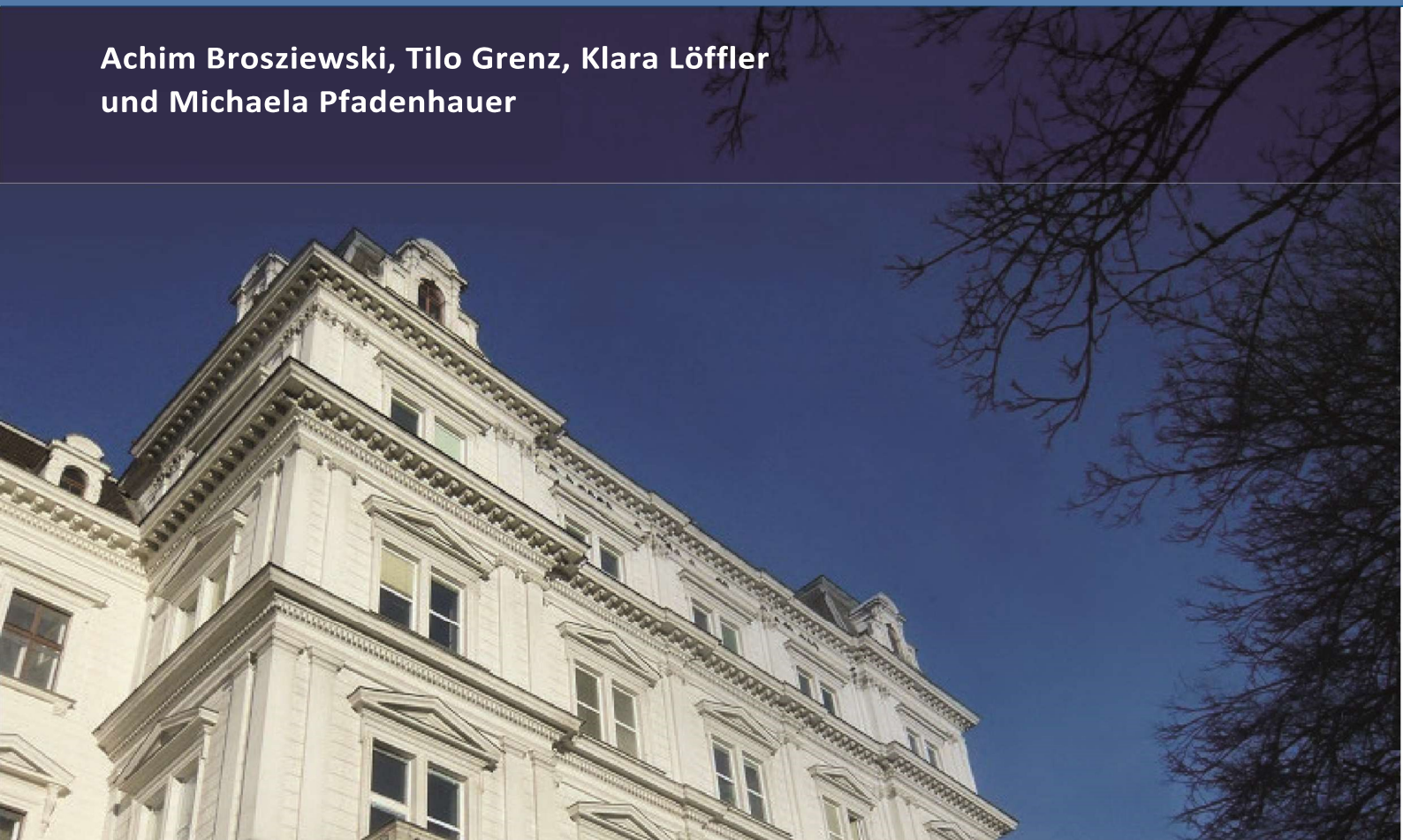




Erklärvideos: Ein wissensoziologischer Feldzugang und erste Rahmenanalysen

**Achim Brosziewski, Tilo Grenz, Klara Löffler
und Michaela Pfadenhauer**



IfS Working Paper 1/2020

Editorial team:
Hannah Quinz
Benjamin Herr

soz.univie.ac.at/forschung/working-papers
10.25365/phaidra.211

Eine Initiative der
Rising Scholars

Erklärvideos: Ein wissenssoziologischer Feldzugang und erste Rahmenanalysen

Achim Brosziewski, Dr. oec. HSG

ist Professor für Bildungssoziologie und Bildungsforschung an der Pädagogischen Hochschule Thurgau in Kreuzlingen (Schweiz). Seine Forschungsschwerpunkte liegen bei den Themen Kommunikation, Medien, Bildung und Lernen sowie Organisationen.

achim.brosziewski@phtg.ch

Tilo Grenz, Dr. phil.

ist Universitätsassistent am Institut für Soziologie der Universität Wien. Seine Forschungsschwerpunkte liegen bei der wissenssoziologischen Mediatisierungsforschung, Soziologie der Digitalisierung, Organisationssoziologie, Kommunikativen Wissenskulturen und prozessorientierten Forschungsmethoden.

tilo.grenz@univie.ac.at

Michaela Pfadenhauer, Dr. phil.

ist Universitätsprofessorin am Institut für Soziologie der Universität Wien. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen bei den Themen Wissenssoziologie und Kommunikativer Konstruktivismus, Mediatisierung und avancierte Technologien sowie der Interpretativen Sozialforschung.

michaela.pfadenhauer@univie.ac.at

Klara Löffler, Dr. rer.soc, habil.,

ist außerordentliche Professorin am Institut für Europäische Ethnologie der Universität Wien. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen bei Biographie- und Erzählforschung, Forschungen zu Automedialität und Mediengebrauch, zu materiellen Kulturen, zu ethnographischen Methoden und deren Weiterentwicklung.

klara.loeffler@univie.ac.at

Zusammenfassung

In einer Nische der Youtube-Kultur hat sich in den letzten zehn Jahren ein Genre etabliert, dessen Exemplare nicht (nur) unterhalten sollen. Erklärvideos wollen Wissen vermitteln, vom Knöpfe-Annähen über erfolgversprechendes Bewerbungsverhalten und Begriffserklärungen bis hin zu den Feinheiten fortgeschrittener Mathematik und diverser Studienfächer höherer Ausbildungs- und Weiterbildungsgänge. Ein wissenssoziologischer Zugang zu dieser jungen Form der Wissenskommunikation fehlt bislang allerdings. Der Beitrag argumentiert, dass institutionelle, kulturelle und funktionale Beschränkungen existieren, mit denen soziale Begrenzungen der Aneignung, der Prüfung und der Verbreitung der durch Erklärvideos aufbereiteten Wissensbestände einhergehen. D.h., diese neue Art der Wissensvermittlung geht mit neuen Anforderungen einher, die die abgesteckten Konturen bzw. Grenzen bisheriger beruflicher und/oder curricularer Wissensvermittlung sprengen, womit ‚versteckte‘ Voraussetzungen für die Aneignung von Wissen einhergehen. Im Beitrag wird eine Systematik des breiten Felds der Erklärvideos vorgestellt, ein empirisches Vorgehen zur Analyse der Anforderungen (wissenssoziologische Rahmenanalyse) präsentiert und eine exemplarische Rahmenanalyse durchgeführt.

Abstract

In a niche of the YouTube culture, over the last ten years a genre has established whose videos are not (only) intended to entertain. Instructional videos aim to impart knowledge, from sewing on buttons, promising application behavior and explanations of terms to the subtleties of advanced mathematics and various subjects of higher education and further education. However, a sociological approach to this young but widespread form of knowledge communication is still missing. The paper argues that institutional, cultural, and functional limitations exist, which are accompanied by social limitations on the appropriation, examination, and dissemination of the knowledge prepared by explanatory videos. I.e., this new way of conveying knowledge is accompanied by new demands that go beyond the defined contours or limits of previous professional and/or curricular knowledge transfer, thus creating ‘hidden’ preconditions for the acquisition of knowledge. In this paper a systematic of the broad field of explanatory videos is presented, an empirical procedure for the analysis of the requirements (sociology of knowledge frame analysis) is presented and an exemplary analysis is carried out.

Keywords

Instructional Videos, Erklärvideos, Wissenssoziologie, Rahmenanalyse, Kommunikative Wissenskulturen

Keywords Englisch

Instructional Videos, Sociology of Knowledge, Frame Analysis, Communicative Knowledge Cultures

1. Das Untersuchungsfeld und seine wissenssoziologische Erschließung

In einer Nische der Youtube-Kultur hat sich in den letzten zehn Jahren ein Genre etabliert, dessen Exemplare nicht (nur) unterhalten sollen. Erklärvideos wollen Wissen vermitteln, vom Knöpfe-Annähen über erfolgversprechendes Bewerbungsverhalten und Begriffserklärungen bis hin zu den Feinheiten fortgeschrittener Mathematik und diverser Studienfächer höherer Ausbildungs- und Weiterbildungsgänge. Diese Gattung ist bereits von den Erziehungswissenschaften registriert, klassifiziert und für den Gebrauch in formellen und halb-formellen Bildungssettings normiert worden (Anders, 2019), mit Kriterien zur Qualitätsbeurteilung sowie Empfehlungen zum Selbermachen). Ein wissenssoziologischer Zugang zu dieser jungen Form der Wissenskommunikation fehlt bislang. Haben wir es tatsächlich, wie die pädagogische Diagnostik meint, mit einer „audio-visuellen Enzyklopädie“ und einem „adressatengerechten Bildungsfernsehen“ zu tun, die jedem und jeder erleichtern, sich Wissen anzueignen und es, bei eigenen Lehrambitionen, an andere weiterzureichen (Wolf, 2015)? Oder sind nicht vielmehr auch institutionelle, kulturelle und funktionale Beschränkungen auszumachen, mit denen soziale Begrenzungen der Aneignung, der Prüfung und der Verbreitung der durch Erklärvideos aufbereiteten Wissensbestände einhergehen? D.h., wir gehen davon aus, dass diese neue Art der Wissensvermittlung mit neuen Anforderungen einhergeht, die die abgesteckten Konturen bzw. Grenzen bisheriger beruflicher und/oder curricularer Wissensvermittlung sprengen, womit ‚versteckte‘ Voraussetzungen für die Aneignung von Wissen einhergehen. Die empirische Forschung zu diesen Fragen erfordert ein geeignetes methodisches Instrumentarium, das die Identifikation und den gezielten Vergleich audiovisueller ‚Brücken‘ bzw. Vermittler der Aneignung von Wissen ermöglicht. Hier wird eine an den Gegenstand und für die Fragestellung angepasste, wissenssoziologische Rahmenanalyse vorgestellt. Rahmen ermöglichen es generell, bestimmte Aspekte von vermittelten Themen auszuwählen und hervorzuheben und andere Aspekte von geringerer Relevanz zu verbergen (siehe unten). Anhand der drei unten (3. und 4.) differenzierten Aspekte und Schritte einer wissenssoziologischen Rahmenanalyse wird erkennbar, dass es insbesondere institutionelle Verweise und damit Hinweise auf Kultur(en) sind, die in der Analyse zum Vorschein gebracht werden können. Pro-filmische Aktionen etwa machen die Produktion des Films gezielt erkennbar, z.B. durch sichtbare Hände bei ausgeschnittenen Animationen.

Ziel des vorliegenden Arbeitspapiers ist es, das verbreitete aber – im Hinblick auf die genannten Fragen – soziologisch bislang nicht erschlossene Genre der Erklärvideos bzw. instructional videos als Forschungsgegenstand zu bestimmen. Dieses Papier verankert Erklärvideos zunächst in verschiedenen Nutzungskontexten und präsentiert daraufhin eine wissenssoziologische Heuristik. Diese erlaubt es, die jeweils vorliegende ‚Bandbreite‘ von Videos mittels eines Eigenschaftsraums nach 9 Feldern zu differenzieren und – wie im Abschnitt 2. vorgeführt – entlang bestimmter Charakteristika einzuordnen, was wiederum die Grundlage für ein systematisches Sampling schafft (1. und 2.). Daraufhin werden die Eckpunkte eines methodischen Instrumentariums zur Analyse von Erklärvideos vorgestellt, das Fragen der visuellen

Wissenskommunikation und wissenskulturelle Kontexte ins Zentrum stellt (3., Rahmenanalyse). Die Potentiale dieser Bestimmung und des entwickelten Vorgehens werden anhand der exemplarischen Rahmenanalyse eines ausgewählten Videos präsentiert, das hier aus pragmatischen Gründen aufgrund seiner Rezeptionshäufigkeit ausgewählt wurde (4.). Die Vorstudie ist das (Zwischen)Ergebnis einer grenzüberschreitenden Kooperation zwischen der Forschungsabteilung der Pädagogischen Hochschule Thurgau (CH) (Achim Brosziewski), dem Institut für Soziologie der Universität Wien (Arbeitsbereich Kultur und Wissen, Michaela Pfadenhauer und Tilo Grenz) und dem Institut für Europäische Ethnologie der Universität Wien (Klara Löffler).

Die Umriss des (empirischen) Untersuchungsfeldes ‚Erklärvideos‘ können vorab nicht genau gezogen werden; zum einen wegen der inhärenten Diversität und Unübersichtlichkeit des Internets als hauptsächlichem Verbreitungsmedium für Erklärvideos; zum anderen der terminologischen Unbestimmtheit wegen, die sowohl im Feld als auch in der bisherigen Forschung dazu herrscht („Tutorials, Explainer Videos, How-to-Videos, Lernvideos oder Erklärfilme“, Anders, 2019, S. 255). In der Literatur über das namentlich noch unterbestimmte Videogenre lassen sich bislang grob vier Nutzungskontexte erkennen: erstens Ratgeber-Videos (Alltags- und Lebenshilfe, „life hacks“); zweitens Videohilfen zur expliziten Reproduktion kultureller Spezifika (Freizeit, Hobbies, Do-it-yourself, Szenen, Subkulturen); drittens Videos als ergänzende, ersetzende und erweiternde Unterrichtung in Stoffen der formalen Bildung und Ausbildung sowie einer halb-formalen Weiterbildung; viertens Videos, mit denen sich formale Organisationen (Unternehmen, Behörden, Hochschulen, Parteien, Kirchen, ...) an ihre Anspruchsgruppen wenden, um entweder sich selbst als Ganzes oder einzelne ihrer Prozesse oder Programme zu erklären.

Um die Heterogenität der Erklärvideos und ihrer Verwendungskontexte von vornherein wissenssoziologisch aufzubereiten, bedienen wir uns einer zweidimensionalen Heuristik, deren Dimensionen bereits auf wissenssoziologische Konzepte und Fragestellungen zugeschnitten sind (siehe Tabelle 1 und ihre Erläuterung im Abschnitt 2.). Die resultierende Kreuztabelle mit insgesamt neun Bereichen dient uns zu einer vorläufigen Bestimmung von Untersuchungsfeldern. Zur Besetzung der neun Felder werden Videos aus allen vier gelisteten Verwendungskontexten (Ratgeber, Kulturpraktiken, formale Bildung, Organisationserklärungen) gesammelt, um in jedem einzelnen Feld möglichst instruktive Vergleichsmöglichkeiten zu erhalten.

Daraus werden (bereits im Prozess der Videosammlung) einzelne Videos einer soziologischen Rahmenanalyse im Sinne von Erving Goffman unterzogen (siehe Abschnitte 4 und 5). Die Annahme ist, dass sich in den Erklärvideos Rahmungsmuster zeigen, die über die verschiedenen Themen, Plattformen und Darstellungsstile hinweg auf die Art des Wissens und auf dessen Bedingungen für Zugänglichkeit und Aneignungschancen verweisen. Solche Zusammenhänge sollen aufgespürt, formuliert und entlang der feldinternen und feldübergreifenden Vergleiche getestet werden. Unser Vorgehen erfolgt mithin sowohl explorativ als auch thesengeleitet: Erklärvideos reproduzieren spezifische Wissenskulturen und verändern sie zugleich, wenn es ihnen

tatsächlich gelingt, die soziale Reichweite der fraglichen Wissensbestände zu vergrößern.

2. Eine wissenssoziologische Heuristik zum Feld der Erklärvideos

Nachfolgend unterscheiden wir zwei Dimensionen mit jeweils drei Ausprägungen.

Tabelle 1: Eine zweidimensionale Heuristik zum Feld der Erklärvideos

Spezifikation der Adressierung Kodifizierung der Video-Thematik	1 Unspezifiziert ("to whom it may concern")	2 Rollen-orientierte Adressierung	3 Personen- orientierte Adressierung
A Durch Konversation und / oder öffentliche Diskurse	A1	A2	A3
B Durch Experten-, Professions-, Erfahrungs- und Werkwissen	B1	B2	B3
C Durch Curricula und Kanons	C1	C2	C3

In der ersten Dimension unterscheiden wir nach der Art, in der die dargebotenen *Themen* der Videos in der sonstigen gesellschaftlichen Kommunikation *kodifiziert*¹ sind: von Themen, die (A) vornehmlich in Konversationen und (öffentlichen) Diskursen ausgehandelt und geregelt werden (Unterhaltungs- und Debattenthemen wie Prominenz oder Ideologisches); über (B) eine durch Expertise, Professionalität und Werkserfahrungen getragene Kodifizierung (Rechtsthemen, Ingenieursfragen, Handwerks- und künstlerisches Know-how) bis hin zu (C) einer *curricularen* oder kanonischen Kodifizierung (Schulmathematik, Rechtschreibung, ...).

In der zweiten Dimension teilen wir die *Adressierung*² der Videos danach ein, (1) ob sie an ein weitgehend unspezifiziertes Publikum gerichtet sind („to whom it may concern“); (2) ob sie sich an ihre Adressaten als *Rollenträger* in bestimmten Situationen wenden, oder (3) ob die Adressaten als *Personen* angesprochen werden, deren individuelle Lebensläufe und Karrieren durch die Erklärungen der Videos angereichert werden sollen.

¹ Den Begriff „Kodifikation“ verwenden hier in Anlehnung an seinen Gebrauch in der Linguistik (siehe beispielsweise Ammon (2004, S. 183), nur bei uns nicht auf Sprachvarianten, sondern auf Themen bezogen. Zur Kodifizierung durch Diskurse siehe Foucault (1977), durch und in Konversationen Henn-Schmölders (1975) und Schulz (2018) (sowie die soziologische Konversationsforschung, Keppler, 2011).

² Siehe zu Adressierung Bertau (2017) (Rhetoriktheorie), Bakhtin (1986 S. 95–100) (literaturtheoretisch), Hartung (2001) (linguistisch), Bangerter and Mayor (2013) (interaktionstheoretisch) und Fuchs (1997) (soziologisch).

Die drei Kategorien der beiden Dimensionen sind nicht als wechselseitig exklusiv zu verstehen, sondern mehr als vorläufige Klassifikationen von Ausprägungen, von unspezifisch zu spezifisch respektive von fast unkodifiziert hin zu formal kodifiziert. Wenn Personen in ihren Lebensführungen oder Karriereinteressen adressiert sind (3), dann kann das Rollenadressierungen (2) und auch reine Publikumsadressierungen (1) mit beinhalten. Rubriziert wird hier nach dem jeweils intensivsten Grad der Adressierung. Analog gilt für die Dimension der Kodifizierung, das formal kodifizierte Themen (C) oft auch ein Expertenwissen (B) tragen und in Konversationen und Diskursen (A) Gesprächs- respektive Textkonventionen unterworfen werden. Auch in dieser Dimension wird danach rubriziert, welcher stärkster Grad von Kodifizierung in den Videos herangezogen und demonstriert wird.

Diese Heuristik zielt nicht lediglich darauf, empirisches Material (Videos) zu klassifizieren, sondern ein systematisches Sampling von Videos für die vertiefende Rahmenanalyse zu gewährleisten. Für einen ersten Test dieser Heuristik wurde eine Auswahl aus 30 Erklärvideos zusammengestellt, die auf dem Youtube-Kanal „explainity® education project“ aufgeschaltet sind (einem der bekanntesten deutschsprachigen Erklärvideo-Kanäle). Zum Stichtag des 10.1.2020 waren dort insgesamt 180 Videos aufgelistet, von denen 30 nicht-inhaltlicher Natur sind (Dankes-Botschaften des Kanals, Weihnachtsgrüsse, Adventskalender). Zu 123 Videos der verbliebenen 150 thematischen Videos stellt explainity® Transkripte (des gesprochenen Worts) bereit, was den Vorgang der Zuordnung erleichtert. Von diesen 123 Videos wurde, nach Erscheinungsdatum aufgereiht, jedes vierte Video in die Auswahl aufgenommen, so dass wir eine Selektion von 30 Videos erhalten. Ihre Titel lauten (gekürzt um die Standardergänzung „einfach erklärt“):

Euro-Krise * Börsenkurs * Hedgefonds, Leerverkäufe und feindliche Übernahmen
 * Staatsverschuldung * Bruttoinlandsprodukt * Länderfinanzausgleich *
 Globalisierung * Negatives Stimmgewicht * Timoschenko * Deflation * Social
 Media * Demografischer Wandel * Insolvenz * Korruptionsbekämpfung * Die Krim-
 Krise * Demokratie * Streik * NATO * Unternehmensrechtsformen Teil 3: Die
 Kapitalgesellschaft * Mehrwertsteuer * Panama Papers * Die Geschichte der
 Olympischen Spiele * Grippe * Steuern in Deutschland * Syrien-Konflikt, Jan. 2018
 * Bewerbung * Gleichgewichtspreis * Europäische Währungsunion Teil 2: Vor- und
 Nachteile * Kleidokraniale Dysplasie * Die Berliner Mauer

Diese 30 Videos werden nun, mit je einer kurzen Erläuterung, einzeln den Tabellenfeldern zugeordnet.

Eurokrise, 28.7.2011: B1

- B: Es werden Maßnahmen gegen die griechischen Staatsschulden aufgezählt und erläutert. Die Kodifizierung dieses Wissens rekurriert auf ein Expertenwissen, speziell um das einer Expertise in der (staatlichen) Finanzwirtschaft.
- 1: Die Adressierung ist unspezifisch und weder auf Personen (in Lebensläufen) noch auf Rollenträger (in speziellen Situationen mit anderen Rollensendern) gerichtet. Allenfalls könnte die Rolle des „gut informierten Bürgers“ angesprochen sein, der sich zu massenmedial diskutierten Topoi eine Meinung zu bilden habe. Doch diese Anwendung des Rollenbegriffs wäre aus soziologischer Perspektive zu diffus.

Börsenkurs, 22.9.2011: C2

- C: Vermittelt wird die Theorie der Preisbildung auf (Börsen-)Märkten mit Anbietern und Nachfragern, wie sie in Grundkursen zur Volkswirtschaftslehre respektive zur Wirtschaftskunde gelehrt wird. Man kann also eine curriculare Kodifizierung feststellen.
- 2: Adressiert ist sicher zunächst ein allgemeines Publikum, das sich für das Zustandekommen von Börsenkursen interessiert. Doch das Video richtet sich spezieller auch an (potentielle) Anbieter und Käufer von Aktien, durch das gegebene Beispiel auch an (potentielle) Emittenten von Aktien.

Hedgefonds, Leerverkäufe und feindliche Übernahmen, 11.10.2011: A1

- A: Für die drei im Titel genannten Themen könnte zwar Expertenwissen herangezogen werden. Aber das geschieht in diesem Video nicht. Stattdessen wird jene Linie des massenmedialen Diskurses kolportiert, in der Hedgefonds etc. a priori als Instrumente finsterner Profitmotive fungieren.
- 1: Die Adressierung bleibt entsprechend auf ein allgemeines Publikum gerichtet, das an einer Ausbuchstabierung der negativen Konnotationen interessiert ist.

Staatsverschuldung, 21.12.2011: C1

- C: Es werden Begriffe der (auf Staatswirtschaft bezogenen) Finanzwissenschaften erläutert: die Schuldenquote und die Staatsanleihe.
- 1: Den Anlass für das Video bilden die damals zahlreichen massenmedialen Rekurse auf die Schuldenkrisen diversen Europäischer Staaten. Entsprechend richtet sich das Video an ein allgemeines Publikum, das ein „Mehr“ an Erläuterung zu sehen wünscht.

Bruttoinlandsprodukt, 21.2.2012: C1

- C: Abermals werden Begrifflichkeiten aus dem volkswirtschaftlichen respektive wirtschaftskundigen Kanon erläutert: Die Bedeutung von Bruttoinlandsprodukt im Unterschied zum Bruttonationaleinkommen (vormals Bruttosozialprodukt).

- 1: Die Adressierung wird nicht über ein allgemein interessiertes Publikum hinausgehend spezifiziert.

Länderfinanzausgleich, 5.6.2012: C1

- C: Der Länderfinanzausgleich ist rechtlich kodifiziert.
- 1: Abermals ist ein allgemeines, am Nachrichtengeschehen interessiertes Publikum adressiert. Es werden keine rollen- oder personenspezifischen Kontexte herangezogen.

Globalisierung, 6.9.2012: B1

- B: Globalisierung ist ein Schlagwort, das einerseits im öffentlichen Diskurs entstanden und auch verankert geblieben ist, für das sich aber auch verschiedene intellektuell-akademische Expertisen entwickelt haben. Von einem curricularen Standard kann man angesichts der Diversität nicht ausgehen.
- 1: Auch in diesem Fall sind weder Personen noch Rollenträger angesprochen. Es bleibt bei einer allgemeinen Adressierung.

Negatives Stimmgewicht, 28.10.2012: C2

- C: Hier werden Sachverhalte aus dem bundesdeutschen Wahlrecht vorgetragen.
- 2: Man kann die Adressierung, über ein allgemeines Interesse hinausgehend, als auf die Rolle des Wählers bezogen sehen.

Timoschenko, 15.5.2012: A1

- A: Referiert wird aus dem massenmedialen Diskurs über die ukrainische Oppositionspolitikerin Julia Timoschenko.
- 1: Adressiert wird ein an Politik interessiertes Publikum.

Deflation, 21.3.2013: C1

- C: Erläutert wird ein Begriff aus der Wirtschaftskunde / Volkswirtschaftslehre.
- 1: Angesprochen ist ein am Tages- und Nachrichtengeschehen interessiertes Publikum.

Social Media, 20.6.2013: A2

- A: Im Beitrag über „Social Media“ wird ein Begriff aufgenommen, mit dem der öffentlich-massenmediale Diskurs auf die technologischen, ökonomischen und sozialen Veränderungen seiner eigenen Bedingungen reagiert.
- 2: Der Adressat wird als „User“ der besagten Social Media angesprochen, also rollen-orientiert.

Demografischer Wandel, 8.10.2013: B1

B: Die Demografie, die in diesem Video vorgestellt wird, ist eine Populationsbeschreibung aus der Perspektive von Versicherungssystemen (Rentenversicherung, Krankenversicherung, Sozialversicherungen) sowie aus der Perspektive der Arbeitsmarktstatistik. Daher erfolgt in diesem Fall eine Zuordnung zum Expertenwissen.

1: Wie zahlreiche der vorherigen explainity-Videos richtet sich auch dieses an ein allgemeines Publikum, das die massenmedial-öffentlichen Debatten verfolgt und zu einem ihrer Stichworte Hintergrundwissen erwerben möchte.

Insolvenz, 10.1.2014: B3

B: Es geht um einen Begriff aus dem kodifizierten Wirtschaftsrecht (Insolvenz) sowie um die Verfahren, die durch diesen Begriff geleitet werden.

3: In diesem Fall bleibt die Zuordnung zu 2 (Rollen-orientiert) oder 3 (Personen-orientiert) uneindeutig. Eigentlich geht es lediglich um die Rollen „Schuldner / Gläubiger“. Doch am gewählten Beispielfall eines Kleinunternehmers kommt auch eine karriere- und lebenslaufbedeutsame Komponente des Insolvenzgeschehens ins Spiel.

Korruptionsbekämpfung, 10.3.2014: B1

B: Behandelt wird ein Thema aus der Erfahrungs- und Insiderwelt von Wirtschaftsunternehmen.

1: Adressiert ist ein allgemeines Publikum, mit seinem Rechts- und Moralempfinden.

Die Krim-Krise, 24.3.2014: A1

A: Das Video rekapituliert die Ereignisse, die zur Konfliktlage zwischen der Ukraine und Russland geführt haben.

1: Abermals geht es um Hintergrundwissen für ein Nachrichtengeschehen interessiertes (oder zu interessierendes), allgemeines Publikum.

Demokratie, 4.8.2014: C1

C: Behandelt wird ein klassisches Thema der Staatskunde.

1: Zwar wird auch die Rolle des Wählers angesprochen, aber nur als ein Detail des großen Ganzen. Die Gesamtbotschaft bleibt allgemein ausgerichtet.

Streik, 5.1.2015: C2

C: Behandelt wird das Streikrecht und dessen Umsetzung durch Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände.

2: Erklärt wird vornehmlich über den Rollengegensatz von Arbeitnehmer und Arbeitsgeber.

NATO, 1.6.2015: C1

- C: Das Video rekapituliert die Geschichte der NATO, stellt ihre Institutionen vor und ordnet einige zeitgenössische Entwicklungen ein. Man kann wiederum eine Art staatskundige Kodifizierung feststellen.
- 1: Adressiert ist abermals ein allgemeines, am Nachrichtengeschehen interessiertes (oder zu interessierendes) Publikum mit einem Bedarf an Hintergrundwissen.

Unternehmensrechtsformen Teil 3: Die Kapitalgesellschaft, 7.9.2015: C3

- C: Das Video bildet den letzten Teil einer kleinen Serie über die Unternehmensrechtsformen (Teil 1 handelte von der Einzelunternehmung, Teil 2 von der Personengesellschaft).
- 3: Adressiert werden Personen, die eine Unternehmung gründen wollen.

Mehrwertsteuer, 4.1.2016: C2

- C: Erklärt wird ein steuerrechtlicher Sachverhalt.
- 2: Adressiert wird die Rolle des Käufers.

Panama Papers, 2.5.2016: B1

- B: Wie beim Thema "Korruptionsbekämpfung" geht es um ein Insiderwissen, also um eine Art Experten- und Erfahrungswissen über die Grenzen zwischen Legalität und Illegalität.
- 1: Adressiert ist ein allgemeines, an Hintergründen zum Nachrichtengeschehen interessiertes (oder zu interessierendes) Publikum.

Die Geschichte der Olympischen Spiele, 2.8.2016: C1

- C: Es wird ein historisches Wissen präsentiert.
- 1: Adressiert ist ein allgemeines, an Sport und / oder dessen gesellschaftlicher Bedeutung interessiertes Publikum.

Grippe, 1.2.2017: B2

- B: Das Video referiert aus dem medizinischen Praxis- und Erfahrungswissen über Symptome, Ursachen und Therapie der Grippe.
- 2: Adressiert wird eine direkte oder indirekte Betroffenheit, also eine Patientenrolle.

Steuern in Deutschland, 2.8.2017: C2

- C: Erklärt werden Elemente des deutschen Steuerrechts.
- 2: Adressiert ist die Rolle des Steuerzahlers.

Syrien-Konflikt Jan. 2018, 7.2.2018: A1

- A: Das Video stellt Informationen zusammen, wie man sie aus einem journalistischen Hintergrundbericht kennt, der auf Archivmaterial (wie zum Beispiel des Spiegel-Archivs)

zurückgreift. (Der Namenszusatz "Jan. 2018" wird gegeben, da bereits ein früheres Video zum selben Thema existiert.)

- 1: Adressiert ist ein am Nachrichtengeschehen interessiertes (oder zu interessierendes) Publikum.

Bewerbung, 4.7.2018: B3

- B: Das Video rekurriert auf ein Praxiswissen, namentlich jenes des Personalwesens von Unternehmen, Behörden, usw.
- 3: Hier werden expliziert Lebenslauf und Karriere, respektive eine zentrale Episode daraus adressiert.

Gleichgewichtspreis, 1.8.2018: C1

- C: Es wird ein Thema der elementaren Volkswirtschaftslehre respektive der Wirtschaftskunde behandelt.
- 1: Adressiert wird ein allgemeines Publikum, das an Wirtschaftsfragen interessiert ist.

Europäische Währungsunion Teil 2: Vor- und Nachteile, 2.1.2019: B1

- B: Referiert wird aus dem Experten- und Professionswissen, das in staatlichen und überstaatlichen Institutionen mit den Regularien der staatlichen Finanzwirtschaft befasst ist und deren wirtschaftlichen Effekte kontrollieren soll.
- 1: Adressiert wird ein allgemeines Publikum, das an Wirtschaftsfragen interessiert ist und über die Tagesnachrichten hinausgehendes Hintergrundwissen wünscht (oder wünschen sollte).

Kleidokraniale Dysplasie, 6.5.2019: C3

- C: Es wird ein Begriff aus dem Kanon der Medizin erklärt.
- 3: Adressiert ist die Lebensführung von der Fehlbildung betroffener Personen und ihrer Angehörigen.

Die Berliner Mauer, 2.10.2019: C1

- C: Das Video erzählt die Geschichte der Berliner Mauer von der Hauptstadtteilung bis zu ihrer Öffnung im Jahr 1989.
- 1: Adressiert ist ein allgemeines, an der Historizität gegenwärtiger Ereignisse interessiertes Publikum.

Setzen wir die 30 rubrizierten Videos in die Tabelle 1 ein, so erhalten wir folgendes Bild:

Tabelle 2: 30 Erklärvideos von explainity® in der zweidimensionalen Heuristik

Spezifikation der Adressierung Kodifizierung der Video-Thematik	1 Unspezifiziert („to whom it may concern“)	2 Rollen-orientierte Adressierung	3 Personen-orientierte Adressierung
A Durch Konversation und / oder öffentliche Diskurse	Die Krim-Krise Hedgefonds, Leerverkäufe und feindliche Übernahmen Syrien-Konflikt, Jan. 2018- Timoschenko ***	Social Media ***	***
B Durch Experten-, Professions-, Erfahrungs- und Werkwissen	Demografischer Wandel Euro-Krise Europäische Währungsunion Teil 2 Globalisierung Korruptionsbekämpfung Panama Papers ***	Grippe ***	Bewerbung Insolvenz ***
C Durch Curricula und Kanons	Bruttoinlandsprodukt Deflation Demokratie Die Berliner Mauer Die Geschichte der Olympischen Spiele Gleichgewichtspreis Länderfinanzausgleich NATO Staatsverschuldung	Börsenkurs Mehrwertsteuer Negatives Stimmgewicht Steuern in Deutschland Streik	Kleidokraniale Dysplasie Unternehmensrechtsformen Teil 3: Die Kapitalgesellschaft

Dieser kleine Test zeigt, dass sich die Erklärvideos durch die beiden heuristischen Dimensionen der Themenkodifiziertheit und der Adressatenspezifikation gut unterscheiden und zuordnen lassen – trotz leichter Uneindeutigkeiten im Einzelfall, die bei Analysen von Einzelvideos genauer betrachtet und gegebenenfalls rückwirkend korrigiert werden müssen.

Im Weiteren wären die Felder A1 bis C3 durch Videos aus allen oben genannten vier Bereichen (Ratgeber & Lebenshilfe; explizite Kulturproduktionen; formales Bildungs- & halbformales Weiterbildungswesen; Organisationserklärungen) zu ergänzen; mit einer

Zielgröße zwischen 500 und 1000 Videos insgesamt, je nach Forschungsressourcen und nach analytischen Erkenntnissen im Forschungsverlauf. Aus den neun Feldern werden einzelne Videos für eine detaillierte Rahmenanalyse herausgezogen, deren Ergebnisse dann für feldinterne sowie für feldübergreifende Vergleiche herangezogen werden können (Zielgröße: je 10 Videos pro Feld, also insgesamt 90 Rahmenanalysen).

3. Soziologische Rahmenanalyse von Erklärvideos

Zur detaillierten Interpretation und Analyse von einzelnen Videos greifen wir auf ein für unsere Zwecke zugeschnittenes Konzept der Rahmenanalyse zurück. Die Rahmenanalyse („frame analysis“) kreuzt sowohl die disziplinären Grenzen zwischen kognitiver Psychologie (Tversky, Kahneman, 1981; Kahneman, Tversky, 1984) und Soziologie (Goffman, 1986; Esser, 1990) als auch die Grenzen zwischen quantitativen und qualitativen Methodologien (Reese, 2007). Sie hat sich in der empirischen Medienforschung bereits bewährt, speziell bei der Untersuchung von Nachrichtenkommunikation und von öffentlichen Kampagnen (Tewksbury, Scheufele, 2009; Scheufele, Iyengar, 2014; D'Angelo, 2017; Aarwe, 2017).

Rahmen werden definiert als Elemente, die die Erscheinung und die Präsentation von Ereignissen ordnen und mit Konsistenz versorgen. Eine komplementäre Definition stellt auf die Kapazität von Rahmen ab, einzelne Aspekte auszuwählen und hervorzuheben, um damit zugleich andere Aspekte abzudecken, in den Hintergrund zu drängen und dem Vergessen zu überlassen (Entman, 1993, S. 52). In jedem Fall geht es darum, dass das Verhältnis zwischen Rahmen und Ereignissen durch ein Prinzip der kognitiven und kommunikativen Ökonomie reguliert wird: wenige Rahmenelemente ordnen viele Ereignisse. Deshalb wählte Goffman den Rahmenbegriff aus, um sein Interesse an der „Organization of Experience“ zu formulieren (Goffman, 1986, im Untertitel).

Eine konzeptionell hochgradig ausgearbeitete Rahmenanalyse in einem mit dem unsrigen gut vergleichbaren Gegenstandsbereich liegt mit der Studie „Watch and Learn. Rhetorical Devices in Classroom Films after 1940“ von Eef Masson vor (Masson, 2012). Masson geht ebenfalls vom Begriff des Framings aus, obwohl sie im Text selbst zwischen „frames“, „devices“, „strategies“, „mechanisms“ wechselt und gegen Ende noch den Begriff des „Dispositivs“ einführt. Massons Ansatz ist stark filmwissenschaftlich geprägt. Er lässt sich aber sehr gut wissenssoziologisch wenden, wenn man den Begriff „Dispositiv“ gegen den Begriff des institutionellen Rahmens austauscht, was ohne gravierende inhaltliche Verzerrungen oder Verluste möglich ist. Dann lassen sich drei Ebenen der Rahmung unterscheiden, mit denen sich die Rahmenelemente von Erklärvideos (bei Masson: von Unterrichtsfilmen) vollständig erfassen: erstens eine Ebene der stilistischen Rahmung, zweitens eine Ebene der rhetorischen Rahmung und drittens die soziologisch besonders bedeutsame Ebene der institutionellen Rahmung.

3.1. Stilistische Rahmungen

Die stilistische Rahmung bezeichnet die filmische Machart, die von den Produzenten für ein Erklärvideo oder in der Regel für die gesamte Reihe ihrer Erklärvideos eingesetzt wird. Im Fall von explainity® beispielsweise handelt sich um eine videogerechte Weiterentwicklung der sogenannten Legetechnik (oder auch Legetricktechnik; siehe Richard, Philippi, 2016): Auf einen monochromen (meist weißen) Hintergrund werden zweidimensionale Bildelemente gelegt und dazu wird gezeichnet, animiert sowie geschrieben. Der Vorgang wird von einer Standkamera gefilmt, um schließlich durch Schnitt und Vertonung einen Gesamtfilm zu produzieren. Dieser Stil wurde bereits von US-amerikanischen Pionieren der Internet-Erklärvideos eingeführt (LeFever, 2013; www.commoncraft.com) und findet sich bei zahlreichen Kanälen, die Erklärvideos anbieten. Vom Legetechnik-Stil zu unterscheiden wären beispielsweise Stile, die klassische Unterrichtsaktivitäten verfilmen (Beschriftung von Wandtafeln oder technologischen Äquivalenten, entweder mit oder ohne sichtbaren Dozierenden, siehe beispielsweise khanacademy.org) oder solche, die mit realen Objekten und Objektkonstellationen arbeiten (oftmals bei „Tutorials“ anzutreffen, aber auch im Ausbildungsbereich).

3.2. Rhetorische Rahmungen

Masson konnte zwölf rhetorische Rahmungen identifizieren, mit denen Lehrfilme die Aufmerksamkeit ihrer Rezipientinnen und Rezipienten zu gewinnen und zu binden versuchen. Sechs dieser Rahmungen setzen dazu auf die Attraktivität des vorgetragenen Stoffes („matter made appealing“) (A), während die sechs weiteren auf die Attraktivität der Videorezeption selbst zielen („viewing made appealing“) (B). Im Anschluss an Masson lassen sich für diese zwei Strategien jeweils sechs präzisierende (Teil)Aspekte anführen:

A) Die rhetorischen Rahmungen der Stoffe arbeiten mit:

1. Zugänglichkeit: Mit dem Mitteln des Videos (in Aufnahme, Schnitt und Montage) werden räumliche und / oder szenische Aspekte des Gegenstandes erschlossen, die sonst für die Rezipienten kaum oder prinzipiell gar nicht zu sehen wären;
2. Spektakularität: Es werden durch den Einsatz filmischer Mittel sinnlich-ästhetisch besonders reizvolle Aspekte des Stoffes aufbereitet;
3. Vereinfachung: Durch den Gebrauch von Schemata (wie Pfeilen, Diagrammen, Skizzen, ...) werden am Gegenstand Aspekte hervorgehoben, die rasch einleuchten;
4. Konsistenzerzeugung (auch „Strukturierung“ genannt): Durch Zusammenstellungen (filmischer, grafischer oder verbaler Art) wird ein Eindruck von Übersichtlichkeit erzeugt;

5. Explikation: Mit verbalen Mitteln (mündlich oder in eingebendeten Schriften) wird ein potentieller „information overload“ durch ein einfaches, verbindliches Statement reduziert;

6. Umsetzbarkeit („feasibility“): Den Rezipienten werden eigene Handlungs-, Erlebens- und Beurteilungsmöglichkeiten nahegelegt.

B) Die rhetorischen Rahmungen des Rezeptionsprozesses arbeiten mit:

1. Narrativität: Der Erzählung kommt seit jeher eine vorrangige rhetorische, pädagogische, didaktische sowie literarische Funktion in der Bindung von Aufmerksamkeit zu. Es geht erstens um Figuren und Figurationen (oft, aber nicht notwendigerweise um menschliche Figuren und Figurationen), und zweitens um deren Einlagerung in eine doppelte Zeitlichkeit: die Zeit des Erzählten und die Zeit des Erzählens. Eine Erzählung kann weder mit einem Schlag vorgetragen noch auf einen Schlag hin erfasst werden. Sie braucht eine Einführung, eine Entfaltung und einen Schluss – und über allem hinweg einen Spannungsbogen, der von der Einführung einer szenischen Inkonsistenz (eines Nichtwissens, einer Dissonanz, eines Mangels, eines Konfliktes) bis hin zu deren Auflösung führt.

2. Befragung („interrogation“, auch als „Verhör“ übersetzbar): In Rahmungen per Befragung werden die Rezipienten direkt oder indirekt durch eine Frage angesprochen. Da die Rezipienten schon rein technologisch nicht wirklich antworten können, ist klar, dass es sich um rhetorische Fragen handelt. Die Fragen dienen dem Selbsttest des Rezipienten und die Antwort wird entweder zur Bestätigung oder zur Aufklärung durch den weiteren Verlauf des Videos gegeben.

3. Wiedererkennbarkeiten: Die Rahmungen der Wiedererkennung nutzen und verstärken die Analogiebeziehungen der dargestellten Personen, Dinge, Situationen und kritischen Ereignisse zu Personen, Dingen, Situationen und kritischen Ereignissen, die den Rezipienten (vermutlich) bekannt und vertraut sind (zum Beispiel, indem die Arbeitsweise von Ratingagenturen anhand des Benotungswesens in der Schule erklärt wird, siehe „Ratingagenturen einfach erklärt“, <https://www.youtube.com/watch?v=hXMW8kQ7lcg>, 05:25–07:02).

4. Affinitäten: Masson bezeichnet mit „affinities“ rhetorische Rahmungen, die eine Nähe zu den (vermuteten) Interessen, Präferenzen und Neigungen der Videorezipienten aufbauen (sollen); etwa, wenn die filmisch gegebenen Beispiele beliebte Motive aus dem Unterhaltungs-, Freizeit- und Kulturbereich aufrufen: Burgen- und Ritterfiguren in einem Film über das Leben im Mittelalter oder die gern gesehenen Störche in einem Erklärfilm über Brutpflege.

5. Sinnesgenuss („sensorial indulgence“): Die Rahmungen des Sinnesgenusses verwenden die visuellen und akustischen Mittel des Videos zu rein ästhetischen Zwecken. Massons prägnantestes Beispiel ist eine Szene aus einem Unterrichtsfilm über die Frühjahrsblüte. Das Aufspringen der Blüten verschiedener Pflanzen zu unterschiedlichen Zeiten des Frühlings wurde so gefilmt, geschnitten und montiert, dass es zusammen mit der unterlegten Musik wie ein großer Tanz der Natur wirkt.

6. Stilpräferenzen: Hierunter fasst Masson stilistische Anleihen von Lehrfilmen bei Genres, die beim adressierten Publikum je nach Alter und Kultur als bekannt und beliebt gelten können; so zum Beispiel die Zeichentrick- und Animationsfilme des Unterhaltungssektors.

3.3. Institutionelle Rahmungen

Die WDA versteht unter Diskursen „analytisch abgrenzbare Ensembles von Praktiken und Verläufen der Bedeutungszuschreibung“ (Keller, 2011a, S. 192), die ...

Während stilistische und rhetorische Rahmungen audiovisuelle Elemente umfassen, die (an)zeichenhafte Wirkung entfalten sollen, zielen institutionelle Rahmungen auf Handlungen.

D.h., die institutionellen Rahmungen organisieren die Handlungen eines Erklärvideos, und dies in einem präzisen doppelten Sinn. Es geht sowohl um die im Film dargestellten Handlungen als auch um die Handlungen des Darstellens durch und mit dem Film. In Anlehnung an eine filmwissenschaftliche Terminologie kann man innerfilmische (staged, enacted, inszenierte) von profilmischen Handlungen unterscheiden (Masson, 2012, S. 163–164; Spence, Navarro, 2010, S. 213–238); eine Unterscheidung, die durch das Video selbst geschaffen wird und hinreichend konsistent aufrechterhalten werden muss. Profilmisch sind alle Handlungen, die für die Schaffung eines Filmes bis hin zu seiner effektiven Rezeption nötig sind, vom Aufbau eines zu filmenden Arrangements bis hin zum Abspann, der dem Rezipienten die Produzenten und Produktionsbeteiligten namentlich vorstellt. So ist auch die Rezeption selbst eine profilmische Handlung, die jedoch im Normalfall eines Unterhaltungsfilms durch die Immersion in eine inszenierte Geschichte vergessen und in ein reines Erleben transformiert wird. Genau in diesem Punkt (der profilmischen Handlungen) unterscheiden sich alle Filmgenres, die auf eine Wahrheit des Dargestellten abstellen, neben den Lehrfilmen vor allem auch die Dokumentarfilme („Crafting Truth“, Spence, Navarro, 2010). Ein Legetechnikvideo zeigt die Arme und Hände, wie sie für den Rezipienten das Tableau aufbauen und wieder abräumen; so wie auch die Erklärstimme nur als laufende Ansprache an den Rezipienten Sinn macht und selber keine Episode in einer etwaig im Video erzählten Story bildet. Am deutlichsten kommen die institutionellen Rahmungen in dem Sonderfall zum Tragen, in dem innerfilmische und profilmische Handlungen zusammenfallen. Masson bezeichnet solche Fälle als metatextuell. Das Video thematisiert sich selbst. Es führt seine eigenen Handlungen in den Raum des Dargestellten ein, zum Beispiel, indem der Rezipient direkt angeblickt und angesprochen wird. Die Funktion metatextueller Einlagen ist, im Video

anzuzeigen, wie das Video verstanden werden will. Die Metatexte markieren die ideale Rezeptionsposition, in die ein Video seine Zuschauer hineinzuführen versucht („preferential viewing position“, Masson, 2012, S. 209).

Für den Korpus ihrer Unterrichtsfilme aus den Jahren zwischen 1940 bis 1963 konnte Masson eindeutig nachweisen, dass und wie die Institution des Schulunterrichts nicht nur die profilmischen, sondern auch die innerfilmischen Handlungen rahmt. Auch in den dargestellten Szenen werden bevorzugt Handlungen gezeigt, die die Aufhebung einer Wissensasymmetrie bewirken sollen, also in dieser Hinsicht dem Unterricht gleichen: Museumsdirektoren oder Fabrikfachmeister, die den Besuchern den Sachverhalt erklären; Experten, die einen wissbegierigen Laien informieren usw. Profilmisch wie innerfilmisch dominiert die Institution der Belehrung (Keppler, Luckmann, 1992; Brosziewski, 2019), deren Hauptproblem nicht in einer Wissensvermittlung per se liegt, sondern in der Kontrolle von Verständlichkeit zu sehen ist (Masson, 2006).

Im Unterschied zu einer interaktionellen Belehrung (im Gespräch oder im Unterricht) erlaubt es die Trennung von innerfilmischen und profilmischen Handlungen dem Videoformat jedoch, eine scharfe Personenzurechnung von Wissen und Nicht-Wissen zu vermeiden. Sowohl das Nicht-Wissen als auch das Wissen werden auf die Figuren des Videos sowie auf unterschiedliche Autoritätskonstellationen der profilmischen Handlungen verteilt (Referate, Zitate, Demonstrationen, ...). Der Rezipientin und dem Rezipienten bleibt freigestellt, mit wem und mit welchen Fragen sie oder er sich selbst identifiziert und welche Autoritäten sie oder er bei den Antworten gelten lässt. Die Multifiguralitäten und Vielstimmigkeiten des Videos machen möglich, was in direkter Interaktion gar nicht oder nur höchst umständlich zu realisieren wäre.

4. Exemplarische Rahmenanalyse des Erklärvideos „Globalisierung einfach erklärt“

Für eine erste detaillierte Rahmenanalyse wählen wir von den 30 in Abschnitt 2 rubrizierten explainity®-Videos den Beitrag mit den bislang meisten Aufrufen aus: „Globalisierung einfach erklärt“ (explainity® Erklärvideo: <https://www.youtube.com/watch?v=aGPABEnTG0g> (6.9.2012, 608'075 Aufrufe Stand 10.1.2020).

4.1. Filmisch-stilistische Rahmungen

Gefilmt wird eine den Bildraum vollständig ausfüllende weiße Unterlage, auf der zwei Hände und Arme sichtbar eingreifen: durch Auflegen, Verschieben, Umklappen und Wegnehmen vorgefertigter Zeichnungs- und Schriftelemente (fast durchgängig schwarz-weiß), durch eigenes Zeichnen (von Strichen und Linien) sowie durch minimale Handlungseinlagen. Die Erklärungen werden mündlich im Voice-over-Verfahren vorgetragen, visuell begleitet durch den sukzessiven Aufbau einzelner Tableaus von Zeichnungselementen, die teilweise im Bild verschoben und / oder umgeklappt und schließlich aus dem Bild gewischt werden, um die Fläche für einen nächsten Tableaufbau freizugeben. Außer dem Sprechen hört man stilisierte Geräusche wie

Klicken, Ploppen, Plings und Papierkratzen, die die Lege-, Schiebe-, Umklapp- und Wischbewegungen lautieren. Von einer der aufgelegten Figuren hört man ein elektroakustisches „hello“ (00:46). Die basale stilistische Rahmung ist mithin die eines Zeichenbretts, das für eine Zuhörerschaft sichtbar ist und sie durch Zeichnungsaktionen auch visuell einbindet. Das Visuelle bleibt jedoch Supplement der Mündlichkeit, und zwar einer monologischen Mündlichkeit. Das grundlegende Arrangement der explainity-Videos kopiert klassische und moderne Technologien des Vortragens. Zu denken wäre an die Wandtafel, die Pinnwand, das Flipchart, den Hellraumprojektor, die Powerpointpräsentation und das (manuelle oder elektronische) Whiteboard. Der filmische Unterschied zu diesen Vorlagen besteht vor allem darin, dass visuelle Änderungen und Bewegungen stetig (ohne längere Standbilder) erfolgen, so dass Elemente des Comic- oder Zeichentrickfilms sowie manche Ähnlichkeiten mit einem Puppentheater hinzutreten.

4.2. Rhetorische Rahmungen

Von den rhetorischen Strategien, die Masson für die Dimension „matter made appealing“ (Stoff-Attraktivität) ermittelt hatte (Zugänglichkeit, Spektakularisierung, Vereinfachung (Schematisierung), Konsistenz (Strukturierung), Explikation und Umsetzbarkeit) sind im explainity-Video „Globalisierung einfach erklärt“ fast ausschließlich Schematisierung, Strukturierung und Explikation aufzufinden. Die Verbindung des Themas mit der vermuteten Lebenswelt des Publikums wird anfangs durch ein Paar visualisiert, das bildlich miteinander diskutiert, während die Erklärstimme die Globalisierung „ein vieldiskutiertes Thema“ nennt (00:10). Die später eingeführten Figuren, Utensilien und Verkehrsmittel zeichnen schemenhaft das Bild eines polyglott Reisenden, worin man eine Art „touristische“ Zugänglichkeit zum Thema Globalisierung sehen könnte. Spektakularisierungen des Gegenstandes durch filmische Möglichkeiten sind nirgendwo aufzufinden. Zu Umsetzbarkeit (Handlungsermöglichung) kommt erst gegen Ende des Videos die Aussage, es käme darauf an, was „wir Menschen“ machen (03:34) – derart offen und allgemein, dass man kaum von einer Handlungshilfe reden kann.

Das Schema aller Schemata im Globalisierungsvideo ist die Landkarte in jenem Format, das die Umrisse eines Staatsgebietes und damit ineins die Grenzen zu anderen Staaten/Ländern zeichnet; wobei immer nur von Ländern und Nationen gesprochen und der Ausdruck „Staat“ überhaupt nicht verwendet wird. Alles, was sonst vorkommt (Hochhäuser für Unternehmen, Figuren für Menschen, Bäume für Wälder, Flugzeuge, Schiffe und LKW für Verkehr, Telefone und Handys für Kommunikation, ...), wird in die Länderumrisse eingefügt oder um sie herumgesetzt, um Mobilität über Grenzen hinweg anzuzeigen. Solche Mobilitäten werden durch Linien und Pfeile schematisiert.

Die Landkartenschematik erstreckt sich auch auf den Zentralbegriff des Videos: Globalisierung. Gezeigt wird eine zweidimensionale Graphik des Globus, wie man ihn (früher zumindest) in jeder Schule und in etlichen Haushalten vorfindet (erstmalig 00:13 als Globus in Ketten, dann 00:28 als Referenz der „World“ im www; eigenständig ab 00:45). Das kartenschematische Problem einer zweidimensionalen Weltendarstellung zeigt sich sogleich: nur der eurasische und der afrikanische Kontinent kommen mit ins Bild; Amerika und Australien müssen hinzugedacht werden. Man hätte sonst anstelle des Globus eine Weltkarte nehmen müssen.

Ausgiebig kommt Schematisierung beim Einsatz von Bildern für verbale Bezeichnungen zum Tragen. Recht viele Bildbezeichnungen sind Eigenerfindungen speziell für dieses Video, daher in ihrer Bezeichnungsfunktion interpretationsbedürftig und stark kontextabhängig; zum Beispiel zwei Boxhandschuhe für „Wettbewerb an Absatzmärkten“, eine Planierdraht für „Waldwirtschaft“ (oder für „Bodenausbeutung“), eine Handgelenksverschränkung von vier Händen für „Annäherung von Nationen“, ein Einkaufswagen für „Dienstleistungen“, drei Reagenzgläser für „Wissen“. Hin und wieder werden etablierte Piktogramme (Verkehrsschild „Achtung“) eingesetzt. Im Weiteren arbeiten die Bildschemata mit mehr oder weniger deutlichen Zitaten im allgemeinen oder speziellen ikonographischen Kulturrepertoire: Nationalflaggen für Länder/Nationen/Staaten, Geldscheinhaufen aus der Comic-Welt für „Reichtum“ und „Kapitalist“, %-Zeichen aus der Werbung für „günstige Preise“, die Logos von youtube, facebook und twitter für „Kommunikation“ oder „soziale Netzwerke“, ...

Ein weiterer Typus der Schematisierung, der auch Strukturierungsfunktionen erfüllt, ist in der Verwendung von Diagrammen zu sehen (zur Diagrammatik als Kulturtechnik des Wissens siehe Bender, Marrinan, 2010). Im Globalisierungs-Video wird die Diagrammatik in die Landesdarstellung integriert, durch zwei schraffierte Balken, die den Beschäftigungsstand innerhalb der Länder 1 und 2 anzeigen (02:26). Hier greifen dann beide Hände sichtbar ein, um erst das Sinken der Beschäftigung in Land 1 (Balken wird kleiner gezogen), dann das Steigen der Beschäftigung in Land 2 zu visualisieren (Balken wird grösser gezogen).

Eine erste Strukturierung kann in der Einführung von Globalisierung als „ein vieldiskutiertes Thema“ gesehen werden, visualisiert durch ein Paar von Mann und Frau (im seitlichen Halbporträt gezeigt), die in grimmigen Posen auf einander einreden: beide haben den Mund geöffnet (was ein zeitgleiches Reden suggeriert), die Frau richtet ihren linken Zeigefinger auf den Mann und schlägt mit der rechten Faust auf eine nichtsichtbare Unterlage (wahrscheinlich einen Tisch), während der Mann, seine Ellenbogen angewinkelt, mit beiden Armen und Händen seine Brust schützt und eventuell eine Gegenbewegung vorbereitet. Die Streitatmosphäre wird noch dadurch verstärkt, dass ein hinzugefügtes Bild einen Globus in Stahl- oder Eisenketten zeigt. Die unterlegte Erklärstimme versucht zu versachlichen und läutet ihren weiteren Einsatz mit den Worten ein: „Deshalb [wegen der ausgiebigen Diskussion] ist es auch gar nicht so leicht, diesen komplexen Begriff in einfachen Worten zu erklären.“ (00:13).

Die wichtigsten Strukturierungsmittel innerhalb der Landkartenschematik bilden Linien und Pfeile, die die Landesgrenzen transzendieren, sei es durch ein Kreuzen der Grenzen (im Beispiel des Warentransfers von Land 2 in Land 1), sei es durch Überbrücken der Grenzen (so, wenn Verbindungslinien, von einem Flugzeugbild startend, „durch die Luft“ oder in einem anderen Tableau als Kreischnittlinien ausserhalb des Globus entlanggezogen werden). Höchst schematisch und nicht weiter ausgearbeitet, deutet sich hier jener Typus von Netzwerkbildern an, mit denen nicht räumliche, sondern energetische und / oder informationelle Beziehungen innerhalb von Nervensystemen oder Computernetzwerken visualisiert werden.

Die markenteste und komplexeste Strukturierung des Globalisierungs-Videos ist anlässlich der Einführung des Begriffs „Rahmenbedingungen“ zu beobachten. Das Wort wird zweimal akroamatisch signifikant apostrophiert, durch Sprechpausen vorher und nachher sowie durch eine hervorhebende Betonung (01:20 und 01:31). Zugleich wird bei seiner Nennung ein Bild eines Bilderrahmens eingeführt; ein Bilderrahmen, der über jene vorab ausgelegten Bildelemente gelegt wird, die fortan zum Begriff „Rahmenbedingungen“ zusammengefasst sein sollen: Bildbezeichnungen für Lohn- und Lohnnebenkosten (bezeichnet durch einen Geldscheinhaufen), Kunden (Skizze einer Menschengruppe), Zulieferer (bezeichnet durch einen LKW), Verkaufspreise (Preisschild, das "400 \$" zeigt). Der so eingeführte „Rahmen“ wird innerhalb des Ländervergleichs von Land 1 zu Land 2 verschoben, um den Unterschied von inländischer und ausländischer Konkurrenz zu visualisieren, begleitet von der Aussage: „Im Zuge der Globalisierung können nun auch andere Firmen, die unter anderen Rahmenbedingungen produzieren, ihre Produkte in Knetenreich anbieten.“

Rahmungen per Explikation dienen der Eingrenzung filmisch eingeführter (oder noch einzuführender) Referenzen durch Worte (mündlich oder schriftlich). Da die explainity-Videos hauptsächlich mit verbalen Erklärungen arbeiten, finden sich zahlreiche Explikationen der Bildelemente und Bildvariationen „en passant“, nebenbei und im Vorübergehen, wenn beispielsweise während des Zeichnens von Linien von „diese Austauschprozesse“ gesprochen wird. Zusätzlich werden auch Schriftbilder zur Explikation genutzt, beispielsweise, wenn an der schon genannten Stelle das Wort „Globalization“ über ein zuvor zusammengestelltes Tableau gelegt wird; oder wenn die vielen, im Verlauf des Videos genannten Faktoren im Bild eines Mastes mit den Wegweisschildern „communication“, „profit“, „economy“, „nature“, „technology“ und „culture“ verbalisiert und gleichzeitig als Wegmarken visualisiert werden. Da jedoch das visuelle Arrangement mit seinen zahlreichen Elementen und Variationen weder zur Gänze noch in all seinen Ausschnitten verbalisiert werden kann, bleibt zwangsläufig Vieles sprachlich unartikuliert und gilt weiterhin die alte Medienwahrheit: ein Bild sagt mehr als tausend Worte.

Eine markante Explikation bietet die Stelle „Dieser Prozess wird Globalisierung genannt“ (00:42), nachdem zuvor ein Tableau aufgebaut worden war, das vom „Austausch“ von Waren und Informationen handelte. Gleich anschließend wird in Form einer Definition expliziert: „Globalisierung kommt von Globus“ (00:45; unter das Wort „Globalization“ – tatsächlich amerikanisch-englisch geschrieben – wird das zweidimensionale Schema des Globus geschoben) „und bedeutet die weltweite Annäherung von Nationen.“ (00:48, begleitet vom Aufstellen von fünf winkenden Menschen rund um den Globus, einem metallischen „hello“ sowie einem Globusinnenkreis von vier an den Handgelenken verschränkten Armen).

Im Globalisierungs-Videos finden sich jedoch auch mehrere Passagen, die eher Pseudo-Explikationen gleichen: sprachlich im Duktus einer Explikation gehalten, jedoch ohne durch das Video selbst aufgebaute respektive später noch aufgegriffene Referenzen. Ein zentrales Exemplar bietet die Stelle „Somit wächst die Welt weiter zusammen.“ (01:50) Vorangegangen war lediglich eine recht ausführliche Erläuterung der Differenz von Produktionskosten im Außenwirtschaftsverkehr eines Landes. Das hat mehr mit Konkurrenz und Konflikt als mit „Zusammenwachsen“ zu tun. Auch ging es allein um kleine Ausschnitte sowohl von Wirtschaft (eben Produktionskosten; Währungs- und Finanzbeziehungen kamen nicht vor) als auch von Welt (die Wirtschaftsbeziehungen zweier Länder machen keinen Welthandel und erst recht keine globalisierte Wirtschaft aus). Schließlich wird für die Formel vom Zusammenwachsen der Welt eine unvorbereitete und merkwürdige Visualisierung vorgenommen: der bislang jeweils als Einheit gezeigte Globus wird in vier Teile zerlegt, die von den Bildrändern (je ein Teil von oben, von rechts, von unten und von links) aufeinander zu schweben und sich in der Mitte wieder zum Globus zusammenfügen. Auf der graphischen Ebene muss die Welt also erst zerrissen werden, damit sie zusammenwachsen kann.

Gleich darauf schließt eine weitere Pseudoexplikation an (02:04). Das ausführlich gegebene Exempel, das schon für die Güterwirtschaft nur bruchstückhaft stehen kann, wird sprachlich und bildlich in eine Reihe gestellt mit „Dienstleistungen“ (Einkaufswagen), mit „kulturelle[n] Güter[n]“ (zwei Masken im Stile der Commedia dell'Arte) und mit „Sprachen“ (britische Nationalfahne, der Union Jack). Expliziert wird dann: „diese einzelnen Punkte hängen stark zusammen und beeinflussen sich gegenseitig.“ (02:09) Doch weder erfahren die Logiken von internationalen Dienstleistungsverhältnissen, von Kulturkontakten und Sprachverhältnissen irgendeine nähere Ausführung, die im Gehalt der rudimentären Produktionskostendifferenzdarstellung gleichkäme; noch wird etwas zur Art des Zusammenhängens und Sich-Beeinflussens gesagt.

Ähnlich verhält es sich mit einer späteren Aussage, „Globalisierung ist also vielschichtig und auf nahezu alle Lebensbereiche übertragbar“ (03:23). Die Vielschichtigkeit wird visualisiert durch einen Stapel von fünf Zetteln, die nacheinander von oben abgezogen und auf der Fläche verteilt werden. Auf jedem steht das Wort „Globalization“, voneinander differenziert durch ein jeweils spezifisches Zusatzbildchen oberhalb, unterhalb oder seitlich des Wortes oder anstelle des Buchstaben „o“ in „Globalization“: ein Flugzeug (für den weltumspannenden Verkehr), eine Erdbeere (für den Güteraustausch), ein gefällter Baum (für Bodenausbeutung), wieder die beiden Commedia dell’Arte-Masken (für Kulturkontakte), eine Stoppuhr (unsicher, sowohl bezüglich der Figur als auch der gemeinten Bedeutung). Doch was es jenseits solch sprachlicher und optischer Auflistungen mit einer „Übertragbarkeit“ auf sich hat, oder gar, wie man sich das Verhältnis von „Zusammenhängen“ und „Übertragbarkeit“ vorzustellen habe, ist den Videosequenzen nicht zu entnehmen.

Auch von den sechs Rahmungsmustern, die Masson in ihren Unterrichtsfilmen in der Dimension „viewing made appealing“ (Attraktivität der Videorezeption) ausgemacht hatte (Narrativität, Befragung, Wiedererkennlichkeiten, Affinitäten, Sinnesgenüsse, Stilpräferenzen), sind einige kaum (Narrativität) oder gar nicht (Befragung, Sinnesgenüsse), andere jedoch dominant vertreten.

Es lassen sich zwei Narrative ausmachen, die jedoch beide nicht sehr prägnant sind, wenngleich aus unterschiedlichen Gründen. Erstens kann man, bei großzügiger Auslegung des Begriffs „Erzählen“, einen Erzählbogen ausmachen zwischen der Einleitungsformel „ein vieldiskutiertes Thema“ und dem dazugehörigen Bild vom streitenden Paar hin zur Schlusspassage, die betont, es sei wichtig, dass Globalisierung nicht binär als entweder gut oder schlecht zu bewerten sei. Die dazugehörigen Zeichnungsfiguren sind ein Engelchen und ein Teufelchen sowie eine Kette von 11 Emojis, die zu einem Xylophon-Pling-Plong von rechts nach links durch das Bild tanzen.

Zweitens wird sprachlich ein technik- und wirtschaftsgeschichtliches Narrativ suggeriert (aber nicht expliziert, schon gar nichts visuell), das ein höchst unbestimmtes „Früher“ andeutet, gegen das sich Globalisierung als ein Prozess profiliert: mit seinen Anzeichen in der Gegenwart und seinen Trends in die Zukunft hinein. „Beginnen wir bei den Anfängen“ (00:20) heißt es gleich nach dem Hinweis auf die Schwierigkeit, Globalisierung „in einfachen Worten zu erklären“ (00:17). Doch werden gar keine „Anfänge“ erzählt! Stattdessen modifiziert der Sprecher den Ausdruck „bei den Anfängen“ hin zu „den Hintergründen“. Angeführt werden „technische Neuerungen“ – aber dazu werden wörtlich wie bildlich sowohl Handys und Internet als auch Telefone und Flugzeuge gleichermaßen gezählt; was die Frage aufwirft, aber unbeantwortet lässt, welcher Zeitraum respektive welche Epoche denn „Neuheit“ im technologisch Ausschlaggebenden definiert. Gleich anschließend verankert sich die weitere Erzählung/Erklärung im Paradigma des Austausches, mit dem oben schon genannten Beispiel der Produktionskostenvorteile. Kurzum: Es wird eine „Geschichte“ erzählt, deren Anfänge völlig im Dunkeln bleiben und die auch keine Sukzession einander ablösender Ereignisse hervorbringt, sondern einfach nur einen Trend anzeigt, mehr oder weniger in die Metapher des Fortschritts eingehängt, die üblicherweise mit den Worten „Technik“ und „Wirtschaft“ aufgerufen ist.

Ein drittes und noch das markanteste Narrativ bildet die erfundene Geschichte zweier Firmen, die Fernseher produzieren und mit ihren Produkten zunächst nur einander im Inland Konkurrenz machen. Dann tritt, als ein Beispiel für Globalisierung angekündigt, ein Fernsehgeräte-Produzent aus dem benachbarten Ausland hinzu, der „preisgünstiger“ anbieten kann, weil – so wird zumindest mit Hilfe des Begriffs „Rahmenbedingungen“ ausführlich erläutert, siehe oben – er in seinem Land niedrigere Löhne zahlen kann und auch die Nebenkosten für Sozial- und Krankenversicherungen geringer ausfallen. Die Länder, in denen diese Geschichte spielt, heißen „Knetenreich“ und „Rezensionen“ – zwei merkwürdige und tendenziell irritierende Namensgebungen. „Reich“ = „reich“? Soll Rezensionen auf Rezession anspielen, worauf außer der Lautähnlichkeit auch der Pleitegeier in der Nationalfahne hindeuten würde? Im Sinne der Bild-Text-Konsistenz wirken diese sprachlichen Kreationen bestenfalls neutral, schlimmerenfalls aber verwirrend; denn volkswirtschaftliche Kostenrahmen, betriebliche Rentabilitätsrechnungen, Wohlstand der erwerbstätigen Bevölkerung sowie Konjunkturphasen sind alles Größen, die keineswegs in eindeutig determinierten Zusammenhängen stehen. Wirtschaftsstärke und –schwäche einer Volkswirtschaft gehen nicht unbedingt mit Reichtum und Armut von Bevölkerungen einher; Konjunkturauf- und -abschwünge können beide Typen von Volkswirtschaften durchlaufen.

Zur Dimension der Wiedererkennlichkeit ist nochmals die Landkartenschematik anzuführen, die die aus dem Schulunterricht bekannte länder-geographische Weltbeschreibung zitiert. Weiterhin referieren zahlreiche verwendete Zeichen einen (allgemeinen) Alltag (Einkaufen, Telefonieren, Verkehr, ...), das Reisen (Flugzeuge, Meer, ferne Länder, ...) und die Freizeit (Fernsehen, Sport, Geselligkeit, lockere Kleidung und Gesten, ...). Hinzu kommen Zeichenrepertoires aus den Massenmedien mit ihren Formaten Nachrichten (Glasfassadenhochhäuser für Unternehmen; Fernsehbilder vom Plastikmüll auf Gewässerflächen, ...), Werbung (%-Zeichen für Rabatte und günstige Preise) und Unterhaltung (Ikonisches aus der Film-, Serien-, Comic-, Zeichentrick- und Gamingwelt, zum Beispiel Karikatur des Zigarre-rauchenden Kapitalisten), sowie aus dem ikonographischen und handlungsmässigen Arsenal von Computern und „Neuen Medien“ (Bilder vom „www“, Logos von facebook et al.). Interessen- und Neigungsaffinitäten werden aufgebaut zu einem Publikum, das polyglott orientiert, eventuell sogar polyglott unterwegs ist und vom eigenen Land respektive von der eigenen Nation eine für den gewünschten Lebensstil „ausreichende“ Vorsorge- und Versicherungslage erwartet (erkennbar im Hinweis auf das Fehlen „ausreichender“ Versicherungen im „billig“ produzierenden Ausland, siehe 02:45). Stilistisch sind etliche Formen des explainity-Videos den Genres von Comic und Zeichentrickfilm entlehnt, nicht zuletzt in den kleineren Einlagen von Witz (zum Beispiel das metallische „hello“ einer winkenden Figuren auf dem Globusrand, der Pleitegeier als Wappentier des wirtschaftsschwachen Landes, die Karikaturen für Reichtum und Kapitalisten, ...).

4.3. Institutionelle Rahmungen

Im Globalisierungsvideo dominieren die profilmischen Handlungen. Es finden sich nur wenige und nur rudimentär inszenierte innerfilmische Handlungen, entsprechend dem geringen Grad an Narrativität, der schon zuvor festgestellt worden war. Die Dominanz des Profilmischen wird allein schon durch die Zentralität des Voice-over etabliert und reproduziert. Der mündliche Vortrag ist an keine der Figuren gerichtet, die in den dargestellten Szenen auftauchen. Er ist ausschließlich für den Hörer, für die Hörende gemacht – und für das Auditorium, das sich durch die Potentialität der Zuhörerschaft konstituiert. Damit ist es vor allem die Sprache, die die „preferential viewing position“ (Masson, 2012, S. 209) markiert und den impliziten Rezipienten identifiziert: die Wahl des Hochdeutschen als Schul- und Amtssprache, in der Schweiz würde man auch von „Schriftsprache“ oder „Standardsprache“ sprechen. Indirekt (und zugleich leicht problematisch) wiederholt sich die Dominanz des Sprachlichen auch auf der visuellen Ebene: Das Schriftbild schreibt von Globalization. Der Rezipient wird also mehrfach mit einer Inkonsistenz von gesprochener und geschriebener Sprache konfrontiert (was in einem der Kommentare zum Video auch vermerkt ist).

Die zweite Dauerpräsenz profilmischen Handelns realisieren die beiden Hände/Arme, die nicht nur ins Bild eingreifen, sondern all seine Konstellationen inklusive Aufbau und Abbau arrangieren. Auch das Material wird profilmisch einbezogen; so, wenn Papierbilder umgedreht, auseinandergezogen und zusammengefügt werden; wenn zwei schraffierte Balken sichtbar durch Schlitze hoch- und heruntergezogen werden; oder wenn einzelne Zettel von einem Kartenstapel heruntergezogen und im Bild verteilt werden. Der institutionelle Rahmen ist mithin jener eines Vortrags mit Vorzeige- und Anzeigetechnologien, dessen Auditorium/Publikum dem Vortrag und den Anzeigen rein rezeptiv zu folgen hat, dafür aber auch berechtigt ist, alles deutlich hören und sehen zu dürfen.

Besonders markant werden institutionelle Rahmungen durch metatextuelle Referenzen gesetzt. Das sind Referenzen, die das Video im Video mit verbalen und / oder ikonographischen Mitteln bezeichnen; sei es in Elementen oder als Ganzes, sei als konkretes Exemplar oder als Gattung. In solchen Momenten fallen innerfilmisches und profilmisches Handeln zusammen. Innerhalb des Handlungs- und Rezeptionsraumes des Videos werden bisherige oder kommende Handlungen und Rezeptionen des Videos bezeichnet, referiert, adressiert, als wären sie Handlungen und Ereignisse einer dargestellten Welt. Eine solche metatextuelle Konstellation war weiter oben schon angeführt worden: die gesprochene Botschaft, dass das Thema Globalisierung viel diskutiert, deshalb komplex und deshalb nicht leicht in einfachen Worten zu erklären sei. Paraphrasiert: Das Video attestiert sich eine Aufgabe, die seinem titelgebenden Versprechen „Globalisierung einfach erklärt“ widerspricht, die es gleichwohl zu lösen in Angriff nimmt. Einfachheit ist nicht leicht. Wir schaffen es trotzdem.

Aber es gibt auch unscheinbarere Ausprägungen der Metatextualität. Dazu zählen vor allem alle Formen von „indexical expressions“, von indexikalen Ausdrücken wie Personal-, Possessiv- und Demonstrativpronomen (ich, du, er, sie, es, wir, ihr, sie; mein, dein, ...; hier, dort, jetzt, vorhin, nachher, ...). „beginnen wir“ heißt es früh im Video (00:19), obwohl das Video ja schon vorher begonnen hat und haben muss, damit der Ausdruck gesprochen werden kann. Weitere Beispiele: „Dieser Prozess wird Globalisierung genannt“ (00:40); „dort ansässig“ (01:42); „diese einzelnen Punkte“ (02:09); „wir Menschen“ (03:34). Bildliche indexical expressions wären etwa Pfeile, die Richtungen und damit ein „von-hier-nach-dort“ anzeigen. Dass die Indexikalisierung nicht unbedingt problemlos funktioniert, gerade im Zusammen- oder Gegenspiel zwischen Worten und Bildern nicht, zeigt die längere Passage über die unterschiedlichen „Rahmenbedingungen“ der Produktion in den Ländern 1 und 2 (01:30–01:48). In ihr wird von „hier“ und „dort“ gesprochen. Rein sprachlich scheint „hier“ zunächst auf das Inland zu verweisen, in dem die Macher und die Rezipienten des Videos leben. Doch dann scheinen „hier“ und „dort“ relativ von Land 1 zu Land 2 zu variieren, motiviert von den vorgenommenen Verlegungen des sichtbaren Bilderrahmens und dem Pfeil, der von Land 2 ins Land 1 zielt.

Auch Ausdrücke wie „kurzum“ (01:17), „so weit, so gut“ (01:20) oder „somit“ (01:49) erfüllen die Funktion der Metatextualität, der Selbstbezeichnung des Videogeschehens durch seine Produzenten für seine Rezipienten. Stärker ausformulierte Varianten finden sich mit „Zur Verdeutlichung mal ein Beispiel“ (00:50) oder in der verbalen Schlusspassage (03:34–03:44): „Wichtig ist das Bewusstsein, dass die Globalisierung von sich aus weder gut noch böse ist. Es kommt darauf an, was wir Menschen in Zukunft mit den neuen Möglichkeiten machen.“

Wie oben ausgeführt, besteht die Funktion von Metatexten vornehmlich darin, zu signalisieren, darzustellen und zu präfigurieren, wie ein Video verstanden werden will. Im Integral aller metatextuellen Botschaften wird eine bevorzugte Rezeptionsposition etabliert, eine idealisierte, eventuell eine ideale Rezeptionsfigur mitentworfen und der Rezeption zur Identifikation angeboten. Bei Lehrfilmen geht es nicht nur um Wissensvermittlung allein, sondern immer auch um eine mitlaufende Kontrolle des Verstehens. Gerade pädagogisch-didaktische Filme sind besorgt darum, dass die ansprechenden (werbenden, unterhaltenden) Anteile des Mediums, nicht zulasten der pädagogischen und didaktischen Ernsthaftigkeit und Sorgfalt gehen (Masson, 2012, S. 225). Dieses Element findet sich in der zitierten Schlussbotschaft des Globalisierungsvideos prägnant wieder. Nach all dem Gehörten und Gesagten muss gesagt werden, was „wichtig“ ist – und niemand geringeres als „wir Menschen“ sind der Adressat dieser Wichtigkeit. Verbal und visuell (Engelchen und Teufelchen) wird die gut/böse-Unterscheidung zurückgewiesen – unterstützt durch die tanzende Emoji-Kette, die zugleich visualisieren soll, dass sich die Argumentationskette mit weiteren Pros und Kontras verlängern ließe. Da vorher jedoch nie explizit von Gut und Böse gesprochen wurde, lässt sich nur vermuten, dass wir es mit einer Rückprojektion auf den Videoanfang zu tun haben, an dem ein „viel diskutiertes Thema“ angekündigt worden war, visualisiert durch ein sichtlich streitendes Pärchen. Das Video versteht sich und will verstanden sein als eines, das den schul- oder seminarartigen „Diskurs“ – vertreten durch den monologisch-anzeigenden Vortrag, das Referat – an die Stelle eines bloßen Meinungsstreits setzt, wo immer und von wem immer betrieben dieser Streit lokalisiert sein mag: in den Massenmedien, in den „Neuen Medien“ oder im Bekannten- und Freundeskreis. Ob die didaktischen Mittel als für diesen pädagogischen Zweck geeignet betrachtet werden können, ist diskutabel. Zentral ist für eine soziologische Rahmenanalyse an diesem Fall allein der Nachweis, dass sich die institutionelle Rahmung dieses Videos im Video selbst Geltung verschafft und nachgezeichnet werden kann – und nicht durch ab-extra-Postulate eingeführt werden muss.

Einen längeren reinen Metatext bildet der Abspann, immerhin 25 Sekunden lang (relativ zur Gesamtlänge des Videos von 250 Sekunden), der nicht mündlich vorgetragen, sondern schriftlich vorgelegt wird (im selben Karten-Abzieh-Verfahren wie zuvor das „vielschichtige“ Globalization-Wort), unterlegt von einem synthetischen Gitarren-Drum-Sound. Unter den Überschriften „Idee, Konzeption und Umsetzung“, „Illustrationen“, „Musik“ und „Produktionsteam“ sind Namen aufgeführt. Diese Titel klassifizieren die Tätigkeiten, die zur Entstehung des Videos beigetragen haben oder gar nötig waren. Auffällig ist, dass explizite Referenzen zur Wissensproduktion (wie Recherche) oder Wissensvermittlung (didaktische Aufbereitung) fehlen. Entsprechende Tätigkeiten müssen woanders subsumiert sein, vielleicht bei Konzeption oder Umsetzung oder auch bei der Produktion. Es folgt eine Abspannkarte mit organisatorisch-institutionellen Referenzen (ein Projekt der Universität Lüneburg; Logos der Universität, der EU und des Landes Niedersachsen) sowie eine letzte Karte, die die explainity-Präsenz auf den Web-Diensten Youtube, Facebook und Twitter annonciert; Signale dafür, dass das Ende des Videos nicht das Ende der einfachen Erklärungen ist, sondern weitere folgen werden.

5. Zusammenfassung und Potentiale

Ziel dieses Arbeitspapiers ist es, die soziologische Relevanz von Erklärvideos herzuleiten, das materialreiche Feld wissenssoziologisch zu systematisieren und ein diesem aktuellen Medium der audiovisuellen Wissenskommunikation angemessenes Instrumentarium vorzustellen, das es erlaubt, audiovisuelle Elemente und institutionelle Verweise schrittweise zu rekonstruieren. In umfangreichen Arbeiten haben wir dafür eine dreistufige Rahmenforschungsstrategie und ein entsprechendes Codebuch erarbeitet, dessen Einsatz hier in wesentlichen Eckpunkten ‚vorgeführt‘ wird. Für das Verfahren der wissenssoziologischen Rahmenanalyse von (Erklär)Videos wurden drei Ebenen vorgestellt: eine Ebene der stilistischen Rahmung, eine Ebene der rhetorischen Rahmung und die soziologisch besonders bedeutsame Ebene der institutionellen Rahmung. In der Analyse dieser Ebenen, ihrem Vergleich und Zusammenspiel(en) können wir zeigen, ob und ggf. in welchem Umfang Wissen zugänglich gemacht und angeeignet werden kann, d.h. es wird möglich, die oftmals verborgenen Bedingungen des Zugangs und der Aneignung des jeweiligen Wissens aufzudecken – kurzum: es wird möglich, kommunikative Wissenskulturen bzw. Elemente dieser als wirkmächtige Intermediatoren der Vermittlung und Aneignung von Wissen zu rekonstruieren.

Literaturverzeichnis

- Aarøe, L. (2017). Framing: Audience Frames. In: P. Rössler, C.A. Hoffner & L. van Zoonen, (Hrsg.), *The International Encyclopedia of Media Effects*. (pp. 626-634). Chichester, West Sussex, UK: Wiley Blackwell
- Ammon, U. (2004). Funktionale Typen und Statustypen von Sprachsystemen. In: U. Ammon, N. Dittmar, K. J. Mattheier & P. Trudgill (Hrsg.), *Sociolinguistics: An*

- International Handbook of the Science of Language and Society*. (pp. 179-188). Berlin: de Gruyter
- Anders, P. (2019). Erklärvideos. In: P. Anders, M. Staiger, C. Albrecht, M. Rüssel & C. Vorst, Claudia (Hrsg.): *Einführung in die Filmdidaktik: Kino, Fernsehen, Video, Internet*. (pp.255-268). Stuttgart: Metzler
- Bakhtin, Mikhail M. (1986). *The Problem of Speech Genres. Speech Genres and Other Late Essays*. Austin: University of Texas Press, S. 60-102.
- Bangerter, A. & Mayor, E. (2013). Interactional theories of communication. In: P. Copley, & P. J. Schulz (Hrsg.): *Theories and Models of Communication*. (pp. 257-271). Berlin/Boston: de Gruyter
- Bender, J. B. & Marrinan, M. (2010). *The Culture of Diagram*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Bertau, M.-C. (2017). Rhetorizität und Medialität. In: A. Hetzel & Posselt (Hrsg.): *Handbuch Rhetorik und Philosophie*. (pp. 495-512). Berlin: De Gruyter
- Brosziewski, A. (2019). Belehrung. In: B. Schnettler, R. Tuma, René, D. vom Lehn, B. Traue & T. Eberle (Hrsg.): *Kleines Al(e)phabet des Kommunikativen Konstruktivismus. Fundus Omnium Communicativum – Hubert Knoblauch zum 60. Geburtstag*. (pp. 57-62). Wiesbaden: Springer VS
- D'Angelo, P. (2017). Framing: Media Frames. In: P. Rössler, C. A. Hoffner & L. van Zoonen (Hrsg.): *The International Encyclopedia of Media Effects. Volume II*. (pp. 634-644). Chichester, West Sussex, UK: Wiley Blackwell
- de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. In: *Information Design Journal + Document Design* 13, H. 1, S. 51-62.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: *Journal of Communication* 43, H. 4, S. 51-58.
- Esser, H. (1990). „Habits“, „Frames“ und „Rational Choice“. Die Reichweite von Theorien der rationalen Wahl (am Beispiel der Erklärung des Befragtenverhaltens). In: *Zeitschrift für Soziologie* 19, H. 4, S. 231-247.
- Foucault, M. (1977). *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Fuchs, P. (1997). Adressabilität als Grundbegriff der soziologischen Systemtheorie. In: *Soziale Systeme. Zeitschrift für soziologische Theorie* 3, H. 1, S. 57-79.
- Goffman, E. (1986). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience. With a Foreword by Benett M. Berger*. Boston, MA: Northeastern University Press.
- Hartung, M. (2001). Formen der Adressiertheit der Rede. In: K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann & S. F. Sager (Hrsg.): *Text- und Gesprächslinguistik: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 2. Halbband*. (pp. 1348-1355). Berlin: de Gruyter

- Henn-Schmölders, C. (1975). *Ars conversationis: Zur Geschichte des sprachlichen Umgangs*. In: *Arcadia. Zeitschrift für vergleichende Literaturwissenschaft* 10, H. 1, S. 16-53.
- Iser, W. (1972). *Der implizite Leser. Kommunikationsformen des Romans von Bunyan bis Beckett*. München: Fink.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. In: *American Psychologist* 39, H. 4, S. 341-350.
- Keppler, A. (2011). *Konversations- und Gattungsanalyse*. In: R. Ayaß & J. Bergmann (Hrsg.): *Qualitative Methoden der Medienforschung*. (pp. 293-323). Mannheim: Verlag für Gesprächsforschung
- Keppler, A. & Luckmann, T. (1992). „Teaching“: Conversational Transmission of Knowledge. In: I. Markova & K. Foppa (Hrsg.): *Asymmetries in Dialogue*. (pp. 143-165). Hempstead: Harvester Wheatsheaf
- LeFever, L. (2013). *The art of explanation. making your ideas, products, and services easier to understand*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Masson, E. (2006). Didaktik vs. Pädagogik. Ein kontextueller Ansatz für die Untersuchung von Unterrichtsfilm. In: *montage/av* 15, H. 1, S. 10-25.
- Masson, E. (2012). *Watch and Learn. Rhetorical Devices in Classroom Films after 1940*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Potthoff, M. (2012). *Medien-Frames und ihre Entstehung*. Wiesbaden: Springer.
- Reese, S. D. (2007). The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. In: *Journal of Communication* 57, H. 1, S. 148-154.
- Reese, S. D. (2001). Prologue – Framing public life: A bridging model for media research. In: S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (Hrsg.): *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*. (pp. 7-31). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum
- Richard, B. & Philippi, B. (2016). Tutorials, Let's play und Erklärfilme auf YouTube: Das Internet als neuartiger Bildungsraum. In: A. Schippling, C. Grunert & N. Pfaff (Hrsg.): *Kritische Bildungsforschung. Standortbestimmungen und Gegenstandsfelder*. (pp. 180-190). Leverkusen-Opladen: Barbara Budrich
- Scheufele, D. A. & Iyengar, S. (2014). The State of Framing Research: A Call for New Directions. In: K. Kenski & K.H. Jamieson (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford: Oxford University Press
- Schindler, D. (2011). 50 Jahre Unterricht. Lehr(er)freiheit, Technik und neue Rollen. In: N. Schwager, H.R. Stauffacher & Z. Keller (Hrsg.): *Bildung und Gesellschaft. Zur Geschichte der Kantonsschule Baden 1961 – 2011*. (pp. 87-107). Baden: hier+jetzt

- Schulz, K. (2018). *Konversation und Geselligkeit. Praxis französischer Salonkultur im Spannungsfeld von Idealität und Realität*. Bielefeld: transcript.
- Sommer, R. (2006). Initial Framings in Film. In: W. Wolf & W. Bernhart (Hrsg.): *Framing Borders in Literature and Other Media*. (pp. 383-406). Amsterdam & New York: Rudopi
- Souriau, E. (1997). Die Struktur des filmischen Universums und das Vokabular der Filmologie. In: montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation 6, H. 2, S. 140-157.
- Spence, L. & Navarro, V. (2010). *Crafting Truth. Documentary Form and Meaning*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Tewksbury, D. & Scheufele, D. A. (2009). News Framing Theory and Research. In: J. Bryant & M. B. Oliver (Hrsg.): *Media Effects: Advances in Theory and Research*. (pp. 17-33). New York: Routledge
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. In: Science 111, H. S. 453-458.
- Wolf, K. D. (2015). Bildungspotenziale von Erklärvideos und Tutorials auf YouTube: Audio-Visuelle Enzyklopädie, adressatengerechtes Bildungfernsehen, Lehr-Lern-Strategie oder partizipative Peer Education? In: merz. medien+erziehung 59, H. 1, S. 30-36.