

Rezension zu: Beate Weidner: Kommunikative Herstellung von Infotainment. Gesprächsanalytische und Multimodale Analysen einer TV-Kochsendung. Berlin/Boston: Walter de Gruyter 2017

Dirk vom Lehn

Seit den 1950er Jahren wurde die Verbreitung des Fernsehens in den Wohnzimmern unserer Eltern und Großeltern von zum Teil heftiger Kritik begleitet. Diese Kritik richtete sich einerseits gegen das Fernsehen als ein Medium, das durch die vermehrte Verbreitung von Werbung sowohl zur Kommerzialisierung des Alltags als auch zur Verrohung der Kultur beitragen würde (Berger 1980; Morley 1988). Andererseits implizierte sie, dass die Verbreitung einer Massenkultur, die als der Hochkultur intellektuell unterlegen angesehen wurde, die Entwicklung der Gesellschaft unterminieren würde (Adorno 2003). In eine etwas andere, aber darauf bezogene Richtung stoßen Diskussionen in den kritischen Medienwissenschaften, wo davon gesprochen wird, dass wir uns durch den dauernden Fernsehkonsum "zu Tode amüsieren", was dadurch forciert würde, dass selbst sachliche Inhalte unterhaltsam dargeboten würden (Postman 1985). Postman bezieht sich in seinem bekannten Buch beispielsweise auf Nachrichtensendungen, die schon in den USA der 1980er Jahre in einem Unterhaltungsformat angeboten wurden. Er hat, soweit mir bekannt ist, damals nicht vorhergesehen, dass das Fernsehen des nächsten Jahrtausends alltägliche Aktivitäten wie beispielsweise das Kochen täglich auf die Mattscheibe bringen würde, indem es sie in einem Unterhaltungsformat verpackt.

Trotz der langjährigen Kultur- und Medienkritik am Fernsehen und an dem Unterhaltungsformat, in dem Sachinformationen heutzutage standardmäßig vermittelt werden, gibt es relativ wenige Analysen, die sich damit beschäftigen, wie das Unterhaltungsformat im Fernsehen hergestellt wird. Beate Weidner nimmt sich in ihrem exzellenten Buch diesem Thema an und analysiert mit gesprächslinguistischen und multimodalen Mitteln, wie die "Herstellung von Infotainment" am Beispiel von Kochsendungen im deutschen Fernsehen vollbracht wird. Dabei ist sie insbesondere daran interessiert, wie die AkteurInnen, im Studio, d.h. der Moderator, die Köche und das Studiopublikum, "Informieren" mit "Unterhalten" kommunikativ verbinden (4). Für ihre Analyse konzentriert sich Weidner auf die Sendung *Lanz kocht!* als eine Infotainment-Sendung, die als solche in dieser Art von den TeilnehmerInnen selbst kategorisiert wird (3-4).

Das Buch hat einschließlich Einleitung und Schlussbetrachtung 8 Kapitel. Die ersten vier einführenden Kapitel geben theoretische, praktische und methodische Informationen über die Untersuchung. In den anschließenden substanziellen Kapiteln 5 bis 7 analysiert Weidner ihre Daten der Fernsehsendungen, um die Spezifitäten der kommunikativen Aktivitäten des Informierens, des Belehrens und des Bewertens herauszuarbeiten, die sie als konstitutiv für das Format der Sendung ansieht.

In Kapitel 2 bereitet Weidner die Basis für die nachfolgende Untersuchung, indem sie relevante Literatur zum Thema "Massenmediale Kommunikation" diskutiert. Dabei geht sie auf die Personen ein, die an der massenmedialen Kommunikation beteiligt sind und setzt sie bei Bezugnahme auf das Konzept der "Kommunikationskreise" miteinander in Beziehung (12-13). Später in Kapitel 4 kommt Weidner auf das Konzept der Kommunikationskreise zurück, wenn sie es an die

Spezifika der Sendung *Lanz kocht!* anpasst (88). Einen wichtigen Platz in ihrer Literaturbesprechung nimmt auch die Beziehung zwischen "Unterhalten" und "Informieren" ein. Nach einer Diskussion der existierenden Forschung zu diesen beiden kommunikativen Aktivitäten (22-32) wendet sich Weidner der Beziehung zwischen Informieren und Unterhalten zu (33-35). Sie kommt mit Hinweis auf Wirth (2000:64) zu dem Schluss, dass "Infotainment [...] sich als eine Art Kontinuum konzipieren [lässt], 'das auf der einen Seite ausschließlich auf Information und Informieren und auf der anderen Seite auf Unterhaltung ausgerichtet ist'" (34). Damit hat Weidner die Grundlage für ihre Untersuchung gelegt und kann fragen, "wie sich informative und unterhaltende Aspekte im (sprachlichen) Tun der AkteurInnen widerspiegeln" (35) und "wie unterhaltsame Elemente in informierende Aktivitäten integriert [werden]?" (35).

Wie Weidner in ihrem dritten Kapitel zeigt, orientiert sie ihre Arbeit methodologisch an der Ethnomethodologie und Konversationsanalyse, wobei sie klarstellt, dass sie ihr Material mit einer Perspektive analysieren wird, die nicht in der Soziologie, sondern in der linguistischen Gesprächsanalyse zu verorten ist (47-49). Zudem beruft sie sich auf jüngere Entwicklungen in der multimodalen Analyse von Interaktion, die nicht nur Gespräche, sondern auch die Organisation der körperlichen und materialen Handlungen von AkteurInnen inspiziert (53-62).

Nachdem sie somit ihre methodologischen Eckpfeiler gesetzt hat, wendet sich Weidner in Kapitel 4 der Beschreibung ihres Korpus zu. Sie beschreibt im Detail den Rahmen der Sendung *Lanz kocht!*, die im Zentrum ihrer Untersuchung steht. Sie beschreibt die Konzeption und den Ablauf der Sendung (78-85), geht dabei darauf ein, wie die Sendung in aller Regel beginnt und welche Phasen sie bei ihrer Analyse der Sendung unterscheidet. So spricht sie beispielsweise davon, dass nach der Begrüßung und der Nennung des Sendetages, die "Einstiegsrunde" (79) beginnt, während derer sich der Moderator "über die Zubereitungsart des jeweiligen Gerichtes [informiert]" oder während derer sich der Moderator einige Begriffe erklären lässt (79). In der weiteren Folge beschreibt Weidner die anschließenden Phasen des Sendungsablaufes, ohne sie jedoch so deutlich zu benennen, wie die "Einstiegsrunde". Der Übersicht halber wäre es für den/die LeserIn hilfreich gewesen, wenn Weidner zu Beginn des Kapitels eine Tabelle mit den Phasen des Sendungsablaufes eingefügt hätte und diese dann systematisch erläutert hätte.

Schon in diesem vierten Kapitel, bevor sie auf die eigentlichen, substanziellen Teile der Untersuchung zu sprechen kommt, zeigt Weidner, inwiefern Aspekte der Sendung interaktiv zwischen verschiedenen AkteurInnen und AkteurInnen-Gruppen hergestellt werden. So weist sie beispielsweise auf die Rolle des Studiopublikums hin, das nicht etwa die Handlungen der Köche nur passiv beobachtet, sondern durch seine Reaktionen das Erlebnis der Handlungen der Köche für alle TeilnehmerInnen, auch für die, die daheim vor dem Fernsehgerät sitzen, als 'wirklich' konstituiert; das Studiopublikum repräsentiert, so Weidner, das Fernsehpublikum im Studio (86). Weidner illustriert die Beziehung zwischen Publikum, Köchen und Moderator am Beispiel eines "Backhuhns". Als einer der Köche das Huhn präsentiert, wird dessen Qualität dadurch gesteigert, dass zunächst der Moderator darauf hinweist, "wie schön das AUSSieht" und das Publikum daraufhin in Jubel ausbricht (87). Diese Situation ist auch ein Beispiel dafür, wie in der Sendung zwar einerseits der Moderator zumeist mit den Köchen interagiert, während das Studiopublikum zuschaut, andererseits jedoch das Studiopublikum systematisch in die Interaktion

einbezogen wird, wodurch gewisse Effekte erzeugt werden (88). Im weiteren Verlauf des Kapitels fährt Weidner mit ihrer Analyse der Situation im Studio fort, indem sie zeigt, wie die Agierenden vor der Kamera situativ und interaktiv ihre Rollen herstellen (91), wie durch Beschreibungen der "Eckdaten" bezüglich der Köche deren besonderer Status als Experten oder an anderer Stelle ihr Status als Privatperson hergestellt wird. Dabei zeigt Weidner, wie derartige Rollen in der Sendung durch sprachliche Techniken produziert werden, wenn beispielsweise der Moderator, dem ein Gewürz zu scharf war, vom Koch als "WEICHei" bezeichnet wird und dann Bezug auf eine Südpolreise des Moderators genommen wird, womit private Informationen über ihn in die Kochsendung einfließen. Das Kapitel endet mit einer kurzen Darstellung der räumlichen Organisation des Fernsehstudios und einem kurzen Ausblick auf die drei kommunikativen Aktivitäten, Informieren, Belehren und Bewerten, um die es dann in den substanziellen Kapiteln des Buches geht (105). In ihrer Analyse dieser drei kommunikativen Aktivitäten ist Weidner an den Methoden interessiert, durch die Informieren, Belehren und Bewerten durchgeführt werden.

In Kapitel 5 beginnt die Autorin mit der kommunikativen Aktivität des *Informierens*. Bei ihrer Analyse stellt sie heraus, dass das Informieren in der Kochsendung sehr häufig unterhaltsam gestaltet wird (111). Weidners Analyse arbeitet sieben Formen der Informationsvermittlung heraus, die allesamt mit Unterhaltungselementen durchsetzt werden. Die erste Form der Informationsvermittlung ist die Chronik, mit der die Autorin die temporale Struktur von Instruktionen bezeichnet. Durch eine chronologische Abfolge von Instruktionen wird der Ablauf der Zubereitung von Rezepten dargelegt. "Frotzeleien" und "Inszenierungen" durch den Moderator und die Köche fügen dieser relativ uninteressanten Ablaufbeschreibung eines Tätigkeitsablaufes unterhaltsame Elemente hinzu. Auch "Narrativierung" wird als Kommunikationsform eingesetzt, um die sehr alltäglichen Tätigkeiten interessanter darzubieten. So schwelgt einer der Köche in Kindheitserinnerungen, als er die Zubereitung einer Weincreme beschreibt. Dramatischer werden solche narrativen Darstellungen, wenn der Koch den Zubereitungsablauf nicht nur beschreibt und mit Geschichten untermalt, sondern auch Aspekte der Zubereitung dramatisch überhöht demonstriert. An dieser Stelle bezieht Weidner auch die Fernsehbilder in ihre Analyse ein und zeigt, wie Close-up-Einstellungen benutzt werden, um beispielsweise das Schneiden eines Fisches zu demonstrieren. Die Demonstration der Aktivität gewinnt an Dramatik, als der Moderator das Messer übernimmt, um die Tätigkeit unter Anleitung der Köchin nachzuahmen. "Mit Blick auf den Sendungsanspruch der Informationsvermittlung zeigt sich, dass im Zuge der konversationellen Aktivität des Informierens mittels einer Demonstration durch die praktische Durchführung der Handlung, unterstützt durch die teilweise Synchronisierung mit der verbalen Informationsvermittlung, Anschauungswissen dargestellt wird" (147). Diese Sequenzen sind ein Beispiel dafür, wie die Handlungsanleitungen nicht nur für den Moderator der Fernsehsendung, sondern auch für das Publikum daheim gestaltet werden. So wird der Moderator bei den Anleitungen nicht direkt angesprochen, so dass das "Agens" in der Sequenz unbestimmt bleibt (143). Eine weitere Dramatisierung des Demonstrierens wird herbeigeführt, wenn bestimmte Aktivitäten, wie das Wenden eines Crêpe in der Pfanne, vorgeführt werden. Zunächst wirft der Koch ohne verbale Erklärung den Crêpe so in die Luft, dass er umgekehrt in

der Pfanne landet, bevor der Moderator es ihm nachtut, woraufhin das Studiopublikum lange applaudiert (151-153).

Zwei weitere Formen der Informationsvermittlung sind die Inszenierung von Regionalität und die Inszenierung von kulturellen Traditionen. Dabei handelt es sich um kommunikative Formen, durch die Speisen und deren Zutaten besonders charakterisiert werden, so dass sie Unterhaltungswert erhalten. Zuweilen nimmt der Koch auch auf persönliche Erfahrungen Bezug, wenn er Zutaten und Speisen beschreibt. Wenn Weidner also von einer Inszenierung von Regionalität und kultureller Traditionen spricht, dann ist anzuschließen, dass sie die Charakteristika von Speisen an die Positionierung der Köche und des Moderatoren als Privatpersonen koppelt, womit versucht wird, "eine glaubwürdige Kulisse aufzubauen" (165).

Abschließend zu ihrer Analyse des Informierens führt Weidner noch zwei weitere kommunikative Mittel ein, die in Kochsendungen Verwendung finden: Metaphern, wie der Gebrauch des Wortes *sonnig* für die Charakterisierung mediterraner Küche, werden beispielsweise beim Sprechen über Regional- und Nationalküchen benutzt, oder die Kreativität des Kochens wird am Beispiel des Konzeptes Haute Cuisine aufgezeigt; die Qualität des Haute Cuisine liegt nicht in den Zutaten, sondern in den Fähigkeiten des Koches begründet. So stellt in einer der Interaktionssequenzen einer der Köche dar, dass ein Masterchef in der Lage ist, aus einfachen Zutaten wie trockenes Brot und Milch ein edles Soufflee herzurichten, "während 'jemand der_s net KANN,' ein edles Soufflee verdirbt" (183). Derartige Kontrastierungen erlauben es den Köchen, sich und ihre Kollegen als Meister ihres Faches zu präsentieren, da sie im Gegensatz zu Laien in der Lage sind, durch exzellente Zubereitungsweisen aus einfachen Produkten Haute Cuisine herzustellen (183, 185). Während Metaphern also dazu beitragen, das Kochen in einem kreativen Kontext erscheinen zu lassen, werden Kontrastierungen eingesetzt, um das Unterhaltungspotenzial der Sendung zu steigern, indem sich die KöchInnen beispielsweise als ExpertInnen von anderen Köchen abzusetzen suchen. "Sie schreiben nicht nur den zubereiteten Speisen den Status eines Kunstwerkes zu, sondern reklamieren mithin auch für die verantwortlichen KöchInnen einen Status als kreativ Tätige" (191).

Das *Belehren* ist die zweite kommunikative Aktivität, die Weidner als bedeutsam für das Infotainment in der Kochsendung *Lanz kocht!* herausstellt. Zu Beginn ihres fünften Kapitels diskutiert die Autorin kurz die wichtigen Forschungsbeiträge zum Belehren, die Keppler, Luckmann und Kotthoff seit den 1990er Jahren geleistet haben. Diese Autoren haben das Belehren im Alltag untersucht und fanden, dass diese Aktivität nur selten selbstinitiiert ist, sondern zumeist auf Initiative eines anderen Teilnehmers ausgeführt wird. Ihre Funktion liegt dann darin, Wissenslücken des Initiators zu schließen. Ein Unterschied, den Weidner im Vergleich zum Informieren aus ihrer Analyse der Literatur herausarbeitet, besteht in der Komplexität von Belehrungen, die in aller Regel aus mehreren Gesprächsbeiträgen bestehen, die so gestaltet sind, wie sie mit Verweis auf Helga Kotthoff schreibt, dass mit dem vermittelten Wissen ein Absolutheitsanspruch verbunden wird.

In der Kochsendung *Lanz kocht!* haben Belehrungen mehrere Funktionen, die mit Hilfe unterschiedlicher Methoden erfüllt werden. Die Tatsache, dass diese Belehrungen vor einem Studiopublikum und einem nicht sichtbaren Fernsehpublikum daheim ausgeführt werden, schlägt sich insbesondere in ihrer Gestaltung nieder. Zum einen sind Belehrungen in der Kochsendung häufig selbstinitiiert, womit der

Initiator anderen AkteurInnen, sei es dem Moderator oder dem Publikum, ein Wissensdefizit unterstellt, das er mit seiner Handlung füllen kann. Zum anderen erlaubt die Selbstinitiierung von Belehrungen es dem Initiator, sich selbst als Experte in der Sendung darzustellen. Um Belehrungen selbst zu initiieren, benutzt der Initiator Modalverben wie beispielsweise in "Aber aber- man *muss* daZU sagen; ... " oder "ja aber dazu *muss* ich dir sagen" (204), rhetorische Fragen (205-207) und Korrekturen.

Auf die Initiierung der Belehrung folgt die Belehrungsäußerung, die bestimmte sprachliche Mittel und kommunikative Verfahren verwendet. Wiederum geht es bei der Durchführung des Belehrens nicht nur um das Füllen von Wissenslücken, sondern auch um die Performance von Expertentum und um eine Unterhaltung des Publikums. Ersteres wird beispielsweise durch die Verwendung von Fachtermini oder durch die "Modalität des Faktischen" (Kotthoff), d.h. die Präsentation von subjektiven Einschätzungen als objektives Wissen, erreicht. Ein Beispiel für eine sprachliche Objektivierung subjektiver Einschätzungen in Kochsendungen sind Verweise auf den Geschmack von Speisen oder Zutaten, die so hervorgebracht werden, als ob sie Allgemeingültigkeit hätten; "deswegen SCHMECKT die bEgger" (215). Im weiteren Verlauf ihrer Analyse von Belehrungen stellt Weidner noch eine Reihe anderer Verfahren dar, wie beispielsweise die Detaillierung von Wissen über bestimmte Rezepte (226), die Benutzung deontischer Infinitive (230-232) oder prosodische Emphase (232-237), die durch Gestik nochmals betont werden können.

Bezüglich Weidners Analyse von Gestik lohnt es sich, hier kurz auf den "gehobenen Zeigefinger" einzugehen, der häufig als die für eine Belehrung emblematische Geste angesehen wird; man denke nur an den Lehrer Lämpel in Wilhelm Buschs 'Max und Moriz' (241). Als ein Verfahren, das bei Belehrungen oft gemeinsam mit dem gehobenen Finger benutzt wird, führt die Autorin die „Etablierung lokaler Asymmetrien“ (222) ein. Hierbei handelt es sich um ein Verfahren, durch das sich der Experte von den zu Belehrenden abgrenzt. Mit Hilfe einer Äußerung wie "jetzt pass AUF;" (222), die von einem erhobenen Zeigefinger begleitet wird, sichert sich der Koch die Aufmerksamkeit der anderen AkteurInnen, so dass er mit einer Belehrung fortfahren kann. Mittels eines erhobenen Zeigefingers oder einer hochgestreckten Gabel beansprucht einer der AkteurInnen Aufmerksamkeit, so dass ihm Zeit für eine Belehrung eingeräumt wird (237-246).

Neben inhaltlichen Aspekten weisen Belehrungen auch formale Kriterien auf, durch die der Inszenierungscharakter der Aktivität angezeigt wird. Sie implizieren Kontextualisierungshinweise, durch die sich AkteurInnen wie die Köche als Experten positionieren, Wissen als verbindlich und bedeutsam dargestellt wird sowie ein "autoritativer Duktus" erzeugt wird. Wenn Belehrungen auch relativ weitläufig sein können, so werden sie doch letztlich in Interaktion zwischen TeilnehmerInnen zu Ende gebracht. Dazu werden Aktivitäten durchgeführt, die dazu dienen, die Inszenierung von Expertentum in Unterhaltsamkeit oder mit anderen Worten eine potenzielle Ernsthaftigkeit in Unterhaltung zu überführen. Zu diesen Aktivitäten gehören "Frotzeleien", die durch das Darstellen von Entrüstung, Entscheidungsfragen, Anspielungen auf den (vermeintlichen) sozialen Status des Belehrenden, Wortspiele, Rekurse auf die situative Rolle der Privatperson oder deren institutionelle Rolle in andere Aktivitäten verpackt werden (247-272). Hierbei zeigt sich, wie die AkteurInnen wechselseitig auf ihren sozialen Status und ihre Rolle als Ressource für die Erzeugung von Unterhaltsamkeit zugreifen, da sie es erlauben, in spielerischer Art

und Weise das Gesicht des/r anderen TeilnehmerIn zu bedrohen. Derartige Sequenzen werden zumeist durch eine Reaktion des Publikums, Applaus oder Lachen, beendet.

Weidner bringt ihre Analyse in Kapitel 7 mit der Inspektion von Sequenzen zu Ende, in denen die TeilnehmerInnen die kommunikative Aktivität des *Bewertens* benutzen. Ihr Erkenntnisinteresse an dieser Aktivität "richtet sich [...] auf Bewertungen, die in der Situation des gemeinsamen Erlebens gegenüber dem aktuellen Geschehnis geäußert werden, ..." (276). Bewertungen in Kochsendungen beginnen zunächst mit der Konstitution des Bewertungsobjektes. Sie können sich auf die Idee für ein Gericht, die Optik eines Gerichtes, die handwerkliche Umsetzung oder den Geschmack eines Gerichtes beziehen. Alle Formen der Bewertung in der Kochsendung stellen die alltägliche Aktivität des Kochens als kreative und künstlerische Arbeit dar. Dies geschieht beispielsweise dadurch, dass die Art und Weise, wie Soße auf ein Gericht "geträufelt" wird, dasselbe in den Augen des Koches zu einem Kunstwerk werden lässt; "jetzt ist es Kunst" (283). Neben diesen visuellen Effekten, die kreierte und dann bewertet werden, spielen bei der Bewertung auch sprachliche Mittel eine wichtige Rolle. So ist es beispielsweise von Bedeutung, wenn eine Bewertung so hervorgebracht wird, dass sie nicht als eine subjektive Einschätzung, sondern als eine auf objektiven Kriterien beruhende Beurteilung hervorgebracht wird. Objektive Bewertungen haben gemeinhin ein stärkeres Gewicht und lassen den/die Bewertende/n als eine/n ExpertIn erscheinen (290). Subjektive Bewertungen erlauben es dem/der Bewertenden, leichter eine Beziehung zum Fernsehpublikum herzustellen, da sie insbesondere mit Unterhaltungspotenzial angereichert werden können, indem auf das Privatleben des Moderators oder der Köche angespielt wird.

Wie schon beim Informieren, so werden auch beim Bewerten häufig Metaphern eingesetzt. Weidner weist in ihrer Analyse von Bewertungen insbesondere auf "anthropomorphe Metaphern" hin, die, mit Gesten begleitet, beispielsweise den "bauchigen" Charakter des Geschmacks einer Speise erfassen (301-307). Von besonderer Bedeutung bei der Bewertung von Gerichten sind auch Metaphern, die verschiedene Sinne mischen. Weidner zeigt den Gebrauch von "synaesthetischen Metaphern" an der Bewertung von Getränken, die mit Metaphern aus dem auditiven Bereich beschrieben werden. Ein Koch in Weidners Analyse vergleicht den Geschmack eines Getränkes beispielsweise mit dem "Bebop jazz" (308). Die Verwendung von Metaphern bei der Bewertung von Getränken und Gerichten kann im Zusammenhang damit gesehen werden, dass das Studio- und das Fernsehpublikum lediglich über die vokalen und sichtbaren Aktivitäten der TeilnehmerInnen Zugang zum Geschmack des Gerichtes oder der Speise bekommen kann. Die Metaphern sind dabei ein Mittel, um Intersubjektivität über die unterschiedlichen "Kommunikationskreise", d.h. die Köche, den Moderator, das Studiopublikum und das Fernsehpublikum, hinweg herzustellen. Zuweilen entpuppen sich Metaphern jedoch als "Verständigungsfallen" (312), wenn ein Koch ein Gericht beispielsweise als "urBANes" beschreibt, die anderen TeilnehmerInnen jedoch nicht wissen, was damit gemeint ist, so dass eine längere Erklärung vonnöten ist (312-314).

Wie in den zuvor behandelten kommunikativen Aktivitäten so erlauben es auch Bewertungen, die Rolle des/r Experten/In darzustellen. Dies kann sich einerseits in der Wahl von Metaphern zeigen und andererseits in körperlichen Handlungen, mit

denen Objekte manipuliert werden. Ein Beispiel hierfür ist das Vorführen des Probiervorganges, der verschiedene körperliche Handlungen wie das Füllen und Zumund-Führen des Löffels ebenso einschließt wie die anschließende Mimik, die so ausgeführt wird, dass eine Reaktion des Studiopublikums erfolgt. Weidner beschließt ihr Kapitel zum Bewerten mit einer kurzen Analyse weiterer Kommunikationsformen, die unter anderem auch wieder das "Frotzeln" einschließen, was zum Unterhaltungswert der Sendung beiträgt (253-257).

Weidner beendet ihr Buch mit Kapitel 8, in dem sie ihre Befunde detailliert zusammenfasst und dann über mögliche theoretische und methodologische Konsequenzen reflektiert. Ihre Analyse hat die Konzepte der "Inszenierung" und "Unterhaltung" so begonnen auszuarbeiten, dass sie für folgende gesprächslinguistische Arbeiten sehr nützlich sein wird. Hierbei weist die Autorin auch auf den Nutzen der Gattungsanalyse für ihre Inspektion des Datenmaterials hin. Zudem hebt sie hervor, inwieweit die "multimodal erweiterte Konversationsanalyse" (Hausendorf/Mondada/Schmitt) (371) neue Möglichkeiten für den Umgang mit Daten, die beim Fernsehen aufgezeichnet wurden, bieten.

Weidners Buch bietet somit eine interessante neuartige Form der Analyse der Inhalte, die von Massenmedien vermittelt werden. Ihr Bezug zur Gattungsanalyse hat sich, wie die Autorin in ihrer abschließenden Diskussion selbst erklärt, als fruchtbar erwiesen, so dass sich Folgeuntersuchungen hier an ihrer Arbeit orientieren können. Ausbaubar ist meines Erachtens die multimodale Analyse der Medieninhalte sowie das analytische Herangehen an die Daten. Zwar stellt Weidner akribisch und sehr detailliert dar, wie die drei kommunikativen Aktivitäten organisiert werden, doch vermisse ich zuweilen eine Antwort auf die Frage, warum TeilnehmerInnen Handlungen in einer bestimmten Art und Weise und nicht anders ausführen. Stattdessen liest sich die Analyse teilweise wie eine Liste an unterschiedlichen Formen der Kommunikation, die von den Teilnehmern benutzt werden. In dieser Liste tauchen einige Kommunikationsformen und -elemente mehrfach auf, da sie für mehr als eine kommunikative Aktivität verwendet werden. Beispiele sind hier Metaphern oder das Frotzeln, die sich meiner Meinung nach als eigenständige Aktivitäten einer weitergehenden Analyse anzubieten scheinen.

Am Ende des Buches fragte ich mich zudem, ob die Autorin in ihrer abschließenden Diskussion mehr über das Konzept des "Infotainments" hätte sagen können. Zwar stellt sie in Kapitel 8 ihre Beobachtungen im Einzelnen dar, doch fehlt mir ein Abschnitt, in dem Weidner ihre Analyse auf den Titel ihres Buches "Kommunikative Herstellung von Infotainment" zurückführt. Ihre Analyse bietet ihr die Möglichkeit, das medienkritische Konzept des "Infotainment" aus gesprächslinguistischer Sicht zu diskutieren. Wird "Infotainment" häufig benutzt, um die Massenmedien zu kritisieren, so zeigt die Autorin, wie unterhaltsame Aspekte in die Vermittlung sachlicher Information eingeschmuggelt werden, um eine parasoziale Beziehungen herzustellen und das Interesse des Publikums zu halten. Eine weitergehende Analyse der Herstellung von Infotainment in Bezug auf die Beziehung zwischen Kommunikationskreisen erscheint mir lohnenswert.

Mit ihrem Buch hat Weidner in jedem Fall gezeigt, dass die Gesprächslinguistik und die multimodale Analyse von Medieninhalten einen wichtigen Beitrag zu Debatten über "Infotainment" leisten können. Ihr Buch ist mithin nicht nur für Ge-

sprächslinguisten von Interesse, sondern sollte, so hoffe ich, auch eine weite Leserschaft in den Medien- und Kommunikationswissenschaften wie auch in der Mediensoziologie finden.

Literatur

- Adorno, Theodor W. (2003): *The Culture Industry*. London/New York: Routledge.
- Berger, Arthur Asa (1980): *Television as an instrument of terror: essays on media, popular culture, and everyday life*. New Brunswick, N.J.: Transaction Books
- Morley, David (1988): *Family television: cultural power and domestic leisure*. Abingdon: Routledge.
- Postman, Neil (1985): *Wir amüsieren uns zu Tode: Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Wirth, Werner (2000): "Infotainment: Chancen für die politische Sozialisation Jugendlicher?". In: Paus-Haase, Ingrid / Schnatmeyer, Dorothee / Wegener, Claudia (Hrsg.), *Information, Emotion, Sensation: Wenn im Fernsehen die Grenzen zerfließen*. GMK-Schriften zur Medienpädagogik, 62-91.

Dr Dirk vom Lehn
King's Business School
King's College London
Bush House
30 Aldwych
London WC2B 4BG
Great Britain

dirk.vom_lehn@kcl.ac.uk

Veröffentlicht am 12.3.2018

© Copyright by GESPRÄCHSFORSCHUNG. Alle Rechte vorbehalten.