

FS-Magazine

FS-Magazine (21 002)

Autor: Wolfgang Günther

Inhaltsverzeichnis

1	Überbau	4
1.1	Kernsatzprinzip	4
1.2	Ratio und Emotio	5
2	Gestaltungsmittel im Magazinbeitrag	8
2.1	Realbild	8
2.2	Künstliche Bilder.....	10
2.2.1	Grafik	10
2.2.2	Collagen.....	10
2.2.3	Symbole	10
2.2.4	Metaphern.....	10
2.2.5	Verfremdungen	10
2.3	O-Ton-Treppe	11
2.3.1	Betroffene.....	12
2.3.2	Experten.....	12
2.3.3	Kunstfiguren	12
2.4	Musik & Geräusche.....	13
2.4.1	Atmosphärische Musik - Zitatmusik.....	13
2.5	Gliederung & Dramaturgie.....	15

Gestaltung im Magazinfilm - Überblick

Grundfrage: **Wie werden journalistische Sachverhalte mit filmischen Mitteln verständlich und eindrücklich erzählt ?**

1. **Überbau**
 - 1.1. **Kernsatzprinzip**
(Leitfaden für fernsehjournalistische Umsetzung)
 - 1.2. **Rationalität und Emotionalität**
(Wechselwirkung und Funktionstrennung zwischen a-Reizen und b-Reizen)

2. **Gestaltungsmittel im Magazinbeitrag**
 - 2.1. **Realbild**
(Zusammenspiel Technik, Ästhetik, Inhalt /aussageorientierte Eindeutigkeit)
 - 2.2. **Künstliche Bilder**
(Grafik, Symbol, Metapher, Trick, Spielszene, Verfremdungen)
 - 2.3. **O-Ton-Treppe**
(“Betroffene”, “Experten”, "Kunstfiguren". Statement, O-Ton, situative Einbettung, Leitfigur)
 - 2.4. **Musik und Geräusche**
(atmosphärische und Zitatmusik, Erzählkraft von Geräuschen, vorbewußt emotionale Wirkung)
 - 2.5. **Gliederung**
(Funktion und handwerkliche Umsetzung, Zusammenspiel der Gestaltungsebenen)
 - 2.6. **Dramaturgie**
(Expositionslehre, rhetorische Erzählformen, der Schluß)

1 Überbau

1.1 Kernsatzprinzip (© Wolfgang Günther)

Wie jede Geschichte, so ist auch der journalistische Sachverhalt eines Magazinfilmes eine Abfolge einzelner Aussagesätze oder **Kernsätze**. Diese Kernsätze stehen nicht beziehungslos hintereinander, sondern verhalten sich *kausal* zueinander (Ursache, Folge, Lösung, Alternative etc.).

Zudem lässt sich bei jedem erzählenswerten Sachverhalt ein **Hauptkernsatz** formulieren, der sowohl die sachliche Relevanz (warum ist das wichtig?), als auch die emotionale Relevanz (warum ist das spannend?) der Geschichte auf den Punkt bringt.

Im Vergleich zu anderen Darstellungsformen (Buch, Zeitung, Hörfunk) hat Film sehr viele Erzählmittel:

- Bilder / Bildmontage
- Geräusche ("Atmo", O-Ton-Geräusche)
- Musik
- Menschen (Interview-O-Töne, Gesprächssituationen etc.)
- Schrift ("Bauchbinden", Titel etc.)
- Off-Text

Dem Fernsehzuschauer soll eine verständliche und eindruckliche Erzählung geliefert werden. Damit dies funktioniert, müssen alle verwendeten Erzählmittel in jeder Phase der Erzählung der jeweiligen Aussage dienen. Der Filmautor muss jede filmische "Zutat" darauf prüfen, ob sie an der jeweiligen Stelle im Film maximal **kernsatzgemäß** ist.

Kernsätze müssen konkrete Aussagesätze sein, nicht bloße Überschriftfragmente. "*Verkehrssituation in Ostdeutschland*" ist kein Kernsatz, keine Aussage, keine Geschichte, sondern zunächst nur ein **Thema**, das noch mit Inhalt gefüllt werden muss. Findet die filmische Umsetzung auf Basis solcher Thema-Überschriften statt, bleibt sie meist verwaschen und beliebig.

1.2 Ratio und Emotio

Die *Wirkungsspezifik* der einzelnen filmischen Gestaltungsmittel ist sehr unterschiedlich. D.h. Zuschauer verarbeiten die von einem Film ausgesandten Reize auf verschiedenen Wahrnehmungsebenen. Erkenntnisse der Neurobiologie und der Wahrnehmungspsychologie sind insofern hilfreich für Filmgestalter. Unterschieden wird in:

α -Reize	β -Reize
werden kognitiv verarbeitet	werden emotional verarbeitet
werden auf Plausibilität geprüft	werden nicht geprüft
werden "gegengecheckt"	gehen "in den Bauch"
<i>Bsp.: Schrift</i>	<i>Bsp.: Musik</i>

Auf einer α - β -Skala lassen sich die filmischen Mittel in ihrem Verhältnis zueinander anordnen:



Dabei wird deutlich, dass speziell das Gestaltungsmittel "Off-Text" aus zwei Ebenen mit unterschiedlicher Wirkungsspezifik besteht. Während der Tonfall des Sprechens eher Emotionalität transportiert, übt der reine Wortanteil rationale Wirkung aus. Ähnlich gesplittet könnte sich auch das Gestaltungselement "Schrift" darstellen, wenn Schrifttypen mit emotionaler Aussage gewählt würden.

Aussagefähig wird eine solche Skala erst, wenn sich daraus eine Wirkungsstärke ableiten ließe. Tatsächlich lässt sich die Vermutung " β schlägt α " mit Beispielen belegen:

Bild contra Musik:	Bild: grüner, gesunder Wald Musik: bedrohlicher Sirtton Aussage: "Mit dem Wald ist etwas nicht in Ordnung"
---------------------------	---

Worte contra Tonfall:	Worte: "Heute ist das Wetter aber schön" Tonfall: genervt, sarkastisch Aussage: "Das Wetter ist nicht schön"
-----------------------	---

In beiden Fällen sagt uns das β -Mittel, was "wirklich" ist, zeigt uns was "hinter" den Bildern bzw. den Worten steckt.

2-Säulen-These: Der journalistische Film muss einerseits sachlogisch nachvollziehbar sein (α), zum anderen muss er emotional beeindrucken (β). Voraussetzung dafür ist ein ausgewogenes Verhältnis der unterschiedlichen Erzählmittel.

Rationalität

α

<p>Off-Text sachlich neutraler Erklärtext</p>	√
<p>Bilder Halbtotale, "establishing shot" Grafiken, Schrift</p>	√
<p>O-Töne Erklär-Statements Bestätigung durch Experten</p>	√

Emotionalität

β

<p>Off-Text subjektive Rolle: "Textperson" Meta-Ebene</p>
<p>Bilder Details, reduzierter "close up" Symbole, Metaphern</p>
<p>O-Töne Meinung von Betroffenen subjektive Schilderungen "launige" Charakter-O-Töne</p>
<p>Situationen authentische Interaktion von Betroffenen</p>
<p>Musik</p>
<p>Personalisierung ... von Abläufen ... von Sachverhalten Leitfiguren entwickeln</p>
<p>Spielszenen abstrakte, verborgene Vorgänge veranschaulichen Überspitzung, Parodie</p>
<p>Rhetorik "Fallhöhe" herstellen kontrastieren Leitmotive entwickeln Szenarium ("was wäre wenn")</p>

2 Gestaltungsmittel im Magazinbeitrag

2.1 Realbild

Die (zunächst banal klingende) Frage "was ist ein *gutes* Bild?" führt - je nach Adressat - zu unterschiedlichen Antworten. Diese lassen sich in einem dreigeteilten Schema sammeln:

	Inhalt	Ästhetik	Technik
ein gutes Bild =	aussagefähig	wirkungsvoll eingeleuchtet	richtig belichtet
	erzählstark	Linienführung	scharf
	präzise	optische Tiefe	pegelrichtig
	inhaltlich eindeutig	Positionierung	wackelfrei
	.	(Goldener Schnitt)	farbrichtig (Weißabgleich)
	.	.	.
	.	.	.
	= kernsatzgemäß	= schön, harmonisch	= normgerecht

Folgt man der **Kernsatz-These**, so gibt es zwischen den drei Kategorien keine Gleichberechtigung. Richtschnur ist der Aussagewunsch, Ästhetik und Technik haben sich dem jeweiligen Kernsatz unterzuordnen.

In der Regel führt dies nicht zu Konflikten, im Gegenteil: ein "schönes" und technisch "korrektes" Bild ist *prinzipiell* geeignet, erzählstark und eindeutig zu sein. Es muss aber nicht. Ein entsprechender Kernsatz legitimiert durchaus Regelverletzungen im Ästhetik- und Technikbereich.

Tatsächlich konflikträchtig wird das wegen der im Fernsehbetrieb herrschenden Arbeitsteilung. Die führt seit jeher zu einem fatalen Denkmuster:

*"Der Kameramann ist zuständig für die (schönen) Bilder,
die Cutterin für die (flüssige) Montage
und der Journalist für den Inhalt (heißt: für den Text)."*

In Verkenning der Tatsache, dass filmisches Erzählen eine Wechselwirkung aller Bestandteile ist, verfolgen die an einem Film beteiligten Medienschaffenden unterschiedliche Ziele und werden (z.B. von ihren Vorgesetzten) nach unterschiedlichen Kriterien beurteilt.

Für die konkrete Zusammenarbeit ergeben sich so diverse Negativ-Szenarien:

- Der Kameramann (bzw. Cutterin) interessiert sich nicht für die journalistische Story und sucht berufliche Erfüllung im (Selbstzweck-) Ästhetizismus.
- Der Journalist hält es nicht für nötig, Kameramann (bzw. Cutterin) inhaltlich einzuweihen. Denen bleibt nichts anderes übrig, als die berufliche Erfüllung im (Selbstzweck-) Ästhetizismus zu suchen.

- Der (filmisch unversierte) Journalist verkennt die Aussagerelevanz der Bildebene, betrachtet Film als "illustrierten Text" und ist daher mit den erzählerisch unverbindlichen Bildern zufrieden.
- etc.

Die beschriebene Nicht-Kommunikation findet zwar nicht in Reinform statt. Natürlich erfährt das Produktionsteam *um was es geht*. Mehr aber oft nicht. Genannt wird das *Thema*, seltener schon der *Hauptkernsatz*, geschweige denn die kausale Abfolge der einzelnen *Kernsätze* (s. Kap. "Kernsatz").

2.2 Künstliche Bilder

Gerade beim *journalistischen* Fernsehen stößt man sehr schnell auf ein Umsetzungsproblem: Laut Kernsatzthese muß unser Ziel sein, Bilder zu finden, die eindeutig im Sinne des Aussagewunsches sind. Doch oft kreisen journalistische Aussagen um abstrakte Dinge, um zukünftige oder vergangene Vorgänge. Kurz: es gibt keine kernsatzgemäßen *Real*-Bilder.

Allzuoft behilft sich Fernsehjournalismus mit untauglichen Mitteln: Bilder von Pressekonferenzen "illustrieren" das Thema "Rentenreform", Schwenks über Aussenfassaden "visualisieren" die neuen Steuergesetze, Halbtotale aus Fabrikhallen "vermitteln" die Lage am Arbeitsmarkt ...

Sich im journalistischen Fernsehen auf Realbilder zu beschränken, ist natürlich falsch. Um Sachverhalte filmisch zu vermitteln, steht uns ein breites Spektrum nicht-realer Bilder zur Verfügung.

Handlungsdevise: Immer dann, wenn Realbilder nicht hinreichend in der Lage sind, den jeweiligen Kernsatz zu erzählen, greifen wir zu "künstlichen" Bildern.

2.2.1 Grafik

Die Palette der Grafiken ist mit Entwicklung entsprechender Software umfangreich und leicht zugänglich geworden. Angefangen von der einfachen Landkarte bis zur aufwendig animierten Torten- oder Säulengrafik sind komplexe Zahlenverhältnisse oder geographische Zuordnungen einprägsam zu visualisieren.

2.2.2 Collagen

Mittels (meist computerunterstützter) Collagen werden Dinge in Beziehung gesetzt, die in der Real-Bilderwelt ihre Beziehung nicht optisch offenbaren. Vor allem wenn es sich um zukünftige Entwicklungen handelt, ermöglichen Realbild-Collagen optische Visionen.

2.2.3 Symbole

Realbilder, die in zugespitzter Form präsentiert werden, können Symbolkraft entwickeln. Sie können als Teil "für das Ganze" stehen ("pars-pro-toto") und so komplexere Sachverhalte pointiert benennen. Voraussetzung für die symbolische Wirkung ist meist eine Bildgestaltung, die das Objekt mit hoher Eindeutigkeit stilisiert bzw. isoliert (Großaufnahme, geringe Tiefenschärfe, Reißzoom, etc.)

2.2.4 Metaphern

Konkrete Vorgänge werden zum Gleichnis für einen anderen, nicht zu visualisierenden Vorgang. Die emotionale und beschreibende Kraft des konkreten Vorgangs dient der Vermittlung des eigentlichen Kernsatzes.

2.2.5 Verfremdungen

Die optische Verfremdung vermittelt einen Ebenenwechsel, etwa von der objektiven in die subjektive Gedankenwelt. Träume, Erinnerungen, aber auch krankhafte Zustände können so visualisiert werden. An technischen Mitteln steht eine breite Auswahl zur Verfügung: Zeitlupe, Überstrahlung, Solarisation, Verfärbung, Entfärbung, etc. etc.

2.3 O-Ton-Treppe (© Wolfgang Günther)

In jedem journalistischen Sachverhalt spielen Menschen eine tragende Rolle, ob als Täter, Opfer, Entscheider, Erduldende, Wissende, Ahnungslose usw. Eine filmische Erzählung kann nur funktionieren, wenn sie den Akteuren Raum gibt, ihre Sichtweisen und ihr Wesen zu zeigen. Ein Magazin-film, in dem keine Menschen vorkommen, wird immer distanziert und wenig eindrücklich wirken.

Rein filmhandwerklich gesehen können Menschen in unterschiedlichen Ausformungen auftauchen. Eine Liste mit ansteigender Wertigkeit:

		Erscheinungsform
Stufe 1:	"Statisten" (Akteure)	Die Menschen sprechen nicht "zu den Zuschauern", sie werden lediglich in ihrer (hoffentlich wenigstens kernsatzgemäßen) Aktivität abgefilmt. Im Extremfall erscheinen sie als seelenlose "Statisten" ohne emotionalen Bezug zu ihrer Tätigkeit bzw. Situation. Oft wird bei solcher "Filmgestaltung" der untaugliche Versuch gemacht, mit Off-Text das zu sagen, was die Person hätte sagen sollen.
Stufe 2:	"Lautsprecher" (Statement)	Die Menschen erscheinen im Film ausschließlich für den Zeitraum des O-Tons. Optisch werden weder sie, noch ihre Umgebung eingeführt. Der O-Ton-Geber verkommt zum "Lautsprecher". Sein Bezug, seine situative Legitimation zum Gesagten wird nicht szenisch belegt und ist bestenfalls in der Bauchbinde erkennbar.
Stufe 3:	situative Einbettung	Die Person wird in eine kleine filmische Erzählung eingebettet: man nähert sich ihr, sieht sie in einer kernsatzrelevanten Umgebung agieren. Der folgende O-Ton ist so stärker legitimiert und besser aufnehmbar. Im Idealfall wird der O-Ton aus der Situation heraus abgegeben.
Stufe 4:	"Leitfigur" (Hauptperson)	Die Person wird zum roten Faden des Gesamtfilmes. Sie taucht immer wieder auf, agiert in den jeweiligen Situationen und äußert sich zu verschiedenen Sachverhalten. Sie "geleitet" den Zuschauer durch den Film. So hat sie neben der inhaltlichen auch eine dramaturgische Funktion.

Stufe 4 wird nicht in vielen journalistischen Filmen gelingen. Selten sind kernsatzgemäße Personen zu finden, die realen situativen Bezug zu möglichst vielen Kernaussagen haben. Sollte es sich jedoch anbieten: Die Leitfigur-Dramaturgie hat starke Erzählkraft, da sie uns mit einer Hauptfigur vertraut macht.

Mindestvoraussetzung für einen filmischen Einsatz von Menschen ist Stufe 3, die situative Einbettung von O-Tönen.

Neben der Frage, wie Menschen im journalistischen Film platziert werden, stellt sich auch die Frage welche Menschen eingesetzt werden. Eine Grobeinteilung:

2.3.1 Betroffene

sprechen stets über sich oder über Nahestehende und beschreiben ihre Lebensumstände bzw. ihr Schicksal. Sie schildern die Situation mit authentischer Emotionalität, sprechen die Gefühlsseite des Zuschauers an, wirken ergreifend und eindrücklich durch die β -Wirkung ihrer Aussage.

2.3.2 Experten

sprechen nicht über sich, sondern über andere (Patienten, Klienten) oder über Sachverhalte (wissenschaftliche, rechtliche). Sie schildern mit argumentierender Sachlichkeit, sprechen die rationale Seite des Zuschauers an, wirken überzeugend durch die α -Wirkung ihrer Aussage.

ferner:

2.3.3 Kunstfiguren

sind ein dramaturgisches Mittel, um trotz fehlender Realpersonen einen personalisierten Erzählfluß herzustellen. Journalistische Voraussetzung ist natürlich, dass die Realperson tatsächlich existiert (aber nicht zur Verfügung steht) oder dass sie potentiell (als Idealtypus) existieren könnte.

Folgt man der "2-Säulen-These" (α und β), wird die Schilderung eines Sachverhaltes dann glaubhaft *und* eindrücklich, wenn sie α -Personen und β -Personen (also Experten und Betroffene) kombiniert:

Das Fehlen der β -Personen bewirkt stets, dass der Film weniger eindrucksvoll ist, den Zuschauer weniger emotional berührt und damit *schneller vergessen* ist.

Das Fehlen der α -Personen kann - je nach Sachverhalt - bewirken, dass der Film weniger schlüssig ist, nicht durch Fakten abgesichert wirkt und so *weniger glaubhaft* erscheint.

2.4 Musik & Geräusche

Auf der Skala der filmischen Gestaltungsmittel liegen Musik und Geräusche deutlich am β -Ende. Sie werden emotional verarbeitet, gehen "in den Bauch". Und nicht nur das: Unter bestimmten Umständen werden Musik und Geräusche "**vorbewusst**" wahrgenommen. Das heißt, sie fließen einerseits in die Erzählung ein, der Zuschauer ist aber andererseits nicht in der Lage, sich bewusst und rational mit diesen Gestaltungsmitteln auseinander zu setzen - oft schon deshalb, weil er gar nicht gemerkt hat, dass da "etwas" war.

Musik und Geräusche wirken im Film als versteckter "Geschmacksverstärker". Mehr noch: Sie diktieren, was von den Bildern und O-Tönen zu halten ist. Was im Spielfilm gewünscht und unproblematisch erscheint, wirft im Journalismus sehr schnell die Frage nach der Redlichkeit auf: Wann darf ein so "unsachliches" Mittel eingesetzt werden?

Bei einer Antwort auf diese Frage muss meines Erachtens mit dem Begriff "journalistische Wahrhaftigkeit" gearbeitet werden: Der Journalist hat etwas zu erzählen, was er (dank gründlicher Recherche) als "wahr" erkannt hat. Dazu bedient er sich zunächst der "objektiveren" Erzählmittel (Bilder, O-Töne, Off-Text). Aber: Oft langt dies nicht aus, um die Geschichte ganz zu erzählen. Stimmungen, Gefühle, die emotionalen Tiefen des Themas sind nicht immer vollständig mit Bildern, Off-Text und O-Tönen zu vermitteln. In solchen Fällen braucht der Journalist ein β -Mittel, um seinen "Wahrhaftigkeitsanspruch" zu erfüllen. Musik ermöglicht den Blick "hinter die Fassade".

Andererseits: Ein allzu heftiger (und unsubtiler) Einsatz dieser β -Mittel löst beim Zuschauer den Manipulationsverdacht aus. Liefert der Film nicht gleichzeitig ausreichend α -Belege, wirkt er "gepuscht".

Prinzipiell gilt besonders für "harte" Themen: Reichen die Bilder, Situationen und O-Töne aus, um die Emotionalität des Themas zu vermitteln, sollte sich der Musikeinsatz zurückhalten. Andernfalls wirkt es "dick aufgetragen", selbst wenn ausreichend α -Belege vorhanden sein sollten.

Der Umgang mit Musik im (journalistischen) Film erfordert die Unterscheidung zweier Gattungen:

2.4.1 Atmosphärische Musik - Zitatmusik

Sowohl Form wie auch Funktion sind gegensätzlich:

	atmosphärische Musik	Zitatmusik
Form	instrumental unbekannte Stücke eher unterinstrumentiert nicht zu laut unauffällige Melodieführung	kann Vokalmusik sein ist bekannt kann opulent und auffällig sein wird laut eingemischt Titel oder Text schaffen Bezug

	nicht zu akzentuiert ...	stellt konkrete Bezüge her ...
Funktion	soll eine Stimmung vermitteln, ohne selbst in den Vordergrund zu treten bekommt keine eigene Rolle, sondern unterwirft sich formal dem Bild subtiler "Geschmacksverstärker" "parfümiert" den Film	zitiert einen anderen Zusammenhang wird zu einer Art zweiter Off-Text provoziert Vergleich zwischen Film und ursprünglichem Musikkontext will bewusst als Aussage begriffen werden

Zitatmusik drängt sich stärker in das Bewusstsein des Zuschauers und wird - aufgrund des Vokalanteils oder des bekannten Titels - eher kognitiv verarbeitet. Atmosphärische Musik will genau dies vermeiden und strebt eine vorbewusste β -Wirkung an.

Indem Zitatmusik eigentlich etwas musik-untypisches tut, entsteht oft eine ironische oder parodistische Wirkung. Als Mittel der Überspitzung, als "Humorfaktor" hat Zitatmusik durchaus wirksame Funktion.

Im alltäglichen Fernsehjournalismus wird die Funktionstrennung zwischen atmosphärischer und Zitatmusik allzu oft ignoriert. Immer wieder werden in Filmen, deren Musik eindeutig atmosphärisch wirken soll, bekannte Hits oder "bezugreiche" Vokal-Refrains eingespielt - sei es aus Einfallslosigkeit oder aus Unkenntnis der filmischen Wirkung.

2.5 Gliederung & Dramaturgie

Gliederung	Dramaturgie		
<p>sorgt für Verständlichkeit</p> <p>Sachlogik muß nachvollziehbar sein</p> <p>Relevanz des Themas muß deutlich werden</p> <p>Gliederung muß erkennbar sein</p> <p>Kausalitäten (<i>Folge, Ursache, Lösung, etc.</i>) filmisch kenntlich machen</p> <p>auf möglichst vielen Ebenen (<i>Bild, Ton, Off-Text</i>) gliedern</p>	<p>sorgt für Aufmerksamkeit</p> <p>Unterhaltungsbedürfnis muß bedient werden</p> <p>Wechsel von Spannung und Entspannung</p> <p>arbeitet mit allen filmischen Mitteln</p> <p>dramaturgische Priorität:</p>		
<p style="text-align: center;"><u>Exposition</u> ←</p> <p style="text-align: center;">muß beides bedienen:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p><u>inhaltlich</u></p> <p>Hauptaussage (Kernsatz) wird angedeutet</p> <p>inhaltliche Relevanz wird deutlich ("das ist wichtig für mich")</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p><u>dramaturgisch</u></p> <p>Emotionalität der Geschichte klingt an</p> <p>Unterhaltungswert wird deutlich ("das klingt spannend")</p> </td> </tr> </table>		<p><u>inhaltlich</u></p> <p>Hauptaussage (Kernsatz) wird angedeutet</p> <p>inhaltliche Relevanz wird deutlich ("das ist wichtig für mich")</p>	<p><u>dramaturgisch</u></p> <p>Emotionalität der Geschichte klingt an</p> <p>Unterhaltungswert wird deutlich ("das klingt spannend")</p>
<p><u>inhaltlich</u></p> <p>Hauptaussage (Kernsatz) wird angedeutet</p> <p>inhaltliche Relevanz wird deutlich ("das ist wichtig für mich")</p>	<p><u>dramaturgisch</u></p> <p>Emotionalität der Geschichte klingt an</p> <p>Unterhaltungswert wird deutlich ("das klingt spannend")</p>		