

sekonferenzen erscheint es sinnvoll, dass virtuelle Pressekonferenzen supplementär zum Angebot an Pressearbeit eingesetzt werden. On- und Offline-Technologien bieten inzwischen eine Reihe von interessanten und finanzierbaren Alternativen zur realen Pressekonferenz an. Persönliche Kontakte sowie die Atmosphäre während einer Pressekonferenz sind jedoch virtuell kaum zu modellieren.

Die Bereitstellung der Originalinformation auf der Unternehmenshomepage ermöglicht eine Informationsvermittlung ohne journalistische Selektion, d. h. es findet eine direkte Kommunikation statt, denn der Weg über den Journalisten als Gatekeeper entfällt, da die Pressekonferenz dem User (meist) auch ohne Zugangsberechtigung zugänglich ist. Indirekt ergibt sich eine Informationsbeschränkung, da die Pressekonferenz auf der Webseite oder im Internet angekündigt werden muss. Dies geschieht über einen Presseverteiler beziehungsweise über die Medien selbst. Das WWW bietet durch seine zahlreichen Möglichkeiten, eine direkte Ansprache der definierten Zielgruppen beziehungsweise der Öffentlichkeiten (Journalisten, Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter).

Content und Dokumentation

Die Webpräsenz erfährt durch die Erweiterung um eine Pressekonferenz und die Hinterlegung der relevanten Unterlagen eine Aufwertung und unterstreicht damit die Kommunikationsbereitschaft des Unternehmens. Zusätzlich besteht die Möglichkeit die generierten Daten durch die am Markt existierenden Dienstleistungsanbieter

von virtuellen Pressekonferenzen wie z. B. APA, presseportal.de oder dpa einem größeren Publikum zugänglich zu machen. Die Aufzeichnung und Aufbereitung der Veranstaltung ermöglicht die permanente Wiederholbarkeit und individuelle Zusammenstellung der Sequenz-Reihenfolge.

Interaktivität

Eine Übertragung kann durch einen interaktiven Rückkanal angereichert werden. Dabei bieten sich v. a. live Diskussionsmöglichkeiten für Zuseher, Live-Chat, moderierter Chat, Telefon-Konferenzen oder Video-Konferenzen an. Dadurch wird dem nicht persönlich an der Pressekonferenz teilnehmenden Journalist die Möglichkeit eingeräumt, sich interaktiv durch Fragen zu beteiligen. Ein Redner oder Moderator weist auf den Eingang der E-Mail-Anfrage hin und wird diese anschließend beantworten. Eine schriftliche Reaktion auf die Fragestellung ist auch hier möglich, wird aber in der Praxis kaum umgesetzt und wäre mit einem Chat vergleichbar. Nur einer der Befragten entschied sich im Rahmen einer übertragenen Pressekonferenz für eine E-Mail-Live-Diskussion, um durch diesen neuen Kommunikationskanal Transparenz und Offenheit zu erzielen, Vertrauen zu schaffen und als Early Adopter (Frühadoptierer) modern und innovativ aufzutreten.

Die Autorin:
Katja Oberauer, freie Journalistin in Wien, PR-Beraterin. Studium der Publizistik und Politikwissenschaft an der Universität Wien, mit den Schwerpunkten PR und Werbung.



Komik als Selbstschutz

Zusammenfassung

In dem Artikel werden metakommunikative Strategien von Komikern und Wissenschafts- und Kulturjournalisten behandelt, die zur Verminderung von Berufsrisiken eingesetzt werden. Der massenhaft produzierende Komiker immunisiert sich gegen Kritik, indem er eine metakomisch-parodierende Interpretation wenig amüsanter Showelemente suggeriert. Der Journalist charakterisiert das Kommunikationsverhalten von Wissenschaftlern und Künstlern mit karikierenden Verben, die Selbstbewusstsein und kritischen Abstand des Journalisten indizieren und gleichzeitig komisierend im Sinne von Bergsons Theorie des Mechanischen als Quelle des Lachens

wirken können. Da diese Komisierung implizit-metakommunikativ erfolgt, ist sie nicht einklagbar. Ihre Wirkung entfaltet sich zum Nutzen des Autors, ohne dass er für sie haftbar wird.

Einleitung

Komiker und Journalist sind Risikoberufe. Beide stehen unter ständiger öffentlicher Beobachtung und sind in der Ausübung ihrer Berufe von der Akzeptanz ihrer Rezipienten abhängig. Diese Akzeptanz müssen sich beide durch möglichst originelle Beiträge erwerben: Der Komiker soll durch unterwartete Inkongruenzen überraschen und dabei heiter über den Dingen stehen. Der Journalist hat seine Themen nicht

nur zu referieren, sondern mit kritischer Distanz zu beleuchten, wozu er – ähnlich dem Komiker – eine spielerische Beherrschung der Materie nachweisen muss. Bei beiden Berufsgruppen wird die Erfüllung dieser hohen Ansprüche gelegentlich noch erschwert. Ein Komiker, der drei- oder viermal wöchentlich auf Sendung ist, muss heitere Überlegenheit und Überraschung praktisch am Fließband produzieren. Ein Wissenschafts- oder Kulturjournalist wiederum hat nicht selten Dinge zu besprechen, deren Gültigkeit zum jeweiligen Zeitpunkt sogar unter Kapazitäten des jeweiligen Fachs umstritten ist. Sich eine qualifizierte Meinung im Sinne des kritischen Journalismus zu bilden, muss unter solchen Bedingungen außerordentlich schwer sein.

Ich möchte hier zeigen, dass Komiker und Journalisten nicht nur ähnliche Berufsrisiken zu tragen haben, sondern gelegentlich auch ähnliche Strategien zur Bewältigung der erwähnten Probleme entwickeln. Dies sind zum einen die implizite Metakommunikation und zum anderen Komisierungen. Dazu werde ich zunächst britische Fernsehkomödien des Komikerduos Vic Reeves and Bob Mortimer sowie die deutsche Show TV Total betrachten, um anschließend auf die Kultur- und Wissenschaftsberichterstattung des Magazins Der Spiegel zu kommen.

Metakommunikation in Fernsehkomödien

Vic Reeves und Bob Mortimer produzieren seit über 10 Jahren Komödien, die in Großbritannien Kultstatus haben, einem nicht eingeweihten Zuschauer jedoch eher schwer zugänglich sind. In ihren Shows finden sich Männer, die auf einem von ihren eigenen Darmwinden angetriebenen Kinderkarussell stehen oder eine Talkshow mit dem Formel-1-Piloten Damon Hill, in der Hill gefragt wird, ob er im Rennen einen Autoatlas benutzt oder einfach den anderen hinterherfährt. Ein weiteres Beispiel ist die Quizshow Shooting Stars. Hier versucht ein Kandidat etwa, sich auf einem Podest zu halten, während die Gastgeber immer größere, an Seilen befestigte, ausgestopfte Säugetiere gegen ihn schwingen. Dabei kommentieren die Komiker, wie sie jedes dieser Tiere

zubereiten würden: Zur Maus werden Süßigkeiten gereicht, das Kaninchen wird in feuchtem Wasser gekocht, der Leopard zusammen mit einem Apfel gegessen und das Bärenfleisch isst man einfach vom Knochen. All das wird erst komisch, wenn der Zuschauer erkennt, dass es

hier nicht um den einzelnen Gag geht – der im Zweifelsfall miserabel sein kann –, sondern dass die Komödien von Reeves und Mortimer auf einer Metaebene funktionieren. Die Komik liegt nicht auf der Ebene der Quizshow mit prominenter Beteiligung oder eines Sketches im klassischen Nummernprogramm. Sie liegt darin, dass die Komiker mit ungezügelter Phantasie und Spielfreude zeigen, wie ihre Version all der bekannten Muster aussieht. Dies ist ein

grundsätzlich metakommunikatives Konzept insofern, als die Komiker immer über diesen Mustern stehen und aus dieser Position Variationen entwerfen, die man als metakommunikative Kommentare zu diesen Mustern, also als Kommunikation über Kommunikation im Sinne der Definition lesen kann. Dabei fallen sowohl schlechte als auch sehr gute Gags und wohl auch Medienkritik ab – seht, so schlecht sind durchschnittliche Comedy-Shows. Eine alleinige Festlegung auf eine dieser Rezeptionsebenen ließe jedoch das Spielerische verschwinden. In diesem Sinne ist der schlechte Gag genauso wichtig wie der gute, die Lesart der Medienkritik ebenso wie die des freien, überschäumenden, uninteressierten Spiels der Phantasie. Die Leichtigkeit und Verwegenheit der Komödien von Reeves und Mortimer entsteht wesentlich dadurch, dass die Metaebene durch die Komiker nicht deutlich markiert wird, sondern weitgehend implizit bleibt. Dies birgt natürlich das Risiko, missverstanden zu werden, was zweifellos auch geschieht. Die Entschädigung für dieses Risiko aber besteht in der Herstellung einer originellen, kompromisslosen Komödie.

Implizite Metakommunikation findet sich auch in der Comedy-Show TV Total von Stefan Raab als stabiles Musterelement, hier allerdings unterschiedlich stark ausgeprägt in den einzelnen Elementen der hybriden Show. Fernsehpannen

„Metakommunikative Wertungen erwecken den Eindruck von journalistischer Kompetenz, kritischer Distanz und Stellungnahme, wo doch eine explizite Stellungnahme des Journalisten oft fehlt. Implizite Wertungen sind zudem nicht einklagbar.“

und peinliche Aussprüche von Prominenten etwa kommentiert Raab meist explizit satirisch. Die Rubrik „Raab der Woche“ aber setzt einen implizit metakommunikativen Pakt zwischen Stammpublikum und Raab voraus: In der Sparte „Raab der Woche“ wird ein Studiogast von Raab angekündigt und begeistert vom Publikum begrüßt. Der Gast führt nach einem Gespräch mit Raab gelegentlich eine Unterhaltungsnummer vor. Für den uneingeweihten Zuschauer folgt diese Rubrik dem Muster des professionellen Studiogastes, der neben bzw. mit Raab das Publikum unterhält. Für Eingeweihte betrifft der „Raab der Woche“ jedoch eine nicht ganz ernst zu nehmende Person, über die Raab und sein Publikum sich gemeinsam lustig machen. Inwieweit dies ohne das Wissen des Gastes geschieht, ist nicht immer auszumachen. Tatsache ist, dass dieses metakommunikative Amusement über den Gast bestenfalls durch das ständige breite Lächeln Raabs indiziert ist. Ein ähnlich breites Lächeln trägt Raab auch in der Interviewsektion mit prominenten Gästen zu Schau, selbst dann, wenn die Gespräche belanglos und wenig komisch sind. Auch hier kann man Raabs Lächeln als Verweis auf eine implizite metakommunikative Absicht lesen: Vielleicht soll die gesamte Show als Parodie betrachtet werden?

Während dieses Konzept in den inspirierten Passagen der Raab-Show offensichtlich funktioniert, so wird die beschriebene implizite Andeutung einer Metaebene über die vielen Stunden hinweg, während derer sich Raab monatlich auf Sendung befindet, zur dringend notwendigen Immunisierungsstrategie: Auch wenn es nicht viel Spektakuläres von der Prominenz zu berichten gibt, wenn die Gesprächspartner keinen hohen Unterhaltungswert haben und sich der „Raab der Woche“ nicht besonders lächerlich macht, deutet das Lächeln Raabs an, das dahinter bzw. darüber, auf einer Metaebene, der eigentliche Spaß steckt: eine Parodie auf Unterhaltungsprogramme dieser Art, vielleicht auch eine Auto-Parodie auf die Show TV Total. Ist diese Metaebene einmal etabliert, so macht sich der Komiker weitgehend immun gegenüber der Kritik. Die Metaebene muss man eben verstehen oder man tut es nicht. Selbst eine Meta-Metaebene ist

mit der Evolution des Genremusters denkbar. Dies verschafft der in Massen produzierten Komödie einen Handlungsspielraum.

Metakommunikation im Fachjournalismus

In den Wissenschafts- und Kulturkolumnen des Spiegel finden sich nun Belege folgender Art:

- „„Endlich haben wir bewiesen, dass es geht‘, jubelt Williams.“ (Spiegel Nr. 47, 18.11.2002, Wissenschaft, S. 178)
- „„Der Dichter Morgenstern juxte einst: ‚Das Perfekt und das Imperfekt tranken Sekt.‘“ (Spiegel Nr. 48, 25.11.2002, Kultur, S. 168)
- „„Bis in die siebziger Jahre hatten die Maya-Forscher fast unisono den Mythos von den friedliebenden Sternguckern und Kalendertüftlern gehätschelt.“ (Spiegel Nr. 51, 16.12.2002, Wissenschaft, S. 159)
- „„Die Kartierung des Genoms ist eine großartige Sache‘, knurrte der Frankfurter Biochemiker Joachim Engels“. (Spiegel Nr. 9, 24.2.2003, Titel, S. 167)
- „„PSA-Chef Folz feixte in Genf über die diversen Vorbehalte seiner Konkurrenten.“ (Spiegel Nr. 11, 10.3.2003, Wissenschaft, S. 168)

Im Spiegel zitierte Wissenschaftler und Kulturschaffende argwöhnen, frohlocken, geheimnissen, gestehen, giften, höhnen, posaunen, sticheln, stöhnen, spotten, verkünden, zetern, schwärmen viel und jubeln noch mehr

(Stichproben aus den Jahrgängen 2000-2003). Dieser Befund lässt sich vielleicht einfach als Versuch deuten, einen unterhaltsamen, lebendigen Stil zu schreiben und die Intellektuellen sprachlich von ihrem Elfenbeinturm auf die Erde zu holen. Gleichzeitig lässt sich in solcher Wortwahl jedoch auch eine geschickte Strategie sehen. Die Art, wie Äußerungen von

„Der Journalist hat seine Themen nicht nur zu referieren, sondern mit kritischer Distanz zu beleuchten, wozu er – ähnlich dem Komiker – eine spielerische Beherrschung der Materie nachweisen muss.“

Künstlern und Wissenschaftlern wiedergegeben wird, beinhaltet eine implizit metakommunikative Tendenz folgender Art: Ein stöhnender, zeternder, jubelnder Intellektueller steht nicht auf der Erde, sondern eher im Comic-Heft. Hier wird das Bild des verrückten Professors mit rußgeschwärmtem Gesicht und rauchenden Haaren, des Einstein mit herausgestreckter Zunge oder des exzentrischen Künstlers evoziert. Die

durch Verben aufgerufenen Handlungsweisen der Intellektuellen sind schablonenhaft, extrem und mechanisch: Jubeln, giften, höhnen – subtilere Handlungsweisen sind nicht vorgesehen. Diese Darstellungen erinnern an die vom Philosophen Henri Bergson postulierte Komik des Mechanischen: Mechanische Verhaltensweisen des Menschen wirken lächerlich, und die Gesellschaft verlacht das mechanische Verhalten des Einzelnen. Der wahlweise jubelnde, feixende oder knurrende Professor ist eine solche mechanische Figur, die im Erfolgsfalle gefeiert, aber auch belächelt oder ausgelacht werden kann. Diese Komisierung ist implizit. Der Journalist behauptet nicht, dass Intellektuelle ein bisschen lächerlich, nicht ganz ernst zu nehmen usw. seien. Die Worte, mit denen er die Kommunikation der Wissenschaftler beschreibt, eröffnen aber eine metakommunikative Ebene, auf der solche Deutungen möglich sind.

Die Vorteile solcher implizit metakommunikativer Wertungen für den Journalisten liegen auf der Hand: Sie erwecken den Eindruck von Kompetenz, kritischer Distanz und Stellungnahme, wo doch eine explizite Stellungnahme des Journalisten oft fehlt. Implizite Wertungen sind zudem nicht einklagbar. Niemand kann dem so schreibenden Journalisten (einem Intellektuellen) etwa Lächerlichmachung und Intellektuellenfeindlichkeit vorwerfen; wohl aber bieten seine Formulierungen solchen Interpretationen einen Ansatzpunkt. Niemand wird auch dem Journalisten später vorwerfen können, eine geniale Entdeckung verkannt zu haben, denn eine explizite Meinung dazu wurde ja niemals formuliert.

Schlussbemerkung

Implizite Metakommunikation wird erst wirksam, wenn sie durch den individuellen Rezipienten realisiert wird. Insofern ist sie ein subjektives Phänomen, vorhanden für den einen Rezipienten, abwesend für den anderen. Eben dies macht sich der Komiker zunutze, der auf eine komische Metaebene anspielt – ihre Abwesenheit kann durch potenzielle Kritiker nicht reklamiert werden. Diese Flüchtigkeit der Metakommunikation macht sich im Sinne einer Immunisierungsstrategie auch mancher Journalist zunutze. Für implizit metakommunikative Wertungen kann der Journalist kaum verantwortlich gemacht werden. Die Eigenschaften impliziter Kommunikation ermöglichen es auch, diesen kleinen Aufsatz als gegenstandslos zu betrachten.

Literatur:

- BERGSON, HENRI (1948 [1900]): Das Lachen, Meisenheim am Glan.
 BROCK, ALEXANDER (I. DR.): Vergnügliche Aggressionen – zur analytischen Erfassung aggressiver Komik in Fernsehkomödien, in: Klemm, Michael/Jacobs, Eva-Maria (Hrg.): Das Vergnügen in und an den Medien, Interdisziplinäre Perspektiven.
 HOBBS, THOMAS (1987[1650]): Human Nature, in: Morreall, John (Hrg.): The Philosophy of Laughter and Humor, Albany/New York, S. 19-20.
 SCHMIDT, AXEL (2002): Aggressiver Humor in den Medien am Beispiel der Fernseh-Comedy-Show „TV total“, Medien & Kommunikationswissenschaft 50. Jahrgang 2002/2, S. 195-226.

Zeitschriftenartikel:

- SCHMUNDT, HILMAR (2002): Splitternackt auf dem Monitor, Wissenschaft, Spiegel Nr. 47/2002, 18.11.2002, S. 178 – 180.
 VON FESTENBERG, NIKOLAUS (2002): Wandlungen einer Diva, Kultur, Spiegel Nr. 48/2002, 25.11.2002, S. 166 – 168.
 STOCKINGER, GÜNTHER (2002): Kriegslärm im Maya-Land, Wissenschaft, Spiegel Nr. 51/2002, 16.12.2002, S. 158-160.
 GROLLE, JOHANN (2003): Die Sprache des Lebens, Spiegel Nr. 9/2003, 24.2.03, S. 160 – 170.
 WÜST, CHRISTIAN (2003): Brikett unterm Bodenblech, Wissenschaft, Spiegel Nr. 11/2003, 10.3.2003, S. 168.

Der Autor:

PD Dr. Alexander Brock, Jahrgang 1960, Vertretungsprofessor am Institut für Anglistik, Universität Leipzig; Anglistik- und Slawistikstudium in Leipzig, Woronesch und Leeds; 1989 Promotion zu Strukturen von phone-in-Gesprächen; 1992-1997 Forschung am Graduiertenkolleg „Mündlichkeit und Schriftlichkeit“ Universität Freiburg; 2001 Habilitation zur linguistischen Komikforschung; seit 2000 Professurvertretungen; Forschungsschwerpunkte: Textlinguistik und Pragmatik, besonders linguistische Komikforschung und Medienlinguistik.

