

Fernsehnachrichten und ihre Vermittlung

1. Kriterien für Fernsehnachrichten

An Fernsehnachrichten werden bestimmte Anforderungen gestellt, damit sie ihre Primärfunktionen der Information, Kontrolle und Kritik erfüllen können. Dabei handelt es sich um die folgenden Idealpostulate, denen die Wirklichkeit der Fernsehnachrichten so weit wie möglich entsprechen sollte, die aber kaum völlig zu erreichen sind:

– **Objektivität:** Bei dem Postulat der Objektivität handelt es sich bestenfalls um einen pragmatischen Objektivitätsbegriff, denn die Nachrichten als Meldungen über reale Ereignisse für ein Publikum bedürfen immer eines Vermittlers bzw. eines vermittelnden Personenkreises, dessen subjektive Einflüsse sich in irgendeiner Weise auf die Selektion, Formulierung und Präsentation der Nachrichten auswirken müssen. Als normativer Anspruch aber ist Objektivität unverzichtbar.

Um eine möglichst weitgehende Objektivität der Nachrichten zu erreichen, sollen folgende Kriterien erfüllt sein: der Inhalt des berichteten Sachverhalts soll einem realen Geschehen oder Zustand entsprechen; die sprachliche Form der Nachrichten soll rein sachorientiert sein, während wertende Einflüsse in Lexik, Syntax oder Anordnung der Meldungen zu unterbleiben haben; die Themenauswahl soll unabhängig von bestimmten Interessenkonstellationen erfolgen, was entweder die Vermeidung jeglichen Interesses oder ein ausgeprägtes Allgemeininteresse voraussetzt; und schließlich soll sich die artikulatorisch-optische Realisation jeglicher Wertung enthalten, Tonlage, Betonung, Mimik und Gestik sollen ausschließlich der Vermittlung von Information angemessen sein.

– **Vollständigkeit:** Die Nachrichten sollen die politische und soziale Realität repräsentativ abbilden. Natürlich ist auch das Postulat der Vollständigkeit eine Idealforderung, der schon durch den zeitlichen Senderrahmen enge Grenzen gesteckt sind. Jedoch kann die Befolgung von Richtlinien wie Ausgewogenheit der Selektion, gesellschaftspolitische Neutralität und strikte Vermeidung von Wertungen zumindest eine potentielle Vollständigkeit begünstigen.

Vollständigkeit liegt vor allem in der „Gewährleistung einer kommunikativen Chancengleichheit“¹; alle Gruppen der Bevölkerung sollen die gleiche Chance haben, ihre unterschiedlichen Bedürfnisse und Interessen im Fernsehen als „Publikationsmedium der bürgerlichen Öffentlichkeit“² zu artikulieren. In der

Praxis der Fernsehnachrichten beschränkt sich das Postulat der Vollständigkeit allerdings auf eine Berichterstattung über die „hohe Politik“ und ihre Handlungsträger, auf wenige zentrale Brennpunkte der Politik im In- und Ausland, auf organisierte Bereiche der Arbeitswelt, auf Sport, besondere kulturelle Ereignisse und außergewöhnliche Geschehnisse wie technische oder Naturkatastrophen oder spektakuläre Unfälle, letztere vor allem im Rahmen leichter verdaulicher Informationen, der sogenannten „soft news“.

– **Aktualität:**

Nachrichten gelten als rasch wechselnde, äußerst sensitive Kommunikate, eben als unmittelbare Reflexe auf reales Geschehen.³

Da Fernsehnachrichten das größtmögliche tagesaktuelle Wissen enthalten sollen, rücken Ereignisse oder Zustände dann in den Blickwinkel des Geschehens, wenn dafür ein aktueller Anlaß besteht. Das Postulat der Aktualität betrifft also den Neuigkeitswert einer Nachricht oder eines Berichts, der sich zum einen aus dem Bedeutungsgrad des Ereignisses oder Sachverhalts und zum anderen aus dem (angenommenen) Intensitätsgrad der Erwartung oder des Interesses des Rezipienten konstituiert. Neben immer wieder aktualisierten „Dauerbrennern“ enthalten die meisten Nachrichten Ereignisse von kurzer Dauer. Deutlich wird die Ausrichtung auf Zuschauerinteressen, wenn ein besonderes Ereignis so prägnant ist und so für Gesprächsstoff sorgt, daß über ähnliche Ereignisse in den folgenden Tagen oder Wochen immer wieder berichtet wird, die ohne den aktuellen Anlaß nicht in den Fernsehnachrichten erwähnt würden. Das zeigt, daß nicht nur die Aktualität von Ereignissen den Ablauf der Nachrichtensendungen bestimmt, sondern daß umgekehrt erst die Berichterstattung in den Nachrichten ansonsten weniger bedeutsamen Ereignissen Aktualität verleiht.

Ob ein Ereignis für aktuell und damit erwähnenswert befunden wird, hängt aber auch von seinen Visualisierungs- und Darstellungsmöglichkeiten ab sowie davon, ob das Faktum von seinen Hintergründen zu isolieren und damit auf einen geeigneten zeitlichen Umfang zurechtzustutzen ist. Außerdem hängt die Unmittelbarkeit der Übertragung nachrichtenrelevanter Themen auch davon ab, wie schnell ein Reporter und besonders ein Kamerateam zum Ort des Geschehens abzustellen ist; somit können die Fernsehnachrichten durch die Verpflichtung zur Bebilderung ihrer Meldungen oft nur bedeutend langsamer reagieren als zum Beispiel die Rundfunknachrichten. Ist eine Meldung, aus welchem Grund auch immer, nicht zu bebildern, wird sie nur äußerst knapp präsentiert (vor allem im Vergleich zu ähnlichen, aber durch Filmmaterial ergänzten Meldungen) und verschwindet trotz ihrer Aktualität schnell aus der Berichterstattung.

– **Verständlichkeit:** Die Verständlichkeit des in den Fernsehnachrichten optisch und akustisch vermittelten Textes als

Integrationsrahmen für alle an der Sinnerstellung beteiligten materiellen, d.h. akustisch und visuell wahrnehmbaren Elemente⁴

ist die notwendige Voraussetzung für die Verstehbarkeit dieses Textes. Das Verstehen eines Textes und auch sein Erinnern sind nur auf der Basis einer Informationsaufnahme und -verarbeitung möglich und müssen als Vorbedingung für einen Informationsgewinn des Rezipienten gelten. Nach Ballstaedt dient der Nachrichtentext nur als Ausgangspunkt für kognitive Aktivitäten des Rezipienten:

Nachrichten verstehen [...] bedeutet [...], die berichteten Fakten, Ereignisse und Meinungsäußerungen aufgrund spezifischer Interessen mit dem Vorwissen zu assimilieren und in komplexe Bezugsrahmen (Sinnhorizonte) einzuordnen.⁵

Die Verstehbarkeit eines Textes läßt sich allerdings nicht ausschließlich auf seine Verständlichkeit zurückführen, sondern beruht ebenso auf den in der Sozialisation entwickelten Bedingungen wie Interesse, Einstellung etc. seitens des Rezipienten:

Der Niederschlag der jeweiligen Sozialisationen in kognitiven Strukturen (Wissen und Einstellungen), kognitiven Stilen (Informationsverarbeitungsstrategien) und Bedürfnisstrukturen bestimmt, was von den präsentierten Informationen wie verarbeitet wird.⁶

Der Rezipient verhält sich gegenüber den angebotenen Inhalten aktiv durch die Verteilung seiner Aufmerksamkeit und den Einbau der Inhalte je nach Vorwissen und Interesse in bestimmte Bezugsrahmen. So verläuft der Verstehensprozeß nach Ballstaedt sowohl interpretativ durch das Behalten von Informationen und die daraus erwachsende Fähigkeit zu ihrer Reproduktion als auch konstruktiv durch die aktive Assimilation der Informationen aufgrund des vorhandenen Vorwissens.

Die Verständlichkeit des Textes ist abhängig von der Verfügungsgewalt über die im Sprachsystem angelegten Möglichkeiten und wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst:

Syntax: Die Syntax eines Textes übernimmt eine „Hilfs- und Steuerungsfunktion für die semantische Organisation“⁷, insofern als die Satzstruktur für die Knüpfung semantischer Relationen bzw. für den kognitiven Aufwand, mit dem dies geschieht, maßgeblich verantwortlich ist. Je konventionalisierter und übersichtlicher ein Satz strukturiert ist, desto leichter fällt die Textverarbeitung. Durch die für das Medium Fernsehen spezifischen einschränkenden Bedingungen wie den Ablaufzwang, die schnelle Informationsabfolge und die

Unmöglichkeit, Informationen nachzufragen oder zu sichern, kommt einer einfachen, übersichtlichen Satzstrukturierung für das Textverständnis umso größere Bedeutung zu. Dies gilt vor allem für abstrakte oder über den direkten Erfahrungsbereich des Rezipienten hinausgehende Informationen.

Die Nachrichten werden im allgemeinen im Lead-Stil präsentiert:

Das Wichtigste, der Kern der Sache, sollte im ersten Satz konzentriert sein, die folgenden Sätze, der Nachrichtenkörper, bieten zusätzliche Detailinformationen.⁸

Die zeitliche Ökonomie der Fernsehnachrichten führt allerdings dazu, daß der Lead-Stil auf einen prägnanten Kernsatz und nur wenige zusätzliche Informationen reduziert wird. Bei einer kombinierten Wort-Film-Meldung übernimmt der Sprecher die einleitenden Worte, der Film liefert den Nachrichtenkörper, der selbst wiederum durch einen Kernsatz eingeleitet wird.

Oft erhält durch die Platzierung des Satzkerns an der Satzspitze, was dem sprachüblichen Satzbau entgegenläuft, das zuerst Genannte Schlagzeilenfunktion, unterstützt durch das im Blue-Screen-Verfahren eingeblendete Insert, das das Thema der Meldung in einer Art Headline, einer kurzen, prägnanten Aussage, zusammenfaßt.

Technisch gesehen, wird der Studiosprecher, der vor einem blauen Schirm sitzt, herausgestanzt und in ein zweites, mit Motiven angereichertes Bild eingeblendet. Auf diese Weise können dem Zuschauer 'optische Stützen' zu dem verlesenen Text angeboten werden [...], möglichst stereotypisierte Signale zur assoziativen Erfassung und Wiedererkennung eines Themenkomplexes, zu dem die jeweilige Nachricht einen aktuellen Aspekt mitteilt.⁹

Auch Satzlänge und Satzdimensionalität, also das Verhältnis von Haupt- und Nebensätzen, spielen für das Textverständnis eine Rolle, da sie durch die begrenzte Kapazität des Kurzzeitgedächtnisses von kognitiver Bedeutung sind. Diese wird vor allem durch die Nominalisierungen, d.h. die Tendenz, das Verb eines abhängigen Satzes zwecks Verkürzung des gesamten Satzes in ein Substantiv umzuwandeln, belastet, die aus Gründen der Sprachökonomie fernsehnachrichtenspezifisch sind. Ebenfalls nachrichtenspezifisch sind Konjunktivkonstruktionen, um eine distanzierte Wiedergabe von Meinungen zu ermöglichen. Allgemein läßt sich zur Satzstruktur der Fernsehnachrichtentexte sagen, daß sie einem Lese- und Verlautbarungstext entspricht, nicht aber dem Charakter eines Sprechtextes.

Semantik: Die schnelle Abfolge von Informationen legt eine möglichst verständliche sprachliche Gestaltung der Nachrichtentexte nahe. Dafür sind

neben der Wortwahl vor allem die semantischen Relationen maßgeblich, die Textkohäsion herstellen.

Dafür zuständig sind die semantische Inklusion und die semantische Kontiguität. Bei der semantischen Inklusion bezeichnet ein Wort des Kernsatzes eine bestimmte Objektklasse, aus der im folgenden Kontextsatz bestimmte Elemente angeführt werden. Bei der semantischen Kontiguität beziehen sich Wörter auf verschiedene, aber logisch oder empirisch zusammengehörige Objekte. Im Zuge dieser Kontiguität fällt eine für Fernsehnachrichten charakteristische große lexikalische Varianz auf. Hierbei wird ein Wissen des Rezipienten um die Zusammenhänge zwischen den Varianten vorausgesetzt.

Die lexikalische Varianz sowie Rekurrenz, d.h. die Wiederholung eines Satzteils, schaffen zwar eine gewisse Art von Redundanz, durch die die Sicherheit der Übermittlung erhöht und Behaltensleistungen verbessert werden. Doch diese Redundanz ist in den zeitökonomischen Nachrichtentexten auf ein Minimum beschränkt. Sachverhalte werden im allgemeinen nicht mehrmals genannt, sondern durch Adverbien wie „deshalb“, „dadurch“, „trotzdem“, „danach“ etc. oder durch den Einsatz von Pronomina verkürzt, wodurch zwar kausale, temporale, konzessive u.ä. Zusammenhänge hergestellt und logische Verknüpfungen geleistet werden, der Rezipient sich aber den Inhalt des so Umschriebenen selbst ins Gedächtnis zurückrufen muß. Wird bei weiterer Reduzierung der Redundanz gar auf solche Verknüpfungen verzichtet, können Sachverhalte unverbunden nebeneinander stehen und müssen durch den Rezipienten selbst in Zusammenhang gesetzt werden.

Eine zusätzliche kognitive Beanspruchung des Rezipienten bilden Fremdwörter, Fachtermini oder Abkürzungen; sie erschweren die semantische Organisation eines Textes und führen zu aufwendigen Such- und Schlußfolgerungsaktivitäten. Ein disperses Publikum macht es notwendig, so weit wie möglich vom Gebrauch solcher das Textverständnis erschwerender Wörter abzusehen.

Verhältnis Wort – Bild

Das Fernsehen hat mit seinen visuellen Möglichkeiten die Chance, die Aufnahme von Nachrichteninhalten zu erleichtern und für ein gegenüber dem reinen Zuhören verbessertes Verständnis seitens des Zuschauers zu sorgen, indem es seine Aufmerksamkeit erhöht und ihn dazu inspiriert, eigene Assoziationen und Erfahrungen zu aktualisieren.

Seit der Einführung des Blue-Screen-Verfahrens 1973, das bis dahin reine Sprechermeldungen durch statische Bilder, Grafiken oder Karten und Untertitel ergänzt, gibt es in den Nachrichtensendungen nahezu keine „unbebilderten“ Meldungen mehr. Für die Visualisierung von Fernsehnachrichten sind zwei Faktoren von Bedeutung, die bestimmen, wieviel und woran erinnert wird: die Machart des Bildmaterials (besonders Bildinformation und Kameraführung bzw. Schnitttechnik) und das Verhältnis vom Bild- zum Textinhalt.

Die Hintergrundgestaltung durch das Blue-Screen-Verfahren und der Einsatz von Nachrichtenfilmen im Anschluß an oder ohne Einleitung durch eine Sprechermeldung erfüllen verschiedene Aufgaben. Das Bild (Photo/Grafik/Karte) im Hintergrund, ergänzt durch eine schlagzeilenartige Textzeile (Insert), soll präzise zusammenfassend das Thema des Nachrichtenbeitrags signalisieren, so daß der Zuschauer es sofort assoziativ erfassen kann (hierzu sind eindeutige und starke Text- und Bildaussagen notwendig), um dann seine ungeteilte Aufmerksamkeit dem Inhalt der Sprechermeldung zuwenden zu können. Insofern kann das Blue-Screen-Verfahren vor allem eine „optische Krücke“ für Personen sein, die aufgrund eines geringen Vorwissens oder mangelnder Konzentrationsfähigkeit sonst Schwierigkeiten hätten, das Thema einer Meldung zu erfassen. Im Zusammenhang mit dem syntaktischen Lead-Stil kommt somit der Blue-Screen-Information eine Art von einleitender Überschriftenfunktion als Spitze der Nachrichtenmeldung zu, und zwar unabhängig davon, ob diese durch einen Filmbeitrag ergänzt wird oder nicht. Eine den Inhalt der Meldung wesentlich konstituierende Funktion kann sie aber nicht erfüllen.

Eine andere Aufgabe dagegen übernehmen die Filmbeiträge einer Nachrichtensendung. Sie sind ein Resultat der Möglichkeit bzw. des Zwanges zur Visualisierung im Medium Fernsehen und sollen über den optischen Kanal das unterstützend oder illustrierend wiedergeben, was der Zuschauer/-hörer über den akustischen Kanal empfängt. Untersuchungen von Renckstorf, Edwardson et al. 1976 und Severin 1967 haben dazu ergeben, daß eine mehrkanalige Kommunikationsform, bestehend aus Bild und Ton, sich gegenüber einer einkanaligen (Bild oder Ton) als überlegen erweist, sobald sich Bild und Ton sinnvoll gegenseitig ergänzen, als gleichwertig, sofern sie sich entsprechen, also redundant eingesetzt werden, daß aber eine einkanalige Sendungsform dann vorzuziehen ist, wenn bei der mehrkanaligen Bild- und Textinhalte divergieren.¹⁰

Dies wird umso verständlicher vor dem Hintergrund zweier Theorien zum Verstehen und Erinnern von Informationen. Nach der Summationstheorie werden optische und akustische Reize miteinander addiert; verschiedenartige Reize würden also einen höheren kognitiven Aufwand erforderlich machen als einander überlappende oder sich gegenseitig erklärende Stimuli. Nach der Selektionstheorie (Broadbent- oder Bottleneck-Theorie) führt die gegenüber eintreffenden Informationen begrenzte Verarbeitungskapazität dazu, bei einer Überforderung durch eine übergroße, auf zwei Kanälen vermittelte Menge von Informationen den „Input“ eines Kanals auszusondern; die hiermit verbundene Ablenkung bzw. Konzentrationsstörung erschwert die Aufnahme einer Nachrichtenmeldung.

Die bildliche Darstellung von Nachrichten verleiht den Meldungen Authentizität und Glaubwürdigkeit, so daß die vorgeführte „Augenzeugenschaft“ an der Wahrhaftigkeit des Berichteten keinen Zweifel aufkommen zu lassen scheint. Daß das Bildmaterial aber den gleichen Selektionsmechanismen wie

das Textmaterial unterliegt, mit bestimmten Intentionen zusammengestellt wird und neben der informierenden auch eine kommentierende Wirkung hat, bleibt dem Zuschauer im allgemeinen verborgen. Dadurch, daß er sich selbst als Beteiligter, der „dabei“ ist, fühlen kann, hält er Beeinflussungen in der Urteilsfindung für unmöglich und vertraut nur seiner eigenen Wahrnehmung des Gezeigten, ohne sich dessen Gemachtheit und Gefiltertsein durch den Einfluß vor allem des Kamera- und Schnittpersonals bewußt zu machen. Somit vertreten die Fernsehnachrichten im Text wie im Bild den Anspruch, wahre Abbilder der Realität zu sein.

Darstellungsform, Präsentation und Thema: Fernsehnachrichten fallen zwar unter das Genre der Nachrichten, weisen aber ein breites Spektrum journalistischer Gattungen auf, vom Bericht bis zum Kommentar, vom Interview bis zur Rede. Nach Renckstorf besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Darstellungsform einer Nachricht und der Erinnerungsleistung des Rezipienten, allerdings in Abhängigkeit von dessen formaler Bildung. Er unterscheidet bei den Darstellungsformen pure, visuell nicht aufbereitete Studioformen wie „Studioredakteur on“, den Studiokommentar, aber auch das Schattengespräch, dann die visuell aufbereiteten Studioformen, die mit optisch/verbalen und/oder optisch/non-verbalen Informationen angereichert sind (z.B. Blue-Screen oder Studioredakteur off/sukzessive Entwicklung von Grafiken oder Tabellen) und ferner die Filmformen wie Nachrichtenfilm oder Korrespondentenbericht. Angereicherte Studioformen oder Filmformen bewirken im allgemeinen eine bessere Erinnerungsleistung als pure Studioformen, die allerdings durch jene auch fast schon vollständig ersetzt sind.

Unabhängig von Sprache, Darstellungsform und Thema vermitteln paraverbale Aspekte seitens des Studiosprechers und der Korrespondenten metakommunikativ bestimmte Einstellungen und Meinungen über die verlesenen Inhalte. Allerdings ist der Sprecher dazu angehalten, sich jeder überflüssigen Akzentuierung, Hervorhebung und mimischer oder gestischer Ausdrucksweisen zu enthalten, da die Forderung nach neutral-distanzierter Präsentation der Nachrichten jede Beeinflussung verbietet. Dementsprechend schränken die Studiosprecher den Gebrauch paraverbalen Mittel so weit wie möglich ein und fungieren als eine Art von „Sprechmaschinen“¹¹. Dagegen fällt der oft persönlich gefärbte Betonungs-, aber auch Formulierungsstil der Korrespondentenberichte auf.

Ebenfalls in den Bereich paraverbalen Präsentation fallen Sprechgeschwindigkeit und Intonation bzw. Sprechpausen. Die Sprechgeschwindigkeit schreibt dem Rezipienten das Tempo vor, in dem er die Informationen aufnehmen und verarbeiten muß. Notwendigerweise steigt im Zuge zeitökonomischer Präsentation die Sprechgeschwindigkeit mit der Komplexität der Sätze, denn umso mehr Informationseinheiten müssen innerhalb eines Artikulationsbogens untergebracht werden. Mit wachsender Zahl von Informationseinheiten innerhalb einer Meldung sinkt auch die Zahl der Sprechpausen, die jedoch für die Verständlichkeit eines Textes umso nötiger gebraucht werden,

je komplexer die Meldung ist. Denn diese Sprechpausen erfüllen verschiedene Funktionen: zum einen strukturieren sie den Text einer Meldung, indem sie ihn gemäß der Satzzeichen in sinnvolle Abschnitte gliedern, zum anderen dienen sie zur Hervorhebung neuer und wichtiger Informationen, indem sie ihnen nachgestellt werden, und desweiteren ermöglichen sie dem Rezipienten, insbesondere zwischen zwei Themen, das Gehörte zu verarbeiten und sich dem Folgenden mit voller Aufmerksamkeit zuzuwenden. Die oft fehlende Gliederung vor allem komplexer Texte, die in einem monoton einschläfernden Sprachfluß vorgetragen werden, erschwert also zusätzlich das Verständnis.

Renckstorff aber wie auch andere (MacDaniels, Booth) stellte fest, daß das Verhalten des Rezipienten gegenüber den Fernsehnachrichten, sein Aufnahme-, Erinnerungs- und Verständnisvermögen weit weniger durch die Darstellungsform, Präsentation und Aufarbeitung der Meldungen beeinflußt wird als vielmehr durch das Thema, ja daß die Präsentationsform nur eine untergeordnete Rolle bei Themen spielt, die den Rezipienten stark ansprechen, und daß dieser ihn interessierende Themen, die er verstehen will, trotz Sprachbarrieren auch verstehen kann; denn das Thema beeinflußt die Wirkung semantischer und syntaktischer Faktoren des Nachrichtentextes. Dies gilt allerdings in Abhängigkeit von der durch die Sozialisation bewirkten Situation, Interessenlage und Motivation des Zuschauers. Sozialisation, Situation und Aktualität bestimmen über die Selektivität der Rezeption.

Meldungen, die nur ein geringes oder gar kein Spezialwissen voraussetzen (z.B. Unglücke oder Katastrophen), werden leichter verstanden und behalten als Berichte über abstrakte, komplexe oder hochspezielle Ereignisse und Tatsachen.

Konkrete Aussagen sind verständlicher als abstrakte, Aussagen in dramatisierter, personifizierter oder 'Story-Form' /verständlicher/ als generelle Statements zu Objekten, die sich der persönlichen Betrachtung [...] entziehen.¹²

Berichte über Katastrophen, Unfälle, Kriminalfälle, Kriegshandlungen oder Sport und die sogenannten „human interest stories“ erfüllen im Bereich der „soft news“ alle Bedingungen für eine gute Verständlichkeit: sie eignen sich zur filmischen Darstellung, setzen ein nur geringes kontextuelles Vorwissen voraus, zeichnen sich durch eine vergleichsweise einfache Sprache, konkrete Inhalte und überschaubare Ursache-Wirkung-Zusammenhänge aus und bieten sich für eine personifizierende und dramatisierende Ausgestaltung an, die umso leichter beim Rezipienten persönliche Betroffenheit und Assoziation mit eigenen Erfahrungen auslöst.

Im Hinblick darauf, daß leichter verständliche Themen, die der Interessenlage des Rezipienten entgegenkommen, besser behalten werden, stellte Kabel sogar schon die Forderung, daß eine

Auswahl der Neuigkeiten auch unter dem Gesichtspunkt des unmittelbaren und mittelbaren Interesses der Masse der Rezipienten

erfolgen sollte und verlangte weiter eine

Einordnung der Meldungen in den Erfahrungsbereich und Wissensbereich vor allem der Angehörigen der Unterschichten, /eine/ verstärkte Berichterstattung aus der Arbeitswelt und dem Freizeitbereich [...] /und den/ Ausbau der regionalen Berichterstattung, die Partizipation des Rezipienten am ehesten zuläßt.¹³

Da hier allerdings die Gefahr einer präskriptiven Informationskanalisierung besteht und ein Abgleiten des Informationsniveaus auf den Level der „Regenbogenpresse“ droht, ist dieser Vorschlag für die Gestaltung von Nachrichten nur bedingt ernstzunehmen. Daß aber die Angehörigen von Bevölkerungsschichten mit höherem Bildungsgrad und größerem Allgemeinwissen auch im Bereich der thematischen Gestaltung am meisten von den Fernsehnachrichten profitieren, kann als Tatsache gelten.

2. Probleme der Fernsehnachrichtenvermittlung

Visualisierung: Das Medium Fernsehen ist angewiesen auf eine Visualisierung seiner Berichterstattung. Die Visualisierungsmöglichkeiten einer Meldung beeinflussen schon die Selektion der Nachrichtenthemen, insbesondere aber dann die Darstellung der ausgewählten Meldungen. „Der Zeigezwang amputiert die Welt auf das Herzeigbare, auf eine gedankenlos abfilm-bare Oberfläche.“¹⁴

Tritt doch ein abstraktes Thema auf, so ergeben sich zwei Möglichkeiten: entweder wird es als reine Studiosprechermeldung, unterlegt mit Blue-Screen, dargeboten, oder an sich abstrakte, nicht oder nur schwierig schaubar zu machende Inhalte werden trotzdem mit Bildmaterial unterlegt. Das führt zu verschiedenen Konsequenzen:

Divergenz Text – Bild: Unterlegt man den Text eines abstrakten Themas mit der Konkretetheit filmischen Bildmaterials, so läßt es sich nicht vermeiden, daß der Textinhalt vom Bildinhalt abweicht. Das kann so weit gehen, daß das Bildmaterial ohne jeden Informationswert für den Nachrichteninhalt ist und mehr nach Kriterien des Reizgehalts und der Möglichkeit, die Aufmerksamkeit des Zuschauers zu wecken, zusammengestellt wird als nach seinem Informationsgehalt. Das Dilemma einer solchen „Text-Bild-Schere“¹⁵ ist, daß die Divergenz von Text und Bild die kognitiven Prozesse des Zuschauers behindert.

Text und Bild gehen wie eine Schere auseinander. Wenn [...] Bild und Ton so weit voneinander entfernt sind, dann kann man unmöglich beobachten und gleichzeitig bewußt zuhören. Kein Mensch kann seine Aufmerksamkeit auf inhaltlich so verschiedene Informationsquellen richten und die Information verstehen.¹⁶

Die Divergenz wird umso krasser, je komplizierter bzw. abstrakter der Textinhalt und je stimulierender das Bildmaterial aufgebaut ist. So wird sich der Zuschauer entweder für einen der beiden Information vermittelnden Kanäle entscheiden oder wechselnd sowohl vom einen als auch vom anderen Kanal Informationen rezipieren. Im ersten Fall fällt eine Entscheidung gewöhnlich zugunsten des reizhaltigeren Bildmaterials aus, dessen Informationsgehalt allerdings wesentlich niedriger ist als der des zugehörigen Textes, so daß der Zuschauer faktisch uninformiert bleibt bzw. über das Bild undifferenzierter und stereotyper informiert wird, als dies der Text leisten kann. Im zweiten Fall wird trotz alternierender Rezeption auch nur das Informationsmaterial eines Kanals im Langzeitgedächtnis verarbeitet. Zudem stellt die immer wieder neue Entscheidung, welchem Kanal er seine Aufmerksamkeit zuwenden soll, den Zuschauer vor ein kognitives Problem.

Aus der Divergenz zwischen abstraktem Textinhalt und konkretem Bildmaterial ergibt sich noch ein weiteres Problem: die Verstärkung „fragmentarischer Erinnerung“¹⁷. Auf Kosten komplexer Zusammenhänge werden eher konkrete, aber nebensächliche Details wie Zeit-, Orts- und Personenangaben erinnert.

Personalisierung: Aus der Notwendigkeit, Nachrichtenmeldungen im Fernsehen schaubar zu gestalten, ergibt sich auch die Tendenz, (gesellschafts-) politische Ereignisse vornehmlich anhand der an ihnen beteiligten oder in sie verwickelten Personen darzustellen. Statt daß ein gesellschaftlicher Tatbestand auf seine komplexen Zusammenhänge hin analysiert wird, wird er auf eine personale Ebene reduziert, insbesondere wenn die betreffenden Personen zur Prominenz zählen. Die Tendenz, prominente Personen als „Aufhänger“ zu benutzen, artet oft zur reinen Selbstdarstellung aus, wenn sie eingesetzt werden, ohne Wesentliches zum gemeldeten Ereignis geleistet oder gesagt zu haben. „Position und Prestige eines Funktionsträgers /bestimmen/ seinen Marktwert für die Nachrichten.“¹⁸ Besonders intensiv wirkt sich dieser Personalisierungstrend aus, wenn er mit abstrakten, schwer schaubar zu machenden Themen zusammenfällt. Neben der Konsequenz, daß vor allem politische Zusammenhänge hinter der dargestellten Persönlichkeit verschwinden, ergeben sich durch die Personalisierung noch weitere Effekte: zum einen färbt das positive Prestige des Mediums Fernsehen auf die in ihm genannten Handlungsträger ab und verleiht ihnen eine Aura von Glaubwürdigkeit und Wichtigkeit. Ein weiterer Effekt ist, daß die Manier der Politiker, wie etwas getan oder gesagt wird, wichtiger ist als das, was gesagt wird. Wortgebilde –

mögen sie noch so nichtssagend sein – werden möglichst glatt und eingängig oder aber fachspezifisch verkompliziert, jedenfalls aber medien- und publikumswirksam formuliert, um beim potentiellen Wähler Stimmung zu machen.

Noch in einer weiteren Form wird Personalisierung eingesetzt, um die Schwierigkeit der Berichterstattung über abstrakte Themen filmisch zu bewältigen. Bei Film- bzw. Korrespondentenberichten findet sich meist eine Gelegenheit, den Berichtersteller, im allgemeinen vor einer aussagekräftigen und eindeutig lokalisierbaren Kulisse, ins Bild zu rücken. Diese Möglichkeit der Identifizierung des Verfassers verleiht dem Bericht eine Note eindeutiger und persönlich verantworteter Urheberschaft und betont den Augenzeugenstatus des jeweiligen Korrespondenten und damit die Glaubwürdigkeit des Berichteten.

– **Illusion von Realität; mangelnde Hintergrundinformation:** Die Fernsehnachrichten vermitteln wie alle Nachrichten ein nur ausschnitthaftes und zudem personenabhängig ausgewähltes und dargestelltes Bild der gesellschaftlichen und politischen Wirklichkeit, was auch im Hinblick auf die zur Verfügung stehende Zeit nicht anders möglich ist. Da dem Zuschauer aber die Selektions- und Produktionsmechanismen der Nachrichtenübermittlung verborgen bleiben und die Berichterstattung auch den Anspruch vertritt, objektiv und vollständig über die Ereignisse der täglichen Realität zu informieren, besteht die Gefahr, daß das Berichtete vom Zuschauer unreflektiert mit der tatsächlichen Realität gleichgesetzt wird und er darüber das subjektiv beeinflusste Gemachtsein der Nachrichten vergißt.

Hinzu kommt, daß dem Zuschauer in kürzester Zeit völlig verschiedenartige Informationen, die größtenteils jeden Zusammenhang miteinander vermischen lassen, dargeboten werden und daß aus Gründen der Zeitökonomie Problemzusammenhänge und Hintergrundinformationen wie die historische Entwicklung, die zu bestimmten Ereignissen geführt hat, oder sozioökonomische Zusammenhänge ausgeklammert werden, obgleich diese einen unerläßlichen Beitrag zum Verständnis des Berichteten leisten. Der Zuschauer ist also zu einem hohen kognitiven Aufwand genötigt, um „the truth behind the facts“ zu erkennen, was ihm oft ohne zusätzliche Informationen aus anderen Quellen gar nicht möglich ist. Der Redakteur Abend spricht allerdings in diesem Zusammenhang von einem „Informationsverbund des Fernsehens“ und konstatiert:

Den Eindruck einer Scheibchenwelt kann eigentlich nur der gewinnen, der sich im Fernsehen und in anderen Medien nur sporadisch informiert. Darauf aber können Nachrichtensendungen keine Rücksicht nehmen.¹⁹

Daß beim Publikum der Fernsehnachrichten kontinuierliches Sehen vorausgesetzt wird, läßt sich daran beobachten, daß bei Themen, die über längere Zeiträume hinweg das Nachrichtengeschehen bestimmen, Hintergrundinfor-

mationen nur zu Beginn ihres Erscheinens gegeben werden, ein solcher „Dauerbrenner“ also als eine Art von „Fortsetzungsroman“ konzipiert ist, bei dessen jeweils neuen Folgen das Wissen um vorangegangene Beiträge vorausgesetzt werden kann. Neue Details werden, wenn sie spektakulär genug sind, eine (überraschende) Wende im Geschehen eintritt, das Bewußtsein über die andauernden Geschehnisse wieder aufgefrischt werden soll oder einfach mit immer aktuellen „Konserven“ Lücken in der Nachrichtensendung gestopft werden müssen, berichtet, ohne daß Hintergrundinformationen über Entwicklung und Umstände rekapituliert werden. (Dabei muß allerdings für den Rezipienten der Eindruck entstehen, als ob das Berichtete nur dann aktuell ist, wenn es in den Fernsehnachrichten erscheint.)

Im allgemeinen aber wird an erläuternden Hintergrundinformationen gespart, was nicht zum Verständnis des Berichteten beiträgt und den Eindruck einer „Scherbenwelt“ durch die Berichterstattung über nur oberflächlich evidente Fakten entstehen läßt.

– **Behinderung kognitiver Prozesse:**

Probleme der Nachrichtenfirme: Die Nachrichtenfirme beziehen ihre Informationsdichte aus der hohen Anzahl verschiedener, durch Schnitte getrennter Einstellungen und der vielen Kamerabewegungen, die eine Bildinformation für jeweils nur wenige, meist durchschnittlich zwei bis fünf Sekunden darbieten. (Ruhige Bilder werden kürzer gezeigt, bewegte länger.) Eine so schnelle Abfolge von Einstellungen aber stellt eine kognitive Überforderung dar, da das menschliche Wahrnehmungsvermögen für die optische Erfassung eines Bildes ca. sechs Sekunden benötigt. So liegt die Vermutung nahe, daß das Bildmaterial nicht aufgrund seines Informationswertes, sondern aufgrund seiner stimulierenden Eigenschaften eingesetzt wird, zumal diese deutlich überwiegen und sogar vom Text als Hauptübermittler von Information ablenken. Der hohe, „augenkitzelnde“ Reizgehalt resultiert aus einer Reihe kamera- und schneidetechnischer Tricks, die die Aufmerksamkeit des Zuschauers auf sich ziehen. So werden die Bilder künstlich bewegt, indem entweder mit vielen kontextunabhängigen Kamerabewegungen (Zooms, Schwenks, Perspektivwechsel, Schärfenwechsel) gearbeitet wird, selbst wo statische Gegenstände im Bild erscheinen, oder Schnitte die bewegtesten Teile der Bilder in Ausschnitten montieren. Bewegungslosigkeit erscheint nur selten im Bild. Dabei werden Emotionen ansprechende Bildinhalte akzentuiert, indem sie künstlich intensiviert werden, z.B. durch Detailvergrößerungen oder Schärfenwechsel. Unter Berücksichtigung der Aneinanderreihung oft völlig zusammenhangloser Bilder entsteht so ein „disparater Bildersalat“²⁰, der von den Textinhalten ablenkt und dem Rezipienten eine solche Fülle von Bildern anbietet, daß dieser sich letztendlich informiert fühlt und der Authentizität der Meldungen vertraut, ohne wirklich etwas verstanden oder verarbeitet zu haben.

Probleme der Nachrichtensprache:

Die Sprache [...] der Fernsehnachrichten gehört in ihren prägnanten Merkmalen einem Sprachsystem an, das den meisten Rezipienten nicht zur Verfügung steht. Diejenigen Momente aber, die diesen im Bernsteinschen Sinne elaborierten Code der Kommunikation erschließen, [...] fehlen.²¹

Wird die Dekodierung und Einordnung der eingehenden Informationen erschwert, behindert oder verhindert dies das Verstehen des Nachrichtentextes. Eine solche Behinderung bilden im Bereich der Semantik z.B. Fremdwörter, Fachausdrücke oder Abkürzungen. Obgleich der Journalist hier eine Übersetzerfunktion wahrnehmen müßte, ist doch eine Vielzahl semantischer „Stolpersteine“ innerhalb jedes Fernsehnachrichtentextes zu finden. Es wimmelt von wenig populären Abkürzungen, fachsprachliche Ausdrücke treten vor allem im Bereich der Wirtschaft, Verteidigungspolitik und Jurisprudenz auf, Fremdwörter treten vor allem im Bereich fachsprachlicher Termini auf, werden oft aber auch in Zusammenhängen gebraucht, die den Einsatz leichter verständlicher Wörter zugelassen hätten. Werden aber einzelne Wörter nicht verstanden, so bleiben unter Umständen ganze Textpassagen unverständlich oder es ergeben sich „Knicke im Verstehensprozeß“, insofern als „vorhergehende Aussagen schneller vergessen und folgende Aussagen schlechter verstanden werden.“²²

Erschwerend für das Textverständnis wirkt auf syntaktischer Ebene auch der Gebrauch des Nominalstils, der im Vergleich zu mehrdimensionalen Haupt- und Nebensätzen unübersichtlich und kompliziert erscheint und auf komprimiertem Raum eine Information an die andere reiht.

Probleme der Themenkonzeption: Der mangelnden Redundanz durch komprimierten Nominalstil und hochgradige semantische Implizitheit auf der sprachlichen Ebene und der hohen Zahl schnell wechselnder Einstellungen im Bereich des Nachrichtenfilms entspricht auf der Ebene der Inhaltskonstitution die Behandlung möglichst vieler als nachrichtenrelevant befundener Themen in der vorgegebenen Zeit. Dem Zuschauer bleibt nur die Wahl, entweder alle dargebotenen Fakten oberflächlich zu konsumieren, was eine Organisation der Informationen innerhalb des Vorwissens und damit ihre Verarbeitung im Langzeitgedächtnis verhindert, oder selektiv zu rezipieren und seine Konzentration und kognitive Aktivität nur einer Meldung unter Auslassung der übrigen zu widmen.

3. Zusammenfassung

Abschließend läßt sich zusammenfassen: Die Postulate der Fernsehnachrichtengestaltung und -vermittlung nach Objektivität, Vollständigkeit, Aktualität und Verständlichkeit werden, normativ betrachtet, nur unzureichend erfüllt,

was allerdings durch den zeitlichen Rahmen einer Nachrichtensendung zum Teil notwendig bedingt ist. Hinzu kommt, daß sich die Fernsehnachrichten zwar an ein disperses Publikum richten, aber eine Untersuchung der Berichterstattung vermuten läßt, daß sich nicht jede Meldung an jeden Rezipienten richtet, sondern daß die Nachrichten eher als Angebot zu begreifen sind, in dem sich für jeden etwas ihn Ansprechendes finden läßt.

Die Masse könnt ihr nur durch Masse zwingen.
 Ein jeder sucht sich endlich selbst was aus.
 Wer vieles bringt, wird manchem etwas bringen.
 Und jeder geht zufrieden aus dem Haus.²³

Anmerkungen

- ¹ FUNKE, H.-J.: *Die Haupt- und Spätausgabe der Tagesschau*. Berlin 1978, S. 21.
- ² KÜBLER, H.-D.: *Die Aura des Wahren oder die Wirklichkeit der Fernsehnachrichten*, S. 251. In: Kreuzer/Prümm (Hg.): *Fernsehsendungen und ihre Formen*. Stuttgart 1977, S. 249-289.
- ³ KÜBLER, a.a.O., S. 264.
- ⁴ HUTH, L. et al.: *Nachrichten sehen – Nachrichten verstehen – Nachrichten verwenden*, S. 403. In: *Publizistik* 22 (1977), S. 403-418.
- ⁵ BALLSTAEDT, S.-P.: *Nachrichtensprache und Verstehen*, S. 227. In: Kreuzer, Helmut (Hg.): *Fernsehforschung und Fernsehkritik*, Beiheft 11, Göttingen 1980, S. 226-241.
- ⁶ FÖHLAU, I./H. WOHLERS: *Tagesschauerliches aus Hamburg*, S. 400. In: *Publizistik* 22 (1977), S. 397-402.
- ⁷ BALLSTAEDT, a.a.O., S. 234.
- ⁸ KÜBLER, a.a.O., S. 266.
- ⁹ KÜBLER, a.a.O., S. 256.
- ¹⁰ vgl. KÜBLER, a.a.O. S. 270.
- ¹¹ BALLSTAEDT, a.a.O., S. 237.
- ¹² HUTH, S.: *Verstehen und Behalten von Nachrichtensendungen*, S. 131. In: *Fernsehen und Bildung* 13 (1979), H. 1/2
- ¹³ HUTH, S., a.a.O., S. 134.
- ¹⁴ KÜBLER, a.a.O., S. 265.
- ¹⁵ HUTH, S., a.a.O., S. 125.
- ¹⁶ HUTH, S., a.a.O., S. 125.
- ¹⁷ HUTH, S., a.a.O., S. 127.
- ¹⁸ KÜBLER, a.a.O., S. 263.

¹⁹ FÜHLAU/WOHLERS, a.a.O., S. 398.

²⁰ HUTH, S., a.a.O., S. 124.

²¹ BALLSTAEDT, a.a.O., S. 227.

²² HUTH, S., a.a.O., S. 120.

²³ GOETHE: *Faust I*, Verse 95-97. München 1986

