# Analysemodelle auditiver und audiovisueller Aussagen

Autor(en): **Koller, Erwin**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales**

Band (Jahr): **- (1976)**

Heft 3

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-790440

**Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

**Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

**http://www.e-periodica.ch**

## Analysemodelle auditiver und audiovisueller Aussagen

Erwin Koller

Ausgehend vom Auftrag, für das Deutschschweizer Fernsehen eine Typologie der Fernsehsendungen zu erarbeiten, versuchte eine Arbeitsgruppe des Publizistischen Seminars der Universität Zürich vorerst, dafür eine hinreichende theoretische Grundlage zu schaffen, die den meisten gängigen Typologien ebenso fehlt wie ein generelles Modell zur Analyse beliebiger Fernsehsendungen. Je eher es aber gelingt, in einem Analyseinstrument die verschiedensten Gesichtspunkte möglicherFernsehsendungen zu erfassen, desto eher können die verschiedensten Sendungen des Gesamtprogramms kommensurabel gemacht und auf spezielle Fragen der Programmpolitik hin untersucht werden.

In Anwendung der Zeichentheorie auf den recht komplexen publizistischen Prozess wurde die einzelne Sendung als Bezugspunkt, als Superzeichen gewählt und die drei semiotischen Dimensionen in Doppelrelationen unterschieden. Die syntaktische Dimension umfasst danach sowohl die Aneinanderfügung verschiedener Sendungselemente zu einer Sendung (Relation 1 des C-Modells) als auch das Verhältnis der Einzelsendung zum Gesamtprogramm und zu den Kontrast- und Konkurrenzprogrammen (Relation 4). In der semantischen Dimension wird unterschieden zwischen dem Inhalt der Sendung, also der in der Sendung dargestellten "Welt", den behandelten Ereignissen, Akteuren, Themen, Räumen und Zeiten (Relation 5), und den darin verwendeten inhaltlichen Bearbeitungsweisen und Interpretationsmustern (Relation 2). In der pragmatischen Dimension schliesslich wird der Bezug der Sendung zu den Kommunikatoren (Relation 3) und zu den Rezipienten (Relation 6) untersucht.

In einem weiteren Schritt wurden jeder der sechs Relationen mehrere Kategorien zugeordnet, welche erlauben sollten, die in den einzelnen Relationen in Betracht fallenden Grössen analytisch zu erfassen. Im Unterschied zum Grundmodell, das für die publizistischen Prozesse

verschiedener Medien zutrifft, muss die Schaffung von Kategorien weitgehend medienspezifisch erfolgen.

Wie die Anlage des Modells zeigt, werden also nicht Sendungsanalysen im klassischen Sinn intendiert, sondern theoretisch orientierte, den Kommunikationsprozess miteinbeziehende. Mehrere Fernsehsendungen wurden auf dieser Grundlage analysiert und auch eine Grobtypologie von Fernsehsendungen in den einzelnen Relationen wurde erstellt, eine Gesamttypologie des Fernsehprogramms im Sinne von Durchschnitts- bzw. Häufigkeitstypen konnte aber noch nicht geleistet werden, da dies erst auf der Grundlage sehr vieler Einzelanalysen möglich ist.

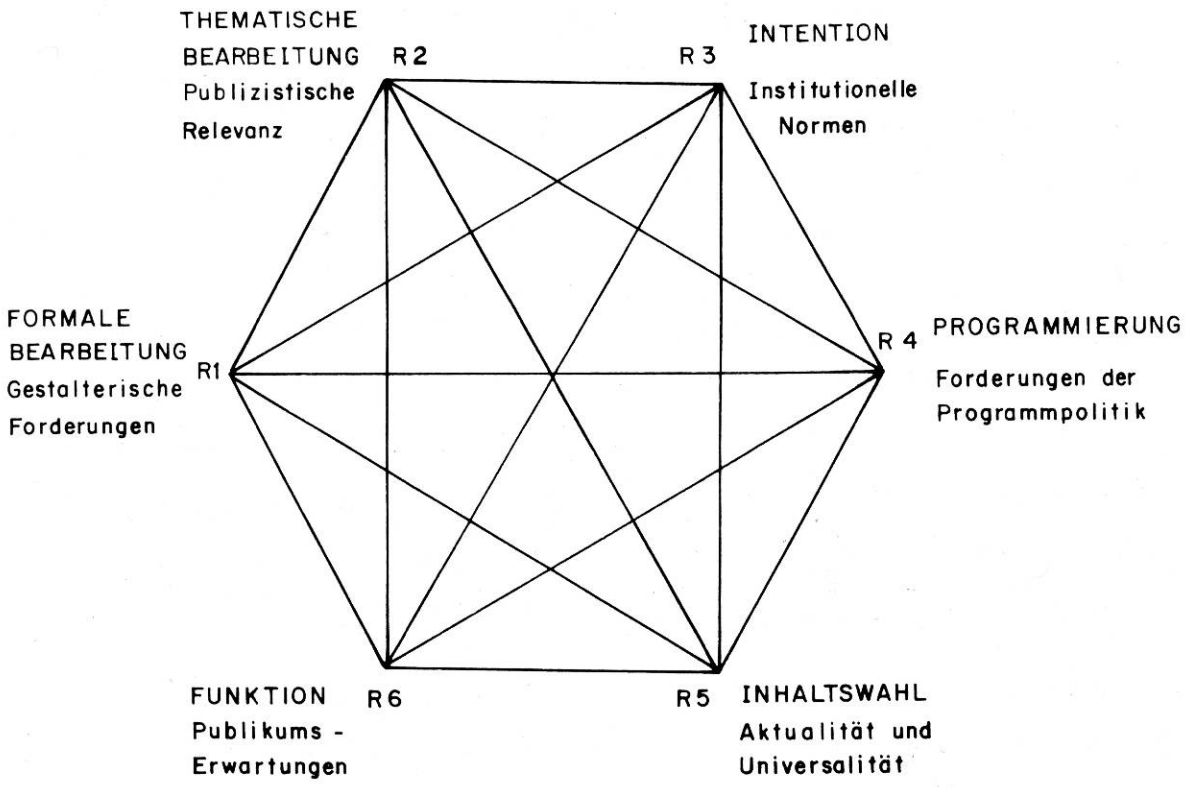
Ein Auftrag der Ausbildung des Deutschschweizer Radios hatte nicht nur die Analyse, sondern auch die Qualifikation von Radiosendungen zum Gegenstand. Natürlich konnte es nicht darum gehen, von der Publizistikwissenschaft her Sendungen zu normieren, wohl aber sollte versucht werden, Hilfestellungen zur Diskussion der Normenfrage zu geben und Sendungen zu qualifizieren, d.h. zu beurteilen, wie weit eine Sendung bestimmte vorgegebene Normen erfüllt. Welche Normen für die Sendungen bestehen, wurde in eingehenden Auseinandersetzungen mit Rundfunkleuten erarbeitet. Ein definiertes Normensystem besteht freilich nicht. Für die verschiedenen Sendungstypen gelten jeweils andere Normen, die aus unterschiedlichen Quellen hervorgehen und daher auch in ihrer Verbindlichkeit zu unterscheiden sind. Schliesslich ist nicht zu übersehen, dass Normen, die für eine Sendung gelten, teilweise auch gegenläufig sind.

Erst die Gesamtkonstellation aller Sollwerte, die für eine Sendung gelten, kann aber den Normenzusammenhang und auch die Prioritäten im publizistischen Prozess erkennen lassen. Im B-Modell wurde versucht, die Normen nicht nur analytisch den einzelnen Relationen des C-Modellls zuzuordnen, sondern auch ihre gegenseitige Abhängigkeit von einander aufzuzeigen, woraus sich der Sechseckstern ergibt. Er soll folgendes klarmachen : Die Normen, die etwa für eine Informationssendung (R 3) gelten, sind zu variieren, je nach der Programmierung (R 4), ob es

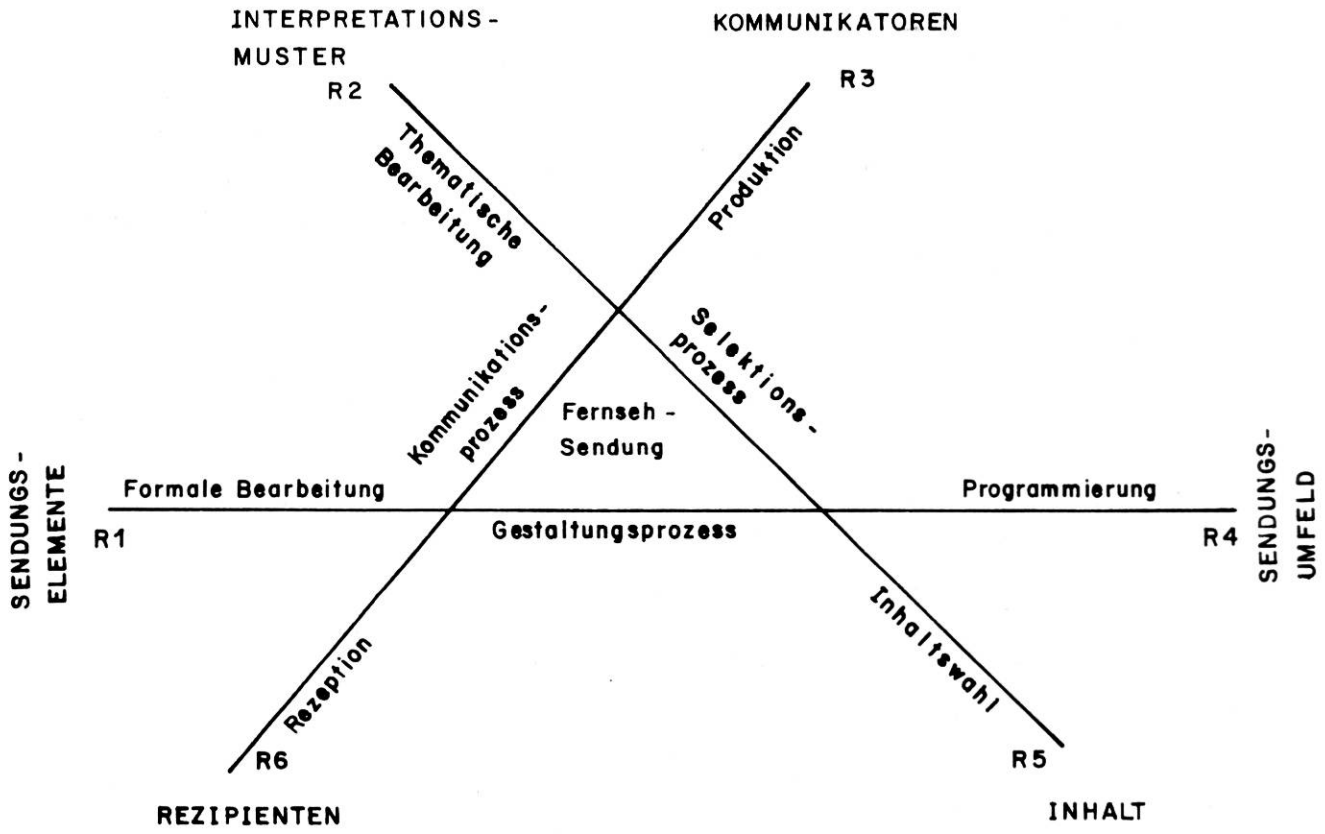
sich also um eine längere Einzelsendung oder um eine kürzere Struktursendung handelt; je nach der Inhaltswahl (R 5), ob es sich um eine Information über Wirtschaftsfragen des indischen Subkontinents handelt oder über Schwangerschaftsabbruch in der Schweiz; nach der Funktion (R 6), ob den Erwartungen von Bauern als Zielpublikum oder von Interessierten an einem Filmfestival entsprochen werden soll; nach der thematischen Bearbeitung (R 2), ob die Sendung die Verhandlungen über den Beitritt zur Währungsschlange popularisieren oder ob sie die einzelnen dazu notwendigen Schritte des Verfahrens dokumentieren will, und nach der formalen Bearbeitung (R 1), ob über eine Demonstration gegen Atomkraftwerke eine Direktreportage oder eine Diskussion gestaltet wird.

Aus der Komplexität der Normendiskussion können faktische Schwerpunkte herausgestellt werden:die thematische Bearbeitung wird ihre Entsprechung finden müssen in der formalen Gestaltung. Die Programmierung einer Sendung gibt schon teilweise Auskunft darüber, welches Zielpublikum in seinen Erwartungen berücksichtigt werden muss. Und die Intention einer Sendung wird einen Einfluss haben auf die Inhaltswahl.

Und schliesslich bleibt festzuhalten, dass Normen immer nur Grenzen angeben können. Die Ausschöpfung des damit gegebenen Freiraumes und die Schaffung origineller Produkte ist dann Sache kreativer Menschen.


THEMATISCHE
BEARBEITUNG
Publizistische
Relevanz
R2
R3
INTENTION
Institutionelle
Normen
FORMALE
BEARBEITUNG
Gestalterische
Forderungen
R1
R 4
PROGRAMMIERUNG
Forderungen der
Programmpolitik
FUNKTION
Publikums -
Erwartungen
R6
R5
INHALTSWAHL
Aktualität und
Universalität

**B - MODELL**


INTERPRETATIONS-
MUSTER
R2
KOMMUNIKATOREN
R3
Thematische
Bearbeitung
Produktion
Kommunikations-
prozess
Selektions-
prozess
Fernseh -
Sendung
SENDUNGS-
ELEMENTE
Formale Bearbeitung
Programmierung
R1
Gestaltungsprozess
R4
SENDUNGS-
UMFELD
Rezeption
Inhaltswahl
R6
R5
REZIPIENTEN
INHALT

C - MODELL