

# Politisches Gelächter

Rahmen, Rahmungen und Rollen bei Auftritten politischer Akteure in satirischen Interviews des deutschen Fernsehens

Andreas Dörner / Benedikt Porzelt

*Der Beitrag, der im Kontext eines qualitativ-empirisch ausgerichteten Forschungsprojekts entstanden ist, stellt einen neuartigen Zugang zur politischen Medienrealität vor. Gegenstand sind Politikerauftritte bei satirisch modulierten Interviews in hybriden Talksendungen des deutschen Fernsehens. Diese bieten den politischen Akteuren neue Formen der Selbstpräsentation und der Wähleransprache, die jedoch auch mit neuen Imagerisiken verbunden sind. Der Text beschreibt zunächst das in Deutschland vergleichsweise neue Genre und skizziert den einschlägigen Forschungsstand sowie die verwendete Methode einer ethnografisch eingebetteten Medienanalyse. Danach werden die im Anschluss an Erving Goffmans Interaktionstheorie empirisch rekonstruierten Rahmen, Rahmungen und Rollen beschrieben, die das Interaktionsgeschehen in den Medienformaten strukturieren. Abschließend veranschaulichen zwei kurze Fallstudien, wie das Ausbilden der Rahmungen und Rollen bei den Politikerauftritten konkret erfolgt und welche Bedeutung dabei insbesondere der medialen Postproduktion zukommt. Hierbei wurden Analysen der audiovisuellen Texte mit Interviewdaten trianguliert, um die komplexe Realität von Akteursperspektiven, Interaktionsabläufen und medialen Inszenierungsweisen im Zusammenhang zu erfassen. Vor allem lässt sich erkennen, wo die Chancen des Politikers als Entertainer liegen und wo Risiken in letzter Konsequenz nicht beherrschbar sind, weil der postproduzierte Text dem Zugriff des Politikers komplett entzogen bleibt. Zum Schluss werden die Grenzen des Ansatzes sowie mögliche weitere Anwendungsperspektiven diskutiert.*

**Schlüsselwörter:** Satire, Comedy, News Shows, Kabarett, Politische Kommunikation, Politainment

## 1. Einleitung

Satire ist ein wichtiges Element der politischen Medienöffentlichkeit moderner Gesellschaften. Sei es traditionell im performativen Modus des Kabarett, in literarischen Formen und Genres der bildenden Kunst (z. B. Karikaturen) oder sei es innovativ in Formaten wie den sogenannten *Fake News Shows* (satirische Nachrichtensendungen): Satire gehört zur kommunikativen Infrastruktur heutiger politischer Systeme. Ihre aktuelle Relevanz in Zeiten gesteigerter politischer Kulturkämpfe ist nicht nur durch die erschütternden Terroranschläge auf die Redaktion des französischen Satiremagazins „Charlie Hebdo“ deutlich geworden, sondern auch durch die heftigen Debatten, diplomatischen Verwicklungen und juristischen Schritte rund um Jan Böhmermanns „Schmähgedicht“ auf den türkischen Ministerpräsidenten Erdoğan.

Im vorliegenden Beitrag soll ein kleiner Teil des breiten satirischen Gattungsspektrums fokussiert werden, der sich seit einigen Jahren in der deutschen Medienlandschaft einer erhöhten Aufmerksamkeit beim Publikum wie in den Feuilletons erfreut. Es geht um satirisch modulierte Interviews mit politischen Akteuren, die in verschiedenen, hybrid strukturierten Sendungsformaten des deutschen Fernsehens ausgestrahlt werden. Derartige Interviews finden sich in Kabarettssendungen ebenso wie in satirischen Nach-

richtensendungen; sie erscheinen in hybriden Late Night Shows ebenso wie in Musik-Talks und Quiz-Sendungen. Satirisch modulierte Interviews konstituieren neue, relevante Kontexte für die Selbst- und Fremdpräsentation politischer Akteure, die neue Chancen, aber auch Risiken des Auftretens in Unterhaltungsöffentlichkeiten offenbaren. Die Fragestellung der Untersuchung lautet vor dem Hintergrund der kommunikationssoziologischen Arbeiten Erving Goffmans: Wie werden in satirisch modulierten Interview-Situationen durch die beteiligten Akteure Rahmen und Rahmungen aktiviert und ausgehandelt? Und welches Spektrum von konkreten Rollen entsteht dabei als Optionen der Selbst- und Fremdzuschreibung politischer Akteure?

Die folgenden Ausführungen sind im Kontext eines von der DFG geförderten, qualitativ-empirischen Forschungsprojekts entstanden. Aus dem breit angelegten Spektrum dieses Projekts kann und soll hier nur ein kleiner, aber wichtiger Ausschnitt präsentiert werden. Zunächst wird der Gegenstand des satirisch modulierten Interviews definiert und vorgestellt. Es folgt ein kurzer Blick auf den Forschungsstand, um einige Ansatzpunkte für die eigene Analyse herauszuarbeiten und eine klare Forschungslücke zu benennen. Danach wird die Methodik der Studie, soweit sie für den hier gewählten Ausschnitt relevant ist, erläutert. Im Folgenden werden die empirisch rekonstruierten Rahmen, Rahmungen und Rollen dargelegt und erörtert. Zwei ausgewählte Fallbeispiele sollen dann exemplarisch zeigen, wie die Aushandlungsprozesse zwischen politischen Akteuren und Medienakteuren konkret ablaufen und welche Einflussfaktoren daran beteiligt sind. Abschließend erfolgt eine Zusammenfassung, Einordnung und Diskussion der Befunde.

## 2. Gegenstandsbestimmung

Im Fokus der folgenden Untersuchung stehen satirisch modulierte Interviews mit politischen Akteuren<sup>1</sup>. Diese Interviews sind jeweils Bestandteil von hybriden TV-Formaten, die außer den Interviewteilen noch weitere, teilweise ebenfalls satirisch modulierte Elemente enthalten: kabarettistische Monologe und Spielfilme; Comedy-Sequenzen und Parodien, die teils auf einer Studiobühne aufgeführt, teils als Spielfilme beige-steuert werden; Game- und Quiz-Show-Passagen oder Musikeinlagen. Die Interviews sind dadurch eindeutig dem Unterhaltungs- und nicht dem Informationssegment des Fernsehprogramms zuzuschreiben. Sie sind Teil jenes „Politainment“-Syndroms, in dem politische Inhalte und Akteure in einer unterhaltsamen Gestaltungsweise inszeniert und reichweitenstark gesendet werden (Dörner 2001). Eine längere Tradition haben derartige Interviews im Format der klassischen Late Night Show. Diese haben sich in den USA aus den *Variety Shows* der 1940er und 1950er Jahre entwickelt und gewannen dann große Popularität, so etwa in der „Tonight Show“ mit Johnny Carson, die von 1962 bis 1992 auf NBC ausgestrahlt wurde<sup>2</sup>. Zahlreiche Produktionen mit Moderatoren wie David

1 Zur gegenwärtigen Relevanz satirischer Interviews in der politischen Medienöffentlichkeit Deutschlands vgl. Dörner (2013), Dörner/Vogt (2015a, 2016) und Peter (2015). In der US-amerikanischen Medienkultur besteht schon eine längere Tradition über das Format der Late Night-Show; die Relevanz nahm in letzter Zeit allerdings noch zu über die beliebten Fake News-Formate wie die „Daily Show“ und „Last Week Tonight“; vgl. Baym (2005).

2 Zur Entwicklung der Late Night-Show und ihrer politischen Bedeutung in den USA vgl. Timberg (2002), Halper (2009) und vor allem Parkin (2014), der für den Zeitraum zwischen 1992 und 2012 über 200 Auftritte von Präsidentschaftskandidaten in amerikanischen Unterhaltungstalkshows untersuchte und beschreibt, wie diese zum festen Kampagnenbestandteil geworden sind.

Letterman, Jay Leno und Conan O'Brien setzten den Erfolg fort und fanden in Deutschland vor allem in Harald Schmidt (der jedoch mittlerweile den Sendebetrieb eingestellt hat) ein reichweitenstarkes Pendant. In den 1990er Jahren kamen dann Formate hinzu, die eine satirische Betrachtung tagespolitischer Ereignisse in den Mittelpunkt stellten und in diesem Rahmen auch Talk-Sequenzen mit politischen Akteuren platzierten. Seit ihrem Start im Jahr 1996 stellt die „Daily Show“ auf Comedy Central, besonders seit der Moderationsübernahme von Jon Stewart (1998 bis 2015), eine wichtige Institution der amerikanischen Medienöffentlichkeit dar. In dieser Show traten neben dem amtierenden Präsidenten Barack Obama viele hochrangige Politiker der Vereinigten Staaten auf. Sie ist jedoch kein Einzelfall, sodass Jonathan Gray (2009: 152) hinsichtlich des politischen Imagebuildings feststellt: „Parodic-satiric television programs have become a key location for the celebrification of politics“.

Angesichts des enormen Stellenwerts satirischer Interviewformate für die politische Kommunikation in den USA erscheint der Blick auf die deutsche Programmlandschaft spannend. Bereits 1999 begann der Bayerische Rundfunk eine Sendereihe, in welcher der Kabarettist Frank-Markus Barwasser unter dem Titel „Aufmerksam! Pelzig unterhält sich“ prominente Gäste, darunter häufig politische Akteure, zum satirisch gerahmten Gespräch einlud. Die Reihe wurde von 2011 bis 2015 mit leicht verändertem Titel vom ZDF ausgestrahlt. Weitere, ähnlich gelagerte Formate kamen hinzu.<sup>3</sup> Zudem wendeten sich Akteure aus der Comedy-Szene, wie etwa Stefan Raab<sup>4</sup>, dem Bereich Politik zu.<sup>5</sup> Im Jahr 2009 startete das ZDF mit der Nachrichtensatire „heute-show“ ein Format, das mittlerweile nicht nur mit vielen Preisen ausgezeichnet wurde, sondern auch regelmäßig über drei Millionen Zuschauer erreicht. Dabei erfreut sich die Sendung vor allem bei jungen Zuschauern großer Beliebtheit und liegt mit ihrem Publikum deutlich unter dem Altersdurchschnitt des ZDF. Satirisch modulierte Interviews finden sich aber mittlerweile auch in Game- und Quiz-Shows sowie in Musik-Talks. Im Bundestagswahljahr 2013 konnten im deutschen Fernsehen satirische Interview-Auftritte von insgesamt 40 verschiedenen politischen Akteuren in hybriden Fernsehformaten gezählt werden.<sup>6</sup> Dies zeigt, dass diese Form der öffentlichen Selbst- und Fremdpräsentation auch in Deutschland zum wichtigen Bestandteil der politischen Inszenierung geworden ist.

Unter „satirischer Modulation“ wird dabei im Anschluss an Goffmans Rahmentheorie eine Transformation der Gesprächssituation und ihrer Aussageweisen verstanden (vgl. Goffman 1977: 55). Dieser Transformationsprozess wird teils durch den jeweiligen Sendungsrahmen, teils durch kommunikative Klammern wie Ironie-Signale geleistet (Mimik, Gestik, Stimmführung). Die ernsthafte Aussageweise, wie sie etwa im

3 Dazu zählen u. a. Produktionen mit der Kunstfigur Kurt Krömer (etwa „Krömer – Die internationale Show“, 2007-2010, rbb) sowie Sendereihen mit dem Schriftsteller und Journalisten Benjamin von Stuckrad-Barre („Stuckrad Late Night“, 2010-2012 auf ZDF neo, „Stuckrad-Barre“, 2012-2013 auf Tele 5). Zudem erprobt das ZDF seit einigen Jahren regelmäßig neue Formate (so startete 2015 etwa das „Neo Magazin Royale“).

4 Zum einen begrüßte Raab mehrere Politiker in seiner Late Night-Show „TV total“ (Pro7), zum anderen veranstaltete er Wahl-Speziale seiner Sendung zu den Bundestagswahlen 2005, 2009 sowie 2013 und experimentierte in den Jahren 2012 bis 2013 mit dem politischen Debattenformat „Absolute Mehrheit“ (Pro7).

5 Dies ist bemerkenswert, da der Comedy in Deutschland traditionell wenig Interesse an Politik nachgesagt wird. Die kritische Auseinandersetzung mit politischen Themen wird vielmehr dem Kabarett bzw. der Satire zugesprochen (vgl. Wellstein 2007). Die Grenzen zwischen den beiden Polen verwischen jedoch zunehmend.

6 Einige dieser Politiker traten sogar in mehreren Sendungen auf.

klassischen politischen Interview oder in der Debatten-Talk-Show üblich ist, wird durch die Modulation in einen anderen Sinnhintergrund übertragen. Die Aussagen, die in dieser Rahmung getroffen werden, gewinnen durch die Modulation jeweils einen anderen Status, können beispielsweise durch Ironisierung in ihr Gegenteil gewendet oder bewusst in der Schwebe gehalten werden (vgl. Dörner 2013). Eine klare Kategorisierung als wahr oder falsch bzw. als glaubwürdig oder unglaubwürdig ist dann nicht mehr möglich. Dadurch wird vieles sagbar, was im ernsthaften Interview so nicht sagbar wäre, ohne anerkannte Grenzen zu übertreten. Solche Gespräche sind deshalb für die politische Kommunikationsforschung besonders interessant.

### 3. Forschungsstand

Insgesamt hat die medien- und kommunikationswissenschaftliche Forschung in den USA dem Phänomen humorvoller Politikpräsentation bereits seit längerer Zeit einige Aufmerksamkeit gewidmet. Systematisch wird hier das Phänomen des „political humor“ und der „entertaining politics“ beschrieben (Schutz 1977, Yarwood 2004, Jones 2005 und 2010 sowie Tsakona/Popa 2011). Insbesondere den zuvor vorgestellten hybriden Talk-Formaten wird dabei die Auflösung der Trennung von „Ernst“ und „Unterhaltung“ zugeschrieben (Gray u. a. 2009, McClennen 2011). Für die Auseinandersetzung mit dem Auftreten politischer Akteure in satirischen Talk-Formaten sind drei Untersuchungsbereiche besonders interessant: der gesellschaftliche Stellenwert solcher Sendungen, deren Potenziale für die politische Inszenierung und die kommunikativen Rahmenbedingungen während der Gespräche.

Den hohen gesellschaftlichen Stellenwert der hybriden Talkformate haben diverse Studien herausgearbeitet. So wird den „political entertainment talk shows“ eine enorme Popularität in der amerikanischen Mediengesellschaft attestiert (Jones 2005: 11f., Warner 2007). Politische Comedians sind offenbar zu relevanten Instanzen der politischen Medienöffentlichkeit geworden (Lichter u. a. 2015). Mehrere Analysen arbeiten heraus, dass gerade über die „Daily Show“ junge Amerikaner angesprochen werden, die durch traditionelle Formen der Politikpräsentation im Fernsehen kaum noch zu erreichen sind (Baym 2005, Amarasingam 2011, Day 2011, Goodnow 2011, Balmas 2014). Der Grund für die Popularität wird dabei nicht nur auf deren Unterhaltungswert zurückgeführt. Vielmehr werden den satirischen Produktionen auch Aufgaben des klassischen Journalismus zugewiesen. Durch den Einsatz von alternativen komischen Weltbildern werden kritische Perspektiven auf den gesellschaftlichen Status Quo geboten, die in der sonstigen Programmlandschaft kaum noch vorkommen (Baym 2009: 126f.). Es scheint insgesamt so, dass hybride Satire-Formate die Meinungsbildung bei jenen politikferneren Gruppen erleichtern, die nicht mehr die traditionellen Informationsformate einschalten (so Jones 2010: 21ff. auf der Grundlage empirischer Befunde). Einige Autoren weisen jedoch auch auf gesellschaftliche Risiken der neueren Entwicklung hin. So stellt Peterson (2008) seine Untersuchung unter den Titel „How Late Night Comedy turns Democracy into a Joke“ und konstatiert Wirkungen, die Politikverdrossenheit förderten. Trotz einer Reihe von Rezeptionsstudien scheint eine klare Einschätzung der Folgen komischer Thematisierung von Politik schwer, da die Studien nur eine begrenzte Aussagekraft besitzen und ihre Ergebnisse variieren.<sup>7</sup>

Die Befunde des gesellschaftlichen Stellenwerts der Formate stehen letztlich in engem Zusammenhang mit den Potenzialen für die politische Inszenierung. Bieten die Sendun-

7 Vgl. hierzu u. a. Baumgartner/Morris (2006, 2008), Hoffman/Young (2011) und Holbert u. a. (2011).

gen ihren Gästen doch das Auftreten in einem unterhaltsamen Rahmen, der sich großer öffentlicher Beliebtheit erfreut. Demgemäß wird das Auftreten von Politikern in satirischen Interviews in den USA ebenfalls seit Längerem erforscht (Gray 2009, Jones 2005, 2010, Kenny 2009). Die Chance für politische Akteure liegt dabei im selbstironischen und sympathischen Auftreten vor einem großen und zumeist jungen Publikum. Gleichzeitig werden aber auch Risiken für deren Selbstdarstellung betont:

„Clearly, satirical television can often help public figures author their image. At the same time, however, satirical television can prove to be a highly volatile, unpredictable space. Regularly, the price of admission for public figures is an openness to subversive counterauthorings, and in a battle of wits, politicians have often shown themselves ill-equipped to take on a wily satirist.“ (Gray 2009: 155)

Die speziellen Rahmenbedingungen während der Satire-Talks erscheinen somit als besondere kommunikative Herausforderung, da sich erst in der konkreten Aushandlung Chanceneröffnung und Risikobegrenzung entscheiden. Die Erkenntnisse zu diesem Aspekt sind jedoch überschaubar. Bisherige Studien beziehen sich diesbezüglich vor allem auf den Moderationsstil. Bei Vraga u. a. (2012) werden die Vorteile eines humorvollen Moderationsstils in politischen Talkshows betont. Das betrifft beispielsweise die Möglichkeit des aggressiveren, aber komisch modulierten Vorgehens, das keinen zu starken Gesichtsverlust bei den Betroffenen produziere.

In Deutschland gibt es zwar eine längere Beschäftigung mit Kabarett, Comedy und deren zunehmender Vermischung in der medienkulturellen Praxis. Das Phänomen des satirischen Interviews ist jedoch noch kaum wissenschaftlich betrachtet worden. Kleinen-von Königslöw und Keel (2012) haben die „heute-show“ in Bezug auf ihr amerikanisches Vorbild und den interkulturellen Transfer des Formats beleuchtet, ohne jedoch die Talk-Sequenzen und Politiker-Interviews im Rahmen der Sendung gesondert zu betrachten. Aus der Perspektive einer normativen Journalismus-Theorie schätzt Peter (2015: 337) satirische Interviews u. a. bei „Pelzig hält sich“ als „wertvolle Ergänzung zu den klassischen News-Interviews“ ein, nachdem sie in ihrer Studie diverse Interviews und Sendungsanalysen ausgewertet hatte.

Auf die Besonderheiten der komischen Kommunikation in satirischen Interviews (z. B. durch den Einsatz von ironischer Doppeldeutigkeit) wird bei Dörner (2013) und Porzelt (2013) hingewiesen. Die Studien von Dörner/Vogt (2014, 2015) vertiefen dies anhand kleiner Fallstudien und weisen auf Chancen und Risiken solcher Auftritte für deutsche Politiker hin.

Der Blick auf den Forschungsstand macht letztlich klar, dass satirische Talk-Formate als wichtige Quelle der Auseinandersetzung mit Politik eingeschätzt werden, die durch ihre unterhaltsame und kritische Gestaltung ein Publikum erreicht, das über klassische politische Kommunikationswege kaum mehr ansprechbar ist. Dies macht den Auftritt in solchen Sendungen auch für Politiker attraktiv, um ihren Sinn für Humor zu beweisen. Aufgrund der besonderen Rahmenbedingungen unterscheidet sich die Kommunikation in solchen Sendungen jedoch maßgeblich von klassischen Interviews und Talkshows.

Insgesamt können somit mehrere Forschungslücken festgestellt werden. Zum einen beziehen sich die meisten Studien zu satirischen Interview-Situationen auf eine kleine Auswahl von Sendungsformaten bzw. -folgen, sodass keine systematische Auswertung einer größeren Programmlandschaft erfolgt. Zum anderen werden die medienspezifischen Besonderheiten der Formate nicht angemessen berücksichtigt. Zwar wird stellenweise auf Spezifika der humorvollen Kommunikation eingegangen, diese werden jedoch nicht strukturiert aufgearbeitet. Zusätzliche Möglichkeiten der komischen Dekontextualisierung (z. B. durch Post-Produktion) bleiben zudem völlig außer Acht. Auch die

konkreten Rahmenbedingungen und Kommunikationslogiken während solcher Politiker-Auftritte wurden noch nicht systematisch untersucht. Dies ist umso gravierender, da bestehende Befunde auf die notwendige Berücksichtigung von komischen Rahmenbedingungen in satirischen Interviewsituationen hinweisen (Porzelt 2013, Dörner/Vogt 2014, 2015).

#### 4. Zur Methodik

Die in den folgenden Abschnitten dargelegten Ergebnisse zur Konstruktion und Aus handlung von Rahmen, Rahmungen und Rollen bei satirisch modulierten Interviews mit politischen Akteuren sind im Rahmen einer ethnografisch eingebetteten Medienanalyse<sup>8</sup> entstanden. Die Studie ist explorativ, nicht hypothesenprüfend angelegt und nutzt Verfahren der qualitativen Sozialforschung, insbesondere solche der neueren herme neutischen Wissenssoziologie (vgl. Soeffner/Hitzler 1994, Reichertz 2007). Ziel ist es dabei, die Selbst- und Fremdinszenierung politischer Akteure in diesen Interviewfor maten zu rekonstruieren. Aus der komplexen Gesamtanlage der Studie<sup>9</sup> wird im Fol genden nur auf die Ergebnisse der Auswertung von Sendungsmitschnitten und Inter viewdaten sowie deren Triangulation zurückgegriffen. An zwei Standorten wurden die unterschiedlichen Datensorten erhoben und ausgewertet, um anschließend mit einer Triangulation unterschiedlicher Zugangsweisen und Datensorten der Komplexität des Gegenstands gerecht zu werden.

Bei der Auswertung der audiovisuellen Daten wurde das mittlerweile bewährte wis senssoziologische Verfahren sequenzanalytischer Videoanalyse (vgl. Raab 2008 und Reichertz/Englert 2011) angewendet und um die medienwissenschaftliche Interpretation medialer Gestaltungsmittel (vom Bühnenbild und der Ablaufdramaturgie der Sen dungen bis zu Bildregie, Schnitt und Montage sowie der spezifischen Ästhetik der Ein spielfilme; vgl. Hickethier 2012) ergänzt. Für das Wahljahr 2013 wurde eine Vollerhebung aller Interviewauftritte von politischen Akteuren in deutschen Comedy- und Sa tiresendungen durchgeführt. Hierzu wurden insgesamt 523 Mitschnitte<sup>10</sup> gesichtet, um Auftritte von Politikern zu identifizieren. Nach mehrfacher Lektüre wurden die einzel nen Sendungen mit Politikerauftritten in „Suprasegmente“ gegliedert, die das Material anhand inhärenter Faktoren in (thematische oder formale) Sinnabschnitte einteilen. Da rauf folgte eine dichte Beschreibung der zentralen Sequenzen. Für die Interpretation wurden nicht nur die Interaktionen vor der Kamera, sondern alle Gestaltungshand lungen der beteiligten Akteure von der Redaktion bis zum Kameramann und Bildmischer berücksichtigt und vor dem Hintergrund bestehender komiktheoretischer Erkenntnisse

8 Die Bewegtbildanalyse erfreut sich in der interpretativen Sozialforschung seit einigen Jahren einer verstärkten Aufmerksamkeit und hat die methodischen Möglichkeiten eines solchen Zu gangs intensiv ausgeleuchtet (vgl. jetzt vor allem Reichertz/Englert 2011 und Tuma u. a. 2013: 36ff.). Eine methodologische Reflexion dieses Zugangs aus medienwissenschaftlicher Sicht findet sich in Dörner/Vogt (2015).

9 Die interdisziplinäre Zugangsweise an zwei Standorten ist angelehnt an die Studie zu Perso nality-Talkshows von Dörner u. a. (2015).

10 Als Datenquellen wurden Mitschnitte von folgenden Sendungen angefertigt: 1) *Satire- und Comedyformate mit Interviewsequenzen*, 2) *Unterhaltungssendungen mit Interviewsequenzen*, 3) *Satire- und Comedy-Sendungen mit Politikbezug*, 4) *Politikmagazine mit Satirerubriken*, 5) Mitschnitte von im Fernsehen ausgestrahlten *Karnevalveranstaltungen* mit Beteiligung von Politikern im Frühjahr 2014. Die Satire-Sendungen ohne Politiker-Interviews dienen als Kontrollgruppe.

reflektiert. Die gewonnenen Einzelbefunde wurden anschließend mit Hilfe von Verfahren der minimalen und maximalen Kontrastierung systematisiert und in eine Typologie von Rahmen, Rahmungen und Rollen überführt.

Bei den Interviews orientierte sich das Erhebungsverfahren an der Methode des „problemzentrierten Interviews“ (vgl. Witzel/Reiter 2012). Die konkrete Auswahl der Interviewpartner folgte dem von Glaser und Strauss (1967) entwickelten und mittlerweile bewährten Konzept des *theoretical sampling*, das eine ständige Rückkoppelung zwischen Empirie und Theorie, Dateninterpretation und theoretischer Reflexion impliziert. Das Auswertungsverfahren orientierte sich an dem bei Soeffner und Hitzler (1994) sowie Bohnsack (1999) entwickelten dreistufigen Vorgehen, das von einer zunächst textimmanenten Interpretation über intertextuelle Verknüpfungen zur Typisierung von Fällen reicht.<sup>11</sup>

Der entscheidende Erkenntnisgewinn ergibt sich dann jeweils aus der Triangulation der Daten und Methoden (vgl. Flick 2013), die auf einer Makro- und einer Mikroebene durchgeführt wurde. Auf der sendungsübergreifenden Makroebene konnten die Befunde der audiovisuellen Textanalysen in Relation gesetzt werden zu den Ergebnissen der Interviewauswertung. Dadurch ließen sich feldspezifische Wissensformationen und Handlungslogiken der Akteure rekonstruieren, um ein angemessenes Bild der komplexen Realität dieser interaktiv entstandenen Medienprodukte zu entwerfen. So konnten zum einen durch die Interviews mit Redakteuren und Regisseuren Prozessabläufe auf der medialen Hinterbühne rekonstruiert werden: wie wird recherchiert, nach welchen Kriterien werden die Gasterunden komponiert, welcher Handlungslogik folgt die Bildmischung bei der Zusammenstellung des konkreten Sendungstextes?

Zum anderen machten die Interviews mit den politischen Akteuren, ihren Mitarbeitern und Beratern sichtbar, wie hier systematisch Inszenierungen vorbereitet und Strategien des Kontingenzmanagements betrieben werden, um die eigene Inszenierung gegen mitunter konfligierende Inszenierungskonzepte der Medienakteure abzusichern.

In einem zweiten Schritt wurde die Triangulation auch auf der Mikro-Ebene durchgeführt, indem einzelne konkrete Sequenzen des Sendungstextes verknüpft wurden mit spezifischen Befunden aus der Interviewauswertung, die sichtbar machen, warum Akteure aus ihrer Handlungslogik heraus in bestimmter Weise agieren. Angesichts der im vorherigen Kapitel konstatierten Forschungslücke hinsichtlich des Einflusses der konkreten Rahmenbedingungen auf die Kommunikation zwischen Politiker und Satiriker bietet die Studie einen entscheidenden Mehrwert: So konnte ein Rahmen- und Rollenmodell entwickelt werden, welches das breite Gestaltungsspektrum innerhalb satirischer Gesprächsformate strukturiert aufbereitet. Dies betrifft sowohl die Einflussmöglichkeiten der Sendungsmacher (vor und hinter der Kamera) auf das Gespräch als auch das Reagieren der politischen Akteure und damit die konkrete Aushandlung der spezifischen Kommunikationsmodi zwischen den Akteuren.

Aus der Vielfalt der Studienbefunde sollen im Folgenden deshalb die gewonnenen Erkenntnisse zu den Rahmungen und Rollen bei Politikerauftritten in satirisch modulierten, hybriden Talkformaten vorgestellt und anhand von zwei Fallanalysen exemplarisch konkretisiert werden. Die Auswahl der zwei Fallbeispiele für den vorliegenden Kontext erfolgte so, dass eine möglichst große Distanz zur klassischen Interviewsituation gegeben war: im einen Fall durch den Kontext einer hybriden Gesprächssendung

11 Bei all dem war zu berücksichtigen, dass im Falle von öffentlichen politischen Akteuren die Interview-Situation in verstärktem Maße immer auch eine Darstellungskomponente (mit Goffman formuliert: eine Vorderbühnenkomponente) enthält, und somit die Interview-Daten entsprechend kritisch reflektiert werden müssen.

mit Gameshow-Charakter, im anderen Fall durch einen verfremdenden Buskontext. Besonders die massiven Unterschiede im Einsatz von Mitteln der Post-Produktion verdeutlichen dabei sehr anschaulich, wie stark die konkreten Rahmenbedingungen während humorvoll modulierter Interviewsituationen divergieren können und welche Konsequenzen sich daraus ergeben.

## 5. Rahmen, Rahmungen und Rollen

Die Interviews im Kontext hybrider Satire- und Comedyformate bieten eine enorme Bandbreite an Gestaltungsmöglichkeiten für die Selbst- und Fremdinszenierung von politischen Akteuren. Dementsprechend fallen die Auftritte von Politikern in solchen Sendungen sehr unterschiedlich aus. Durch die Besonderheiten der satirischen Modulation ergeben sich dabei komplexe Interaktionslogiken, welche die Inszenierung der Akteure vor der Kamera stark beeinflussen.

Um diese komplexen Zusammenhänge analytisch greifbar zu machen, wurde auf Basis von systematischen Analysen der audiovisuellen Sendungstexte ein Zugang entwickelt, der auf dem Rahmen-Konzept von Erving Goffman basiert (vgl. hierzu grundlegend Goffman 1977, 2003, Hettlage 1991).<sup>12</sup> Dieser geht davon aus, dass Individuen ihr Handeln im Alltag auf Grundlage der Frage „Was geht hier eigentlich vor?“ in Erfahrungs- und Interpretationsschemata einordnen (Goffman 1977: 16ff.). Obwohl Goffman sein Rahmen-Konzept ursprünglich für die Analyse von Alltagshandeln entwickelte, eignet es sich hervorragend auch für die Erforschung von massenmedialer Inszenierung. So ermöglichen „Genre-Rahmen“ einerseits den Zuschauern, den Status von Medienerzeugnissen sinnvoll einzuordnen, und geben andererseits den beteiligten Akteuren vor und hinter der Kamera Maßstäbe vor, an welchen diese ihr Verhalten ausrichten können (Willems 2001: 391ff.).

Für die Analyse von Humorkommunikation eignet sich dabei besonders Goffmans Unterscheidung zwischen „primären“ und „sekundären“ Rahmen (Goffman 1977: 52ff., 98ff.). Ein primärer Rahmen kann in einen sekundären durch Modulation (keying) transformiert werden, er bekommt dadurch einen anderen Sinnhintergrund. Aus einem (ernsthaften) Kampfverhalten kann durch Modulation ein Spiel und eine ernst gemeinte Äußerung kann durch Ironisierung zum Scherz werden.

Demgemäß kann das Auftreten von politischen Akteuren im Rahmen von Satire- und Comedyshows im Sinne Goffmans (1977: 52ff.) als „transformierte“ Interview-Situation verstanden werden. Die ursprüngliche Kommunikationslogik wird dabei durch die komische Transformation um entscheidende Faktoren erweitert. So zeichnet sich eine Humorkommunikation etwa grundlegend durch einen schnellen Wechsel zwischen Ernst und Scherz, den doppeldeutigen Einsatz von Ironie sowie erweiterte Tabugrenzen aus (vgl. Porzelt 2013: 165ff.). Ein erster wichtiger Aspekt der Situationsdefinition hängt dabei von der Frage ab, ob der auftretende politische Akteur die komische Rahmung erkennt („Modulation“) und sein Handeln danach ausrichtet oder die Komik übersieht („Täuschung“).

Darüber hinaus zeigt die systematische Auswertung der Textanalysen zu den erhobenen Ausschnitten, dass die Kommunikationslogik innerhalb der untersuchten Formate noch von weiteren Faktoren beeinflusst wird, die im Folgenden anhand eines mehrstufigen Modells beschrieben werden.

12 Dieses Konzept wurde bereits erfolgreich in einer Studie eingesetzt, um die spezielle Interaktionslogik während des Aufeinandertreffens von Politikern mit komisch agierenden Medienakteuren herauszuarbeiten (vgl. hierzu Porzelt 2013: 68ff.).



### 5.1 Rahmen – Sendeformate

Auf einer ersten Stufe nehmen die formatspezifischen Besonderheiten der einzelnen Sendereihen deutlichen Einfluss auf die Situationsbestimmung vor der Kamera. Ein Teil der Situationsbestimmung innerhalb einer Sendereihe wird dabei von sehr individuellen Faktoren bestimmt (z. B. dem Image einer Sendung, der angestrebten Zielgruppe oder dem grundlegenden Moderationsstil), die mit der konkreten Anlage des Formats verbunden sind. So hebt sich etwa „Pelzig hält sich“ von anderen Formaten ab, da dort der Gastgeber in der Rolle einer Kunstfigur agiert. Die auftretenden Politiker können sich folglich nie sicher sein, inwiefern der Moderator sie durch sein ironisches Rollenspiel auf eine falsche Fährte zu locken versucht.

### 5.2 Rahmen – Gesprächstypen

Während die Rahmen der Sendereihen durch formatspezifische Kriterien bestimmt werden, konnten durch die Analyse der audiovisuellen Produkte auch formatübergreifende Faktoren identifiziert werden, welche die Rahmenbedingungen während des Auftritts von politischen Akteuren maßgeblich beeinflussen. Die zentrale Unterscheidung dieser Faktoren wurde induktiv im Sinne der *Grounded Theory* und der damit verbundenen maximalen bzw. minimalen Fallkontrastierung in einer gegenüberstellenden Analyse der erhobenen Daten entwickelt. Jeder Faktor hat maßgeblichen Einfluss darauf, welchen potenziellen Verlauf eine Gesprächssituation nehmen kann. Es handelt sich um: a) *Variabilität von Setting und Dramaturgie* (folgen die Gespräche einem festen Muster oder sind kurzfristige Änderungen möglich?), b) *Einflussnahme durch Post-Produktion* (wird das Gespräch vor der Ausstrahlung verändert?), c) *Anzahl der auftretenden Akteure* (können weitere Gäste Einfluss auf das Gespräch nehmen?), d) *Bedeutung von Modulationsklammern* (werden Hinweise auf den komischen Rahmen gegeben?), e) *Stellenwert der Talk-Situation während des Auftritts* (steht das Gespräch im Fokus der Sendung oder ist es nur ein kleiner Teil davon?), f) *Themen- oder Personenorientierung* (ist der Politiker als fachlicher Experte geladen oder sind auch persönliche Einblicke möglich?), g) *grundlegender politischer Kontext der Sendung* (handelt es sich um ein genuin politisches Format?). Auf dieser Grundlage konnten für die spezifischen Talksituationen sieben idealtypisch unterscheidbare Gesprächstypen rekonstruiert werden:

(1) *Interview-Einspieler*: Dieser Typ stellt ein beliebtes Element in Satiremagazinen wie „Extra 3“ oder der „heute-show“ dar. „Außenreporter“ unterhalten sich dabei außerhalb des Studios mit mehreren Politikern. In der Regel werden die Aussagen der politischen Akteure zu einem kurzen Beitrag (meistens 2-3 Minuten) zusammengeschnitten. Für die Politiker stellt dabei die Post-Produktion ein besonderes Risiko dar, denn die Statements der interviewten Akteure werden oftmals auf wenige Sekunden gekürzt oder so montiert, dass sich daraus völlig neue, komische Sinnenebenen ergeben können. Falls die Politiker die Komiker nicht erkennen, besteht zudem das Risiko einer „Täuschung“.

(2) *Talk-Einspieler*: Sendungsakteure und Politiker interagieren außerhalb des Studios miteinander. Das Ergebnis ist eine kurze Interaktion (meistens 3-5 Minuten), welche sich im Gegensatz zum *Interview-Einspieler* auf nur einen politischen Akteur fokussiert. Der Politiker erhält dadurch deutlich mehr Raum im Gespräch. Im Gegensatz zum Interview im Studio wird aber auch hier im Nachgang deutlich bearbeitet und gekürzt. Folglich ist der Einfluss der Post-Produktion ebenfalls zentral, da durch diese neue komische Sinn-Ebenen und Bedeutungen hinzugefügt werden können, auf welche die In-

interviewten nicht reagieren können. Auch bei diesem Typus besteht für Politiker ein gesteigertes Risiko, von den Medienakteuren getäuscht zu werden.

(3) *Variations-Talk*: Der Politiker tritt im Sendungsstudio auf. Der Gesprächstyp zeichnet sich dadurch aus, dass die Interview-Situation während des Auftritts nur ein Element von mehreren darstellt. Die Dialogabschnitte werden oftmals unterbrochen und etwa durch Spiele aufgelockert. Hieraus ergibt sich eine gesteigerte Dynamik, da die Unterhaltung letztlich nicht nur aus dem Gespräch zwischen Moderator und Gast resultiert, sondern auch aus interaktiven Momenten, Spielen und überraschenden Aktionen, auf die der Politiker angemessen reagieren muss. Diese Konstellation findet beispielsweise in „Stuckrad-Barre“ oder „Circus Halligalli“ häufig Verwendung.

(4) *Satire-Talk*: Der Fokus liegt hier auf der Interview-Situation zwischen Moderator und Politiker im Sendungsstudio. So basiert die eigentliche Unterhaltung auf dem Dialog bzw. dem verbalen Schlagabtausch, wobei auch andere Elemente (wie Einspieler) eingesetzt werden können, um die Dramaturgie aufzulockern. Im *Satire-Talk* werden auch abseits des eigentlichen Politiker-Auftritts politische Inhalte oder gesellschaftliche Probleme thematisiert, sodass politisches Interesse und Hintergrundwissen beim Zuschauer vorausgesetzt werden. *Satire-Talks* kommen etwa in „Pelzig hält sich“ oder in der „heute-show“ zur Anwendung.

(5) *Comedy-Talk*: Der Politiker tritt im Sendungsstudio auf. Auch hier liegt der Fokus auf der Interview-Situation. Im Gegensatz zum *Satire-Talk* befassen sich die übrigen Sendungssegmente abseits des Politikerauftritts jedoch kaum inhaltlich mit politischen Themen. Eine konkrete Auseinandersetzung mit Politik ist dabei untypisch und die besprochenen Themen sind häufig allgemein gefasst, weshalb dem (Stamm-)Publikum eher ein popkulturelles Hintergrundwissen abverlangt wird. Dies ist beispielsweise bei Politikerauftritten in der Sendung „TV total“ der Fall.

(6) *Aufgelockerte Debatte*: Mehrere politische Akteure treten im Sendungsstudio auf und diskutieren über politisch oder gesellschaftlich relevante Themen. Der argumentative Austausch wird dabei durch eine moderierende Instanz gewährleistet, die auch die Diskussion vorantreibt und neue Themen einführt. Durch humoristische Spitzen und deutliche Modulationsklammern wird die Debatte jedoch humoristisch „aufgelockert“ (z. B. durch die Verwendung von humoristisch zugespitzten Einspielern). Diese Konstellation bildete etwa den Kern des Formats „Absolute Mehrheit“.

(7) *Game-/Quizshow*: Der Politiker erscheint als Kandidat in einer Spiel- bzw. Quizshow. Trotz einer abweichenden Genre-Logik können auch bei diesen Sendungen komisch modulierte Interview- und Interaktionsmomente festgestellt werden, die stellenweise auch politische Dimensionen berühren. Beispiele hierfür stellen „Wer wird Millionär? – Prominentenspecial“ oder „2013 – Das Quiz“ dar.

### 5.3 Rahmungen

Während die Rahmenbedingungen der Gesprächstypen und Sendeformate vor dem eigentlichen Politiker-Auftritt in der Regel bereits feststehen, lassen sich während der Auftritte verschiedene Situationsdeutungen feststellen, die von den interagierenden Akteuren ausgehandelt werden und innerhalb eines Sendeformates oder sogar einer Episode mehrfach variieren können. Anknüpfend an Goffman kann hier von „Rahmungen“ gesprochen werden, welche als „Sinn-Umsetzungen“ (Willems 1997: 46) fluider sind als die Rahmen. Insgesamt wurden aus dem Datenkorpus sechs Rahmungstypen entwickelt:

(1) *Meta-Diskurs*: Innerhalb der Sendung findet eine Auseinandersetzung mit der Inszenierung bzw. der Kommunikationslogik statt. So wird etwa offen auf Rollenstrategien der Gäste eingegangen oder die scherzhafte Rahmung als solche thematisiert. Ge-

rade die scherzhafte Reflexion von konkreten Politiker-Inszenierungen kann dabei Einblicke auf die mediale Hinterbühne gewähren.

(2) *Spiel*: Besondere Regeln werden der Kommunikationssituation übergeordnet, die eingehalten werden müssen (z. B. in Form von konkreten Aufgaben, die es zu erfüllen gilt). Die scherzhafte Modulation wird dadurch um eine zusätzliche (spielerische) Modulation erweitert. Eine gesteigerte Herausforderung für den Politiker besteht folglich darin, seine Selbstinszenierung nicht nur an die Scherz-Kommunikation, sondern auch an die Erfordernisse des Spiels anzupassen. Besonders deutlich wird dies im Fall der *Game-/Quizshow*, die zu einem großen Teil von dieser Rahmung bestimmt wird. Allerdings lässt sich die Tendenz zum Spiel auch in anderen Gesprächstypen feststellen.

(3) *Themen-Diskurs*: Im Fokus steht die Beschäftigung mit einem oder mehreren Themen. Neben politischen Fragen können auch augenscheinlich unpolitische Sachverhalte auf ernste oder humorvolle Art mit dem Politiker diskutiert werden.

(4) *Personen-Diskurs*: Hier stehen die Person des politischen Akteurs und dessen politische oder persönliche Hintergründe im Mittelpunkt. So kann etwa dessen politische Arbeit oder die Stellung innerhalb der Partei besprochen werden. Gleichzeitig ist aber auch das Eingehen auf private Aspekte möglich.

(5) *Parteilichter Diskurs*: Im Fokus steht die Partei des politischen Akteurs. Hier werden zentrale Hintergründe oder Entwicklungen der Partei diskutiert (z. B. Wahlen, Stellung in politischem Gefüge, Machtoptionen oder mögliche Koalitionen).

(6) *Gag-Kommunikation*: Die Interaktion zwischen Moderator und Gast wird als scherzhafter Schlagabtausch inszeniert, bei dem vor allem die Unterhaltungslogik im Vordergrund steht.

#### 5.4 Rollen

Für das Verständnis der Inszenierung von Politikern in Comedy- und Satireformaten sind die vorgestellten Rahmen und Rahmungen so wichtig, weil sie das Ordnungssystem bilden, das den beteiligten Akteuren angebrachte Verhaltensweisen und somit auch passende Rollenmuster nahelegt (Goffman 2003: 27f.). Demgemäß gibt es in einer Rahmung diverse Rollenoptionen, aus denen ausgewählt werden kann. Häufig geht diese Auswahl mit dem Einsatz von spezifischen Humormitteln einher. Während einige dieser Rollen in verschiedenen Rahmungen inszeniert werden können, gibt es auch Rollen, die nicht in jeder Sendungsrahmung problemlos möglich sind. So kann etwa das Eingehen auf „ernste“ Inhalte und Programme in einem sachlichen *Themen-Diskurs* als angebracht erscheinen, während es im Falle eines scherzhaft angelegten *Spiels* als unpassend und als Zeichen von fehlendem Humor wirken könnte.

Konkret ist durch die Auswertung der Sendungsanalysen eine Typologie von insgesamt elf Politiker-Rollen erarbeitet worden. Dabei handelt es sich zum einen um Rollen, die sich durch die spezifische Form der Teilnahme an der Humor-Kommunikation definieren: *Getäuschte* (welche die Modulation nicht mitvollziehen), *Verweigerer* (die sich der Humor-Kommunikation entziehen), *Mitspieler* (die aktiv mitmachen), *Kenner* (die humorvolle Modulierungen explizit positiv kommentieren), *Rollentauscher* (die selbst in die Position der Gastgeber als Satiriker oder Comedians einrücken) und *Willenlose* (die alles mit sich machen lassen, ohne Grenzen zu setzen). Zum anderen definieren sich Rollen als spezifische politische Berufsrollen: *Parteilichter* (die Positionen ihrer Parteien vertreten), *Überparteiliche* (die sich bewusst über dem Parteienstreit ansiedeln), *Offene* (die einen Blick auf politische oder mediale Hinterbühnen ermöglichen), *Nestbeschmutzer* (die sich explizit von ihren Organisationen distanzieren) und *Unwählbare* (die nicht qualifiziert erscheinen für Ämter und Mandate).

Die Rollentypen wurden aus dem Material heraus entwickelt und spiegeln die große Bandbreite des möglichen Komikeinsatzes wider. Bei der Einteilung in Rollen der Humorteilhabe und politische Berufsrollen ist es dementsprechend jeweils eine empirische Frage, inwiefern die modulierten Rahmenbedingungen für bestimmte Rolleninszenierungen genutzt werden. So kann je nach Auftritt eine eher berufsrollenorientierte Positionierung stattfinden oder die humorvolle Persönlichkeit des Politikers im Fokus stehen. Grundsätzlich ist auch die Kombination von verschiedenen Rollen möglich, sodass beispielsweise ein getäuschter Überparteilicher oder ein willenloser Nestbeschmutzer agiert.

Die Zuordnung der Rollen erfolgt qua Aushandlung, teilweise stärker als Selbstzuschreibung durch die politischen Akteure, teilweise stärker als Fremdzuschreibung durch die Medienakteure (etwa durch die Moderatoren oder durch Einspiel-Filme). Da an dieser Stelle nicht alle Rollen ausführlich dargestellt werden können, sollen exemplarisch zwei etwas genauer skizziert werden, um die enorme Variationsbreite der Anpassungsstufen an die Humor-Modulation zu verdeutlichen und auch die jeweils spezifischen Risiken der Rollen-Übernahme aufzuzeigen. Diese beiden Rollen werden auch in den folgenden Fallbeispielen im Fokus stehen:

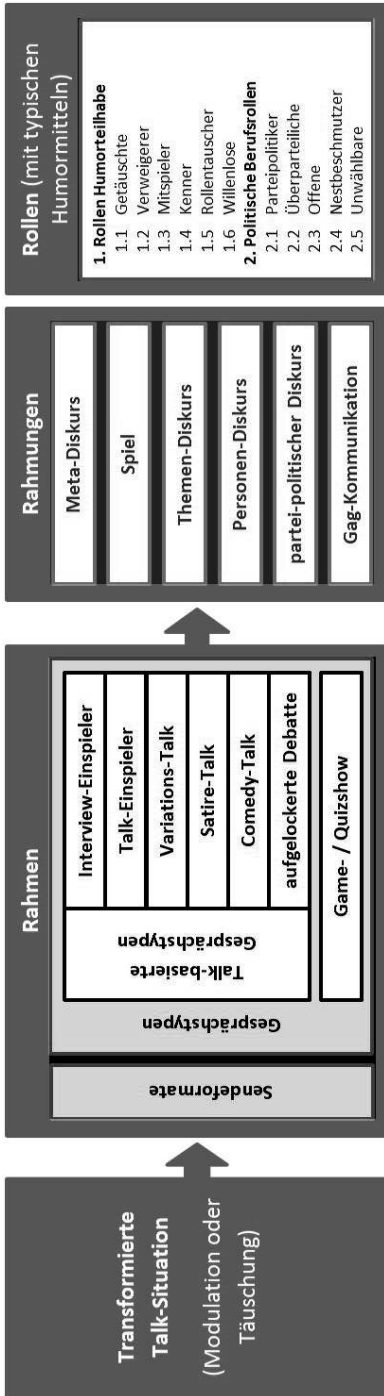
(1) *Mitspieler*: Der politische Akteur passt sich an die scherzhafte Modulation an und geht auch auf Spielsituationen ein. Im Subtyp des *Humorvollen* reagiert er auf komische Konfrontationen meist versöhnlich und deeskalierend mit Lachen oder ironischen Bemerkungen. Allerdings wahrt der politische Akteur dabei die Grenzen der Komik, indem er bei zu starken Konfrontationen oder bestimmten Themen temporär in einen ersten bzw. sachlichen Modus wechselt und Grenzen setzt. Im Subtyp des *Entertainers* passt sich der politische Akteur hingegen viel stärker an die scherzhafte Rahmung an. Er reagiert dabei nicht nur mit Lachen und vereinzelt Scherzen, sondern beteiligt sich aktiv an der Sendungsgestaltung. So bringt er auch ohne Aufforderung eigene Scherze und Witze ein. Teilweise kann der politische Akteur durch sein aktives Verhalten sogar (temporär) die Inszenierungsdominanz in der Sendung an sich reißen. Hierdurch kann er sich im positiven Fall als sehr unterhaltsam präsentieren. Andererseits kann diese erhöhte Aktivität auch als überzogen und folglich wenig seriös aufgefasst werden, wenn etwa auch über diskussionswürdige ernste Einwürfe scherzhaft hinweggegangen wird.

(2) *Willenlose*: Der politische Akteur passt sich stark an die Gesetzmäßigkeiten der komischen Modulation an und legt seine Tabugrenzen sehr weit aus. Es findet somit kaum mehr eine Grenzziehung statt, sodass alle Spiele mitgemacht und alle Scherze belacht werden, mögen diese auch noch so konfrontativ oder beleidigend angelegt sein. Obwohl dieses Verhalten eine Umgänglichkeit des politischen Akteurs andeutet, ist die Gefahr unfreiwilliger Komik und lächerlicher Wirkung bei einer solchen Inszenierung sehr hoch. Im Grenzfall wirkt der Akteur passiv-objekthaft, was erhebliche Imageschäden generieren kann.

Mit dem Bezug auf das Rahmen-Konzept von Goffman (1977, 2003) konnte induktiv aus dem Datenkorpus ein Modell erstellt werden, durch das eine systematische Untersuchung der Inszenierungslogik bei Politiker-Auftritten in hybriden Satire- und Comedyformaten möglich wird (vgl. Abbildung).

Auf erster Ebene befindet sich der allgemeine Rahmen der transformierten Interview-Situation. Je nachdem, ob die Transformation von den politischen Akteuren erkannt wird oder nicht, ergibt sich hieraus eine Modulation oder Täuschung. Auf der zweiten Ebene kann zwischen zwei zentralen Einflusskategorien differenziert werden, welche die Handlungsmöglichkeiten während eines Politiker-Auftritts mitbestimmen. Einerseits sind dies die Sendeformate, welche die Kommunikationslogik beeinflussen. Ande-

Abbildung: Rahmen- und Rollenmodell



rerseits können auf dieser Ebene aber auch sieben Gesprächstypen identifiziert werden, welche die Rahmenbedingungen während des Auftritts eines politischen Akteurs anhand von formatübergreifenden Kriterien fassbar machen. Eine Differenzierung in sechs verschiedene Rahmungen kann auf der dritten Ebene vorgenommen werden. Diese legen den Akteuren jeweils bestimmte Verhaltensweisen und die Selektion der entsprechenden Rolle nahe. Grundsätzlich können hierbei alle Rahmen mit allen verfügbaren Rahmungen und Rollen kombiniert werden.

Insgesamt muss allerdings konstatiert werden, dass beim Auftritt von politischen Akteuren in komikorientierten Sendeformaten auch häufig das humoristische Talent der spezifischen Akteure und das konkrete Harmonisieren mit den Sendungsmachern darüber entscheidet, inwiefern es jenen gelingt, in den Sendungen vom Objekt des Humors zu dessen gestaltendem Subjekt zu werden.

Im folgenden Abschnitt wird anhand von zwei kurzen Fallbeispielen verdeutlicht, wie stark die herausgearbeiteten Rahmenbedingungen die Interaktion zwischen Moderator und Politiker beeinflussen können. Es handelt sich dabei um den Auftritt von Kurt Beck bei „Stuckrad-Barre“ und den Auftritt von Jürgen Trittin im „Wahlkampf Bussi“ der „heute-show“. Anhand dieser beiden Beispiele kann im maximalen Kontrast besonders die Bedeutung der Post-Produktion veranschaulicht werden. So zeichnet sich die Folge von „Stuckrad-Barre“ durch einen geringen Einsatz von Post-Produktion aus, während der Auftritt von Trittin nachträglich stark bearbeitet wurde. Dies hat enormen Einfluss auf die Situationsaushandlung während der Gespräche. Hierdurch wird letztlich deutlich, wie stark bereits dieses einzelne Gestaltungsmittel, das noch dazu in bisherigen Analysen zum humorvollen Auftreten von Politikern oft unberücksichtigt blieb, die Rahmenbedingungen eines Gesprächs maßgeblich verändern kann. Die Fallbeispiele sind in Bezug auf das gesamte Sample zum einen „untypisch“, weil sie im Setting von der „normalen“ Interviewsituation im Studio, bei der Akteure sitzen und sprechen (etwa in „Pelzig hält sich“), weit entfernt sind. „Stuckrad-Barre“ zeichnet sich etwa durch den häufigen Einsatz von Spiel-Elementen aus, während Politiker im „Wahlkampf-Bussi“ komplett außerhalb eines Studios agieren. Zugleich sind die Beispiele aber „typisch“ in dem Sinne, dass sie exemplarisch die Aushandlungsmöglichkeiten aufzeigen, die politische Akteure und Medienakteure aus ihren spezifischen Positionen heraus haben.

## 6. Fallbeispiele

Anhand des Auftritts des ehemaligen Ministerpräsidenten und Wahlkämpfers Kurt Beck (SPD) bei „Stuckrad-Barre“ am 5. September 2013 lässt sich die besondere Herausforderung einer gelungenen Rahmungs-aushandlung zwischen Sendungsmacher und Politiker in einem *Variations-Talk* verdeutlichen. Ein entscheidender Aspekt ist dabei u. a., dass die Interaktion von Gast und Moderator ohne große Kürzungen durch Schnitte wiedergegeben wird.

Wenige Minuten nach der Begrüßung seines Gastes stellt der Moderator Benjamin von Stuckrad-Barre im Hinblick auf den starken Applaus des Studiopublikums fest, dass Beck von den „normalen Wählern“ „irrsinnig geliebt“ werde. Er selbst hingegen könne eher schlecht mit Menschen in Kontakt treten. Der Moderator erläutert dem Politiker seine vermeintlichen Probleme, indem er sich mit diesem hinter die Bühne begibt und einen normalen Sendungsbeginn nachstellt. Um von Beck lernen zu können, solle dieser nun die ersten Minuten der Sendung moderieren. Der Politiker willigt ein und begibt sich zum Bühneneingang.

Nach dem Einspielen eines leicht modifizierten Sendungsintros betritt Beck das Studio und begrüßt die Zuschauer bei „Beck und Gäste“. Mit der erklärten Absicht, das

Publikum besser kennenlernen zu wollen, geht Beck in Richtung der rechten Zuschauertribüne, wo ihm ein Mikrofon überreicht wird. Er erklärt jedoch, dass Stuckrad-Barre sich stets der rechten Tribüne zuwende, weshalb er diesmal zur linken Tribüne gehen werde. Das Publikum reagiert hierauf mit Lachen und Applaus, während der Moderator im Hintergrund wild gestikulierend „Nein!“ ruft und die Kameras Mühe haben, der nicht vorhersehbaren Variation zu folgen. Beck spielt folglich nicht den üblichen Sendungsverlauf nach, wie er ihm vom Moderator erklärt worden ist, und erzeugt durch diese Brechung von Erwartungen Komik. Mit der scherzhaften Anmerkung, er habe sich die jüngsten Zuschauer ausgesucht, begrüßt Beck zwei ältere Männer im Publikum und führt mit ihnen eine längere Scherzkommunikation, die das Publikum mit starkem Lachen und Applaus honoriert.

Es zeigt sich an dieser Stelle folglich eine Rahmung als *Spiel*, welche Beck für eine Inszenierung als *Entertainer* nutzt, indem er die Sendung aktiv scherzhaft mitgestaltet. Im nachträglichen Projektinterview erklärt Beck hierzu:

„Das fordert einen im Moment, ja, und kann einen auch verblüffen, aber da die Grundstimmung so gelockert war, hat man ja nicht den Eindruck gehabt, man müsse jetzt tatsächlich eine Moderation machen, sondern wusste, das ist ein Teil dieses Spiels, und man hat sich spielerisch darauf eingestellt, weil die Gesamtgrundstimmung so locker gewesen ist.“

Anhand dieser Aussage kann geschlussfolgert werden, dass sich Beck vor allem aufgrund der für ihn eindeutig ausgehandelten Rahmung komplett auf die modulierte Spielsituation eingelassen hat und demgemäß auch aktiv eigene scherzhafte Akzente einbrachte, ohne willenlos oder albern zu wirken. Ein Grund hierfür kann vor allem im Agieren des Moderators gesehen werden. So bereitet dieser das Spiel durch ausführliche Erklärungen vor und zeigt durch seine scherzhaften Kommentare sowohl seinem Gast als auch dem Publikum, dass die Situation nicht allzu ernst genommen werden sollte. Auch für den Zuschauer vor dem Bildschirm ist die Aushandlung des Rahmens komplett transparent, da die Sequenz (offenbar) in Originallänge ausgestrahlt wird.

Dass ein solches Verhalten des Gastes für das konkrete Sendungskonzept eine Idealsituation darstellt, verdeutlicht die Interview-Aussage des damaligen Chef-Autors der Sendung:

„Es war immer auch die Frage: Macht die Person das mit? Klar, weil sonst stehst du halt ziemlich dumm da [...]. Also, es war schon immer sehr darauf ausgelegt, dass der Politiker die Spielaufforderung auch annimmt.“

Dieser Einblick in den Redaktionsalltag zeigt, dass ein *Variations-Talk* wie „Stuckrad-Barre“, der häufig in eine *Spiel*-Rahmung wechselt, auch immer von der Bereitwilligkeit der Gäste zum Mitspielen abhängt, weshalb zum Gelingen einer Folge auch eine entsprechende redaktionelle Vorbereitung der jeweiligen Spiel-Situationen gehört. Im konkreten Beispiel zeigt sich folglich ein Zusammenspiel der einzelnen Interessen, die zum Erfolg der konkreten Sendung beitragen. Beck lässt sich auf die Spielsituation ein, kann sich flexibel und humorvoll präsentieren und agiert in der Rolle des *Mitspielers* im Subtyp des *Entertainers*. Die Medienakteure profitieren gleichzeitig vom gesteigerten Unterhaltungswert, der sich direkt im Applaus des Studiopublikums manifestiert. Es entsteht so eine Win-Win-Situation für Politiker und Medienmacher. Tatsächlich erscheint hier aber auch der Umstand wichtig, dass die Situationsaushandlung zwischen den Akteuren vor der Kamera auch für die Fernsehzuschauer deutlich ist. So können diese nachvollziehen, wie es zum eigenwilligen Verhalten des Politikers kam und inwiefern dies eine angemessene Reaktion darstellt.

Im zweiten Fallbeispiel gestaltet sich dies völlig anders. Es bezieht sich auf den Auftritt von Jürgen Trittin im „Wahlkampf Bussi“, einer Rubrik der „heute-show“ vom 7. Juni 2013, bei dem die Reaktion des Politikers auf scherzhafte Konfrontationen im Fokus steht. In diesem *Talk-Einspieler* trifft der damalige Spitzenkandidat der Grünen mit Lutz van der Horst (einem Außenreporter der „heute-show“) zusammen, der ihn mit einem umgebauten Wohnmobil durch Berlin fahren lässt und interviewt.

Während des ca. vier-minütigen Einspielers zeigt sich durchgängig ein konfrontativer Umgang des Interviewers mit seinem Gast, auf den der Politiker primär mit Lachen und Gelassenheit reagiert.

Oliver Welke, Moderator und Autor der „heute-show“, stellt im Projekt-Interview die Konfrontationen des Außenreporters grundlegend als ein zentrales Element solcher Einspiel-Interviews dar. Ziel sei, die Kommunikationsroutine der interviewten Politiker aufzubrechen:

„Man muss dann halt schlagfertig genug sein, wenn die ihre üblichen Stanzen absondern, dass man dann noch etwas draufsetzt. [...] Ich würde behaupten, von allem, was wir so machen, ist das mit das Schwerste, weil, wenn man sich das mal so anguckt, auch im Rohmaterial, ungeschnitten: es geht so schnell, dass die Sympathie zum Gefragten rüberwandert.“

Der Medienakteur muss demnach darauf achten, die Inszenierungsdominanz nicht dem Politiker zu überlassen und diesem somit eine unbestrittene Bühne zur Selbstdarstellung zu bieten. Gleichzeitig weist Welke bereits darauf hin, dass durch den Schnitt im Nachgang noch Einfluss auf das Auftreten der Politiker genommen werden kann. Die humorvolle Reaktion von Trittin auf van der Horsts Konfrontation kann in diesem Kontext als Teil einer gezielten Taktik verstanden werden. So erklärt er im Projektinterview, dass er den Auftritt aus der Sicht des Wahlkämpfers als gelungen betrachte, da die vermittelte Grundbotschaft laute: „die Grünen haben auch jemanden, der kann Finanzminister und der versteht Spaß“.

Die angestrebte Inszenierung als *Humorvoller* erweist sich jedoch bei der Betrachtung des kompletten Einspielvideos auch als problematisch für Trittin. So verabschiedet sich van der Horst in der Mitte des Einspielers auf die Toilette und lässt Trittin allein am Wohnmobiltisch sitzen, auf dem ein Hundert-Euro-Schein liegt. Nachdem die Kamera nur noch Trittin im Bild zeigt, setzt leichte Streichermusik ein. Aus dem Off erklingt hierauf Lachen. Es folgt eine deutliche Videoüberblendung zur nächsten Sequenz (Bild wird zur Seite geschoben), die mit einem Musikwechsel einhergeht. Trittin sitzt immer noch auf seinem Platz und wartet, während eine seichte Hintergrundmelodie spielt. In einer Bauchbinde steht „5 Minuten später“. Nach einer erneuten Videoüberblendung wechselt die Musik zu einer ruhigen Gitarrenmelodie und in der Bauchbinde steht „20 Minuten später“. Das Lachen aus dem Off wird lauter. Während noch immer nur Trittin gelassen sitzend in einer Halbnahen zu sehen ist, ruft van der Horst: „Und Hände weg vom Geld, ne. Obwohl, das holen Sie sich ja eh nach der Wahl.“ Auch hierauf erklingt aus dem Off Lachen (selbst ein ungläubiges „Hohoho“ ist zu hören), während Trittin keine Regung zeigt. Insgesamt suggerieren die deutlichen Videoüberblendungen, Musikwechsel und Bauchbinden, dass van der Horst seinen Gast einen längeren Zeitraum warten lässt. Das ist als respektloses Vorgehen zu werten, das in einem normalen Interview gegebenenfalls sogar einen Abbruch des Gesprächs zur Folge hätte. Das ruhige Warten Trittins steht hierzu in direktem Kontrast. Dieser Eindruck wird durch die Audioebene zusätzlich verstärkt, da das Saalpublikum auf die Provokationen mit deutlichem und teils ungläubig anmutendem Lachen reagiert. Dadurch steigt das Risiko, dass Trittin weniger als *Humorvoller* auftritt, sondern als *Willenloser*, der das Scherzgeschehen ohne Widerspruch akzeptiert.



An dieser Stelle muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass es sich bei *Talk-Einspielern* – anders als beim Studiogespräch – um Videos handelt, die in der Post-Produktion stark geschnitten werden. Die Gestaltung der Dramaturgie liegt deshalb vor allem in der Hand der Medienakteure. So wird der Eindruck eines langen Zeitraums durch den Einsatz von Schnitt, Videoeinblendungen und Musik aus dem Off erzeugt. Trittin kann hierauf weder reagieren, noch ist dem Zuschauer klar, wie es im ursprünglichen Gespräch zu dieser Situation kam bzw. ob Trittin wirklich 20 Minuten warten musste. Der Politiker hat hier in viel geringerem Ausmaß Möglichkeiten der Einflussnahme als im ungeschnittenen Studio-Interview. Dazu befragt, äußert Trittin im Projekt-Interview, dass er sich des Einflusses der Post-Produktion durchaus bewusst war, jedoch trotzdem absichtlich keinen Einfluss darauf genommen habe:

„Sie müssen das mal sehen aus der Warte eines Wahlkämpfers. Das ist ganz einfach. Die ‚heute-show‘ wird von unserer Zielgruppe massenhaft geguckt. [...] Wer dort auftritt, wird wahrgenommen. Und die ‚heute-show‘ ist nicht so, dass sie auf die Vernichtung von Leuten zielt. [...] deswegen haben wir, ohne dass wir da lang über Post-Produktion und Zitatfreigabe und Schnitte oder so ungestritten haben, gesagt: ‚Ja, machen wir.‘“

Es erscheint hier die Lesart schlüssig, dass Trittin die erwähnten Risiken bewusst einging und auf mögliche Absicherungen verzichtete, da er den Auftritt an sich aufgrund des wertvollen Zugangs zur Zielgruppe der jüngeren Wähler als äußerst erstrebenswert einschätzte. Oliver Welke entwickelt aus der Sicht der Medienakteure eine ähnliche Lesart:

„Also, das ist ja [...] bei Lutz van der Horst und auch bei den ganzen anderen draußen gedrehten MAZen so, dass die [Politiker, Anm. d. Verf.] mittlerweile auch wissen, dass diese Dinger auch geschnitten werden. Und das ist denen, glaube ich, wohl bewusst und sie nehmen das billigend in Kauf. Woraus ich nur schließen kann, dass sie entweder so viel Spaß verstehen oder sie sich sagen, es ist besser, als gar nicht vorzukommen.“

Das Beispiel verdeutlicht somit, dass Politiker bei Auftritten in *Talk-Einspielern* ihre konkrete Rollendarstellung durch den Einfluss der Post-Produktion zum großen Teil bewusst in die Hände der Sendungsmacher legen. Das von Trittin hervorgehobene Vertrauen in den Anstand der „heute-show“, unterstreicht Welke jedoch. Im Projekt-Interview erklärt er, dass die Nachbearbeitung beim „Wahlkampf-Bussi“ nicht der Bloßstellung der Politiker, sondern der Generierung von Unterhaltungswert dienen soll: „Es ging immer Richtung Pointe, ehrlich gesagt, und man guckt natürlich vor Ort, was geht, und passt sich dem an.“ Welkes Wahrnehmung deutet an, dass die Post-Produktion als zentrales Element der Komik-Generierung im Rahmen von *Interview-* und *Talk-Einspielern* fungiert. Der Unterhaltungsanspruch der Sendungsmacher kann es folglich erforderlich machen, dass Auftritte von Politikern in *Einspielern* im Nachhinein mit neuen komischen Sinnebenen versehen werden. Diese Herangehensweise der Medienakteure kann die positive Selbstinszenierung der Politiker deutlich stören. Sie werden negativ fremdinszeniert, obwohl dies so gar nicht in der Intention der Medienakteure lag.

Die zwei Beispiele veranschaulichen, wie unterschiedlich die Aushandlungskonstellation in satirischen Interviews angelegt sein kann. Im einen Fall kann der politische Akteur die Situation in seinem Sinne aktiv gestalten, im anderen Fall kann er nicht vermeiden, dass die Medienakteure über den Einsatz der Post-Produktion maßgeblichen Einfluss auf die Rollen-Inszenierung nehmen. Während Becks Agieren durch die nachvollziehbare Situationsaushandlung als angemessen erscheint, ist es im Fall von Trittin unklar, wie sich die Situation tatsächlich im Rohmaterial gestaltete. Durch die starke Nachbearbeitung der Post-Produktion wird für den Zuschauer vielmehr eine Situation konstruiert, die Trittins Agieren als wenig vorteilhaft erscheinen lässt. Für die Analyse solcher Auftritte ist die Berücksichtigung der konkreten Rahmenbedingungen (wie z. B.

der Nachbearbeitung) folglich ein wichtiger Faktor, um die Kommunikationslogik zu verstehen.

## 7. Fazit

Auftritte in satirischen Interviews bieten in einer veränderten Programmlandschaft politischen Akteuren eine große Bandbreite an neuen Möglichkeiten, sich jenseits ihrer traditionellen Berufsrolle in unterhaltsamen Medienformaten einem Publikum zu präsentieren, das auf den konventionellen Kanälen politischer Kommunikation kaum noch zu erreichen ist. Der Beitrag hat erläutert, in welchen Rahmen, Rahmungen und Rollen solche Politiker-Auftritte stattfinden. Außerdem hat er anhand von zwei triangulierten Fallbeispielen exemplarisch deutlich zu machen versucht, wo die Potenziale und Risiken solcher Auftritte liegen und wie spezifische Rahmenbedingungen auf den konkreten Aushandlungsprozess Einfluss nehmen. Im zweiten Beispiel wurde vor allem erkennbar, dass die Post-Produktion ein zentrales Instrument der Medienakteure darstellt, das die Politiker schnell aus der Rolle des *Humorvollen* in die des *Willenlosen* transportieren kann. Komik, insbesondere postproduzierte Komik, markiert ein kommunikatives Glatteis. Man kann darauf böse stürzen. Wer jedoch darauf zu tanzen versteht, der kann auch erhebliche Erträge realisieren in Form von Zielgruppenansprachen und Sympathiegewinnen.

Durch die textanalytische Untersuchung des Materials und die sozialwissenschaftliche Befragung der Akteure konnten zentrale Einflussfaktoren und Funktionslogiken satirisch modulierter Interviews offengelegt und systematisch aufgearbeitet werden. Eine solche Systematik ist in der bisherigen Forschung nicht entwickelt worden. Das Modell zu Rahmen und Rollen bietet wertvolle Ansätze für die zukünftige Erforschung des Gegenstandes, da ein strukturierter Überblick auf bestehende Einflussmöglichkeiten und Verhaltensoptionen der beteiligten Akteure erarbeitet wurde, aufgrund dessen sich unterschiedliche Moderationsstile und Sendungsformate analytisch abgrenzen lassen. Die angeführten Fallbeispiele konnten hier nur exemplarisch vorführen, welchen Erkenntnisgewinn der Zugang liefern kann. Die Fruchtbarkeit des Ansatzes wird in einer monografischen Abschlusspublikation später auf breiterer Basis einzuschätzen sein.

Gleichzeitig muss betont werden, dass die Typologie und das Modell in einer explorativ angelegten, qualitativ-empirischen Studie erarbeitet wurden. Dies erfolgte zwar auf einer vergleichsweise großen Materialbasis, kann aber gleichwohl keinen Anspruch auf Repräsentativität oder hypothesengeprüfte Verallgemeinerbarkeit erheben. Die Plausibilität des Modells muss sich in weiteren Studien erweisen, die angesichts der großen politischen und medienkulturellen Relevanz satirisch modulierter Interviews nicht nur in Deutschland allfällig sind. Der Grundansatz, die konkreten Aushandlungsprozesse von Rahmen, Rahmungen und Rollen mit entsprechenden Modulationsprozessen zu analysieren, kann u. E. vielversprechend auch auf weitere, interaktionsoffene Fernseh- und Netzformate übertragen werden, so etwa auf Reality TV-Sendungen, Quiz- und Game-Shows oder auch auf traditionelle Formen von Comedy und Kabarett. Dabei können und werden sicher Modifikationen der Typologie erforderlich sein. Dennoch bietet das im Rückgriff auf Goffmans Rahmenkonzept entwickelte Modell einen Ansatz, der eine genauere Analyse kommunikativer Modulationsprozesse in massenmedialen Formaten ermöglicht.

## Literatur

- Amarasingam, A. (Hg.) (2011): *The Stewart/Colbert Effect. Essays on the Real Impacts of Fake News*. Jefferson.
- Baumgartner, J.; Morris, J. (2006): *The Daily Show Effect. Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth*. *American Politics Research*, 34(3), 341-367.
- Baumgartner, J.; Morris, J. (2008): *One "Nation" Under Stephen? The Effects of The Colbert Report on American Youth*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), 622-643.
- Balmas, M. (2014): *When Fake News Becomes Real Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism*. *Communication Research*, 41(3), 430-454.
- Baym, G. (2005): *The Daily Show: Discursive Integration and Reinvention of Political Journalism*. *Political Communication*, 22(3), 259-276.
- Baym, G. (2009): *Stephen Colbert's Parody of the Postmodern*. In: J. Gray u. a. (Hg.): *Satire TV*. New York, London, 124-144.
- Bohnsack, R. (1999): *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in Methodologie und Praxis qualitativer Forschung*. 3. Aufl. Opladen.
- Day, A. (2011): *Satire and Dissent*. Bloomington.
- Dörner, A. (2001): *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt/M.
- Dörner, A. (2013): *„So schmeckt die Zukunft“*. Die humorvolle Rahmung politischer Kommunikation in satirischen Talk-Formaten: Grundsätzliche Überlegungen und eine Fallanalyse. In: E. Czerwick (Hg.): *Politische Kommunikation in der repräsentativen Demokratie der Bundesrepublik Deutschland*. Festschrift für Ulrich Sarcinelli. Wiesbaden, 165-194.
- Dörner, A.; Vogt, L. (2014): *Komik als kommunikatives Glatteis: Chancen und Risiken bei Politikerauftritten in satirischen Talkshows*. In: G. Bentele u. a. (Hg.): *Kommunikationsmanagement*. (Loseblattwerk). Neuwied 2001ff., Lieferung 102 (Dezember 2014), 1-46.
- Dörner, A.; Vogt, L. (2015): *Medienwissenschaft und Sozialwissenschaften: Ein Plädoyer für forschungspraktische Kooperation am Beispiel der ethnografisch eingebetteten Medienanalyse*. *Medienwissenschaft/Rezensionen*, Heft 3, 325-340.
- Dörner, A.; Vogt, L. (2015a): *Selbstironie und Schlagfertigkeit. Drei Fallstudien zur politischen Humorkommunikation in der amerikanischen und deutschen Medienkultur*. In: G. Bentele u. a. (Hg.): *Kommunikationsmanagement*. (Loseblattwerk). Neuwied 2001ff., Lieferung 113 (November 2015), S. 1-46.
- Dörner, A.; Vogt, L. (2016): *Politiker im Satireformat. Aspekte der Selbst- und Fremdinszenierung politischer Akteure in der „heute show“*. *Zeitschrift für Parlamentsfragen* 47(1), 195-211.
- Dörner, A. u. a. (2015): *Risikante Bühnen. Inszenierung und Kontingenz – Politikerauftritte in deutschen Personality-Talkshows*. Wiesbaden.
- Flick, U. (2013): *Triangulation. Eine Einführung*. Wiesbaden.
- Glaser, B. G.; Strauss, A. (1967): *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago.
- Goffman, E. (1977): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt/M.
- Goffman, E. (2003): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München, Zürich.
- Goodnow, T. (Hg.) (2011): *The Daily Show and Rhetoric: Arguments, Issues, and Strategies*. Lanham.
- Gray, J. (2009): *Throwing Out the Welcome Mat: Public Figures as Guests and Victims in TV Satire*. In: J. Gray u. a. (Hg.): *Satire TV. Politics and Comedy in the Post-Network Era*. New York, London, 147-166.
- Gray, J. u. a. (Hg.) (2009): *Satire TV. Politics and Comedy in the Post-Network Era*. New York, London.
- Halper, D. L. (2009): *Icons of Talk. The Media Mouths that Changed America*. Westport, CT.
- Hettlage, R. (1991): *Rahmenanalyse – oder die innere Organisation unseres Wissens um die Ordnung der sozialen Wirklichkeit*. In: R. Hettlage, K. Lenz (Hg.): *Erving Goffman – ein soziologischer Klassiker der zweiten Generation?* Bern, Stuttgart, 95-154.
- Hickethier, K. (2012): *Film- und Fernsehanalyse. 5., aktualisierte und erweiterte Auflage*. Stuttgart, Weimar.

- Hoffman, L.; Young, D. (2011): Satire, Punch Lines, and the Nightly News: Untangling Media Effects on Political Participation. *Communication Research Reports*, 28(2), 159-168.
- Holbert, L. u. a. (2011): Adding Nuance to the Study of Political Humor Effects: Experimental Research on Juvenalian Satire Versus Horatian Satire. *American Behavioral Scientist*, 55(3), 187-211.
- Jones, J. P. (2005): *Entertaining Politics. New Political Television and Civic Culture*. Lanham.
- Jones, J. P. (2010): *Entertaining Politics. Satiric Television and Political Engagement*. Lanham.
- Kenny, K. (2009): 'The Performative Surprise': Parody, Documentary and Critique. *Culture and Organization*, 15(2), 221-235.
- Kleinen-von Königslöw, K.; Keel, G. (2012): Localizing The Daily Show: The heute show in Germany. *Popular Communication*, 10, 66-79.
- Lichter, S. R. u. a. (2015): *Politics is a Joke! How TV Comedians are Remaking Political Life*. Boulder.
- McClellenn, S. (2011): *America According to Colbert. Satire as Public Pedagogy*. New York [u. a.].
- Parkin, M. (2014): *Talk Show Campaigns. Presidential Candidates on Daytime and Late Night Television*. New York, NY.
- Peter, B. (2015): *Satire in journalistischer Mission. Studie zu den journalistischen Leistungen von TV-Kabarettisten als Interviewer*. Dissertation, Freiburg. URL: <http://doc.rero.ch/record/257251/files/PeterB.pdf> [14.07.2016].
- Peterson, R. L. (2008): *Strange Bedfellows. How Late-Night Comedy Turns Democracy Into a Joke*. New Brunswick [u. a.].
- Porzelt, B. (2013): *Politik und Komik. „Fake-Politiker“ im Bundestagswahlkampf*. Berlin, Münster.
- Raab, J. (2008): *Visuelle Wissenssoziologie. Theoretische Konzeption und materiale Analysen*. Konstanz.
- Reichert, J. (2007): *Hermeneutische Wissenssoziologie*. In: R. Buber, H. Holzmüller (Hg.): *Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen*. Wiesbaden, 111-125.
- Reichert, J.; Englert, C. J. (2011): *Einführung in die qualitative Videoanalyse. Eine hermeneutisch-wissenssoziologische Fallanalyse*. Wiesbaden.
- Schutz, C. E. (1977). *Political Humor. From Aristophanes to Sam Ervin*. Rutherford [u. a.].
- Soeffner, H.-G.; Hitzler, R. (1994): *Hermeneutik als Haltung und Handlung. Über methodisch kontrolliertes Verstehen*. In: N. Schröer (Hg.): *Interpretative Sozialforschung. Auf dem Wege zu einer hermeneutischen Wissenssoziologie*. Wiesbaden, 28-55.
- Timberg, B. (2002): *Television Talk. A History of the TV Talk Show*. Austin, TX.
- Tsakona, V.; Popa, D. E. (Hg.) (2011): *Studies in Political Humour. In Between Political Critique and Public Entertainment*. Amsterdam, Philadelphia.
- Tuma, R. u. a. (2013): *Videographie. Einführung in die interpretative Videoanalyse sozialer Situationen*. Wiesbaden.
- Vraga, E. u. a. (2012): *The Correspondent, the Comic, and the Combatant: The Consequences of Host Style in Political Talk Shows*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(1), 5-22.
- Warner, J. (2007): *Political Culture Jamming: The Dissident Humor of The Daily Show with Jon Stewart*. *Popular Communication*, 5(1), 17-36.
- Wellstein, B. (2007). *Kabarett vs. Comedy. Welche Unterschiede machen den Unterschied?* In: T. Glodek u. a. (Hg.): *Politisches Kabarett und Satire*. Berlin, 157-167.
- Willems, H. (1997): *Rahmen und Habitus*. Frankfurt/M.
- Willems, H. (2001): *Medientheatralität*. In: E. Fischer-Lichte u. a. (Hg.): *Wahrnehmung und Medialität*. Tübingen, Basel, 385-402.
- Witzel, A.; Reiter, H. (2012): *The Problem-Centred Interview: Principles and Practice*. London.
- Yarwood, D. L. (2004): *When Congress Makes a Joke. Congressional Humor Then and Now*. Lanham [u. a.].