

Praxiswissen Medien

Olaf Jacobs
Timo Großpietsch

Journalismus fürs Fernsehen

Dramaturgie – Gestaltung – Genres



Springer VS

Praxiswissen Medien

Weitere Bände in dieser Reihe
<http://www.springer.com/series/11796>

Praxisrelevante Fachliteratur für die Medienproduktion ist bislang Mangelware. Die Reihe „Praxiswissen Medien“ nimmt sich dieser Aufgabe an und bietet konkrete Anregungen und Antworten auf Fragestellungen, die sich in der praktischen Arbeit an Film- und Fernsehbeiträgen ergeben. Dabei reicht die inhaltliche Bandbreite von Fragen des Medienhandwerks (Dramaturgie, Ästhetik, Bildgestaltung u.ä.) über Medieninhalte (Genres, Formate u.a.) bis hin zur Medienökonomie (Filmmarketing, Film- und Fernsehförderung, Medienorganisation u.ä.).-Damit sind Themen des Journalismus ebenso Gegenstand wie Ästhetik, Medientechnik, Medienrecht, Kultur und Ökonomie. Alle Bände verbindet ein hohes Maß an Nachvollziehbarkeit und damit das Angebot als konkrete Handlungsanleitung für die alltägliche Praxis. Herausgegeben von Olaf Jacobs.

Olaf Jacobs • Timo Großpietsch

Journalismus fürs Fernsehen

Dramaturgie – Gestaltung – Genres



Springer VS

Olaf Jacobs, Berlin
Timo Großpietsch, Hamburg
Deutschland

ISBN 978-3-658-02416-1
DOI 10.1007/978-3-658-02417-8

ISBN 978-3-658-02417-8 (eBook)

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

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 Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Lektorat: Barbara Emig-Roller, Monika Mülhausen

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-vs.de

Vorwort

In jedem Thema stecken viele Geschichten. Welche dieser Geschichten man erzählt, welche Mittel man wählt und ob die Geschichte letztlich ihr Publikum erreicht, liegt beim Fernsehen weit mehr als bei allen anderen Medien in den Händen derjenigen, die es herstellen. Die Fülle der zur Verfügung stehenden Darstellungsebenen und die Unterschiedlichkeit, in der Bilder und Töne auf Zuschauer wirken, führen dazu, dass es den für alle Zuschauer optimalen Film nicht geben kann.

Der Autor ist derjenige, der entscheidet, was genau er mit welchen Mitteln erzählt. Egal wie sorgfältig er seine Geschichte plant und seine Mittel wählt, die letztendliche Wirkung auf Zuschauer wird immer verschieden und nicht in letzter Konsequenz vorherbestimmbar sein. Das Verständnis der grundlegenden Wirkungsweise des Fernsehens, der Mechanik des Geschichtenerzählens und der dem Fernsehen zur Verfügung stehenden Mittel wird aber dazu führen, dass der Fernsehautor der beabsichtigten Wirkung zumindest nahe kommt.

Das vorliegende Buch ist insofern vor allem ein Angebot und ein Werkzeugkasten, dessen Inhalt man sich bei der Vorbereitung und Erstellung von journalistischen Fernsehbeiträgen bedienen kann. Auf keinen Fall handelt es sich um allgemeingültige Regeln oder gar Gesetzmäßigkeiten. Welche Werkzeuge zum Einsatz kommen und was die beste Strategie ist, zum bestmöglichen journalistischen Ergebnis zu gelangen, ist individuell sehr unterschiedlich und ist in hohem Maße vom Stil und den Präferenzen des jeweiligen Autors beeinflusst. Wichtig ist es vor allem, sich eine eigene Arbeitsweise zu erarbeiten und die dafür geeigneten Mittel zu identifizieren. Hierfür kann das Buch auch lexikalisch genutzt werden, um sich gezielt einzelnen Aspekten des Fernsehhandwerks zu nähern.

Die hier verwendeten Begriffe sind der Praxis sowie der einschlägigen Literatur zur dokumentarischen Dramaturgie entnommen. Sie unterscheiden sich zwischen Sendern, Produzenten und Redaktionen zum Teil ganz erheblich. Es ist daher unbedingt bei den jeweiligen Partnern zu hinterfragen, mit welchen Begriffen sie arbeiten. Das dahinter liegende dramaturgische Prinzip wird jeweils ähnlich sein, ganz gleich, wie einzelne Elemente benannt werden.

Die geeignete Dramaturgie ist der Kern jeder gut erzählten Geschichte im Fernsehen und Kino, aber natürlich spielen für das zuschauergerechte Berichten und Erzählen eine Fülle weiterer Komponenten eine wichtige Rolle, für die der nachfolgende Text eine Grundlage bieten soll, auch wenn er sie nicht ausdrücklich thematisiert. Dazu gehört eine kompetente, klare und am Ergebnis für Zuschauer orientierte Kommunikation mit allen am Produktionsprozess beteiligten Gewerken ebenso wie eine Kultur der Kritik, die nicht an persönlichem Geschmack, sondern ausschließlich an handwerklichen Kriterien orientiert ist.

Darüber hinaus ist Fernsehen nicht zuletzt auch ein kunstvolles Handwerk, welches immer wieder geübt werden will und von ständiger Fortentwicklung lebt. Es verbindet sich mit der beruhigenden Gewissheit, dass jeder Beitrag einen Gewinn an Erfahrung bedeutet und man so mit jedem einzelnen Beitrag auch selbst ein Stück besser wird.

Geschichten durch die Montage von Bildern, Tönen und Texten zu erzählen ist gewiss einer der spannendsten Berufe überhaupt und das erst recht, wenn er sich mit dem journalistischen Privileg verbindet, quasi jede Frage stellen zu dürfen und immer wieder in neue Themen und Leben einzutauchen. Trotz allen dafür notwendigen Handwerks wird am Ende immer auch ein Rest bleiben, der nicht zu planen und nicht vorherzusehen ist. Ganz gleich, ob man ihn Magie, Zufall oder Glück nennt, kann er ein dankenswerter Helfer sein, um mit Gelassenheit an die Arbeit zu gehen. Was für Zuschauer und alle Produktionsbeteiligten gewiss immer spürbar sein wird ist die Haltung – zum Medium, zum eigenen Beruf und zur Realität derer, über die berichtet wird.

Das vorliegende Buch basiert auf vieljähriger Erfahrung aus der Arbeit in Sendern, als zum Teil selbst drehende Autoren, aus der kontinuierlichen Diskussion und Auseinandersetzung mit Kollegen und vor allem aus großer Begeisterung für den Beruf. Ein wesentlicher Anstoß für dieses Buch war die Übernahme des Seminars zur Fernseheinführung im Volontariat des NDR. Diesen Einführungskurs haben Gregor A. Heussen (seit 1991) und Wolf Michael Eimler (seit 1996) gemeinsam geprägt. Beide haben uns mit Ihren Methoden und Ihrem Wissen stark beeinflusst. Wesentliche Anteile dramaturgischer Begriffe und Definitionen unseres dramaturgischen Knowhow der filmischen und textlichen Umsetzung gehen auf sie zurück. Vor allem haben wir von den – nicht schriftlich dokumentierten, aber immer funktionierenden – Lösungen Wolf Michael Eimers profitiert. Seine Kenntnisse in Dramaturgie, Kameraführung, Schnitt, Interviewführung und Text, die u.a. in zahlreichen Reportageseminaren gemeinsam mit Olaf Jacobs vermittelt wurden, sind, ohne immer explizit darauf hinzuweisen, auch in das vorliegende Buch eingeflossen. Wir bedanken uns insofern bei allen wissentlich und unwissentlich Beteiligten, besonders bei Katja Großpietsch für die Abbildungen, bei Roberto

Tossuti und Brigitte Jacobs für Anregungen und Korrekturen sowie Nina Tschierse, der langjährigen Leiterin der Volontärsausbildung des NDR, für die kontinuierliche Herausforderung, eigene Ideen und Konzepte fortzuentwickeln und Barbara Emig-Roller für Geduld und Beharrlichkeit als Lektorin.

2014

Olaf Jacobs
Timo Großpietsch

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung: Non-fiktionales Fernsehen und seine Wirkung	1
1.1	Wirkungsgrundlagen	2
1.2	Grundverabredungen mit dem Zuschauer	6
1.3	Zusammenfassung	9
	Literatur	10
2	Die Darstellungsebenen	13
2.1	Bild	14
2.1.1	Bilder kadrieren	16
2.1.2	Der Raum	17
2.1.3	Goldener Schnitt und Drittelregel	19
2.1.4	Linien und Richtung	20
2.1.5	Handlungsachsen	21
2.1.6	Einstellungsgrößen	23
2.2	Atmosphäre/Geräusche	25
2.3	O-Ton	30
2.4	Musik	34
2.5	Montage/Schnitt	38
2.6	Text	50
2.7	Zusammenfassung	55
	Literatur	58
3	Fernseh dramaturgie	61
3.1	Erleb bare Ordnung	62
3.2	Filmziele	63
3.3	Elemente und Aspekte der non-fiktionalen Filmdramaturgie	65
3.3.1	Hauptfigur	66

3.3.2	Attribute	67
3.3.3	Herausforderung	68
3.3.4	Nebenfiguren	69
3.3.5	Veränderung	69
3.3.6	Fallhöhe	70
3.3.7	Rote Fäden	70
3.3.8	Erzählperspektive	71
3.3.9	Damokles	72
3.4	Erzählmuster non-fiktionaler Geschichten	72
3.5	Aus Themen Geschichten entwickeln	73
3.6	Spannung und Polarität	78
3.7	Drei-Akte-Struktur	81
3.8	Spezielle Geschichtsstrukturen	85
3.8.1	Protagonist – Antagonist – Geschichten	85
3.8.2	Hürdenlaufen	86
3.8.3	Passive Hauptfiguren	87
3.8.4	Heldenreise	88
3.8.5	Geschichten mit Zentralfigur	90
3.9	Zusammenfassung	91
	Literatur	94
4	Die journalistischen Genres	95
4.1	Relevanz der Genres	96
4.2	Auf Erzählziele bezogene Systematik der Genres	97
4.3	Systematik der Genres	98
4.4	Eigenheiten der Genres	100
4.4.1	Nachricht	101
4.4.2	Erklärstück	105
4.4.3	Bericht	107
4.4.4	Dokumentation	113
4.4.5	Dokumentarfilm	116
4.4.6	Feature	117
4.4.7	Porträt	119
4.4.8	Reportage	123
4.5	Hybride Genres	133
4.5.1	Doku-Drama	133
4.5.2	Doku-Soap	134
4.5.3	Mockumentary	135
4.5.4	Datenjournalismus	136

4.6	Sonderformen	136
4.7	Zusammenfassung	138
	Literatur	138
5	Der Prozess der Filmherstellung	139
5.1	Gewerke	140
5.1.1	Autor	141
5.1.2	Regie	143
5.1.3	Kameramann	143
5.1.4	Ton	145
5.1.5	Cutter	145
5.1.6	Videojournalist	146
5.1.7	Tonmeister/Mischung	147
5.1.8	Produktionsleitung	148
5.1.9	Aufnahmeleitung	148
5.1.10	Redaktion	149
5.2	Wesentliche technologische Grundlagen	149
5.2.1	Aufnahmetechnik Bild	150
5.2.2	Aufnahmetechnik Ton	157
5.3	Umgang mit Produktionsbeteiligten	159
5.3.1	Vorbereitung und Recherche	159
5.3.2	Kommunikation im Team	162
5.4	Zusammenfassung	163
	Sachverzeichnis	167

Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1	Gliederung in direkte und indirekte Darstellungsebenen im Fernsehen	14
Abb. 2.2	Auflösung von Bewegungen in die Einzelbilder eines Films . .	16
Abb. 2.3	Kadrierung des Bildes durch die Kamera	16
Abb. 2.4	Offene und Geschlossene Raumdarstellung	17
Abb. 2.5	Offene Gestaltung des Bildraumes im Umgang mit Protagonisten	18
Abb. 2.6	Vereinfachung des Goldenen Schnitts zur Drittelregel	19
Abb. 2.7	Wahrnehmungssteuerung durch steigende und fallende Linien .	20
Abb. 2.8	Wahrnehmungssteuerung durch Bewegungsrichtungen im Bild	21
Abb. 2.9	Kamerapositionen zur Handlungsachse zur Vermeidung von Achssprüngen	22
Abb. 2.10	Die gebräuchlichsten Einstellungsgrößen	24
Abb. 2.11	Verschiedene Perspektiven durch verschiedene Kamerapositionen	25
Abb. 2.12	Beispiel einer Shotlist	39
Abb. 2.13	Strukturkonzept mit Karteikarten	41
Abb. 2.14	Am Computer erstellte Filmstruktur	41
Abb. 2.15	Filmkonzept	42
Abb. 2.16	Trennende Montage	49
Abb. 2.17	Verschränkte Montage	49
Abb. 3.1	Erzählmuster non-fiktionaler Geschichten in linearen audiovisuellen Medien	73
Abb. 3.2	Das Orchestrieren von Nebenfiguren im Filmkonzept	76

Abb. 3.3	Der Weg vom Thema zur Geschichte	77
Abb. 3.4	Zerlegung einer Geschichte in Handlungsstränge	78
Abb. 3.5	Komplexweise Erzählung in linearen Medien	79
Abb. 3.6	3-Aktstruktur mit Längenverteilung	82
Abb. 3.7	Der emotionale Verlauf der Geschichte in der 3-Akt-Struktur ...	83
Abb. 3.8	Strukturvergleich zwischen 3-Akte-Dramaturgie und Heldenreise	90
Abb. 4.1	Möglichkeiten für Sehanreize in audiovisuellen Medien	96
Abb. 4.2	Ordnung der journalistischen Genres nach Gliederungsprinzipien	99
Abb. 4.3	Ordnung der journalistischen Genres nach Wirkungsabsicht ...	100
Abb. 4.4	Ordnung der Nachrichtenformen nach Ausführlichkeit	101
Abb. 4.5	Die hierarchische Gliederung der Nachricht	103
Abb. 4.6	Horizontale Handlungsachse=Blick=Bewegungsachse	111
Abb. 4.7	Handlungsachsen verlaufen auch vertikal	111
Abb. 4.8	Die Grundarten der Kamerapositionierung: erwartend, beobachtend, entdeckend	112
Abb. 4.9	Der Aktionsraum der Reportage	124
Abb. 4.10	Zusammenhang zwischen Brennweite und Raumdarstellung ...	128
Abb. 4.11	Zusammenhang zwischen Brennweite und Schärfentiefe	130
Abb. 4.12	Der Aktionsraum der entdeckenden Kamera	131
Abb. 5.1	charakteristische Blendwertreihe	152
Abb. 5.2	Zusammenhang zwischen Blende und Tiefenschärfe des Bildes	153
Abb. 5.3	Dreh mit ZEBRA-Anzeige zur Belichtungskontrolle	154
Abb. 5.4	Lichtquellen und ihre zugehörigen Farbtemperaturen	156
Abb. 5.5	Richtcharakteristik von Mikrofonen	158

Verzeichnis der Checklisten

Checkliste 2.1	Darstellungsebenen	56
Checkliste 2.2	Vorbereitung Montage	57
Checkliste 2.3	Text.	58
Checkliste 3.1	Basisprüfung eines Stoffes	92
Checkliste 3.2	Kontrollfragen an die Geschichte.	93
Checkliste 3.3	Formular für die Beschreibung einer Geschichte.	94
Checkliste 5.1	Recherche.	164
Checkliste 5.2	Drehort- und Motivrecherche.	165

Einführung: Non-fiktionales Fernsehen und seine Wirkung

1

Das Phänomen ist immer dasselbe: Befragt man am Ende der Tagesschau eine Gruppe von Zuschauern, wird niemand mit Bestimmtheit sagen können, wie viele Beiträge die Sendung hatte. Fragt man am Tag danach nach den Inhalten, werden die Antworten so unterschiedlich sein wie die Befragten selbst. Bei Programmen, die ihre Inhalte aus der Realität entnehmen und damit keine eindeutig fiktionalen Geschichten präsentieren, verstärkt sich dieser Effekt noch, steigt das Maß an persönlicher Interpretation. Jeder sieht seinen eigenen Film, das macht die Arbeit für die Macher von non-fiktionalen Programmen so kompliziert und so reizvoll zugleich.

Fernsehen ist ein komplexes Zusammenspiel von Bildern, Tönen, Reizen und Rhythmen auf der einen Seite und von Anspannung und Entspannung, gewecktem und befriedigtem oder unbefriedigtem Informationsbedürfnis sowie Emotionen auf der anderen Seite. Bei keinem anderen Medium ist die Zahl der Einflussfaktoren auf die letztendliche Wirkung größer. Die Auseinandersetzung mit dem Medium muss daher immer von der Rezipientenseite aus beginnen. Hier das bestmögliche Ergebnis zu erzielen muss der Anspruch der Programm- und Filmemacher sein. Die beabsichtigte Wirkung auf die Zuschauer zu erreichen ist im nächsten Schritt eine Frage des Handwerks. Aus Themen Geschichten entwickeln, Entscheidungen für eine Dramaturgie und die richtige Filmform treffen, die angemessene Produktionstechnik und schließlich die geeigneten Stilmittel wählen, das sind die handwerklichen Umsetzungsschritte, die in der Verantwortung des Autors liegen, immer gemessen an der beabsichtigten Wirkung auf die Zuschauer.

Fernsehen ist ein komplexes Zusammenspiel von Bildern, Tönen, Reizen und Rhythmen auf der einen Seite und von Anspannung und Entspannung, gewecktem und befriedigtem oder unbefriedigtem Informationsbedürfnis sowie Emotionen auf der anderen Seite. Bei keinem anderen Medium ist die Zahl der Einflussfaktoren auf die letztendliche Wirkung größer. Die Auseinandersetzung mit dem Medium muss daher immer von der Rezipientenseite aus beginnen. Hier das bestmögliche Ergebnis zu erzielen muss der Anspruch der Programm- und Filmemacher sein. Die beabsichtigte Wirkung auf die Zuschauer zu erreichen ist im nächsten Schritt eine Frage des Handwerks. Aus Themen Geschichten entwickeln, Entscheidungen für eine Dramaturgie und die richtige Filmform treffen, die angemessene Produktionstechnik und schließlich die geeigneten Stilmittel wählen, das sind die handwerklichen Umsetzungsschritte, die in der Verantwortung des Autors liegen, immer gemessen an der beabsichtigten Wirkung auf die Zuschauer.

Einen Film zu realisieren ist damit aus Sicht des Filmemachers ein Kommunikationsprozess auf mehreren Ebenen: Einerseits mit dem Publikum und andererseits mit allen anderen Produktionsbeteiligten.

1.1 Wirkungsgrundlagen

Die Verständigung in der Vorbereitungsphase für einen Film ist häufig vor allem deshalb schwierig, weil man über ein Produkt redet, welches von extrem vielen Einflussfaktoren abhängig ist und welches in der Phase, in der die Kommunikation dazu besonders wichtig ist, noch nicht existiert. Jeder wird sich einen anderen Film vorstellen, wenn über die Planungen dazu gesprochen wird. Das kann einen kreativen Prozess gelegentlich befördern, häufig jedoch behindert es ihn, weil das gemeinsame Hinarbeiten auf eine Richtung dadurch komplizierter wird.

Die auf den ersten Blick einfachste Unterscheidung erfolgt zwischen Spiel- und dokumentarischen Filmen, wobei bereits hier die Frage der Einordnung – zum Beispiel des Dokudramas – die Unzulänglichkeit dieser Unterscheidung deutlich macht.

Die erste wirklich taugliche Differenzierung ist die zwischen fiktionalem und non-fiktionalem Film, wobei der Maßstab für die Zugehörigkeit zu einer der beiden Formen in der im Film erzählten Geschichte und nicht in der Technik ihrer Umsetzung zu suchen ist. Das Non-fiktionale ist insofern der Sammelbegriff für

alle der Realität entnommenen Geschichten. Eine weitere Differenzierung in dokumentarische, journalistische, künstlerische und hybride Formen und Genres ist angezeigt.

Diese Betrachtung ist für die „Macher“ von Programmen natürlich von größter Bedeutung, doch ist auch hier zunächst auf die Zuschauerperspektive abzustellen und zu hinterfragen, was unterscheidet einen non-fiktionalen Film von einer fiktionalen Produktion? Wie weit kann und wie weit soll ein Zuschauer eigentlich erkennen, um was für eine Form von Film es sich handelt?

Der Spielfilm macht sich beispielsweise Strategien und Formen des dokumentarischen Fernsehens zu eigen und umgekehrt. Kinder können noch nicht zwischen fiktionalen und non-fiktionalen Produktionen unterscheiden (vgl. Fischer 2005, S. 6). Das heißt, es muss in kultureller Hinsicht erlernbar sein, solche Unterscheidungen zu treffen. Markierungen und Hinweise müssen subjektiv verifizierbar sein, um eine Zuordnung zu ermöglichen. Für Filmhandwerker ist es daher nützlich, die Merkmale und Strategien zu kennen.

Gleichwohl zeigt die Lebens- und Alltagserfahrung, dass wir durchaus zwischen Dokumentar- und Spielfilm zu unterscheiden gewohnt sind. [...] Dokumentarischen Charakter würden in diesem Sinne dann solche Filme zeitigen, die – nicht im Gegensatz, sondern im Unterschied zum Fiktionsfilm – einen Mehrwert an Authentizität und einen Mehrwert an referenziellen Bezügen zur außerfilmischen Wirklichkeit versprechen oder erkennen lassen. (Heller 2001, S. 18)

Heller spricht hier von einem „dokumentarischen Charakter“, Joachim Paech verwendet dagegen den Begriff des „Wirklichkeitseindrucks“. Es muss also Merkmale im Produkt und Strategien in der Darstellung geben, die den Wirklichkeitseindruck und die Glaubwürdigkeit beim Zuschauer erhöhen. Paech schreibt zum Wirklichkeitseindruck:

Filme, die behaupten, sich auf eine vor-filmische Wirklichkeit zu beziehen, die nicht eine zugunsten der ‚Wirklichkeit Film‘ aufgehobene, sondern als abwesende, eine durch die Präsenz des Films zu erinnernde ist, werden Strategien entwickeln, ihre Glaubwürdigkeit (croyance) mit Mitteln des ‚effet de réalité‘ (Wirklichkeitseindrucks) des Fiktionsfilms zu behaupten. Der Strategien ‚dokumentarischer Glaubwürdigkeit‘ wird sich der Fiktionsfilm bedienen, wenn er den ‚effet de réalité‘ um den Vorschein des Dokumentarischen für seine Ästhetik des Realismus erhöhen will. (Paech 1990, S. 25)

Dokumentarische Glaubwürdigkeit besteht im Realismuseindruck, der mit Erzählprinzipien (Perspektivität, Nähe-Distanz-Relationen, Authentizitätsversicherungen) erzeugt wird. (Hickethier 2001, S. 201)

Unter Authentisierungsstrategien werden hierbei filminterne pragmatische Markierungen verstanden, die den Rezipienten in einem Spektrum impliziter oder expliziter Appelle dazu auffordert, einen ‚Wahrnehmungsvertrag‘ mit dem jeweiligen Film zu schließen. Beantwortet ein Rezipient das spezifische Authentizitätsversprechen eines dokumentarischen Films positiv, so investiert er Vertrauen in die filmisch postulierte Authentizität. Fühlt sich der Rezipient hingegen in seinem Vertrauen getäuscht, so bewertet er den Film als ‚nicht authentisch‘ und sanktioniert den Vertrauensbruch mit einer entsprechenden Ablehnung der filmischen ‚Botschaft‘. (Hattendorf 1999, S. 311)

Hattendorf führt fünf „Haupttypen dokumentarischer Authentisierungsstrategien“ an, die durchaus geeignet sind, in der Praxis zu hinterfragen, ob und welche Strategie man in der Umsetzung einer eigenen Geschichte verfolgt und in welcher Weise die zugehörigen Gestaltungsmittel gefunden und eingesetzt werden sollten:

1. Als „Dominanz des Wortes“ im „Erklärungsdokumentarismus“ bezeichnet Hattendorf den Typus der Authentisierung der durch „verbale“ und „direkte Zuschaueradressierung“ den Authentisierungsprozess steuert (Hattendorf 1999, S. 312). Die Bilder sind vor allem Beiwerk der Sprache. Der gesprochene Kommentar wird quasi bebildert.
2. Beim nächsten Typus steht nicht das Wort, sondern das Bild im Vordergrund. Hattendorf spricht von einer „Dominanz der Bilder“ (Hattendorf 1999, S. 312). Lange Einstellungen „demonstrieren“ hier die „Authentizität der aufgezeichneten Handlungen, Ereignisse und Gespräche (Hattendorf 1999, S. 313). „Wirkungsvolle Bildgestaltung“ führt nach Hattendorf zu einer „Affektverstärkung“.
3. Das „ausgewogene Verhältnis“ von Bild und Ton führt bei einem dritten Typus zu einem „authentischen Eindruck“ (Hattendorf 1999). Hattendorf spricht von einem „kritischen Gleichgewicht“ der unterschiedlichen „visuellen und verbalen Zeichen“.
4. In einen vierten Typus fasst Hattendorf das Nach-Inszenieren von Handlungen, das so genannte Re-Enactment. Beim Zuschauer soll ein Gefühl von Authentizität erzeugt werden, was sich mit „So könnte es gewesen sein“ beschreiben lässt (Hattendorf 1999).
5. Filme mit metadiegetischen Einschüben benutzen eine übergeordnete Erzählebene als Authentisierungsstrategie. Sie geben dem Rezipienten durch z. B. Selbstreflexion oder Reflexion der filmischen Arbeitsweise das Gefühl von Glaubwürdigkeit. Dieses beschreibt Hattendorf als einen fünften Typus.

Diese Authentisierungsstrategien arbeiten nicht nur einzelne Merkmale heraus die auf Authentizität schließen lassen, sondern fassen komplexe filmische Strategien