

6. Situationalität

6.1 Zur Situation im Fernsehen

Bei dem Versuch von Fernsehtexten, sich auf ihre vermuteten Zuschauer auszurichten, taucht als eines der wichtigsten Probleme eine situationale Doppelbindung auf, in der die Kommunikation stattfindet. Eines der definierenden Kennzeichen audiovisueller Massenkommunikation besteht ja darin, dass nur in den audiovisuellen Texten von Film und Fernsehen dem Zuschauer eine textuelle Situation präsentiert wird, der Zuschauer sich aber gleichzeitig in einer komplett anderen Situation befindet.¹ Zwar gibt es viele andere Kommunikationsformen, bei denen Sprecher und Hörer sich nicht an einem raum-zeitlichen Ort befinden, wie insbesondere die Literatur², aber während die meisten Kommunikationsformen entweder in raum-zeitlicher Präsenz der Partner stattfindet, in einer gemeinsamen physischen Situation also (das gilt auch für das Theater, vgl. Rapps (1973) Überlegungen zum Theaterrahmen), oder, wie in schriftlicher Kommunikation, auf der Textseite überhaupt nicht von einer raum-zeitlichen Situation gesprochen werden kann, gibt es in Film und Fernsehen konkurrierende Situationen:³ Die im Studio bzw. in der fiktionalen Welt des Textes, und die Rezeptionssituation des Zuschauers. In den nicht-fiktionalen Texten des Fernsehens kommt noch erschwerend hinzu, dass der *performer* sich nicht nur in einer sozialen Situation im Studio befindet, er tritt vielmehr auch mit dem Zuschauer zu Hause in eine *face-to-face* Situation. Goffman (1981) hat den Sachverhalt zutreffend beschrieben:

„Finally, consider that whatever else an announcer does, he must talk to listeners who are not there in the flesh. Because talk is learned, developed, and ordinarily practiced in connection with the visual and audible response of immediately present recipients, a radio announcer

¹Wobei beide Situationen sogar als parallele Universen interpretiert werden können, wie im Film, wo Menschen aus der „Leinwandwelt“ bzw. der „Fernsehwelt“ überwechseln können in die Welt der Zuschauer, z.B. in *THE PURPLE ROSE OF CAIRO* oder *LADRI DI SAPONETTE*.

²Wolfgang Iser hat, ausgehend von der Sprechakttheorie, die Bedeutung der Situationalität innerhalb von Literatur hervorgehoben, verwendet den Begriff der Situation aber ohne den Versuch einer Präzisierung, vgl. (Iser 1990, S. 101ff).

³Ein anderer Fall ist das Telefonieren, hier sind die Partner aber gegenseitig unsichtbar; nur kleine Kinder pflegen auf telefonische Fragen mit Nicken oder Kopfschütteln zu reagieren.

must inevitably talk *as if* responsive others were before his eyes and ears. (Television announcers are even more deeply committed to this condition than are radio announcers.)“ (Goffman 1981, S. 241).

Das Verhältnis der vielfältigen situationalen Aspekte ist dabei in einer mehrfachen Weise gebrochen. Zwar spielt das physische Umfeld auf beiden Seiten eine erhebliche Rolle für die Kommunikation (*performer* operieren in physischen Räumen mit Gegenständen, interagieren mit Personen etc., Zuschauer befinden sich in bestimmten räumlichen Gegebenheiten und operieren mit Gegenständen aus diesen Räumen, wie der Fernbedienung¹), Sprecher und Hörer teilen aber eben nicht eine Situation. Daneben hat man es nicht nur mit zwei (oder, schließt man die Simulation einer *face-to-face* Situation ein, mit drei) verschiedenen sozialen Situationen zu tun, sondern auch mit der medialen Repräsentation von Situationen, wird die Studiosituation doch dem Zuschauer in Form einer Repräsentation zugänglich gemacht. Und schließlich ist die Studiosituation selbst bereits auf eine Repräsentation hin angelegt, es ist eine inszenierte Situation, die insofern von normalen *face-to-face* Situationen unterschieden ist.

Die komplexe situationale Lage führt zu Schwierigkeiten sowohl bei der Analyse als auch bei der Konstitution von Fernsehkommunikation: Innerhalb psychologischer, soziologischer, linguistischer und philosophischer Theorien ist die Ansicht *common sense*, dass Kommunikation und ihr Erfolg abhängen von der Situation, in der sie stattfindet oder stattfinden soll. Zwar sind die mit dem Situationsbegriff verbundenen Konzeptionen des zu untersuchenden Gegenstands in allen erwähnten Disziplinen insgesamt eher disparat, gemein ist ihnen aber die Annahme, dass kommunikatives Handeln nicht hinreichend beschrieben und verstanden werden kann mit dem bloßen Rekurs auf die verwendeten Codes oder Symbolsysteme, sondern dass der Erfolg des Handelns wesentlich davon abhängt, dass die Teilnehmer über so etwas wie eine gemeinsame Situation verfügen, relativ zu der kommunikatives Handeln erst entstehen kann. Dass diese Auffassung trotz ihrer allgemeinen Anerkennung bisher kaum Eingang in die Theorie der Massenkommunikation gefunden hat, mag daran liegen, dass der Situationsbegriff in der Regel nur im Zusammenhang mit *face-to-face* Situationen diskutiert wird und demzufolge zumin-

¹Worauf der Fernsehtext wiederum Bezug nehmen kann. Zur Olympiade '96 wurde die aktuelle Frage des ARD-Olympiaquiz jeweils dadurch beendet, dass die Fragestellerin mit einer „Fernbedienung“ in die Kamera „zappte“ und damit das Fernsehbild kurzzeitig auf ein Schwarzbild „schaltete“.

dest nicht direkt auf mediale Kommunikation anzuwenden ist.¹ Nicht nur, dass unklar ist, relativ zu welcher Situation kommunikative Handlungen interpretiert werden sollen, das Axiom geht ja viel weiter: Die Kommunikation ist zu interpretieren (oder zu verstehen) relativ zu der gemeinsamen Situation der Kommunikationsteilnehmer, und worin die bestehen könnte, bzw. wie es dem Fernsehtext gelingt, so etwas herzustellen, muss geklärt werden.

Obwohl Film und Fernsehen die Ausgangssituation verdoppelter Situationalität teilen, stößt man auf konträre Einschätzungen über die dadurch bedingten Rezeptionsprozesse. In der Filmtheorie wird häufig davon ausgegangen, dass der Zuschauer imaginativ seine Situation des ‚Im-Kino-seins‘ verlasse und irgendwie (vielleicht per Identifikation, s.o. Kapitel 4.2.6) auf die Leinwand in eine fiktionale Welt wandere, oder es wird behauptet, die Rezeptionssituation im verdunkelten Kinoraum selbst sei als ein Akt der Regression *conditio sine qua non* von Filmrezeption. In beiden Fällen gilt die fiktive Welt des Filmgeschehens als primärer Bezugspunkt, an den sich der Zuschauer anzupassen hat.²

Innerhalb der Fernsehtheorie hat das Thema explizit kaum Aufmerksamkeit gefunden - in soziologischen Studien zur tatsächlichen Nutzung des Fernsehens innerhalb sozialer Situationen ist der logische Ausgangspunkt die Situation der Rezipienten³, auch dann, wenn (wie in der Filmtheorie) von fiktionalen Formen die Rede ist.⁴

Das Fehlen einer Situationstheorie des Fernsehens macht sich besonders in linguistischen Studien zu Gesprächen im Fernsehen bemerkbar. Dort ist häufig von in-

¹Bisher gibt es nur wenige Versuche, das Konzept von Situationalität auch für Fernsehen nutzbar zu machen (s.u. Kapitel 6.3).

²Derartige Thesen sind allerdings zweifelhaft. Zwar ließe sich der verdunkelte Kinoraum als Versuch beschreiben, die Zuschauersituation durch weitgehenden Informationsentzug zu löschen, dagegen spricht jedoch die Tatsache, dass ‚Kinobesuch‘ in der Regel eine in Gruppen ausgeübte soziale Tätigkeit ist, dass ‚im Kino sein‘ selbst eine spezifische Art der Situation darstellt.

³Für einen Überblick über die rezeptionszentrierten Konzepte von ‚Situation‘ vgl. Neumann & Charlton (1988) sowie Fritz (1991). Mikos (1994) weist auf die mehrfache Ausbildung von ‚Situationalität‘ hin, vgl. (Mikos 1994, S. 137ff), hebt aber auch primär auf die Rezeptionssituation der Zuschauer ab (ebd., S. 41ff).

⁴Eine interessante Ausnahme stellt Dayan & Katz‘ (1992) Studie zu den ‚media events‘ dar. Die Autoren sprechen zwar nicht explizit über Situationalität, ihr Konzept lässt sich jedoch so interpretieren, dass ‚media events‘ eine spezifisch mediale Version für die Erzeugung einer gemeinsamer Situation von medialen *performern* und Zuschauern darstellt.

einander verschachtelten „Gesprächskreisen“ gesprochen worden: So trennt Petter-Zimmer (1990, S. 41) „Außenkommunikation“ von „Binnenkommunikation“, Burger & Imhasly (1978, S. 91ff) untergliedern in „sendungsinterne“ und „-externe“ Kommunikationssituationen, Burger (1990, S. 44) spricht von „Primär-“ und „Sekundärsituation“, Linke (1983, S. 42ff) geht von einem „inneren“ und einem „äußeren“ Kommunikationskreis aus. Garaventa (1993, S. 79f) differenziert drei Ebenen der Kommunikation (im Studio auf der Bühne, zwischen Bühne und Saalpublikum sowie zum Heimzuschauer). Alle diese Studien nutzen den Begriff der Situation als Hintergrund ihrer Analysen, ohne seine Verwendbarkeit in einer Fernsehtheorie zu diskutieren.

Den im Blick auf die Situationalität wichtigsten Entwurf stellt Dieckmanns (1981, 1982) These von der trialogischen Struktur des Fernsehens dar. Er hat vorgeschlagen, öffentliches politisches Sprechen (wie es z.B. im Fernsehen vorliegt) als „trialogische“ Kommunikation zu interpretieren, an der außer den Beteiligten auf der Bühne auch die Zuschauer als Kommunikationsteilnehmer mitwirken. „Triialogisch“ wird zunächst in Anlehnung an *face-to-face* Situationen dreier Kommunikationspartner bestimmt, wobei der jeweilige Sprecher in seinen beiden Zuhörern einen „doppelten Adressaten“ (Dieckmann 1981, S. 266) habe. Ausgangspunkt war die Kritik, dass häufig so getan würde, „als sei die Debatte zwischen den Abgeordneten und sogar das Gespräch zwischen Interviewer und Interviewten zunächst einmal etwas, was von sich aus stattfindet und was zusätzlich ‚übertragen‘ wird oder auch nicht“ (Dieckmann 1981, S. 269, vgl. auch 1982, S. 71f). Statt dessen müsse man aber annehmen, dass „der Öffentlichkeitsbezug ein konstitutiver Faktor für das Ereignis selbst ist“ (Dieckmann 1981, S. 269).

Mit dem Modell des „Triialogischen“ scheint zunächst genau die hier eingeforderte gemeinsame Kommunikationssituation skizziert zu sein. Leider hat Dieckmann über das Schlagwort des „Triialogischen“ hinaus das Wesen derartiger Situationen nicht beschrieben. Statt dessen kam er selbst bei dem Versuch, seine triialogische Struktur am Beispiel nachzuweisen, zu dem Ergebnis, dass die Interaktanten sich „primär am Partner der Binnenkommunikation“ orientierten (Dieckmann 1982, S. 66), und hat die (situationale) These des „Triialogischen“ de facto verworfen:

„Der zuhörende Dritte, die Teil- oder Massenöffentlichkeit, hat die ausgeprägte Tendenz, von seiner eigenen Rolle in der triialogisch strukturierten Kommunikationsbeziehung abzusehen und die Kommunikation zwischen den Teilnehmern der Binnenkommunikation als et-

was zu betrachten, was unabhängig von ihm besteht und was er nur sekundär als Zuschauer betrachtet“ (ebd., S. 67).

Das „Trialogische“ wird zu einer Eigenschaft, die von Zuschauern und Machern gerade nicht beachtet wird, die so tun, als liege eben doch eine „normale“ dialogische Situation vor. Wilhelm (1995) hat angemerkt, dass die Feststellung des Trialogischen „mittlerweile zum Allgemeingut jeder Untersuchung von Mediendialogen“ gehöre und deshalb „nicht gerade als revolutionäre Entdeckung zu gelten“ habe (Wilhelm 1995, S. 62). Wenn das auch für die trivialisierende Rezeption der Idee (der auch Wilhelm selbst folgt) zutrifft, so ist doch zu betonen, dass mit dem formalen Modell des Trialogischen eigentlich eine Situationstheorie des Fernsehens angelegt ist, die den Zuschauer als Kommunikationspartner ernst nimmt.

6.2 Zur doppelten Situationalität des Fernsehens

Die insgesamt kaum überschaubare Literatur zur Situationstheorie verwendet den Begriff der Situation sehr unterschiedlich.¹ Insbesondere ist unklar, ob bzw. in welchem Maße die gemeinsame Situation den Teilnehmern vorgegeben ist, oder von ihnen erst hergestellt wird, und in welcher Weise sie im letzteren Falle hergestellt wird. Offen ist also, ob es eher darum geht, die Abhängigkeit der kommunikativen Handlungen von den sie umgebenden Situationen (im alltagssprachlichen Sinne des Wortes) zu studieren, oder darum, dass es innerhalb der kommunikativen Handlungen notwendig ist, eine gemeinsame Kommunikationssituation erst zu installieren. Folgt man Habermas (1988b), so gilt, dass „sich Interaktionsteilnehmer stets in einer Situation äußern, die sie, soweit sie verständigungsorientiert handeln, *gemeinsam* definieren müssen“ (Habermas 1988b, S. 185). Dabei „bedeutet jede neue Äußerung einen Test: entweder wird die vom Sprecher implizit vorgeschlagene Definition der Handlungssituation bestätigt, modifiziert, teilweise suspendiert oder überhaupt in Frage gestellt“ (ebd., S. 185f). Dijk (1981) definiert dagegen:

„Intuitively, a context is the linguistically relevant set of characteristics of a communicative situation, the latter being the state of affairs in which communicative events ,in' natural language take place“ (Dijk 1981, S. 30-31).

¹Diese Literatur zum Thema ‚Situation‘ will ich nicht im Einzelnen diskutieren, sondern nur auf einen grundlegenden Aspekt verweisen, die für unsere Fragestellung zentral ist.

An anderer Stelle bestätigt er dieses Verständnis von ‚Situation: ‚The notion of ‚context‘ is both a theoretical and a cognitive *abstraction*, viz. from the actual physical-biological-etc. *situation*“ (ebd., S. 222). Ebenso nimmt Lyons (1977) an:

„The conceptual framework within which we organize and describe our perceptions of the physical world, whatever language we speak, is one in which we can identify, not only states-of-affairs of shorter or longer duration, but also events, processes and actions. There is, unfortunately, no satisfactory term that will cover states, on the one hand, and events, processes and actions, on the other. We will use the term *situation** for this purpose“ (Lyons 1977, S. 483).

Andere Ansätze rekurrieren auf beide Facetten von ‚Situation‘, so referiert Krotz (1996) einige Grundvorstellungen des Symbolischen Interaktionismus:

„Dabei darf der Schlüsselbegriff der *Situation* natürlich nicht einfach als das tatsächlich beobachtbare aktuelle Setting mißverstanden werden, sie ist nicht nur um das hier und jetzt vorhandene. Vielmehr läßt sich die jeweilige Situation als ein strukturiertes Ganzes aus all dem begreifen, was für den Akteur von Bedeutung ist [meine Hervorhebung, K.H.]“ (Krotz 1996, S. 74f).

Ebenso hatte schon Alfred Schütz die Situation doppelt bestimmt, als „auferlegt“ und als „veränderbar“ (vgl. Schütz & Luckmann, S. 148ff). Für den vorliegenden Zusammenhang ist es notwendig, beide Aspekte von ‚Situation‘ zu berücksichtigen, aber auch auseinanderzuhalten,¹ zumal deswegen, weil diese ‚Situationen‘ im Falle des Fernsehens tatsächlich auseinanderfallen: Die dem Zuschauer präsentierte Studiosituation ist ihm ja in der extremen Weise vorgegeben, dass er keinerlei Einfluss auf sie oder ihren Fortgang nehmen kann. Das, was dem Zuschauer auf dem Bildschirm gegenübertritt, ist gleichzeitig in einer extremen Form eine Konstruktion, zum einen deswegen, weil er seine Informationen über die Studiosituation

¹Barwise & Perry (1983) sowie Barwise (1986) haben in ihrer Situationssemantik vorgeschlagen, zwischen dem „Situationstyp“ und der einzelnen, real auftretenden Situation zu trennen. Zwar sind die Gründe für ihre Abgrenzung (es geht um eine Theorie der Bedeutung von Handlungen in Situationen) für unser Thema nicht von Belang, die Unterscheidungsdimension selbst entspricht jedoch der zwischen Situationen als vorgefundenen Mustern und als erst zu definierenden Einheiten. Situationen zeichnen sich dadurch aus, dass sie gleichzeitig einer ganzen Reihe von Situationstypen angehören können - je nach Interpretation, Betrachtungsweise oder Perspektive der Teilnehmer. Die Literatur zur Situationssemantik werde ich nicht weiter berücksichtigen, für eine umfangreiche Bibliographie vgl. Barwise (1989).

durch Bilder von einzelnen Kameras aus verschiedenen Perspektiven erhält, die erst in ein Gesamtbild der Situation zusammengefügt werden müssen.¹ Zum anderen aber auch deswegen, weil häufig Situationen in dem Sinne konstruiert werden, dass für sie kein Vorbild im abgebildeten Raum besteht. So wurde im 45. INTERNATIONALEN MUSIKWETTBEWERB (13.10.96) ein Konzert für zwei Klaviere in der Weise in Szene gesetzt, dass beide Klaviere im Bild verschmolzen wurden - in einem Splitscreen saßen sich die beiden Pianisten gegenüber, zwischen sich zwei Klavier-Torsi. Nur auf den ersten Blick ist das ein extremes und seltenes Beispiel. Tatsächlich haben Fernsehtexte die ausgeprägte Neigung, Situationen zu konstruieren, was sich nicht zuletzt in der Notwendigkeit zeigt, dass in nachträglich zusammengeschnittenen Interviews signalisiert werden muss (sei es durch *jump cuts*, sei es durch Einfügung von Schwarz- oder Weißbild), dass es sich bei dem Interview (ausnahmsweise) nicht um eine zusammenhängende Interaktion handelt. Hier wird die Konstruktion einer ununterbrochenen Situation verhindert. Zahlreiche satirische Texte verwenden derartige Situationskonstruktionen, indem sie nicht zusammengehöriges Bildmaterial zusammenschneiden - so, dass z.B. der Verteidigungsminister stolpert, wenn Dieter Hallervorden niest (HALLERVORDENS SPOTT-LIGHT, 11.12.97).²

6.3 Entwürfe einer Situationstheorie des Fernsehens

Einen der wenigen situationstheoretischen Entwürfe für Fernsehkommunikation hat Wulff (1994b) vorgelegt; er geht davon aus, „daß es zu den Charakteristika der Fernsehkommunikation gehört, *soziale Situationen* abzubilden und aufzubauen, in die der Zuschauer als systematischer Adressat des Fernsehens strukturell integriert ist“ (Wulff 1994b, S. 187). Auch er greift also auf einen Situationsbegriff zurück, der sowohl Situationen als vorgegebene Einheiten (die man abbilden kann) als auch Situationen als kommunikative Konstruktionen (die in der Kommunikation aufgebaut werden) umfasst, und beschreibt die doppelte Situiertheit von Fernsehtexten folgendermaßen:

„Situationalität ist dabei in einem doppelten Sinne zu verstehen: (1)
Zum einen steht der Text in einer Kommunikationssituation, ist ein
Kommunikat, das Sprecher und Adressaten notwendig immer mit um-

¹Wobei ich offen lassen will, in welchem Maße eine Aktivität des Zuschauers notwendig ist, und in welchem Maße die konstruierte Situation vorgegeben wird.

²Zur Konstruktion von Situationen vgl. auch Kapitel 6.10.

faßt; und (2) zum anderen bildet der Text ein eigenes ‚Zeigfeld‘ aus (wollte man einen Begriff aus der Sprachtheorie Karl Bühlers bemühen), trägt also selbst gewisse Eigenschaften der Situation“ (ebd., S. 188).

Wulff nimmt ‚Situationalität‘ in diesem doppelten Sinne als Ausgangspunkt seiner Überlegungen und versucht, davon ausgehend eine „Hierarchie von situationalen Rahmen“ (ebd.) innerhalb von Fernsehkommunikation zu beschreiben. Im einzelnen nennt Wulff das „Gesamtprogramm“ als institutionellen Rahmen, eine „textuelle Situation“, in die der Zuschauer einbezogen ist, sowie die Studiosituation, die weiter ausdifferenziert wird. Da Wulff der Frage nach der „sozialen Struktur“ (ebd., S. 190) von Fernsehshows nachgehen will, richtet sich sein Interesse vornehmlich auf die dritte Ebene, auf eine Beschreibung der Studiosituation mit Blick auf den Zuschauer.

Ein anderes Modell hat Joshua Meyrowitz¹ vorgelegt. In einer Arbeit über Erving Goffman mit dem Titel „Redefining the situation“ schlägt er vor, die bisher an „physical settings“ gebundene Situationstheorien zu verallgemeinern und ‚Situation‘ als „a given pattern of access to social information, a given pattern of access to the behavior of other people“ (Meyrowitz 1990a, S. 89) zu verstehen. Meyrowitz verweist darauf, dass „this wider view of situations is especially relevant to the study of electronic media because such media have tended to diminish the differences between live and mediated interaction. The speech and appearance of others are now accessible without being in the same physical location. The widespread use of electronic media leads to many new social situations“ (ebd.). Meyrowitz’ Hinweis auf den zentralen Gesichtspunkt des Informationszugangs für Zuschauer scheint zunächst geeignet, der Problematik doppelter Situationalität aus dem Wege zu gehen; Meyrowitz verzichtet jedoch auf eine genauere Diskussion eines für den Fall des Fernsehens verwendbaren Situationsbegriffs. Insbesondere übersieht er, dass Fernsehkommunikation ja durchaus innerhalb von „physical settings“ stattfindet, die, anders als in der Literatur, eine entscheidende Rolle bei der Textkonstitution spielen - es ist möglich, mit den verschiedenen „physical settings“ von Text und Zuschauer zu operieren. Der Zuschauer kann aufgefordert werden, mit seinem

¹Schon Meyrowitz (1987, 1990b) hatte ausführlich über Situationalität gesprochen, dort ging es ihm aber mehr um die Veränderung sozialer Gegebenheiten durch Fernsehen bzw. Medien: „I will show how contextual principles illuminate the influence of media on behavior“ (Meyrowitz 1990b, S. 68).

Sessel etwas näherzurücken („kommen sie ruhig näher [...] da ha'm wir schon den Platz“, (VERSTEHEN SIE SPASS, 17.10.92), sich an gymnastischen Übungen zu beteiligen usw. Vor allem aber geht Meyrowitz von der irrigen Annahme aus, dass „watching television is somewhat like watching people through a one-way mirror in a situation where the people know they are being watched by millions of people in isolated cubicles“ (Meyrowitz 1990a, S. 90, vgl. auch 1987, S. 39). Seine These impliziert gleich drei falsche Ausgangspunkte: Sie setzt voraus, dass eine „neutrale“ audiovisuelle Abbildung sozialer Ereignisse denkbar sei, eine Ansicht, die trotz zahlreicher Richtigstellungen¹ immer weiter verbreitet wird. Sie setzt außerdem voraus, dass Fernsehen Situationen lediglich abbilde, in Wirklichkeit hat Fernsehen aber auch die Option, Situationen zu konstruieren (s. o.). Schließlich geht sie davon aus, die abzubildende Studiosituation sei eine ganz „normale“ soziale Situation. Meyrowitz berücksichtigt zwar immerhin, dass die Situationsteilnehmer sich ihres Beobachtetseins bewusst sind, vergisst aber, dass auch die Situation selbst auf ihre mediale Abbildung hin angelegt ist - es handelt sich in der Regel um eine inszenierte Situation. Belege dafür findet man, wenn man die Methode der „investigation of the normal through the abnormal“ (Wootton & Drew 1988, S. 7) anwendet: Bei solchen Sendungen, die die Inszenierung der Studiosituation auf die Abbildung hin unterlassen. Ein extremes Beispiel hierfür stellte die groteske Sofasituation in BEST OF PULSIV (20.07.96, 27.07.96) dar. Moderatorin und Gast interagierten exklusiv einander zugewandt, wobei vom Gesicht der Moderatorin meist nichts zu sehen war - es wurde von ihren Haaren verdeckt. Erst am Ende wendete sie sich in die Kamera. Ähnliches lässt sich häufig bei nicht-professionellen Ko-Moderatoren in Sportübertragungen beobachten: Sie geraten aus der inszenierten Gesprächssituation in eine eher private. Ein außergewöhnliches Beispiel hierfür stellte eine Übertragung von der rhythmischen Sportgymnastik am 04.08.96 in der ARD dar. Die komoderierende aktive Sportlerin bestach durch anzügliche Bemerkungen zum Moderator („Die [Sportlerin] gefällt dir doch jetzt bestimmt auch“).

6.4 Profilmische und afilmische Situationen

Um in dem komplexen Feld von Situationen und ihren audiovisuellen Repräsentationen zu einer trennscharfen Terminologie zu kommen, ist es nützlich, auf einen

¹Vgl. zuletzt Metz (1997, S. 146), audiovisuelle Formen reflektieren immer auch zumindest eine bestimmte Perspektive auf das abzubildende Geschehen.

Vorschlag zurückzugreifen, den der französische Filmwissenschaftler Etienne Souriau für die Filmtheorie formuliert hat.¹ Er differenziert zwischen der „réalité afilmique“ und der „réalité profilmique“:

„Tout ce qui s’y trouve, en tant qu’il s’y trouve, indépendamment ou abstraction faite de toute activité cinématographique, je l’appelle réalité ‘afilmique’“ (Souriau 1951, S. 234).

„Tout ce que je vois sur l’écran (même un dessin animé) a été créé par la photographie d’un objet réel, physique, extérieur à la caméra: et c’est cet objet que j’appelle profilmique (en jouant sur les deux acceptations du latin *pro*: pour, et: en face de)“ (ebd., S. 235).

Übertragen auf das Konzept der Situation ließe sich also sagen: Es gibt eine afilmische Studiosituation, die unabhängig davon, dass sie durch das Medium repräsentiert wird, vorgegeben ist, und eine profilmische, die auf ihre mediale Repräsentation hin angelegt ist. Die Unterscheidung beruht dann eben auf der Differenz zwischen einer vorfindlichen, ohne die Repräsentation sinnvollen Situation, und einer erst für den Zweck der medialen Abbildung hergestellten Situation. Dass es bei dem Begriff des profilmischen um den Gedanken des „in Szene setzen“ geht, wird nicht zuletzt dadurch deutlich, dass die Kamera zum Bereich des profilmischen gehört - „la caméra en particulier, et c’est important, est du domaine profilmique“ (Souriau 1951, S. 236) - obwohl sie nicht auf der Leinwand zu sehen ist: Sie gehört eben zu der inszenierten Situation.² Diese Interpretation folgt zwar nur einem Aspekt von Souriaus Definition, die in sich nicht ganz klar ist. Auf der einen Seite ist alles, „wat zich voor de camera bevonden heeft en sporen heeft achtergelaten op de filmstrook, [is] profilmisch“, so definiert Kessler (1991, S. 107) Souriaus Begriff. Auf der anderen Seite besteht auch die Möglichkeit, das afilmische abzubilden, für Souriau liegt darin das Wesen des Dokumentarfilms, der Dokumentarfilm „se définit comme image d’une réalité prise dans l’univers afilmique“ (Souriau 1951, S. 234). Kessler (1991) schlägt daher vor, den Konflikt durch die Annahme aufzuheben, dass „profilmisch worden is een mogelijke kwaliteit van het afilmische“ (1991, S. 107). Für einen fernsehtheoretischen Zugriff ist es aber nütz-

¹Wulff (1993a, S. 122) hat zu Recht angemerkt, dass eine entsprechende Untergliederung auch für Fernsehtexte notwendig ist.

²Dabei ist zu betonen, dass es nicht um die Inszeniertheit der Situation überhaupt geht, sondern nur um die Inszenierung zum Zwecke der medialen Abbildung.

licher, das profilmische in obigem engeren Sinne zu verstehen und nur den speziellen zweiten Teil der Definition Souriaus zu verwenden:

„*Profilmique*. - A dire de toute réalité objective offerte à la prise de vues, et particulièrement de ce qui est spécialement créé ou aménagé en vue de cette prise de vues [meine Hervorhebung]” (Souriau 1951, S. 140).

Eine solche Auffassung des Profilmischen ist deswegen angemessen, weil im Fernsehen das Verhältnis zwischen der dem Zuschauer präsentierten Situation und der afilmischen und profilmischen Studiosituation zusätzliche Dimensionen hat:

1. Man kann im Falle des Fernsehens, anders als beim fiktionalen Film, die afilmische Studiosituation nicht vernachlässigen, zum einen deswegen, weil im Fernsehen vielfach profilmische Situationen in afilmische eingebettet sind, im Fernsehbild sind dann Teile beider Situationen zu sehen, wie in Interviews auf der Straße oder im Stadion. Zum anderen, weil in den meisten Studiosituationen immer wieder auch die afilmische Studiosituation abgebildet wird - Zuschauer, die sich miteinander unterhalten, geraten ins Bild, aus dem Off werden Faxen ins Bild gereicht oder es wird mit Personen außerhalb des Blickfeldes der Kamera interagiert (beides in ANRUF GENÜGT, 11.11.96), aus dem Off ist die Stimme der Regie zu hören usw. Die Differenz zwischen fiktionalem Film und Fernsehen liegt darin begründet, dass alles, was im fiktionalen Film im Bild zu sehen ist, als profilmisch interpretiert wird, also als etwas, was zum Zwecke der Abbildung hergestellt wurde.¹ Im Fernsehen dagegen spielt auch die Abbildung afilmischer Situationen eine große Rolle.

2. Darüber hinaus gibt es immer wieder Interaktionen zwischen pro- und afilmischer Situation. Ihnen begegnet man in den täglichen Talkshows, in den Single- und Shows, besonders aber in Formen wie BITTE MELDE DICH! oder NUR DIE LIEBE ZÄHLT. So kann die inszenierte profilmische Situation plötzlich in eine afilmische umschlagen, zum Beispiel wenn ein Gast in der Talkshow ein für die profilmische Situation unangemessenes Verhalten an den Tag legt. Oder das Verhalten von Kandidaten gehört gleichzeitig in afilmische und profilmische Situationen. Das extremste Beispiel ist wohl NUR DIE LIEBE ZÄHLT, wo der Versuch, den verlorenen Partner zurückzugewinnen, für die Kamera inszeniert und direkt an den Partner gerichtet ist. Das Wesen derartiger Showkonzepte liegt augenschein-

¹Wenn etwas im Bild auftaucht, was nicht hineingehört, spricht man von einem Fehler, zum Beispiel, wenn das Mikrofon zu sehen ist.

lich darin, dass die Inszeniertheit der profilmischen Situation überhaupt erst die Option herstellt, mit dem Partner in eine Interaktion einzutreten, die ohne das mediale Umfeld nicht oder nur schwer zu erzielen wäre - wer seine Angebetete in einer Eishockeyhalle vor zigtausend Menschen ausrufen lässt (NUR DIE LIEBE ZÄHLT, 19.01.98), hat zweifellos größere Aussichten auf Aufmerksamkeit als in allen vorstellbaren „natürlichen“ Situationen.

Die profilmische Situation kann auch zu Störungen in der afilmischen führen, auch wenn das seltener im Fernsehen zu sehen ist: „Sie haben auch gedacht, sie haben ‘n guten Platz“ sagt Jürgen von der Lippe plötzlich von der Kamera weg und unterbricht damit seine Einführung des TED in GELD ODER LIEBE (09.10.93). Erst danach wird der Kontext für die Fernsehzuschauer hergestellt - „kann das ‘mal einer zeigen, wie die arme Frau da sitzt“, dem folgt eine Einstellung auf den von der Kamera bedrängten Gast. Hier wird (ausnahmsweise) die Auswirkung der profilmischen Kamera auf die afilmische Situation präsentiert.

3. Schließlich ist aber auch das Verhältnis von profilmischer Situation und ihrer Repräsentation alles andere als unproblematisch, weil für den Heimzuschauer vielfach situationale Eigenschaften hergestellt werden, die in der profilmischen Situation nicht vorliegen, oder ihm Tatsachen vorenthalten bleiben, die konstituierend für die profilmische Situation sind. Man kann sich den Sachverhalt noch einmal an der These des Einwegspiegels verdeutlichen: Während im Falle des Einwegspiegels Beobachter und Beobachtete identische visuelle und akustische Informationen über die Situation erhalten, sind im Falle des Fernsehens den im Studio Anwesenden zahlreiche Informationen zugänglich, die dem Zuschauer entgehen (nicht nur die Kamera selbst, sondern auch der gesamte Raum dahinter), und der Zuschauer erhält Informationen, die im Studio unsichtbar sind, durch Nahaufnahmen, Wiederholungen per Zeitlupe etc. Profilmische Situation und ihre audiovisuelle Abbildung fallen also auseinander.¹

Gerade in Hinsicht auf diesen Sachverhalt sind die oben erwähnten linguistischen Analysen zweifelhaft. Meistens wird der Unterschied zwischen der Studiosituation und ihrer Repräsentation gar nicht beachtet, oder es wird, wie bei Garaventa (1993), die Differenz im Sinne eines bloßen Derivats beschreiben - die Repräsentation

¹Das gilt zwar auch für den Film, aber anders als im Falle des Fernsehens beschränkt das Profilmische im Film seine Bedeutung auf die Funktion, abgebildet zu werden, während im Fernsehen die inszenierte Studiosituation auch eine soziale Situation ausbildet.

tion bilde „nur Ausschnitte“ (Garaventa 1993, S. 86) und sei eine „Manipulation“ (ebd., S. 87). Die falsche Analyse kulminiert dann in einer moralisierenden Tendenz:

„Es wäre wertvoll, wenn die Kamera etwa zur Moderation des Showmasters ab und zu einen Zuschauer aus dem Saalpublikum oder einen Kandidaten, dessen Auftritt bevorsteht, zeigen würde“ (Garaventa 1993, S. 89).

Wenn man das Profilmische als das für die Repräsentation Inszenierte abgrenzt vom Afilmischen, so ist zu beachten, dass die Unterscheidung auf eine Intentionalitätsannahme zurückgreift, und demzufolge in zwei Aspekte zu unterscheiden ist: Das, was in der Rezeption als intentional unterstellt wird, und das, was in der Studiosituation tatsächlich als Inszenierung geschieht (die Markierungen für die Sprecherposition auf dem Boden, Anweisungen an das Studiopublikum etc.). Man kann folglich den Status des Pro- bzw. Afilmischen als Lektürewesen¹ oder als Texteigenschaften verstehen. Ich werde mich auf letzteres beschränken, denn die Frage, welche Elemente in der Rezeption als afilmisch oder profilmisch verstanden werden, lässt sich nur empirisch klären. Für die Kommunikatoren spielt der Gegensatz von profilmischer und afilmischer Situation jedenfalls durchaus eine Rolle. So besteht in den täglichen Talkshows und Gameshows, aber auch in den großen Shows das Risiko, vom (afilmischen) Studiozuschauer zu einem Teilnehmer an der profilmischen Situation zu werden - Johannes B. Kerner kommentierte seine Integration einer Zuschauerin in die profilmische Situation einmal mit den Worten: „Igit, jetzt bin ich im Fernsehen“, (KERNER, 18.11.96).

Und wenn Zuschauern auffällt, dass sie von der Kamera aufgenommen werden, pflegen sie häufig mit Winken oder anderen inszenierten Reaktionen ihre afilmische in eine profilmische Situation zu transformieren. Ein Beispiel dafür war zur Olympiade 1996 immer wieder zu beobachten. Im Bild befindliche Zuschauer winkten, aber nicht an die Kamera gerichtet, sondern zur Videowand im Stadion, auf der sie zu sehen waren; die falsche Richtung, die die Akteure auf der Wand selbst sehen konnten, wurde dabei nicht korrigiert. Wie schwierig ein Wechsel von der afilmischen in die profilmische Situation für Studiogäste sein kann, zeigt sich immer wie-

¹Ein afilmische Lektürewesen würde dann ungefähr Odins (1990) dokumentarisierender Lektüre entsprechen: „Es genügt dafür [für eine dokumentarisierende Lektüre, d. Verf.] beispielsweise, daß der Leser [...] entscheidet, die Ausstattung, die gezeigt wird (ebenso wie die reale Umgebung), für einen realen Enunziator zu halten“ (Odin 1990, S. 131).

der darin, dass viele Zuschauer den Wechsel zwischen pro- und afilmischer Situation nicht realisieren. In *GLÜCKSRAD* ist regelmäßig zu beobachten, dass Kandidaten ihren neuen Status nicht bemerken, und mit dem Rest des Publikums für die eigene Leistung applaudieren, als wären sie immer noch im Zuschauerraum. Dasselbe lässt sich immer wieder in *WETTEN DASS...?* feststellen, wenn die Saalkandidaten sich auf der Bühne in eine Art „Mentalreservation“ (Kaczmarek 1993, S. 75) zurückziehen, vgl. z.B. am 27.02.88. Auffallend ist, dass es immer wieder Zuschauer sind, die die Inszeniertheit ihres Verhaltens reflektieren, während *performer* (wie manche Fernsehtheoretiker und Kritiker) zuweilen versuchen so zu tun, als handle es sich um „natürliche“ Situationen, die lediglich abgebildet werden. In *NUR DIE LIEBE ZÄHLT* (26.05.96) wird das Auftreten des Moderators (mit dem Videoband in der Hand) vom Kandidaten mit den Worten kommentiert: „Ich weiß, was das ist“ - ich weiß Bescheid, was vorgeht, das ist ein Fernsehauftritt usw. Der Moderator weist seine Interpretation mit den Worten zurück: „Das ist eine Videokassette“. Ähnlich lässt sich auch das obige Beispiel (S. 107) der missglückten Liebeserklärung interpretieren: Der Kandidat weiß, dass er im Fernsehen ist und daher nicht in die Kamera seiner Freundin eine Liebeserklärung abgeben kann, der Moderator aber tut so, als befände man sich in einer afilmischen Situation.

6.5 Zur Repräsentation von Situationen

Wenn man die Studiosituation in der vorgeschlagenen Weise in profilmische und afilmische Aspekte auflöst, bleibt die Frage nach dem Verhältnis der so verstandenen Studiosituation und ihrer medialen Repräsentation.

Kaczmarek (1993) hat in seinem diskursanalytischen Beitrag zur Fernsehtheorie vorgeschlagen, im Bezug auf Fernsehen mit dem Begriff der „Repräsentationssituation“ zu operieren:

„Ich möchte den Begriff der Situationalität [sic], so wie ihn Hans J. Wulff (1993) [i.e. Wulff (1994b), K.H.] vorgestellt hat, erweitern zu einem Begriff der Repräsentationssituationalität und damit andeuten, daß insbesondere die Spielsituation, die ja auf die Wertschätzung rahmenbezogener körperlicher und kognitiver Fähigkeiten abzielt, mit den herkömmlichen Begriffen und Kategorien von Information und Kommunikation nicht ausreichend faßbar ist“ (Kaczmarek 1993, S. 69).

Leider wird bei Kaczmarek nicht ganz klar, was genau unter Repräsentationssituation zu verstehen ist - einerseits ist damit die Situation im Studio (die „Spielsituation“) gemeint (ebd., S. 69), andererseits soll die Repräsentationssituation aber unterschieden werden von einer „echten“ Kommunikationssituation (ebd.), demnach wäre die Repräsentationssituation nicht die Studiosituation (die ja ganz eindeutig eine echte Kommunikationssituation darstellt, wie Kaczmarek selbst annimmt, vgl. S. 72), sondern die mediale Repräsentation der Studiosituation. Die Schwierigkeit entsteht dadurch, dass Kaczmareks Augenmerk sich (ebenso wie das bei Wulff 1994b) auf die Analyse der Studiosituation richtet, sein Ausgangspunkt ist die Annahme, dass es bei einer Show wie WETTEN DASS...? nicht um dem „Sprechakt des Wettens selbst, sondern das Wetten-lassen, also eine immer schon abgeleitete, inszenierte, repräsentierende und repräsentierte Sprechhandlung“ (Kaczmarek 1993, S. 67) gehe. Kaczmarek setzt also den Begriff der Repräsentationssituation schon auf der Ebene der Studiosituation an, und übersieht, dass dann eine zweite Ebene von Repräsentationssituation anzunehmen wäre, nämlich die dem Heimzuschauer repräsentierte Situation.

Das Verhältnis zwischen der Studiosituation und der dem Zuschauer (re)präsentierten Situation zu beschreiben, scheint die zentrale Aufgabe für eine Situationstheorie des Fernsehens zu sein. Zum einen besteht für die Analyse von Fernsehtexten immer wieder die Gefahr, die Studiosituation mit der repräsentierten Situation zu verwechseln, zum anderen stellt sich die Frage, wie Fernsehtexte in dieser komplizierten Lage verfahren.

6.6 Rahmen

Eine sehr nützliche Terminologie, die geeignet ist, mit dem beschriebenen Sachverhalt umzugehen, hat der amerikanische Soziologe Erving Goffman in seiner „Rahmentheorie“ vorgeschlagen:

„Ich gehe davon aus, daß wir gemäß gewissen Organisationsprinzipien für Ereignisse - zumindest für soziale - und für unsere persönliche Anteilnahme an ihnen Definitionen einer Situation aufstellen; diese Elemente, soweit mir ihre Herausarbeitung gelingt, nenne ich ‚Rahmen‘“ (Goffman 1989, S. 19).

Goffman differenziert dann zwischen „primären“ und sonstigen, davon abhängigen Rahmen; primäre Rahmen sind dadurch gekennzeichnet, dass ihre Anwendung

„von den Betroffenen so gesehen wird, daß sie nicht auf eine vorhergehende oder ‚ursprüngliche‘ Deutung zurückgreift“ (ebd., S. 31). Alle weiteren Rahmen können nur relativ zu einem solchen zumindest aktuell nicht weiter hinterfragten primären Rahmen interpretiert werden. Mit dem Konzept des Rahmens bezieht sich Goffman (vgl. 1989, S. 15, S. 19) auf einen Vorschlag Gregory Batesons, der den Begriff des „psychologischen Rahmens“ vorgeschlagen hatte, und u.a. folgendermaßen bestimmte:

„Die Relation zwischen psychologischem Rahmen und Wahrnehmungsgestalt muß näher untersucht werden, und hier ist die Analogie des Bilderrahmens hilfreich. In einem Gemälde von Rouault oder Blake sind die menschlichen Figuren und andere Gegenstände konturiert.[...] Aber außerhalb dieser Linien, die die Wahrnehmungsgestalt oder ‚Figur‘ begrenzen, findet sich ein Hintergrund oder ‚Grund‘, der seinerseits durch den Bilderrahmen eingegrenzt ist. [...] Diese doppelte Rahmung ist unserer Ansicht nach [...] ein Hinweis darauf, daß geistige Prozesse [...] einen äußeren Rahmen *benötigen*, um den Grund abzugrenzen, vor dem die Figuren wahrgenommen werden sollen“ (Bateson 1985, S. 255).

Die Herkunft des Modells aus Batesons Theorie ist deswegen zu betonen, weil Goffmans Modell „primärer Rahmen“ und sonstiger Rahmen erst durch einen solchen Rekurs verständlich wird: Nach Batesons Auffassung ist es notwendig, einen Hintergrund vorauszusetzen, auf dem sich die Rahmungsoperationen abspielen. Diesen gesetzten Hintergrund bilden bei Goffman die primären Rahmen. Goffman selbst hat seinen Gedanken zwar nicht sehr weit ausgeführt - primäre Rahmen sind bei ihm lediglich das Material, mit dem dann in den eigentlichen „Rahmen“ operiert werden kann, denen sein Interesse gilt. Hergestellt werden diese Rahmen durch ein Verfahren, das Goffman als „Modulation“ bezeichnet: sie ist eine Operation, „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 1989, S. 55). Das Verhältnis zwischen ‚Situation‘ und ‚Rahmen‘ ist allerdings nicht ganz klar. Gonos (1977) hat angenommen: „‚Situation‘ is a password that opens up an interactionist (or social action) approach, the basic principle of which are Weberian, while ‚frame‘ poses an apparatus for a kind of structuralism for which Goffman is heavily indebted to Durkheim“ (Gonos 1977, S. 855). Diese strukturalistische Interpretation von Goffman ist zwar umstritten (vgl. Lenz 1991), trotzdem scheinen

‚Rahmen‘ und ‚Situation‘ eher zwei Aspekte eines Gegenstandes zu beschreiben als zwei unterschiedliche Phänomene. Ich werde daher auf eine genaue Unterscheidung von Rahmen und Situation verzichten und mit ‚Rahmen‘ eher auf die abstrakten Aspekte, mit ‚Situation‘ auf konkrete soziale Situationen verweisen. Ähnlich verfahren alle drei oben erwähnten situationstheoretischen Entwürfe, die sich ebenfalls auf Goffmans Rahmenkonzept beziehen, so geht Wulff (1994b) direkt vom Begriff der „Situation“ zu dem der „situationalen Rahmen“ über und verwendet dann „Situation“ und „Rahmen“ synonym (vgl. Wulff 1994b, S. 189). Kaczmarek (1993) beruft sich explizit auf Goffmans Rahmentheorie, verzichtet aber auf eine Differenzierung von „Rahmen“ und „Situation“, und Meyrowitz (1990a) schließlich hebt, obwohl er sich auf die „Rahmentheorie“ bezieht, vornehmlich auf das Konzept der Situation ab, ohne den Begriff des Rahmens zu diskutieren.

6.7 Repräsentationsrahmen

Ich werde, in Anlehnung an Kaczmareks Repräsentationssituation und an Goffmans Rahmenbegriff, für die dem Zuschauer präsentierte (oder konstruierte) „Situation“ den Begriff des „Repräsentationsrahmens“ verwenden,¹ und damit davon ausgehen, dass die dem Zuschauer vorgestellte Repräsentation der Studiosituation einen Rahmen im Sinne Goffmans darstellt. Goffman selbst gibt zwar explizit keine Auskunft darüber, ob schon die bloße Tatsache einer Repräsentation eine Rahmung darstelle, er nimmt im einzelnen fünf Modulationsformen an: „So-tun-als-ob, Wettkampf, Zeremonie, Sonderausführung, In-anderen-Zusammenhang-stellen“ (vgl. Goffman 1989, S. 60). Für eine solche Interpretation sprechen aber Goffmans Rekurs auf Bateson, der seinen Rahmenbegriff auf einem typentheoretischen Hintergrund entwickelt und viele seiner Randnotizen. Klar ist auch, dass fiktionale Darstellungsformen in Theater, Film und Fernsehen Rahmen darstellen, (vgl. Goffman 1989, S. 65f) ein ganzes Kapitel gilt dem „Theaterrahmen“, und aus dem Bereich des Films nennt Goffman eine Reihe von Beispielen.

Dieser Repräsentationsrahmen bildet die gemeinsame „Kommunikationssituation“ aus, die eine Kommunikation zwischen *performern* und Zuschauern erlaubt. Das

¹Das entspricht auch Kaczmareks erster Definition der Repräsentationssituation: „Zudem ist ein Begriff von repräsentationaler Situationalität zu entwickeln, der zwischen Rezeption und medial angebotene Struktur zu treten hat“ (Kaczmarek 1993, S. 66f), wenn auch nicht der Begriff der Repräsentationssituation, sondern die Repräsentationssituation selbst zwischen Rezeption und die vom Medium angebotene Struktur zu treten hat.

Modell des „Rahmens“ ist für eine Situationstheorie des Fernsehens in mehrfacher Hinsicht nützlich:

1. Man entgeht nicht nur der Gefahr, die Studio-Situation mit der Repräsentations-Situation zu verwechseln; man weist vielmehr mit dem Begriff des Rahmens von vornherein darauf hin, dass es sich nicht nur um eine audiovisuelle Abbildung handelt, sondern auch um eine Konstruktion, die meist aus der Zusammenfügung mehrerer Perspektiven auf eine vorfindliche Situation entsteht.

2. Man über den hier gewählten am einzelnen Text orientierten Zugriff hinaus einen primären Rahmen „vor“ der Studiosituation annehmen, den der Institution Fernsehen. In diesem Falle stellt das Fernsehen als kommunikatives Medium einen primären Rahmen dar, relativ zu dem die einzelnen Texte interpretiert werden müssen. Auf diese Weise ließen sich fernsehtheoretische Zugriffe, die sich nicht auf einzelne Texte, sondern auf das Medium selbst richten, in den vorgeschlagenen theoretischen Ansatz integrieren. Auch Sender versuchen, einen über den Einzeltext hinausgehenden gemeinsamen Rahmen mit dem Zuschauer zu installieren, nicht nur durch den üblichen Hinweis auf die anschließende Sendung, sondern auch durch die Herstellung von Senderimages. Manche Anbieter versuchen auch, einen „Fernsehabend“ zu präsentieren, in dem die Texte in einen fiktiven situationalen Zusammenhang gebracht werden, am weitesten geht wohl SAT. 1, wo zuweilen in den Trailern die Textgrenzen aufgelöst werden (z.B. bei der Verknüpfung von HALLO ONKEL DOC und FÜR ALLE FÄLLE STEFANIE innerhalb der Eigenwerbung im Sommer 1995). Meist wird aber eher auf einen seriellen Zusammenhang abgehoben: „Gestern hatte ich Ihnen ja einen blauen Himmel versprochen“ hieß es in der ABENDSCHAU (08.10.96), „Ich verabschiede mich, Katharina Wolkenhauer macht um 0.30 Uhr weiter mit dem Nachtmagazin“ sagte der Sprecher der TAGESTHEMEN (01.04.96), und Harald Schmidt nahm an: „[...] gestern sprachen wir darüber [...]“ DIE HARALD SCHMIDT SHOW (01.11.96).

3. Das Konzept des Rahmens ermöglicht es, Hierarchien verschiedener Rahmungsoperationen zu beschreiben. So bildet der Repräsentationsrahmen selbst z.B. wieder einen Hintergrund, relativ zu dem *performer-* und *Zuschauerverhalten* in der Studiosituation organisiert werden muss. Rehmsen wies in seiner Show REHMSSEN (22.07.96) einmal darauf hin, dass die Sitzposition neben der Ein-

gangstür sehr günstig sei, weil der Platz so oft im Bild erscheine.¹ Oder ein ganz anderes Beispiel: In HEUTE IM PARLAMENT (29.11.96), weist der Vizepräsident des Bundestages den Redner auf die abgelaufene Redezeit hin. Das Fernsehbild wechselt kurz darauf auf eine Perspektive von hinten oben auf das Rednerpult und bildet die eigentlich nur dem Redner sichtbare abgelaufene Uhr ab. Der Repräsentationsrahmen erhält so eine Beweisfunktion relativ zur Situation im Bundestag. Solche Mehrfachrahmungen können aber auch aufgelöst werden. Ein sehr verbreitetes Verfahren von Nachrichtensendungen operiert mit derartigen Strategien - Gespräche zwischen Moderator und Korrespondenten werden oft so inszeniert, dass erst beide Personen in einem Splitscreen zu sehen sind, danach wird der jeweiligen Sprecher meist in einem *medium close up*² abgebildet. Damit folgt man der üblichen Abbildungskonvention einer direkten *face-to-face* Interaktion, eine Ebene der komplexen Rahmung wird gelöscht. Dasselbe geschieht regelmäßig in Studiogesprächen, bei denen ein weiterer Gesprächspartner aus einem anderen Ort live zugeschaltet ist. Der in der Studiosituation durch den Monitor gerahmte Sprecher erscheint im Repräsentationsrahmen in derselben Weise wie die Anwesenden.

4. Mit Hilfe des Rahmenbegriffs kann man Fernsehtexte, bei denen ein primärer Rahmen im Studio vorliegt, abgrenzen von anderen, bei denen das nicht der Fall ist. Da primäre Rahmen dadurch gekennzeichnet sind, daß sie „Handlungen des täglichen Lebens [...] einen Sinn verleihen“ (Goffman 1989, S. 36), dass sie per se, ohne zusätzliche Rahmung, sinnvoll sind, sind solche Studiosituationen, die ohne ihre audiovisuelle Abbildung nicht sinnvoll sind, auch keine Primärrahmen. Nachrichten und Magazinsendungen z.B., wo einzelne Personen in die Kamera sprechen, sind ohne eine zusätzliche Rahmung durch die Abbildung nicht sinnvoll (es wird nicht die Situation abgebildet, in der jemand niemandem Nachrichten vorliest).³ Geht man davon aus, dass trotzdem ein gemeinsamer Repräsentationsrahmen installiert werden muss, so muss der Fernsehtext in solchen Fällen den primä-

¹In der Show gab es die vielgenutzte Gelegenheit, Studiozuschauern Faxe zu übermitteln (...an das süße Mädchen in der dritten Reihe, lila Pullover...).

²Die deutsche Terminologie für Einstellungsgrößen variiert, *medium close up* soll hier für die fernsehtypische Einstellungsgröße zwischen „nah“ und „amerikanisch“ stehen, in der Kopf und Teile der Brust zu sehen.

³Das ist nur ein einfaches Beispiel. Folgt man Dayan & Katz' These der „media events“, so gibt es eine ganze Reihe sozialer Situationen, die erst durch ihre mediale Repräsentation entstehen, Dayan & Katz nennen im einzelnen „contests“, „conquests“ und „coronations“, vgl. Dayan & Katz (1992, S. 25ff).

ren Rahmen einer *face-to-face* Situation zwischen Sprecher und Zuschauer ausbilden.

Der Repräsentationsrahmen kann also in zwei verschiedenen Weisen verwendet werden: Er kann selbst ein primärer Rahmen sein, in den der Zuschauer integriert ist, ein primärer Rahmen, in dem *performer* und Zuschauer „einander ansehen“ könne. Andererseits stellt er als Repräsentation einer Studiosituation keinen Primärrahmen dar. In Shows und Talkshows wird in der Regel zwischen beiden Varianten gewechselt. Ein schönes Beispiel hierfür ist die Eröffnungssequenz von ALLEIN ODER FRÖHLICH (20.07.96), in der die Moderatorin zunächst das Studiopublikum begrüßt, anschließend über längere Zeit exklusiv zur Kamera hin spricht. Es gibt solange keine Geräusche des Studiopublikums, die Kamera fährt auf eine Naheinstellung der Moderatorin. Die Studiosituation wird ausgeblendet, installiert wird ein neuer, primärer Rahmen zwischen Moderatorin und Fernsehzuschauer.

Demnach stehen auch prinzipiell zwei Varianten der Herstellung eines Repräsentationsrahmens zur Verfügung:

6.8 Simulation einer *face-to-face* Situation

Hier muss auf eine primäre Studiosituation verzichtet werden, die mit dem Primärrahmen einer *face-to-face* Interaktion zwischen *performer* und Zuschauer kollidieren könnte.¹ Hierfür kann insbesondere eine mehr oder weniger „abstrakte“ Studiosituation verwendet werden, wie in Nachrichten, Magazinen, Ansagen etc. Interessanterweise ist diese Strategie in den Nachrichten eher unüblich geworden, so gibt es sowohl in den TAGESTHEMEN als auch im HEUTE JOURNAL und in den Nachrichtensendungen der privaten Anbieter die ausgestellte Studiosituation, in der zwei Sprecher aufeinander Bezug nehmen (entweder verbal oder durch Blickkontakt).

Einen der faszinierendsten Versuche stellt die Sendereihe ZUR PERSON (vgl. z.B. das Portrait von Antje Vollmer am 08.11.96) dar: Die primäre Studiosituation eines Interviews wird systematisch zerstört, indem der Fragesteller fast nie (und

¹Die Alternative wäre die Integration des Zuschauers in die Studiosituation. Man kann einige der obigen Überlegungen zum Zuschauer „im“ Text in dieser Richtung deuten.

wenn, dann nur von hinten, in einer Einstellung auf den Gesprächspartner über seine Schulter) zu sehen ist. Das in Film und Fernsehen übliche Schuss-Gegenschussverfahren zur Repräsentation von *face-to-face* Interaktionen wird dabei ersetzt durch regelmäßige Achsensprünge, die den Gesprächspartner mal von rechts, mal von links abbilden. Auch der neutral dunkle Hintergrund, durch den die primäre Studiosituation weitestgehend gelöscht wird, extreme Einstellungsgrößen und -winkel tun ein übriges, um den Interviewten als einziges Element des Repräsentationsrahmens zu etablieren.

Das Verfahren einer „abstrakten“ Studiosituation liegt auch dann vor, wenn in Vorankündigungen von Sendungen die *performer* regelmäßig in einem Setting auftreten, dass nicht das „ihrer“ Sendung darstellt (vgl. BOULEVARD BIO, LASS DICH ÜBERRASCHEN, DAS AKTUELLE SPORTSTUDIO, GELD ODER LIEBE etc.). Die übliche Studiosituation wird zu Gunsten einer *face-to-face* Interaktion mit dem Zuschauer aufgegeben.

Auch das „virtuelle“ Studio lässt sich so deuten. Wenn der *performer* auf die Weise in den Repräsentationsrahmen integriert ist, dass die „Studiosituation“, in der er sich befindet, in Wirklichkeit nur in einem Rechner existiert. Wie sich derartige Verfahren weiter entwickeln, bleibt abzuwarten.

6.9 Repräsentation einer Situation für den Zuschauer

6.9.1 Situationsdefinitionen

Psathas (1989) hat für ein verwandtes Kommunikationsphänomen, die Beschreibung von Wegen, en passant ein Verfahren vorgeschlagen, das auch im Fernsehen eine Rolle spielt: In seiner Analyse der „structure of directions“ führt er unter den drei Phasen des „einen Weg beschreiben“ die Definition der Situation auf. Es handelt sich weder um die Festlegung des „Themas“ der Situation (Weg beschreiben) noch der Rollen (Sprecher und Zuhörer), eine Definition der Situation besteht vielmehr aus „various ‚facts‘ about both the Recipient’s symbolic relationship with the real world and his means of actually moving through that world“ (1989, S. 156). Dieser Typ der Definition einer Situation, an der einer der Beteiligten aktuell nicht teilhat, soll uns zwar nur am Rande beschäftigen - dass er auch im Fernsehen vorkommt, und zwar in beiden Richtungen, will ich aber kurz an zwei Beispielen verdeutlichen.

In Talkshows wird manchmal an die Kamera gerichtet vorgeschlagen, das Thema weiter zu diskutieren, mit wem auch immer der Zuschauer gerade vor dem Fernseher sitzt; diese Rückbindung an die häusliche Situation der Zuschauer ist insofern ungewöhnlich, als sie alle die Zuschauer ausschließt, die sich gerade allein vor ihrem Fernseher befinden. In ähnlicher Weise funktionierte eine bemerkenswerte Zuschaueradressierung in EXTRA DREI (27.07.96): „Wenn sie jetzt gerade ihr Bier aufmachen, möchte ich noch einmal mit ihnen anstoßen“. In umgekehrter Richtung wies einmal ein Sportreporter darauf hin, dass er sich 80m von der Hochsprunganlage entfernt befinde, und deswegen die Sprunghöhe nicht sehen könne (die Kameraleute haben auf sein Statement unverzüglich reagiert und eine Nahaufnahme der Hochsprunglattenhöhe geliefert). Welche Rolle solche sprachlichen Situationsdefinitionen für Fernsehen spielen, wäre zu untersuchen. Bezugnahmen auf die Rezeptionssituation des Zuschauers sind jedenfalls sehr selten, und wenn sie verwendet werden, führen sie häufig zu kuriosen Effekten, z.B. wenn in der BREMER GESUNDHEITSWERKSTATT autogenes Training angeboten wird, und dem Zuschauer, der bei dem Training die Augen schließen muss, mitgeteilt wird, dass auf dem Bildschirm nichts Relevantes zu sehen ist (und er beruhigt die Augen schließen kann).

Ein ebenso seltsamer Effekt kann sich einstellen, wenn Zuschauer auf ihre Rezeptionssituation eingehen. So wies in einer Phone-in-Show eine Zuschauerin einmal darauf hin, dass sie die Sendung, in der sie gerade anrief, nicht sehen kann (DIE ANRUFBEANTWORTER, 11.09.96). Und in dem oben schon erwähnten (s.o. S. 71) Teilspiel bei GELD ODER LIEBE bestand eine zuschauerseitige Erklärung von Lippes „überflüssiger“ Erklärung einmal darin, dass dadurch auch Zuschauer ohne eigenes Telefon an der TED-Ermittlung der Gewinner teilnehmen könnten, indem sie zwischendurch zur Telefonzelle gehen, ohne etwas zu verpassen. In der Regel sind Zuschauer aber eher geneigt, von ihrer Rezeptionssituation zu abstrahieren, und aus der Perspektive des Repräsentationsrahmens zu sprechen, einen extremen Fall bot eine Zuschauerin in REHMSEN (06.08.96) mit den Worten: „Ja hallo, bin ich am Telefon?“. In derselben Show wurden auch die Positionen der angefaxten Personen regelmäßig „aus der Kameraperspektive“ beschrieben - eine Verwirrung, die durch die Tatsache entsteht, dass man sich mit dem Moderator einerseits in einer *face-to-face* Situation befindet, andererseits die Rechts-Links-Orientierung des Blicks auf das Studiopublikum von Zuschauer (= Kamera) und *performer* gleich ist.

Häufiger sind Verbalisierungen der primären Situation der *performer*, die dadurch notwendig werden, dass eine visuelle Repräsentation der Situationsaspekte prinzipiell oder aktuell nicht möglich ist. Üblich ist das vor allem in Sportübertragungen, in denen die Stimme des Moderators nur aus dem Off kommt, und daher seine Position relativ zum Geschehen beschrieben werden muss.

6.9.2 Audiovisuelle Abbildungen der Studiosituation

Auf den ersten Blick ist das die einfachste Version einer Installation eines gemeinsamen Rahmens - so einfach, dass die Differenz zwischen der Situation und ihrer audiovisuellen Repräsentation häufig gar nicht berücksichtigt wird. Dabei sind zahlreiche prinzipielle Unterschiede zwischen der Studiosituation und dem Repräsentationsrahmen zu beachten, wenn man eine Repräsentation herstellen will. Eine erschöpfende Beschreibung kann im folgenden nicht versucht werden, schon allein deswegen, weil die Frage, welche Bedingungen für die Repräsentation von Situationen überhaupt bestehen, auf eine allgemeine Theorie der Repräsentation hinausliefere.¹ Ich will nur auf einige wichtige Eigenschaften der medialen Repräsentation von Situationen verweisen, die eine entscheidende Rolle spielen müssten in einer Situationstheorie des Fernsehens.

1. Kamera

Die entscheidende Differenz zwischen der Studiosituation und „normalen“ Situationen bildet die Kamera. Während für den *performer* die Kamera auch ein physischer Gegenstand, nicht nur Repräsentant des Heimzuschauers ist (an den man sich, vermittelt durch die Kamera, wenden kann), ist für den Zuschauer die Kamera, die das Bild liefert, kein physischer Gegenstand innerhalb des Repräsentationsrahmens.² So verwundert es auch nicht, dass die Behandlung der Kamera als Ge-

¹Entscheidend wäre dabei u.a. die Untersuchung, in welchem Maße die im Film konstitutiven Konventionen auch im Fernsehen eine Rolle spielen. Dass erhebliche Beschränkungen für die Repräsentation von Situationen bestehen, kann man an misslungenen Versuchen studieren - in ANRUF GENÜGT (01.11.96), erschienen *performer* und zwei Gäste in einem vierfachen Splitscreen, rechts unten alle drei, auf zwei Sofas sitzend, in einem Bild, in den übrigen Segmenten je ein *medium close up* auf die einzelnen Personen. Es ergab sich ein völlig undurchschaubares Bild, wenn die drei miteinander interagierten.

²Genau genommen gilt das nur für die Kamera, die das aktuelle Bild liefert, andere Kameras der Studiosituation geraten zuweilen ins Bild.

genstand stets als metakommunikatives Verhalten zählt - ob das Kamel in der legendären Werbung dagegenläuft, oder ob Wolfgang Lippert auf sie zugehend sagt: „Nun macht mal ein bisschen Platz“ (WETTEN DASS...?, 26.09.92).¹ Das extremste Beispiel steuerte Hans-Joachim Kulenkampff bei - in DER GROSSE PREIS (05.06.93) nähert er sich der Kamera, deutet auf seine Zähne und sagt: „Meine Zähne sind noch echt“. Kurz danach verbeugt er sich leicht mit den Worten: „Ich bedanke mich für diese Aufnahme“.

2. Zeit

Der Live- bzw. Aufzeichnungscharakter von Texten ist nicht (direkt) repräsentierbar. Welche Auswirkungen das auf die Struktur von Texten hat, wäre zu untersuchen. Z.B. ist es möglich, die Studiosituation zu unterbrechen, ohne dem Zuschauer den Bruch mitzuteilen. Anscheinend gilt das aber als „unethisch“. Sendungen, die als Aufzeichnungen bzw. nachbearbeitet gesendet werden, sind üblicherweise als solche markiert, so wird in den TAGESTHEMEN regelmäßig darauf hingewiesen, wenn Interviews vor der Sendung aufgezeichnet wurden, und in den täglichen Talkshows wird in Ausschnitten vorweg dokumentiert, dass es sich nicht um Liveübertragungen handelt.² In diesem Zusammenhang sind auch die Rituale vor der Werbung interessant: „Wir sind gleich wieder zurück“, ist eine der verbreiteten Formulierungen. Hier wird nicht nur von der Situation im Studio abstrahiert (bzw. diese wird geradezu negiert, denn niemand verlässt tatsächlich den Raum), sondern es wird auch eine zeitliche Unterbrechung der Studiosituation markiert, die nicht wirklich stattfindet.

3. Zuwendung

Wer gerade mit wem interagiert, ist im Alltag in der Regel klar. Wer dagegen im Studio mit wem spricht, ist nur dann eindeutig, wenn die Interaktion per Kamera abgebildet wird, oder wenn der Kontext offensichtlich ist. „Zuwendung“ ist damit

¹Ein spezieller Fall ist bei Jürgen von der Lippes Kameramann ‚Günnie‘ zu beobachten, der immer wieder in die Show selbst integriert ist. Das Verhältnis Lippes zu seinem Kameramann ist inzwischen ein festes Markenzeichen Lippes - in seiner aktuellen Show WAT IS verfügt der Kameramann sogar über ein Lippe gegenüber überlegenes Wissen: Er kennt die eingeladenen Gäste bzw. ihre Themen.

²Ausnahmen fanden sich mehrfach in der Olympiaberichterstattung 1996, und solche „Fälschungen“ werden in der Fernsehkritik beklagt, s.o. Kapitel 4.2.2.

in erheblichem Maße eine Frage des Vorwissens der Zuschauer. Wenn sich Harald Schmidt in DIE HARALD SCHMIDT SHOW nach rechts aus dem Bild wendet, dann ist nur dem eingeweihten Zuschauer bekannt, dass Schmidt sich an die Band bzw. den Bandleader richtet, der sich dort, außerhalb des Bildes, befindet. Entscheidend wird dieser Aspekt immer dann, wenn die Kamera ins Spiel kommt, sie kann „Zuwendungen“ konstruieren (indem das Ziel der Zuwendung in der nächsten Einstellung abgebildet wird wie im *point of view shot*), und sie kann selbst als Ziel einer Zuwendung genommen werden.

4. Raum

Wer sich relativ zu wem wo befindet, ist eine zentrale Information über das situative Geschehen. Da im Repräsentationsrahmen in der Regel nur Ausschnitte aus der Studiosituation zu sehen sind, muss ein Gesamtbild der Situation erst hergestellt werden. Unter diesem Gesichtspunkt ist wohl das Verfahren in den täglichen Talkshows zu interpretieren, in denen die *performer* innerhalb des Raums der Studiozuschauer immer wieder hin- und herwechseln. Besonders in SONJA sind solche scheinbar unmotivierte Positionswechsel regelmäßig zu sehen. Sie haben zur Folge, dass ein größerer Teil der Studiosituation im Repräsentationsrahmen sichtbar ist.

5. Distanzen

Zu trennen ist zwischen der audiovisuellen Repräsentation von Distanzen¹ und der Distanz zur Kamera bzw. der Einstellungsgröße. Wer in einem *close up* oder *medium close up* in die Kamera spricht, muss besonders auf seine Gestik achten, zumal bei Bewegungen in Richtung Kamera, da die Gestik droht, außerhalb des Repräsentationsrahmens zu sein. Auch hier ist offen, in welchem Maße die filmischen Konventionen der angemessenen Einstellungsgröße übertragbar sind auf Fernsehen. Interessant ist die Frage, in welcher Weise die extremen Kamerabewegungen, Zooms und *close ups* in Sendungen mit jungem Zielpublikum (z.B. in MTV oder VIVA, aber auch bei 100 GRAD) interpretiert werden - in 100 GRAD (z.B. 19.10.96) verharrt die Kamera manchmal derart lange in einem extremen *close up*

¹Die filmüblichen Distanzen zwischen Interaktanten entsprechen z.B. vielfach nicht denen der abgebildeten Situationen. Die Interagierenden stehen oft näher zueinander als in der Realität üblich, da beide Partner bei vorgegebener Einstellungsgröße im Bild zu sehen sein sollen.

auf dem Sprecher, dass die profilmische Gesprächssituation ganz in den Hintergrund tritt.

6. Blickrichtungen

Ein kompliziertes Problem bei der Repräsentation von Situationen ist die Blickrichtung der abgebildeten Personen. Im Film gilt es als notwendig, die tatsächlichen Blickrichtungen der Protagonisten zu korrigieren, um den angemessenen Eindruck zu erwecken (vgl. St. John Marnier 1978, S. 98-102). Das ist im Fernsehen (außer in ebenfalls montierten fiktionalen Formen) nicht möglich. Welche Konsequenzen das Fehlen solcher Korrekturen für die Identifizierbarkeit der Blickrichtung von abgebildeten Personen hat, wäre zu untersuchen.¹

7. Situationsgrenzen

In der Filmtheorie bezeichnet man Einstellungen, die den Zuschauer mit neuen Handlungsräumen bekannt machen, als „Establishing-Shots“. Auch in Fernsehtexten sind solche einführenden Vorstellungen der Studiosituation üblich. Welche Rolle sie bei der Repräsentation von Situationen spielen, wäre zu untersuchen, auffällig ist jedenfalls der Effekt, der entsteht, wenn (ohne ein derartiges Verfahren) eine abstrakte Studiosituation plötzlich in eine zu repräsentierende transformiert wird. Seine letzte Moderation von PANORAMA (06.12.96) beendete der Moderator Joachim Wagner nicht nur mit einem Dank an Mitarbeiter, seinen liberalen Sender und die Zuschauer, anschließend wurde von dem typischen *medium close up* auf den Moderator auf eine Totale des Studios umgeschnitten, zahlreiche Mitarbeiter kamen ins Studio, man feierte Abschied (mit dem eingespielten Soundtrack „Goodbye Johnny“). Offenkundig ist in Fernsehtexten (im Gegensatz zu Filmen) das Beenden des Repräsentationsrahmens die wichtigere Operation - so wird in manchen Texten die repräsentierte Situation erkennbar über die Dauer des Repräsentationsrahmens hinweg noch fortgesetzt, zum Beispiel bei FLIEGE, in anderen Fällen endet die profilmische Situation zusammen mit dem Repräsentationsrahmen, z.B., wenn der Moderator das Studio mit dem Abspann verlässt (z.B. GELD ODER LIEBE), aber auch, wenn die profilmische Situation mit dem Übertragungsende in eine afilmische (oder andere profilmische) transformiert wird, wie

¹Der Blick in den Teleprompter z.B. soll vom Zuschauer als Blick in die Kamera identifiziert werden.

in den TAGESTHEMEN und vielen Talkshows. Häufig werden solche Schließrituale auch durch eine Umdeutung des Repräsentationsrahmens in einen primären Rahmen durchgeführt, zum Beispiel, wenn in Talkshows die Kamera auf den Moderator zufährt und damit den Rest der Situation ausblendet.¹ Eine extreme Strategie verfolgt Vera Int-Feen in VERA AM MITTAG: Erst nach dem Verlassen der Studiosituation wendete sie sich noch einmal an den Zuschauer, um eine Ansage zu machen; üblicherweise wird die Ankündigung der nächsten Sendung noch innerhalb der Studiosituation gemacht, wobei die Studiosituation aber in der Regel, durch *close up* auf den Moderator und Kameraadressierung, suspendiert wird.

8. Zeigen

Die Repräsentation von Zeigehandlungen kann schwierig werden, wenn (gleichzeitig oder nacheinander) sowohl der Zeigende als auch das, was er zeigt und eventuell, wem er es in der Studiosituation zeigt), Bestandteil des Repräsentationsrahmens sein soll (was sowohl den technischen Grund hat, dass die Kamera, in die der *performer* spricht, dann häufig erst in eine entsprechende Position fahren muss, als auch den formalen, dass sich die Perspektiven der Kamera und der profilmischen Person, der etwas gezeigt wird, eben unterscheiden). Eine interessante Auflösung weist DIE HARALD SCHMIDT SHOW auf, wo der *performer* in eine Kamera spricht, und dabei in eine andere, seitliche Kamera zeigt.

¹Auch hier sind „Fehler“ ein interessantes Studienobjekt. Im ABENDJOURNAL (05.11.96) wird das Ende des Studiogespräch wie üblich mit einer Zuwendung der Moderatorin zur Kamera und einem Umschnitt auf einen *medium close up* verbunden, anschließend gerät der (schon ausgeschlossene) Gesprächspartner beim Aufstehen wieder ins Bild.

6.10 Zur Kamera

Bei allen Überlegungen zur Abbildung von Situationen im Fernsehen ist darüber hinaus zu beachten, dass die Herstellung eines Repräsentationsrahmens per Abbildung immer mit folgender Einschränkung bzw. Modifikation verbunden ist:

Im Alltag kann in einer Situation der Fokus der Aufmerksamkeit verschiedenen Gegenständen innerhalb des Blickfelds zugewendet werden, während die Kamera von vornherein nur einen - fremdbestimmten - Fokus anbietet. Die Kamera führt damit nicht nur eine indexikalische und ikonische Repräsentation aus, sondern immer auch eine Fokussierung. Wenn man davon ausgeht, dass die Kameraeinstellung dem allgemeinen Grice'schen Kommunikationsaxiom „be relevant“ gehorcht (Grice 1979c, S. 249), so gilt, dass, was auch immer von der Kamera repräsentiert wird, als relevant für die Kommunikation interpretiert werden muss. Die Kamera kann somit solche Situationsanteile abbilden, die per se innerhalb der Studiosituation relevant sind, sie kann aber auch Zeigehandlungen ausführen, die bestimmte Anteile erst als relevant konstituieren. Diese Tatsache führt zu der interessanten Option des Fernsehens, Abbildungen von Zuschauern oder andere Einstellungen als Kommentare zu verwenden, eine Strategie, mit der z.B. Harald Schmidt in DIE HARALD SCHMIDT SHOW häufig operiert.¹ So verwendet er am 10.09.96 ein *medium close up* auf eine Frau im Publikum als Anlass für seinen Kommentar, Mia Farrow sei heute im Publikum (am 04.12.96 fand er statt dessen „Depardieu“, dasselbe Spiel wurde einige Zeit lang wiederholt). Oder umgekehrt: Auf der Bühne ist das Gesprächsthema „ehemals dickes Kind“, es folgt ein Umschnitt auf einen korpulenten Mann im Publikum, worauf die Zuschauer mit Gelächter reagieren, DIE HARALD SCHMIDT SHOW (13.03.96) (was auch ausweist, dass die Studiozuschauer auf das Fernsehbild reagieren).² Auch in HERZBLATT ist das eine zentrale Strategie, bestimmte Aussagen von Kandidaten werden gerne einem passenden Kandidaten per Bild zugeordnet.

¹Von der Möglichkeit einer kommentierenden Funktion der Kamera geht auch Peters (1988, S. 59) aus.

²Zuweilen scheint es aber auch, als ob in der Show absichtlich, durch extrem kurze Umschnitte auf das Publikum, bzw. durch solche Einstellungen, die keine interpretierbare Reaktion des abgebildeten Zuschauers anbieten, gegen das Relevanzprinzip verstoßen würde.

Für eine Situationstheorie des Fernsehens ist das von zentraler Bedeutung, weil die Kamera somit nicht-inszenierte (afilmische) Situationsanteile als profilmische interpretieren kann. Manchmal schlagen derartige Verfahren zwar fehl, z.B. wenn die Kamera nach einem Scherz des Moderators (aus Versehen) solche Zuschauer in Szene setzt, die das überhaupt nicht komisch finden (z.B. in LASS DICH ÜBERRASCHEN, 01.12.96) - als Teil der profilmischen Situation wären sie dazu verpflichtet. Wie wirksam die Kommentarfunktion in der Regel aber ist, wird an vielen Belegen deutlich.

1. In der oben schon diskutierten Show HERZBLATT (s. 3.2.6.2) wird das Frage-Antwort-Spiel durch die Regie aufgelöst wie eine *face-to-face* Situation im Film, in der Einstellungsfolge: Fragender (der seine Frage stellt)- Antwortender (der antwortet)- Fragender (der auf die Antwort reagiert, sei es verbal oder nonverbal) - Antwortender (der sich bei seinen Mitstreitern und dem Publikum über den Erfolg seiner Antwort rückversichert), obwohl die Kandidaten sich nicht sehen können. Damit wird dem Zuschauer eine *face-to-face* Situation der Kandidaten präsentiert, die auf der Bühne überhaupt nicht besteht. Schaut man sich nämlich die Einstellungsfolge Fragender-Antwortender-Fragender-Antwortender genau an, so fällt auf, dass das letzte Glied in keiner Beziehung zum vorletzten stehen kann. Der befragte Kandidat erhält keine Information über die Reaktion des Fragenden auf seine Antwort, er kann also nach seiner Antwort nur vermittelt über das Publikum etwas über seinen Erfolg erfahren. Die Bildregie fasst aber die Reaktion des Antwortenden als Reaktion auf die Wirkung seiner Antwort beim Fragesteller auf, und stellt damit exklusiv für das Heimpublikum eine Verbindung zwischen den Reaktionen der Kandidaten her.¹ Eine solche Herstellung von Zusammenhang liegt auch dann vor, wenn die Bildregie Kommentarfunktion erhält. Wirft der Einzelkandidat Themen auf, die vorher in den Interviews behandelt wurden, wird zuweilen auf den betroffenen Kandidaten umgeschnitten. Der reagiert aber nicht nur auf das Thema, sondern darauf, dass das Thema vorher zwischen Carrell, ihm selbst und den Zuschauern verhandelt wurde - damit wird eine Koalition zwischen ihm und den Zuschauern gegenüber dem Einzelkandidaten gestiftet.

¹Dieselbe Strategie wird in SONJA verwendet, wenn der Talkgast auf der Bühne über eine Person spricht, die (ohne sein Wissen) hinter der Bühne anwesend ist und zuhört. Das Fernsehbild ist ein Splitscreen, der den Sprecher auf der Bühne und die Person, über die gesprochen wird, abbildet. Auch hier kann man von einer Situationskonstruktion für den Zuschauer sprechen.

2. In den Debatten des Deutschen Bundestages sind außer dem Redner regelmäßig auch Präsidenten und Vizepräsidenten des Bundestages im Bild, die sich immer wieder mit Dritten, nicht repräsentierten Personen unterhalten, lachen, mit ganz anderem beschäftigt sind, z.B. HEUTE IM PARLAMENT (28.11.96). Dann wieder wird ein verbal adressierter Politiker von der Kamera eingefangen, der nicht „bei der Sache“ ist. Hier verwischt die Kommentarfunktion der Kamera die Differenz zwischen der inszenierten profilmischen Situation der ‚fernsehübertragenen Rede vor Publikum‘ (mit den entsprechenden Anforderungen an die Zuhörer) und der afilmischen Situation des ‚Sich im Bundestag befinden, aber mit etwas anderem beschäftigt sein‘. Wenn in der profilmischen Rede eine Person adressiert wird, erwartet man, die Person innerhalb derselben profilmischen Situation zu sehen, gezeigt wird die Person aber innerhalb der afilmischen Situation.¹ Das gilt nicht nur für Aspekte von Situationen, vielmehr kann die gesamte Situation durch die Form der Repräsentation transformiert werden. So wurde in B1 SPEZIAL, HERZOG UND HAVEL. PRÄSIDENTEN UND BÜRGERRECHTLER IM SCHLOSS BELLEVUE (07.11.96), eine Podiumsdiskussion im Schloss Bellevue übertragen. Die Gesprächsrunde auf dem Podium wurde dabei manchmal als profilmische Teilsituation aufgefasst (und entsprechend den üblichen Talkshowkonventionen umgesetzt, mit gelegentlichen Umschnitten auf das afilmische Publikum), manchmal wurde aber auch die Gesamtsituation als afilmische repräsentiert (mit einer Kamerafahrt rund um Zuschauer und Podium, mit dem Verzicht auf den umgehenden Umschnitt auf den jeweiligen Sprecher).

6.11 Zur Aufrechterhaltung der Situation

Zuschauer pflegen zuweilen, auch wenn sie keine Zapper sind, mitten im Satz von Moderatoren, Showmastern oder anderen ihre Rezeption in der einen oder anderen Weise abzubrechen - sei es durch um- oder ausschalten, das Verlassen des Zimmers oder die Aufnahme irgendwelcher Aktivitäten „nebenbei“. Dass der einseitige Abbruch bzw. der verspätete Zutritt zur Kommunikationssituation im Falle des Fernsehens nicht nur üblich und moralisch legitim ist (und nicht erst seit dem Auf-

¹Petter-Zimmer (1990, S. 39) versteht im Gegensatz dazu den „zeitungslesende[n] Abgeordneten“ während der Parlamentsdebatte“ als jemanden, der einen „verdeckten Adressatenbezug“ auf die Zuschauer ausführt. Dies weist nicht nur die Unbrauchbarkeit eines zu weiten Adressierungsbegriffs nach, sondern auch das Fehlen einer Situationstheorie: Nicht der Abgeordnete adressiert irgendwelche Zuschauer, sondern die Kamera transformiert seine afilmische Situation in eine profilmische.

kommen des Zappings), sondern auch sprecherseitig immer wieder thematisiert wird - sei es mit der „Bleiben Sie dran“- Einblendung zu Beginn des Werbeblocks, mit der Zuwendung zum Zuschauer, der „später dazugekommen ist“ oder auch der Ankündigung einer späteren Zusammenfassung für die, die nicht den ganzen Tag Zeit haben, weiterzuschauen, dürfte einer der auffälligsten Gegensätze zwischen der Kommunikation per Fernsehen und *face-to-face* Kommunikation sein. In seiner motivationspsychologischen Studie „Fernsehen als Handeln“ hat Peter Vorderer diese Eigenschaft des Fernsehens so wichtig genommen, dass er ihm eine der drei zentralen motivationalen Fragen gewidmet hat, die Frage, warum Zuschauer „einmal begonnene Fernsehfilmrezeptionen vorzeitig (nicht) wieder ab[brechen]“ (Vorderer 1992, S. 14). Die Möglichkeit, die Frage überhaupt zu stellen, scheint Fernsehkommunikation als „unkooperative“ Form im Sinne von Grice (1979c) zu kennzeichnen, denn eines der definierenden Kriterien für kooperative Konversation bei Grice ist das Einvernehmen darüber, „daß - ceteris paribus - die Interaktion in angemessenem Stil fortgesetzt wird, bis beide Seiten damit einverstanden sind, daß sie beendet werden soll“ (Grice 1979c, S. 252). Auffallend ist in diesem Zusammenhang, dass Werbeblöcke stets in der Weise angekündigt werden, dass der Fernsehtext unterbrochen wird, die symmetrische Interpretation, dass der Fernsehzuschauer die Kommunikationssituation für diesen Zeitpunkt verlässt, wird vermieden.¹ Johannes B. Kerner verlässt in seiner Talkshow KERNER sogar das Bild, nachdem er den Werbeblock angekündigt hat. Auch hier gibt es, wie beinahe immer, Gegenbeispiele, so hieß es bei SCHLAG 10 (24.11.96) in der Werbeanündigung: „Bis gleich, ich warte auf sie“. Insgesamt gilt für die Institution Fernsehen: Nur der Text ist verpflichtet, die Kommunikationssituation so lange wie im Programm angekündigt, aufrecht zu erhalten, technische Pannen, Verzögerungen oder Ausfälle müssen entschuldigt werden.

¹Und zwar auch dann, wenn dem Zuschauer klar ist, dass die Studiosituation nicht unterbrochen wird, etwa in Talkshows - auch hier wird nicht der Zuschauer für die Zeit seiner werbebedingten „Abwesenheit“ entschuldigt, sondern eine Aussetzung der Studiosituation inszeniert. Falls danach auf Interaktionen „während“ der Werbung eingegangen wird, ist eine Thematisierung für den Zuschauer notwendig. Nur selten sieht man Verstöße: Bei Harald Schmidt war einmal der vor der Werbepause eingeführte, aber nicht tätig gewordene Gast „Mr. Boomerang“ nach der Pause bereits in voller Aktion, DIE HARALD SCHMIDT SHOW (03.12.96). Am ehesten kommt (in Sportübertragungen) der Fehler vor, dass der Sprecher nicht merkt, dass die Zuschauer in der Werbepause sind, z.B. TENNIS: GRAND SLAM CUP (08.12.96).

6.12 Störungen

Wie groß die Anstrengungen von *performern*, Kameraleuten und der Bildregie sind, damit die erforderliche (möglichst weitgehende) Übereinstimmung von Studiosituation und Repräsentationsrahmen zustandekommt, wird vor allem immer wieder durch Gegenbeispiele deutlich: Durch Störungen, die die sonst nicht sichtbare Komplexität von Situationsabbildungen demonstrieren. Insbesondere bei Auftritten nicht-professioneller *performer* entstehen solche Beispiele: „Sie sehen ja, dass ich viel eingekauft habe“, sagte ein Interviewter in der ABENDSCHAU (04.09.96) zu seinem Interviewer - nach kurzer Pause schwenkte die Kamera dann auf den Einkaufswagen. Hier missversteht der Medienlaie den Interviewer als einzigen intendierten Interaktionsteilnehmer und zerstört somit die Einheit von profilmischer Situation und Repräsentationsrahmen. Die Kamera muss den Fehler dann korrigieren, indem sie auf den Einkaufswagen schwenkt. In III NACH NEUN (29.08.97), hat ein Gast (angeblich) geheimes BND-Material mitgebracht. Er packt es aus und zeigt es in die Runde, aber nicht in Richtung Kamera. Hinter ihm kommt eine Kamera ins Bild, will das Material aufnehmen. Der Gast nimmt aber keine Notiz von der neuen Kamera, zeigt sein Material weiter nur in die Runde, der Versuch der Abbildung scheitert.

Aber auch Profis kann derartiges passieren, wenn sie auf situationale Aspekte rekurrieren, die von der Kamera nur mit größerer Mühe abzubilden sind - wenn in ALEX - DIE AKTUELLE LIVESHOW (07.12.96) von Helge Schneiders Socken die Rede ist, die erst nach längerem Bemühen der Kamera eingefangen werden können. Oder wenn sich die voneinander abweichenden Positionen von Moderator und Kamera auswirken. In KERNER (09.12.96), begrüßt der Moderator einen Gast im Publikum, der (für die Kamera) von einer vor ihm sitzender Frau verdeckt wird. Erst nach einigem Suchen findet die Kamera einen geeigneten Standpunkt, um den Repräsentationsrahmen zu korrigieren. Wie sehr sich *performer* am Repräsentationsrahmen orientieren und von „ihrer“ primären Situation abstrahieren müssen, geben auch manche (relativ zur Studiosituation unsinnige) Bemerkungen zu erkennen: „Da sehen wir gerade Ihre Frau und Ihren Manager“ sagt der Moderator von DAS AKTUELLE SPORTSTUDIO (30.11.96) seinem Gast, „da haben wir übrigens ihre Freundin“, teilt der Moderator von SPORTPALAST (10.08.97) sei-

nem Gesprächspartner mit - innerhalb der Studiosituation konnten sich die Beteiligten selbstverständlich die ganze Zeit sehen.¹

Was alles passieren kann, wenn sich *performer* nicht an die Vorbedingungen des Repräsentationsrahmens halten, konnte man exemplarisch in Hans-Joachim Kulenkampffs GROSSEN PREISEN studieren, die eine eigene Untersuchung verdienen würden. Eine der hervorstechenden Eigenschaften Kulenkampffs besteht ja darin, dass er als Theater-Showmaster alle Gelegenheiten, die die Studiosituation ihm bietet, ausnutzt - dabei nimmt er Bezug auf jede Menge situativer Eigenschaften, die kein Bestandteil des dem Zuschauer zugänglichen Repräsentationsrahmens sind und transformiert immer wieder afilmische Situationselemente in profilmische. Kulenkampff zerstört den etablierten Repräsentationsrahmen und es ist dann an den Mitarbeitern im Studio, einen neuen Repräsentationsrahmen herzustellen. Kulenkampff agiert nicht auf einer Theaterbühne, ohne Rücksicht auf die Übertragung durchs Fernsehen zu nehmen, wie Bliersbach (1990, S. 56) angenommen hat. Vielmehr verlässt er absichtlich immer wieder die Grenzen des Repräsentationsrahmens, und nimmt das dann zum Anlass für metakommunikative Diskurse mit dem Publikum - als führe er ein ethnomethodologisches Krisenexperiment durch in der Tradition Garfinkels mit der Strategie: „Procedurally it is my preference to start with familiar scenes and ask what can be done to make trouble“ (Garfinkel 1967, S. 37). Indirekt demonstriert er damit nicht nur die Anfälligkeit medialer kommunikativer Konstellationen, sondern auch ihre Stabilität: Trotz aller Verstöße gelingt es immer wieder, die Kommunikationssituation zwischen allen Beteiligten aufrecht zu erhalten.²

Den längsten „Ausflug“ aus dem Repräsentationsrahmen hinaus machte Kulenkampff am 05.06.93. Er geht von der Bühne zum Tisch der Schiedsrichterin mit

¹Hier sieht man die Differenz zur Integration des Zuschauers in den Text (s.o. Kapitel 4.2): Da das Statement des *performers* indirekt den Zuschauer informiert über das, was er sieht, kann an dieser Stelle nicht von einer Integration des Zuschauer „in“ den Text die Rede sein.

²Man könnte Kulenkampffs „Fehler“ vielleicht auch als reine Fehlleistungen verstehen. Dagegen spricht allerdings die Tatsache, dass er auch früher schon den Regelverstoß zur Kunstform erhob, Kulenkampffs Regelverstöße betreffen ja immer wieder auch die konstitutiven Regeln der Show. So ging er am 06.02.93 von seinem Versprecher, einen Kandidaten statt nach dem Namen eines Vulkans zu fragen, ihn nach dem Namen „dieses Vesuvs“ zu fragen, über zu einem moralischen und spieltheoretischen Diskurs mit der Schiedsrichterin. Woisin (1989, S. 262) nimmt zu recht an: „Die Namen Kulenkampff, Rosenthal und Elstner stehen je auf ihre Weise für Perfektion im Entertainment“.

den Worten: „Oder möchte von Ihnen noch ‘mal jemand ‘was vorlesen? Herr Stoll, wollen sie nicht mal ‘was vorlesen? Nur weil sie fest angestellt sind beim ZDF, ist das ja kein Grund, dass sie nicht arbeiten müssen“. Danach geht er nicht zurück auf die Bühne, sondern setzt die Interaktion mit dem Studiopublikum und der Regie fort, mit dem Rücken zur Kamera. Er liest in aller Ruhe die Gewinner vor, ganz und gar dem Saalpublikum zugewendet. Erst nach einiger Zeit taucht im Publikum ein Kameramann auf, der Kulenkampff erneut von vorne abbilden möchte. Kulenkampff bemerkt die nahegekommene Kamera mitten im Vorlesen einer Gewinnnummer, wendet sich zunächst direkt in ihre Richtung und beendet das Vorlesen, sagt dann (in Richtung Regie, also von der Kamera weg): „Ist das richtig so, habt ihr noch ein paar Kameras?“.

1. Von entscheidender Bedeutung ist, dass Kulenkampff auf einen eigenen Fehler (sich aus dem vorgeschriebenen Raum entfernt zu haben) nicht mit einer Entschuldigung reagiert, sondern im Gegenteil so tut, als sei mit seinem Verhalten alles in Ordnung: Es ist die Kamera, die einen Fehler macht, indem sie ihm zu nahe rückt und ihn in seiner Interaktion mit dem Saalpublikum stört. Das zeigt, dass Kulenkampff exklusiv von seiner Studiosituation ausgeht - die Notwendigkeit, einen Repräsentationsrahmen für die Zuschauer herzustellen, ist eine Aufgabe für „das ZDF“ und sein Personal, das ihn aber bei seiner Interaktion mit dem Saalpublikum nicht zu stören hat. Er befindet sich in einer sozialen Situation mit dem Studiopublikum, die zwar abgebildet werden darf, aber ohne ihn zu belästigen. Dabei ist auffallend, dass die Kamera als technische Apparatur der Produktionsseite gedeutet wird, nicht als Repräsentant der Zuschauer zu Hause (denen Kulenkampff ja gewissermaßen den Rücken zugewendet hatte). Dass ihm jetzt eine Kamera näherückt, wird nicht als (berechtigte) Korrektur für die Zuschauer interpretiert, sondern als Belästigung. Die Kamera ist also nicht Repräsentant der Heimzuschauer, denn selbstverständlich beklagt „Kuli“ nicht eine Belästigung durch die Zuschauer, sondern durch „das ZDF“. Genau diese Auffassung ist es, die einen expliziten Ausschluss der Heimzuschauer vermeidet - für Kulenkampff fallen Saal- und Heimpublikum zusammen, er wendet sich stets an „sein“ Publikum insgesamt.

2. Während Kulenkampffs Interaktion mit den Personen am Schiedsrichtertisch zunächst noch als zeitweiliger Exkurs aus dem üblichen Showgeschehen verstanden werden kann, bei dem er die (afilmischen) Akteure am Schiedsrichtertisch in profilmische umdeutet, ist seine anschließende Rückkehr zum normalen Handlungsablauf der Show nicht mit einer Rückkehr in den alten Repräsentationsrahmen

verbunden. Er bleibt vielmehr in einer Interaktion mit dem Studiopublikum. Man könnte solche Sequenzen zum Anlass empirischer Studien nehmen, versuchen, Licht auf die Frage werfen, inwieweit Fernsehzuschauer das Studiopublikum als ihren Stellvertreter oder als eine andere Rolle innerhalb der Kommunikationssituation interpretieren: Während im ersten Fall eine derartige Sequenz verstanden werden kann als gerichtet an alle Zuschauer (gegen „das ZDF“), wäre im zweiten Fall das Heimpublikum aus der Interaktion ausgeschlossen - der Sprecher wendet ihm den Rücken zu.¹

Den Versuch, das Abweichen mit einer zusätzlichen Kamera aus dem Publikum zu korrigieren, nimmt Kulenkampff dann zum Anlass, die technischen Voraussetzungen von „Fernsehen“ zu thematisieren. Und gerade damit wird ein neuer, gemeinsamer Rahmen etabliert, der auch wieder den Zuschauer am Bildschirm einschließt. Kulenkampff versammelt Studio- und Heimpublikum zu einer Position, mit der er sich dann über die technischen Eigenschaften von „Fernsehen“ austauschen kann. Hier zeigt sich das komplizierte, zuweilen paradoxe Verhältnis zwischen der Repräsentation einer Situation im Studio und der Ausbildung eines gemeinsamen Repräsentationsrahmens zwischen *performer* und Heimzuschauern: Dass es Kulenkampff am Ende gelingt, eine Kommunikationssituation mit allen Beteiligten zu reinstallieren, liegt daran, dass er die Fehlerkorrektur durch die Kamera als eigentlichen Verstoß interpretiert. Das ist aber wiederum nur möglich geworden durch die neue Kamera, die sich ins Saalpublikum begeben hat. Kulenkampff spricht jetzt wieder gleichzeitig in Richtung Kamera und Saalpublikum und beschwert sich über genau die Kamera, in die er gerade spricht.

Kulenkampffs Performance stellt zweifellos ein ebenso extremes wie seltenes Beispiel dar, kein zweiter Showmaster des deutschen Fernsehens hat eine so große Vorliebe für Störmanöver. Nicht zufällig ist es „Schlagfertigkeit“, die sowohl von Fans Kulenkampffs als auch bei den Zuschauern insgesamt als sein Markenzeichen gilt, vgl. Jörg (1984, S.132, S. 136), und Schlagfertigkeit manifestiert sich am besten in unvorhergesehenen Situationen. Gerade solche Extrembeispiele werfen aber ein Licht auf die allgemeine Problematik, die mit der Repräsentation und der Konstruktion gemeinsamer Situationen verbunden ist. Weil sich *performer* üblicherweise an die Beschränkungen der profilmischen Studiosituation halten (zum Beispiel

¹Vom Standpunkt des *performers* aus ist selbstverständlich die erste Alternative zu wählen, aber ob das beim Publikum zu Hause auch so ankommt, ist fraglich.

an die für sie vorgesehenen Standorte relativ zur Kamera), kann der falsche Eindruck entstehen, die Präsentation einer Showsituation für den Zuschauer sei eine triviale Aufgabe für das Medium Fernsehen. In Wirklichkeit sind es gerade die scheinbar stabilen Situationen, die besonders anfällig sind für Störungen und Transformationen, die Repräsentation von Situationen für den Zuschauer und die Herstellung einer gemeinsamen Kommunikationssituation ist eine der schwierigsten Aufgaben des Fernsehens.