



Prof. Michael Hoyer

Der Weg zur guten AV-Show

Die Vorbereitung

Mediendramaturgie ist ein Begriff, der nicht so einfach erklärt werden kann. Es ist mehr als das altbekannte Drama auf den Theaterbühnen, denn es kommen immer neue Medien und Techniken hinzu. Die Definition der Dramaturgie kommt vom griechischen „dramaturgein“ – ein Drama verfassen. Die Dramaturgie ist einerseits das Kompositionsprinzip eines Theaterstücks, das je nach Epoche variiert, oder auch die Kunst, im Bereich Literatur, Theater, Film und Fernsehen Spannung zu erzeugen, zu erhalten und zu steigern.

Über die Jahrhunderte hinweg bis heute werden Geschichten erzählt. Packend und spannend sind die, bei denen alle Sinne angeregt werden. Beschäftigt man sich mit dem Thema der modernen Film- und Medienproduktion, stößt man unweigerlich auf den amerikanischen Regisseur Syd Field, der sich mit der Dramaturgie auseinandersetzt und einen Leitfaden erstellte. Das von ihm entwickelte Modell der Filmdramaturgie nennt er selbst „Paradigma“. Dieses erklärt, wie ein guter Spielfilm gemacht wird. Gute Dramaturgie hat also etwas mit Geschichten erzählen zu tun. Früher saßen die Menschen einer Wohn-gemeinschaft um ein Lagerfeuer herum, und es wurden nicht nur für Kinder Geschichten erzählt. „Tell a story“ ist das stärkste Mittel in der Dramaturgie.

Dramaturgie in den AV-Medien

Bei der Dramaturgie in den AV-Medien muss sich der Autor im Klaren sein, dass das Publikum schon vieles kennt. Der Inhalt muss verstanden werden, der Zuschauer muss mitfühlen können. So ist es eine Kunst, wenn zum hundertsten Mal ein Beitrag über die Toskana präsentiert wird und die Rezipienten (Zuschauer und Zuhörer) unterhaltsam und informativ auf diese Reise auf der Leinwand mitgenommen werden. Dies ist keineswegs so einfach.

Hat man jedoch eine perfekte Story, erstklassiges Bildmaterial und eine gute Rhetorik sowie Bühnenpräsenz, dann kann dieses Thema zu einem wahren Publikumsmagneten avancieren.

Alles ist schon einmal gesagt oder gezeigt worden...

André Gide stellte fest: „Alles ist schon einmal gesagt und gezeigt worden, aber da niemand zuhört und zusieht, muss es immer wieder von neuem gesagt werden.“ Moliere meinte: „Wer so spricht, dass er gut

verstanden wird, spricht immer gut.“ Der britische Politiker Winston Churchill brachte es auf den Punkt: „Eine gute Präsentation soll das Thema erschöpfen, nicht die Zuhörer.“

Die Dramaturgie hat die generelle Aufgabe, einer Audio-Visuellen-Präsentation einen roten Faden zu geben, sie mit Spannungsbögen oder allgemeinen Gefühlsanregungen zu versehen und sie somit Interessant für den Rezipienten zu gestalten. Zusammengefasst bedeutet das: Dramaturgie ist die Wissenschaft vom Drama und seiner Gestaltung auf der Bühne.

Das Drama gibt einen Spannungsbogen mit verschiedenen Inhalten und Schauplätzen an. Nach Shakespeare gibt es ein Drama in drei oder fünf Akten. Das Wort „Drama“ kommt aus dem Griechischen und bedeutet Handlung. Die Dramaturgie in den heutigen audiovisuellen Medien ist eher in mehr als nur fünf Akten untergliedert. Es ist keine Seltenheit, dass bis zu 20 verschiedene Akte, die einzelnen Schauplätze und Handlungsstränge in der Gesamtkomposition vereinen, in einer AV-Show zum Einsatz kommen.



„Wohin soll die Reise gehen? Wen will ich mit meiner Show erreichen? Was will ich eigentlich erzählen?“ Der Weg zum Ziel und die einzelnen Schritte dorthin sollten schon früh klar sein.

Hilfsmittel für die Planung und Konzeption

Nach der Theorie geht es dann zum praktischen Teil, zur Planung einer Medienproduktion. Idee, Eposé, Treatment und Drehbuch heißen die Schlagworte, die mit Leben erfüllt werden müssen. Die „Idee“ sollte sich in der Regel in drei Sätzen widerspiegeln – kurz und präzise. Mit dem „Treatment“ wird die Idee schriftlich ausformuliert. Zwei Seiten sollten aber nicht überschritten werden. Das „Drehbuch“ legt dann die Details fest. Dabei muss man sich fragen, ob man es haben will. Amateure haben meist kein Drehbuch. Bei den Profis ist dies das A und O.

Was passiert, wenn kein Drehbuch vorhanden ist

Ein Beispiel, was ohne Drehbuch bei einer Produktion passieren kann, zeigt die Eventreportage „100 % Schwarzwald“ von Dr. Martin Schulte-Kellinghaus und Prof. Michael Hoyer. Diese wurde ohne Drehbuch erstellt.

Da war die Käseroute im Schwarzwald eingeplant. Dabei durften natürlich die Kühe nicht fehlen, die ja die Milch zur Käseproduktion liefern. Diese Idee kam an einem Januartag. Einen Monat später dann das Highlight der Kühe. Dass Kühe aber auch Kuhfladen produzieren, das weiß jeder. Nur weiß man auch, dass ein Kuhfladen direkt nach der „Produktion“ ca. zwei Kilogramm wiegt? Weiß man auch, dass eine Kuh ca. zehn solcher Fladen am Tag „produziert“? Also – genau diese Tatsache sollte in der Show visualisiert werden.

Wie bereits gesagt, die Idee hierzu – die hatten die beiden Produzenten im Januar – da stehen im Schwarzwald keine Kühe auf den Wiesen. Man kann keine Kuh beim Sch... äh Pardon, beim „Kuhfladen-Produzieren“ fotografieren. Mit sehr viel Aufwand musste deshalb an einem Februarmorgen, als kein Schnee auf den Wiesen lag, von einem befreundeten Bauern eine Milchkuh auf die Wiese geführt werden, um sie bei der „Produktion“ zu fotografieren. Nur – so ein Tier produziert nicht auf Kommando und ließ sich richtig Zeit... Dann war es soweit: Ein riesiger Kuhfladen, der auf den Boden platscht. Jetzt stellten wir fest, dass das Gras eigentlich so gar nicht wie Gras aussah, sondern eher wie gefrorenes Stroh – naja – es war ja auch Winter, aber Photo-Shop leistet in solchen Fällen gute Dienste.



Zum guten Schluss fand diese Szene doch noch ihren gebührenden Platz in der Show, in der natürlich auch weniger anrühliche, dafür aber umso herzerfrischendere Bilder zu sehen sind:



Ohne Drehbuch arbeiten Produzenten meist etwas kopflos, denn immer neue Ideen können das Werk immer wieder ändern oder verlängern. Eine gute Planung ist daher das A und O. Und man will ja gar nicht glauben, wie viele Kühe man im Sommer auf den Wiesen im Schwarzwald vorfindet...

Dramaturgische Wahrnehmung – ein Beispiel

Eine Eigenschaft des Menschen ist, seine Umgebung zu ordnen, in sie einzugreifen und ihr eine Form zu geben. Diese Eigenschaft legt er jedoch dann ab, wenn er seinem Handeln keine Bedeutung beimisst. Und so sind viele Dinge in unserer unmittelbaren Umgebung nicht geordnet. Öffnen wir den Deckel unserer Mülltonne, entdecken wir das Chaos von Formen und Strukturen. Sind wir erst einmal sensibilisiert, entdecken wir diese Unordnung überall. Dieses scheinbare Überangebot an optischen Reizen übt geradezu eine magische Anziehungskraft auf Hobbyfotografen aus. Es ist aber genau das Chaos, das den enttäuschten Fotografen mit seinem Bild unzufrieden werden lässt.



Zu viele Dinge haben ohne Ordnung Platz auf dem Bild gefunden – es besteht keine Trennung zwischen Wichtigem und Unwichtigem.

Und bald wird dem Fotografen bewusst, dass ein bestimmtes dramaturgisches Gestaltungsprinzip seinen Bildern zu Grunde liegen muss. Es ist also ein Überangebot an optischen Reizen, die uns oftmals zu schaffen machen. Wer hier schon nicht klar und übersichtlich ordnet, wird auch evtl. vorhandene Zeichen nicht erkennen. Dabei offenbaren Zeichen Wahrheiten, die wir fotografieren wollen, um manchen Bildern eine besondere Ausdruckskraft zu verleihen.

Was verstehen wir also unter einem Symbol bzw. Zeichen in einem Foto? Es ist sozusagen das „unterstrichene“ Bild, eine Aussage mit Nachdruck. Dabei können Zeichen negative und positive Eigenschaften darstellen. Starke Empfindungen, die vom Menschen dramatisch erlebt werden, sind zum Beispiel „Freude – Trauer“, „Liebe – Hass“, „Sieg – Niederlage“ oder auch – siehe unten – „Anspannung – Erleichterung“. Eine Medienproduktion lebt vom Banalen und dem Außergewöhnlichen.



Um den Zuschauer bis zum Ende der Produktion im Bann und bei Laune zu halten, ist der Spannungsbogen ein wichtiges Element. Um dem Betrachter Spannung zu vermitteln, werden zwei wichtige dramaturgische Indikatoren benötigt: Inhalt und Form, die ineinander verschmelzen und damit die Medienproduktion zu einer Ganzheit werden lassen. Der Inhalt sollte für ein möglichst breites Publikum interessant sein, um breite Anerkennung zu erhalten. Das Thema muss aus der Sicht des Autors definiert werden und auch die Meinung des Produzenten wiedergeben.

Dadurch bekommt die Aussage mehr Gewicht. Hierzu gehören die formalen Gesichtspunkte, nach denen eine Medienproduktion zu gestalten ist. Das Thema kann ein Handlungsablauf, aber auch Information oder Dokumentation sein. Das eine lebt mehr vom Inhalt, das andere mehr von der Form. Ein sinnvolles Verschmelzen beider Indikatoren ist aber Voraussetzung für ein Spannungsfeld, das den Zuschauer intensiviert.

Verschiedene dramaturgische Ziele

Es gibt nicht nur verschiedene Wege, die nach Rom führen, es gibt auch verschiedene Varianten, wie man moderne Dramaturgie konzeptionell anpacken kann. Keiner dieser Wege ist der Königsweg – vielmehr sind es Varianten, über die es sich lohnt, intensiv nachzudenken. Um was es hierbei genau geht, erfahren Sie in der nächsten Ausgabe der Sammellinse.

Ihr Michael Hoyer