

Szenen, die bewegen!

Video zur Sensibilisierung und Aufklärung im Bezug auf Bewegungsförderung für Menschen mit Demenz



Abbildung1: Teilprojektgruppe Video

Hintergrund

Etwa 35,6 Mio. Menschen weltweit sind an Demenz erkrankt. Laut dem Bericht der WHO im Jahr 2012 werden bis 2030 etwa doppelt so viele Menschen davon betroffen sein. Damit ist Demenz eine der größten Herausforderungen unserer Gesellschaft. Laut Forbes et al. (2013) hat körperliche Aktivität positive Effekte auf den Krankheitsverlauf und verlangsamt ihn. Allerdings fehlt es bislang an evidenzbasierten Bewegungsprogrammen für Menschen mit Demenz. Aufgrund dessen setzt sich das Projekt „Gesundheit in Bewegung 2.0“ unter der Leitung von Frau Mag. (FH) Doris Gebhard mit der Bewegungsförderung von Menschen mit Demenz in Seniorenwohn- und Pflegeheimen auseinander. Weiter leistet dieses Projekt einen wichtigen Beitrag zur Sensibilisierungsarbeit in der Gesellschaft. Laut dem Konzept der Gesundheitskommunikation gilt es, die Menschen über gesundheitsrelevante Themen aufzuklären und zu sensibilisieren (Hurrelmann & Leppin, 2014). Der Gesundheitskommunikationskanal „Video“ verfolgt dabei das Ziel, eine breite Masse an Menschen zu erreichen und über das Projekt „GiB 2.0“ zu informieren.

Vorgehen:

Bei der Videoproduktion gilt es, sich an vier wesentlichen Phasen zu orientieren (Grauer & Merten, 1996): Orientierungsphase, Produktionsphase, Integrationsphase und Einführungsphase. Tabelle 1 zeigt das gewählte Vorgehen in den einzelnen Phasen.

Phasen der Videoproduktion nach Grauer & Merten (1996)	Inhalte der Phasen
Orientierungsphase	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitplan • Konzept und Dramaturgie
Produktionsphase	<ul style="list-style-type: none"> • Drehbuch • Organisation von Kamera und Mikrofon • Termine mit AkteurlInnen • Filmen der jeweiligen Szenen
Integrationsphase	<ul style="list-style-type: none"> • Wahl eines geeigneten Videoprogramms • Szenenauswahl • Musikfindung
Einführungsphase	<ul style="list-style-type: none"> • Fertigstellung des Videos • Veröffentlichung auf FH Kärnten Homepage, Facebook und Youtube

Tabelle 1: Vorgehen bei der Videoproduktion

Zuerst hat die Teilprojektgruppe einen Zeitplan erstellt, der Zeitpunkt und Ort der Treffen fixierte. Das Drehbuch wurde im Anschluss geschrieben. Laut Grauer und Merten (1996) ist dies einer der wichtigsten Punkte bei der Videoproduktion. Im Drehbuch waren die Szenen aufgelistet sowie die jeweiligen AkteurlInnen (vgl. Abbildung 4 als Beispiel). Weiter machte sich die Teilprojektgruppe auf die Suche nach geeigneten Materialien (Kamera, Stativ und Mikrofon) und einem Videoschnittprogramm (Video Easy). Dreh und Materialbearbeitung nahmen einen großen Bestandteil der Arbeit ein; zuletzt galt es die Einführung bzw. Dissemination des Videos zu realisieren.



Abbildung2: offene Fragestellung im Video



Abbildung3: Ausschnitt aus dem Video (Szene4)

Ergebnisse/Materialien

Wie bereits erwähnt, wurden von der Teilprojektgruppe „Video“ ein dramaturgisches Konzept sowie ein Video zum Projekt „Gesundheit in Bewegung 2.0“ entwickelt. Das Video hat eine Länge von 4 Minuten und besteht aus 4 Szenen: Einstieg, Moderation, Interviews und Schluss. In der ersten Szene geht es zunächst einzig und allein um das Thema „Bewegung“. Das Video beginnt mit der persönlichen Meinung älterer Menschen zur Fragestellung: „Was bedeutet für DICH Bewegung?“. (Abbildung 2) In der zweiten Szene stellt die Moderatorin das Projekt „Gesundheit in Bewegung 2.0“ vor. In Szene drei folgen verschiedene Interviews mit Mitwirkenden des Projekts. Interviewt werden eine potentielle Trainerin, die Pflegedienstleitung eines Kooperationspartners und die Projektleiterin. In der letzten Szene werden noch einmal dieselben älteren Menschen, welche bereits in Szene 1 gezeigt wurden, eingeblendet. Der Schlusslogan: „Lass dich nicht gehen, geh selbst“ von Magda Bentrup und die darauf folgenden Lachsequenzen verbreiten zum Abschluss fröhliche Stimmung. Laut Böhlke-Weber (2009) ist ein dramaturgisches Konzept Basis für die Entwicklung eines Drehbuches, wobei Persönlichkeit, Einfachheit und Freundlichkeit bedeutsam sind. Die Persönlichkeit ist im Video oft etabliert, zum Beispiel die regionale Sprache wird eingehalten und die ProtagonistInnen werden immer im eigenen Umfeld gefilmt. Bei der Einfachheit geht es um die klare und deutliche Gestaltung des Videos. Es soll das Interesse der ZuschauerInnen geweckt werden und die wesentlichen Inhalte des Videos sollen im Kopf bleiben. Zusätzlich wurde im Video darauf geachtet, dass die Hintergründe schlicht und einfach gehalten sind. Zuletzt ging es um die freundliche und positive Gestaltung des Videos. Deshalb wurde zu Beginn ein Naturbild als Hintergrund für die Einstiegsfrage gewählt. Ebenfalls ist die musikalische Gestaltung an das Gesamtkonzept angepasst und ist aufmunternd.

Diskussion

Der Kommunikationskanal Video stellt primär ein Massenmedium dar (Millerson & Owens, 2008). So wurde auch das vorliegende Video für die breite Masse erstellt, dennoch wurden bestimmte Charakteristika der Zielgruppe Menschen mit Demenz berücksichtigt, wie etwa Musik und (National Institute on Aging, 2007). Gestaltet nach dem Konzept der Gesundheitskommunikation (Hurrelmann und Leppin, 2014), bietet das Video einen wichtigen Beitrag zur Sensibilisierungs- und Aufklärungsarbeit zur gesundheitsrelevanten Thematik „Menschen mit Demenz und Bewegung“. Laut Millerson und Owens (2008) ist es wichtig, viel Wissen über die Ausstattung (Kamera, Licht und Ton) zu haben. Sie empfehlen auch die Zusammenarbeit in einem gut motivierten Team. Dies war für die Teilprojektgruppe „Video“ sehr schwierig. Die Ausrüstung musste erst besorgt und die Teamatmosphäre verbessert werden. Dies ist Grundvoraussetzung für eine gute Arbeit. Das fertige Video ist auf der Homepage der FH Kärnten, auf Youtube (https://www.youtube.com/watch?v=T_AILjC0Jn4) und Facebook veröffentlicht.

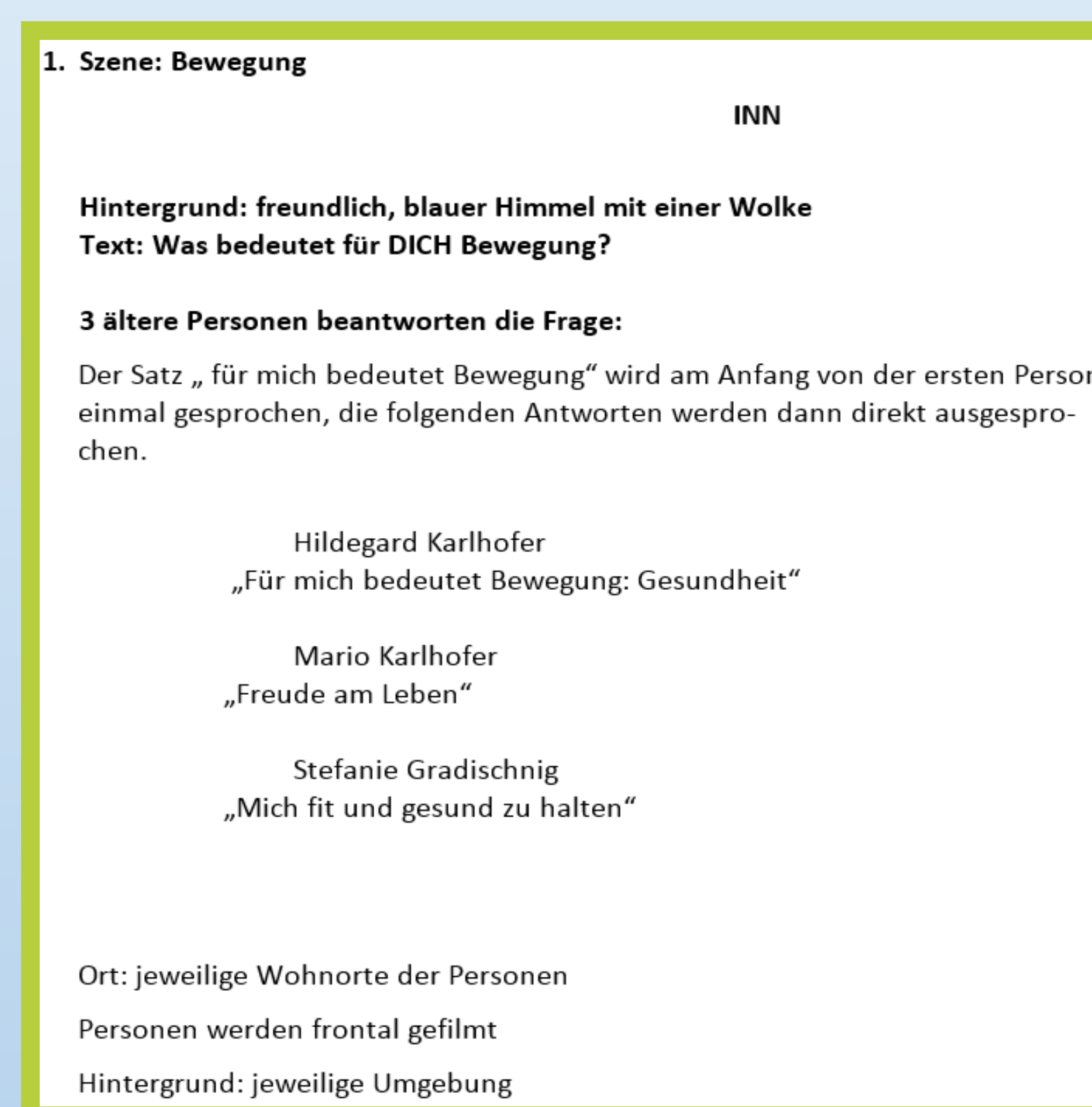


Abbildung4: Ausschnitt aus dem Drehbuch

Literatur

- Böhlke-Weber, R. (2009) Grundlagen der Dramaturgie. Landesinstitut für Schule und Medien. Online in: http://bildungserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/medien/aktive_medienarbeit/pdf/Grundlagen_der_Dramaturgie.pdf [Stand vom: 03.11.2015]
- Forbes, D., Thiessen, E.J., Blake, C.M., Forbes, S.C. & Forbes, S. (2013). Exercise programs for people with dementia. The Cochrane Collaboration. Hoboken: Wiley & Sons.
- Grauer, M. & Merten, U. (1996). Multimedia: Entwurf, Entwicklung und Einsatz in betrieblichen Informationssystemen. Siegen: Springer
- Hurrelmann, K. & Leppin, A. (Hrsg.).(2014). Moderne Gesundheitskommunikation. Bern: Hans Huber.
- National Institute on Aging. (2007). Making Your Printed Health Materials Senior Friendly. Zugriff an 09.10.2015 unter http://www.nhs.uk/dementia/Documents/NHS_dementia_leaflet.pdf
- Millerson, J. & Owens, G. (2008). Video Production Handbook. USA: Focal Press
- World Health Organisation. (2012). Dementia: a public health priority. WHO Library Cataloguing-in-Publication Data, 2004.