

Wissensklufthypothese

Englisch: Knowledge Gap Hypothesis

THEORIE

Kommunikationswissenschaftliches Konzept: Je mehr Informationen Medien verbreiten, desto größer wird der Wissensvorsprung der Gebildeten vor weniger Gebildeten — die Kluft wächst statt zu schrumpfen. Kritisch für Drehbuchautor und Regie bei Zielgruppendefinition.

Einem Publikum eine Geschichte zu erzählen, führt zu einem kontraintuitiven Effekt: Je mehr Informationen ein Drehbuch enthält, desto größer wird die Spaltung zwischen denen, die mitfolgen, und denen, die abgehängt werden. Das ist die Wissensklufthypothese — ein Konzept mit direkter Relevanz für die Arbeit am Set und im Schnitt. Das Konzept besagt, dass Informationsflut nicht nivelliert, sondern bestehende Bildungsunterschiede verstärkt. Wenn eine Produktion mit kulturellen Referenzen, schnellen Schnitten oder komplexer Syntax arbeitet, profitieren Zuschauer mit entsprechend gefülltem kulturellem Rucksack unmittelbar. Die anderen bauen mental ab — weil jede neue Information eher Verwirrung als Klarheit schafft. Der Gap wächst asymmetrisch. Das erzwingt bei der Regie eine unbequeme Entscheidung: Wird für die breite Masse geschrieben oder für ein versiertes Kern-Publikum? Oder — das ist die schwierigere Kunst — für mehrschichtiges Erzählen, bei dem auch weniger vorgebildete Zuschauer die emotionale Oberfläche verstehen, während versierte Zuschauer subtile Schichten dekodieren? Tarantino macht das; die Coen Brothers auch. Sie laden Informationen dicht, aber nicht linear — wer nicht alles bekommt, kann der Geschichte trotzdem folgen. Im Praktischen bedeutet das: Es braucht mehrere Informationskanäle — visuelles Storytelling muss tragen, was Dialog nicht schafft. Schnitte, die komplexe Konzepte transportieren, ohne sie zu erklären. Sound Design, das innere Zustände offenbart. Ein Drehbuch, das gleiche Vorbildung bei allen Zuschauern voraussetzt, wird für große Teile des Publikums unzugänglich. Kritisch wird es bei Festivals oder Arthouse-Kinos, wo die Wissenskluft absichtlich Teil der künstlerischen Strategie ist. Im kommerziellen Kino — und bei der Zielgruppendefinition im Produktionsmeeting — verdient die Hypothese ernsthafte Berücksichtigung. Sie erklärt, warum simple, gut erzählte Geschichten universell funktionieren, während intelligente, aber opake Filme schrumpfende Publika bekommen. Die Information allein trägt nicht; die Zugänglichkeit tut es.