
Journalistische Praxis

Reihe herausgegeben von

Gabriele Hooffacker, Leipzig, Deutschland

Reihe gegründet von

Walther von La Roche, München, Deutschland

Der Name ist Programm: Die Reihe Journalistische Praxis bietet ausschließlich praxisorientierte Lehrbücher für Berufe rund um Journalismus und Medien. Praktiker aus Redaktionen und aus der Journalistenausbildung zeigen, wie's geht, geben Tipps und Ratschläge. Alle Bände sind Leitfäden für die Praxis – keine Bücher über ein Medium, sondern für die Arbeit in und mit einem Medium. Walther von La Roche begründete die Reihe 1975 mit der „Einführung in den praktischen Journalismus“ (heute: „La Roches Einführung in den praktischen Journalismus“). Seit 2013 erscheinen die Bücher bei SpringerVS.

Die gelben Bücher mit ihren Webauftritten geben allen, die journalistisch tätig sind oder sein wollen, ein realistisches Bild von den Anforderungen redaktionellen Arbeitens und zeigen, wie man sie bewältigt. Lehrbücher wie „Recherchieren“, „Informantenschutz“, „Frei sprechen“ oder „Interviews führen“ konzentrieren sich auf Tätigkeiten, die in mehreren journalistischen Berufsfeldern gefordert sind. Andere Bände führen in das professionelle Arbeiten bei einem Medium ein (die Klassiker zu Radio-, Fernseh- oder Online-Journalismus). Es gibt Bücher zu journalistischen Techniken („VR-Journalismus“, „Mobiler Journalismus“ oder „Social Media für Journalisten“), und zu Berufsfeldern wie Pressearbeit und Corporate Media („Pressearbeit praktisch“) oder redaktionellem Arbeiten für Unternehmen oder Institutionen („Gebrauchstexte schreiben“).

Jeden Band zeichnet ein gründliches Lektorat und sorgfältige Überprüfung der Inhalte, Themen und Ratschläge aus. Sie werden regelmäßig überarbeitet und aktualisiert, oft in weiten Teilen neu geschrieben, um der rasanten Entwicklung in Journalismus und Medien Rechnung zu tragen. Viele Bände liegen inzwischen in der dritten, vierten, achten oder noch höheren Auflagen vor wie La Roches „Einführung“ selbst. Allen Bänden gemeinsam ist der gelbe Einband. Deshalb ist die Reihe unter Lehrenden, Studierenden und angehenden Journalistinnen und Journalisten auch als „Gelbe Reihe“ bekannt.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/11722>

Gregor Alexander Heussen

Die Textperson im dokumentarischen Film

Das kreative Werkzeug für fesselnde
Filmtexte. Kino – TV – Netz

 Springer VS

Gregor Alexander Heussen
Darmstadt, Deutschland

Illustrationen: Karla Marlene Grosbüsch, Darmstadt, Deutschland

ISSN 2524-3128

ISSN 2524-3136 (electronic)

Journalistische Praxis

ISBN 978-3-658-28455-8

ISBN 978-3-658-28456-5 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-28456-5>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Lektorat: Barbara Emig-Roller

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort

Ein Nachmittag

Natürlich ist es mit der Textperson genauso wie mit allen Entdeckungen: Das Entdeckte war lange vorher schon da. Aber es wurde nicht gesehen, nicht erforscht und nicht bewusst genutzt. Und wie viele Entdeckungen beginnt auch diese Geschichte mit einem Mislingen.

Ein Seminarraum im Untergeschoss, ein heller Nachmittag, warm, es war schon Sommer, zwölf Redakteurinnen und Redakteure ganz unterschiedlicher Fernseh-Redaktionen, die dokumentarisch-journalistisch arbeiten. „Die Film-Abnahme langer Formate“ war seit zwei Tagen das Thema. Gerade haben wir den Film einer der Redaktionen angeschaut: über „Pflegermütter“, eine der damals zahlreichen Sozialdokumentationen.

Die übliche lange Pause, bis jemand beginnt; und er formuliert seinen Zorn. Andere folgen: Worte im Sinn von „geht gar nicht“, „wie kann man nur?“, „die Frauen werden fertig gemacht“, „worauf stützt sich die Recherche?“, „Einseitig“, „kann man so nicht senden“ prasseln in den Raum. Elf gegen Eins. Die verantwortliche Redaktion ist entsetzt. Der Film hatte Preise gewonnen. War mehrfach gesendet worden.

Als Seminarleiter war ich in der Klemme. Die Reaktion der Teilnehmer hatte mich überrascht. Ich hatte viele intensive Szenen in dem Film gesehen, viele überzeugende Situationen, eine im Grunde gut funktionierende Geschichte. Was in dem Film könnte der Grund gewesen sein für diese heftige allgemeine Reaktion? Und wie bekäme ich die Teilnehmenden dazu, wieder aufeinander zu hören? Ich schlug vor, die ersten Minuten des Films nochmals anzuschauen und sich die eigenen Emotionen zu notieren. Ich selbst notierte mir alle Text-Formulierungen, die mir bekannt vorkamen. Denn ich hatte selbst Filme mit sozialen Themen gemacht und kannte mich – zufällig – in diesem Milieu gut aus.

Meine Wörterliste wirkte auf mich wie ein Flash: Sie klang wie ein Auszug aus Akten eines Jugendamtes, mit den dort üblichen fachlichen, aber herablassend klingenden Formulierungen über Personen und Lebensumstände. Ich kannte solche Formulierungen aus vielen Recherchegesprächen und Dokumenten.

Das Gespräch im Seminarraum zeigte, dass nicht die Bilder, sondern die Wörter die Beteiligten zur Abwehr gereizt hatten. Und dann stellte sich heraus, dass die Autoren* des Films ausgebildete Sozialpädagogen waren. Denen war nicht aufgefallen, und der Redaktion auch nicht, dass die eigene Fachsprache mit ihren herablassenden Infoladungen als Filmtext viele Zuschauer zum Zorn reizen könnte.

Seit jenem Nachmittag wollte ich dieses Phänomen entschlüsseln: Die Wirkung einer Filmtext-Sprache, die das Publikum unabsichtlich in Wut oder in Langeweile versetzen kann. Denn wenn sie Wut oder Langeweile weckt, könnte sie ja auch Lust und Vergnügen wecken, ernsthaftes Interesse und zufriedenstellendes Verstehen. Dachte ich. Und hoffte, etwas zu finden, das man als Text-Werkzeug benutzen könnte.

Die Zeit der Suche wurde lang und war gefüllt mit Gesprächen, Fragen und wissenschaftlicher Lektüre. Mit Ausprobieren und Verwerfen. Daran waren viele beteiligt: die Volontäre in Ausbildungskursen und die Beteiligten in Seminaren der ARD.ZDF medienakademie und deren Vorgängerin, der ZFP; und auch die Autoren* und Redakteurinnen*, die ich in Redaktions-Coachings dokumentarisch arbeitender Redaktionen erleben konnte. Sehr wichtig wurden die Filmemacher*, deren Werke ich angeschaut habe, die ich aber nie kennenlernen konnte. Sie sind unsichtbar mit ihrer Kreativität, deren Scheitern und Gelingen an meinen Erfahrungen und Erkenntnissen beteiligt. Ohne viele Filme anzuschauen hätte ich das Potenzial der Textperson und des Filmtextes nicht ausreichend erfassen können. Und Michael Eimler hat mich in zwölf Jahren der Ausbildungs-Zusammenarbeit beim NDR dazu gezwungen, sprachlich genau zu sein; er hat Anwendungs-Ideen beigeleitet und mich auf Lücken aufmerksam gemacht.

Das Ergebnis – nach Studien, Experimenten, Erprobung mit jungen und älteren Autorinnen und Autoren, mit Redakteurinnen und Redakteuren, mit größerer Einsicht und Sicherheit als damals, steht in diesem Buch.

Überlegung

Die Motive von Zuschauern sich für einen Film zu interessieren – im Programm oder im Netz – reichen von Interesse an einem Thema, der Lust, einer Präsentierin* zu folgen, bis dazu, einfach sich berieseln zu lassen. Die Fülle solcher Motive ist als Mediennutzertypologie und Darstellung von Erlebnisfaktoren ausführlich er-

forscht. Die einzelnen Filmerzähler, die Textpersonen, sind allein wohl nur selten ein hinreichendes Motiv, einen Film anzuschauen oder anzuklicken.

Sobald aber ein Zuschauer in einen Film hineingerät oder ihn bewusst eingeschaltet hat, wird ihn die Textperson stark beeinflussen in seiner Reaktion und darin, ob er dranbleibt. So genannte schwierige Themen werden durch eine passende Textperson für Zuschauer attraktiver, als sie es sonst wären. Und die leichten Themen werden variantenreicher. Und eine unglücklich gewählte Textperson kann die gesamte vorherige Arbeit von Autorinnen* zerstören und filmische Misserfolge begründen. Und so könnte für Zuschauer ein Motiv hinzukommen: nach Filmen solcher Autoren zu suchen, die ihre Geschichten im Filmtext lebendig und abwechslungsreich erzählen. Im Netz existieren neben den Mediatheken inzwischen Plattformen für Dokumentarisches.

Alle dramaturgischen Werkzeuge jedoch taugen auch zum Lügen; ebenso die Textperson. Dramaturgisch wirksam gemachte Fake News und Gerüchte, rüpelhafte Provokationen, Schmähungen und das Verkünden von „alternativen Fakten“ sind derzeit ein ausufernder Teil öffentlicher Kommunikation, auch in der Politik. Sollten wir deshalb aufhören, dokumentarische Geschichten mit allen Mitteln spannend zu erzählen? Den dramaturgisch effektvollen öffentlichen Lügen lässt sich mit lebensrealen Fakten allein offensichtlich nicht wirksam begegnen.

Medienprofis können auf Lebensrealität begründete, genau recherchierte, aber dramaturgisch wirksame Gegen-Erzählungen schaffen. Vom Regionalmagazin bis zum großen Dokumentarfilm. Das Publikum soll nicht belogen werden. Denn gerade Medienprofis wissen aus ihrer Recherche-Erfahrung, dass, um die Welt zu verstehen, seit alters her Geschichten am besten taugen, weil sie Emotion und Argumente auf einzigartige Weise verbinden. Das Publikum vertraut auf Dauer denjenigen Erzählern* und Textpersonen, die ihm nichts vorspielen, vielmehr den Raum zum eigenen Urteil öffnen. Dann können Menschen auf Dauer Echt von Unecht und Zutreffend von Vorgespiegelt unterscheiden. Aus Erfahrung mit Medien aller Art.

Dies zu verwirklichen, fällt naturgemäß nicht so leicht, wie es sich schreibt, weil wir alle derzeit die Werbesprache bereits mit der Muttermilch kennenlernen und selbst als Profis inzwischen mit vielerlei inhaltsleeren Sprachformeln hantieren, woher auch immer wir solche übernommen haben. Sie schreiben sich leicht in rascher Routine im Zeitdruck.

Textpersonen, die ihre erzählerische Kraft aus der Recherche und dem Kontakt mit der Lebensrealität ziehen, sind eine Chance, viele der eigenen Sprach-Stanzen und journalistischen Leerformeln in die Tonne zu befördern. Und die interessegeleiteten Sprechblasen anderer öffentlich Auftretender platzen zu lassen. Zur gesellschaftlichen Rolle dokumentarischer Autoren* und seriöser Medien gehört die Lüge nicht. Das Publikum könnte durch das erzählerische Potenzial der Fakten auf Dauer besser überzeugt werden; es muss nicht dem Pomp inhaltsleerer Ankündigungen und herablassender Provokationen folgen. Zwei Jahrhunderte lang hat das bereits geklappt, seit knapp 100 Jahren auch im Fernsehen.

Bemerkungen

Dieses Buch sieht aus wie ein Buch, ist aber ein Raum zum Umherspringen. Man kann es natürlich von vorn nach hinten lesen. Ob das aber wirklich Vergnügen bereitet, wie bei einem Roman? Da bin ich nicht sicher. Kapitel 6 ist ein Lexikon, aus dem man sich die verschiedenen Typen von Textpersonen herausfischen und sie einzeln kennenlernen kann. Kapitel 7 zeigt Arbeitsabläufe, die, je nach Berufserfahrung, mancher Leser* kennen wird. Aber vielleicht konnte er oder sie sich noch nicht eingehend damit befassen, was jeder Arbeitsabschnitt der Filmproduktion für den Filmtext bedeutet und wie man ihn nutzen kann. Vielleicht also fängt jemand mit dem Schlusskapitel an und springt dann in ein Kapitel, das ihm gerade anziehend erscheint. Ich stelle mir Herumspringen als vergnüglich vor, wenn man am Ende erfasst, wie alles zusammenhängt.

Textperson und Filmtext benötigen Beispiele. Ich habe als Filme nur Positiv-Beispiele angegeben von Autoren, die intuitiv Textpersonen formuliert haben und solchen, die das Werkzeug „Textperson“ in der Ausbildung oder in Seminaren kennenlernen konnten. Die Filme sind entweder auf DVD/Blu-ray oder im Netz verfügbar. Wenn kein Link angegeben ist, konnte ich keinen finden; oder die Filme stehen nur im Archiv eines Fernsehhauses.

Links ins Netz haben bei Abschluss des Manuskripts alle funktioniert. Dass sie auch auf Dauer erreichbar sind, lässt sich nicht garantieren. Oft aber lohnt sich die Suche dennoch; oft stößt man auf einen neuen Link.

Text-Zitate habe ich so verfremdet, dass man die wirklichen Autoren nicht erkennt, denn auf das Wiedererkennen kommt es in unserem Zusammenhang nicht an. Einige Textzitate habe ich als Beispiele anhand von echten Filmsituationen

formuliert. Textbeispiele stehen kursiv und in Anführung, damit sie sich vom Grundtext abheben.

In den Film- und Video-Gewerken arbeiten Menschen aller Geschlechter; in manchen deutlich mehr Frauen als Männer, auch in solchen, die vor 50 Jahren noch reine Männerberufe waren. Dem kann der sprachliche Ausdruck im Deutschen nur sehr mühsam gerecht werden. Ich nutze, auch wenn es beim Lesen leicht stören kann, die männliche oder weibliche Berufsbezeichnung abwechselnd. Und zeige mit dem * am Wort-Ende (Redakteur* Redakteurin*), dass immer alle dort tätigen Menschen gemeint sind.

„**Dokumentarischen Film**“ nenne ich jede Art dokumentarischer Darstellung in Film oder Video, jeder Länge und auf jedem Ausspielweg: Kino, Fernsehen, Netz. Auch die dokumentarische Filmformen (Genre) setzen der Textperson keine Grenze. Ob Nachricht, Dokumentation oder Porträt, ob „Langer Dokumentarfilm“ oder Unternehmensfilm, ob Reportage oder Kunsterlebnis-Bericht: alle Filmformen profitieren, sobald man den Filmtext ebenso kreativ und bewusst gestaltet wie Bild und Sounddesign. Der „Große Dokumentarfilm“ – oft ein O-Ton-Film, aber nicht notwendigerweise – ist dann ein wichtiges Mitglied im Club des Dokumentarischen Films.

Videos, die ausdrücklich als Kunstwerk beabsichtigt und gezeigt werden, werden sich auch außerhalb der hier geschilderten Arbeitsweisen bewegen und ebenfalls ihr Publikum finden.

Inhalt

Teil 1 Textperson und Filmtext planen

1	Warum überhaupt soll da jemand sprechen?	3
1.1	Filmtext im dokumentarischen Team	3
2	Wer spricht denn da? Filmtext wirkt als „Jemand“	15
3	Was macht den Filmtext zum Erzähler?	27
3.1	Wie gesprochen wird	28
3.2	Was gesprochen wird	31
4	Wer soll den Film erzählen? Eine Textperson gestalten	35
5	Wer könnte den Film erzählen?	39
5.1	Textperson-Typen und die konkrete Textperson	40
5.2	Die Typ-Entscheidung	43
5.3	Der Sonderfall: Sichtbare Textperson	48
6	Welche Dokumentarischen Textperson-Typen sind günstig?	51
6.1	Melden	52
6.1.1	Bote*	52
6.1.2	Protokollant*/Protokoll	55
6.1.3	Chronist*	58
6.2	Beobachten	61
6.2.1	Freiwillige Beobachter: Nachbar*, Kollegin*, Freund*	64
6.2.2	Qualifizierte Beobachter*	65

6.3	Suchen	69
6.3.1	Rechercheur* / Detektiv*	71
6.3.2	Forscher*	74
6.3.3	Entdecker*	77
6.3.4	Student*	79
6.3.5	Kriminalbeamtin*/Polizist*/Kontrolleur*	81
6.3.6	Anthropologe*/ Ethnologe*	86
6.4	Argumentieren / Plädieren	90
6.4.1	Staatsanwalt*	94
6.4.2	Strafverteidiger*	96
6.4.3	Zivilanwalt*	98
6.5	Begleiten	99
6.5.1	Freiwillige Begleiter*	102
6.5.2	Professionelle Begleiter	104
6.5.3	Familiäre Begleiter	106
6.5.4	Journalistischer Begleiter*	109
6.6	Begegnen	111
6.6.1	Zufällig Begegnen	113
6.6.2	Besucher*/Gast*	116
6.6.3	Professionelle Besucher	119
6.6.4	Biograf	120
6.6.5	Reisende*	123
6.7	Sammeln, ordnen, klären	126
6.7.1	Registrator*	127
6.7.2	Fachperson*	131
6.7.3	Fremdenführer* (Ausstellung / Unternehmen / Stadt / Reise).....	133
6.7.4	Unterhaltsame Lehrperson	135
6.8	Gewichten	139
6.8.1	Gutachter* / Sachverständige*	143
6.8.2	Tester*	145
6.9	Meinen	148
6.9.1	Kommentator*	152
6.9.2	Anmerker*	155
6.9.3	Fan* / Bewunderer* / Liebhaber*	156
6.9.4	Kumpel*	158
6.9.5	Plauderer*	161
6.9.6	„Klatsch & Tratsch“	163

6.10	Nachdenken	165
6.10.1	Innerer Monolog /Gedankenstrom	165
6.10.2	„Engel auf der Wolke“ / „Die Drohne“	167
6.11	Öffentlich reden – Festredner, Geburtstagsredner, Trauerredner	171
6.12	Überreden	175
6.12.1	Animateur*	175
6.12.2	Provokateur*	177
6.13	Imitieren	179
6.13.1	Kurzbotschaft	180
6.13.2	Offener Brief / persönlicher Brief an ...	183
6.13.3	Sprechende Betriebsanleitung	184
6.13.4	Werbung	185
6.13.5	Katalog	186
6.13.6	Stil-Imitation	187
6.13.7	Jargon	188
6.14	Sich verwandeln	191
6.14.1	Gegenstand	193
6.14.2	Tier	194
6.15	Das „Ich“ und das „Wir“	195
6.16	Satire und Comedy	201

Teil 2 Textperson und Filmtext schreiben

7	Wie soll die Arbeit ablaufen?	207
7.1	Exposé und Treatment – Textvorbereitung	213
7.2	Dreh – Textideen und Textperson erproben	215
7.3	Beim Filmschnitt – Vorläufige Textgestalt	216
7.4	Nach dem Filmschnitt – Filmtext und Textperson	219
7.5	Welchen Nutzen bringt ein formatiertes Filmtext-Manuskript?	221
7.6	Die Sprecher-Entscheidung	226
7.7	Zeitaufwand für den Filmtext	228
7.7.1	Deadline und Zeitlauf für den Filmtext	229
7.8	Sprachaufnahme und Endmischung	231
8	Welche Kriterien führen zur Entscheidung für eine Textperson?	233

9	Wie wird eine Textperson konkret?	251
9.1	Das Textperson-Profil	252
9.2	Der FILMTEXT-INHALT	255
9.3	Fünf Schritte zur Formulierung	258
10	Wie gelingen der Textperson die Verzahnung zum Bild und Spannung bis zum Schluss?	263
10.1	Die Verzahnung von Textperson und Bild über Infoladungen	265
10.1.1	Infoladungen von Bildern und Szenen	268
10.1.2	Infoladungen von Wörtern	272
10.1.3	Verzahnung über Infoladungen	273
10.2	Die Spannung durch Rote Fäden	276
10.2.1	Rote Fäden aus Erfahrung	280
10.2.2	Rote Fäden im Erleben	282
10.2.3	Rote Fäden auf Grund von Regelungen	283
10.2.4	Rote Fäden als Denkwege	285
10.3	Die Spannung zwischen Antext und O-Ton	290
10.3.1	O-Ton-Sorten	292
10.3.2	Das Vorgehen beim Antexten („Der Vierersschritt“)	294
11	Welche dramaturgischen Entscheidungen fallen beim Texten?	299
11.1	Entscheidungen zur Steuerung des Films	299
11.2	Der erste Satz	303
11.3	Der Schluss-Satz	308
11.3.1	Die Schluss-Satz-Sorten	312
11.3.2	Eine höhere Abstraktionsebene ansteuern: Feststellung, Zusammenfassung, Aufzählung	312
11.3.3	Einen Punkt in der Zukunft setzen	314
11.3.4	Ein Fazit ziehen: Gewichtung, Einschätzung, Urteil, Wunsch, Forderung, Aufschrei	316
11.3.5	Einen Nachklapp anhängen	319
11.3.6	Ausdrücklich „den Schluss setzen“	321
12	Worauf kommt es beim Redigieren an?	325
12.1	Der Autoren-Blick	326
12.2	Der Redakteurs-Blick	328

13 Welche Wirkung entsteht beim Publikum?	331
13.1 Eine Textperson lässt Haltung erkennen	331
13.2 Dramaturgische Wirkungen	335
13.3 Informationswirkung	336
13.4 Wirkung auf die Autoren	337
14 Und jetzt??	339
Anhang	
Anhang 1: Glossar + Werkzeug	341
Anhang 2: Quellen + Anmerkungen	362