

Annette Deeken

VISUELLE INFORMATION IM FERNSEHEN



© Annette Deeken

[Vortrag an der Universität Mainz, 15.01.1993]

Das Buch ist, nach einem Wort von Thomas Mann, „ein Gefäß des Geistes“. Eine ähnlich positive Meinung über das Fernsehen hat bis heute kaum jemand geäußert. Im Gegenteil: je prominenter die Rolle des Fernsehens wurde, je stärker sich das Fernsehen zum "elektronischen Leitmedium" der modernen Gesellschaft entwickelt hat, desto mehr wurde das Medium Fernsehen infrage gestellt und unter Legitimationsdruck gesetzt.

Das "Fernsehen ist ein großmächtiger Agent der Kulturindustrie", monierte Theodor Adorno in den 1950er Jahren. Das Fernsehen "zerstört unser gesamtes politisches, gesellschaftliches und institutionelles Leben", propagierte Marshall McLuhan in den 1960er Jahren. Ein "Herrschaftsinstrument, das die Massen verdummt und manipuliert", meinte Horst Holzer. "Ein trojanisches Pferd", ja "Die Droge im Wohnzimmer", hiessen pädagogische Erfolgstitel zum Fernsehen. Und "Wir amüsieren uns zu Tode" war die bislang wohl populärste Fernsehkritik, formuliert vom Medienwissenschaftler Neil Postman.

Die Argumente und Metaphern wechselten - die schlechte Meinung über das elektronische Bildmedium blieb. "Das Fernsehen", sagte der italienische Filmregisseur Vittorio de Sica, "ist das einzige Schlafmittel, das mit den Augen eingenommen wird." Ein Bonmot, gewiss, aber auch eine typische Metapher für die negative Meinung über das Fernsehen. Während das Buch in der öffentlichen Meinung als anerkannter Kulturträger gilt und häufig genug das Attribut "gut" erhält, - auch wenn die Hälfte der Bevölkerung freiwillig kein Buch in die Hand nimmt -, steht das Fernsehen dagegen in denkbar schlechtem Ruf - auch wenn 98 Prozent der deutschen Haushalte über ein Empfangsgerät verfügen.

Durchschnittlich 2 Stunden 40 Minuten verbringt der Deutsche tagtäglich vor dem Fernsehschirm, und bei Straßenumfragen und Studioeinladungen agiert er sehr bereitwillig vor der Kamera. Und doch bringt er dem Medium, dem er soviel Zeit opfert, kaum Wertschätzung entgegen. Nur 14 Prozent der Zuschauer, so ermittelte das Allensbacher Institut für Demoskopie, sehen in dem, was sie tun (nämlich fernsehen) eine sinnvolle Tätigkeit.

Die Meinung, die man sich von der Institution Fernsehen bildet, kann offenbar erheblich abweichen von den praktizierten Verhaltensweisen. Auch die elektronischen Bilder, die auf dem Fernsehschirm laufen, können deutlich abweichen von den wirklichen Verhältnissen, auf die sie sich beziehen.

Die Medienwissenschaft, soweit sie literatur- und kulturwissenschaftlich orientiert ist, befasst sich vor allem mit der ästhetischen Konzeption von Fernsehdarbietungen. Und mißt deren visueller Gestaltung vorzugsweise dann positiven Wert bei, wenn es um sich um Literaturadaptionen, um Videokunst und dramatische Inszenierungen handelt. Informationssendungen geraten meist nur dann in den Blickwinkel der Betrachtung, wenn sie selbst die Perspektive der Bildästhetik einnehmen - wie etwa die extravaganten Kulturmagazine von Alexander Kluge, die zur Schlafenszeit ausgestrahlt werden.

Innerhalb der sozialwissenschaftlich ausgerichteten Kommunikationswissenschaft stehen die audiovisuellen Informationsübermittlungen stärker im Blickfeld der Untersuchungen. In Hinblick auf die grundsätzliche Bewertung von Fernsehbildern lassen sich zwei Ansätze unterscheiden: Position Nummer 1 sieht in der Institution Fernsehen die Unfähigkeit zur intelligenten Kommunikation verkörpert. Sie argumentiert mit dem Vorbehalt, dass sich inhaltliche Aussagen und gedankliche Zusammenhänge einer bildhaften Gestaltung entziehen, unterstellt also logisch gesehen einen prinzipiellen Gegensatz von Bild und Wissen.

So sagt zum Beispiel der Salzburger Medienwissenschaftler Alois Huter: "das Fernsehen als Bildmedium muß seiner Natur gemäß an der Oberfläche der Dinge bleiben." Es könne deshalb auch kein Medium der tiefgreifenden Analyse sein. Dieser Vorstellung vom Fernsehen liegt zum einen ein heimlicher Vergleich mit den gedruckten Medien zugrunde. Warum aber soll eigentlich jedes Medium dieselben Leistungen erbringen können, hat dagegen schon sein Schweizer Kollege Christian Doelker gefragt. Womit in dem schlichten Umkehrschluss zunächst einmal darauf verwiesen wäre, dass schließlich auch niemand dem Buch vorwirft, dass es keine Live-Schaltung zum Berlinbesuch der britischen Queen bieten kann. Fraglich wäre auch, ob die Grenzlinie zwischen „oberflächlich“ und „tiefgreifend“ wirklich exakt zwischen den Medienarten verläuft (hier das „gute Buch“ - dort das „schlechte Fernsehen“). Schließlich gibt es, wie Doelker formuliert, dumme Bücher ebenso wie kluge Fernsehbeiträge.

Zum anderen neigt die Rede vom "Fernsehen als Bildmedium" dazu, das Medium auf seine visuelle Dimension pauschal zu reduzieren. Offensiv wird diese Verkürzung von Fernsehen auf Fernsehbild von dem amerikanischen Medienkritiker Neil Postman vertreten. Er spricht von einer bloßen Bilderschau, wenn er Fernsehen meint. Auch er setzt das Medium, diesmal explizit, in ein künstlich aufgebautes Konkurrenzverhältnis zur linearen Logik des gedruckten Wortes und

zieht das Resumée: "weil das Fernsehen ein visuelles Medium ist, weil es in Bildern spricht und nicht in Worten, deshalb ersetzt es den Diskurs durch einen Marktplatz schnell vorüberhuschender Bilder."

Aus Sicht der Wirkungsforschung hat dankenswerterweise schon Herta Sturm die, wie sie sagte, "grandiosen Irrtümer des Neil Postman" widerlegt. Etwa seine pauschale Unterstellung, jeder Rezipient würde in gleicher Weise auf Sendungen reagieren. Oder seine mangelnde Differenzierung zwischen Viel-und Wenig-Sehern.

Aus der Sicht des Rundfunkjournalismus, der gewiss nicht umsonst diesen Namen trägt, möchte ich hinzufügen: nein, Fernsehen ist kein Stummfilm. Es kann seit seiner Erfindung in den 1920er Jahren Ton senden! Und ein Blick auf die technologische Seite der Mediengeschichte könnte lehren, dass Fernsehen als eine qualitative Weiterentwicklung des Hörfunks entstanden ist. Die Fähigkeit, Ton über weite Strecken zu übertragen, wurde um die Bildübertragung ergänzt, nicht aber ersetzt. Womit sich Postmans radikale Antithese "Fernsehen spricht in Bildern und nicht in Worten" als plakative Übertreibung erweist.

Position 2 der grundsätzlichen Bildkritiken weiß · im Gegensatz dazu zu differenzieren. Sie argumentiert mit der Bildquantität gegen das Fernsehen. So spricht z.B. der Tübinger Soziologe Friedrich Tenbruck von einem Bilderkaleidoskop, von einer Bilderflut, in der die Zuschauer zu ertrinken drohen. Diese Metapher kann sich auf viele Untersuchungsergebnisse aus der Kommunikationswissenschaft stützen. Etwa: dass Nachrichten gesehen, aber nicht verstanden werden/ dass Bilder im Gedächtnis haften bleiben, nicht aber ihr Sinn/ dass schon Kleinkinder durch pausenlosen Fernsehkonsum in emotionale Streßsituationen geraten usw. usw.

Verweisen kann die These von der Reizüberflutung auch auf die derzeitige Medienentwicklung: Satellitentechnik, Glasfaser-verkabelung und die Zulassung des privaten Rundfunks haben im letzten Jahrzehnt für ein Bildangebot gesorgt, wie es bis dato in Europa unbekannt war. Ein kurzer Blick auf die aktuelle Situation ergibt folgendes Bild: je nach Sendegebiet liegt die Zahl der Fernsehkanäle zwischen 5 und 25. Im letzten Jahr ging der deutsch-französische Kulturkanal ARTE auf Sendung, Ende November kam der erste private Nachrichtenkanal NTV hinzu. Dessen Konkurrenten VOX und EURO-NEWS werden im Laufe dieses Jahres folgen. Der Kölner Privatsender RTLplus wird 1993 ein zweites Programm gründen, der französische CANAL plus ein deutsches Programm starten. Hinzu kommt, dass die jeweilige Sendedauer bis zum sog. Vollprogramm ausgedehnt wird, möglichst

rund um die Uhr. Seit Sommer letzten Jahres bieten z.B. neben den privaten auch die öffentlich-rechtlichen Sender eine Mischung von Unterhaltung und Information zur Frühstückszeit an. Kurzum: das Fernsehangebot nähert sich amerikanischen Größenordnungen. Welche Auswirkungen diese aktuelle Entwicklung auf die deutsche und europäische Gesellschaft haben wird, lässt sich schwer abschätzen. Das Attribut "unbedenklich" aber wird man dieser Situation wohl kaum verleihen dürfen.

Da Ausweitung des Fernsehangebots immer auch Bildquantität einschließt, hat die Metapher von der Bilderflut eine reale Entsprechung. Dennoch möchte ich mich der Position von Friedrich Tenbruck nicht vorbehaltlos anschließen. (In Frankreich wird übrigens dieselbe Position von dem Soziologen Georges Balandier vertreten und zur Zeit heftig debattiert.)

Wenn ich vorhin sagte: Tenbruck argumentiert mit der Bilderflut gegen das Fernsehen, dann war das in gewisser Weise unpräzise formuliert. Denn er argumentiert gegen das Fernsehen überhaupt. Nicht die Zahl der Sender kritisiert er, nicht die Art der in der Tat doch sehr disparaten Sendungen, nein, er greift die Existenzberechtigung des Mediums an. Sein Hauptargument lautet: Das Fernsehen fesselt die Sinne mit beliebigen Bildern, richtet Politik, Kunst und Alltagsverhalten auf seine Bedürfnisse ab und zerstört damit die gesamte Kultur. Problematisch an seiner Argumentation erscheint mir seine These: "Die Macht der Medien über die Kultur ist durch ihre technischen Eigenarten und Möglichkeiten bedingt". Womit wir vor die Alternative gestellt wären: entweder auf das Fernsehen zu verzichten oder auf unsere Kultur. Es sei eine Illusion zu glauben, warnt Tenbruck, daß die Technik der Medien rein vermittelnde Instanzen und neutrale Mittel seien. Denn sobald sie sich einer Sache annehmen, stelle sich das Erlebnis der Darbietung vor die Erfahrung der Sache. Fernsehen, so wörtlich, "verwandelt alles in die Perspektive des Bildschirms."

Nun ist die Neigung zur Inszenierung, gegen die Tenbruck sich wendet, in der Tat sehr ausgeprägt. "Events schaffen" nennen Publicity-Fachleute diese medial geprägte Verhältnis zur Wirklichkeit. Womit sie ihren Willen ausdrücken, Ereignisse eigens zum Zweck der Berichterstattung künstlich zu schaffen. Das ist meist dann der Fall, wenn Neuheiten aller Art auf Pressekonferenzen präsentiert werden.

Um Inszenierung handelt es sich aber auch dann, wenn ein reales Ereignis schon in Hinsicht auf die zu erwartende Medienresonanz betrachtet wird. Diese Verwandlung in, wie Tenbruck sagt, "die Perspektive des Bildschirms" bestätigte sich erst vor kurzem: ich

erinnere an die Anlandung der Amerikaner in Somalia im Scheinwerferlicht, rechtzeitig zum Beginn der Prime Time, der Sendezeit mit den höchsten Einschaltquoten.

Aber kann man daraus wirklich den logischen Schluss ziehen, eine solche Inszenierung, die eine Militäraktion als mediales Schauspiel darstellt, sei ein Sachgesetz der Fernsehtechnik? Übersieht man damit nicht, dass Programmdirektoren, Chefredaktionen und Fernsehreporter verantwortlich darüber entscheiden, was gesendet wird und zu welcher Zeit? In gewisser Weise erscheint mir die Polarisierung in 'Fernsehen hier - Kultur dort' als kulturpessimistische Überzeichnung. Als ein negatives Gesamtbild, das im Medium nur die Instanz der Verfälschung von Realität erkennt. Umgekehrt kann Fernsehen aber auch den Zuschauern Gelegenheit geben, zum Augenzeugen realer Ereignisse zu werden.

Erinnert sei in diesem Zusammenhang an die Bilder des Jahres 1989, als Millionen Zuschauer in aller Welt den Umbruch im Osten am Bildschirm verfolgen konnten. Die Bilder von der Grenze Österreich-Ungarn, die Szenen vor der Prager Botschaft und an der Berliner Mauer - ausnahmsweise waren das übrigens wirklich einmal Bilder ohne Worte, Symbole eines politischen Wendepunktes, visuelle Informationen von unter nationalem Gesichtspunkt hohem emotionalen Wert.

Nein, beliebig, wie Tenbruck formuliert, sind die Bilder nicht, die die Massen von Zuschauern ergreifen. Auch wenn der neue Volkssport channel switching heißt: das Hin- und Herschalten zwischen den Programmen. Selbst in negativen Einschaltquoten schlägt sich noch ein gewisses Unterscheidungsvermögen der Zuschauer nieder. Da wird das Kulturprogramm mit schöner Regelmäßigkeit bis auf auserwählte 4 Prozent ignoriert, Sportübertragungen oder Unterhaltungsshows erreichen hingegen Spitzenwerte. Ein ironisches Beispiel für das Plebiszit der Bildverbraucher: Nach Programmschluß hat der ORB, der Ostdeutsche Rundfunk Brandenburg, im September statt Testbild Aufnahmen von Zierfischen in einem Aquarium gesendet. Mit dem Erfolg, dass die Einschaltquote von 13,9 auf 37,5 Prozent stieg.

Medien, um ein Zwischenfazit zu ziehen, sind technische Mittel zur Verbreitung von Inhalten an ein Publikum. Und gerade bei einem so massenhaft genutzten Medium wie dem Fernsehen gibt es hinreichend Gründe, die Sendeinhalte ebenso wie ihr Publikum kritisch zu betrachten. Eben weil die bedenkenwerten und unerwünschten Wirkungen der Mediennutzung kein Sachgesetz der elektronischen Technik sind. Ebenso wenig, wie die Fernsehbilder getrennt von dem Inhalt, den sie darstellen wollen, beurteilt werden können.

Um dem negativen "Image" des Fernsehens entgegenzuwirken, verweisen Programmverantwortliche gern auf die Tatsache, dass schließlich nicht nur Erotikshows oder billige Unterhaltungskonserven gesendet werden - und führen zum Gegenbeweis ihre hauseigenen Informationssendungen an. Dies tun beide Seiten des "dualen Systems", also öffentlich-rechtliche wie auch private Sender.

Mit Blick auf die kommerziellen Konkurrenten betonen ARD und ZDF ihren statistisch hohen Anteil an Information. Rund 35 bis 40 Prozent. Im Vergleich dazu bieten die Privatsender nur 20 Prozent und weniger an. Und aus den Auflagen der Landesmedienanstalten spricht die Überzeugung, dass selbst dieser Informationsanteil den Privaten noch durch die Macht des Gesetzes abgetrotzt werden musste.

Aufgeschlüsselt nach Ressorts kann sich ein anderes Bild ergeben. So lag etwa das Angebot an Wirtschaftsberichten bei RTL im Jahr 1990 um 0,4 Prozent über dem des ZDF. Auch sagt die Gesamtzahl des Informationssektors noch nicht sehr viel über die einzelnen Ressorts. So lag der Anteil der Außenpolitik im ZDF bei 1,9 Prozent, im Vergleich zum Sport mit 9,3 Prozent.

Ob sich die Qualität der journalistischen Arbeit entscheidet ändert, je nachdem, für welche Seite des dualen Systems gearbeitet wird, ist leider bislang noch nicht untersucht worden. Insofern unterscheide ich im folgenden auch nicht zwischen den einzelnen Sendern, wenn ich frage: welchen Reiz haben die Bilder für die Fernsehjournalisten ?

Wenn Journalisten, wie Elisabeth Noelle-Neumann einmal sagte, die "Transportarbeiter für Information" sind, dann sind Fernsehjournalisten diejenigen, die mit zwei Transportbändern gleichzeitig arbeiten müssen: Audio und Video. Auf der akustischen Ebene stehen ihnen im Prinzip dieselben Mittel zur Verfügung wie den Hörfunkkollegen: Natürliche Töne (die fälschlicherweise oft Geräusche genannt werden) und musikalische Töne, die Formulierung des Sprechertextes und die Intonation der Stimme. Und auf der visuellen Ebene stehen ihnen dieselben Mittel zur Verfügung wie den Filmregisseuren (Kamera und Schnitt im wesentlichen).

Diese beiden Dimensionen so zu gestalten, dass sie eine audiovisuelle Einheit der Informationsvermittlung ergeben, bildet eines der größten Probleme im Fernsehjournalismus. Und diese Problematik zeigt sich paradoxerweise immer an der Haltung, die Fernsehjournalisten zum Bild einnehmen. Zwei Grundpositionen lassen dabei unterscheiden.

Typus Nummer 1 hält die Bilder für unerheblich.

Er nimmt notgedrungen auf dieses Ausdrucksmittel Bezug. Im Zentrum der Überlegungen steht vor allem die Logik der Sachaussage, die in einem Wortbericht mündet. Die Bilder, die dann im nächsten Arbeitsgang auf die vom Wortbericht vorbestimmte Länge aneinandergeschnitten werden (sachlich gesehen ist es heutzutage kein Schneiden, sondern ein kopieren), diese Bilder sollen als sog. "Teppich" dienen. Womit der Berufsjargon ausdrückt: es soll eine Bildfolge zusammengestellt werden, die dem Sprecher Gelegenheit gibt, seinen Informationstext sagen zu können.

Das Bild hat in diesem Selbstverständnis keinen eigenständigen Informationswert. Es wird als neutrale Form angesehen, deren Inhalt durch das gesprochene Wort bestimmt werde. Aus dieser Haltung heraus macht man sich (subjektiv gesehen) die Mühe, die immer gleichen Bilder von Polizeiaufgebot, Autotüren, Blumenbouquets und Sprechertribünen (mit möglichst vielen Mikrofonen) zu filmen, wo es der Information nach um so verschiedene Ereignisse wie Staatsempfänge oder inner-parteiliche Diskussionen geht.

Die Sachinformation im Text mag richtig und gut formuliert sein - sie hat in solchen Fällen keine logische Entsprechung im Bild. Und weil die Bilder (objektiv gesehen) nichts zur Veranschaulichung beitragen, gehen Fernsehredaktionen mittlerweile sogar dazu über, ihre Filmberichte gar nicht vor Ort neu zu drehen. Sie nehmen, und wem könnte das schon auffallen, die Bilder vom letzten Monat oder Jahr.

"Wahrheit oder Schein, so hat Immanuel Kant gelehrt, sind nicht im Gegenstände, sofern er angeschaut wird, sondern im Urteile über denselben, sofern er gedacht wird." Die Richtigkeit von Sinneseindrücken habe deshalb mit der erkenntnis-theoretischen Wahrheit nichts zu schaffen. Bilder sind also nicht der Inhalt, sondern stellen ihn dar. Daraus läßt sich meines Erachtens jedoch nicht schließen, dass sich Bild und Inhalt gleichgültig zueinander verhielten. Wenn Fernsehjournalisten nur einen Bilderteppich auslegen wollen, wenn sie also eigentlich nur verbal informieren wollen, dann kann dieses Selbstverständnis problematische Konsequenzen haben. Denn der Zuschauer quittiert die für die Sache belanglosen, aber dennoch laufenden Bilder im besten Falle mit Irritation. D.h. er sieht sich vor die Alternative gestellt, entweder der im Ton oder dem Bild zu folgen.

Objektiv handelt es sich um eine Schere zwischen dem Aussagewert von Bild und Ton. Und je weiter diese Schere auseinanderklafft, je weniger das Bild mit der gesprochenen Mitteilung zu tun hat, desto größer wird die Gefahr unerwünschter Nebenwirkungen. Der Schwenk vom grünen Rasen vor dem Bundeskanzleramt z.B., die Einfahrt schwarzer

Limousinen, diese Bilder fordern Aufmerksamkeit, obwohl sie keinen Nachrichtenwert besitzen/ sie informieren über etwas, was gar nicht Gegenstand der Nachricht ist/ sie wechseln willkürlich die Orte und die Zeit der Handlung - kurzum: sie lenken ab. Deshalb bewirkt diese Ablenkung das Gegenteil von dem, was der Journalist anstrebte: Desinformation statt Information.

Notgedrungen das bildliche Transportband zu füllen, gerät leicht in die Gefahr der Verfälschung. Der Zwischenschnitt zum Beispiel. Er dient innerhalb eines Films dazu, eine Handlung raffen zu können. Will man etwa von einem Fußballspiel nur die entscheidenden Tore zeigen oder von einer Ansprache nur ausgewählte Passagen, dann wird häufig ein neutraler Zwischenschnitt eingesetzt, um den Zeitsprung innerhalb derselben Handlung zu überbrücken, Zuschauerbänke oder Zuhörer in dem Fall. Dieses Stilmittel macht einerseits Sinn, weil den Bildfluss nicht stört. Der Zuschauer wird nicht durch die Machart abgelenkt ("Aha, hier wurde geschnitten, was wurde denn da ausgelassen?"), sondern kann sich auf das Eigentliche konzentrieren.

Der Nachteil des Zwischenschnitts aber muß auch deutlich gesehen werden, eben weil das Bild selbst auch Informationsträger ist. Zwischen zwei Redeausschnitten ausgerechnet den einen Zuhörer zu zeigen, der eingeschlafen auf seiner Bank liegt, kann u.U. das gesamte Bild der Veranstaltung verfälschen. Und daran ändert sich auch dann nichts, wenn man diese Verfälschung noch mit dem Standardkommentar versieht: "das versendet sich". Womit der Berufsjargon die stille Hoffnung ausdrückt, die Verfälschung möge nicht bemerkt werden.

Unbestreitbar sind der Anschaulichkeit im Bild Grenzen gesetzt. Dem Realbild jedenfalls. Darunter versteht man im Fernsehjournalismus die dokumentarischen Aufnahmen der unmittelbaren Wirklichkeit, also Dinge, Landschaften und Personen. Im Unterschied zu mittelbaren Bildträgern wie Graphiken, Fotos oder Montagen. Gerade bei komplexen Zusammenhängen können die mittelbaren Bildträger weitaus hilfreicher für die Informationsvermittlung sein als die Realbilder. Will man etwa der Frage nachgehen "Welchen Sinn macht die vielfach geforderte Senkung der Leitzinsen?" - dann kann man das Gebäude der Bundesbank filmen oder Herrn Schlesinger, wie er im Aktenordner blättert. Aber wenn diese Aufnahmen zur Sache nichts beitragen, sondern nur Ablenkung leisten, wäre es dann nicht logischer, auf einen Filmbericht zu verzichten? Oder sich auf die Vielzahl der Mittel zu besinnen, wie sie mit der elektronischen Fernsehgraphik entwickelt wurden?

Die sog. Paint-Box, ein Grafikcomputer der britischen Firma Quantel, kann statische Bilder bewegen, Farbverläufe einzeichnen, Realbilder verfremden, verdoppeln usw. Mit dem Graphikcomputer lässt sich, wie die Welt der Werbung und Videoclips beweist, vortrefflich spielen. Sie eignet sich aber auch für didaktische Zwecke, wie viele Industriefilme beweisen. Schwierige Zusammenhänge können, wie im Hörfunk ja auch, besprochen werden, aber gleichzeitig können sie durch optische Signale näher gebracht werden. Von einer sinnvollen Nutzung des technischen Fortschritts, wie er in jeder Sendeanstalt zu besichtigen ist, merkt man im journalistischen Bereich am allerwenigsten.

Dass sich nicht für alles und jedes eine bildliche Entsprechung finden lässt, wird in dem Schlagwort vom "Zwang zum Bild" nur ungenügend ausgedrückt. Denn schwarz, wie mit dieser Metapher suggeriert wird, muss das Fernsehen deshalb ja nicht senden. Umgekehrt scheint es ein ungeschriebenes Gesetz der Programmierer zu sein, eisern an dem Willen zum Filmbericht festzuhalten, wo der Sache nach keiner zu haben ist. Die Folge davon ist der Pseudo-Film und dokumentiert sich in den immer gleichen Berichtsabläufen. Wenige Sekunden Kamerabild, Original-Ton, Kamerabild, Original-Ton usw. Eine konzentrierte Sammlung von Sprechern im Bild.

Zeitmangel - und bei Korrespondenten auch noch die Präsenzpflcht am Studioort - sind häufige und objektive Gründe für diesen offenkundigen Mangel an Bildern, erst recht an sinnvollen Bildern. Diese strukturellen Gründe können nicht darüber hinwegtäuschen, dass heutige Filmberichte vor allem aus einer Ansammlung von Aufsagern und O-Tönen bestehen. D.h. entweder sieht man den Autor im Bild („Aufsager“) oder andere Sprecher („Original-Ton“). Noch in den 1970er Jahren wurde der sog. Aufsager innerhalb eines Filmberichts als optisches Unterscheidungsmittel zwischen Meinung und Bericht verstanden. Mit dem Autor im bildlichen "On", sollte deutlich erkennbar werden, dass nun eine persönliche Kommentierung erfolge. Diese Logik, so scheint mir, verliert sich in der Berichterstattung mehr und mehr und der Aufsager wird zum Kompensationsmittel für fehlende Bilder.

Typus 1 , so möchte ich zusammenfassen, bemüht sich um sachlich korrekte Information und empfindet das visuelle Transportband als "Zwang zum Bild". Optische Ausdrucksmittel werden deshalb häufig gar nicht mehr in Betracht gezogen und als mögliche Unterstützung reflektiert.

Typus Nummer 2 sieht im Gegensatz dazu in den Bildern die eigentliche Leistung des Fernsehjournalismus - getreu dem Satz des

Augustinus: "Ungerecht ist es, mehr von den Sinnen zu verlangen, als sie leisten können; was aber die Augen sehen können, sehen sie wahr." - Im Zentrum des journalistischen Selbstverständnisses steht die Beschaffung und Gestaltung von Bildern. Die Herausforderung, sich auch in Bildern auszudrücken, wird in diesem Fall angenommen.

Schon bei der Aufnahme am Drehort, dann aber auch im Schneiderraum wird darauf geachtet, dass die Bilder nach den Gesetzmäßigkeiten der Bildsprache zu visuell logischen Folgen montiert werden. Das Ereignis, von dem berichtet werden soll, wird nach den filmischen Regeln aufgenommen. Perspektivwechsel, Bildgrößen, Bewegungsumschnitte usw. - Regeln also für die bildlogische Abfolge. Laufbildgrammatik hat die Medienwissenschaftlerin Hertha Sturm diese Regeln genannt. Diese zu beherzigen, erleichtert dem Zuschauer die Orientierung im Bildfluss und gibt ihm Gelegenheit, der in Rede stehenden Information zu folgen. Bezogen auf die journalistische Arbeit verlangt dieses bildlogische Regelwerk die Fähigkeit, sich das visuelle Transportband in Einzeleinstellungen vorstellen zu können, lange bevor es anzusehen ist. In dieser Hinsicht ist das System der Ausdrucksmittel dasselbe wie beim Film.

Die Gleichartigkeit der Mittel verführt mitunter zu einer falschen Auffassung der journalistischen Aufgabe. Das Fernsehen, hieß es z.B. in den Kölner Thesen des Instituts für Film-und Fernsehkunde, "das Fernsehen muss gestalterisch nach wie vor als eine Derivatform des Films gelten. Aus unerklärlichen Gründen aber, so die Thesen weiter, ignorieren zahlreiche Fernsehschaffende filmgerechte Gestaltungsmittel in grober Weise. Das Vorherrschen 'geistiger Realität' zu Lasten der visuellen Komponente beweise die unfilmischen Denkweisen, wie sie in zahlreichen Fernsehredaktionen vorherrschten.

Die Befolgung bildlogischer Regeln - möchte ich dagegen einwenden - dient dem Journalisten zur Vermittlung von Nachrichten, sachlichen Zusammenhängen und Hintergründen, nicht einem rein unterhaltend-ästhetischen Selbstzweck. Verbreitung genießt diese Verwechslung mit dem Filmmacher nicht nur unter Kameraleuten und Cutterinnen, sondern auch unter Fernsehjournalisten. Das kann der Darstellung handwerklicher Prozesse oder den Porträts von Personen und Berufen mitunter sogar sehr zugute kommen. So wie sich auch Feuilletonisten gern einmal in poetische Gefilde wagen, ohne dass dies der Sache Abbruch täte. Das filmische Denken in Bildern hat auch immer dort seine Berechtigung, wo die Information selbst narrative Strukturen aufweist und in Form einer Reportage vermittelt werden soll. Ein Tag in der Jugendherberge, eine Nacht auf dem Hauptbahnhof, die Geschichte einer Nordpol-Expedition usw. lassen sich filmisch gut erzählen.

Als Grundprinzip journalistischer Praxis jedoch kann das kinematographische Vorbild bedenkliche Folgen zeitigen: schon in der Nachrichtenauswahl und ihrer Gewichtung innerhalb einer Sendung. Über den historischen Vorläufer der Fernsehberichte, über die Filmwochenschau, hat der Journalist Siegfried Kracauer einmal geschrieben: "Die Filmwochenschau kennt keinen größeren Ehrgeiz als die ganze Welt zu umspannen. Aber die Welt in diesen Berichten ist gar nicht die Welt selber, sondern das, was von ihr übrigbleibt, wenn alle wichtigen Ereignisse aus ihr entfernt werden." - Sicher ein drastisches Urteil über die Filmberichte, aber auch eine heute noch bedenkenswerte Kritik. Wenn etwa Nichtigkeiten wie das Come-back der Eistanzerin Katharina Witt zu Wichtigkeiten aufgebauscht werden - weil man schöne Bilder zeigen kann. So wird die gefährliche Eisglätte, die 6 Menschen letzte Woche das Leben kostete, als lustiger Eiswalzer dargestellt - weil man schöne Bildmontagen gestalten kann.

Das erkennbare Bemühen, keine Schere zwischen Bild und Text aufkommen zu lassen, wird leicht als Rezept verstanden, sich vom Bild leiten zu lassen. Und dieses Missverständnis verführt zu den seltsamsten Kapriolen. Wie etwa in dem Nachrichtenfilm über das Treffen der CSU: Im Bild: Minister Waigel braucht beim Aussteigen aus dem Wagen einen Schirm, denn es schneit und der Himmel ist grau. Im Ton: "Das trübe Wetter passt sich der Stimmung in der CSU an."

Solche Falschaussagen werden von Journalisten häufig deshalb nicht bemerkt, weil sie ihren Worten weniger Bedeutung beimessen als dem Bild. So wurde kürzlich ein geschäftstüchtiger Verkäufer auf dem mainzer Marktplatz gefilmt, der frischen Orangensaft anbietet. Im Bild also sehen wir ihn eine Apfelsine auspressen. Im Text dazu hören wir: er hat sich seinen Erfolg erpresst.

Die bildorientierte Haltung kennt leider auch fatale Steigerungsformen. Im Extremfall kann dies bedeuten, die Welt nach dem potentiellen Bildangebot zu sortieren und damit falsche Weltbilder hervorzurufen oder zu bestärken. Berichtet wird dann nur, was als Bildmaterial zu haben ist: auch wenn die Welt dann nur noch aus Demonstrationen, Umweltkatastrophen und Ausländerproblemen zu bestehen scheint.

Umgekehrt wird über ganze Themenbereiche gar nicht erst berichtet, weil sie sich (oft vermeintlich) der Darstellung entziehen: historische Dokumentationen z.B. sind eine Rarität im deutschen Fernsehen. Die Welt der Natur-, vor allem aber der Geisteswissenschaften gibt es in der Fernsehwelt nicht oder höchst selten. Filmisch oder bildorientiert zu denken, kann also in Bildhörigkeit umschlagen. Oder, um es

philosophisch auszudrücken (und dann würden wir von Konstruktivismus sprechen): Es gibt keine Realität außer der, die wir zeigen.

Fazit:

Nehmen wir die Extreme der beiden Positionen, dann könnte man sagen: Typus 1 vermittelt nicht, Typus 2 informiert nicht. Die Gefahr der Verfälschung der Realität im Bild ist in beiden Positionen gegeben. Sie wäre in vielen Fällen vermeidbar, wenn sich die Fernsehjournalisten der Problematik ihres Mediums bewusst stellen würden. Und diese Schwierigkeit besteht darin, zwei Kommunikationsebenen zu einer sinnvollen Einheit zu verbinden. Wie sagte doch Kant: "Begriffe ohne Anschauung sind leer, Anschauungen ohne Begriffe sind blind". - Und "Blindenfunk" galt anerkannten Fernsehjournalisten wie Hanns Joachim Friedrichs doch als Schimpfwort!



© Annette Deeken