

Hans J. Wulff

Graebe, Helmut: *Information und Gestaltung. Untersuchung zur Wirkung visueller Gestaltungstechnik von Fernsehnachrichten.*

Opladen: Leske & Budrich 1988, (4), v, 228 S.

Eine erste Fassung dieser Rezension erschien in: *Medienwissenschaft: Rezensionen* 6,4, 1989, S. 511-512.
URL der Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/8-25>.

Graebe nimmt sich in seiner 1988 in Essen abgelieferten Dissertation vor, den Zusammenhang von Gestaltungstechnik und Wirkung auf den Rezipienten zu untersuchen. Nun herrscht an Untersuchungen zu diesem Zusammenhang ja wahrlich kein Mangel, wie insbesondere Karl Nessmanns Arbeit über "Gestaltung und Wirkung von Bildungsfilmern" (1988) in großer Breite und enzyklopädischer Vielfalt vorgeführt hat. Nessmann durchmaß den Raum möglicher Variation von Bildungsfilmern in ganzer Breite - von den Möglichkeiten der Moderation und der Interviewtechnik bis hin zu den montage- und kameratechnischen Gestaltungsmitteln. Sein breitangelegter Bericht macht gerade wegen der Vielfalt der referierten Ergebnisse um so deutlicher, daß das eigentliche Problem theoretischer Natur ist: Es ist nämlich zu klären, ob filmischen Mitteln eine eigene und den jeweiligen Mitteln spezifische semantische Funktion zugeordnet werden kann oder ob filmische Mittel erst im Kontext funktionalisiert werden, so daß ihre semantischen Eigenschaften nur in Abhängigkeit oder in Funktion der diskursiven und semantischen Strukturen des Textes zu analysieren und zu beschreiben sind.

Diese Problematik vernachlässigt Graebe allerdings gänzlich und bleibt in den bekannten Pfaden. Er wählt als Ausgangspunkt seiner Untersuchung die in der einschlägigen Literatur mehrfach geäußerte Annahme, daß Fernsehberichte von Rezipienten als unmittelbare Realität angesprochen würden (vgl. S. 1, 23, 44, passim). Der Aufbau der Arbeit ist stereotyp (und es sei am Rande auf Brigitte Mühlen-Achs' Buch "Filmsprache und Wirklichkeit" (1977) verwiesen, das bis in Zitate hinein den gleichen Weg an das Problem zu gehen versucht wie Graebes Arbeit - sicherlich ein Hinweis, wie wenig theoretische

Entwicklung in diesem Bereich der Medienforschung es in den letzten 10 Jahren gegeben hat). Am Beginn der Arbeit steht ein Überblick über die publizistikwissenschaftliche Fernsehnachrichtenforschung. Es folgt ein Überblick über die (film-)semiotischen Grundlagen, die die spätere Untersuchung begründen sollen, sowie eine Skizze der psychologischen Forschungen zum Thema - und in beiden Kapiteln zeigen sich die theoretischen Mängel der vorliegenden Arbeit in besonderer Schärfe: die Terminologie ist wirt, z.T. falsch gebraucht; die Darstellung bleibt in Allgemeinplätzen stecken; die verschiedenen semiotischen Traditionen werden bis zur Beliebigkeit miteinander vermischt. Im Detail: Es korrespondiert der Schwäche des von Graebe vorgestellten, im wesentlichen an den nicht-explizierten Vorstellungen von "Einfachheit" und "Komplexität" orientierten Textbegriffs, daß Graebe im folgenden Überblick über die psychologischen Probleme der Film-Analyse einerseits die These von der Beliebigkeit der filmischen Montage unkommentiert von Zurhake übernimmt, als eingrenzendes Prinzip dann einzig die "Absichtlichkeit" filmischer Kommunikation nennt (S. 61-62). Oder es wird die Tatsache, daß das Auge 3-5 Fixationen pro Sekunde an das Gehirn übermittelt, mit dem gestaltpsychologischen Grundsatz der Übersummativität zusammengebracht. -- Der eigentliche Ansatzpunkt der Arbeit wird mit einem Referat der Arbeiten Wembers geliefert (S. 62ff).

Im Mittelpunkt der Arbeit Graebes steht ein experimenteller Teil, in dem die "subjektive Beurteilung von Rezipienten zu Fernseh-Nachrichtensprodukten" (S. 67) untersucht wird. Dabei werden im wesentlichen Differentiale erhoben zu einzelnen Episoden einer Nachrichtensendung. Als Kameravariablen werden ermittelt Kamerabewegung, Einstellungsgröße und Einstellungs-

länge, wobei es interessante Unterschiede zwischen den beteiligten Programmen Sat1, RTL+, ARD und ZDF gibt (S. 90ff). Das interessanteste Ergebnis des Experiments ist die Beobachtung, daß schneller Schnitt in Filmberichten einer Nachrichten-Sendung erhöhte Zuweisung von "Objektivität" durch die Rezipienten bewirkt (S. 132ff). Dieser Befund muß nun allerdings überraschen. Wenn man nämlich die Existenz eines spezifisch medialen Bewußtseins sowie die Bewußtheit der medialen Vermitteltheit einer Nachricht ansetzt (wie viele neuere Autoren dies tun), dann müßte man damit rechnen, daß ein schnell geschnittener Film als "mediatisierter" wahrgenommen werden müßte als eine entsprechend langsam geschnittene Version des gleichen Materials. Graebe interpretiert seine Beobachtung als empirischen Beleg "des seinerzeit von Bernward

Wember produktanalytisch geführten 'Indizienbeweises' zur Desorientierung des Zuschauers durch die Technik des schnellen Schnitts" (S. 143) und nimmt seine Daten als einen Anhaltspunkt, von dem aus er auf die manipulativen Wirkungen der Schnittgestaltungstechniken schließen zu dürfen meint. "Objektivität" werde durch die Suggestion einer Vielzahl visueller Standpunkte vermittelt, heißt es abschließend (S. 144).

Ob man dieser Interpretation zustimmt oder nicht: das ist eine interessante Beobachtung am Ende eines Buches, das über weite Strecken nicht zu überzeugen vermag. Das hat mit dem Mangel an theoretischer Orientierung zu tun: weil der Mangel an Theorie das eigentliche Problem der Film- und Fernsehanalyse ist.