

## Bildsprache: Der Aussagewunsch

Inhalt und Form der Bilder sind ein wesentlicher Teil der Gesamtgestaltung eines Fernsehfilms, bei der Bild, O-Töne und Text in fester Beziehung zueinander stehen sollen und gemeinsam zum Träger einer Information werden.

Der Film, den wir herstellen, ist nur ein Teil dessen, was wir erreichen wollen: erst einmal nur ein *Aussageangebot*.

Beim Anschauen folgt dann der zweite Teil: die durch die persönliche Erfahrung geprägte *Verarbeitung* des Aussageangebots im Zuschauer. Erst das Produkt aus unserem Informationsangebot/Aussageangebot und dem Wahrnehmungsverständnis des Zuschauers können wir als das Ziel unserer Arbeit betrachten. Dieses Produkt nennen wir *Aussage*.

**Ein Aussageangebot** wollen wir durch Bilder und Bildfolgen gestalten, die wahrgenommen werden können, die etwas bedeuten und dadurch unser Aussageangebot an den Zuschauer herantragen.

Wir müssen also ständig den spezifischen Zweck jeder einzelnen Einstellung im Blick haben. Nur wenn wir uns über ihre Funktion innerhalb einer Bildfolge im Klaren sind, wird es uns gelingen, dem Zuschauer ein deutliches Informationsangebot zu vermitteln.

**Der Aussagewunsch.** Das Wesen der filmischen Gestaltung liegt in der Einschränkung, dass sie jeweils nur einen sehr kleinen Teil der Wirklichkeit in einer Einstellung abbilden kann. Aus diesem scheinbaren Mangel ergibt sich jedoch als wichtiger Gestaltungsgrundsatz das *Prinzip der Ausschließlichkeit*. Je größer die Ausschließlichkeit ist, mit der dem Zuschauer etwas gezeigt wird, desto geringer ist seine Möglichkeit zu eigenständiger Interpretation.

Bilder mit hohem Ausschließlichkeitsgrad sind unmissverständlich und führen zu einem deutlichen Informationstransport. Eine Einstellung darf ausschließlich das enthalten, was tatsächlich ausgesagt werden soll – nicht mehr und nicht weniger.

Die Auswahl der richtigen Bildausschnitte hat also herausragende Bedeutung. Um dieser Bedeutung gerecht zu werden, bedarf es allerdings der genauen Vorstellung, *was* überhaupt ausgesagt werden soll.

Der erste Arbeitsschritt zum wirksamen Informationstransfer ist die präzise Formulierung eines Aussage-Ideals, also des Aussagewunsches.

**Aussagewunsch im Team formulieren.** Im Fernsteam wirken sich nicht deutlich formulierte Aussagewünsche negativ auf die gemeinsame Arbeit aus. Darum muss der Aussagewunsch vor Beginn der gestaltenden Arbeit präzise formuliert werden. Nur so kann ein gemeinsamer Aussagewunsch für das Team zum Leitfaden für die Arbeit werden.

Der Gesamtaussagewunsch muss von den Einzelaussagewünschen der *Komplexe* getragen werden. Die Komplexe bestehen aus *Sequenzen*, denen jeweils ein Aussagewunsch als Arbeits-Ziel vorsteht.

Und schließlich muss man auch nach Sinn und Zweck der einzelnen *Einstellung* fragen.

Erst wenn diese Fragen im Team beantwortet werden können, haben wir das Arbeitsziel »Aussagewunsch formulieren« erreicht.

**Die Orientierung des Zuschauers** ist Voraussetzung für die spätere richtige Wahrnehmung einzelner Inhalte. Sie ist ein Teil des Wahrnehmungsprozesses.

Über unser Vorbewusstsein spricht die Orientierung einen *Horizont* an, den wir brauchen, um Einzelheiten einzuordnen. Unter Horizont verstehen wir eine den *Verständnishintergrund* bildende *Gesamtvorstellung*. Sie ist notwendig, um vor diesem Hintergrund einen Fokus, eine Konzentration zu bilden.

Für die Gestaltungsarbeit müssen wir unterscheiden, ob, je nach Thema, der Horizont erst gebildet wird oder ob er bereits besteht, so dass wir ihn über bestimmte Gestaltungsklischees nur ansprechen müssen. Je eingenger die Darstellungszeit innerhalb der Programmstruktur ist, umso mehr müssen wir auf Klischees zurückgreifen, um damit die bereits beim Zuschauer bestehenden Horizonte abzurufen und zu aktivieren.

**Horizontbildung durch Informationen über Raum und Zeit** ist die übliche Methode. Beispiele:

Bilder von Landschaften, Städten, Straßen oder Häusern orientieren über den *Raum*.

Deutlich darstellbare Handlungsabläufe oder zeitlich definierbare Handlungsteile orientieren über die *Zeit*.

Der raumzeitliche Horizont ist eine sichere Einführung in einen Bericht oder in eine Geschichte.

**Horizontbildung durch begriffliche Einstellungen** wie zum Beispiel Symbole orientiert über abstrakte inhaltliche Zusammenhänge (*semantischer* Horizont).

Beispiel: Eine Story kann durchaus mit einem Kindergesicht als Großaufnahme beginnen. Wenn dazu gleichzeitig im Text der Begriff »Schule« genannt und damit ein bereits vorhandener Horizont angesprochen wird, realisieren wir das Kindergesicht sofort als Schulkind.

Im Gegensatz zu dieser Bild-Text-Verbindung sind natürlich auch rein visuelle begriffliche Orientierungsformen möglich, wie die fünf Ringe vor einer Olympia-Story.

**Die emotionelle Horizontbildung** ist am schwierigsten zu begreifen, weil dabei Assoziationen ausgelöst werden:

Bestimmte *Farben* erregen oder beruhigen. *Dunkelheit* kann Angst auslösen. Schnelle *Lichtwechsel* machen unruhig oder aggressiv.

**Bei unzureichender Horizontbildung** können die Einstellungen, die die Aussage tragen, nicht sinnvoll eingeordnet werden. Das Gehirn mit seinem programmatischen Auftrag, eine geschlossene Vorstellung von der Realität zu entwickeln, ergänzt die fehlenden Horizont-Teile dann nach den eigenen Möglichkeiten. Das kann zu einer Interpretation der Bilder führen, die mit dem Aussagewunsch nichts gemein hat.

**Unabhängig vom Bildinhalt** haben wir ein Spektrum von Möglichkeiten, mit denen wir den Zuschauer beeinflussen können. Diese Einflüsse werden vorbewusst verarbeitet und dringen nicht in das Bewusstsein ein. Sie stehen damit auch außerhalb der Kritikfähigkeit des Zuschauers, der unseren Manipulationen deshalb wehrlos ausgeliefert ist. Einige Beispiele:

- J So, wie wir uns in einer gespannten Situation mit einer schnellen Folge kurzer Blicke orientieren, reagieren wir auch auf eine entsprechende Folge kurzer Einstellungen mit Spannung.
- J Ähnliches lässt sich aus Kamerastandpunkten und Einstellungsgrößen ableiten. Genaues Betrachten erzeugt Neugierde, oberflächliches Betrachten Desinteresse.
- J Häufige Reizerneuerung macht nervös und unsicher und führt bei länger anhaltender Reizüberflutung zu Abstumpfung und Resignation.
- J Dinge oder Menschen, die uns zu nahe kommen, bedrängen uns. Wir fühlen uns unterlegen, wenn jemand auf uns herabschaut, und wir gewinnen Übersicht aus der Vogelperspektive.

*Weiterführende Literatur:*

Werner van Appeldorn, Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion. Psychologie, Gestaltung, Technik (5. überarbeitete Auflage, TR-Verlagsunion, München 2002)

Pierre Kadorfer, DuMont's Lehrbuch der Filmgestaltung. Theoretisch-technische Grundlagen der Filmkunde (5. Auflage, DuMont Buchverlag, Köln 1998)

Peter Kerstan, Der journalistische Film. Jetzt aber richtig. Bildsprache und Gestaltung (Zweitausendeins, Frankfurt/M. 2000)

Quelle: Peter Kerstan: Der Aussagewunsch. In: Gerhard Schult/Axel Bucholz: Fernseh-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 8. Aufl. Berlin 2011, S. 24-29