

Prof. Wolfgang Kissel

Bauhaus-Universität Weimar | Professur für Medienereignisse

Participatory Digital Producing

Die Möglichkeiten des Filmvertriebs im Netz, die Bereitstellung von tagebuchartigen Videobriefen (Vlogs) und auf dem Handy verfassten Blogs (Moblogs) verändern die Mediennutzung dramatisch. Statt zielgruppenorientierter Spartenkanäle können sich die Zuschauer künftig ihr personalisiertes, netzbasiertes „I-TV“ zusammenstellen, die Inhalte kommen via Tauschbörsentechnik auf den Schirm. Aufgrund der zu erwartenden Fragmentierung bzw. Atomisierung der Zuschauerschaft wird die Programm- und Sendeplanung der traditionellen Sender durch ein Klassifizierungs- und Katalogisierungssystem ergänzt werden müssen, das die Programmstruktur ersetzt.

Die Spaltung zwischen fernsehschaffenden Machern und zuschauenden Rezipienten wird dabei zunehmend aufgehoben. Angesichts von Handy-Fotos der Londoner Anschläge, die – ins Netz gestellt – millionenfach nachgedruckt wurden, wird deutlich, dass die alte Forderung von Alexandre Astruc „Caméra-stylo“, die Kamera als Stift, längst eingelöst ist. Viele, die heute noch passive Nutzer sind, könnten zu aktiven Mitgestaltern, zu Content Providern neuer weltweiter TV-Net-Works werden.

Nicht nur die Pioniere von Participatory culture und anderer Medienaktivisten-Portale, die vor allem unabhängige Medieninhalte und Videoblogs anbieten, sondern auch die *BBC* hat sich der Tauschbörsentechnologie geöffnet. Der britische Sender macht seit September 2005 seine Archive im Netz zugänglich und stellt auch das reguläre TV-Programm als Vlogs bereit.

Durch die rasante Entwicklung der digitalen Fernsehtechnik sind neue Medienproduzenten gefragt: ein Personal Digital Producer (PDP) oder auch Videojournalist (VJ) beherrscht Regie, Kamera, Ton und Schnitt gleichermaßen; er/sie realisiert seine Beiträge völlig allein und selbstständig von der Recherche bis zum Endschnitt – in fernsehtauglicher Qualität. Die geringen Kosten werden es viel mehr Menschen ermöglichen, eigene Beiträge zu erstellen und so ungewohnte Themen, neuartige Fragestellungen und experimentelle Gestaltungslösungen einzubringen. Die Digitalisierung der Fernsehproduktion gibt den Medienschaffenden Stift und Block in Form von Kamera und Laptop in die eigene Hand. Gute VJ/VR-Beiträge leben von einer besonderen Intensität bei der Darstellung ihrer Protagonisten. Sie stehen Modell für zeitgemäße, authentische und kostengünstige Produktionen.

Auch die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender in Deutschland wollen sich dieser Entwicklung nicht verschließen. Derzeit arbeiten etwa 230 VJ für *HR*, *MDR*, *Deutsche Welle TV*, *RB*, *SR* und nun auch beim *BR*. Etwa 700 VJ arbeiten bei der *BBC*.

Wir als Bauhaus-Universität Weimar sehen Video Reporting als eine Methode, die in ihrer Reduktion auf das Wesentliche der studentischen Arbeitsweise sehr entgegen kommt. Die einzelnen Studierenden können ihre individuellen Filmvorhaben mit einem überschaubaren Einsatz von Technik verwirklichen und dem Thema angemessene Erzähl- und Gestaltungslösungen entwickeln. Aufgrund der Intimität der Arbeitsweise ist Video Reporting ideal für Langzeitbeobachtungen geeignet.

Die Studierenden können sich Themen erschließen, die normalerweise mit einem unrealisierbar großen Aufwand verbunden sind. Viele Themen lassen sich fast nur über diese Methode erzählen, weil die eine Kamera viel besser ins Geschehen und das Umfeld der Protagonisten eintauchen kann als ein Drehteam, das oft Ablenkungs-

und Störfaktor bleibt. (Videobeispiel: RAMELOW-PORTRAIT). Sehr persönliche essayistische Mischformen werden möglich: Filme von „Citizen Journalists“, unter widrigsten Bedingungen gedreht, werden zu eindrucklichen Zeitdokumenten und können sich den von den Mainstream-Medien vernachlässigten Themen widmen. (Videobeispiel: DIE UNSICHTBARE BRÜCKE DER ERINNERUNG).

Der Freiraum Hochschule bietet einen geeigneten Rahmen, um Tradition und Innovation, Experiment und TV-Praxis, Forschung, Lehre und künstlerische Entwicklung zu verbinden. So wird am 5./6. November 2005 in Weimar gemeinsam mit den Partnern von der *ARD* und mit Unterstützung der *BBC* der „2. Video Reporting Award“ in drei Kategorien (international, national, Nachwuchs) ausgelobt, um allen Interessierten einen Überblick über die aktuelle internationale Entwicklung zu geben und Einblicke in die unterschiedlichen visuellen Kulturen zu ermöglichen.

(<http://www.videoreporter.org>)