

Erich Dworak

Manipulation „durch die“ oder „mit den“ Medien

Beziehungen zwischen Informationswert und Präsentationsform in den audiovisuellen Medien

Die weitverbreitete Meinung, daß die „Welt“ via Bildschirm der TV-Geräte in die Wohnzimmer der KonsumentInnen gebracht wird, stellt sich genau betrachtet tatsächlich nur als Vision heraus – als TELEVISION. **In Wahrheit entsteht diese Welt einzig und allein in der Vorstellung der einzelnen RezipientInnen – und die Vorstellungen zweier Personen sind niemals ident.**

„Multiple choice“-Tests haben erwiesen, daß der Großteil des Publikums die Realität nach der Darstellung derselben in Fernsehen und Film beurteilt: Die Ton-Bilder der Welt, welche von den audio-visuellen Laufbildern ins Haus geliefert werden, stellen das Basismaterial dar für die Weltbilder jenes Publikums, welches sich wohligh dem Schauer von „Audentity-Shows“ und der dadurch vermittelten (scheinbaren) Unmittelbarkeit einer technologisch gestylten Wirklichkeit hingibt.

Aber „Audentity-TV“ vermittelt keine „virtuelle Realität“ – und vermittelte Wirklichkeit kann niemals „unvermittelt“ sein; sie kann lediglich diesen Eindruck erwecken.

Das „don't talk back“-System der Vermittlungsindustrie „Fernsehen“ kann auch im „globalen Dorf“ Marshall McLuhans das „black hole“ im Wertbewußtsein der RezipientInnen nicht schließen.

Nur manchmal wird dieses Dunkel durch Ahnungsblitze der Imagination und Vorstellungskraft besonders stark ansprechbarer KonsumentInnen etwas erhellt. Gerade dann aber werden jene Bastionen gefestigt, welche die Schuld an der Beziehungslosigkeit und Verquertheit der Bewußtseinsinhalte der BenutzerIn-

nen tragen, welche zu den oben angesprochenen Fehltrüben bezüglich realer Tatbestände und Vorgänge beitragen.

Die entscheidende Frage heißt: Handelt es sich bei der manipulierten Wiedergabe der Realität durch technologisch bedingte Methoden um absichtliche Täuschung des Publikums durch die „MacherInnen“ von medialen Programmformen (vom Actionfilm oder Psychothriller bis zur aktuellen Berichterstattung) – oder um eine unabsichtliche Verfälschung der Wirklichkeit auf Grund von Unwissenheit und Nichtinformiertheit seitens der Verantwortlichen?

„TELE-VISION“ – das bedeutet „das Ermöglichen einer Vorstellung einer fernen Realität, die Nahsicht in der Ferne“, dort wo der Normalverbraucher keine Möglichkeit besitzt, selbst hinzugelangen und dabeizusein.

Ähnlich der „Mauerschau“ des antiken griechischen Theaters, bei welcher dem Publikum Geschehnisse, die innerhalb des theatralischen Rahmens nicht gezeigt werden konnten, von einem „über eine Mauer“-Blickenden mitgeteilt wurden, berichtet der allgegenwärtige Fernseh-Journalist von Dingen und Vorgängen, die sich am anderen Ende der Welt abspielen.

Er verwendet dafür jene Gestaltungsmittel, welche ihm sein Instrumentarium – ein zur Familie der „audio-visuellen Laufbildmedien der zeitlichen Kategorie“ gehörendes Medium – zur Verfügung stellt. Er bedient sich jener Mittel der Vermittlung, wie sie ohne gravierende Unterschiede in genau der gleichen Einsatzweise von einem „stimulativ-unterhaltenden“ Medium, dem Spielfilm nämlich, verwendet werden. In

diesem „fiktiven“ Bereich der Unterhaltungsindustrie erlernt der(die) Rezipient(in) den Umgang mit den Präsentationsformen, die diesem Medium adäquat sind.

Ob der Gestalter von Fernsehbeiträgen dies nun weiß oder nicht – zwischen der Wahrnehmungsauffälligkeit und deren Bedeutungsanfälligkeit im Verlauf der Rezeption besteht ein nachhaltiger und nicht wegzudiskutierender Zusammenhang.

Jede willkürliche – oder unwillkürliche Steigerung der visuellen Eindrücklichkeit eines „abgebildeten“, d. h. „gefilmten“ Vorganges (z. B. der Schnitt von einer Totalen in eine Großaufnahme) führt unmittelbar zu einer erhöhten Aufmerksamkeit bzgl. der Bedeutung einer gleichzeitig hörbaren verbalen Mitteilung oder anderer auditiver Informationen – und auch umgekehrt; besonders laute Geräusch- oder Musik-Passagen erhöhen die Bedeutung gleichzeitig angebotener Bildeindrücke.

Dazu kommt der geradezu zwanghafte Versuch des Rezipienten, gleichzeitig an ihn herangebrachte Bild- und Ton-Signale zueinander in Beziehung zu setzen. Eine Art von „force to connect“ beherrscht den(die) fernsehenden KonsumentIn von „Ton-Bildern“ und zwingt ihn(sie) zu einer „zwei-sinnigen“ Wahrnehmungstätigkeit unter weitgehender Ausschaltung aller anderen Sinnesorgane. (Unzureichende Versuche, auch den Geruchssinn einzubeziehen haben sich bis jetzt als ineffizient erwiesen.)

Die technologischen Voraussetzungen bei der Erstellung von Medienprodukten aus dem Film- und Fernseh-Bereich bedingen aber teuflischer Weise eine vom Willen des Gestalters abhängige



Niemand stellt in Frage, ob gerade dieser Brandherd von diesen Feuerwehrleuten bekämpft, vom obdachlosen Opfer beweint oder vom Reporter gefilmt wird. Der „Schnitt“ fügt hier mehrere, an weit entfernten Orten stattfindende Ereignisse zu einer neuen Einheit zusammen. Wird diese Szenerie durch ein entsprechendes Tonangebot – Schreien von Menschen, lautes Prasseln der Flammen und ein Feuerwehr-Folgetonhorn – unterstützt, dann wird diese Frage sogar als völlig irrelevant abgelehnt.

Fotos: Internationale Pressebildagentur VOTAVA, Wien (Ausschnitte)

Trennbarkeit von Bild- und Ton-Signalen.

Die „hör“- und „sichtbaren“ Teile eines Films „kleben“ nicht aneinander. Sie können willkürlich auseinandergenommen, ausgetauscht und wieder zusammengesetzt werden und erscheinen in der nachfolgenden Rezeption wie ursprünglich zusammengehörende visuelle und auditive Reizwerte.

Nur wenn einer dieser Reize ausfällt, bekommt der(die) Rezipient(in) die Möglichkeit, die verbleibende Reiz-Qualität (Bild oder Ton) genauer zu beobachten und in Frage zu stellen, d.h. deren Fragwürdigkeit wahrzunehmen.

Auch der Nichtfachmann kann einen solchen Versuch durchführen, indem er bei einer der Boxszenen eines „Rocky“-Films den Ton einfach „wegdreht“. Schlagartig wird der gestellte Charakter der dargestellten Boxhiebe sicht- und erkennbar.

Die durch die CNN vom Golfkrieg vermittelten Berichte werden durch das „Abschalten“ des Tones, vor allem jener tief-frequenten Tonsignale, welche oft nachträglich zur Attraktivitätssteigerung darunter gelegt wurden, in all ihrer gestylten Cleaness und ihrer statischen Bildkomposition als das erkennbar, was sie waren: als zum größten Teil inszenierte und gestaltete Mitteilungen mit genau berechneter Zielsetzung und Wirkung auf ein weltweit manipuliertes Publikum.

In seinem Buch „Krieg als Show“ unternimmt der Journalist Malte Olschewski – selbst bewandert in diesen Techniken der Manipulation – den Versuch, einen großen Teil jener Golfkrieg-Inszenierungen zu entlarven. Ein Versuch, der im letzten Weltkrieg leider unterlassen wurde; Frontberichte wurden damals auf einem deutschen Studiogelände inszeniert und nachgedreht – um die Realität für die Wochenschauberichte etwas „umzufriesieren“ und aufzubereiten. („Niederlagen“ wirken nicht halb so frustrierend, wenn der Rückzug der

Truppen auf der Leinwand von links nach rechts, anstatt von rechts nach links stattfindet.)

Die weltweite Medienaufklärung versucht seit Jahrzehnten, das ahnungslose Publikum vor diesem Feuerwerk absichtlicher (aber oft auch unabsichtlicher) Manipulation durch Bewußtmachung derartiger Mechanismen und Automatismen zu schützen.

Bernward Wembers Buch „Wie informiert das Fernsehen“ deckte eine ganze Reihe derartiger Methoden und Techniken der Wirklichkeitsbeeinflussung durch – und mit Hilfe der audio-visuellen Mittel an Hand der Irland-Berichterstattung in den deutschen Fernsehnachrichten auf.

Eine ungeheure Spirale wurde dadurch in Gang gesetzt: „Aufklärer“ decken auf – und die Gestalter machen sich die aufgedeckten Methoden zu eigen und vervollkommen sie, was wiederum zu einem verstärkten Versuch der Medien-Warner führt, dem Publikum durch Information jene Techniken der Realitätsveränderung durch eine vermittelnde Medientechnologie vor Augen zu führen.

Der Giftschränk der manipulativen Techniken steht heutzutage für jeden Journalisten weit offen. Film- und Fernseh-Hochschulen und -Akademien lehren das, was die Wirkungs- und Rezeptionsforscher in den kommunikationswissenschaftlichen Instituten in jahrelangen empirischen Versuchsreihen entdecken.

Nach wie vor hängt es vom ethisch-moralischen Verantwortungsbewußtsein des Berichterstattenden (und dessen Ausbildung) ab, ob und wie er Gebrauch von diesen Mitteln macht, deren Gefahr an jene eines unkontrollierten Atomkrafteinsatzes heranreicht. Kann doch ein im Fernsehen auftretender Politiker ohne größere Schwierigkeiten mit den Mitteln dieses Mediums „aufgewertet oder abgeschossen“ werden, ohne daß es ihm während der Aufnahme selbst zum Bewußtsein kommt. (Eine entsprechende Auflistung der in Frage kommenden Mittel existiert und

wird gelehrt!) Aber auch von der Mündigkeit und dem Wissen der RezipientInnen wird es abhängen, wie weit das Ton-Bild der Realität mit der Wirklichkeit zur Deckung gebracht werden kann.

Wie hoch das Maß der Ausgesetztheit des Publikums diesen Realitäts-Verformungen durch die Medien gegenüber ist, das beweist der Ausspruch eines österreichischen Konsumenten, der sagte: „Früher haben sie uns noch blöd machen können; aber seit wir ‚unser‘ Fernsehen haben, kann uns niemand mehr etwas vormachen!“

Was ein Mensch über zumindest zwei seiner Sinnesorgane wahrnehmen kann, das hält er für „wahr“. Daran können auch Informations- und Aufklärungsversuche nichts ändern.

Mag. Dr. Erich Dworak, wiss. Konsulent, Musikberater und Dramaturg des ORF, Lektor am Institut f. Publizistik u. Kommunikationswissenschaften d. Universitäten Wien und Salzburg.