



Erzählen statt Quälen?!

Im Fernsehen
Informationsbeiträge
einfach und elegant gestalten

Inhaltsverzeichnis

1. Wie sich Fernsehen im Kopf abspielt	3
2. Bild, Ton und Text sinnvoll verbinden	6
3. Erzählen hilft ... meistens	9
4. Erzählen statt Quälen	10
5. Dramaturgie	12
6. Qualitätskriterien	13
7. Konzeption und Themenvorschlag	15
8. Erzählerische Planung	15
9. Analytische Planung	18
10. Checkliste "Treatment / Themenvorschlag"	20
11. Gespräche und Interviews	21
12. Fazit: "Allgemeine Regeln"	22

Copyright

Diese Unterlagen dürfen nur für rein private Zwecke benutzt und ohne Erlaubnis des Autors nicht kopiert oder sonstwie vervielfältigt werden.

Das Copyright für diese Unterlagen liegt bei

Dr. Rolf Breuer, Karl-Dieter-Str. 13, D-71636 Ludwigsburg

www.tv-trainer.de

mail@tv-trainer.de

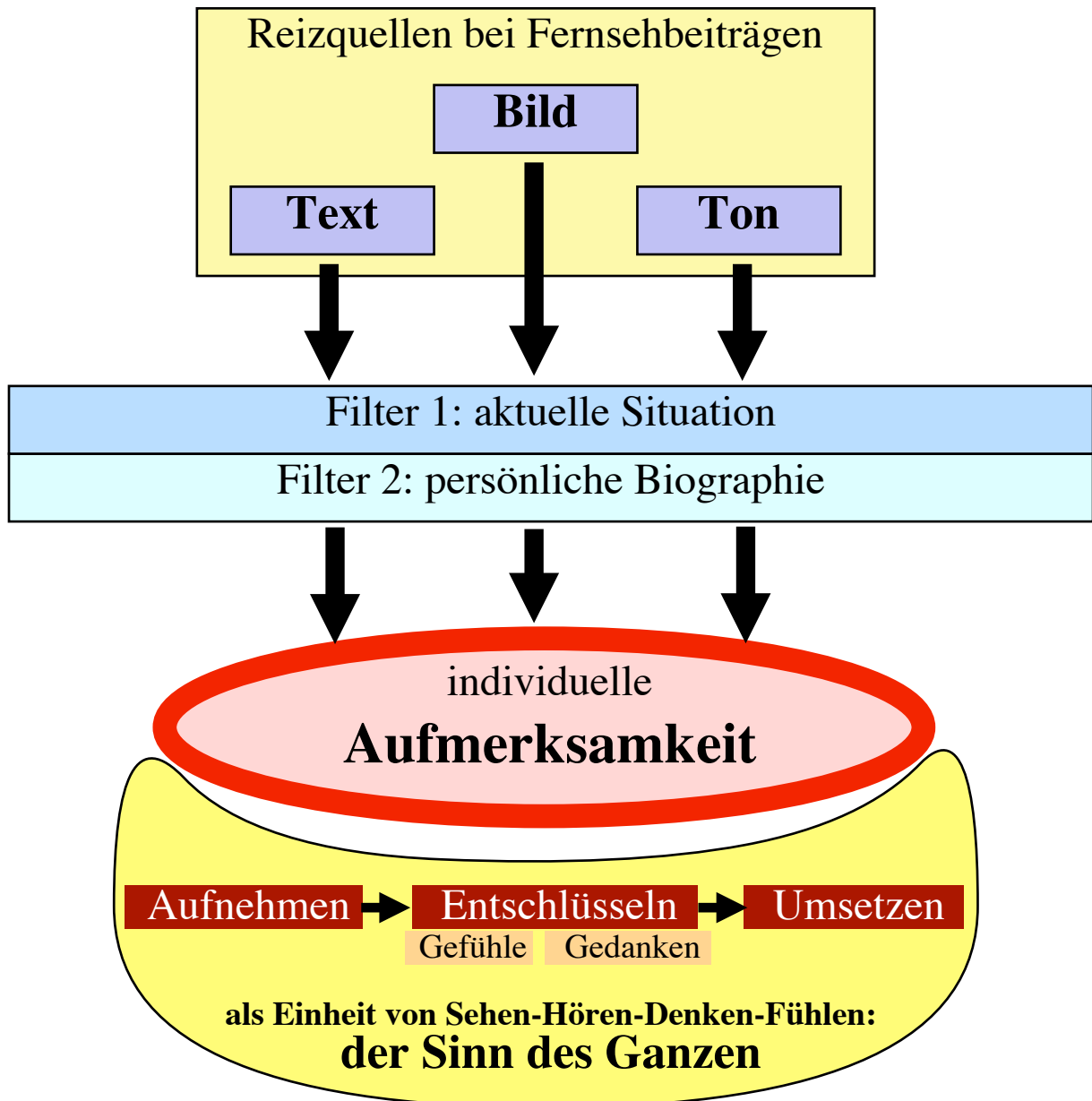
Dr. Rolf Breuer

Wie sich *Fernsehen im Kopf* abspielt

Wenn Zuschauerinnen oder Zuschauer "fernsehen", dann ist das ein komplizierter Prozeß, bei dem die **Aufmerksamkeit** eine zentrale Rolle spielt. "Aufmerken", "etwas merken", "etwas spüren" - also auf Reize reagieren, die zunächst von außen kommen, dann aber in spezifischer Weise von der jeweiligen Person verarbeitet werden (innere Reize in Form von Nachdenken, Fühlen usw.).

Bei der typischen Fernseh-Situation, vor allem bei Informationsfilmen, wirken drei Hauptfaktoren auf den Zuschauer:

- das Bild:** die Reize, die für ZuschauerInnen beim Betrachten eines Beitrages vom Bildschirm ausgehen
- der Ton:** die Reize, die vom Lautsprecher ausgehen: gesprochener Text, Stimmen (auch der SprecherInnen), Musik/Gesang, Geräusche
- der Text:** die Reize, die vom Begleit-(Kommentar-)Text ausgehen (also von gesprochenen Wörtern bzw. Sätzen)



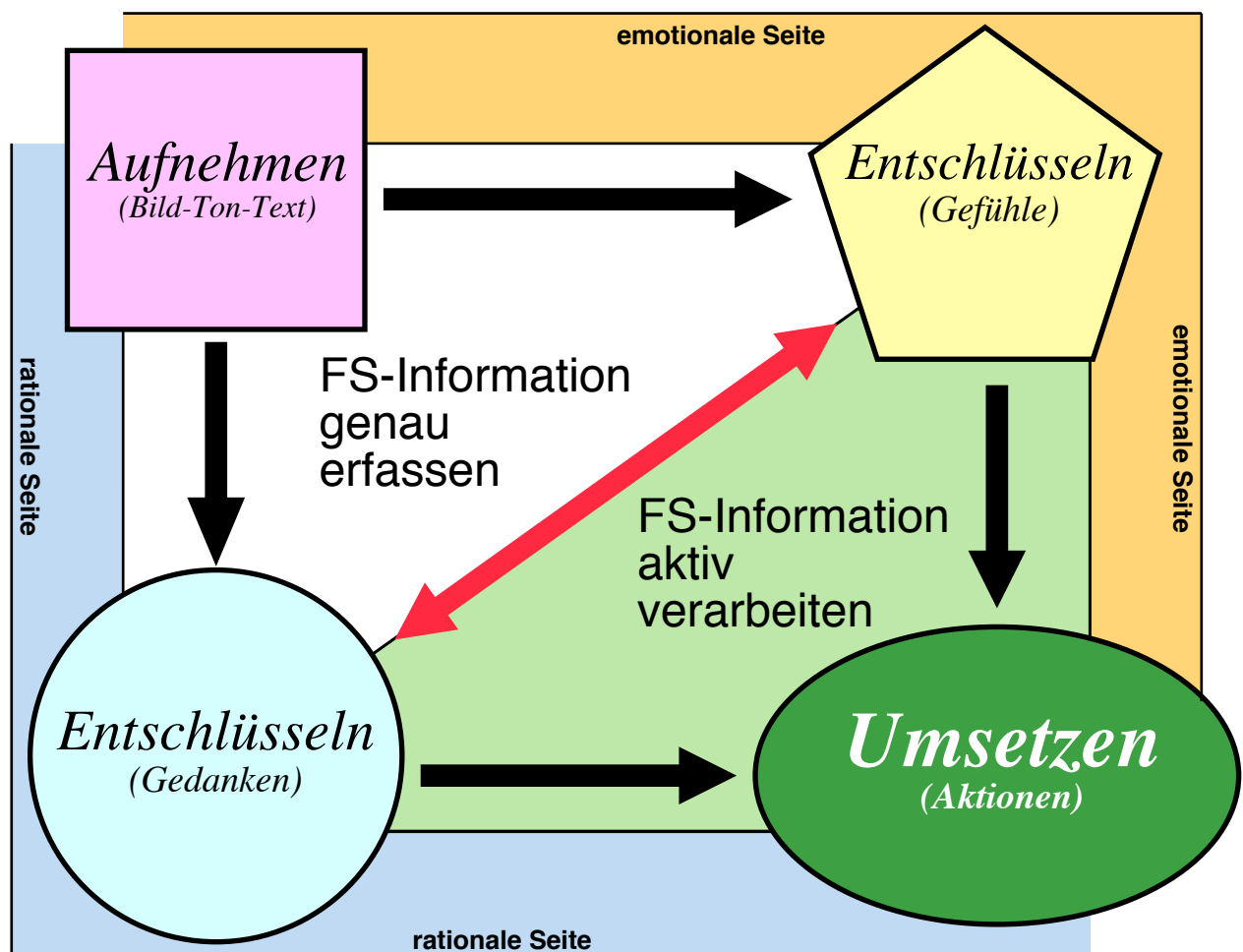
Bevor nun diese drei Informationsquellen "Bild", "Text" und "Ton" im Gehirn des jeweiligen Zuschauers verarbeitet werden können, werden sie in zweifacher Weise gefiltert:

- zum einen durch die **aktuelle Situation**, in der sich der oder die Betreffende befindet (Geräusche, akustische, optische oder sonstige Störungen, andere Personen im Raum)
- zum anderen durch die jeweilige **persönliche Biographie** (was die intellektuelle und emotionale Verarbeitung von Reizen beeinflusst genauso wie das darauffolgende Handeln).

Die Reize der Bild-, Text- und Ton-Ebene, die dann das individuelle Gehirn erreichen, werden meistens nicht voneinander getrennt verarbeitet, sondern eher als Ganzes. Das Gehirn versucht anscheinend in jedem Moment, alle Reize zu einer sinnvollen Einheit, zu einem sinnvollen Ganzen zusammenzusetzen - man kann auch sagen: **den Sinn des Ganzen zu erfassen**. Und daran ist dann nicht nur Sehen und Hören beteiligt, sondern auch das Denken und Fühlen. Zunächst wird beispielsweise ein neues Bild aufgenommen (ca. 80% der Menschen sind optisch dominiert) und dann intellektuell und emotional entschlüsselt ("Gedanken" und "Gefühle"). Daraus entstehen Fragen (auch mit intellektuellen und emotionalen Anteilen), weshalb man versucht, aus dem Text geeignete Antworten herauszuhören (auch erst aufnehmen, dann entschlüsseln). Inzwischen taucht dann bereits ein neuer Reiz auf der Bildebene auf, und das Ganze beginnt von vorne. Sind auf diese Weise ganze Sequenzen entschlüsselt und ist - im besten Fall - der Sinn des Ganzen verstanden worden (intellektuell und emotional), wird das dann sofort oder später in Handlungen umgesetzt (zum Beispiel spricht man mit anderen über das Thema, liest etwas nach oder reagiert sonstwie).

Von Person zu Person unterscheidet sich das Ergebnis sicherlich an einigen Stellen, aber bei vielen hundert Informationsfilm-Analysen mit Seminargruppen habe ich immer wieder eine Erfahrung gemacht: Die Reaktionen auf Fernseh-Informationen waren immer dann sehr unterschiedlich, wenn die Filme viele handwerkliche Fehler enthielten (eher komplizierte Texte, wenig Rücksicht auf starke Bilder und Umschnitte, unklare Gesamtaussagen, gestelzte O-Töne und Aufsager). Wo solche Fehler nur geringfügig vorkamen, erreichten die Informationen die Zuschauergruppen sehr viel einheitlicher und vollständiger - sonst könnte Fernsehen ja auch gar nicht als Massenmedium funktionieren!

Wie der Prozeß der Informationsverarbeitung noch genauer schematisch dargestellt werden kann, zeigt das folgende Schaubild. Die Erläuterungen dazu finden sich auf der folgenden Seite.



Aufnehmen

(Bild-Ton-Text)

1. Sinneseindrücke

Gesehenes, Gelesenes
Gehörtes
Gespürtes
Gerochenes
Geschmecktes

2. Ebenen

Sachebene
Beziehungsebene

3. Zeiträume

Aktuelles
Früheres
Zukünftiges

4. Inhalte

Ereignisse
Tatsachen
Entwicklungen
Konflikte

Entschlüsseln (Gefühle)

1. Das Aufgenommene "erleben ...

glücklich <-> unglücklich
traurig <-> voll Freude
wütend <-> ruhig
zornig <-> entspannt
aggressiv <-> frustriert
stark <-> hilflos
bestätigt <-> enttäuscht
stolz <-> bescheiden
machtvoll <-> ohnmächtig
überschwenglich <-> deprimiert

2. ... mit der Grundorientierung ...

ohne Angst <-> voller Angst
sorglos <-> sorgenvoll
hoffnungsvoll <-> hoffnungslos
optimistisch <-> pessimistisch
leichtgläubig <-> skeptisch
engagiert <-> gleichgültig
kämpferisch <-> auf Rückzug

3. ... und den Identifikationsmustern

Mitgefühl <-> Schadenfreude
Liebe <-> Haß
Zuneigung <-> Abneigung
respektvoll <-> respektlos
selbstkritisch <-> überheblich
demütig <-> hochmütig
voller Scham <-> schamlos

Entschlüsseln (Gedanken)

1. Erinnern

Erinnerungen
Projektionen
Deutungsmuster
Denkmuster
Glaubenssätze
Weltanschauungen

2. Verstehen

Motive
Ursachen
Zusammenhänge
Hintergründe
Abhängigkeiten
Gesetzmäßigkeiten
Thesen
Sinn
Deutungen

3. Bewerten

Kommentieren
Bewerten
Urteilen
Gewichten

4. Verändern

Schlußfolgerungen
Ziele
Wünsche
Zwänge
Modelle
Pläne
Visionen
Phantasien
Träume
Ideale

Umsetzen (Aktionen)

1. Struktur

Ziele
Themen
Methoden

2. Vorgehen

Entscheiden
Planen
Organisieren
Handeln
Überprüfen
Korrigieren

Dr. Rolf Breuer

Bild, Ton und Text sinnvoll verbinden

1. Wie die Faktoren zusammenwirken

Bei allen Beiträgen im Fernsehen haben wir es natürlich zunächst mit den zwei Reizquellen "Bild" und "Ton" zu tun. Bei Informations-Beiträgen spielt aber der Text auch noch eine ganz zentrale Rolle, weil ohne ihn weder das Bild noch der Ton noch die Gesamtaussage so zu verstehen sind wie es gemeint ist. Leider hat der Text aber nicht nur positive Effekte, sondern auch negative: Häufig sind Nachrichten-Filme, kurze und längere Magazin-Beiträge und Passagen in Dokumentarfilmen so mit (schwierigem) Text überfrachtet, daß die beste Informations-Absicht auf der Strecke bleibt.

Wir haben es also bei Informationsfilmen im Fernsehen mit drei Hauptfaktoren zu tun:

Bild: die Reize, die für ZuschauerInnen beim Betrachten eines Beitrages vom Bildschirm ausgehen

Ton: die Reize, die vom Lautsprecher ausgehen: gesprochener Text, Stimmen (auch der SprecherInnen), Musik/Gesang, Geräusche

Text: die Reize, die vom Begleit-(Kommentar-)Text ausgehen (also von gesprochenen Wörtern bzw. Sätzen)

Damit läßt sich nun ein Modell konstruieren, in dem die drei Faktoren "Bild", "Ton" und "Text" jeweils mit gewissen Reizstärken versehen sind

(denn die entsprechenden Reize sind nicht immer gleich stark, sondern verändern sich laufend). Der Bereich "Bild" steht mit Absicht an der Spitze des Modells: Bei der überwiegenden Mehrzahl von ZuschauerInnen (ca. 80%) dominiert das Bild ganz eindeutig die Wahrnehmung und Aufmerksamkeit - und wirft noch so wichtige Textteile auf oft den Müllhaufen der Geschichte!

Ironisch formuliert: **Das, was Fernsehjournalisten am meisten stört, ist das Bild. Sonst wäre Texten ja soo einfach!**

Die Kunst ist also offenbar, die Dominanz des Bildes anzuerkennen und trotzdem den Text (und den übrigen Ton) so zu gestalten, daß als Ganzes eine verständliche, spannende Geschichte herauskommt - bei der keiner der drei Faktoren auf den anderen verzichten kann.

Text und Ton sind also überwiegend Begleiter und Diener des Bildes!

2. Spannung und der Sinn des Ganzen

In dem Modell oben bedeutet eine hohe Reizstärke: Dieser Faktor kassiert praktisch die gesamte Aufmerksamkeit.

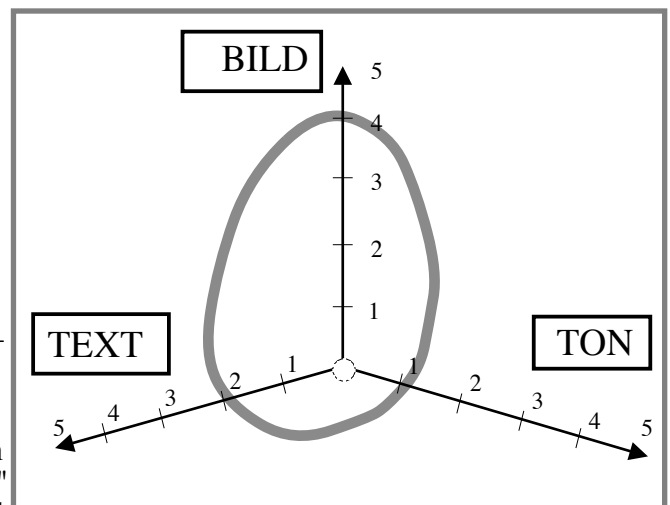
hoher Bild-Reiz: überraschender oder emotionaler Inhalt, Bewegungen im Bild, Kamera-Bewegungen, Umschnitte, Schnitt-Techniken, Grafiken, Tricks und Schriften

hoher Ton-Reiz: die Art der Stimm-Präsentation, Musik und Gesang, Rhythmus, Geräusche und Geräusch-Kulissen

hoher Text-Reiz: Wortwahl, Satzbau, Satz-Konstruktionen, Aufbau und Gliederung) - wenn da nicht das Bild wäre! Das stört eigentlich beim Fernsehen immer

Die geschlossene Linie in dem Reizstärke-Modell kann man sich als Gummiband vorstellen, und die Spannung dieses Gummibandes symbolisiert dann gewissermaßen die "Spannung", die die ZuschauerInnen vor dem Fernsehgerät erleben.

Ihr Gehirn ist dabei sehr aktiv: Es versucht dauernd, die Verbindung zwischen den getrennten Ebenen "Bild", "Text" und "Ton" herzustellen, also eine Einheit zu schaffen (das geschlossene Band!) und dadurch den "Sinn des Ganzen" herauszufinden.



Aber wir Menschen haben in jeder Situation immer nur eine bestimmte "Menge" an Aufmerksamkeit zur Verfügung - wir schaffen es eben nicht, zur gleichen Zeit einen starken Bildreiz zu verarbeiten, dazu noch eindrucksvolle Geräusche und einen schwierigen Text, der mit alledem gar nichts oder nur sehr wenig zu tun hat. Im Modell bedeutet das dann: Das Gummiband wird überdehnt und reißt eventuell sogar - die Spannung wird zu groß. Dauerspannung hält das beste Hirn nicht aus. Die Natur hat deshalb eine Sicherung eingebaut: Es wird abgeschaltet! Die Folge: die ZuschauerInnen steigen auf ihre individuelle Weise aus dem Beitrag oder der Sendung aus.

Natürlich kann auch der andere Fall eintreten, der allerdings viel seltener ist: Die Spannung ist zu schwach - auch dann besteht die Gefahr, daß sich die ZuschauerInnen abwenden!

Das ist gerade **die Kunst beim Fernsehen: genügend Spannung zu bieten, aber nicht zuviel**. Pausen können übrigens sehr viel dazu beitragen, Bild- und Text-Informationen zu verdauen und in der Entspannung Kraft für die nächste Spannung zu sammeln!

Diese Überlegungen und Erfahrungen ergeben nun erste - natürlich sehr vereinfachte - Grundregeln:

- **Ein hoher Bild-Reiz erfordert einen niedrigen Text-Ton-Reiz.**
- **Ein hoher Text-Reiz erfordert einen niedrigen Bild-Ton-Reiz.**
- **Ein hoher Ton-Reiz erfordert einen niedrigen Bild-Text-Reiz.**

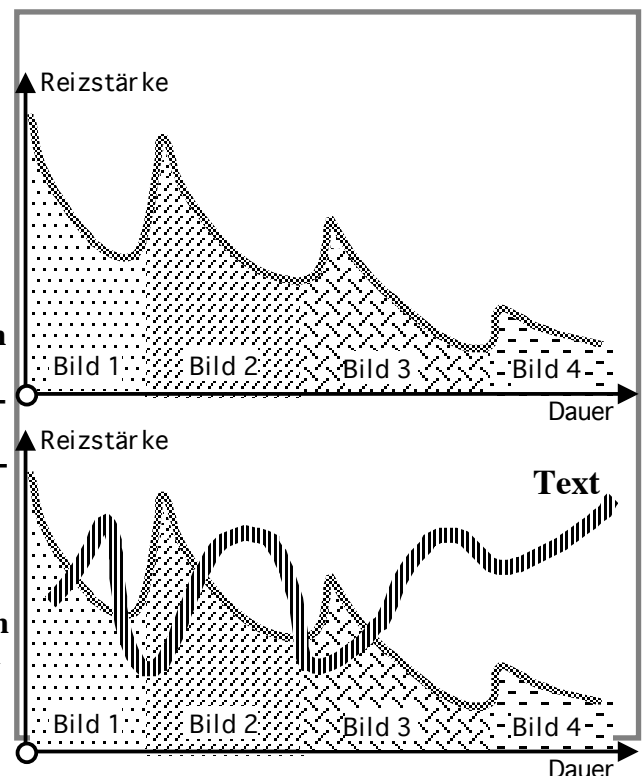
3. Das Bild dominiert

Bisher wurde das Reizstärke-Modell recht statisch betrachtet - tatsächlich aber verändern sich Bilder, Ton und Text dauernd. Und damit verändert sich auch die Stärke ihrer jeweiligen Reize.

So wird beispielsweise die Reizstärke eines Bildes immer geringer, je länger das Bild weitgehend unverändert sichtbar bleibt.

D.h. für's Machen:

- **Jedes neue Bild hat einen hohen Reiz und braucht Zeit zum Verarbeiten!**
- **Erst ein neues Bild wirken lassen, bis es grob verstanden ist. Dann mit dem Text Verständnis-Hilfen geben.**
- **Wenn der Bild-Reiz nachgelassen hat, kann dann ergänzender und über das Bild hinausgehender Text angeboten werden ("steigender" Text-Reiz).**
- **Umschnitte also möglichst frei von Text stehen lassen!**
- **Vorsicht mit Text im Bild: Was lesbar ist, will ich lesen! Das muß der OFF-Text berücksichtigen!**
- **Langsame Ran-Fahrten oder Rück-Fahrten verändern ein Bild allmählich und fließend - es kommt nicht zu Reizsprüngen. Schwierige Texte sind dabei eher unterzubringen.**



4. Auch der Ton macht die Musik

Der Ton (die Stimmen von SprecherInnen / Gesprächs-PartnerInnen in ON und OFF; Geräusche / Geräuschkulissen; Musik / Gesang / Rhythmus) kann das Gesamtwerk "Informationsfilm" stören - er kann es aber auch sinnvoll unterstützen.

Auf die folgenden Faktoren sollte man besonders achten:

Stimmen:

- an die Situation anpassen (Lautstärke, Ton-Höhe, Stimm-Schwankungen)
- wenn möglich, Personen im ON frei stehen lassen (nicht mit ganz neuen Bildern unterschneiden; nur selten funktioniert Unterschneiden mit "Themen-Bildern")
- Sprech-Fehler können in extremen Fällen stören - leichte Formen tun das nicht!
- Dialekte helfen meistens der Lebendigkeit - sie stören nur im Extremfall!
- auf Glaubwürdigkeit und Lebendigkeit achten

Geräusche/Geräuschkulissen:

- nur sinnvoll und gezielt einsetzen
- genügend leise als Kulisse für den Text

Musik/Gesang/Rhythmus:

- genügend Zeit auf die Auswahl verwenden: spüren, ob die Musik wirklich zur Aussage paßt
- viel weniger als üblich einsetzen - nur zur Not als Atmo-Ersatz!
- Musik und Rhythmus nur sehr gezielt, "mit Sinn" einsetzen
- dort dann möglichst frei von Text stehen lassen
- wenn sich Musik bei Textpassagen nicht völlig ausblenden läßt: die Musik sehr niedrig aussteuern - sie darf dort nur minimale Aufmerksamkeit erfordern!
- lieber instrumentale Musik als solche mit Gesang (vor allem wenn Text darüber gesprochen werden soll)

5. Passender, verständlicher Text

Text zu Bildern muß fast immer auf Anhieb verstanden werden - "Nachhören" geht nicht!

- **Vereinfachen:** einfache Wörter und Wortfolgen, einfache Sätze und Satzfolgen, einfacher Aufbau und einfache Gliederung - ähnlich, wie im Alltag erzählt wird!
- **Kürzen:** Weniger Text ist meistens besser - er braucht einfach weniger Aufmerksamkeit!
- **Passend machen:** Text ist leichter aufzunehmen, wenn er ...
 - ... zu Bild und Ton paßt
 - ... zur Gesamtaussage und zur jeweiligen Situation paßt
 - ... in sich stimmig und stilistisch passend ist.
- **Eleganz schaffen:** Wenn der Text ohne Ecken und Kanten fließt (und nicht holpert), enthält er weniger Störungs-Elemente und braucht weniger Aufmerksamkeit (Ausnahme: gezielte, sinnvolle Brüche im Text, die im Beitrag einen Sinn ergeben und an dieser Stelle wegen passender bzw. geringer Bild- und Ton-Reize verstehbar sind).

Das Fazit aus diesen Überlegungen (auf der Basis von mehreren hundert "konstruktiven Analysen" von Informationsfilmen mit Seminargruppen) klingt paradox:

6. Das Bild führt - und der Text ist entscheidend!

Gegen das Bild kann kein gesprochenener Text so recht ankommen - irgendetwas bleibt immer auf der Strecke, und meist kommen nur Bruchstücke der Gesamtinformation beim Zuschauer an.

Bei den meistens Menschen ist das Bild immer stärker. Vor allem die heftigen Sprünge auf der Bildebene lenken immer wieder so stark ab: Umschnitte, aufreizende neue Bildinhalte, starke Bewegungen oder Emotionen im Bild. In den Sekunden kurz nach solchen Sprüngen ist die Aufmerksamkeit dann so blockiert, daß Text ohne Bezug zum Bildereignis fast immer verloren geht. Hat man Glück, war der "fehlende Text" nicht so wichtig für den Beitrag. Hat man Pech, waren es Schlüsselinformationen - und im schlimmsten Fall geht der ganze Beitrag nur wegen einem einzigen Umschnitt den Bach runter!

Das Dilemma bei Informationsfilmen ist aber nun mal, daß die Bilder ohne Text nicht all das sagen, was zu sagen ist. Helfen kann da nur:

- ganz einfacher, erzählerische Text ("wie im Alltag"!)
- ganz eng am Bild ("das Bild führt" - optische Ereignisse haben Vorrang!)
- aber trotzdem mit mehr Informationen als das Bild zeigt!

7. Generelle Leitfragen

Zum Abschluß drei Leitfragen, die in jeder Arbeitsphase in Hinterkopf sein sollte:

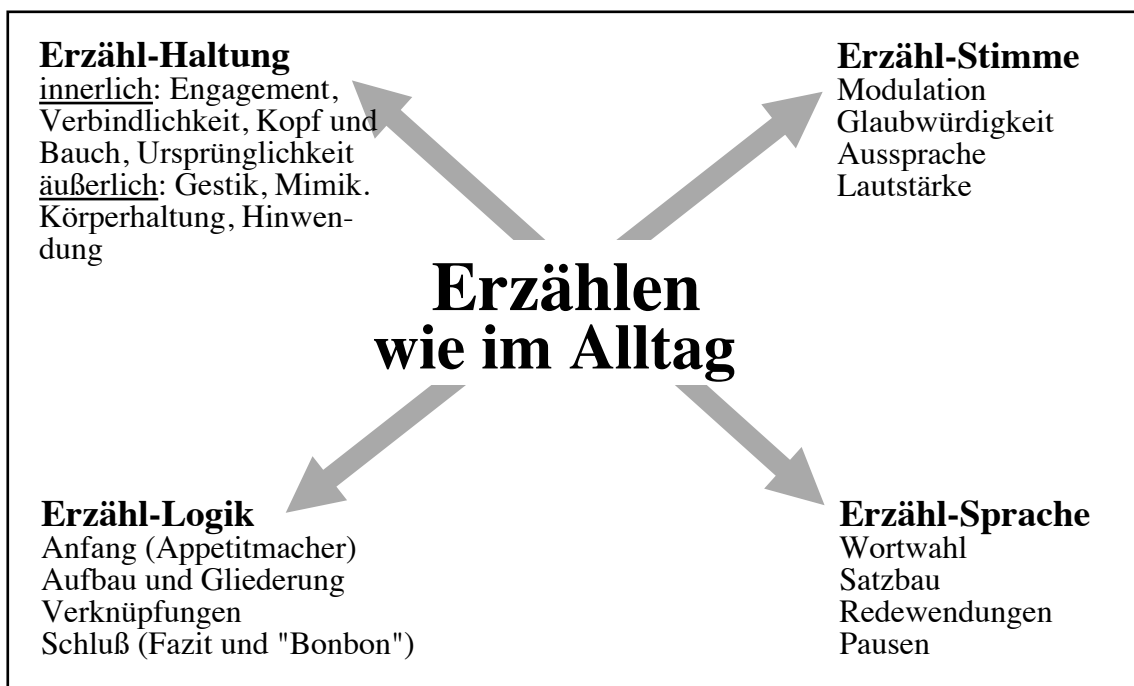
- Können wirklich die meisten ZuschauerInnen das Ganze und die Teile verstehen - vor allem auch an 'kritischen' Stellen? Würde man im Alltag so erzählen?
- Hat alles Sehbares und Hörbares in den einzelnen Sequenzen einen Sinn für die Gesamt-Aussage?
- Sind die einzelnen Sequenzen und der Gesamt-Beitrag ausreichend einfach, aber trotzdem elegant, lebendig und glaubwürdig?

Viel Spaß dabei!

Erzählen

hilft nicht immer, aber meistens!

1. Zum Beispiel, wenn das Thema und das Ziel noch nicht ganz klar sind: **Erzählen Sie es anderen**, so, wie Sie davon auch im Café oder beim Abendessen erzählen würden. Das hilft häufig zum weiteren Klären, und oft entstehen durch Nachfragen bessere Ideen für das Vorhaben.
2. In welche **Schritte** - ganz präzise und erzählerisch ausformuliert - läßt sich das **Thema** zerlegen?
3. "**Liegenlassen**" solcher Entwürfe für ein, zwei Tage - und dann noch mal erzählen - bewirkt oft Wunder und schärft den eigenen Blick!
4. Bei jedem Teilaspekt sich fragen: Klappt das Ganze auch "ohne"? Dann kann es auf den **Müllhaufen** der Geschichte!
5. Wer für die Öffentlichkeit textet oder vor Publikum auftritt, sollte möglichst stark die **Erzählsprache des Alltags** benutzen: Alle von uns sind tagtäglich in dieser Sprache trainiert und verstehen sie auf Anhieb. Fachchinesisch und gestelztes Beamten- bzw. Wissenschaftler-Deutsch müssen beim Zuhören regelrecht übersetzt werden - und das ist anstrengend und bringt einen immer wieder aus dem Zuhören heraus.



Erzählen statt Quälen!

In vielen Bereichen müssen Menschen vor Publikum reden oder für Publikum Texte verfassen: in der Politik, in Firmen, Behörden und Verbänden, bei Zeitung, Radio und Fernsehen genauso wie in Vereinen oder bei privaten Anlässen. Die meisten sind dabei heftig aufgeregt und versuchen deshalb, wenigstens etwas Sicherheit zu erlangen: indem sie sich an bekannten Modellen aus Radio, Fernsehen und Zeitung orientieren. Effekt: Die Reden und Texte geraten fürchterlich kompliziert und steif - eben wie bei ihren (schlechten) Vorbildern. Die Zuhörer- bzw. Leserschaft versteht oft nur Bahnhof, wird allmählich gelangweilt - und klatscht im besten Fall am Ende höflich Beifall (weil's endlich vorbei ist!) Nur Bruchstücke der beabsichtigten Informationen kommen an -

und das, obwohl die Beteiligten sich vorher meistens eine Mordsarbeit mit der Rede oder dem Text gemacht haben!

Dazu ein hübsches Polizeiberichts-Beispiel (taz vom 14.6.2002, Orte verfremdet):

SCHWÜLZE otz/taz "Donnerstag krachte es auf der B92, Abzweig Schwülze, als auf einen VW, der verkehrsbedingt halten musste, ein aus Richtung Hohentribsen folgender Opelfahrer auffuhr, weswegen der VW auf die Gegenfahrbahn geschoben wurde, wo ihn ein entgegenkommender BMW voll erwischte, wobei der VW-Fahrer noch Glück im Unglück hatte, denn sein Fahrzeug wurde bei dem Crash regelrecht zerlegt und er samt Sitz herauskatapultiert, sodass er sich neben dem Fahrzeug wiederfand, was ihm nach Schätzungen der Polizei das Leben rettete."

Vorbild: Erzählen im Alltag

Wenn wir uns im Alltag gegenseitig etwas erzählen, dann ist das meistens einfach und logisch aufgebaut: Erst kommt das, dann jenes, dann dieses. Einzel-Informationen sind meistens in sich abgeschlossen. Hätte jemand im Alltag so erzählt wie in dem Beispiel aus der Zeitung, bekämen wir die Verbindungen zwischen den einzelnen Bausteinen der Gesamtinformation gar nicht mehr mit. Die Kapazität unseres Gehirnes reichte dafür nicht aus. Wir würden nachfragen - oder aus dem Gespräch aussteigen. Unsere Aufmerksamkeit wäre überfordert und wendete sich dann üblicherweise anderen Dingen zu. Das gilt in dem Schwülze-Beispiel für das Lesen - und erst recht für das Hören!

Merkwürdigerweise gibt man sich oft selbst die Schuld, dass man nichts verstanden hat: "Nein, das interessiert mich nicht. Ich verstehe auch gar nichts davon." Oder: "Ich habe gar

nicht richtig aufgepasst, und das war wohl auch zu schwer für mich. Bei so etwas komme ich sowieso nicht mit." Und manchmal denken wir: "Das war zu hoch für mich, so klug bin ich nicht!" In Wirklichkeit waren die anderen nicht klug genug, um einfach und klar zu formulieren!

Hinter komplizierten Wörtern und Formulierungen versteckt sich häufig **Un-Verständnis und Un-Wissen**. Statt das deutlich zu machen, gaukeln die Macherinnen und Macher ihrem Publikum vor, sie selbst hätten selbstverständlich alles verstanden. Auf diese Weise erscheinen sie sehr kompetent, wir dagegen kommen uns ganz klein vor - Halb-Wissen als Teil von Herrschafts-Wissen.

Aber es gibt noch eine Menge weiterer Ursachen, warum Reden und Texte nicht oder nur teilweise zu verstehen sind.

Zugang zu den Inhalten

- Themen werden häufig viel **zu abstrakt** angegangen - losgelöst vom Alltag, von den Erfahrungen des Publikums. Wir können aber auch andere Zugänge wählen: konkret, greifbar, am Beispiel - lässt Menschen handeln, erzählen, etwas erleben!

- Häufig fehlt der **Bezug zum konkreten Publikum**: Warum soll ein Thema für diese Menschen interessant sein? Was geht die das an? Welche Fragen haben sie? Kommen die Leute selbst vor: als Handelnde, Betroffene, Zeugen...?

- Ereignisse brechen noch allzu oft **wie aus**

dem Nichts über die Welt herein, statt die handelnden Personen zu benennen ("Es kam zu Unruhen ..." - durch wen? "Es fand ein Treffen statt..." - wer traf sich?). Aus konkreten menschlichen Handlungen werden abstrakte Naturereignisse - alles bleibt abgehoben vom Alltag und ist damit weniger interessant als in dem Fall, wenn Verantwortliche und Betroffene genannt werden.

- Nicht nur in Zeitungen, Radio und Fernsehen dominieren **Verlautbarungen**: Behörden, Ministerien, Parteien, Politiker, Verbandsvertreter und Vorstände dürfen sich selbst darstellen bis zum Gehnichts. Bei genauerer Betrachtung

tung oft völlig inhaltsleer, Nichts sagend und keinem anderen Zweck dienend als der Machterhaltung und den Eigeninteressen. Weniger wäre mehr!

- An vielen Schaltstellen (nicht nur in den Medien) sitzen immer noch **'Regierungs-Sprecher'**: in Schreib- bzw. Sprechstil, in Gestus, Mimik und Stimme erwecken sie den Eindruck des hochnot-peinlichen und öffentlichen Verkünders absoluter Wahrheiten. Kein Wunder, dass immer noch viele Leute den Tagesschau-Sprecher für den Regierungssprecher halten!

- Bei Verlautbarungen und anderen **Floskeln** stumpfen wir mit der Zeit ab. Entsprechende Aussagen bekommen den Stempel: "Weghören!" Tausendmal gehört, und tausendmal ist nichts passiert! Etwa so, wie wir alle daran gewöhnt sind, zum Abendessen frische Leichen

auf dem Fernsehschirm serviert zu bekommen. Guten Appetit! Wir regen uns kaum noch darüber auf, obwohl das ursprünglich einmal die Absicht solcher Filme war. Eher nerven uns diese ewigen Bilder von Kriegsoffizieren und Verhungerten - Zapp! Wozu hat man schließlich eine Fernbedienung!

- In vielen Sendungen, Reden und Vorträgen wird viel **zu viel Fachwissen** vorausgesetzt: Es sind reine Insider-Informationen. "Wir sprechen / schreiben / senden ja auch nur für eine interessierte Minderheit": Das ist die meistgebrauchte Ausrede der Macherinnen und Macher, wenn sie die Mühe scheuen, einfach, verständlich und interessant zu texten. Nicht-Insider werden ausgeschlossen - keine Chance, dass sie plötzlich Lust bekämen, sich für etwas völlig Unbekanntes zu interessieren!

Aufbau und Gliederung

- In Aufbau und Gliederung des Themas geht es meistens **wie Kraut und Rüben** durcheinander: örtlich, zeitlich, personell und im Blick auf die logische Abfolge der Einzel-Informationen.

- Oft spiegelt das **Chaos in der Gliederung** nur wider, wie wenig die Autorin oder der Autor die Sache selbst verstanden hat. Aber eigentlich - wenn da nicht die Eitelkeit wäre - könnten wir ja einfach sagen: "Verstanden habe

ich bisher das und das - unklar ist mir aber noch dieses und jenes."

- Eine einfache, passende Gliederung lässt sich manchmal dadurch finden, dass wir einer anderen Person laut erzählen, was wir mitteilen möchten. Helfen kann beim Aufbau auch die Erinnerung daran, wie wir selbst mit einem bestimmten Thema in Kontakt kamen, wie bei uns selbst das Interesse geweckt wurde.

- Sätze werden nicht "erzählt", sondern im **Amtsdeutsch / Schriftdeutsch / Behördendeutsch** formuliert. Selbst beim Nach-Lesen brauchen wir oft mehr als eine halbe Minute, um solche Sätze zu verstehen.

- **Schachtelsätze**: Mehrere Informationen werden kompliziert ineinander verschachtelt - wir können sie nur verstehen, wenn wir darin geübt sind (z.B. eine juristische Ausbildung haben).

Sätze

Ironisches Kunst-Stück:

"Der gestern ohne eindeutiges Resultat zu Ende gegangene und vorher aufgrund von Meinungsverschiedenheiten beinahe vorzeitig abgebrochene, aber nach Ansicht von Teilnehmern im Kern letztlich doch erfolgreiche Kongress zur Abschaffung der komplizierten Sätze in Radio und Fernsehen wurde in der eigentlich doch genügend sensibilisierten Öffentlichkeit in einer von vielen Fachleuten scharf kritisierten Weise nur wenig beachtet."

- **Fremdwörter und Fachbegriffe**, die nur Fachleute und andere Eingeweihte kennen (wie "Offensiv-Potentiale"): Wir können sie einfach ins Deutsche übersetzen.

Noch so ein Kunst-Stück:

"Die objektivierbare Substanz-Reduktion sub-molekularer Polit-Inter-Dependenzen arrangiert sich multifaktoriell mit der organisch vehement deplazierten Ultra-Entpolitisierungs-Administration."

- **Wort-Bandwürmer und (neu gebildete) Wort-Ungetüme** (wie "Aussage-Verweigerungs-Recht"): So etwas lässt sich meistens

Wörter

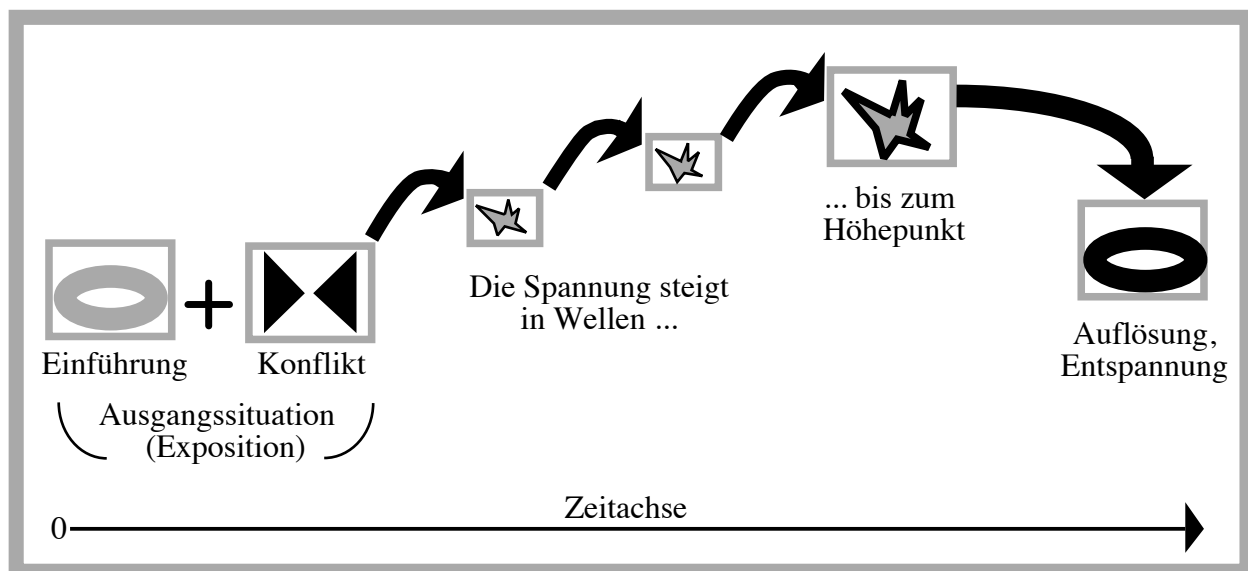
einfach aufdröseln: "das Recht, die Aussage zu verweigern".

- Die so genannten Substantivierungen (**'Verhauptwortungen'**) wie etwa "Das Zustandekommen der Baustellen-Begehung". Auch das lässt sich erzählend übersetzen: Jemand wollte sich eine Baustelle ansehen und hat überlegt, wie er das anstellen kann.

- Zu viele **abstrakte, von der Alltagssprache losgelöste Wörter** (wie "Verlautbarung" oder "...die Einstellung derer, die Gewalttäter in der politischen Auseinandersetzung akzeptierten"): Übersetzen in die Erzählsprache des Alltag!

Dramaturgie: *die Kunst des Gestaltens*

Ein guter Informationsbeitrag im Fernsehen ist dramaturgisch vergleichbar mit der klassischen Spannungskurve des Theaters.



Grundmuster für FS-Info-Beiträge

Die Chronologie

Ein Thema wird "eins nach dem anderen" aufbereitet, so, wie es sich nach dem chronologischen Ablauf ergibt.

Es ist dies oft die einfachste und naheliegendste Auflösung eines Themas.

Der Zirkelschluss

Am Anfang steht inhaltlich die gleiche Passage (These, Botschaft, Mitteilung) wie am Ende, dazwischen entwickeln sich die Hintergründe (z.B. chronologisch). Am Ende ist dann klar, wieso es zum anfangs Geschilderten kommen konnte.

Es ist dies eine schon etwas kompliziertere Auflösung eines Themas.

Der dialektische Aufbau

Eine These und die entsprechende Antithese werden abwechselnd gegeneinander gestellt. Am Ende steht dann häufig die Synthese.

Je häufiger man zwischen These und Antithese hin- und herspringt, desto unruhiger und schwerer nachvollziehbar wird der Aufbau. Je weniger Zeit man hat, desto weniger Sprünge sind sinnvoll.

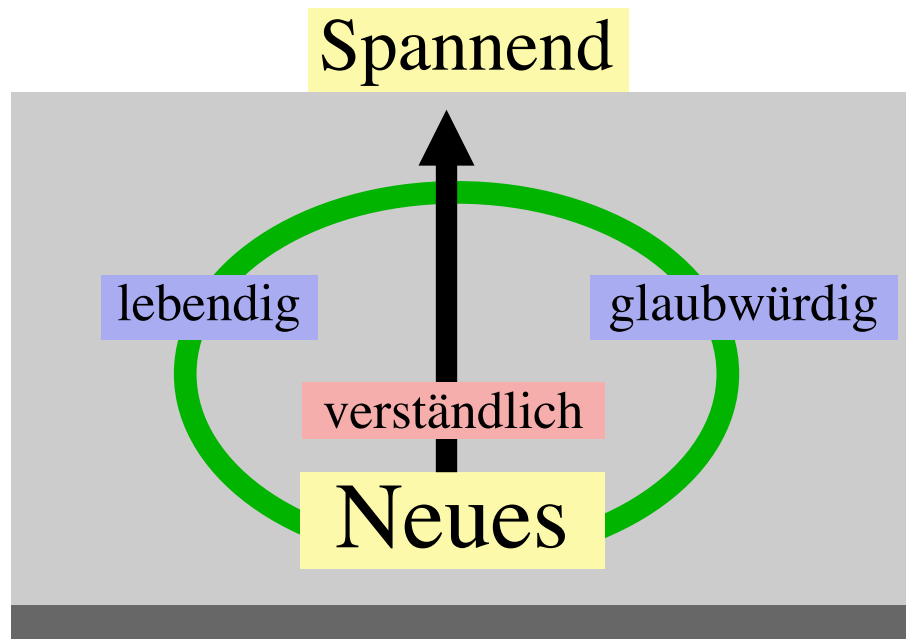
Die Episoden-Form

Eine mehr oder weniger konkrete Gesamtaussage wird in einzelnen Episoden bzw. Teilaspekten dargestellt, die jeweils in sich abgeschlossen sind.

Dieses Vorgehen eignet sich besonders für komplexe Themen, in die keine einfache Ordnung (zeitlich oder analytisch) hineinzubekommen ist.

Wann wird's "gut"?

- Bemerkungen zu Qualitätskriterien -



Um etwas **Neues** "gut" zu vermitteln, muß es vor allem **verständlich** sein (also so einfach wie möglich).
Wenn das dann noch **lebendig** und **glaubwürdig** geschieht -
dann wird es bestimmt ganz **spannend**!

Was Fernsehbeiträge gelingen lässt:

1. klares Thema, klares Ziel
2. deutlicher Bezug zum Publikum
3. klarer Aufbau, einfache Gliederung
4. passende Lösungen für Bild und Ton
5. einfacher, kraftvoller und vielsagender Text
6. Text, der immer vom Bild ausgeht
7. erzählerische, lebendige O-Töne

Qualitätskriterien

Damit Informationsbeiträge im Fernsehen beim Zuschauer auch so ankommen, wie sie gemeint sind, sollten sie die folgenden vier Qualitätsmerkmale haben:

1. **verständlich sein** (bzw.: einfach - unkompliziert - nachvollziehbar)
2. **lebendig sein** (bzw.: 'echt' - offen - engagiert)
3. **glaubwürdig sein** (bzw.: überzeugend - stimmig - passend)
2. **spannend sein** (bzw.: fesselnd - überraschend - interessant - nützlich)

Und dies jeweils auf den folgenden sieben Ebenen :

1. Sachebene/journalistische Bedeutung

Themen-Auswahl; Eingrenzung; Auswahl der Gesprächs-PartnerInnen; Neuigkeits-Wert; Grundidee; Ziele

2. Bezug zu den ZuschauerInnen

eine 'Geschichte erzählen'; Verbindung zu den Zuschauer-Innen über Betroffenheit, ähnliche Erfahrungen, gemeinsames Vor-Wissen

3. Aufbau und Gliederung

Gesamt-Gliederung; Gliederung der Abschnitte; Gewichtung der Abschnitte; Anfang und Schluß; Appetit-Macher und Gewürze; Spannung; Rhythmus

4. Gestaltung von Bild und Ton

Motiv-Auswahl (opt./akkust.); Auswahl der beteiligten Personen; Grafiken; Tricks; Präsentation (ReporterIn, PartnerInnen); Musik; Geräusche; Atmo;

5. Text-Gestaltung

durchlaufende Erzähl-Sprache; angemessener Stil; Wortwahl; Satz-Konstruktionen; Gesamt-Text

6. Bild-Text-Verbindung

passende Abstimmung zwischen Bild (incl. Ton) und Text; Text hilft, Bilder zu verstehen; Text erzählt entlang den Bildern; neue Bilder brauchen 'Luft' und evt. Verständnis-Hilfen; bei abnehmendem Bild/Ton-Reiz kann 'weggehender' Text verstanden werden

7. O-Töne

Auswahl der beteiligten O-Ton-PartnerInnen; Form (Statement, Gespräch, Vortrag/Rede, Interview, Zufallsprodukt)

Qualitätsraster	verständlich	lebendig	glaubwürdig	spannend
Sachebene/ journ. Bedeutung				
Bezug zu den ZuschauerInnen				
Aufbau und Gliederung				
Gestaltung von Bild und Ton				
Text-Gestaltung				
Bild-Text-Verbindung				
O-Töne				

Konzeption und Themenvorschlag

- Gesichtspunkte für Gliederung, Planung und Präsentation -

Wer einen Fernseh-Beitrag plant und einer Redaktion vorschlagen will, braucht vor allem eines: **Klarheit**. Klarheit über Thema und Botschaft, die Kernaussagen, die Ziele, den Zuschauerbezug, die Spannung, die Bilder, Texte und Töne. Der spätere Film kann nur dann klar sein, wenn diese Fragen im Kopf des Autors auch klar sind. (Ein nützlicher Nebeneffekt übrigens: Die Präsentation des Themas - in einer Konferenz oder einzelnen RedakteurInnen gegenüber - ist dann meist erheblich überzeugender!)

Zwei Hauptwege können aus meiner Sicht einigermaßen erfolgreich zur "Klarheit" führen: zum einen ein ganzheitliches, "erzählerisches" Vorgehen - und zum anderen ein eher analytisches Abchecken wichtiger Einzelaspekte. In der Praxis wird man beide Wege gut und produktiv miteinander vermischen.

Der "erzählerische" Weg hat seine Hauptstärken sicher in der Kreativität (weil zusätzlich zum rationalen Denken auch die Intuition mitbenutzt wird), in der Einfachheit (eins nach dem anderen wie beim Erzählen im Alltag) und in einer quasi "natürlichen" Logik. Die "analytische" Checkliste dagegen hilft eher beim Argumentieren und dabei, nichts auszulassen, was wichtig ist. Beide Varianten münden am Ende in einen Filmplan (bzw. eine Art Drehbuch), was ja immer hilfreich ist (auch für sehr kurze Fernsehbeiträge!).

Erzählerische Konzeption - das geht!

Bei allen folgenden Vorschlägen geht es darum, den eigenen großen Erfahrungsschatz mit "Erzählen" (aus Alltag und Beruf) nutzbar zu machen für die "erzählerische" Konzeption von Informationsfilmen im Fernsehen.

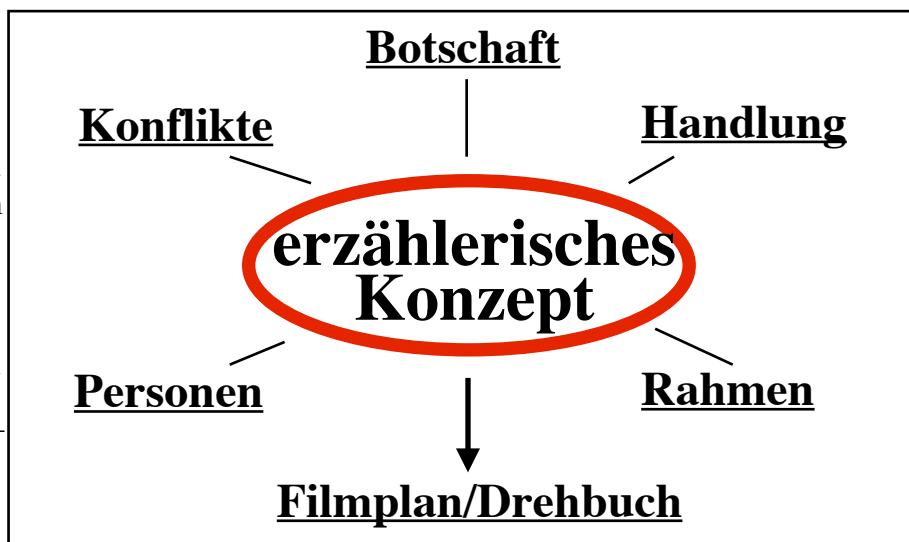
Am besten erzählt man dabei eher "aus dem Bauch heraus" (spontan, ohne lange nachzudenken), denn dann sind auch das Unterbewusstsein und die Intuition stärker beteiligt als beim eher analytisch-rationalen Vortrag. Außerdem ist es sinnvoll, mit einer realen Person (am Arbeitsplatz oder zu Hause) zu sprechen - dieser Mensch fragt ja dann auch nach, wenn er etwas nicht versteht!

Vielleicht kann diese Person hinterher auch helfen, Inhalt, Aufbau und Struktur des Erzählten zu rekonstruieren und zu notieren genauso wie besondere Bilder, Blickwinkel, Geräusche, Orte, Effekte, Musik usw.!

Gut geeignet ist die "erzählerische" Methode auch für Teams (und viele pflegen diese Art ja sowieso - meist nur nicht so bewusst!). Aber zur Not kann man die Geschichte auch sich selbst erzählen oder dem Diktiergerät - Hauptsache, man erzählt wirklich so wie im Alltag.

Klar ist natürlich, dass solche "erzählerische" Grundlagen-Arbeit und Fein-Justierung ganz entscheidend von äußeren Gegebenheiten abhängt (Budget, Zeit bis zur Sendung, Länge des Films, Recherche-Möglichkeiten usw.). Aber selbst unter Zeitdruck kann man die Geschichte wenigstens einmal "herunter erzählen" (siehe 3. "Handlung"): zum Beispiel dem Auftraggeber, einem Kollegen, dem Kameramann oder der Cutterin. Und wenn mehr Zeit ist, kann man mehr "Erzählen" ausprobieren! Welche der anderen Varianten man noch benutzt und mit welcher man anfängt, ist m. E. gleich. Man kann auch hin und her springen - solange nur Punkt 3 "Handlung" vorkommt!

Und man wird spüren, dass jedes Erzählen ein Gewinn für den Film ist - an Klarheit, Verständlichkeit und Spannung!



1. Kernaussagen und Botschaft

Form: Man versetzt sich in einen Zuschauer und erzählt vom Film

"Optimal gelaufen (1)": Man stellt sich vor: Der geplante Film ist optimal geworden und jetzt gerade gesendet worden. Ein Zuschauer aus der (sehr weit gefassten) Zielgruppe hat den Film gesehen und war ganz beeindruckt. Ein Angehöriger hat den Film nicht gesehen. Was erzählt jetzt der Zuschauer in zwei bis drei Sätzen der anderen Person? "Das war vielleicht interessant: ..." oder "Stell Dir mal vor, ..."

Im Blick auf Botschaft bzw. Moral: Man stellt Vergleiche an aus Märchen, Mythen und Sagen: z.B. "Das ist wie David und Goliath ..." oder "Wer hoch steigt, kann tief fallen!" oder "Wie Phoenix aus der Asche!" usw.

Auf diese Weise wird vor allem der Bezug zu einem großen Teil der Zuschauer deutlich, und über das Erzählen bekommt man mehr Klarheit und neue Ideen für Botschaften, Schwerpunkte und Kernaussagen.

2. Konflikte und Spannung

Form: Man versetzt sich in einen Zuschauer und erzählt vom Film

2.1. **"Optimal gelaufen (2)":** Man stellt sich wieder vor: Der geplante Film ist optimal geworden und jetzt gerade gesendet worden. Ein Zuschauer aus der (sehr weit gefassten) Zielgruppe hat den Film gesehen und war ganz beeindruckt. Ein Angehöriger hat den Film nicht gesehen. Was erzählt jetzt der Zuschauer der anderen Person zum Thema "Spannung" und "Konflikt"? Etwa mit der Einleitung "Spannend daran war ..." oder "Da ging's vielleicht zur Sache ..." oder "Das ist vielleicht unverschämt ..." oder "Der ist ja vielleicht betrogen / reingelegt worden ..." oder "Erst war es so, dann so!" (Wendepunkte). Und was hat den Zuschauer berührt, überrascht, fasziniert, empört, geärgert, gefreut usw.?

Auf diese Weise geht es noch stärker um den emotionalen Bezug zu einem großen Teil der Zuschauer, und über das Erzählen bekommt man mehr Klarheit und neue Ideen für Spannung, Spannungssteigerung, "Wendepunkte" sowie den zugrundeliegenden Konflikt.

Form: Man erinnert sich zurück an die ersten Empfindungen beim Thema

2.2 **"Eigene Faszination":** Im Laufe der Recherche verliert man häufig die Erinnerung daran, was man ganz am Anfang (beim ersten Kontakt mit dem Thema) gedacht und empfunden hat: Was war überraschend, faszinierend, ärgerlich, interessant, hat einen gefreut usw.? Das kann man gut einer anderen Person erzählen.

In der Erinnerung daran liegt eine große Chance: Vermutlich werden nämlich viele Zuschauer bei dem Thema auch so empfinden - und man bekommt mehr Klarheit in das, was man mitteilen möchte bzw. wie der Film angelegt sein muss.

3. Handlung (Ablauf), Aufbau und Gliederung

Form: Der Autor erzählt einem anderen (nach dem akt. Recherche-Stand) vom Film

3.1. **"Abends": Die Geschichte so erzählen wie beim Abendessen / diverse Blickwinkel**

"Stell Dir mal vor, ..." oder "Hast Du schon gehört, ..." oder "Mir ist da was passiert!"

Mit solchen Floskeln kann man sich gut in das "Abends"-Rollenspiel hineinfinden.

Wenn man noch nicht so recht zufrieden ist, versucht man eine weitere Erzählung mal aus einem anderen Blickwinkel: beginnt an einer anderen Stelle, stellt eine andere Person oder einen anderen Aspekt an den Anfang oder in den Mittelpunkt. Danach entscheidet man, welcher der Zugänge sich am besten "angefühlt" hat. Das ist bestimmt eine gute Vorlage für einen klaren, verständlichen Aufbau des geplanten Films!

Eine "verschärfte" Form bei sehr komplizierten Themen ist es, sich als Gegenüber ein etwa zwölfjähriges Kind vorzustellen oder einen sehr alten Menschen (den man aber wirklich kennt!).

3.2. **"Maus": Das Thema als Sachgeschichte für "Die Sendung mit der Maus" erzählen**

"Wir kennen jemanden, der ..." oder "Das ist der XY. Der ..." oder "Das ist ein ..." - mit solchen Floskeln kann man sich gut in das "Maus"-Rollenspiel hineinfinden. Diese Variante bringt meistens eine sehr einfache Gliederung, ein sehr klares "Eins-nach-dem-anderen" hervor. Auch hier kann man verschiedene Blickwinkel ausprobieren. Und oft bekommt man noch einige ganz witzige oder ironische Aspekte "frei Haus" geliefert!

3.3. "Boulevard": Die Geschichte als (übertriebene) Boulevard-Story erzählen

Wie würden eine Boulevard-Zeitung oder ein Boulevard-Magazin im Fernsehen über die Geschichte berichten? Wie würden sie die Emotionen anheizen, welche Informationen dabei verkaufen? Wo wäre es noch sachlich o.k., wann würde es falsch? Diese Variante kann helfen, sich das "Dramatische" (Schicksal, Zufall, Tragik, Komik, Glück, Pech, Freude, Angst, Absturz, Aufstieg usw.) an der Geschichte klarer zu machen: Wem passiert was warum mit welchen Emotionen? Auch hier kann man verschiedene Blickwinkel ausprobieren.

Mit diesen drei Verfahren kann man die eigentliche Handlung klarer bestimmen ("logisch und rund"), den möglichen Aufbau des Filmes (welche Episoden mit welchem Spannungsverlauf). Über das Erzählen bekommt man auch neue Ideen für packende Bilder und Blickwinkel, kraftvolle Formulierungen, passende Musik, optisch-akustische Effekte usw..

4. Personen, ihre Merkmale und Motive

Form: Der Autor erzählt einem anderen, welche Personen im Film auftauchen

Hinweise auf die "nötigen" Personen hat man schon aus den Punkten 1. bis 3. Um noch mehr Klarheit über die beteiligten Akteure im Film zu bekommen, kann man z.B. so formulieren: "Es geht um die und die ..." oder "Die Hauptperson ist ..." bzw. "Die Hauptpersonen sind ..." oder "Eine Nebenfigur ist ..." bzw. "An Nebenfiguren sind wichtig ...".

Im Blick auf Merkmale von Personen kann man z.B. so formulieren: "Interessant ist: Der XY hat gemacht / ist gelernter .../ ist von Beruf / kann ...".

Motive der Beteiligten: "Das macht er, weil ..." oder "Das braucht er, weil ..." oder "Ohne das wäre er ...".

Ihre Charakterzüge: "Der XY ist eine schwierige / umgängliche / einfache / komplizierte / widersprüchliche / freundliche / ängstliche Person ...".

Eher analytisch kann man nach solchen Erzählungen dann überlegen: Wen brauche ich wirklich im Film, wen nicht? Welche Merkmale und Charakterzüge müssen bei den Hauptpersonen erwähnt, beschrieben bzw. herausgearbeitet werden? Welche Fragen kann oder muss ich ihnen als O-Ton-Partner deshalb stellen? (Gegentest: "Abends" oder "Optimal gelaufen")

Auf diese Weise werden die beteiligten Personen plastischer und ihre Konflikte bzw. "Dramen" nachvollziehbarer. Für einen großen Teil der Zuschauer entsteht dadurch die Möglichkeit zur Identifikation mit ihnen (oder zur Ablehnung).

5. Rahmen: Orte, Zeiten, Ausstattung und Effekte

Form: Der Autor erzählt einem anderen über Orte, Ausstattung und Effekte

Die Hinweise aus Pkt. 1.-3. lassen sich jetzt noch genauer fassen: "Wir sind an dem und dem Ort, weil ..." oder "Typisch für ihn ist das Zimmer ... / der Ort soundso ..." oder "Das war vor x Jahren ..." oder "Er muss unbedingt das und das machen ..." oder "Er muss unbedingt die und die Kleidung tragen ..." oder "Der Gegenstand XY ist für ihn ganz wichtig, der taucht immer wieder auf ..." oder "Man muss ganz genau hören, wie ..." oder "Er springt immer wieder hin und her zwischen damals und heute ..." (also z.B. Überblendungen?).

Auf diese Weise wird klarer, an welchen Orten und zu welchen Zeiten der Film spielt, welche Ausstattung incl. Grafik benötigt wird, ob auch Spielszenen vorkommen und ob jetzt schon bestimmte optische oder musikalisch-akustische Effekte planbar sind.

6. Filmpfad bzw. Drehbuch: Bild & Ton & Text (s.a. "Analytische Planung" Pkt. 8)

Form: Der Autor erzählt einem anderen Passagen daraus

Hilfreich ist es, alle diese erzählerischen Vorarbeiten dann in einen Filmpfad oder sogar eine Art Drehbuch einfließen zu lassen - natürlich je nach den Gegebenheiten. Nur im Notfall wird man die Geschichte ausschließlich "im Kopf" haben.

Sowohl beim Erstellen (Gliederung/Episoden, O-Ton-Partner, Bilder, Grafik, Spielszenen, Texte, Töne, Musik, Effekte usw.) als auch beim Korrigieren (z.B. mit dem Auftraggeber, einem Planer oder Chef vom Dienst) kann es aber auch wieder sehr nützlich sein, einzelne Passagen oder das Ganze "zu erzählen". Denn:

**Nur was sich gut erzählen lässt, kann auch gut
bei vielen Zuschauern ankommen!**

"Analytische" Planung und Konzeption

Übersicht:

1. Um was geht es? (Das Thema/ die Botschaft in zwei Sätzen)
2. Was macht es "dringend"?
3. Was ist das Ziel?
4. Was ist die Grundidee?
5. Was macht das Ganze spannend?
6. Klärung der beteiligten Rollen
7. Die Drei-Punkte-Technik
8. Schriftlich fixieren: Treatment oder Filmplan

... und etwas ausführlicher:

1. Das Thema (die Aussage bzw. "Botschaft") in maximal zwei Sätzen benennen:

"Es geht um..." "Es gibt ..." "Am soundsovielten ist.../macht..." "Willi Müller hat..."

- und zwar so, daß mit diesen wenigen Worten den Adressaten (RedakteurInnen bzw. der Redaktions-Konferenz) bereits "der Mund wässrig wird".

2. Den 'dringenden' Bezug herstellen:

Warum muß diese Sendung genau diesen Beitrag jetzt oder bald bringen? Begründungen können beispielsweise sein:

- Das Thema paßt optimal in das Konzept (es passiert genau in den Bereich, für den sich die ZuschauerInnen interessieren; es ist für alle ein wichtiges Thema; über die betreffende Person spricht man gerade).
- Das Thema geht einen sehr großen Teil der ZuschauerInnen an und brennt denen vielleicht sogar auf den Nägeln.
- Das Thema ist brandaktuell oder paßt genau zu einem bevorstehenden Termin.
- Der Beitrag ist ein völlig neuer und überraschender Zugang zu einem an sich bekannten Thema.

3. Die abstrakten und konkreten Ziele des Beitrages klar formulieren:

Was will ich mit dem Beitrag erreichen? Denkbar ist etwa:

- die journalistische "Wächter-Funktion" erfüllen
- über Hintergründe und Zusammenhänge aufklären
- klar und deutlich Standpunkt beziehen
- sachlich berichten, wie etwas geschehen ist
- Ereignisse menschlich-emotional darstellen
- Positionen relativ neutral gegenüberstellen
- Hilfen für den Alltag anbieten

Man/frau kann sich auch fragen: Was sollen die ZuschauerInnen nach dem Beitrag anders machen als vorher?

4. Deutlich machen, was die besondere Grundidee ist:

Wie soll "die ganze Geschichte" (als Fernseh-Beitrag) erzählt werden?

- einzelne Menschen handeln/erleben/sagen/meinen
- an einem Beispiel wird das Allgemeine deutlich
- möglichst alles zu einer Zeit an einem Ort mit wenigen Personen

5. Deutlich machen, warum das Ganze "spannend" ist:

Was ist die Dramaturgie des Beitrages?

- die aller-einfachste Gliederung wählen
- den "roten Faden" bestimmen:zB
 - chronologisch vorgehen
 - zwei, drei Blöcke bilden (Abschnitte/Episoden)
 - dazu evt. einen geeigneten "running gag" finden
 - notfalls akademisch-analytisch vorgehen
- den Spannungs-Bogen festlegen:
 - Welcher Gegensatz oder Konflikt ist typisch?
 - Wer gegen wen oder was? -
 - Spannend daran ist, daß
 - Das wird immer spannender, weil....
 - Wie entwickelt er sich? Wo liegen die "Wendepunkte"?
- die Steigerung der Spannung planen:
 - Am Anfang einen "Appetit-Macher" plazieren,
 - dann die Geschichte erzählend entfalten,
 - den Höhepunkt ansteuern
 - und schließlich einen klaren Schluß setzen

6. Klärung der beteiligten Rollen:

Rollen-Typen:

- neutraler Dritter: "So ist es" / "So war es" / "Das und das ist geschehen" / "So sieht es aus"
- subjektiver Dritter: "Ich habe es so und so gesehen/erlebt" / "Ich bewerte es so und so"
- Beteiligter: "Mir ist das und das passiert" / "Das und das habe ich erlebt"

Rollen-Konstruktion: Dokumentarisch? Inszeniert (Schauspieler, Sprecher)? Gemischt?

Wer trägt welche Rolle? AutorIn; InformantIn; Beteiligter; Außenstehende bzw. Beobachter; SprecherInnen / SchauspielerInnen

Die Rollen klar anlegen: Aufgabe im Film, Charakter, Widersprüche, Entwicklung, Biografie

Erzähler: Ich-Erzähler, der dabei war? Ein neutraler Erzähler, der Abstand hat? Ein erzählender Akteur mit Emotionen?

7. Oft ganz hilfreich: die Drei-Punkte-Technik (siehe Schema unten)

Wenn dann immer noch keine rechte Klarheit für Aufbau und Gliederung da ist, kann man sich selbst einfach mal ganz enge Grenzen setzen: Das generelle Ziel (s.o.) in genau drei Schritte zerlegen. Und diese drei Schritte dann wieder in drei Schritte - usw. Auf diese Weise diszipliniert man sich sehr stark und kann Elemente bestimmen, die unverzichtbar sind - und solche, die man eher nicht braucht. Außerdem lassen sich drei Teile eines Ganzen noch immer ganz gut im Gehirn ab-speichern: beim Lesen, Hören und Sehen. Und sogar beim freien Vortrag oder bei der freien Rede.

8. So früh wie möglich einen gründlichen Film-Plan entwerfen.

Das spart Nerven, klärt die eigenen Absichten und macht die noch vorhandenen Schwachstellen schnell sichtbar.

Teil	Sequenz	Länge	Bild / IT	Text / Inhalt
ANMOD				
FILM				
1.	Appetitmacher			zB "bisher" (positiv, negativ, unklar)
2.	Hauptteil			zB "jetzt" (Veränderung in Gegenrichtung)
2.1.	Abschnitt 1			zB Standpunkt 1
2.2.	Abschnitt 2			zB Gegenstandpunkt 2
2.3.	Abschnitt 3 (mit Höhepunkt)			zB Konflikt / Konfrontation
3.	Schluß			zB "danach" (Ausblick, Ängste, Hoffnung)
ABMOD				

Checkliste "Treatment / Themenvorschlag"

Thema:

- Um wen und was geht es? Warum gerade jetzt? (drei bis vier Zeilen)

Botschaft (Kernaussage):

- ein bis zwei Sätze aus Zuschauersicht (wenn der Film "optimal" geworden ist)

Story (Plot, Handlung): Was passiert / geschieht / beobachten wir?

- möglichst drei Varianten anbieten
- aus verschiedenen Blickwinkeln (beteiligter Personen) erzählen
- mit den Techniken "abends", "Maus", "Boulevard" + "eig. Faszination"

Klärungs-Aspekte:

Zuschauerbezug:

- Informationen, Neuigkeiten, intellektuelle Überraschungen
- Emotionen: bei den Beteiligten, den Zuschauern, bei Autor und Redaktion

Spannung:

- Konflikte
- Gegensätze
- Widersprüche
- Wendepunkte
- Fall- und Steighöhen

im Mittelpunkt (Zentrierung):

- Person(en)? Beziehung von Personen? Ding? Ort? Fall? Ereignis? Situation?
- möglichst nur eine Handlung - ein "Hauptdarsteller" - ein Ort - eine Zeit
- Wer und was ist unverzichtbar? Wer und was kann wegfallen?

Drei-Schritt-Technik - beispielsweise so:

"bisher" (positiv, negativ, unklar)

"jetzt" (Veränderung in Gegenrichtung oder Klärung)

zB Standpunkt 1

zB Gegenstandspunkt 2

zB Lösung / Konflikt / Konfrontation

"danach" (Ausblick, Ängste, Hoffnung)

Drehorte und Drehdauer

- Welche sind zwingend? Welche sind evt. verzichtbar?
- Wieviel Drehtage?

Stilmittel

- Genre: Nachricht, Bericht, Reportage, Feature, Glosse, Satire ...
- "Appetitmacher" und "Gewürze"
- "roter Faden" und/oder "running gag"
- besondere Bildideen
- besondere Ideen für Schnitt und Postproduction
- besondere Ton- und Musikideen

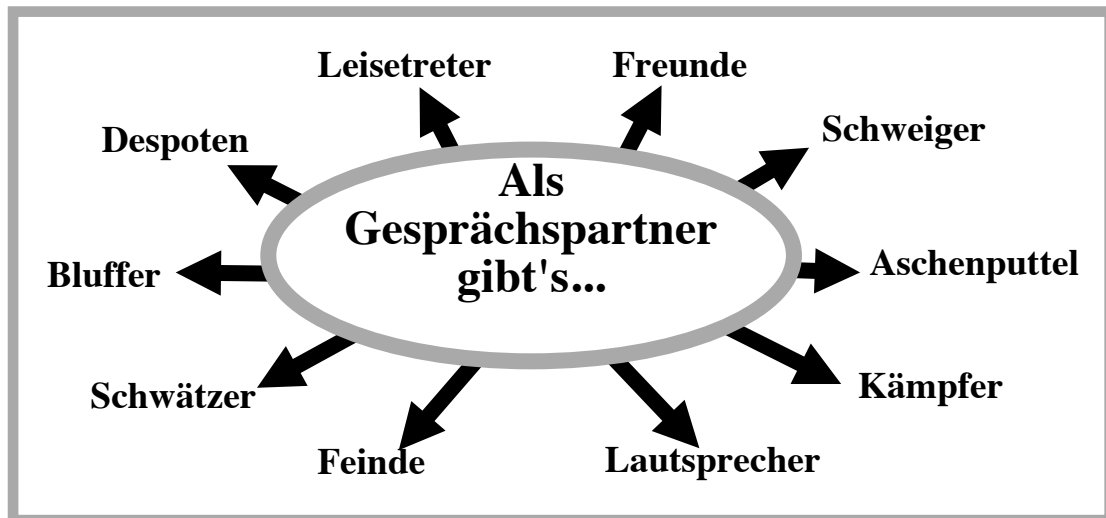
Einbindung in die Sendung

- Zusammenspiel mit der Moderation
- Studiogäste
- Service und Internet

Hintergrund

- inhaltliche Ergänzungen
- Informations-Quellen

Gespräche und Interviews: *Thema und Person lebendig miteinander verbinden!*



Gespräche und Interviews gelingen besser, wenn ...

.. der/die Fragende in einer **lebendigen Erzählsprache** ("wie im Alltag") die Fragen stellt, nachhakt, freundlich unterbricht, erstaunt ist usw... Über den Daumen: Etwa 50 Prozent unserer Gesprächspartner lassen sich von uns führen: Wir geben die Ebene von Lebendigkeit und Einfachheit vor, auf die sich die Gesprächspartner dann einlassen. 25 Prozent sind immer gut, egal wie schlecht wir sind; 25 Prozent sind so aufgeregt, daß fast alle Kunst der Gesprächsführung versagt.

... der/die Fragende das **Interesse** am Gesprächspartner nicht nur vorgaukelt, sondern beim Gespräch so stark wie möglich wirklich hat (selbst wenn der Inhalt der Aussagen mehr oder weniger bekannt ist). Ernsthaftes (und nicht nur floskelhaft betontes) Interesse macht es den Gästen meistens viel leichter, spannend zu antworten.

... der/die Fragende vorher die **Bedingungen** des Gesprächs klargemacht hat: Technik, Länge des Beitrags, Ziel, Zusammensetzung des Publikums, Wunsch nach kurzen, einfachen, lebendigen Antworten - oder nach einem längeren Statement. Viele GesprächspartnerInnen sind ja gewohnt, ein kompliziertes (oft druckreifes) Fachchinesisch zu reden - manche lassen sich aber darauf ein, so zu sprechen, als würden sie alles einem zwölfjährigen Kind erklären. Und manchmal verstehen es Erwachsene dann gut: der "Sendung-mit-der-Maus-Effekt"!

... es dem/der Fragenden gelingt, im Vorgespräch oder während der Live-Situation herauszubekommen, wo **Thema und Person verbunden** sind: Erinnerung an konkrete Erlebnisse, Gefühle (wie Wut, Ärger, Freude), sich in bestimmte beispielhafte Situationen zurückversetzen, Beispiele finden - und was sie den Gesprächspartnern bedeuten. Auf diese Weise werden die Gäste nicht nur als Funktionsträger angesprochen, sondern als empfindende Menschen, die einerseits ein wichtiges Fachwissen haben - und andererseits eben "normal" sind.

... möglichst häufig **konkrete Beispiele** und konkrete Erlebnisse angesprochen werden. Die GesprächspartnerInnen können sich dann viel sicherer fühlen - abstraktes Reden ist meist viel anstrengender und unbefriedigender.

... bei **Unterbrechungen** oder Nachfragen spürbar wird, daß das im Interesse der Verständlichkeit und Glaubwürdigkeit geschah - und nicht aus Unhöflichkeit, Konkurrenz oder Gemeinheit. Sicherlich sind manche GesprächspartnerInnen dabei empfindlicher als andere, aber wenn in mir als dem/der Fragenden die innere Haltung stimmt, dann ist das Risiko für eine peinliche Irritation nicht so groß.

Fazit: "Allgemeine Regeln"

1. Geschichten erzählen!

Das Ziel ist, für die ZuschauerInnen mit dem Medium "Fernsehen" so oft wie möglich kleine Geschichten zu erzählen - im Aufbau (mit einem klaren roten Faden) und im Text-Stil (ähnlich, wie man/frau Geschichten zu den Fotos im Fotoalbum erzählt). Selbst Nachrichten-Filme können erzählte Geschichten sein!

2. So einfach wie möglich!

Grundsätzlich gilt: Es kann nie einfach genug sein - in der Gesamt-Gliederung wie auch in der Gliederung der einzelnen Teile und Passagen. Wichtig ist, daß die kleine oder große Geschichte schrittweise "eins nach dem anderen" präsentiert wird: in einer einfachen nachvollziehbaren Logik. Auf Verschachtelungen und Exkurse sollte man möglichst verzichten, weil sie den einfachen Fortgang der Geschichte unterbrechen.

3. Aber trotzdem elegant und pfiffig!

Ohne Eleganz, Abrundungen, ohne einen pfiffigen Ein- und Ausstieg werden Magazin-Beiträge oft langweilig, belehrend, zäh oder holpernd. Die Geschichte muß "fließen", braucht "Gewürze" (um schmackhaft zu sein) und muß den Seiltanz zwischen Unterforderung und Überforderung der ZuschauerInnen mit möglichst großer Bravour lösen.

4. Unsere Fehler schlagen durch!

Unsere beabsichtigten Informationen kommen bei vielen ZuschauerInnen nur in Bruchstücken an, weil deren Aufmerksamkeit durch Bild und Ton überfordert ist. Der Grund: Wir machen zu viele handwerkliche Fehler - allgemeine journalistische Fehler, aber auch fernseh-typische:

- Wir setzen zuviel Vorwissen voraus.
- Wir reden in Behördendeutsch.
- Wir haben unseren Interview-Partnern nicht geholfen, verständlich zu werden.
- Wir lassen uns beim Texten nicht vom Bild führen.
- Wir springen im logischen Ablauf dauernd hin- und her.
- Wir sind zu abstrakt: Zu selten handeln Menschen!
- Wir bieten unsere Informations-Absichten nicht genügend "schmackhaft" an.

5. Das Bild muss führen!

Oft wird das Bild nur als Teppich benutzt, über den beliebige Text-Passagen ausgebreitet werden. Die "Schere" zwischen Bild und Text klafft weit auseinander. Aber das Bild schlägt zurück: Alles, was im Bild ist, hinterläßt eine Wirkung bei ZuschauerInnen - und vom Text bleiben nur mehr oder weniger sinnvolle Bruchstücke hängen! Deshalb muß das Bild "führen"; an ihm entlang wird die Geschichte erzählt. Und darum ist die geeignete Bildauswahl so wichtig - vorausgesetzt, der Text geht entsprechend auf die Bildmontage ein! Jedes neue Bild braucht Zeit (und oft textliche Hilfen), um von ZuschauerInnen verarbeitet werden zu können. Und vor allem: Ein hoher Bild-Reiz erfordert einen niedrigen Text-Reiz! Anstrengende Textpassagen dagegen nur auf geringe Bildreize setzen!

6. Der Text muss passen!

Manchmal ist es recht mühsam, innerhalb von Sekunden das Bild mit dem Text auch richtig zu "treffen". Aber es lohnt sich immer! Und schließlich macht das den Fernseh-Job aus. Und nicht allzu schamhaft sein: Schon beim Schnitt laut und deutlich gegenlesen - die CutterInnen sind das gewohnt. Erst dann spürt man, "ob der Text sitzt" (an den richtigen Bild-Stellen nämlich!) und nicht zu lang ist - oder zu kurz! Übrigens sind die meisten AutorInnen bei der Sprachaufnahme noch mal ca. 10% langsamer als beim Gegenlesen am Schnittplatz!

7. Einfach und elegant texten!

Die Texte vieler Fernseh-Magazin-Beiträge wimmeln nur so von Fachwörtern, Behördendeutsch, Ver-Hauptwortungen, Wort-Bandwürmern, Schachtelsätzen und Verschachtelungen in Form von Eigenschafts-Wörtern (um nur einige der Kardinalfehler zu nennen). Und wenn dann mal jemand versucht hat, für's Sprechen im Fernsehen einfach zu schreiben, dann klingt das oft wie im ersten Jahr Grundschule. Diesen Texten fehlt nämlich jegliche Eleganz. Das ist die hohe Kunst: gleichzeitig bildgerecht, einfach und elegant zu texten. **Aber nur Mut: Es geht!**