

"Die Ohren sind ein Eingang zur Seele. Weil sie direktere Assoziationen aufrufen können als die Augen, weil die Augen kann man schließen, man kann wegschauen und die Ohren, die sind meistens offen. Und deswegen hat man da direkten Zugriff auf Gefühle."

Emar Vegt, Sounddesigner bei BMW

Nicht nur Dichter, Erzähler, Sprecher, Sänger auch Marketingspezialisten und Produktdesigner sind sich der besonderen emotionalen Qualität der akustischen Wahrnehmung bewusst – von der faszinierenden Märchenerzählerstimme bis hin zum satten Sound eines Blinkers im Auto.

Fehlende visuelle, olfaktorische und/oder haptischen Reize bei einer rein akustischen Wahrnehmung komplettiert unser Gehirn durch die Ergänzung des Gehörten im Kopf mit Bildern und Assoziationen.

Und in Kombination mit unserer individuellen Lebenserfahrung entsteht ein ganz persönlicher Film vor dem inneren Auge.

Ein Hörbild wird durch Klang, Geräusch und Stimme hergestellt. Es ist nicht eindimensional, da im Kopf (und im Herzen) des Zuhörers ein vielfältiges, mehrdimensionales Bild entsteht. Der „Film“ entsteht durch das von Erwartungen, Erfahrungen geprägte Wahrgenommene. Es können die verschiedensten Räume, Zeiten und Dimensionen geschaffen werden. Zuerst muss es dabei der Raum sein, damit die Handlung zu-

geordnet werden kann. Dieser Raum muss physisch und psychisch-emotional beschrieben werden, – mittels Geräuschen, Sprache und Sprachintention, Musik etc. –. Und als Zuhörer besitzen wir sogar die Fähigkeit angerissene Bilder im Kopf zu einem Ganzen zu vervollständigen.

Überlegte Gestaltung ist für eine akustische Kommunikationsbotschaft von entscheidender Bedeutung. Zuerst wird der Klang wahrgenommen, der Aufmerksamkeit, Sympathie-Antipathie, Assoziationen auslöst, dann erst der Inhalt des gesprochenen oder die vermeintliche Ursache, Bedeutung einer akustischen Wahrnehmung.

Das Geräusch gibt meist Information über die Atmosphäre, den Raum und den Vorgang.

Die Stimme über Inhalte, menschliche Situation, Figur und aktuelle psychische Situation.

Im Gegensatz zum geschriebenen Text wird im akustischen Medium das „Bild“ (das Kino im Kopf) des Hörers viel genauer definiert: Bilder entstehen unabhängig vom Genre des Gehörten, ihre Vielfalt und Form hängt ab von Bildung, Erfahrung, Phantasie und Persönlichkeit des Zuhörers.

*»Der Mensch wird nur die Welt gewahr,
die er schon in sich trägt.« Exupery*

**Infotermin am ISSA Tag der offenen Tür:
Samstag, 26. November 2016
16:45 Uhr**



Schauspielschule seit 1957
(Zinner Studio/Münchener Schauspielstudio/ISSA GmbH)

in Kooperation mit
Acoustic Actors Enterprises
www.acoustic-actors.com

Mikrofonarbeit

Acoustic Acting

Basis Kurs /

Masterclass

Workshop 2016/2017

ISSA GmbH
Öztaler Straße 1 B
D-81373 München

Telefon: 0049-89-5 32 86 72
Telefax: 03212- 138 20 69

www.actorsschool.de
info@actorsschool.de

Acoustic Acting • BASISKURS

Ziel

Trainieren der genre-spezifischen Sprachgestaltung und Darstellung in den audiovisuellen Medien. Grundlagen der Mikrofonarbeit in den Sparten Hörbuch/Hörspiel, Werbung und Produktinfo, Trailer und Synchron

Zielgruppe

Schauspielschüler (3.Jahr), Absolventen, Schauspieler, professionell Interessierte

Dozenten

Helmut Schorlemmer (Ltg.),
Harald v. Wieckowski, Stefan Heinlein
Sprachcoaching: Inga Dechamps

Inhalte

Die Grundlage für die Arbeit am Mikrofon ist der rasche, perfekte Umgang mit Textvorlagen sowie der bewußte, gestalterisch differenzierte Stimmeinsatz. Zum fundierten Erlernen der Mikrofonarbeit wurde der Kurs in drei Aufbaumodulen gegliedert. Der Gesamtkurs umfasst alle Aspekte der Darstellungspalette des »Acoustic Acting«: Hörbuch und Hörbild, Werbesprechen/Commercials (Dialog, Presenting, Off / Claim), Schulungs-CD/DVD, Industriekommentar sowie Grundlagen der Synchronisation, Trailersprechen und Voice Over.

Modul 1: Einstieg Textarbeit

Grundlagen der Textgestaltung & erste Mikrofonarbeit

Modul 2: Mikrofonarbeit im Studio 1: Audio

Funk und Tonträger

Modul 3: Mikrofonarbeit im Studio 2: Visuelle Medien

TV / Video: Trailer & Synchron

Zusatzmodul: begleitende Ergänzungskurs SPRACHE (5 Einheiten – 150,- €) zusätzlich buchbar

Die Mindeststundenzahl eines Kurses wurde jeweils für die Mindestteilnehmerzahl (6) ausgelegt, bei höherer Teilnehmerzahl (max. 10-12) erhöht sich die Anzahl der Kursstunden anteilig (à 60 Minuten!)

	BASISKURS	Zeitraum	Kosten
Modul 1	Einstieg Text		
Grundlagen Textgestaltung/ Mikrofonarbeit	mind. 5 x 3 Std./ max. 7 x 3 Std ISSA 2 Übungseinheiten am Mikrofon	Dezember 2016 bis Februar 2017	285,- EUR
Modul 2	Audio – Vertiefung		
Praxisarbeit Hörbild / Werbung	3 x 1,5 Std ISSA mind. 3 x 6 Std. / max. 4 x 7 Std. Tonstudio	März / April 2017	375,- EUR
Modul 3	Visuelle Medien		
Praxisarbeit Synchron / Trailer	1 x 3 Std i.d. ISSA mind. 4 x 6 Std. / max. 5 x 7 Std i. Tonstudio	April / Mai 2017	420,- EUR
		Gesamt	1080,- EUR
(das entspricht pro Monat 180,- EURO)			

Acoustic Acting • MASTERCLASS

Teilnehmerzahl: mind. 4 / max. 6

Kosten: 380,- EUR pro Teilnehmer

Umfang: ca. 6-8 Stunden Mikrofonzeit
à 60 Min. / Teilnehmer

Zeiteinteilung: 2 Tage im Tonstudio

Voraussetzung: Acoustic Acting Basiskurs und/oder erste Studioerfahrung

Termine: jeweils 1 Wochenende nach Absprache

Nach Anmeldung ist auch individuelles Einzelcoaching (1 – 3 Teilnehmer) möglich.

Themen

- Individuelle Vertiefung der Mikrofonarbeit
- je nach Interesse der Teilnehmer besondere Schwerpunkte: Hörspiel/Werbung, Industriekommentar, Synchron und Trailer

»Worauf achten Sie, wenn Sie jemand zum ersten Mal treffen?«
Einer von der Zeitschrift GEO beauftragten Umfrage zufolge nannten 40% der Befragten die Stimme. Wichtiger waren zur Beurteilung einer Person nur Gesicht und Kleidung. Einem unsichtbaren Partner in der Audiokommunikation bleibt jedoch nur die Stimme, die in Sekundenbruchteilen vom Adressaten registriert und interpretiert wird.