

Best Masters

RESEARCH

Judith Reinbold

Persuasive Mittel in Corona- Präventionsvideos

Eine gattungsanalytische
Untersuchung globaler
Gesundheitskommunikation

MOREMEDIA 



Springer VS

BestMasters

Mit „**BestMasters**“ zeichnet Springer die besten Masterarbeiten aus, die an renommierten Hochschulen in Deutschland, Österreich und der Schweiz entstanden sind. Die mit Höchstnote ausgezeichneten Arbeiten wurden durch Gutachter zur Veröffentlichung empfohlen und behandeln aktuelle Themen aus unterschiedlichen Fachgebieten der Naturwissenschaften, Psychologie, Technik und Wirtschaftswissenschaften. Die Reihe wendet sich an Praktiker und Wissenschaftler gleichermaßen und soll insbesondere auch Nachwuchswissenschaftlern Orientierung geben.

Springer awards “**BestMasters**” to the best master’s theses which have been completed at renowned Universities in Germany, Austria, and Switzerland. The studies received highest marks and were recommended for publication by supervisors. They address current issues from various fields of research in natural sciences, psychology, technology, and economics. The series addresses practitioners as well as scientists and, in particular, offers guidance for early stage researchers.

Judith Reinbold

Persuasive Mittel in Corona- Präventionsvideos

Eine gattungsanalytische
Untersuchung globaler
Gesundheitskommunikation

 Springer VS

Judith Reinbold
Friedrichshafen, Deutschland

ISSN 2625-3577

ISSN 2625-3615 (electronic)

BestMasters

ISBN 978-3-658-42630-9

ISBN 978-3-658-42631-6 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-42631-6>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2023

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Marija Kojic

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Das Papier dieses Produkts ist recyclebar.

Geleitwort

Audiovisuelle Wissensvermittlung als »Lebensretter«?

Die Coronapandemie ist – glücklicherweise – fast schon Geschichte, während dieses Buch gedruckt wird. Die zugrundeliegende Forschung von Judith Reinbold stammt aus der Zeit, als Covid-19 die Alltagswirklichkeiten rund um den Globus bestimmte und unsere Lebenswelten tiefgreifend veränderte. Wissenschaftliches Wissen, allen voran aus der Medizin, der Virologie, Infektiologie und Epidemiologie, erfuhr eine enorm starke Aufmerksamkeit. Aber auch Soziologinnen und Soziologen gerieten in den Fokus öffentlich-medialer Wissbegierde, wenn danach gefragt wurde, wie die Pandemie unsere Interaktionsordnungen veränderte, jahrzehntelange institutionelle Arrangements pulverisierte und ganze Gesellschaften in einen neuen Existenzmodus zwang. Geschwind wurden Bücher verlegt, welche die Gunst der Stunde nutzend vollmundige Analysen zur »Corona-Gesellschaft« versprachen und Fachgesellschaften erlagen sogar der Versuchung, einen Kongress mit dem Begriff »Post-Corona-Gesellschaft« im Titel abzuhalten, bevor überhaupt die dritte große Welle angehoben hatte. Pandemiebezogene Forschung reüssierte in vielen Teilen der Soziologie und erst mit der Zeit wird sich zeigen, was davon in einigen Jahren rezipierungswürdig bleibt.

Die Studie von Reinbold hingegen weist über den scheinbar prekären »Aktualitätswert« weit hinaus. Zweifellos ist sie von fortdauernder Relevanz für die wissens-, medien- und kommunikationssoziologische Forschung. Die Autorin leistet nämlich nicht nur einen ebenso originellen wie bedeutsamen Beitrag zur soziologischen Aufklärung eines zugegebenermaßen gewaltigen Gegenwartsproblems. Im Zentrum ihrer empirischen Studie steht ein Gegenstand, der in der Pandemie als »Informationsträger« oft lebensrettende Bedeutung erlangte: Banale Gewohnheiten wie Händeschütteln, Nießen oder gefahrlose Körperabstände wurden mindestens ebenso überlebenskritisch wie komplexere Spezialkenntnisse,

etwa über Aerosolenverteilungen, Inkubationszeiten, typische Infektionsverläufe oder Mortalitätswahrscheinlichkeiten, überlebensnotwendig schienen.

Vieles davon kam per Clip. Deshalb analysiert die Studie von Reinbold einen Problemzusammenhang sehr viel grundlegender Art, nämlich die Verbreitung von »Wissen« mit audiovisuellen Mitteln. Exakter geht es um eine Untersuchung zur – intendierten – Verhaltensbeeinflussung durch öffentliche Institutionen, die sich mit kurzen Videoclips an die Allgemeinbevölkerung richten, um deren Mitglieder in einer globalen Pandemie aufzuklären, zu belehren und zu »risikovermeidendem« Verhalten anzuleiten. Die Verfasserin greift auf bewährte Instrumente der visuellen Soziologie zurück, legt aber keine simple Medieninhaltsanalyse vor. Auf Grundlage eines knapp 200 Videos verschiedener Gesundheitsbehörden weltweit umfassenden Datenkorpus leistet sie eine wissenssoziologisch orientierte Gattungsanalyse, bei der die charakteristischen Merkmale dieses Untertypus von Beeinflussungsvideos rekonstruiert werden. Methodisch beruhen die Analysen genauer auf einer Verknüpfung gattungsanalytischer und visuell-hermeneutischer Verfahren mit Ansätzen einer visuellen Rhetorik neuer digitaler Kommunikationsmedien. Der gattungsanalytische Zugriff ermöglicht es ihr, die gesellschaftstheoretische Bedeutung und Wirkung dieser Kommunikate mit in den soziologischen Blick zu nehmen, was der Verfasserin in ganz ausgezeichneter Weise gelingt.

Die untersuchten Videodaten stammen aus dem Unterbereich der gesellschaftsweit adressierten massenmedialen Gesundheitskommunikation, mit der eine zahlenmäßig große Bevölkerung erreicht werden und zu geeignetem Verhalten veranlasst werden soll. Nicht erst seit der Pandemie ist bekannt, dass über wirksame medizinische Maßnahmen hinaus der Kommunikationsweise eine entscheidende Bedeutung zur Bewältigung derartiger – und anderer bedrohlicher – Gesundheitskrisen zukommt. Das unterstreicht die über den akademischen Rahmen hinausweisende praktische Relevanz der Untersuchung von Reinbold. Forschungen zeigen, dass die gesundheitsbezogene Präventions- und Risikokommunikation eine deutliche interkulturelle Variation aufweist und rezipientenspezifische Zuschnitte eine tragende Rolle für deren Erfolg spielen. Daraus leitet sich die Notwendigkeit ab, auch Material außerhalb des eigenen Sprachraums in einen systematischen Vergleich mit einzubeziehen, was bei dem Forschungsdesign der Studie von Reinbold berücksichtigt wurde.

Im Zentrum der Studie entfaltet Reinbold ihre gattungsanalytische Untersuchung und arbeitet rekursive Merkmale des von ihr untersuchten Datenbestands heraus. Versiert identifiziert sie die persuasiven Mittel in diesen coronabezogenen Videoclips und erkennt dabei eine Reihe sehr gezielt verwendeter Motive und

Topoi, die als Anregung zur gewünschten Verhaltensanregung eingesetzt werden. Dabei fällt die starke internationale Dissemination dieser Symboliken ins Auge, wie sich etwa an der markanten Präsenz des Fürsorgemotivs oder den Appellen zur Solidarität und Zusammenhalt zeigen lässt, die über die ganze Welt verbreitet sind. Das gilt auch für die stark auf die Wiederherstellung einer verlorenen vorpandemischen »Normalität« gerichteten Zukunftsversprechen, die zu den vielfach wiederkehrenden Motiven in derartigen Videos zählen. Demgegenüber sind Furchtappelle, analog etwa zu den bei Antiraucher- oder Autobahnraserpräventionskampagnen eingesetzten visuellen Schockbildern, anfangs weniger häufig. Anstelle starker negativer Moralisierungen, wie sie in Teilen politischer und religiöser Rhetorik praktiziert wird, findet sich eine in sehr viel milderem und freundlicheren Gewand auftretende Propaganda, die Wissensvermittlung und Handlungsbeeinflussung in ähnlicher Weise und mit durchaus bekannten Ästhetiken verbindet, wie sie aus der Werbe- und Unternehmenskommunikation bekannt sind. Reinbolds Forschung deckt die globale Verwendung spezifischer audiovisueller Topoi auf und leistet damit einen Beitrag zur visuellen Wissenssoziologie sowie zur Analyse von Gesundheitskommunikation. Typischerweise verbinden Corona-Präventionsvideos informative mit präskriptiven Elementen, die beide der gesundheitlichen Aufklärung und Verhaltensanleitung zugleich dienen.

Neben attraktiven und neutralen kommen vermehrt polarisierende audiovisuelle Mittel zum Einsatz, was die Autorin sehr eindrücklich an den sogenannten »Furchtappellen« zeigt: Sie werden in diesen Clips als Persuasionsmittel eingesetzt, mit denen sowohl die generelle Infektionsgefahr im sozialen Miteinander dargestellt werden als auch die dramatischen Folgen, die eine COVID-Erkrankung für die Einzelnen haben kann. Dabei lassen sich auch markante Veränderungen im zeitlichen Verlauf beobachten, die zeigen, dass Furchtappelle verstärkt eingesetzt und in ihrer Intensität gesteigert wurden, je länger die Pandemie andauerte.

Reinbolds Forschung füllt eine wichtige Lücke: Zum einen liefert sie die minutiöse Analyse eines markanten filmischen Kleinstgenres aus dem Feld der Gesundheitskommunikation, das als prototypisch für eine Reihe weiterer filmischer Minigattungen persuasiver Wissensvermittlung gelten darf. Damit trägt sie in entscheidender Weise zur Fortentwicklung einer Soziologie visuellen Wissens bei. Zum anderen bergen ihre Resultate Erkenntnisse, die sich für eine angewandte Forschung zur Optimierung von Kommunikation im Zuge von Kampagnen zu Public Health nutzen lassen, indem sie Auskunft über wirkungsvolle Persuasionsmittel bereitstellen.

Im Schnittfeld von Wissenssoziologie, Gesundheitskommunikation und Medienanalyse angesiedelt fördert die Untersuchung für alle diese Forschungsbereiche wichtige Erkenntnisse zu Tage. Reinbolds Studie über Corona-Präventionsvideo

ist eine innovative gattungsanalytische Untersuchung, die über ihren Gegenstand hinaus von wegweisender Relevanz für die wissenssoziologische Erforschung anderer filmischer Kleinstgattungen wie Werbespots oder Imagefilmen – oder allgemein ausgedrückt – audiovisueller Propaganda mit Videoclips ist.

Prof. Dr. Bernt Schnettler

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei all denjenigen bedanken, die mich beim Schreiben meiner Abschlussarbeit unterstützt haben. Zuallererst bei meinem Betreuer und Mentor, Prof. Bernt Schnettler, der mir stets mit Rat zur Seite stand und ohne den diese Publikation nicht möglich gewesen wäre: Die intensive fachliche Betreuung, seine Expertise, die motivierenden Worte und seine immerwährende Begeisterung für mein Forschungsprojekt trugen maßgeblich zum Gelingen dieser Arbeit bei.

Dank gilt auch meinem Kommilitonen Elias Helget, der gemeinsam mit mir vor der Herausforderung stand, ein soziologisches (Lehr-)Forschungsprojekt just in dem Moment zu beginnen, als völlig unerwartet im April 2020 das soziale Leben in bislang unbekanntem Maße heruntergefahren wurde. In zahlreichen Zoom-Sitzungen trotzten wir den eingeschränkten Möglichkeiten und ich möchte mich ganz herzlich für Elias' aufmerksame Anmerkungen, seine hilfreichen Kommentare und die Korrekturen bedanken. Danken möchte ich auch den Mitstreiter:innen der Bayreuther Data-Sessions für die Denkanstöße und erweiternden Perspektiven, sowie meinem Doktorvater, Prof. Dr. Florian Muhle, der mich zu dieser Publikation ermutigt und den nötigen zeitlichen Freiraum dafür geschaffen hat.

Nicht zuletzt möchte ich mich bei meinen Eltern für ihr Vertrauen, das aufrichtige Interesse an meinem Studienfach und die (mentale wie materielle) Unterstützung bedanken. Danke auch an all die anderen Menschen aus meinem persönlichen Umfeld, die mich stets motiviert und unterstützt haben.

Judith Reinbold