

Framing im Schnelldurchlauf

Die Prägung des Begriffes 'Generation YouTube'

Martin Wettstein

Nicht nur ein Bild kann 1000 Worte sprechen, sondern auch ein Begriff. 'Kalter Krieg', 'Holocaust', 'Klimaerwärmung' und viele andere Begriffe stehen nicht nur für einen einfachen Sachverhalt, sie lösen in jedem Menschen unserer Kultur auch eine Vielzahl von Bildern, versteckten Bedeutungen, Zusammenhängen und Gefühlen aus.

Derartige Begriffe, die nicht nur einen Gegenstand oder Sachverhalt beschreiben, sondern eine tiefe Bedeutung in einer Kultur haben, werden vor allem in den Medien täglich benutzt und von allen verstanden. Kommunikationswissenschaftler wie Robert Entman, der an der Universität von Evanston (Illinois, USA) unterrichtet und forscht, nennen derartige Begriffe Frames.

Frames umreissen meist ein Problem oder einen komplexen Sachverhalt, den man nicht immer wieder neu darlegen will, wenn man davon spricht. Benutzt ein Journalist den Begriff 'Holocaust' in einem Artikel, erkennt jeder Leser die Opfer, die Täter, die historischen Zusammenhänge, die Auswirkungen dieses Ereignisses und vieles mehr in diesem einfachen Wort, falls er es kennt.

Durch die wiederholte Nennung des Begriffes wird laut Robert Entman nicht nur das darin beschriebene Problem definiert, es werden auch die Problemursache und bei aktuellen Problemen sogar Lösungsvorschläge gebracht. Ausserdem wird der Begriff moralisch aufgeladen. Manchmal wird gar die Verantwortung einer bestimmten Person oder Gruppierung aufgeladen, wenn es sich um ein strategisches Frame handelt. Dies passierte zum Beispiel kürzlich bei dem Begriff 'Ausländerkriminalität', welches von der SVP und mit ihr sympathisierenden Zeitungen geprägt wurde und welches als Problem die steigende Zahl krimineller Einwanderer definierte, die Verantwortung den linken Parteien zuschob und als Lösung die Wahl der

SVP und die Unterstützung Christoph Blochers vorschlug.

Doch selbst bei solchen Wahlkampf-Frames vergehen für gewöhnlich Wochen oder Monate, bis sie mit allen Aspekten eines Frames aufgeladen sind. Sie werden über eine lange Zeit in die tägliche Berichterstattung eingebaut, in Reden verwendet und auf Plakate gedruckt, bis die Leute sie endlich kennen und anwenden können. Dieser Weg, der als framing bezeichnet wird, wurde kürzlich aber durch die schweizer Pendlertzeitung 20Minuten drastisch abgekürzt. Mit einem strategischen framing gelang dieser Zeitung eine moralische, kontextuelle und analytische Aufladung des Begriffes 'Generation YouTube' in nur 4 Tagen.

Problemdefinition

Als Problem, das hinter diesem Begriff steht, wurden in vier ganzseitigen Artikeln zwischen dem 19. und 22. Juni das Verhalten von Jugendlichen definiert, sich gegenseitig Videoclips aufs Handy zu schicken, oder vom Handy ins Internet zu laden, welche gewalttätigen, abstossenden oder pornographischen Inhalt haben. Wurde dieses Problem auch schon eine Weile in der Tagespresse diskutiert, so hatte es bislang keinen Namen. Durch die ausführlichen Artikel in 20Minuten wurde es aber als ein Problem der gesamten heutigen Jugend dargestellt und als 'Generation YouTube' benannt.

Problemursachen

Da 20Minuten keine wissenschaftlichen Studien zur Verfügung hatte, oder eine Untersuchung des neuartigen Phänomens schlicht zu viel Zeit und Ressourcen erfordert hätte, wurde eine elegante Abkürzung gewählt, die Wurzel des Übels anzugeben. Es wurden wilde, laienpsychologische Gründe aus dem Ärmel geschüttelt, welche zwar komplett Stammtisch-

tauglich sind, aber den Artikel unglaubwürdig machen und das ganze framing zerstören könnten. Um jedoch diese Gründe dennoch verwenden zu können, wurde ein eleganter Trick angewandt: Sie wurden den Lesern von 20Minuten in den Mund gelegt, wodurch der Journalist jede Verantwortung für die teilweise doch sehr weit hergeholtten Gründe von sich wegweisen konnte.

Vorgebrachte Problemursachen

- Der Mensch war schon immer schaulustig, bzw. pervers.
- Der HipHop ist schuld, da dort Gewalt und pornographie vorgelebt werden.
- Die mangelnde Erziehung, bzw. Elterliche Aufsicht ist Schuld.
- Schlechte Bildung und übermässiger Alkoholkonsum der Jugendlichen macht sie gewalttätig und zu Konsumenten von Brutalo-Clips.
- Die Möglichkeiten der heutigen Handys sind Schuld an diesen Clips.
- Die Abstumpfung der Jugendlichen durch die Medien ist Schuld.
- Die Jugendlichen ahmen nur nach, was sie im Fernsehen sehen.
- Der Verlust von Mitgefühl ist ein Produkt unserer Ellenbogengesellschaft.

Für jede fadenscheinige Begründung für das Phänomen wie 'Die Eltern sind schuld, weil sie ihre Kinder nicht erziehen' oder 'Die Menschen sind nun mal voyeuristisch veranlagt', wurden entsprechende Äusserungen im TalkBack¹ auf www.20min.ch gesucht, welche sich mit Benutzernamen zitieren liessen.

¹ TalkBack: Die Talkback-Funktion ist ein Feature auf [20min.ch](http://www.20min.ch) durch welches eingeschriebene User auf einen Artikel oder auf ein Thema auf 20Minuten-Online reagieren werden.

Literatur

Entman, Robert (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: Journal of Communication, 43(4), S. 51-58.

Pendlerzeitung 20Minuten, 19.-22.Juni 2007 (#115-119)

Anstatt dass der Journalist also im Artikel schrieb: 'Die jugendlichen laden sich gewalttätige Videoclips auf ihr Handy, weil sie durch die Medien verrohen', was den Artikel auf Anhieb unglaubwürdig gemacht hätte, wurde geschrieben, dass ein User namens 'Lotta' ebendies im Talkback geschrieben habe.

Dass im Endeffekt der Journalist selber die passenden Argumente aus den hunderten von Wortmeldungen gepickt hat, versteht sich zwar von alleine, wird aber im Artikel nicht erwähnt.

Problemlösungen

Auch die Problemlösungsstrategien wurden den Usern in den Mund gelegt. Auf diese Weise kann die Zeitung nicht dafür angegriffen werden, dass die Strategien zu kurz greifen, zu hart oder unangebracht sind.

Vorgebrachte Lösungen

- Handyverbot für Jugendliche.
- Erziehungsmassnahmen durch die Eltern.
- Erziehungsmassnahmen durch den Staat.
- Erziehungsmassnahmen durch die Schule.
- Diskussion in den Schulklassen.
- Handyhersteller müssen zur Verantwortung gezogen werden.

Durch den Trick mit den ausgewählten TalkBack-Argumenten gelang der Zeitung so ein Express-Framing. Eine Vielzahl von Argumenten, Gegenargumenten, Problemlösungsstrategien und Schuldzuweisungen wurden auf den Begriff 'Generation YouTube' geladen, der damit innert vier Tagen zu einem vollfunktionsfähigen Frame wurde