

Gestaltungsmittel als Interpretationshinweise

Eine rahmenanalytische Betrachtung des Infotainment nach E. Goffman

Manuela Pietraß

Mit der „Rahmen-Analyse“ legt Erving Goffman einen interaktionstheoretischen Ansatz zur Organisation sozialer Wirklichkeit und ihrer Erfahrung vor. Rahmen stellen skriptartige Anweisungen dar, an die sich alle an einer Interaktion Beteiligten halten müssen, um in einem gemeinsamen Verstehenszusammenhang zu kommunizieren. Die Rezeption von Medienprodukten kann ebenfalls als ein gerahmter Interaktionszusammenhang verstanden werden. Das Medienprodukt enthält Interpretationshinweise darauf, welche Rahmen jeweils gültig sind. Auf ihrem korrekten Nachvollzug basiert das Verstehen des Rezipienten. Rahmenhinweise werden durch die jeweils eingesetzten Gestaltungsmittel und -stile gegeben. Welche Bedeutung ihnen beim Einordnen und Verstehen von Aussagen zukommt, wird am Beispiel des Infotainment aufgezeigt.

Keywords: Goffman, Rahmen-Analyse, Infotainment, Gestaltungsmittel, Realität und Fiktion, Glaubwürdigkeit, Genre

1. Problemstellung

Neue Vermittlungstechnologien und eine veränderte Praxis beim Einsatz der formalen Gestaltungsmittel sind gemeinsam an der Aufhebung bisheriger Genre Grenzen und der Entstehung neuer Programmformen beteiligt. Ästhetisch gesehen sind die Wirklichkeitsbereiche Fiktion und Realität – als Grundkategorien von Medienwirklichkeiten – nicht mehr eindeutig zuzuordnen: Realität wird dramatisiert, inszeniert, ins Hyperreale überhöht und rückt so in den Bereich des Fiktionalen, nicht-Authentischen (z. B. Göttlich/Nieland/Schatz, 1998); und die Differenz des Fiktionalen zur Realität wird aufgehoben, indem das Fiktionale mit gering ästhetisierenden Gestaltungsmitteln ausgestattet wird. Durch die narrative Dramatisierung von realen Ereignissen wie im so genannten Reality TV (z. B. Theunert/Schorb, 1995; Wegener, 1994; Winterhoff-Spurk u. a., 1994), die Inszenierung von Authentizität bei Doku soaps (Mikos, 2000; Pietraß, 2002; Winter, 2000), den Einbezug von Darstellungsstilen, die ursprünglich anderen Genres angehörten, wie beim Infotainment, werden Wirklichkeitsbereiche ästhetisch miteinander vermischt.

Die Präsentation von Fernsehbotschaften folgt einer typischen Verwendung von Gestaltungsmitteln für spezifische Kommunikationsanlässe, was hier als Genre bezeichnet werden soll. Die Entwicklung von Genres unterliegt einem historischen Verlauf, ihre Konventionen ändern sich mit der Zeit. Aus kunstgeschichtlicher Perspektive kann dies als ein ästhetischer Wandel aufgefasst werden, der lediglich Geschmacksfragen berührt (Mukařovský, 1970). Berücksichtigt man allerdings, dass Medien nicht wie Kunstwerke einen abgegrenzten Raum etablieren, sondern konstitutiver Bestandteil der sozialen Orientierung sind, so besitzt die Frage, welche Auswirkungen der Wandel von Gestaltungsmitteln besitzt, nicht nur eine ästhetische, sondern vor allem eine wissenssoziologische und medienpädagogische Dimension. Wie Menschen Medienbotschaften hinsichtlich ihrer Verbindlichkeit einschätzen, besitzt eine erhebliche Bedeutung für das gemeinsame Handeln und das Weltwissen.

Programmformate wie das Infotainment gehören zu Genreentwicklungen, deren Spe-

zifität die Vermischung von Gestaltungsmitteln aus dem Unterhaltungs- und Informationsbereich ist. Mit Infotainment wird die „Konvergenz zwischen Information und Unterhaltung in den Medien“ (Mikos, 2000: 30) bezeichnet. Beim Infotainment wird über reale Sachverhalte und Ereignisse berichtet, durch den Einbezug von dramatisierenden Gestaltungsmitteln aber werden diese in die Nähe von (fiktionalen) Unterhaltungsfilm gerückt und/oder es wird durch die Verwendung emotionaler Gestaltungsmittel boulevardisiert. Wirth nennt folgende Strategien zur Infotainmentisierung: „Emotionalisierung“, „Narrativisierung/Personalisierung“ und „Dynamisierung“. Alle drei Dimensionen gehörten „typischerweise eher zum Unterhaltungsgenre (Spielfilme, Shows, Theater)“ (Wirth, 2000: 63). Infotainment stelle sich als Kontinuum dar, „das auf der einen Seite ausschließlich auf Information und Informieren und auf der anderen Seite auf Unterhaltung gerichtet ist“ (64). Beim Reality TV werden durch die Verwendung spezifischer Gestaltungsmittel *reale*¹ Ereignisse dramatisiert und fiktionalisiert, z. B. durch die Konzentration auf und Darstellung von Einzelpersonen in schicksalhaften Situationen (Winterhoff-Spurk u. a., 1994). Vereinfachend kann man sagen, dass Inhalte in eine Erzählform gebracht werden, die eher dem Bereich der fiktionalen Unterhaltungssendungen zugeordnet wird. Aufgrund des real bestehenden Lebensweltbezuges der Sendungsinhalte (Mikos, 2000) ist es jedoch für den Zuschauer wichtig, die Glaubwürdigkeit der Informationen und den Wirklichkeitsgehalt der Bilder richtig einschätzen zu können.

Die Frage nach den Einschätzungen der Zuschauer soll bezüglich der formalen Gestaltungsmittel gestellt werden, da die Vermischung von bisher abgegrenzten Formaten vor allem durch die Wahl der Gestaltungsmittel entsteht (die Ebene der Inhalte soll hier ausgeblendet werden; siehe dazu Pietraß, 2002). Sie wird i. E. bezüglich der Bedeutung des Genres für die Bewertung der Glaubwürdigkeit von Informationen und hinsichtlich der Einordnung von Ereignissen als real oder fiktional verfolgt.

Um etwas über die Bedeutung der gewählten Gestaltungsmittel für die Einordnung von Medienbotschaften durch die Nutzer zu erfahren, steht die Rezeptionsforschung vor einer doppelten Aufgabe: Sie muss einerseits hinsichtlich der Gestaltungsmittel produktanalytisch vorgehen und andererseits den Aussagegehalt der Gestaltungsmittel durch das rezeptionsanalytische Vorgehen klären. Dazu ist ein Ansatz erforderlich, der die direkte Bezugnahme beider Perspektiven aufeinander ermöglicht. Geeignet sind interaktionstheoretische Ansätze, die Rezeption als eine Interaktion zwischen dem Rezipienten und der Botschaft verstehen (Mikos, 2001). Von einem interaktiven Geschehen kann man sprechen, weil Text und Leser sich jeweils auf soziale Bedeutungshorizonte beziehen, über die beide – als Voraussetzung für Kommunikation – verfügen. Mit Goffmans Ansatz sind Text-Leser-Interaktionen als Einordnung von Botschaften in Aussagekontexte erklärbar. Gerade bezüglich der Entwicklung von neuen Programmformaten ist dies relevant, weil sie durch die Vermischung bisheriger Gestaltungsstile Aussagekontexte – die als Hybridformen von Wirklichkeiten erscheinen – verschwimmen lassen.

2. Grundlagen der Rahmen-Analyse und Rahmen in den Medien

E. Goffmans Rahmen-Analyse (1993, erstmals 1974) beschreibt die Herstellung semantischer Verbindlichkeiten in Interaktionszusammenhängen, also die Festsetzung der Bedeutung von Zeichen durch typische Organisationsweisen des kommunikativen Aus-

1 Die Bezeichnung „real“ wird in Abgrenzung zu „fiktional“ resp. „gestellt“ verwendet.

tauschs. Als einen tragenden Bezugspunkt verwendet Goffman die Ausführungen G. Batesons über das Spiel („Ökologie des Geistes“, 1981). Bateson beschreibt am Beispiel von Ottern, dass die im Spiel wie im Kampf gleichen Aktionen durch ihre jeweils unterschiedlichen Kontexte resp. Rahmen „Spiel“ und „Kampf“ spezifische Interpretationshinweise enthalten, die der Aufrechterhaltung der jeweils gültigen Handlungsmuster dienen. Im Fall des Spiels sind sie eine Drohung als-ob und im anderen Fall besser nicht misszuverstehen! Goffman (1993) überträgt die Bedeutungsherstellung einer Handlung durch ihren Kontext auf soziale Alltagssituationen: Rahmen sind seiner Definition nach Organisationsformen von alltäglicher Erfahrung (22). Gut ist das Rahmenkonzept zu verstehen, wenn man sich vergegenwärtigt, dass für eine begrenzte Zahl von Einzelzeichen mit dem im Lauf der Sozialisation wachsenden Erfahrungshintergrund ebenfalls wachsende Bedeutungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen (Soeffner, 1989: 149). Die eingeschränkte Semantik von Zeichen wird durch ihre jeweilige Kontextabhängigkeit ausgeweitet.

Grundlage der Bedeutung von Interaktionen sind primäre Rahmen, „elementare Strukturen des *untransformierten* Sinnhintergrunds, der als Grundlage von *Sinntransformationen* fungiert“ (Willems, 2000: 216). Primäre Rahmen sind das, was wir als wirklich erfahren, worauf wir unsere Gewissheit zurückführen. Der Sinn primärer Rahmen kann transformiert werden, wenn sie in einen anderen Kontext resp. Rahmen gestellt werden, z. B. wenn die Ottern kämpfen *spielen*. Die Handlung stellt nun nicht das dar, was sie im primären Rahmen bedeutet (Biss), sondern das, was sie im primären Rahmen bedeuten *würde*. Für die Transformation stehen bestimmte Konventionen zur Verfügung, die Goffman als „Modul“ (key) bezeichnet:

„Darunter verstehe ich das System von Konventionen, wodurch eine bestimmte Tätigkeit, die bereits im Rahmen eines primären Rahmens sinnvoll ist, in etwas transformiert wird, das dieser Tätigkeit nachgebildet ist, von den Beteiligten aber als etwas ganz anderes gesehen wird.“ (Goffman, 1993: 55)

Durch Modulation wird etwas systematisch transformiert, das bereits in einem anderen Rahmen sinnvoll war, sie basiert auf der „Kopie“ einer Handlung(sabfolge) von einem „Original“ (ebd.). Goffman unterscheidet insgesamt fünf grundlegende Module, so ist z. B. das „So-Tun-als-ob“ eine Handlung, „die für die Beteiligten eine offene Nachahmung oder Ausführung einer weniger transformierten Handlung ist, wobei man weiß, dass es zu keinerlei praktischen Folgen kommt“, (60) und weist in den Bereich der Fiktion.

Primäre Rahmen und Module sind Organisationsformen sozialer Interaktionen, welche auch durch Medien vermittelt werden. Damit der Rezipient erkennen kann, ob und welche Rahmen und Module jeweils vorliegen, müssen ihm entsprechende Hinweise vermittelt werden. Rahmungshinweise werden durch die jeweils eingesetzten Gestaltungsmittel gegeben. In der praktischen Medienkommunikation haben sich *Gestaltungsstile* etabliert, anhand deren Typik die jeweils gültigen Rahmen für den Zuschauer erkennbar werden. Genres als Träger spezifischer Gestaltungsstile markieren einerseits Grenzen, wie etwas durch die Medien vermittelbar ist, und andererseits stellen sie als Rahmen Orientierungsmuster dar, die dem Verstehen von Medieninformationen und ihrer Bewertung dienen. Zugleich sind „Genre-Rahmen“ Grenzen der Interpretationsfreiheit der Zuschauer „für einen ‚aktiven‘ Umgang mit Medienerzeugnissen“ (Willems, 2000: 219), d. h. nicht nur das Produkt, sondern auch die Rezeption unterliegt den historisch gewachsenen Rahmen der Darstellungs- und Interpretationsfreiheit. Die durch die Rahmen gegebenen Metaanweisungen zum richtigen Verstehen implizieren „eine objektive Sinnkomplexität (...), die die Theater- und Medienakteure ebenso wie deren

Publika typischerweise intuitiv verstehen“ (Willems, 2000: 217). Konsequenterweise könnte die Übertragung bestimmter Darstellungsstile in andere Rahmen als bisher bedeuten, dass die Zuschauer nun „intuitiv“ den falschen Rahmen zuordnen, einfach weil bestimmte Gestaltungsmittel und -stile bisher für einen solchen Rahmen verwendet wurden. In einem solchen Fall könnte der Zuschauer z. B. den gestellten Schaukampf „Wrestling“ für einen echten Kampf halten, weil die Bewegungen und der Übertragungsstil wie bei einem echten Boxkampf aussehen (Aufenanger, 1996a) und die Transformation vom Kampf zum Spiel nicht durch zusätzliche Rahmenhinweise erkennbar gemacht wird. Ist ein solcher Rahmungsfehler auf die Präsentationsform zu schieben, so könnte es auch zu Fehlinterpretationen aufgrund begrenzter Kompetenzen der Zuschauer kommen. Dies ist vor allem ein medienpädagogisches Problem, das hier nicht verfolgt werden soll.

2.1 *Gestaltungsstile als allgemeine Bewertungsrahmen bei Genres*

Die durch das Genre gegebenen Rahmen bieten den Zuschauern die Möglichkeit einer generellen Einstufung von Medienbotschaften ohne nähere Kenntnis des je spezifischen Inhalts. Anhand des Gestaltungsstils kann der Zuschauer rasche und wichtige Bewertungen vornehmen und zu einer sozialen Orientierung aufgrund seiner Genre-Kenntnisse gelangen. Welche Rolle solche generellen Rahmen-Einstufungen für die Bewertung von Informationen hinsichtlich ihrer Glaubwürdigkeit spielen, lässt sich mit einer Untersuchung von Schultheiss und Jenzowsky (2000) zum Infotainment zeigen. Sie untersuchten die Rolle des Unterhaltungscharakters für den Glaubwürdigkeitsgehalt. Drei Sendungen aus der Reihe „Reporter“ wurden in Originalversion („starkes Infotainment“) und als manipulierte Version („schwaches Infotainment“) vorgeführt, bei der manipulierten Version wurden emotionalisierende Elemente wie Bebilderung und Hintergrundbild, Musik, Sprache, Sprechstil, Mimik und Gestik herausgenommen. Da weiterhin zwischen Anmoderation und Beitrag unterschieden wurde, entstanden vier Untersuchungsgruppen (Originalversion, manipulierte Version, Kombination aus manipulierter Anmoderation und Originalbeitrag und umgekehrt). Untersucht wurde die Wirkung von Unterhaltungselementen im Informationsbereich, wobei darunter solche Elemente verstanden werden, die „nicht zu einer Intensivierung des Informationswertes, aber zu einer Intensivierung des Unterhaltungswertes und der Emotionalisierung der Zuschauer beitragen“ (64). Die Untersuchungsergebnisse lassen sich als Hinweis auf die Bedeutung der genrespezifischen Gestaltungsstile für die Bewertung von Informationen deuten:

- 1) So konnte gezeigt werden, dass die Version „starkes Infotainment“, also das nicht manipulierte Material, gegenüber der schwachen Version weniger glaubwürdig ist. Dies wurde sowohl hinsichtlich der Glaubwürdigkeit des Moderators wie der Glaubwürdigkeit des Beitrags nachgewiesen. Da die negative Bewertung der Glaubwürdigkeit auf einer Ablehnung des Präsentationsstils beruht – der Inhalt selbst war ja bei beiden Versionen derselbe –, ist zu vermuten, dass die mangelnde Glaubwürdigkeit auf eine genre-orientierte Bewertung als *Interpretation des Gestaltungsstils* zurückgeführt werden kann: Die studentischen Probanden besitzen ein vergleichsweise hohes Bildungsniveau und, wie die Autoren vermuten, damit verknüpft eine stark ausgeprägte Ablehnung von „Sensationalismus“ und „Boulevardjournalismus“ (vgl. S. 81). Die in der Originalversion eingesetzten emotionalisierend-affektorientierten Gestaltungsmittel erinnern aber genau an ein solches Genre und sind für die Probanden damit ein Zeichen für mindere Glaubwürdigkeit. Insofern stellt sich

die Frage, ob andere Untersuchungsgruppen mit anderen Geschmackspräferenzen zu einer gleichen Bewertung gekommen wären, also deren genreorientierte Rahmung andere Bewertungsmuster enthielte.

- 2) Der genre-orientierten Bewertung folgend wird weiterhin erklärbar, warum entgegen der Hypothese, dass das Vorhandensein von Unterhaltungselementen den Unterhaltungswert steigert, den Untersuchungsteilnehmern jene Sendungen besser gefielen, die *weniger* Unterhaltungselemente besaßen. Nach Deutung der Autoren haben die Probanden die Berichte als „Infotainmentangebot mit primär informierendem Anspruch“ (Schultheiss/Jenzowsky, 2000: 80) wahrgenommen, also nicht primär als Unterhaltungs-, sondern als Informationsangebot. Erklärt wird dies mit dem Effekt der sozialen Erwünschtheit, die Untersuchungsteilnehmer hätten sich auf ein informatives, weil sozial stärker akzeptiertes Programm eingestellt. Die Untersuchung war eingeführt worden unter dem Vorwand, dass das Konzept der Sendung „Reporter“ geändert werden solle – mit dem Ziel, eine neutrale Einstellung bei den Probanden zu erreichen. Ist die These der sozialen Erwünschtheit richtig, so hatten die Probanden jedoch keine neutrale Einstellung, sondern eine genre-orientierte, nämlich auf die Darstellung von Informativität gerichtet. D. h. sie erwarteten von dem Angebot einen sachlich-informativen Präsentationsstil, wie auch ihre oben beschriebene Ablehnung des unterhaltenden Präsentationsstils belegt. Mit einer solchen Erwartung aber ist das Gefallen nicht an den Unterhaltungswert, sondern an den Gestaltungsstil geknüpft, dessen Emotionalität dann der Erwartung von sachlicher Information widerspricht.

Die Ergebnisse von Schultheiss/Jenzowsky können als Beleg dafür gedeutet werden, dass Genres den Zuschauern generelle Orientierungen erlauben, die nicht an den Inhalt geknüpft sind, sondern an den genrespezifischen Gestaltungsstil. Der Genre-Rahmen gibt vor, wie über bestimmte Dinge gesprochen wird, wie und von wem diese präsentiert werden, und ermöglicht so eine rasche Orientierung bei der wachsenden Vielfalt von Gestaltungsstilen. Insofern erlaubt er generelle Bewertungen und lässt umgekehrt das Vorhandensein von Geschmackspräferenzen spezifischer Nutzergruppen vermuten.

2.2 *Der Rahmen als Hinweis auf Realität oder Fiktion*

Ermöglicht die Kenntnis des Genre-Rahmens generelle Bewertungen, wie bezüglich der Glaubwürdigkeit ausgeführt, so gibt der Rahmen als Modulationsangabe Hinweise auf die Einordnung eines Ereignisses als real oder fiktional. Weil ein Ereignis häufig nicht nur einen Rahmen besitzt, insbesondere in den Medien, enthält ein Rahmen mehrere Schichten: Z. B. kann in einem Fernsehkrimi ein Einschub vorliegen, in dem die Schauspieler einen Ausschnitt aus einem Kinofilm ansehen, hier ist also die Modulation einer Modulation enthalten. Die äußerste aller Schichten ist der „Rand“ des Rahmens, „der uns sagt, welchen Status das ganze eigentlich in der äußeren Welt hat“. In der inneren Schicht spielt sich das Ereignis ab, das „den Beteiligten gefangenimmt“ (Goffman, 1993: 96). Goffman erklärt am Beispiel der Probe eines Stückes und der Probe eines Stückes als Inhalt des Drehbuchs, dass es sich zwar in beiden Fällen um Proben, aber um verschiedene Rahmenränder handelt, einmal um eine Probe für eine Theateraufführung und im zweiten Fall um eine Theateraufführung. Insofern wird vom Rahmenrand her die im Rahmen enthaltene Modulation beschrieben, was insbesondere bei solchen Rahmen wichtig ist, bei denen nicht, wie z. B. bei primären Rahmen, „Rand und innerster Kern zusammenfallen“ (ebd.). Rahmen seien von diesem äußersten Rand her zu beschreiben, also als Probe oder als Theater-Rahmen, jedoch, wie Goffman anmerkt, sei

nicht zu vergessen, dass „oft nicht der Rahmen als ganzes beschrieben wird, sondern nur die in ihm enthaltene Modulation“ (S. 97).

Wie wichtig die Kenntnis des Rahmenrandes, also die Kenntnis dessen ist, dass eine Modulation vorgenommen wurde, lässt sich an den Reaktionen auf das Hörspiel „The War of the Worlds“ illustrieren (Regie: Orson Welles, 1938; basierend auf dem gleichnamigen Werk von H. G. Wells, 1898). Aufgrund seines äußerst realistischen Gestaltungsstils war offensichtlich nicht für alle Hörer erkennbar, dass der Rahmenrand eindeutig die Fiktionalität des Ereignisses und damit seine Transformation in das Modul des „So-tun-als-ob“ festlegte (Faulstich, 1981). Ohne Kenntnis der Modulation wirkte der Beitrag wie ein Bericht über ein *reales* Geschehen und nicht als das, was er tatsächlich war: der realitätsnah gestaltete Bericht über ein *fiktionales* Geschehen.

Da es sich in den Medien immer um mehrschichtige Rahmen handelt, weil selbst primäre Rahmen nur als vermittelte primäre Rahmen erscheinen können, ist die Analyse der Aufsichtung von Rahmen ein wichtiges Instrument, um die vom Zuschauer zu erbringenden Versteheleistungen aufzuschlüsseln. Insbesondere die neuen Programmformate erzeugen durch ihre unkonventionelle Verwendung von Gestaltungsmitteln verwirrende Angaben über die bestehende Modulation. Der Rahmenrand, z. B. die Programmankündigung, Vorspann oder Anmoderation, weist auf die bestehende Modulation hin. Wenn der Zuschauer nicht von Anfang an zugeschaltet ist, kann er noch immer die Gestaltungsmittel als Interpretationshilfe dafür nützen, ob eine Modulation vorliegt. Sind diese jedoch uneindeutig, wie im genannten Fall des Hörspiels, kann die vorgenommene Modulation unerkannt bleiben und die fiktionale Live-Berichterstattung über fliehende Menschen als reale Live-Berichterstattung missverstanden werden.

Wie wichtig die Vergewisserung am Rahmenrand ist, wenn nicht eindeutig zuzuordnende Gestaltungstile vorliegen, kann aus einer Untersuchung Buckingham (1996) an zwei Sendungen abgelesen werden, die einen realistisch wirkenden Gestaltungsstil einsetzten, deren Inhalt aber fiktional war („Casualties“, eine Unterhaltungsserie aus dem Krankenhausalltag, und „Ghostwatch“, eine fingierte Geisterjagd). Mit einer Stichprobe von 72 Kindern (6 bis 16 Jahre) führte er qualitative Interviews zu dem Problem der Einordnung von Sendungs-Mischformen als real oder fiktional durch. Wie Aussagen aus den Interviews zeigen, drängt eine hohe Realitätsnähe der Aufnahmen den Zuschauer zur wiederholten (Selbst-)Vergewisserung darüber, dass es sich tatsächlich um eine Modulation, also gestellte (!) Aufnahmen handelt und nicht um reales Geschehen. Ein anderes Thema ist, dass die offensichtlich fiktionalen Ereignisse selbst (Marsmännchen, Geister) nicht als Hinweis auf die Fiktionalität des Ereignisses erkannt wurden.

Welch große Bedeutung dem Rahmenrand zukommt, lässt sich weiterhin an zwei Studien von Grimm (1993) und Früh/Kuhlmann/Wirth (1996) zeigen. Grimm prüfte nach, ob es einen Unterschied macht, wenn ein Film als real („faction“) oder als „Fälschung mit gestellten Szenen“ („fiction“) angekündigt wird. Zwei verschiedenen Versuchsgruppen (n = 80) wurde ein äußerst gewalttätiger Filmbeitrag von RTL Explosiv vorgeführt, in welchem gezeigt wird, wie Menschen Lynchjustiz durchführen und Terroristen mit Benzin übergießen und verbrennen, einmal als „real“ und einmal als „Fälschung“ angekündigt. Dieser Rahmenhinweis wirkte sich in der Untersuchung signifikant auf das Bewertungsprofil der gezeigten Szenen aus. Insbesondere am Item „glaubwürdigunglaublich“ wird erkennbar, wie stark die Rezeption des Filmmaterials von der Ankündigung beeinflusst wird – die Bewertungen beider Versuchsgruppen weichen hier am stärksten voneinander ab.

Zu einem vergleichbaren Ergebnis kommen Früh/Kuhlmann/Wirth in ihrer Untersuchung zum Reality TV. Die Forscher interessierten sich für die Einflüsse der drama-

turgischen Aufbereitung und des Realitätsbezugs dieses Genres auf den subjektiven Unterhaltungs- und Informationsgehalt der Rezipienten. Im vorliegenden Zusammenhang ist insbesondere die Frage interessant, inwiefern Realität des Ereignisses den Informationswert gegenüber seiner vermeintlichen Fiktionalität erhöht, also welchen Einfluss der als gültig vermutete Rahmen besitzt. Als Untersuchungsmaterial wurden zwei Originalversionen der RTL-Reihe „Auf Leben und Tod“ gewählt und deren Darstellungsmittel variiert. Es wurden jeweils verschiedene Versionen eingesetzt, die einmal einen „mäßigen“ (im Stil Aktenzeichen XY) und einmal einen starken Einsatz an dramaturgischen Gestaltungsmitteln (Stil des modernen Reality TV) besaßen. Beide Versionen wurden einmal als real und einmal als fiktional angekündigt, so dass insgesamt vier verschiedene Versionen vier Untersuchungsgruppen (n = 262) vorgeführt wurden. Die Informationsaspekte („kann sich gut über aktuelle Ereignisse informieren“, „...einen recht genauen Eindruck der Wirklichkeit“, „mehr Einblick in die ‚tragischen Schicksale ... hinter den Ereignissen“, „globale Relevanz“, S. 439) trafen in beiden als real angekündigten Versionen signifikant stärker zu als bei den als fiktional angekündigten Versionen.

Bei beiden Untersuchungen dient damit die Ankündigung als real oder fiktional resp. gestellt als Orientierungskategorie für die durch die Gestaltungsmittel gegebenen Informationen und bestimmt die Bewertung des Ereignisses mit. Diese vergewissernde Funktion des Rahmenrandes ist beim Infotainment vor allem deswegen relevant, weil der Zuschauer bei dem beim Infotainment bestehenden uneindeutigen Gestaltungsstil des Ereignisses, also der inneren Rahmenschicht, ebenfalls uneindeutige Rahmungshinweise erhält. Mit anderen Worten ermöglicht es der Gestaltungsstil des Infotainments, dass dasselbe Ereignis mit unterschiedlichen Rahmen belegt werden kann, so dass für die Einordnung des Ereignisses in den richtigen Rahmen der Rahmenrand zur entscheidenden Deutungshilfe wird, während die Ereignisebene selbst unterschiedlichen Rahmen (und damit Realität *oder* Fiktion!) zugeordnet werden könnte.

2.3 Verwirrende Unstimmigkeit zwischen Rahmenrand und innerer Schicht

Der Mediennutzer ist am dargestellten Ereignis nicht selbst beteiligt, sondern dessen Beobachter. Zum Verstehen der Interaktionen und zur korrekten Einordnung in Rahmenbezüge ist er darauf angewiesen, dass ihm jenes Wissen vermittelt wird, das den am Rahmen Beteiligten vorliegt und deren gemeinsames Handeln und dessen Bedeutungen koordiniert. Rahmen in den Medien enthalten grundsätzlich verschiedene Rahmenschichten. So sind die dem Ereignis selbst gegebenen Rahmen von jenem Rahmen zu unterscheiden, in den es durch die Mediendarstellung gesetzt wurde: Bei Aufnahmen von Straßenkämpfen in einem Krisengebiet ist die Verortung in einem Programm, die äußerste Rahmenschicht, z. B. eine Live-Aufzeichnung in den Abendnachrichten, vom Rahmen des Ereignisses selbst zu unterscheiden, im genannten Beispiel der primäre Rahmen des tatsächlich erfolgten Straßenkampfes. Die eingesetzten Gestaltungsmittel (Filmmaterial, Hinweise des Moderators und Reporters auf die Entstehung der Bilder etc.) enthalten die entsprechenden Hinweise darauf, ob eine Modulation stattfindet. Gerade bei Programm-Mischformen kann allerdings eine fehlende Stimmigkeit zwischen Rahmenrand und Gestaltungsstil der inneren Schicht bestehen, wie im bereits erwähnten Beispiel Buckingham, wo die Realitätsnähe der Darstellung so überzeugend war, dass sich die Zuschauer über die bestehende Modulation (Fiktion) rückversichern mussten.

Bei der oben erwähnten Untersuchung von Grimm (1993) entstand offensichtlich durch die Ankündigung der gemäßigten und starken Reality TV-Version als „gefälsch-

te Aufnahmen“ eine Unstimmigkeit zwischen dem durch die Ankündigung etablierten Rahmen (Fälschung) und jenem Rahmen, den das Ereignis aufgrund seines realistischen Gestaltungsstils tatsächlich zu haben schien. Die Bilder von extremer Gewalt und Leid wirkten auf die Probanden so real (was sie ja tatsächlich auch waren), dass die offenen Antworten einen erfahrenen Widerspruch zwischen der Realitätsnähe der Darstellung und dem Hinweis, alles sei nur gestellt, aufweisen:

- „Die Brutalität (...) die ist so realistisch nachgestellt, dass man da schon mitempfinden kann.“
- „Der Realismus des Verbrennens war schon sehr groß, und ich meine, es ist vielleicht doch kein Unterschied, ob es eine filmische Darstellung ist oder eine wirkliche Verbrennung, letztendlich nähern sich die Dinge an.“
- „Es war so eigenartig, ich hab mich immer nur damit beschäftigt, weil da ja stand, es sei nachgestellt worden, wie haben die das nachgestellt? Das muss ein sehr aufwendiger Trick gewesen sein...“ (Grimm 1993, S. 24f)

Grimm bringt diese Zitate als Beispiel für den „empathetischen Zwang“, den extreme Gewalt- und Leiddarstellungen auslösen und „der die Unterscheidung von ‚fiction‘ und ‚faction‘ unterläuft“ (S. 25). Auf kognitiver Ebene jedoch setzen sich die Probanden mit der Unterscheidung von real und nachgestellt auseinander und messen den „faction“-am „fiction“-Rahmen. Die Angabe „gestellt“ wird von ihnen nicht bezweifelt, und dennoch erscheint den Probanden die Realitätsnähe der Darstellung aufgrund der Gestaltungsmittel der inneren Rahmensicht als „realistisch“, als aufwändig zu präsentieren, dass es wirkt wie echt. Ohne es zu wissen, erkennen die Versuchspersonen den tatsächlich vorliegenden primären Rahmen des Gewaltaktes, über dessen Präsentationsstil Grimm zwar keine Angaben macht, der aber offensichtlich dem entspricht, was die Probanden als zu realen Informationen passend einstufen. Insofern zeigen die Untersuchungen von Buckingham und Grimm, wie auch der Fall des Hörspiels „War of the Worlds“, dass die Gestaltungsmittel einen wichtigen Hinweis für die Einordnung eines Ereignisses darstellen, es mit einem Wort also durchaus bedeutsam für das Verstehen und die klare Einordnung von „Medienwirklichkeiten“ ist, welchen Gestaltungsstil ein vermitteltes Ereignis besitzt.

2.4 Täuschungen durch irreführende Rahmenhinweise

Die Untersuchungen Grimms und Frühs veranschaulichen, wie die Anschauung des Ereignisses unter die gegebene Rahmenangabe gestellt und entsprechend bewertet wird. In den zuletzt zitierten Aussagen der Untersuchung Grimms aber wird deutlich, dass es lediglich der Rahmenrand war, der das an Realitätsnähe überbordende Ereignis mit seinem vermeintlichen Rahmen eines tatsächlichen Geschehens noch in der mit der Ankündigung „gestellt“ vorgegebenen Begrenzung hielt. Möglich war dies vermutlich nur aufgrund des Vertrauens auf die Glaubwürdigkeit der Angaben der Versuchsleiter. Ist dessen Glaubwürdigkeit weniger gesichert, könnte der Gestaltungsstil des Rahmeninneren ein Hinweis darauf sein, dass eine Täuschung stattfindet. Bezogen auf die Untersuchung Grimms: Hätten die Probanden Grund gehabt, an der Glaubwürdigkeit des Hinweises auf gestellte Bilder zu zweifeln, hätten sie ihrem eigenen Augenschein, der ihnen zeigte, dass die Bilder nicht gestellt sind, stärker vertraut. Nach Goffman wurde hier eine Täuschung der Untersuchungsteilnehmer vorgenommen, denen vorenthalten wurde, dass es sich tatsächlich um nicht gestellte Aufnahmen handelte. Auch in der Untersuchung von Früh/Kuhlmann/Wirth wurde durch die Vorgabe der Fiktionalität des Untersuchungsmaterials ein Täuschungsmanöver vorgenommen.

Täuschungen als bewusst herbeigeführte Rahmenvorgaben gehören neben den Modulationen zur zweiten großen Gruppe der Transformationsformen. An ihnen lässt sich ex negativo darstellen, worum es in der Rahmen-Analyse geht. Eine Täuschung ist „das bewußte Bemühen eines oder mehrerer Menschen, das Handeln so zu lenken, daß einer oder mehrere andere zu einer falschen Vorstellung von dem gebracht werden, was vor sich geht“ (Goffman, 1993: 98). Während bei Modulationen alle Beteiligten in Kenntnis dessen sind, welche Transformation jeweils vorliegt, besitzen bei Täuschungsmanövern nicht alle Beteiligten denselben Kenntnisstand: „... für die Wissenden bei einem Täuschungsmanöver geht ein Täuschungsmanöver vor sich; für die Getäuschten geht das vor sich, *was* vorgetäuscht wird“ (S. 99). Eine getäuschte Person glaubt den Rahmenrand zu kennen, tatsächlich aber gibt es eine weitere Rahmenschicht. So diente die Begutachtung der vermeintlichen „Hitler-Tagebücher“ durch Spezialisten hinsichtlich ihrer Authentizität (Koch, 1990) der Nachprüfung des Verdachts, ob durch Betrug ein weiterer Rahmen vorläge. Letztendlich entscheidet die Verbindlichkeit des Rahmenrands, in diesem Fall zunächst des „Stern“, darüber, inwieweit der Mediennutzer diesem auch dann vertraut, wenn das Ereignis selbst dieser Verbindlichkeit zu widersprechen scheint.

Der Getäuschte nimmt Verstehenshinweise für gültig, die, von dieser Kenntnis ist er aber ausgeschlossen, etwas vorgeben, was nicht tatsächlich stattfindet. Bei Gewährwerden eines Täuschungsmanövers bricht für die getäuschte Person das, was „vorher für sie noch Wirklichkeit war“, in sich zusammen (Goffman, 1993: 99). Insofern erhebt sich die Frage, wie die Untersuchungsteilnehmer der Untersuchungen von Grimm und Früh/Kuhlmann/Wirth die Inhalte bewertet hätten, wäre ihnen die Existenz der weiteren Rahmenebene (Manipulation durch die Versuchsleiter) bekannt gemacht worden. Die in den oben zitierten offenen Antworten bei Grimm deutlich geäußerten Zweifel daran, dass die Aufnahmen gestellt sind, zeigen wie gesagt, dass in Anschauung des Ereignisses die vorgegebene Modulation akzeptiert wurde, dies aber auf die Glaubwürdigkeit der Versuchsleiter zurückzuführen ist. Tatsächlich nähren Unstimmigkeiten zwischen Rahmenrand und innerer Schicht den Verdacht auf zusätzlich bestehende Rahmenebenen. Arthur Schütz, der Anfang des letzten Jahrhunderts mit seinen „Grubenhund-Attacken“ die österreichische Presse hinter das Licht führte, beherrschte es ausgezeichnet, eine stilistische Stimmigkeit zwischen dem (vorgegebenen) Rahmenrand sowie der Darstellung des Ereignisses herzustellen (Schütz 1996; Wagner, 1996: 169ff). Schütz' Mittel waren die Erzeugung eines seriösen Eindrucks der (fingierten) Nachrichtenquelle, also einem Bestandteil des Rahmenrandes, und des Stils, in dem das Ereignis präsentiert wurde. Er achtete dabei nicht nur auf Name und Stand des Absenders, sondern auch auf deren stilistische Stimmigkeit (äußere Form und Stil der Zuschrift, Thema und Tonfall) mit dem Kommunikat resp. Rahmeninneren (vgl. Wagner, 1996: 129ff) und konnte so gänzlich unsinnige Inhalte glaubwürdig erscheinen lassen. In der neueren Zeit wurde der Journalist Michael Born (1997) mit seinen Fälschungen auffällig, bei denen er gestelltes Bildmaterial bereitstellte, um Beiträgen eine größere Brisanz und Glaubwürdigkeit zu verleihen. Wird jedoch ein „Fake“ (Born, 1998) aufgedeckt, so wird der Rahmenrand der betrügerischen Inszenierung sichtbar, und alles, was vorher die Glaubwürdigkeit für den Getäuschten belegte, kann jetzt nur noch als „gut gemacht“ erscheinen.

Gerade dadurch, dass Aussagen in den Medien immer noch eine eigene, durch die Vermittlung bedingte Rahmung besitzen, sind sie für Täuschungsmanöver anfällig. Der Nutzer muss darauf vertrauen, dass die ihm für ein Ereignis als gültig angegebene Rahmung richtig ist und keine weiteren Rahmen existieren. Eine fehlende Übereinstimmung zwischen Rahmenrand und innerer Schicht ist für den Zuschauer ein Hinweis auf feh-

lende Glaubwürdigkeit. Aufgrund der Bedeutung des Rahmenrandes für die Sicherung des Status einer Aussage kommt diesem, auch bei fehlender Übereinstimmung zwischen beiden Schichten, eine wesentliche Bedeutung für die Glaubwürdigkeit zu. Gemäß der Vermischung von Sachlichkeit und Inszenierung beim Infotainment ist der denkbare Fall einer Täuschung die Nachstellung von Ereignissen unter der Vorgabe dessen, dass *keine* Modulation bestehe, also der Vorgabe von Authentizität. Allerdings ist die Voraussetzung hierfür die Glaubwürdigkeit der Quelle, da sie das Vorhandensein weiterer Rahmensichten ausschließen muss. Es zeigt sich also, wie wichtig es ist, dass der Zuschauer sich nicht durch die Quelle zu vorschnellen Rahmungen verführen lässt, auch wenn Inhalt und Gestaltungsstil sozusagen von innen her den Rahmenrand fragwürdig machen können. Für die Untersuchung des Infotainments bedeutet dies, dass die Wirkung der eingesetzten Gestaltungsmittel nicht allein auf das Untersuchungsmaterial, sondern auch auf das Genre, die Anmoderation oder den Untersuchungsleiter zurückgeführt werden kann.

3. Schluss

Die vorliegend diskutierte Fragestellung betraf die Bedeutung der Gestaltungsmittel für die Einordnung von Medienbotschaften. Aktuelle Relevanz erhält sie aufgrund der Entstehung neuer Programmformate, die unterhaltende und informierende, „authentisierende“ und „fiktionalisierende“ Gestaltungsmittel (Pietraß, 2002) vermischen. Zur Klärung dieser Frage wurde der Ansatz Goffmans herangezogen und die Bedeutung der formalen Gestaltungsmittel unter rahmenanalytischer Perspektive an Beispielen erläutert. Folgende Schlussfolgerungen können hinsichtlich der orientierenden Rolle der Gestaltungsmittel für das Infotainment abgeleitet werden:

- Genres zeichnen sich durch spezifische Gestaltungsstile aus, anhand deren Typik es den Rezipienten möglich ist, generelle Bewertungen vorzunehmen. Insofern können Bewertungen von Probanden auf solche typischen Einstufungen zurückzuführen sein. Z. B. wird bestimmten Probanden(gruppen) Reality TV grundsätzlich als weniger glaubwürdig erscheinen als Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Anbieter. Nicht die Unterhaltsamkeit aufgrund der Wirkung emotional-affektorientierter Gestaltungsmittel würde danach eine mindere Glaubwürdigkeit bedingen, sondern die emotional-affektorientierten Gestaltungsmittel würden als *Hinweis* auf eine weniger seriös erscheinende Berichterstattung gedeutet werden. Notwendig ist es hier zu untersuchen, inwiefern solche aufgrund des Genres vollzogenen ästhetischen Bewertungen in Abhängigkeit von Rezipientenmerkmalen stehen.
- Der Rahmenrand gibt hinsichtlich der Einordnung von Medienbotschaften als real oder fiktional, als authentisch oder gestellt etc. den Ausschlag gebenden Hinweis. Für Programm-Mischformen lässt sich daraus ableiten, dass redaktionelle Angaben darüber, ob Bilder authentisch oder gestellt sind, unerlässlich sind. Wie anhand der genannten Beispiele zum Realitäts- und Informationsgehalt gezeigt wurde, beeinflusst diese Angabe die Bewertung von Medienbotschaften maßgeblich mit. Gerade beim Infotainment scheint sie wichtig, da sein zwischen Informations- und Unterhaltungsgenre schwankender Gestaltungsstil klare Interpretationshinweise verwischt.
- Uneinheitlichkeiten zwischen Rahmenrand und innerer Schicht können ein Hinweis darauf sein, dass der vermeintliche Rahmen nicht korrekt ist. Besitzt jedoch die Informationsquelle resp. der Rahmenrand eine hohe Glaubwürdigkeit, so wird der erkennbare Bruch zugunsten der Quelle entschieden, was sich z. B. an jenen Untersuchungen zeigt, bei denen der Versuchsleiter für die Glaubwürdigkeit der Modulati-

onsangabe (real oder fiktional resp. gestellt) bürgte. Die Bewertung von Inhalten aufgrund der formalen Gestaltungsmittel ist in Konsequenz auch von der Seriosität der Rahmenangaben abhängig. Täuschungen allerdings kann der Zuschauer nicht innerhalb des Rahmens, sondern durch Einbezug außerhalb des Rahmens liegender Informationen aufdecken – was nicht nur auf notwendige Kompetenzen der Nutzer, sondern auch die Verantwortung der Produzenten verweist.

Literatur

- Aufenanger, Stefan (1996): *Lustige Gewalt?* München: Fischer.
- Aufenanger, Stefan (1996a): „Also manchmal denk’ ich, daß es gut wäre, wenn ich auch so kämpfen könnte – wie Kinder und Jugendliche Wrestling-Sendungen rezipieren. In: Bachmair, Ben/Kress, Gunther (Hrsg.): *Höllen-Inszenierung Wrestling*. Opladen: Leske + Budrich, S. 87 – 99.
- Bateson, Gregory (1981): *Ökologie des Geistes*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Born, Michael (1997): *Wer einmal fälscht ...* Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Buckingham, David (1996): *Moving images*. Manchester University Press.
- Faulstich, Werner (1981): *Radiotheorie*. Tübingen: Gunter Narr.
- Früh, Werner/Kuhlmann, Christoph/Wirth, Werner (1996): *Unterhaltsame Information oder informative Unterhaltung? Zur Rezeption von Reality-TV*. *Publizistik* 41, S. 428 – 451.
- Goffman, Erving (1993): *Rahmen-Analyse*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Göttlich, Udo/Nieland, Jörg-Uwe/Schatz, Heribert (1998): In: dies. (Hrsg.): *Kommunikation im Wandel*. Köln: Herbert von Halem, S. 7 – 19.
- Grimm, Jürgen (1993): *Vom wahren Schrecken*. *Medien praktisch* 17 (1), S. 22 – 26.
- Hömberg, Walter (1992): *Arthur Schütz – Person und Werk*. In: Schütz, Arthur: *Der Grubenhund* (hrsg. von Walter Hömberg): München: Reinhard Fischer, S. 9 – 30.
- Kepplinger, Hans Matthias (1992): *Ereignismanagement*. Zürich: Edition Interform.
- Koch, Peter-Ferdinand (1990): *Der Fund*. Hamburg: Facta Oblita.
- Mikos, Lothar (2000): *Big Brother als performatives Realitätsfernsehen*. In: *Big Brother*. Münster: LIT, S. 161 – 178.
- Mikos, Lothar (2001): *Rezeption und Aneignung*. In: Rössler, P./Hasebrink, U./Jäckel, M. (Hrsg.): *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung*. München: Reinhard Fischer, S. 59 – 72.
- Mukařovský, Jan (1970): *Kapitel aus der Ästhetik*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Pietraß, Manuela (2001): *Die Differenzierung medialer Wirklichkeiten bei der Bildrezeption*. In: Baum, Achim/Schmidt, Siegfried (Hrsg.): *Fakten und Fiktionen*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, S. 367 – 378.
- Pietraß, Manuela (2002): *Bild und Wirklichkeit*. Opladen: Leske + Budrich (im Druck).
- Schultheiss, Britta M./Jenzowsky, Stefan A. (2000): *Infotainment: Der Einfluss emotionalisierend-affektorientierter Darstellung auf die Glaubwürdigkeit*. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 48. Jg., Heft 1, S. 63 – 84.
- Schütz, Arthur (1996): *Der Grubenhund*. In: ders.: *Der Grubenhund* (hrsg. von Walter Hömberg). München: Reinhard Fischer, S. 31 – 105.
- Soeffner, Hans Georg (1989): *Auslegung des Alltags – Der Alltag als Auslegung*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Theunert, Helga/Schorb, Bernd (1995): *„Mordsbilder“*. Berlin: Vistas.
- Wagner, Hans (1996): *Das Fach-Stichwort: Das Grubenhund-Gesetz – Die Rationalität sozialer Orientierung*. In: Schütz, Arthur: *Der Grubenhund* (hrsg. von Walter Hömberg). München: Reinhard Fischer, S. 119 – 192.
- Wegener, Claudia (1994): *Reality-TV*. Opladen: Leske + Budrich.
- Willems, Herbert (1997): *Rahmen und Habitus*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Willems, Herbert (2000): *Medienproduktion, Medienprodukt und Medienrezeption*. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 48. Jahrgang, Heft 2, S. 212 – 225.
- Winter, Rainer (2000): *Die Hoffnung auf Sex. Zur Wirklichkeitskonstruktion in Big Brother*. Sonderheft der Zeitschrift *medien praktisch* Nr. 3, S. 61 – 66.

- Winterhoff-Spurk, Peter/Heidinger, Veronika/Schwab, Frank (1994): Reality TV. Saarbrücken: Logos-Verlag.
- Wirth, Werner (2000): Infotainment. In: Paus-Haase, Ingrid / Schnatmeyer, Dorothee / Wegener, Claudia (Hrsg.): Information, Emotion, Sensation. Bielefeld, S. 62 – 91.