professionell gemachtes Bild sein, dass die Titelseiten schmückt und über Nachrichtenagenturen in der ganzen Welt verbreitet wird?

Wenn Sie in der Lage sind, gute Szenen im Bild einzufangen können, können Sie Ihre Angebotspalette erweitern.

1. Sie können gute Fotos mit Audio ergänzen und Audio Slideshows produzieren. *(Das ist momentan im deutschsprachigen Raum noch ein Alleinstellungsmerkmal. Sie können zu den Pionieren gehören.)*
2. Gute Fotos machen ist auch eine Übung, um gute Videoaufnahmen zu produzieren. Fotografieren lernt sich leichter als Videografieren.
3. Sie bekommen einen neuen Blick für Ihre Geschichten. Wenn Sie Ihr Auge schulen, gute Bildszenen zu finden, hilft ihnen das, Aspekte einer Geschichte zu berücksichtigen, die Sie sonst vielleicht übersehen hätten.
4. Wenn Sie aus eigener Erfahrung wissen, worauf es beim Fotografieren ankommt, sind Sie als Reporter ein besserer Partner für Pressefotografen. Ihr Einblick in seine Arbeit wird Ihre Zusammenarbeit verbessern – und Sie können gemeinsam können eine bessere Geschichte im kompletten Paket abliefern.

Ihre Kamera

Sie brauchen keine große teure Kamera. Die meisten Pressefotografen werden Ihnen in der Tat bestätigen, dass es weniger auf eine teure Ausrüstung ankommt. Der *Fotograf* macht ein großartiges Bild, nicht die *Kamera*. Natürlich sind vollkommen verwackelte, unscharfe oder belichtete Bilder wertlos. Aber die meisten gestochen scharfen und gut belichteten Bilder sind ebenso wertlos, weil der Bildaufbau schlecht ist.

Sie werden nicht fotografieren können, wenn Sie Ihre Kamera zuhause lassen. Einer der Vorteile einer Kompaktkamera ist der Umstand, dass sie sie immer dabei haben können. Tun Sie das! Verlassen Sie niemals das Haus ohne Ihre Kamera.

RTFM (read the f...ing manual) Lesen Sie die Gebrauchsanweisung: Ja, die Automateinstellung macht nette Aufnahmen. Aber Sie können Ihre Chancen, in jeden Lichtverhältnissen klare und gut belichtete Aufnahmen zu machen, ungemein verbessern, wenn Sie lernen, Ihre Kamera mit den manuellen Einstellungen zu bedienen. Viele Kompaktkameras haben drei verschiedene Einstellungen, die Blende und Belichtungszeit beeinflussen:

- Standard-Konditionen wie “Beach,” “Snow,” and “Night”
- ISO (Lichtempfindlichkeit)— z.B., 100, 200, 400, 800
- Lichtverhältnisse wie Sonne, Wolken, (strahlend, abgeschirmt)

Experimentieren Sie, um sich mit diesen Einstellungen vertraut zu machen. Lesen Sie die Bedienungsanleitung, um zu verstehen, wie man die verschiedenen Einstellungen benutzt. Und dann gehen Sie hinaus und üben. Machen Sie 500 Aufnahmen vom nächsten Fußballturnier Ihres Kindes. Benutzen Sie dabei NICHT den Blitz. Sie werden eine Menge darüber lernen, was Ihre Kamera kann.

Wenn Sie eine neue Kamera kaufen: [hier](#) habe ich hier einige geeignete Modelle vorgestellt. Prüfen Sie, ob Ihr Wunschmodell diese Anforderungen erfüllt oder übertrifft:

- 7 Megapixels oder mehr
- Bildstabilisator (essenziell)
- Video mit 640 x 480 Bildpunkten und – sehr wichtig! – 30 fps (frames per second; die Videofunktion muss Audio enthalten)
- 3x Optischer Zoom or besser
- USB 2 Output

Kaufen Sie außerdem eine SD Card mit 2 GB (Gigabyte) Speicher oder mehr.

Was Sie lernen müssen

Das Motiv genau in der Mitte des Bildes platzieren – das macht jeder Amateur. Profi-Fotografen tun das fast nie. Der erste und wichtigste Schritt, um Ihre Bilder zu verbessern, ist die Kunst der Bildkomposition:

1. [Introduction](#)
2. [Simplicity](#)
3. [Rule of Thirds](#) (Gesetz der Drittelung)
4. [Lines](#)
5. [Balance](#)
6. [Framing](#) (Tiefe erzeugen durch Objekte im Vordergrund)
7. [Avoiding Mergers](#) (vermeiden, dass der Hintergrund das Motiv stört)

In all diesen Fällen geht es darum, wo Sie stehen, während Sie das Bild machen. Das wird Ihnen jeder Profi-Fotograf erzählen.

Was die echten Könnern von den Möchtgern-Fotografen unterscheidet: Profis wissen instinktiv, wo sie sich positionieren und in welchem Moment sie auf den Auslöser drücken müssen. Das ist aber vor allem eine Frage von Übung, Übung und nochmals Übung.

Die Tutorial-Website Digital Photography School gibt Tipps für schwierige Situationen [clear tutorials for shooting in specific situations](#), z.B. “[Tips for Better Candid Photography](#)” (Tipps , um unauffällig zu fotografieren) and “[How to Photograph in Direct Sunlight](#).” (Aufnahmen mit direkter Sonneneinstrahlung).

Von guten Beispielen lernen

Wenn Sie sich weiterbilden, um gute Pressefotos machen zu können, wird das sicherlich eine lohnenswerte Investition in Ihre journalistische Karriere sein. Dies sind exzellente Vorbilder, von denen Sie lernen können:

- MSNBC's [The Week in Pictures](#) — zehn neue Fotos jede Woche, ausgewählt von Bildredakteuren mit geschultem Blick.
- [Magnum Photos](#) — eine große Vielfalt von Pressefotos, Fotoreportagen und Pressefotografen, frei online zur Ansicht.
- *Photojournalism: The Professionals' Approach*, 5. Ausgabe von Ken Kobre (2004). Es gibt inzwischen eine neuere Auflage, aber in der 5. Auflage sind ebenfalls fantastische Beispiele und Anleitungen. Gebrauchte Exemplare gibt es bei [Amazon](#).

Zusätzliche deutsche Quellen:

- [Freelens](#) (Homepage des Verbandes freier Fotografen)
- [Fotoblog](#) (Zeit Online)

Üben, üben, üben

In einer späteren Folge dieser Serie wird es um Video gehen, aber um gute Videoaufnahmen zu machen, hilft es sehr, wenn man vorher das Auge mit Fotografieren schult und die wesentlichen Grundtechniken beherrscht.

Machen Sie viele Fotos von allen Szenen, die Sie lohnenswert finden. Da Sie das echte Leben und keine gestellten Motive abbilden, werden sich Ihre Motive bewegen und verändern. Der Trick ist, ERHEBLICH mehr Aufnahmen von einer Szene zu machen als Sie es von Ihren Urlaubsbildern gewohnt sind. Bewegen Sie sich nach links und rechts, nach oben und unten. Stehen Sie auf einem Stuhl. Legen Sie sich auf den Fußboden. Fotografieren Sie aus mittlerer Entfernung, aus der Nähe und aus extremer Nähe. Fotografieren Sie Details extra. (Details sind wunderbar für Audio-Slideshows).

Wenn Sie zehn bis 20 Aufnahmen von einer einzigen Person, einer Handlung, einem Hund oder einem Fahrrad mitbringen, sind die Chancen, dass EINE Aufnahme davon gut ist, nicht schlecht. Außerdem: Je länger Sie irgendwo stehen und fotografieren, desto mehr werden die Leute Sie ignorieren und sich natürlich verhalten. Das ist Ihr Moment: Halten Sie drauf!

RGMP 8: Fotos bearbeiten und optimieren

Hier geht es um grundlegende Bildbearbeitungstechniken. Die sind für Print und Online unterschiedlich.

Vorweg: Photoshop ist DER Industriestandard für Bildbearbeitung. Wenn Sie noch in der Journalistenausbildung sind, sollten Sie unbedingt Photoshop lernen. Sie müssen es nicht besitzen (selbst mit Ermäßigung für Studenten und Lehrer ist es richtig teuer), aber dann sollten Sie einen Kurs belegen, wo sie es lernen können. Die gute Nachricht ist: Sie müssen NICHT die ganzen Abermillionen Funktionen von Photoshop lernen. Pressefotografen und Bildredakteure kennen sich weitaus besser mit Photoshop aus, als es Journalisten je tun werden – weil es es ihre Haupt-Software ist.

Grundlegende Bildbearbeitungsfunktionen kann man auch mit anderen Programmen ausführen, z.B. mit Picasa von Google ([deutsche Information hier](#)), das es für Windows, Mac, and Linux gibt. Eine andere gute Option ist [Gimpshop](#), das Photoshop sehr ähnlich und kostenlos ist. Es läuft ebenfalls unter Windows, Mac, and Linux.

Was Sie können sollten

(1) Fotos beschneiden: Den guten Teil des Fotos herausschneiden und den Rest löschen. In den meisten Bildbearbeitungsprogrammen gibt es dafür ein Tool, mit dem man ein Rechteck innerhalb des Fotos ziehen kann. Dann wird per Doppelklick der äußere Teil eliminiert. Profis beschneiden längst nicht jedes Bild – bei ihnen ist meistens schon das Originalfoto genau der Bildausschnitt, den sie haben wollen.

Hier ist ein gutes Tutorial über [Bildbeschneidung mit Photoshop](#) (engl.)

(2) Farbanpassung: Manchmal wirkt das Motiv zu grün, zu rot, zu hell oder zu dunkel. Zwar sollen wir als Journalisten die Wirklichkeit abbilden, aber wir wissen ja, dass die Farben in Wirklichkeit anders waren. Sie sind durch die Aufnahme verfälscht worden. Bei den meisten Bildbearbeitungsprogrammen kann man Farbgebung und Helligkeit nachträglich korrigieren. Ein Tool mit feinerer Justierung ist “levels” bei Photoshop.

Hier ist ein Tutorial zur [Farbanpassung](#) (engl.) Es ist ziemlich detailliert, hilft aber, die Einstellung “levels” in Photoshop zu benutzen.

Dieses (engl.) Tutorial erklärt die Tools [dodge and burn](#), (Aufhellen und Abdunkeln) – eine weitere Technik, um Bilder zu bearbeiten. Bei Pressefotos dürfen diese Mittel nur *mit großer Vorsicht* eingesetzt werden, um das Originalbild nicht zu verfälschen.

(3) Größenanpassung: Ein Foto aus einer 7-Megapixel Kamera hat vielleicht die Maße 15 mal 12 Zentimeter. Aber die Größenangabe bedeutet für Online *gar nichts*. Was Sie wissen müssen, sind die Maßangaben in *Pixeln*. Die Zahl der Pixel legt fest, ob ein Bild gut auf eine Webseite passt. Im allgemeinen ist eine Breite von 1000 Pixeln das Maximum – wenn man von der Bildschirmgröße und -auflösung der meisten Webuser ausgeht. Bevor Sie die Zahl der Pixel verkleinern, müssen Sie die Auflösung verringern. Eine

Printauflösung beträgt meistens 180, 300, oder 600 dpi. Die Auflösung für den Bildschirm ist 72 dpi (dot/pixel per inch).

Nachdem Sie die korrekte Auflösung ausgewählt haben (72 Pixel/inch), ändern Sie die Breite (bei querformatigen Bildern) *oder* Höhe (bei hochformatigen Bildern). Maximale Breite: 1000 Pixel. Maximale Höhe: 550 Pixel.

Hier ist ein gutes Tutorial zum Thema [Größenanpassung mit Photoshop](#) (engl.).

(4) Schärfe verbessern: *Nachdem* Sie die Größe eines Fotos angepasst haben, bemerken Sie vielleicht, dass die Konturen etwas unschärfer geworden sind. Die meisten Bildbearbeitungsprogramme haben einen Filter oder eine Dialogbox, mit der Sie die Schärfe nachträglich wieder korrigieren können. Eine Fehlbenutzung kann leicht dazu führen, dass das Foto unnatürlich aussieht. Aber richtig benutzt, kann diese Funktion die Qualität des Bildes sehr verbessern.

Hier ist ein gutes Tutorial zum Thema [Bildschärfe verbessern mit Photoshop](#) (engl.) (Beachten Sie auch die beiden anderen Photoshop-Funktionen "Unsharp Mask" und "Smart Sharpen".)

(5) Im optimierten Format sichern: Das Dateiformat für Webfotos ist JPG (Dateiendung *.jpg*). Aber es reicht nicht, eine Bilddatei als JPG zu speichern. JPG-Dateien können in maximaler, hoher oder mittlerer Qualität gespeichert werden. Je höher die Qualität, desto größer die Datei. Der normale Webnutzer merkt in der Regel nichts von den Qualitätseinbußen bei der Einstellung "mittel", aber die Einsparungen an Speicherplatz und Ladezeit können erheblich sein.

Normalerweise (aber nicht immer) wählt man die Photoshop-Option "für das Internet sichern". (Die Ausnahme ist, wenn man auch die Datei-Informationen zu Bildunterschrift, Urheber und Copyright erhalten will, die in die Datei eingebettet sind. Diese Funktion findet sich bei Photoshop im Menü "Datei".) Die Option "Für das Internet sichern" speichert nur die reine Bilddatei ab. Das reicht auch meistens.

Wenn sie Ihre Fotos in einem Slideshow Programm nutzen wollen, z.B. Soundslides, müssen Sie die zusätzlichen Textinformationen *behalten*. Allerdings werden Ihre Bilddateien dann bis zu dreimal so groß – z.B. 120 KB statt 40 KB (bei gleicher Pixelgröße). Bei einer Webseite mit beispielsweise 20 Vorschau Bildern kann das unnötig lange Wartezeiten verursachen.

Hier sind Infos von Adobe zu ["Für das Internet sichern" mit Photoshop](#) (engl.)

Picasa

Picasa bietet nur einfache Tools zur Bildbearbeitung an, aber die reichen meistens und sind sehr simpel in der Anwendung. Außerdem bietet Picasa Ihnen ein System zur Abspeicherung Ihrer Bilddateien UND VIDEOS an, bei dem Sie die Original-Dateinamen und -orte nicht ändern müssen. Ich (Mindy McAdams) habe über 3000 Fotos auf meinem Macbook und Picasa kann sie alle innerhalb von 15 Minuten katalogisieren.

Sie können Picasa von [dieser Website](#) herunterladen. Es gibt ein gutes Einführungsvideo [für Windows User](#) (5:02) und eins [für Mac User](#) (2:29). Das Mac Video erläutert, was Picasa besser macht als als iPhoto.

Fotos verwalten

Stellen Sie auf jeden Fall sicher, dass Sie *niemals* Ihre Originaldatei bearbeiten. Eine für das Web bearbeitete Datei hat eine geringere Auflösung und der Qualitätsverlust lässt sich nicht mehr rückgängig machen. Was weg ist, ist weg. Sie können dieses Foto dann später für Print nicht mehr gebrauchen. Speichern Sie deshalb eine zu bearbeitende Datei vorher als Kopie unter einem neuen Namen ab ("Sichern unter"), damit das Original erhalten bleibt. (Picasa hat einen "Export" Button, damit kann man die Größe des Bildes verändern. Die Kopie wird dann in einem eigenen Ordner abgespeichert und Ihr Original bleibt erhalten.)

Außerdem sollten Sie ein System zur Aufbewahrung Ihrer Fotos auf Ihrer Festplatte anlegen. Selbst wenn Sie Picasa benutzen, ist das ein guter Tipp, falls Sie Monate später nochmal auf Ihre Bilder zurückgreifen wollen. Je spezifischer die Ordner-Bezeichnungen, desto besser. Dann können Sie auf Namen der einzelnen Fotos in den Ordnern verzichten.

Und zu guter Letzt: Löschen Sie Fotos – aber mit Bedacht. Profi-Fotografen löschen den größten Teil ihrer Bilder schon auf der Kamera, bevor sie den Rest auf ihren Computer laden. Das wird bei Ihnen nicht nötig sein, wenn Sie nicht jeden Tag hunderte von Bildern aufnehmen. Aber die absoluten Loser-Aufnahmen sollten Sie regelmäßig vernichten.

Zusätzliche Links zu deutschen Tutorials:

[PhotoshopTutorials.de – Das deutsche Photoshop Hilfecenter](#)

[Photoshop Tutorials FXencore](#)

RGMP 9: Fotos auf das Blog stellen

Jetzt, wo Sie schon etwas Übung mit dem Aufnehmen und Bearbeiten von Fotos haben, wollen wir welche auf einem Blog veröffentlichen (s. RGMP 2). Die meisten Blogplattformen (z.B: WordPress, Blogger, TypePad – [hier eine Grafik der populärsten Plattformen](#)) machen es den Nutzern sehr leicht, Fotos zu veröffentlichen.

Was müssen Sie wissen? Zunächst müssen Sie lernen, wie man ein Foto in einen Blogbeitrag einfügt. Bei den meisten Blogplattformen gibt es dafür einen kleinen Button oder ein Icon oberhalb des Feldes, in das Sie Ihren Beitrag schreiben. Bei Wordpress sehen Sie die Worte “Hochladen / Einfügen” und unmittelbar rechts davon ein Tool mit dem Hinweis “Bild hinzufügen” (wenn Sie mit der Maus darüberfahren).

Beim nächsten Schritt müssen Sie sich entscheiden: Wollen Sie ein Foto von ihrer Festplatte hochladen oder wollen Sie ein Foto verlinken, dass schon online auf einem Server liegt?

Der einfachste Weg ist das Hochladen vom eigenen Computer. Bedenken Sie jedoch, was mit den Fotos geschieht, die Sie hochladen. Wer kontrolliert den Webspace? Was wird mit den Bildern passieren, wenn Sie eines Tages das Blog vielleicht vom einem kostenlosen Hostingdienst zu einem eigenen Host verlagern wollen? Die Fragen sind vor allem für Fotografen von Bedeutung, die die Kontrolle über ihre Fotos behalten wollen.

Deshalb ist es ratsam, dass Sie die Bilder nur dorthin hochladen, wo Sie den Zugang selbst kontrollieren können. Eine mögliche Option ist, ein [Konto bei Flickr](#) zu eröffnen. Sie können Fotos hochladen und Bildunterzeilen schreiben. Sie können die Fotos in einem kostenlosen Account organisieren oder weitere Optionen mit einem kostenpflichtigen Account nutzen. Wenn Sie bei Flickr eingeloggt sind, gehen Sie auf eine Ihrer eigenen Foto-Seiten und klicken Sie auf den Link “Alle Grössen” über einem Foto ([hier ein Beispiel](#)). Der Link führt Sie auf eine Seite, wo Sie mit der URL einen direkten Link zum Foto haben und nicht zur Webseite mit dem Foto. (Wählen Sie bei Flickr die Spracheinstellung “Deutsch”, dann gelangen Sie über diesen Link auf die [deutschsprachige Hilfeseite](#).)

To link to this photo on other websites you can either

1. Copy and paste this HTML into your webpage:

```
<a href="http://www.flickr.com/photos/macloo/58391513_9225feb9e7_o.jpg" title="Street by macloo, on Flickr"></a>
```

2. Grab the photo's URL:

```
http://farm1.static.flickr.com/32/58391513_9225feb9e7_o.jpg
```

Remember! [Flickr Community Guidelines](#) specify that if you post a Flickr website, the photo must link back to its photo page. (So, use Option 1.)

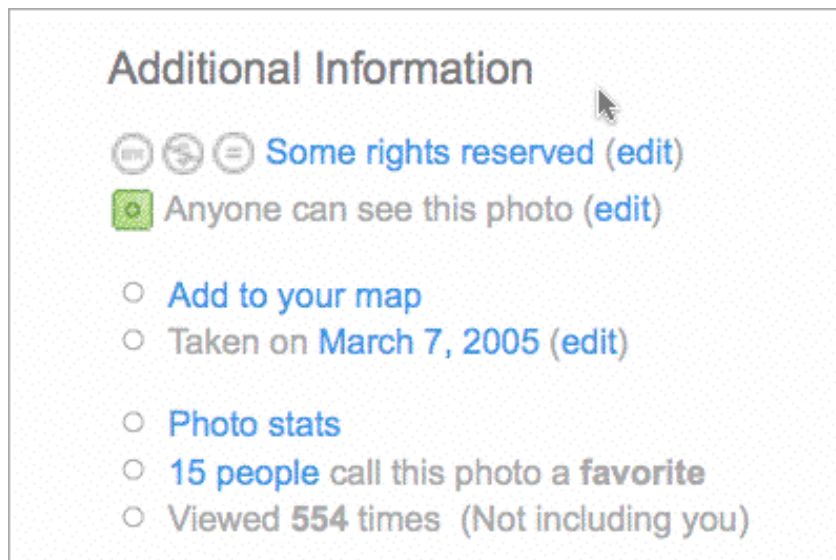
Sie brauchen die URL, die direkt zur Fotodatei führt — das ist auf der Abbildung oben die Nr 2. Der Dateiname endet mit *.jpg*, – dies ist das Format der Fotodatei.

Wenn Sie Speicherplatz auf einem eigenen Webserver haben (oder Ihr Blog über einen Dienst selbst hosten), können Sie natürlich auch dorthin Ihre Fotos hochladen. Aber wenn Sie einen kostenfrei fremdgehostetes Blog bevorzugen (z.B. Wordpress.com), dann ist Flickr eine gute Option zur Online-Speicherung Ihrer Bilder.

Einige wichtige Anmerkungen zum Benutzen fremder Fotos

Fremde Fotos im Internet sind **grundsätzlich urheberrechtlich geschützt**, es sei denn, es ist ausdrücklich etwas anderes vermerkt. Es ist deshalb illegal, wenn Sie ein urheberrechtlich geschütztes Foto kopieren und auf Ihr Blog stellen. Es wird auch nicht dadurch legal, dass Sie den Urheber nennen und/oder auf die Originalseite verlinken. Diese Maßnahmen können das Einverständnis des Urhebers *nicht* ersetzen.

Fotos im Internet brauchen weder einen Urheberrechtsvermerk noch das Symbol ©, um urheberrechtlich geschützt zu sein. Sie sind es automatisch. Manche Fotografen räumen anderen Nutzern allerdings freiwillig begrenzte Rechte an ihren Werken im Internet ein. Sie tun dies unter einer [Creative Commons Lizenz](#). Bei Flickr, zum Beispiel, sehen Sie bei solchen Fotos den folgenden Hinweis unter den Stichworten (tags) auf den Fotoseiten:



Wenn jemand ein Foto unter einer Creative Commons Lizenz online gestellt hat, können Sie das Foto *zu den angegebenen Bedingungen* nutzen. Sie brauchen dafür *keine* gesonderte Erlaubnis einzuholen. Es gibt verschiedene Arten von Creative Commons Lizenzen — manche erlauben Ihnen, das Bild zu verändern (z.B. beschneiden), andere nicht. Manche erlauben eine kommerzielle Nutzung, andere nicht.

Auf Ihrem Blog Fotos verlinken

Im Dialogfeld, wo Sie das Foto hochladen oder eine Foto-URL angeben, bietet Ihre Blog-Software Ihnen höchstwahrscheinlich die Option an, eine Link-URL anzugeben. Das ist nicht das Gleiche wie die Foto-URL. Die Foto-URL gibt an, wo sich auf Ihrem Webservice die Fotodatei befindet. Die Link-URL gibt an, auf welche Website ein Nutzer gelangen soll, der auf das Foto klickt. Das wird bei fremden Fotos, z.B. die Flickr-Fotoseite sein, von der sie das Foto – legal – entnommen haben:



Link zur Foto-URL: <http://www.flickr.com/photos/keithwj/3213687261/>

Wann sollten Sie ein Foto mit der Originalseite verlinken und wann nicht? In den meisten Fällen können Sie nach einer klaren Logik entscheiden. Wenn der Link Mehrwert bietet, z.B. die volle Größe des Bildes, aus dem Sie nur einen Ausschnitt kopiert haben, oder wenn die Website weitere Informationen zum Foto oder zum Fotografen enthält, dann sollten Sie zur Quelle verlinken. Sie sollten außerdem verlinken, wenn der Link zu den Lizenzbedingungen gehört und um dem Fotografen Ihre Anerkennung auszusprechen. In Kürze: Wenn Ihnen auch nur ein guter Grund für den Link einfällt, dann setzen Sie ihn. Verzichten Sie darauf, wenn die verlinkte Website Ihre Nutzer wahrscheinlich verwirrt oder verärgert.

Anmerkungen v. Ulrike Langer: Wenn eine obskure Webseite, auf die Sie nicht verlinken möchten, einen Link verlangt, verzichten Sie lieber auf das Foto.

Die [**erweiterte Google Bildsuche**](#) bietet im Pull-Down-Menü unten rechts Optionen zur Suche nach Fotos unter verschiedenen Creative Commons Lizenzen an.

[**Erklärungen des Wissenschaftlichen Dienstes des Bundestags zum Begriff Creative Commons**](#). (pdf)

RGMP 10: Mit Soundslides arbeiten

In diesem Kapitel werden Fotos mit Soundslides zum Leben erweckt. Soundslides ist ein recht preiswertes – allerdings nicht kostenfreies – Programm, mit dem man Audio-Slideshows auf Windows- und Mac-Computer kreieren kann.

Der Umgang mit Soundslides ist leicht zu erlernen. Wenn Sie eine Stunde oder besser 90 Minuten freie Zeit haben, reicht das schon. Probieren Sie es aus!

Erster Schritt: Gehen Sie auf die [Soundslides](#) Website und laden Sie eine der Versionen von Soundslides herunter. Auf der linken Seite sehen Sie vier Optionen: Soundslides Plus (1) Mac, (2) Windows), Regular Soundslides: (3) Mac, (4) Windows. Suchen Sie eine aus und laden Sie die Version herunter. Das Programm wird funktionieren, sobald Sie es installiert haben. Kaufen können Sie später.

Am Fuß der Seite gibt es Hinweise, welche Version die richtige für Sie ist.

Sie können mit Soundslides weder Video produzieren, noch importieren. Es ist ein einfaches Tool, das vertonte Diaschauen produziert, mehr nicht. Aber eigentlich ist das eine ganze Menge, zumal der Umgang damit kinderleicht ist.

Bevor Sie beginnen

Mit Soundslides können Sie keine Fotos bearbeiten (siehe dazu RGMP 8) und keine Audioaufnahmen bearbeiten (siehe dazu RGMP 4). Das bedeutet, Sie müssen Ihre Fotos *vorher* auswählen, eventuell beschneiden und optimieren. Außerdem brauchen auch *vorher* eine fertige MP3-Audiodatei mit [den korrekten Audioeinstellungen](#), bevor Sie die Arbeit mit Soundslides beginnen.

- Halten Sie ihre gesamten **Fotos** für die Slideshow (evtl. beschnitten, gedreht und farbkorrigiert) in **einem Ordner** bereit, in dem sich *keine anderen Fotos befinden*. Die Bilder müssen JPG Dateien sein. (Sie können die Fotodateien in Soundslides nicht mehr bearbeiten.)
- Halten Sie Ihre fertige **MP3 Datei** bereit. (Sie können diese Datei in Soundslides nicht mehr bearbeiten.)

Beachten Sie, dass die **Länge** Ihrer MP3 Datei die Länge Ihrer Slideshow bestimmt. Das ist ein Grund, warum das Programm so einfach zu nutzen ist. Wenn Ihre Audiodatei 1:12 Minuten lang ist, dann ist Ihre Slideshow genauso lang.

Ein anderer Punkt, den Sie beachten sollten, ist die Zahl Ihrer Fotos im Verhältnis zur Länge der Audiodatei. Eine gute Faustregel lautet: 5 Sekunden pro Bild. Sie können die Dauer, in der die Einzelbilder gezeigt werden sollen, in Soundslides variieren, aber diese ungefähre Richtschnur hilft Ihnen, zu entscheiden, wieviele Fotos Sie editieren sollten (wenn die Länge der Audiodatei feststeht), oder wieviel Audio Sie brauchen, z.B. wenn Sie nur sehr wenige Bilder haben.

Eine 60-Sekunden-Slideshow benötigt ungefähr 12 Fotos und für eine 2-Minuten-Slideshow brauchen Sie ungefähr 24 Bilder (Wenn Sie zu wenige Fotos benutzen, langweilt das den Betrachter). Sie brauchen sich nicht sklavisch an die 5 Sekunden zu halten, aber seien sich bewusst, dass nach circa 6 oder 7 Sekunden für ein Bild das Interesse des Betrachters nachlassen wird. Auf der anderen Seite sollten Sie aber auch keinen Schnelldurchlauf veranstalten. Das ist irritierend und unbefriedigend.

Beginnen Sie jetzt

Wenn Sie eine MP3-Datei und mehr als ein Dutzend Fotos haben, können Sie jetzt anfangen.

1. Starten Sie Soundslides and benennen Sie Ihr neues Projekt (Details s. unten).
2. Wählen Sie über die "Custom" Option die Breite und Höhe für die Slideshow aus, die am besten zur Größe Ihrer Fotos passt.
3. Importieren Sie Ihre Fotos (Klicken Sie auf den großen JPG Button und zeigen Sie Soundslides den Ordner mit Ihren Bildern).
4. Importieren sie Ihre Audiodatei (klicken Sie auf den großen SND Button und zeigen Sie Soundslides, wo Ihre MP3-Datei liegt).

Nun sind Sie bereit, Ihre Fotos so zu sortieren, dass sie zur Tonspur passen. Ziehen Sie auf dem virtuellen Leuchttisch "Slides" einfach die Bilder per "drag and drop" in die richtige Reihenfolge. In der unteren Leiste können Sie Ihre Fortschritte überprüfen und die Slideshow zur Probe ganz oder teilweise abspielen. Sichern Sie die Datei zwischendurch häufig.



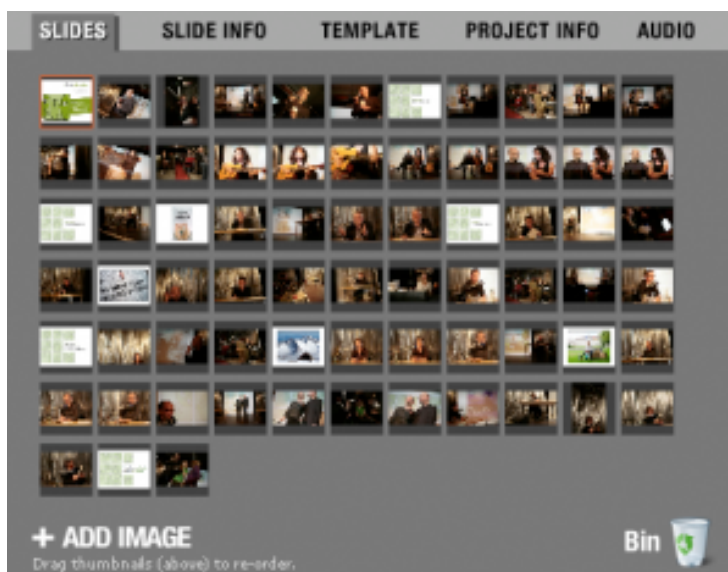
Um das Timing einzelner Fotos zu verändern, ziehen Sie die Bilder in der unteren Randleiste an den Rändern einfach in die Breite oder Sie machen sie schmaler. Je breiter das Bild, desto länger wird es in der Diaschau angezeigt. **Sichern** Sie die Änderungen, **testen** Sie das Ergebnis.

Bildunterschriften, Bildnachweise und Überschriften

Diese Funktionen werden alle mit den Reitern mit den Tabs oben rechts eingestellt.

- Um Bildunterschriften zu schreiben, wählen Sie den **Slide Info** Reiter. Mit "Back" und "Next" können Sie zwischen den Bildern hin- und herwechseln.

- Um eine Überschrift die Slideshow zu schreiben oder Urheber oder Mitarbeiter zu benennen lideshow, klicken Sie auf **Project Info**.
- Um zum Pult mit den Vorschaubildern zurückzukehren, klicken Sie auf **Slides**.



Veröffentlichen Sie Ihre Slideshow im Internet

Auf der SoundSlides Seite sehen Sie [Uploading a slide show to a Web server using an FTP client](#). Wenn Sie noch nie FTP benutzt haben und noch nicht einmal wissen, wofür die Abkürzung steht – keine Panik. FTP bedeutet *file transfer protocol* - oder “upload.” Die SoundSlides empfiehlt das FTP Program FileZilla; FireFTP ist auch gut (s. [Tutorial](#)), aber eigentlich spielt es keine Rolle, welches Program Sie benutzen.

Wenn Sie für ein Medium mit einer Online-Redaktion oder einem Web-Administrator arbeiten, können Sie einfach Ihren “publish to Web” Ordner übergeben, den SoundSlides aus Ihrer fertigen Slideshow generiert. Sie sollten aber – falls Audio-Slideshows dort keine Routineangelegenheit sind – betonen, dass *der gesamte Ordner* hochgeladen werden muss. Sie können den Ordner umbekennen, aber keine Datei darin sollte angerührt werden. (Einzige Ausnahme: Die *index.html* Datei darf von jemandem, der sich mit HTML auskennt, bearbeitet oder ersetzt werden.) Einzelne Dateien hochladen wird nicht funktionieren!

Mehr Informationen darüber, wie man Slideshows hochlädt und veröffentlicht, finden Sie auf der SoundSlides Seite: [Publishing](#).

Tipps um Ihr Projekt sicher zu verwalten

- Benennen und sichern Sie den Projektordner sorgfältig. Merken Sie sich, wo und unter welchem Namen Sie ihn gesichert haben.

- Vergessen Sie nicht, ihre fertige Audio-Slideshow zu sichern UND zu exportieren.
- Der *publish_to_web* Ordner muss intakt als Ganzes hochgeladen werden.
- BEHALTEN Sie den intakten **PROJEKT ORDNER**, falls Sie die Slideshow später verändern wollen. Wenn Sie nur noch den *publish_to_web* Ordner haben, können Sie keine Änderungen mehr vornehmen.

Fotos hinzufügen oder löschen nach dem Import: Das ist möglich (unter **Slides** tab “Add Image” bzw. unerwünschtes Foto in den Papierkorb ziehen, unten rechts), aber wenn Sie schon das Timing für die Fotos gemacht haben, wird es dadurch verändert, und Sie müssen es wieder korrigieren. Das ist zusätzliche Arbeit. Es empfiehlt sich also die Fotos vorher sorgfältig auszuwählen.

Die Audiodatei nach dem Import ersetzen: Das ist ebenfalls möglich – klicken Sie dazu auf den **Audio** Reiter. Aber danach müssen Sie das Timing der gesamten Slideshow wiederholen.

Zusätzliche Tipps bietet das Soundslides [Forum](#) und das [Soundslides user manual](#) (beide nur auf englisch).

Soundslides basiert auf dem [Flashplayer](#), den die meisten Internetnutzer als Browser-Plugin schon haben. Sie werden also kein Programm installieren müssen, um Ihre Slideshow im Netz anzuschauen.

Es gibt viele Beispiele ausgefeilter und professioneller Slidehows im Netz, aber auch Printjournalisten können z.B. ein Audiointerview mit Fotos hinterlegen, und auf diese Weise publizieren.

Anmerkungen von Ulrike Langer:

1. Ein gutes Beispiel dafür, was man mit Audio-Slideshows machen kann, ist die von Kai Schächtele produzierte Show vom [Auftakt der Freischreiber-Lesetour in Berlin](#). (Auf das Foto klicken, um die Slideshow zu starten). Schächtele (freier Journalist und Vorsitzender des Verbandes freier Journalisten Freischreiber) hat zusammen mit Christian Frey z.B. auch diese schöne [Slideshow über Sankt Pauli Fans](#) produziert.
2. Internationale Maßstäbe setzt die New York Times mit ihrer Audio-Slideshow-Plattform [One in 8 million](#).
3. **Linktipps:** [Rufposten](#) (Blog von Matthias Eberl über multimediales Storytelling im Netz), [Soundphotographer](#) (Blog von Fabian Schweyher über Audio Slideshows, Flash-Journalismus, Multimedia und Storytelling im Netz), [Für die Zukunft](#) (Bericht von M. Eberl über seine journalistischen Erfahrungen mit Audio-Slideshows im mediummagazin).
4. Zum erstmaligen Ausprobieren des Programms Soundslides reicht auch die kostenfreie Demoversion. Beim Publizieren ist diese Version allerdings nicht voll funktionsfähig (außerdem wird ein unschönes Label “Demoversion” für jeden Nutzer sichtbar eingeblendet). Ein Upgrade auf eine der beiden kostenpflichtigen Versionen empfiehlt sich also vor dem ersten Upload einer Slideshow.

RGMP 11: Eine gute Geschichte in Bild und Ton erzählen

In diesem Kapitel geht es um die Kriterien, nach denen man beurteilen kann, ob es sich lohnt, eine bestimmte Geschichte in Form einer Slideshow zu erzählen – mit Fotos und Audio – und wie man sie aufbauen sollte, damit die Geschichte optimal wirkt.

Chuck Fadely vom *Miami Herald* hatte Recht, als er in seinem [Kommentar](#) zur zehnten (Original-)Folge RGMP schrieb:

Ziel sollte es sein, visuell orientierte Geschichten zu erzählen. Mit Audioaufnahmen, die das Bildmaterial ergänzen, und mit einem Rhythmus und einer Komposition, die dem Stück angemessen sind. Einen Ordner voller Bilder über eine schlechte Tonaufnahme zu kippen nützt niemandem.

Was wollen Sie erzählen?

Das ist vielleicht der häufigste Fehler, den Journalisten machen: Wir geben uns keine oder zu wenig Mühe, diese Frage zu beantworten.

Oft gehen wir zu einem Termin und unser (Print-)Bericht handelt dann davon, **wer da war**, **was passierte** und wer was gesagt hat. In der langen und ehrwürdigen Tradition des Geschichtenerzählens steht diese Form der Vermittlung ziemlich weit unten auf der Skala – es sei denn, das Ereignis war die Schlacht von Troja, (die allerdings auch ein wenig aufregender war als eine gewöhnliche Wohltätigkeitsveranstaltung).

Wenn Sie einen Bericht oder eine Reportage von einem Ereignis in Fotos und Audio produzieren wollen – was wollen Sie erzählen? Zusätzlich zu den Basics (Was passierte, wer war da) müssen Sie **einen Eindruck von der Vor-Ort-Erfahrung vermitteln**. Wenn es eine Party war, müssen Ihre Rezipienten die Musik hören können, das Klirren der Gläser, Stimmengemurmel und Gelächter. Wir müssen Leute tanzen **sehen**, falls getanzt wurde, und etwas von der Stimmung spüren. Oder von der Langeweile. Es muss einfach mehr sein als Schnappschüsse von Grüppchen für eine Society-Seite, alle von der gleichen Distanz und aus der gleichen Perspektive aufgenommen. (Hier ist ein gutes Beispiel von einem Schönheitswettbewerb: [Bellezas Hispanas](#).)

Wenn der Termin optisch so ereignislos war, dass Ihre Fotos nur Leute zeigen, die sitzen und reden oder anderen beim Reden zusehen (zum Beispiel bei einer Podiumsdiskussion), dann macht es wahrscheinlich wenig Sinn, daraus eine Multimedia-Slideshow zu produzieren. Es wäre langweilig. *Schreiben Sie lieber einen interessanten Bericht* über die Inhalte der Diskussion.

Ein Feature handelt typischerweise von einer Person (oder mehreren Personen), die interessante oder ungewöhnliche Dinge tut. (Oft ist dies das Gleiche). Jemanden, der Briefmarken sammelt, aufzunehmen, vermittelt wahrscheinlich wenig Aktion oder Gefühle, aber vielleicht sind die Briefmarken sehr ungewöhnlich oder schön anzusehen. Eher in

Frage kommt allerdings eine Hauptperson, **die eine wirkliche Handlung vollführt** – maßgefertigte Motorräder baut, bunte Glasfenster kreiert, mit Tieren arbeitet, etc.

Was wollen Sie vermitteln? Die Briefmarken sind außergewöhnlich – wenn man sie von ganz nah betrachtet. Der Typ, der die Motorräder baut, tut das, weil er es toll findet, wenn seine Kunden genau das Motorrad bekommen, von dem sie schon immer geträumt haben. Der Fensterglaskünstler hat eine Leidenschaft für Licht und Farben. Die Mitarbeiterin des Tierheims spricht mit jedem Hund und jeder Katze als wenn sie antworten könnten.

Sie müssen sicherstellen, dass Sie jeweils den interessantesten Aspekt vermitteln – das eine Element, das Ihre Geschichte *heraushebt*.

Wenn Sie rausgingen zu dem Termin für die Motorradgeschichte und dächten dabei: “Motorräder sind schöne Bildmotive”, dann wäre das okay. Aber wenn schöne Motorräder dann alles wären, was Sie zurückbrächten – dann hätten Sie keine Geschichte. Oder der Typ auf ihrem Tonaufnahmegerät sagt: “Warum ich das alles mache? Für das Leuchten in den Augen eines Kunden, der zum ersten Mal auf einer für ihn maßgefertigten Maschine sitzt” – wenn Sie die leuchtenden Kundenaugen nicht fotografiert haben, dann haben Sie keine Slideshow.

Sie können sehr einfach mit ihrer Kamera Dutzende von Momenten einfangen, in denen die Tierheimmitarbeiterin mit den Hunden und Katzen herumtollt. Aber das *reicht nicht*. Sie müssen sie bei ihren Alltagsroutinen begleiten. Sie müssen *lange genug* bleiben, so dass Sie mit Kamera und Mikrofon *unsichtbar* werden, die Protagonistin Sie vergisst und in ihre Routinen zurückverfällt. Das ist der Moment, wo sie beginnt mit den Tieren zu sprechen. Und der Moment, wo Sie Töne und Bilder einfangen, welche die wahre Geschichte erzählen.

Anfang und Ende

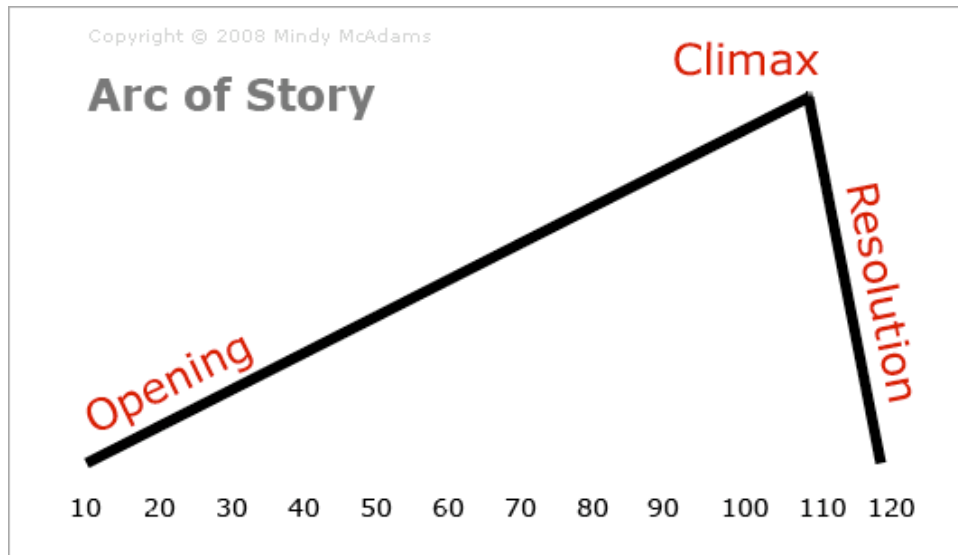
Die meisten Multimedia-Beiträge dauern zwei bis zweieinhalb Minuten. Sich auf diese Länge zu beschränken erfordert Disziplin. Sie müssen nicht nur wissen, was Sie erzählen wollen; Sie müssen auch erbarmungslos alles wegschneiden, das nicht Ihrem Ziel dient, genau diese Geschichte voranzubringen. Halten Sie es simpel. Versuchen Sie nicht, mehr als eine Geschichte in zwei Minuten zu erzählen.

Wenn Sie wissen, wie der Anfang und das Ende Ihrer Geschichte aussehen sollen, ist der Rest nicht schwer. Eine Slideshow, die stark beginnt, fesselt sofort. Ansonsten wird Ihr Publikum schnell aussteigen.

Um einen klaren Weg einzuschlagen, *müssen Sie Ihren geplante Schlusssatz fest im Blick haben*. Sie müssen schon vor dem Schneiden des restlichen Materials genau wissen, worauf Sie hinaus wollen.

Das Ende kann die Geschichte entweder ruinieren oder auf eine höhere Ebene heben. Manchmal plätschert das Ende einfach so weg. Manchmal endet eine Geschichte zu abrupt oder zu willkürlich. Ein solides befriedigendes Ende einer Reportage oder eines Features hat zwei Teile: Höhepunkt (Climax) und Auflösung (Resolution). Das mag ein wenig überproportioniert klingen bei einer Zwei-Minuten-Geschichte. Aber wenn Sie in diesen Begriffen denken, werden Sie eine *bessere* Geschichte produzieren.

Der **Höhepunkt** ist das Ziel, zu dem Sie Ihr Publikum führen wollen – in einer direkten Linie vom Anfang. Der Höhepunkt ist nahe am Ende, aber anschließend müssen Sie noch eine **Auflösung** bieten. Das rundet die Geschichte ab und vermittelt ein Gefühl von Vollständigkeit. Die Auflösung ist die Kirsche auf dem Eisbecher.



Ein sehr gutes Beispiel ist [Guitar Lessons at the Central Area Senior Center](#). Dies ist eine sehr simple Geschichte über einige ältere Frauen, die Gitarrenunterricht nehmen. Die Eingangsszene ist stark und klar – Wir **hören** eine Gitarre spielen und **sehen** eine alte Frau, die mit ihrem Gitarrenkasten ins Auto steigt. Dann sagt, sie, dass sie sich immer schon für Musik interessiert habe, aber nie Zeit hatte ein Instrument spielen zu lernen.

Auf dem Höhepunkt der Geschichte sagt eine der Frauen: “Wir sitzen nicht bloß zuhause herum und schauen fern”, und eine andere sagt: “Nach der Pensionierung beginnt der schönste Teil des Lebens.” Wir sehen eine Frau, die mit einem breiten Lächeln im Unterricht Gitarre vorspielt. Danach kommt die Auflösung: Wir hören, wie die Gitarrenschülerinnen singen: “I’m back in the saddle again”, und wir hören ein entzücktes Lachen von einer der Frauen.

Wir sehen, wie zwei Schülerinnen in ihr Auto einsteigen um nach Hause zu fahren. Es ist friedliche und fröhliche Szene, welche die Stimmung des Features noch einmal aufgreift und zum Ende trägt.

Der Mittelteil befördert uns auf klare und simple Weise zum Höhepunkt. Wir sehen mehrere Schülerinnen im Unterricht. Wir hören, wie sie zusammen spielen und singen. Sie erzählen uns, warum sie den Kurs besuchen. Der junge Lehrer erzählt uns, warum er den Kurs unterrichtet. Wir sehen ihre Notenblätter und wie sie ihre Gebühren bezahlen.

Der Mittelteil erweitert die Geschichte, aber der Verlauf ist unvermeidlich, wenn der Anfang und das Ende feststehen.

Die technischen Feinheiten

Es braucht Zeit, genügend Material für eine Slideshow zu sammeln. Sie müssen lange genug vor Ort bleiben um etwa 200 Bilder zu machen (oder mehr). Sie müssen *vieler* Variationen fotografieren (aus der Distanz, aus verschiedenen Winkeln, verschiedene Subjekte), und wesentlich mehr Details einfangen (extreme Nahaufnahmen), als Sie jemals für eine Printgeschichte benötigen würden.

Während die Zahl der Fotos in Richtung Exzess tendiert, ist es bei der Audioaufnahme genau umgekehrt. Betrachten Sie ein normales Interview als Generalprobe für das konzentrierte “echte” Interview, aus dem Sie dann die Audiosegmente auswählen. Entscheiden Sie, was Sie erzählen wollen, beginnen Sie mit einer neuen Audiodatei, und stellen Sie die Fragen, deren Antworten Sie verwenden wollen, noch einmal. Sagen Sie den Interviewten *niemals*, was oder wie sie antworten sollen – aber Sie können natürlich erklären, dass sie jetzt manche Fragen für die Audioaufnahme noch einmal stellen.

Wenn Sie zuviel Ton aufnehmen, beschern Sie sich einen Haufen Extraarbeit. Als ich (McAdams) eine Slideshow über eine Gruppe von Zeitungsreportern in einem Videotraining-Workshop produzierte, wollte ich sechs Leute interviewen (ein Drittel der Gruppe). Ich wusste, dass die endgültige Fassung der Slideshow etwa zwei Minuten dauern würde (sie wurde [2:17 min.](#) lang). Teilen Sie 120 Sekunden durch sechs Interviews und Sie werden feststellen, dass jedes Interview höchstens 30 Minuten dauern kann. Deshalb entschied ich mich, jedem meiner Interviewpartner zwei Fragen zu stellen, und das erleichterte das Editieren der Audioaufnahme ungemein. Ich nahm ungefähr 25 Minuten Audiomaterial auf.

Nehmen Sie so viele natürliche Hintergrundgeräusche wie möglich auf. Stellen Sie sicher, dass Sie mindestens eine Minute Stille vor Ort (sie ist nicht ganz still) mit aufnehmen. Sie werden sie beim Editieren brauchen. Nehmen Sie alle Geräusche auf, die unmittelbar mit der Geschichte zu tun haben – zum Beispiel auch, wie der Motorradbauer sich mit einem Kunden unterhält.

Wenn Sie mit dem Editieren beginnen, haben Sie Geduld. Akzeptieren Sie, dass dies ein repetitiver Vorgang ist. Sie können entweder mit den Fotos oder mit den Audioaufnahmen beginnen, aber Sie werden beide mehr als einmal bearbeiten. Legen Sie zunächst Anfang und Ende fest. Suchen Sie jeweils passende Ton/Bild-Paarungen für Anfang und Ende aus.

Ein Schlüsselement, um den Mittelteil zu gestalten, ist ein guter Mix aus verschiedenen Distanzen und Perspektiven. Fotografen nennen das *Tempo*. Es ist keine Zeitangabe (schnell oder langsam) in dem Sinne, dass die Slideshow zwei Minuten dauert, und einige Fotos für vier Sekunden und anderen für fünf Sekunden zu sehen sind, etc. Tempo bedeutet die Balance zwischen Nahaufnahmen, Weitwinkel, mittleren Einstellung und die Motivauswahl. Zu viele Bilder aus mittlerer Distanz wirken langweilig. Zu viel Aufnahmen mit dem gleichen Bildaufbau ebenfalls. Jede Form von Wiederholung langweilt das Publikum – also vermeiden sie Wiederholungen rigoros.

Einer der besten Anleitungen zur Produktion von Audio-Slideshows, die je geschrieben wurde ist: [How to make your audio slideshows better](#) (engl.)

Musik verwenden

Es ist einfach, Musik zu verwenden, um zu kaschieren, dass Sie nicht genügend brauchbares Audiomaterial haben. Es ist eine bequeme Option vor allem für Reporter, die nicht genügend Wert auf Interviewführung und Reportagekunst legen. In vielen Fällen ist Musikunterlegung in einer journalistischen Slideshow unjournalistisch und ich würde mich dagegen entscheiden, wenn die Musik in der Geschichte keine Rolle spielt.

Erzähler

Ein Erzähler kann wunderbar sein, aber nur bei einem sehr gut geschriebenen Text und sehr guter Sprecherstimme. Es gibt kaum etwas Langweiligeres als vom Blatt abgelesener Erzählertext. Wenn die Subjekte ihre eigene Geschichte erzählen können, dann ermöglichen Sie ihnen das.

Texteinfügungen

Sie können Zwischentexte und einen Abspann wie bei Filmen in eine Slideshow einfügen, indem Sie JPG-Dateien importieren und an jeder beliebigen Stelle integrieren (wie zum Beispiel hier bei meiner Slideshow über eine [Bücher-Signierstunde in Hanoi](#).) Stellen Sie sicher, dass die JPGs genau das gleiche Format haben wie ihre übrigen Aufnahmen, damit die Schrift nicht verzerrt wird.

Bildunterschriften

Viele Zuschauer schauen sich die Bildunterschriften gar nicht an. Aber diejenigen, die daran interessiert sind, erwarten Fakten und korrekte Informationen – nicht nur Wiederholungen dessen, was sie im Bild ohnehin sehen. Wie in Print sollten handelnde Personen mit vollem Namen genannt und mit einem weiteren Attribut beschrieben werden, z.B. Heimatstadt oder Beruf. Alle prominenten Personen sollten in den Bildunterschriften vollständig identifiziert werden.

Orts- und Zeitangaben

Ich bin immer wieder erstaunt, wieviele Audio-Slideshows keine Informationen über Ort, Zeit der Geschehnisse auf ihren Fotos liefern. Wenn ein Datum genannt ist, dann fehlt oft das Jahr. Denken Sie daran, das Internet ist kein Fischeinwickelpapier. Ihre Slideshow wird eine lange Zeit online stehen, also liefern Sie bitte den nötigen Kontext.

Zusätzliche deutsche Tipps und Anleitungen:

Ein gutes Beispiel dafür, was man mit Audio-Slideshows machen kann, ist die von Kai Schächtele produzierte Show vom [Auftakt der Freischreiber-Lesetour in Berlin](#). (Auf

das Foto klicken, um die Slidehow zu starten). Schächtele (freier Journalist und Vorsitzender des Verbandes freier Journalisten Freischreiber) hat zusammen mit Christian Frey z.B. auch diese schöne [Slideshow über Sankt Pauli Fans](#) produziert.

- [Rufposten](#) (Blog von Matthias Eberl über multimediales Storytelling im Netz – Eberle bekam im Dezember 2009 für [diese Reportage](#) über eine Szenekneipe den Reporterpreis verliehen)
- [Soundphotographer](#) (Blog von Fabian Schweyher über Audio Slideshows, Flash-Journalismus, Multimedia und Storytelling im Netz)
- [Für die Zukunft](#) (Bericht von M. Eberl über seine journalistischen Erfahrungen mit Audio-Slideshows im mediummagazin).

RGMP 12: Ein gutes Video produzieren

Im elften Kapitel ging es darum, sicherzustellen, dass man eine Reportage findet, die es wert ist, in Bild und Ton erzählt zu werden, und wie man sie aufbaut, damit sie funktioniert. Dieses Kapitel handelt davon, wie man diese Prinzipien auf Video anwendet, und um gute Videoaufnahmetechniken.

Lassen Sie uns zunächst Ihre Story betrachten. Haben Sie überhaupt eine Reportage? Eine erstaunliche Zahl von Journalisten in der Ausbildung (und auch mit Berufserfahrung) scheint eine gute Reportage nicht mal zu erkennen, wenn sie ihnen vor die Füße fällt.

Ein Webvideo bleibt uninteressant, wenn es nur Fakten oder Informationen vermittelt. Die umgekehrte Pyramide (Text) oder das Nachrichten-Bulletin (Radio) sind keine Erzählformate – auch wenn wir im Journalismus dazu neigen, *alles* “eine Geschichte” zu nennen.

Erinnern Sie sich daran, was eine Geschichte wirklich ist: Schneewittchen und die sieben Zwerge, Harry Potter, Star Wars, Aladdin und die Wunderlampe, Der Wettlauf zwischen Hase und Igel, Iliad und Odysseus. Eine Geschichte ist *nicht* die Wiedergabe von Fakten – das ist ein Bericht, keine Geschichte.

ine Geschichte finden

[Ken Speake](#), der fast 40 Jahre beim Fernsehen gearbeitet hat, sagt immer, dass ein Journalist, der sich von seiner Neugier leiten lässt, überall interessante Geschichten finden kann. Ken sieht die Welt fast wie ein Kind. Kleine Kinder fragen immerzu “Warum?” Das kann einen manchmal verrückt machen, wenn es um die banalsten Dinge geht. Wie geht das? Warum sieht das so aus? Was macht das? Warum steht der Mann auf einer Leiter? Wie ist er dahingekommen? Wohin geht er jetzt?

Diese Fragen können uns in versteckte Gässchen und Hinterzimmer führen, hinter die Kulissen und zu den verborgenen Plätzen in den Seelen der Menschen. Das sind die Orte, wo Geschichten leben, und dort müssen Sie nach ihnen suchen.

Um dorthin zu gelangen, müssen Sie neugierig sein. Sie müssen sich für Ihr Thema interessieren und Geduld mitbringen. Niemand öffnet Ihnen die Tür zu seinem Inneren, wenn sie ihm eine Kamera ins Gesicht drücken und Ihre Fragen abfeuern.

Kultivieren Sie die Fähigkeit eine Geschichte zu erkennen

Letztes Jahr haben einige meiner Journalistenschüler ein Tätowierstudio besucht, um Aufnahmen für eine Audio-Slideshow zu machen – und sie verpassten eine Riesenchance, eine lebendige Reportage mitzubringen. Alle Journalismus-Dozenten wissen: Journalistenschüler lieben Tätowierstudios. Sie glauben, sie würden dort gute Geschichten finden. Meistens finden sie keine – stattdessen kommen sie mit einem sehr

langweiligen Interview mit dem Besitzer des Studios zurück, der von seinen Kunden erzählt und seine besten Designs zeigt. Gähn!

Warum ist das eine langweilige Geschichte? Weil sie so vorhersehbar ist. Es gibt keinen Aufhänger, nichts, das irgendwie aus dem Rahmen fällt. Dem Interview fehlt es an einer emotionalen Verbindung, etwas, [das Ira Glass einen "Moment der Besinnung" nennt](#) (engl.) Es ist der Grund für die Geschichte. Es ist das, was die Geschichte ausmacht.

Zu der Zeit, als meine Journalistenschüler im Tätowierstudio waren, bekam eine 18-jährige Studentin ihr erstes Tattoo. Meine Schüler brachten einige schöne Fotos vom Verlauf der Tätowierung mit. Sie führten auch ein kurzes Interview mit ihr. Sie sagte, ihr Vater habe seine Tätowierung vor einer Weile im gleichen Studio bekommen, und das sei ein Grund, warum sie hier jetzt auch eine bekäme. Mein Schüler hatten den Vater fotografiert, wie er mit einem der Tätowierer redet. "Habt Ihr den Vater interviewt?" fragte ich. Nein. "Habt Ihr seine Tätowierung fotografiert?" Nein. Habt Ihr ihn gefragt, ob er Euch sein Tattoo zeigen mag?" Nein.

Wie schon erwähnt: Manche Journalisten sehen die Geschichte nicht, wenn sie ihnen direkt vor die Füße fällt.

Aber es wurde noch schlimmer. Ich sah mir ihre Fotos an und bemerkte, dass während die 18-Jährige auf dem Tisch lag und der Tätowierer sich mit seiner Nadel über sie beugte, eine Mittvierzigerin dabei zusah. "Wer ist diese Frau?" fragte ich.

"Ach, das ist ihre Mutter."

"Die Mutter der jungen Frau?" rief ich. "Habt ihr mit ihr gesprochen?" Nein.

Ich werde meinen Journalistenschülern nie sagen, dass sie nicht in ein Tätowierstudio gehen können – es gibt dort fantastische Geschichten zu entdecken, und vielleicht wird sie eines Tages ein Journalistenschüler auch wirklich finden. Aber wenn Sie vor Ort sind und sich nicht wirklich für die Menschen dort interessieren, und nicht bereit sind, sich auf etwas einzulassen, dass Sie nicht vorhergesehen hatten, dann werden sie die Geschichte nicht sehen, die vor ihren Füßen liegt.

Halten Sie Ausschau nach visuell interessanten Szenen

Als ich 2007 einen [viertägigen Video-Workshop](#) mit Michael Rosenblum besuchte, erzählte er uns Teilnehmern etwas, das ich auch schon von vielen Fotografen gehört habe: Zunächst ohne die Kamera hingehen.

Schauen Sie sich um. Reden Sie mit den Leuten. Stellen Sie Fragen. Machen Sie keine Bilder, halten Sie niemandem ein Mikrofon vor die Nase. Machen Sie sich höchstens einige handschriftliche Notizen. Was Sie in dieser Phase tun: Sie suchen nach der Handlung und den Szenen, aus denen interessante Videosequenzen entstehen können. Denken Sie daran: Es geht hier nicht um Nachrichten, sondern darum, eine Geschichte zu erzählen. Die Menschen, die Sie jetzt nur beobachten, werden ihre Handlungen auch anschließend noch fortführen. Sie verpassen keinen einzigartigen Moment in der Geschichte, wenn Sie nicht sofort mit Kamera und Mikrofon draufhalten.

Reden Sie soviel wie möglich mit den Menschen und stellen Sie vor allem viele “Warum?” und “Wie?” Fragen. Dies ist noch nicht das Interview für ihre Tonaufnahme. Es ist die Grundlage für Ihre Geschichte.

Bevor Sie zu Ihrem Auto oder zu Ihrer Tasche zurückkehren, um die Kamera zu holen, müssen Sie sich darüber klar werden, was die Geschichte ist. Erwarten Sie nicht von Ihrer Kamera, dass sie die Geschichte von alleine findet. Sie wird ihnen diesen Gefallen nicht tun.

Filmen Sie erst, interviewen Sie danach

Auch das habe ich von Rosenblum gelernt (und es widerstrebt der intuitiven Vorgehensweise vieler TV- und Printjournalisten, die gelernt haben mit der Videokamera umzugehen). Aber die Logik ist simpel: Wenn Sie erst interessante Szenen filmen, dann werden Sie anschließend die richtigen Fragen dazu stellen. Wenn Sie aber die Menschen erst interviewen, dann werden Sie dazu neigen, hinterher vor allem solche Szenen zu filmen, die das Gesagte illustrieren – was nicht unbedingt die visuell interessantesten Szenen sind.

Die von Ihnen interviewte Person spricht darüber, *wozu Sie Fragen stellen*.

Wenn Sie sich von Ihrer Neugier leiten lassen, ist es wahrscheinlicher, dass Sie auch unerwartete Fragen stellen – und interessante und offenbarende Antworten erhalten. Wenn Sie das Bildmaterial mit unverstelltem Blick einfangen – mit dem Auge des Kindes, dass immer “Warum?” fragt – dann steigt, die Wahrscheinlichkeit, dass sie eine originelle, sehenswerte Geschichte einfangen.

Nehmen wir an, Sie haben einen Jungen auf dem Wochenmarkt gefilmt, wie er auf dem Boden hinter einem Verkaufstisch sitzt und mit einem Messer Brokkolistengel abschneidet. Dann haben Sie seine Mutter interviewt, die hinter dem Tisch steht und ihr Gemüse verkauft. Weil Sie wissen, dass Sie einige schöne Aufnahmen von dem Jungen haben, stellen Sie ihr auch einige Fragen zu Ihrem Sohn. Wenn Sie die Aufnahmen nicht schon hätten, wären sie eher versucht, sich nur auf die Mutter als Hauptperson am Stand zu fokussieren.

Ich habe mehr als ein Dutzend sehr langweilige Videoreportagen über lokale Wochenmärkte gesehen. Alles was ich darin zu sehen und hören bekam, war vollkommen vorhersehbares Zeug darüber, wie es ist, ein Bauer zu sein und frisches Obst und Gemüse feilzubieten. Es ist sinnlos, solche Reportagen zu produzieren, die aus nichts anderem bestehen, als genau den Eindrücken, die sich jeder normale Mensch bei einem Besuch auf dem Wochenmarkt auch selbst verschaffen kann und die genau die Erwartungen und Erinnerungen an Bauern und Märkte hervorrufen, die jeder ohnehin hat.

Filmen Sie Handlung, Emotion und ein drittes Element

Der Brokkoli putzende Junge ist Handlung, Aktivität. Die am Stand stehende Frau ist keine Handlung. Selbst wenn sie Gemüse abwägt eintütet, einem Kunden die Tüte herüberreicht und sein Geld kassiert, ist das ziemlich langweilig anzusehen.

Neulich habe ich Bildmaterial von einem meiner Studenten gesehen. Es zeigt eine Frau, die eine Cantaloupe in einem Supermarkt aussucht. Es sah interessant aus, weil die Sequenz aus extremen Nahaufnahmen ihrer Hände bestand, die sich nacheinander um verschiedene Cantaloupen schlossen. Die Kamera zeigte ihr Gesicht ganz aus der Nähe, als sie eine Melone an ihr Ohr hielt und sie ein wenig schüttelte. Dann gab es eine Einstellung von hinten und oben herab, die uns den Berg aufgetürmter Cantaloupen zeigte. Die Frau schien sich auf ihr Tun völlig zu konzentrieren. Das war als Filmsequenz nicht schlecht.

Den *Dreiklang der Erfolgselemente im Video* (s. Zwischenüberschrift) habe ich von [Angela Grant](#), die mehrere Jahre lang Webvideos für eine Tageszeitung in Texas gedreht hat. Sie nannte die drei Elemente “viel Bewegung und Action”, Emotionen und “etwas, was die Leute einfach gerne sehen wollen”. Ich nenne sie “Aktion oder Handlung”, Emotion und “das muss man gesehen haben, um es zu glauben”.

Angela hat mir auch das bestmögliche Beispiel aus der dritten Kategorie gezeigt, aus der Zeitung “The Spokesman-Review” in Spokane (US-Bundesstaat Washington): [das Video vom gelähmten Hund](#), aufgenommen von Dan Pelle. Dieses Video ist ein Hattrick, weil es wirklich alle drei Elemente vorzüglich kombiniert.

Dagegen ist die Auswahl einer Cantaloupe im Supermarkt keine besonders aufregende Handlung – aber Sie können sie visuell interessant gestalten, wenn Sie mit Bedacht filmen.

Die Fünf-Einstellungen-Methode

Nehmen wir an, Sie haben eine Handlung identifiziert, die es wert ist, gefilmt zu werden. Gut! Nun stellen Sie sicher, dass Sie diese Handlung in fünf Einstellungen filmen:

1. Extreme Nahaufnahme eines Handlungsdetails, z.B. ein Hand befühlt eine Cantaloupe
2. Nahaufnahme des Gesichts der handelnden Person
3. Mittlere Einstellung mit Händen und Gesicht im Bild
4. Übe-die-Schulter-Perspektive der Aktion (= Perspektive der handelnden Person)
5. Eine weitere Einstellung — seien Sie kreativ!

Sie werden für Ihre fertig geschnittene Endversion nicht unbedingt alle fünf Einstellungen brauchen, aber wenn Sie sie haben, werden Sie feststellen, dass das Schneiden des Bildmaterials wesentlich leichter fällt. Sie haben dann auf jeden Fall genügend Material, um etwas Anständiges zusammen zu stellen. (s. dazu auch ein [BBC Trainingsvideo](#), das die Methoden der fünf Einstellungen illustriert).

Colin Mulvany's [Blogpost](#) beschreibt, warum diese Methode hilft, ihre Videoreportagen zu verbessern.

Wenn Sie ein Ereignis filmen wie “Sarah kauft Zutaten für einen Obstsalat” (Teil einer längeren Reportage wie “Sarah bringt Obdachlosen frisch zubereiteten Obstsalat”), dann werden sie Fünf-Einstellungs-Sequenzen brauchen. Cantaloupe ist eine, Bananenkauf vielleicht die zweite; Sarah verstaubt die Obsttüten auf ihrem Fahrrad vielleicht eine

weitere. Das nächste Ereignis ist die Zubereitung des Obstsalats (Obst schälen, schneiden, zusammenstellen). Ein drittes Ereignis ist, wie Sarah Becher mit Obstsalat an den Plätzen verteilt, wo sich die Obdachlosen aufhalten.

Kamerabewegung

Es ist ziemlich wichtig, dass Sie die richtige Einstellung festlegen, bevor sie die Aufnahme starten. Wenn Sie die Kamera herumschwenken oder zoomen, ist es später schwer, das Material zu schneiden. Gewöhnen Sie sich an, die Einstellung festzulegen, die Aufnahme zu starten und mindestens zehn Sekunden lang regungslos zu verharrren. Dann erst BEENDEN Sie die Aufnahme. Auf diese Weise haben Sie auf jeden Fall genug Material in einer bestimmten Einstellung um sauber schneiden zu können. Drücken Sie nach einer Einstellung IMMER die Stop-Taste. Schwenken Sie NIE zur nächsten Einstellung herüber.

Diese Regeln sind besonders wichtig bei Webvideos, aber sie helfen auch generell Videoanfängern, sich langsam fortzuentwickeln und zu lernen, wie man gute Aufnahmen macht. Wenn Sie weiter fortgeschritten sind, können Sie diese Regeln natürlich brechen, (weil Sie dann wissen, wann und wie man das tut).

1. Nicht schwenken (Nicht die Kamera horizontal bewegen)
2. Nicht kippen (Nicht die Kamera vertikal bewegen)
3. Nicht zoomen
4. Drücken Sie häufig die "Record Off" Taste

Bitten Sie für eine journalistische Videoreportage NIEMALS die handelnden Personen, bestimmte Handlungen für Sie auszuführen. Sie werden lernen, wie man die Handlungen antizipiert, um sie im richtigen Moment einzufangen.

Wie? Üben, üben, üben.

RGMP 13: Ein Video mit iMovie oder Windows Movie Maker bearbeiten

Hier geht es darum, wie man mit zwei sehr simpel zu bedienenden Programmen Videos editieren kann.

Dies sind die einzelnen Schritte der Videobearbeitung:

1. Videoclips(s) von der Kamera oder der Festplatte importieren
2. Clips beschneiden und in die richtige Reihenfolge bringen
3. Audiodateien hinzufügen und/oder bearbeiten (Erzähler, Interviews, Musik)
4. Titel und Urheberachweise hinzufügen
5. Fertige Videodatei exportieren

Diese Schritte sind in der Regel immer die gleichen, egal welches Editierprogramm man benutzt. Jeder dieser Schritte wird nachfolgend detailliert erläutert. Aber zunächst....

Welches Editierprogramm ist das beste?

Dies ist die falsche Frage. Es gibt keinen Grund, sich grundlegende Videobearbeitungstechniken nicht anzueignen, nur weil man kein schickes teures Programm dafür besitzt. Für Mac gibt es iMovie und für Windows gibt es Movie Maker. Beide Programme sind kostenfrei. Jeder kann sie installieren und nutzen, falls sie nicht ohnehin schon vorinstalliert sind.

Manche wollen lieber mit einer teuren Software arbeiten – dafür gibt es alle möglichen Gründe. Das ist auch gut so, wenn Sie sich in diese Programme richtig einarbeiten und die ganzen teuren Funktionen auch nutzen. Aber was, wenn Sie merken, dass Ihnen das zu mühsam ist? Die Lernanforderungen eines teuren Programms sind viel größer. Sie können später immer noch aufrüsten, wenn Sie merken, dass Ihnen Videobearbeitung großen Spaß macht.

Anstatt einen Glaubenskrieg darüber zu entfachen, welches Programm das beste ist, halte ich mich lieber an die Grundlagen. Denken Sie auch daran, dass viele Webvideos mit einfachen Kameras aufgenommen werden, manche sogar mit Handys. Daraus werden bearbeitungstechnisch keine Hollywood-Hits, ganz egal, welches Programm Sie benutzen.

Welchen Computer benutzen Sie?

Manche PCs sind zu schwachbrüstig für die Videobearbeitung. Wenn Sie einen neuen Computer kaufen, achten Sie vor allem auf Folgendes: (1) Prozessor-Geschwindigkeit; (2) genügend Arbeitsspeicher; (3) große Festplatte. Wenn Sie mit der Videobearbeitung auf Ihrem alten PC beginnen, und er dabei einige Male abstürzt oder einfriert, will er ihnen damit sagen, dass er zu alt und schwach ist für die neue Aufgabe.

Außerdem müssen Sie den Übertragungsweg Ihres Videos zum Computer überprüfen. Manche Kameras benötigen USB 2.0 für den Transfer. Damit wird Ihr Computer wahrscheinlich klarkommen, wenn er nicht steinalt ist. Manche Kameras benötigen FireWire (auch IEEE 1394 genannt) oder FireWire 800 (IEEE 1394b) — beachten Sie, dass dies zwei verschiedene Standards sind! — und Ihr Computer hat dafür vielleicht keine serienmäßige Schnittstelle. Wenn nicht, können Sie für wenig Geld eine FireWire Karte nachkaufen. Bei einem Laptop ohne FireWire geht das wahrscheinlich *nicht*.

Clip von der Kamera oder der Festplatte importieren

“Von der Kamera importieren” bedeutet, dass Sie Ihr Video von der Kamera direkt in das Video-Editierprogramm laden. “Importieren” bedeutet eine Videodatei von der Festplatte Ihres Computers in das Video-Editierprogramm zu laden. Wenn Sie mit einer digitalen Kompakt-Videokamera – zum Beispiel mit der Flip – einen Film aufnehmen, können Sie die Dateien ganz leicht auf Ihre Festplatte laden. Sie können Sie dann später in das Editierprogramm importieren.

Wenn Sie die Dateien sofort in das Editierprogramm laden, dann ist bei diesem Vorgang Ihre Kamera mit dem Computer verbunden, und Sie haben die Wahl zwischen zwei Optionen: Laden Sie einfach alles, was Sie aufgenommen haben. Oder benutzen Sie das Editierprogramm, um das Material auf der Kamera zu sichten. Laden Sie dann nur die brauchbaren Clips. Die erste Methode klingt einfacher, aber die zweite ist effizienter und verbraucht weniger Speicherplatz auf Ihrer Festplatte.

Die simplen Editierprogramme teilen eine Gesamtdatei automatisch in mehrere kleinere Clips auf, wenn Sie diese Option nicht abstellen. Als Anfänger sollten Sie das lieber nicht tun. Mit kleineren Dateien lässt sich wesentlich leichter arbeiten als mit einer Riesendatei.

Clips beschneiden und in die richtige Reihenfolge bringen

Das ist technisch einfach, aber inhaltlich anspruchsvoll. Clips sind die einzelnen Sequenzen, welche die Handlung Ihres Films tragen Ihre Geschichte entwickeln (s. RGMP 12). Wenn es bloße Doubletten sind, die auch noch zu lang und langweilig sind (z.B. viele Menschen, die nur reden), wird der Zuschauer davon nicht gefesselt. Sind die Clips willkürlich ausgewählt und stehen sie in keiner Verbindung zueinander, verwirrt oder verärgert das den Zuschauer.

Betrachten Sie Ihre Clips selbstkritisch: Reicht das Material? Können Sie damit eine gute Geschichte erzählen? Manche Berichte in Videoform sind visuell uninteressant, weil wir nur Leute reden sehen (Reporter, Zeugen, offizielle Stimmen) plus belanglosen Bilderteppich (Polizeiabsperungen, leere Straße) um die Lücken zu füllen. (Vergessen Sie nicht die Methode der “fünf Einstellungen” aus RGMP 12!)

(Vielleicht schauen Sie an dieser Stelle auch noch mal in RGMP 11: Eine gute Geschichte in Bild und Ton erzählen und denken über den Aufbau Ihrer Story nach.)

Die gute Nachricht ist: Sie werden sich beim Aufnehmen der Videosequenzen verbessern, wenn Sie das Bearbeiten einige Male geübt haben. Ihre Fehler und Unzulänglichkeiten

beim Editieren werden Ihnen zeigen, worauf Sie achten müssen, wenn Sie das nächste Mal vor Ort ein Video aufnehmen.

Und nun zur Bearbeitungstechnik: Als Anfänger sollten sie zunächst ein Stück vom Anfang und vom Ende eines Clips entfernen. Versuchen Sie nicht, mehr als eine Kernsequenz aus einem Clip herauszuholen. (Diese Regel können Sie mit mehr Erfahrung später brechen).

Suchen Sie die beste Sequenz in einem Clip, wenn Sie ihn abspielen und bevor sie ihn beschneiden. Wenn Sie sich für die beste Sequenz entschieden haben, schneiden Sie die Teile davor und dahinter weg. Bei Windows Movie Maker sehen Sie in diesem Moment drei Vorschaubilder wo vorher nur eins war. Ziehen das mittlere in ihr Storyboard herunter. Bei iMovie 09 ziehen Sie einen gelben Rahmen um Ihre Wunschsequenz. Die Fragmente, die Sie löschen wollen, bleiben außerhalb des Rahmens. Wenn der gelbe Rahmen exakt dort sitzt, wo Sie ihn haben wollen, ziehen Sie die ausgewählte Sequenz nach oben in Ihr Storyboard.

Wie lang sollte ein bearbeiteter Clip sein? Das hängt von seinem Inhalt ab, aber allgemein sind vier bis sechs Sekunden eine gute Länge. Anfänger neigen dazu, zuviel Material drin zu lassen. Achten Sie aber darauf, NICHT in der *Mitte* einer Handlung zu schneiden. Wenn Sie zum Beispiel eine Nahaufnahme von jemandem haben, der ein Glas Wasser einschenkt, dann sollte Ihr Clip beginnen, *bevor* das Einschenken beginnt, und enden, *nachdem* das Einschenken zu Ende ist.

Ein häufiger Anfängerfehler ist der *Sprung* beim Schneiden. Ein gutes Beispiel für einen *Sprung* und wie man einen solchen vermeidet, finden Sie in diesem Blogpost [von Videoreporterin Angela Grant](#).

Ein weiterer Anfängerfehler – der *Anschlussfehler* – entsteht, wenn zwei Handlungen durch einen Schnitt an der falschen Stelle nicht zueinander passen. [Dieser Beitrag bei Videomaker](#) erläutert einen Anschlussfehler ("matching action") — klicken Sie durch die Fotostrecke oben links um die visuelle Abfolge zu verstehen.

Audiodatei(en) hinzufügen und/oder bearbeiten

Zusätzlich zu der Tonspur, die zu Ihren Clips gehört, können Sie bei iMovie and Windows Movie Maker weitere Audiodateien auf einer separaten Tonspur anlegen. Es gibt in diesen beiden Programmen aber nur eine weitere Tonspur. In ausgefeilteren Programmen haben Sie mehrere zusätzliche Tonspuren zur Verfügung.

Wenn Sie Audiodateien eingefügt haben, die sich mit dem Ton ihrer Clips überlappen, müssen Sie die *Lautstärke* des Tons im Clip *anpassen*. Stellen Sie den Hintergrundton nicht völlig ab. Es wirkt natürlicher, wenn Sie die Tonspur nur soweit herunterregeln, dass Ihre neue Tonspur gut zu hören ist. Kurze Hintergrundgeräusche wie Türeenschlagen oder eine Polizeisirene sollten Sie nicht künstlich herunterfahren.

Musik. Viele Anfänger nehmen diesen einfachen Weg und unterlegen Ihre Videos mit Musik. Das ist prima für Ihr Urlaubsvideo, aber es ist KEIN Journalismus. Viele Videojournalisten glauben sogar, dass Musik in einem journalistischen Videobeitrag unethisch ist. Natürlich wird aber Musik in professionellen Dokumentationen fast immer

unterlegt, deshalb ist dieser Punkt umstritten. Aber mein Rat an angehende Videojournalisten ist: *Verzichten Sie auf hinzugefügte Musik!*

Sprecher. Anfänger zögern oft, ob sie ihr Video mit einer Sprecherstimme unterlegen sollten, zumal ihrer eigenen. Aber ein Sprecher kann manche Geschichten noch deutlicher herausstellen. Sie sollten Ihren Sprechertext vorher *aufschreiben*, das Vorlesen *üben* und den gesprochenen Text auf eine separate Audiodatei aufnehmen, die Sie anschließend in Ihr Video importieren. Sie sind damit flexibler als mit der Sprachaufnahme-Funktion in den Editierprogrammen.

Interviews. Es ist schwierig mit iMovie oder WMM von einem gesprochenen Interview etwas wegzuschneiden, weil Sie nur eine Videospur haben. (Bei einem ausgefeilten Programm haben Sie mindestens zwei Videospuren). Sie können dieses Manko umgehen, indem Sie das Interview zusätzlich mit einem guten Audiorekorder aufnehmen. Schneiden Sie daraus die besten Zitate und importieren Sie sie als separate Audiodateien. Sie können sie dann an exakt die richtige Position schieben, damit die Lippensynchronisation stimmt.

In iMovie importieren Sie diese kurzen Audioclips wie Soundeffekte. Fügen Sie dazu die Dateien zum "iLife Sound Effects" Ordner. ([s. Videotutorial](#)). Bei WMM können Sie die Dateien wie jede andere Audiodatei importieren. ([s. PDF Tutorial](#)).

Anmerkung von Ulrike Langer: *Dieses Plädoyer für getrennte Audioclips bei Interviews kann ich nicht nachvollziehen. Ich habe mehrere Interviews mit iMovie geschnitten und kam damit viel besser zurecht als mit Audacity. Das ist vielleicht Geschmackssache, aber ich finde es viel einfacher Audio zu schneiden, wenn man die Lippen- und Kopfbewegungen als Orientierungshilfe hat, als wenn man nur die Kurvenlinie einer Sprachdatei sieht. Außerdem kann man bei iMovie durch langsames Mausziehen die Videosequenz verlangsamen, was beim exakten Schneiden ebenfalls hilft. Und dann gibt es als dritte Hilfe noch den "Präzisionseditor". (Diese Angaben gelten für iMovie, mit WMM kenne ich mich nicht aus.)*

Titel and Urheberachweise hinzufügen

Alle Video-Editierprogramme haben eine Funktion, mit der man am Anfang einen Titel und am Ende Urheberachweise (credits) einfügen kann. Sie können die Hintergrundfarbe sowie die Typografie, Schriftgröße und -farbe ändern und Animationseffekte einfügen. Um den professionellen und journalistischen Charakters ihres Videos zu wahren, sollten Sie es möglichst klar und simpel halten und auf kitschige Effekte verzichten.

Sie können auch den Titel oder die Credits über das Video oder über ein importiertes Foto legen anstatt über eine Hintergrundfarbe. Sie können im Editor Titel und Credits in die Breite ziehen oder stauchen, um sie länger oder kürzer anzeigen zu lassen. (In iMovie 09 gibt es keine durchgängige Timeline. Sie können die Anzeigedauer jedes Standbilds über ein Menü variieren.)

Achten Sie darauf Tippfehler zu vermeiden: Sie sehen im Vor- und Abspann eines Videos besonders dämlich aus. (Wenn Sie ganz sicher gehen wollen, schreiben Sie Titel und Abspann erst in Word und fügen sie dann mit copy und paste ein.)

Übergänge und besondere Effekte

Vermeiden. Erstens sehen sie in journalistischen Webvideos unprofessionell aus. Zweiten vergrößern Sie die Datei, manchmal sogar sehr. Wählen Sie klare Schnitte als Übergänge.

Wenn Sie Standbilder importieren, beschränken Sie das Zoomen und Schwenken ("Ken-Burns-Effekt") auf ein Minimum oder besser noch, verzichten Sie darauf. Diese Effekte sehen banal aus und lassen Ihren Beitrag unprofessionell wirken.

Fertige Videodatei exportieren

Sichern Sie Ihre Datei während des Bearbeitens häufig. Genug ist nie genug, sonst gehen Ihre Änderungen verloren, falls das Programm abstürzt. (*Anmerkung: iMovie 09 sichert ihr Projekt automatisch.*)

Beachten Sie, dass Ihre Originaldatei niemals durch das Editieren verändert wird. Das liegt daran, dass Ihre Projektdatei, in der Sie die Änderungen vornehmen, im Grund nichts anderes ist als ein kleines Textscript, das festlegt, wie die Originaldatei mit Ihren Änderungen abzuspielen ist. Deshalb könnte jemand, dem Sie nur die Projektdatei weitergeben, damit nichts anfangen. Damit alleine kann man das Video nicht abspielen.

Die fertige Videodatei wird erst produziert, nachdem Sie mit dem Bearbeiten fertig sind. *Sichern Sie das Projekt* vorher ein letztes Mal. Bei iMovie 09 öffnen Sie jetzt das "Bereitstellen" Menü und wählen "Film exportieren". Bei Windows Movie Maker öffnen Sie das Dateimenü and wählen "Filmdatei sichern" (bei der Windows Vista Version wählen Sie "Film veröffentlichen").

Sichern Sie den Film in der höchstmöglichen Auflösung. Ignorieren Sie die Optionen für "Web", YouTube", "iPhone" etc. Das sind Varianten in niedrigerer Auflösung. Nachdem Sie den Film in hoher Auflösung exportiert haben, können Sie ihn herunterkonvertieren auf ein eventuell benötigte niedrigere Auflösung. Für Videoplattformen wie YouTube und Vimeo können Sie die hohe Auflösung verwenden. Der Export wird mehrere Minuten dauern – selbst wenn Ihr Film nur zwei Minuten lang ist.

Die aus WMM exportierte fertige Datei ist ein Video im AVI Format. Die fertige Datei aus iMovie ist eine MOV Videodatei.

Tutorials and Listen mit Tipps

Eine kurze Liste mit Video-Editier-Tutorials und anderen Hilfestellungen gibt es hier: [Journalist's Toolkit: Video](#). Inklusive Links zu sehr nützlichen Schritt-für-Schritt-Videoanleitungen sowohl für iMovie als auch für Windows Movie Maker.

Projektdatei-Management

Viele von uns bearbeiten ihre Projekte auf mehreren Computern, mal zuhause, mal in der Uni oder am Arbeitsplatz, mal auf dem Laptop im Café. Mit Projekten, die in Editierprogrammen (iMovie, WMM, Audacity, Soundslides, etc.) bearbeitet werden, kann das problematisch sein.

Denken Sie daran, dass die Projektdatei weder Video- noch Audiomaterial enthält. Deshalb können Sie niemals NUR die Projektdatei auf einen anderen Rechner übertragen, um daran weiter zu arbeiten. Sie müssen jedesmal ALLE Dateien mitnehmen.

Genauso wichtig: Die Videoclips und Audiodateien müssen immer auf die gleiche Weise mit der Projektdatei verknüpft sein. Das bedeutet ganz simpel: *Behalten Sie alle Dateien im gleichen Ordner*, trennen Sie die Dateien nicht. Auf diese Weise können Sie einfach den gesamten Ordner auf einen anderen Computer übertragen.

Wenn Ihnen plötzlich Vorschaubilder in Ihrer Datei fehlen oder Sie rote "X" sehen (bei WMM) bedeutet das, dass Sie diesen Rat nicht beachtet haben.

RGMP 14: Ein Video auf dem eigenen Blog veröffentlichen

In diesem Kapitel geht es darum, wie man ganz einfach ein Video in einen Blogbeitrag einbetten kann. (Sie haben gar kein Blog? Gehen Sie zurück zu RGMP 2 um das Versäumnis nachzuholen!)

Natürlich müssen Sie zunächst ein Video produzieren (s. RGMP 12) und bearbeiten (s. RGMP 13).

Der einfachste Weg, Ihr Video online zu stellen, ist, es bei einer der kostenlosen Videoplattformen wie [YouTube](#) oder [Vimeo](#) hochzuladen. (Diese beiden Plattformen sind die beliebtesten. Andere Optionen stehen in [dieser Liste bei Mashable](#) oder [dieser Liste bei Top Ten Reviews](#).) Natürlich können Sie Ihr Video auch auf Ihren eigenen Serverplatz hochladen, aber dort können Sie es nicht verschlagworten (taggen), es wird nicht verlinkt und dadurch auch nicht mit themenverwandten Beiträgen anderer Produzenten verknüpft.

Mit anderen Worten: Wollen Sie, dass Ihr Video von anderen Nutzern *gesehen* wird? Wenn Sie diese Frage mit ja beantwortet haben, dann stellen Sie Ihr Video dort ein, wo andere Nutzer es auch *finden* werden.

Diese Instruktionen zeigen, wie man ein Video bei YouTube hochlädt — aus zwei Gründen. (1) YouTube ist immer noch die Königin aller Videoplattformen. (2) Die [WordPress.com Anleitung](#) um ein YouTube Video in Ihren Blogbeitrag einzubetten, ist idiotensicher und in RGMP 2 haben Sie gelernt, wie man ein WordPress.com Blog startet. (Wenn Sie nicht WordPress.com nutzen, müssen Sie die Online-Hilfeseiten für Ihre Blogsoftware suchen.)

Ein weiteres schönes Feature bei YouTube: Sie können Sie ihre eigenen [Playlists](#) and [Channels](#) (Kanäle) erstellen. Ich habe zum Beispiel einen YouTube Kanal für die Selbstproduzierten [Videos meiner Studenten](#) erstellt. Sie können einen Link zu einer Playlist setzen oder einen Player einbetten. Dies ist zum Beispiel meine Playlist mit [Videos zu journalistischen Themen](#).

Ein Video hochladen

Sie benötigen ein YouTube Konto. Es ist kostenlos, [melden Sie sich einfach an](#) und stellen Sie in den Einstellungen die Sprache auf “deutsch”. (Sie können mehr als ein Konto haben.)

YouTube akzeptiert eine ganze Bandbreite verschiedener [Video Dateiformate](#).

Loggen Sie sich in Ihr YouTube Konto ein. Dann klicken Sie auf den gelben Button oben rechts: **”Video hochladen”**.

Sie starten den Hochladeprozess, indem Sie auf den Button drücken und ein Video auf Ihrer Festplatte auswählen. Nachdem der Upload-Prozess begonnen hat , können Sie

Titel, Beschreibung, Schlagworte und eine Kategorie hinzufügen. Sichern Sie die Änderungen, bevor Sie die Seite verlassen.

Das Hochladen kann unter Umständen ziemlich lange dauern oder auch nicht. Das hängt von unkalkulierbaren Faktoren ab, also haben Sie einfach Geduld. Schauen Sie ein paar Stunden später nochmal nach. Aber wenn Sie Glück haben, dann steht Ihr Video schon nach wenigen Minuten online!

Schließen Sie die Seite nicht, bevor der Upload abgeschlossen ist! (Sie können allerdings ein neues Browserfenster öffnen.)

The screenshot shows the 'Video File Upload' interface. At the top, it says 'MVI_6127.AVI' with a green checkmark icon. To the right, it says 'Success'. Below this, there are two links: 'Add Video Name and Description, and Edit Privacy Settings' and 'Embed and Sharing Options'. A green success message states: 'Success: Your video settings have been successfully saved.' Below this, there are two text input fields. The first is labeled 'URL' and contains the text 'http://www.youtube.com/watch?v=3oG2NlwLhTY'. The second is labeled 'Embed' and contains the text '<object width="425" height="344"><param name="movie" value="http://www.youtube.com/v/3oG2NlwLhTY&'. At the bottom, there is a button labeled 'Upload Video' and a status bar that says 'Total videos uploaded: 1' and 'Go to My Videos'.

Das Video in einen Blogpost einbetten

Wenn das Video bei YouTube bereitsteht, legen Sie einen Blogbeitrag an. Sie brauchen die URL des Videos bei YouTube, um es einzubetten. Sie finden diese URL auf der Seite "Meine Videos", wenn Sie bei YouTube eingeloggt sind.

Clicken Sie auf das Video, um es zu öffnen und kopieren Sie die URL aus der Adresszeile Ihres Browsers inklusive "http://"

Dann folgen Sie einfach den [WordPress.com Instruktionen](#) um ein YouTube Video in Ihren Blogbeitrag einzubetten.

Sichern Sie den Beitrag und veröffentlichen Sie ihn. Das Video sollte sichtbar und abspielbar sein. Wenn das nicht der Fall ist, öffnen Sie den Editor und schauen Sie nochmal in den Wordpress.com Instruktionen nach.

Anmerkungen für selbstgehostete WordPress Blogs: Es gibt ein nützliches Plugin um YouTube Videos einzubetten: [Smart YouTube](#).

Anmerkungen von Ulrike Langer: Ein Video bei [Vimeo](#) hochzuladen, wird enorm vereinfacht durch den kostenlosen [Vimeo Desktop Uploader](#). Vimeo hat gegenüber YouTube den Vorteil, dass die hochgeladenen Videos auch länger als zehn Minuten sein dürfen. Allerdings gibt es in der kostenfreien Kontovariante Beschränkungen beim Speicherplatz und der Zahl der Videos, die hochgeladen werden dürfen. Dennoch reicht ein kostenfreies Konto für den Anfang völlig aus.

RGMP 15: Üben und auf dem Laufenden bleiben

Im letzten Kapitel erklärt Mindy McAdams, wie sie ihre Multimediafähigkeiten trainiert und sich neue Fähigkeiten aneignet:

Viele Journalisten, denen ich in Multimedia-Trainingskursen begegne, glauben, dass ich spezielle Computer-Kenntnisse habe. Das ist nicht richtig. Wie Joe Weiss (der umgängliche Erfinder der Software Soundslides) und viele andere Journalisten, die als Multimediaexperten gelten, habe ich mir alles selbst beigebracht. Und ich bin wirklich kein Überflieger. Ich habe Mathe in der Schule gehasst, Naturwissenschaften mochte ich auch nicht. Ich habe eigentlich gar keine Expertise in irgendetwas – außer schreiben und redigieren.

Überwinden Sie Ihre Angst

Der erste Schritt ist, glaube ich, mit der unsinnigen Einstellung “Ich verstehe nichts von Computern” oder “Ich stehe auf dem Kriegsfuß mit Computern” aufzuhören. Mit dieser Einstellung machen Sie sich selbst das Leben schwer – und verbauen sich Ihre Zukunft im Journalismus.

Der zweite Schritt ist, alle anderen fixen Vorstellungen und Starrköpfigkeiten aufzugeben. Technologie ist ständig im Fluss und in Veränderung. Neue Technologien zu erlernen und zu benutzen ist ein immerwährender Prozess. Wenn Sie das akzeptieren und mit dieser Idee Ihren Frieden schließen, wird es viel einfacher. Es WIRD eine neue Version von jeder Software geben, mit der Sie je gelernt haben zu arbeiten. Sie WIRD anders sein. Sie WERDEN Zeit damit verbringen müssen, die neuen Funktionen zu lernen. Ebenso WERDEN Sie sich mit den Funktionen jedes neuen Aufnahmegeräts und jeder neuen Kamera, die sie zu Terminen mitnehmen, beschäftigen müssen.

Sie können diese Schritte nicht im Schnelldurchgang erledigen. Wenn Sie Neues in Eile lernen wollen, führt das nur zu Frust und Fehlern.

Entspannen Sie sich. Akzeptieren Sie, dass alles – lernen und besser werden – seine Zeit braucht, die Sie investieren müssen. Es gibt keine Abkürzungen.

Lernen Sie, Fehler zu machen

Übung macht den Meister. Üben Sie, was Sie gelernt haben. Probieren Sie alles aus. Der erste Versuch muss noch nicht journalistisch sein. Benutzen Sie Ihre Familienfotos, ihr Hobby, filmen Sie, was Ihnen Spaß macht. Versprechen Sie beim zweiten und dritten Versuch Ihrem Redakteur noch keinen brauchbaren Beitrag. Setzen Sie sich nicht mit einer Deadline unter Druck. Während Sie noch ausprobieren, lassen Sie sich Spielraum zum Scheitern.

Scheitern ist Ihr zweitbestes Lehrmeister. Unsere Fehler konfrontieren uns mit Problemen, die wir lösen müssen. Sie schicken uns zurück zur Bedienungsanleitung, zurück zur Google-Suche, zurück zu unseren Mentoren. Finden Sie heraus, was schiefgelaufen ist, und der nächste Versuch wird besser werden. (Journalistenschüler *hassen* es, ihre eigenen Beiträge zu überarbeiten, aber die besten Journalisten wissen, dass die Kunst in der Überarbeitung liegt.)

Das Internet ist eine Fundgrube für kostenlose Ratschläge. Für jedes einzelne Tool und Software-Programm gibt es Diskussionsforen, wo Experten Fragen von Anfängern wie Ihnen beantworten. Je mehr Sie üben, Antworten zu suchen, desto geschickter werden Sie darin werden, die besten Antworten zu finden.

Die besten Tutorials finden

Zusätzlich zu Foren gibt es jede Menge freie Online-Anleitungen (Tutorials). Ein sehr effektiver Weg, gute und aktuelle Tutorials zu finden, ist über [Delicious tags](#). Die Nutzer setzen keine Lesezeichen für ein Tutorial, wenn es nicht nützlich ist, zum Beispiel : [imovie+tutorial](#) oder [photoshop+layers+tutorial](#).

Bei einem Lehrgang für Journalismus-Dozenten habe ich mal gesagt, dass sie nicht unbedingt eigene Tutorials für ihre Studenten zu schreiben brauchen. Wenn sie gute Tutorials im Netz finden, können sie ihre Studenten einfach auf die Links verweisen. Einer der Dozenten fragte, ob ich ihm ein gutes Photoshop Tutorial empfehlen könnte. Nun können Tutorials for Photoshop ziemlich speziell sein und ich wusste nicht, welche Kenntnisse er seinen Studenten beibringen wollte. Also habe ich ihm empfohlen, Google and Delicious zu benutzen, um die besten Tutorials für seine Zwecke zu finden. Er schien etwas verärgert, als ob ich ihn gebeten hätte, sich unnötig Arbeit zu machen.

Was ich jedoch vorschlug, ist wie jemandem beizubringen, wie man angelt, anstatt ihm einen Fisch zu essen zu geben. Sie werden unabhängiger und lernen mehr, wenn Sie die Zeit investieren, selbst im Netz geeignete Tutorials und Antworten auf Ihre eigenen Fragen zu finden.

Ihre ersten Versuche werden ziemlich frustrierend sein. Sie werden schlechte Tutorials finden, veraltete, mit Werbung überladene, Spamseiten und allen erdenklichen Müll. Aber mit etwas Übung werden Sie ziemlich gut darin werden, genau das zu finden, was Sie brauchen – und zwar schnell.

Wann Sie die Bedienungsanleitung ignorieren können und wann nicht

In den frühen 90er Jahren fragte mich eine meiner Kolleginnen aus der Schlussredaktion um Rat, als Sie ihren ersten Heim-PC kaufen wollte. Als der Computer bei ihr ankam, informierte sie mich sehr aufgeregt in der Redaktion, aber sie hatte den Karton noch nicht geöffnet – das Paket war geliefert worden unmittelbar bevor sie aus dem Haus musste.

Nach dem Wochenende, wieder in der Redaktion, fragte ich sie, wie ihr ihr neuer Computer gefalle. Sie hatte ihn immer noch nicht aufgebaut!

Aus Angst davor, Fehler zu machen, wollte sie zunächst die gesamte Bedienungsanleitung lesen. Es dauerte zwei Wochen, bis sie endlich Zeit dafür hatte.

Nun sind Menschen verschieden und viele von Ihnen würden wahrscheinlich das Gegenteil tun – den Karton aufreißen, alles aufbauen und vielleicht sogar dabei etwas kapputtmachen. Aber egal welcher Typ Sie sind – “Ich brauch keine verdammte Bedienungsanleitung” oder das andere Extrem – es gibt Zeiten, in denen Sie es genau *andersherum* machen sollten.

Gegen Ihr Naturell zu gehen ist eines der wichtigsten Dinge, die Sie tun können, um Technologien zu meistern.

Fans von Bedienungsanleitungen: Sie können eine Menge Zeit sparen, wenn Sie die Klickflächen, Knöpfe, Regler und Pulldown-Menüs einfach ausprobieren. Springen Sie einfach mittenrein und benutzen Sie die Funktionen ohne Scheu. Wenden Sie niemals Gewalt an, dann wird in der Regel auch nichts schiefgehen! Wenn Sie nicht weiterkommen, schauen Sie in die Bedienungsanleitung. Lassen Sie sich Zeit. Lernen Sie, durch Versuch und Irrtum zu lernen.

Hasser von Bedienungsanleitungen: Sie können eine Menge Zeit sparen, wenn Sie die Bedienungsanleitung nutzen um herauszufinden, was möglich ist. Das ist besonders dann effektiv, wenn für Sie etwas wirklich neu und fremd ist. Gehen Sie direkt auf die Seiten mit den Bedienungs- oder Kontrollfunktionen, oder ggf. der Aufbauanleitung und verschaffen Sie sich einen Überblick. (Das ist vor allem hilfreich bei Audiorekordern, die so ziemlich kryptische und vielfältige Menüs für Funktionen und Einstellungen haben können.)

Vergessen Sie nicht, was Sie gelernt haben!

Wenn Sie eine neue Fähigkeit erst einmal *beherrschen*, ist es wie beim Fahrradfahren – Sie sind vielleicht ein bisschen unsicher, wenn Sie es eine Zeitlang nicht getan haben, aber Sie können es. Sie fallen nicht vom Rad.

Das gilt allerdings NICHT für Multimedia-Fähigkeiten, die Sie noch *nicht* richtig *beherrschen*. Eines der enttäuschendsten Dinge, die ich als Dozentin immer wieder höre, ist so etwas: “Ich habe ihren Flash-Kurs belegt, aber als ich ein halbes Jahr später mit einem Flash-Projekt anfangen wollte, hatte ich wieder vergessen, wie man das macht.” In der Tat, sechs Monate Inaktivität können die Lernfortschritte von vier Monaten wieder zunichte machen.

Üben, üben, üben – auch wenn Sie keine Chance haben, die neuen Fähigkeiten in Ihrem derzeitigen Job anzuwenden. Wenn Sie nicht üben, WERDEN Sie alles wieder vergessen. Üben Sie auf dem Laptop beim Fernsehgucken (Das ist eine meiner Hauptübungsformen). Nehmen Sie einen Familienausflug oder eine Reise zum Anlass, Fotos, Audio- und Videoaufnahmen zu machen. Und dann fügen Sie zuhause innerhalb einer Woche alles zusammen. Widmen Sie einen Teil Ihrer täglichen Nachrichten-Lesezeit um in Lesezeit, um sich in puncto technologische Entwicklungen auf dem Laufenden zu halten.

Je weniger Zeit Sie bisher damit verbracht haben, Ihre neuen Werkzeuge und Fähigkeiten anzuwenden, desto wichtiger ist es, dass Sie jetzt Zeit einräumen zum Üben – *häufig*. Ein achtstündiger Marathon einmal im Monat wird Ihnen weniger bringen als wiederholte kurze

Übungseinheiten, um vorhandene Fähigkeiten aufzufrischen und neue nacheinander dazu zu lernen.

Bleiben Sie auf dem Laufenden

In RGMP 1 habe ich zwei Websites verlinkt, die Sie *jeden Tag* scannen sollten, um in puncto Technologie und Multimedia-Journalismus stets auf dem Laufenden zu bleiben. Zusätzlich sollten Sie ungefähr einmal im Monat einen Blick auf diese Seiten werfen, um sich einen Einblick in die innovativen Möglichkeiten von Onlinejournalismus zu gönnen:

- [New York Times Multimedia](#)
- [Washington Post Video and Fotos](#)
- [Interactive Narratives](#): Links mit Beispielen
- [MediaStorm](#): Unabhängiges Multimedia Storytelling

Betrügen Sie sich nicht selbst, indem Sie glauben, Sie hätten schon alle Fähigkeiten, die Sie brauchen, um im Journalismus erfolgreich zu sein. Das wird niemals der Fall sein. Wenn Sie verstehen, was Ihre Nutzer nutzen und was andere Journalisten für verschiedene digitale Plattformen produzieren, werden Sie in der Lage sein, begründete Entscheidungen für Ihr eigenes Training und Ihre Weiterbildung zu treffen.

Weglassen, verkürzen und Prioritäten setzen

In grauer Vorzeit, ungefähr 1994, schien es für kurze Zeit so, als ob CD-ROMs eine großartige neue Plattform für journalistische Projekte wären. Das stellte sich als völlig falsche Annahme heraus, weil der kostenlose Netscape Beta Browser das World Wide Web ins Zeitalter der Massennutzung schoss. Aber während dieser Nanosekunde, als CD-ROMs das nächste große Ding zu werden versprochen, hatte ich mit einer Anwendung mit dem Namen "Director" geliebäugelt. Sie war teuer und erforderte viel Lernzeit. Davor schreckte ich zurück und schob die Entscheidung eine ganze Weile auf.

Dann wurde das Internet unwiderstehlich und ich brachte mir stattdessen bei HTML zu programmieren. Es wurden zwar einige interaktive Projekte mit Director erstellt, aber die Dateien waren ziemlich groß und brauchten ewig beim Herunterladen. Je beliebter das Internet wurde, desto mehr stellte sich heraus, dass große und langsame Anwendungen keinen großen Zuspruch finden und nur von wenigen genutzt würden. Director blieb nützlich für Info-Terminals (Kioske) und andere Projekte, die nicht heruntergeladen werden, aber es wurde klar, dass Webprogrammierer nicht mit Director arbeiten müssen.

Denken Sie an dieses Beispiel, wenn Sie erwägen, sich eine neue Fähigkeit anzueignen, und wenn Sie sich entscheiden müssen, was Sie *zuerst* lernen wollen. Wofür werden Sie das brauchen? Wie gut passt das zu den Fähigkeiten, die Sie schon haben? Und vor allem – ist das eine Fähigkeit, die lange relevant sein wird?

Ein Reporter, der ständig Interviews führt, sollte sicherlich lernen, [wie man saubere, brauchbare Audioaufnahmen macht](#), aber ein Webproducer, der nie Interviews führt, wird das nicht unbedingt können müssen. Ein Grafik-Designer sollte wissen, wie man

Flash einsetzt, um animierte Informationsgrafiken für das Web zu bauen, aber die meisten Reporter **haben keinen Grund Flash lernen**.

Legen Sie eine Liste an mit den Fähigkeiten, von denen Sie glauben, dass Sie sie erlernen sollten, aber überprüfen Sie von Zeit zu Zeit Ihre Liste. Bleiben Sie bei den drei obersten Posten auf dem Laufenden, aber laufen Sie nicht den jeweils neuesten Entwicklungen sofort hinterher. Der heiße Schrei von heute könnte die CD-ROM von morgen sein.

Gestehen Sie sich ein, dass Sie niemals *alles* können werden, was wünschenswert wäre, aber arbeiten Sie gleichzeitig daran, sich Schritt für Schritt neue Fähigkeiten beizubringen.

Und vernachlässigen Sie nicht, was Sie schon gelernt haben – Zeit, die Sie mit Üben verbringen, ist niemals verschwendete Zeit, es sei denn, Sie müssen alles wieder von vorne erlernen, was Sie schon einmal konnten. Also hüten Sie Ihren Erfahrungsschatz, indem Sie üben, und seien es auch nur kleine Übungen, damit Sie nichts verlernen.

