

# Mediale Wertungssysteme: Fernsehen und Sinnproduktion

Gerd Hallenberger



**Wer versucht, unter Nutzung eines Fernsehangebots ein einigermaßen zufriedenstellendes Unterhaltungserlebnis herzustellen, muss ständig eigene Wertungen vornehmen und dabei auch auf Wertungsvorgaben reagieren. Im Mittelpunkt steht dabei natürlich die Kernfrage: Gefällt mir das? Diese Frage differenziert sich bei näherem Hinsehen in eine Vielzahl von Einzelfragen aus, die sich etwa auf Programmformen, Themen, Akteure, Szenarien und Dramaturgien beziehen. Solche**

**wertungsrelevanten Fragen können beispielsweise sein: Interessiert mich das Thema? Wie finde ich die Hauptperson? Bin ich gespannt, was als Nächstes passieren wird? Die Antworten erfolgen spontan situativ und haben in jedem Fall Konsequenzen. Und sie sind nicht zufällig: Sie verweisen sowohl auf eigene Wertvorstellungen und Wertungskonzepte der Zuschauer als auch auf Wertungssysteme, die in der genutzten Sendung vorgefunden werden können.**

#### Anmerkungen:

- 1 Vgl. in diesem Zusammenhang exemplarisch Dehm (1984), Mikos (1994) und Früh (2003)
- 2 Vgl. Früh (2003, S. 39f.)
- 3 Vgl. Hall (1980)

Lange Zeit war es üblich, den Fernsehzuschauern eine primär passive Rolle zuzuweisen. Was sie taten, wurde in der Kommunikationswissenschaft als „Rezeption“ konzeptualisiert, also als reines „Empfangen“; sollte es sich bei dem Empfangenen um Unterhaltung handeln, wurde gerne die Metapher der „Berieselung“ verwendet. Die wissenschaftliche Untersuchung der Mediennutzung hat zwar in den letzten Jahrzehnten wesentliche Erkenntnisfortschritte erbracht<sup>1</sup>, viele Fragen sind jedoch weiterhin ungelöst.

Weitgehend unstrittig ist heute vor allem, dass es sich bei der Nutzung des Fernsehens um eine *Aktivität* handelt: Die optischen und akustischen Signale, die den Nutzer erreichen, sind nicht aus sich heraus sinnvoll, sie müssen zunächst entschlüsselt und eingeordnet werden, ehe sie als Ergebnis dieses Prozesses als informativ und/oder unterhaltsam bewertet werden können. Zentrale Voraussetzung für das Gelingen dieses Unternehmens ist, dass die Bedürfnisse des Nutzers (sowie seine Medienkompetenz), das Medienangebot sowie die Nutzungssituation miteinander kompatibel sind, was Werner Früh (mit Blick speziell auf Unterhaltungserlebnisse) als „triadisches Fitting“ bezeichnet<sup>2</sup>.

Da die Überprüfung dieser Kompatibilität nicht nur einmalig zu Beginn der Fernsehnutzung geschieht, sondern sie als kontinuierlicher Kontrollprozess begleitet (die Zuschauerin bzw. der Zuschauer kann ja auch jederzeit das Programm wechseln oder den Fernsehapparat ausschalten, um etwas anderes zu tun), impliziert die Tätigkeit „fernsehen“ den ständigen Umgang mit Wertungssystemen. Hier soll versucht werden, einigen grundlegenden Aspekten dieser systemischen Zusammenhänge in Form einer explorativen Skizze nachzugehen.

### Wertungssysteme

Ist das Ergebnis der eigenen Wertung eines Fernsehangebots in der Summe eindeutig positiv, wird der Nutzungsvorgang bestimmt fortgesetzt, falls nicht ein äußeres Ereignis (z. B. das Klingeln an der Wohnungstür) dazwischenkommt. Falls die Bilanz gemischt ausfällt, gibt es mehrere Möglichkeiten. Wenn mäßiges Gefallen mit

geringem Nutzungsaufwand verbunden ist, kann das reichen, um den Nutzungsvorgang fortzusetzen, vorausgesetzt, die Zuschauerin bzw. der Zuschauer sucht nicht gerade ein ihn besonders stark involvierendes Nutzungserlebnis. Mäßiges Gefallen bei hohem Nutzungsaufwand, etwa als Folge einer komplizierten Dramaturgie oder des Auftretens als ambivalent bewerteter Akteure, kann, aber muss nicht unbedingt zum Abbruch führen, was in einigen Fällen selbst für überwiegendes Missfallen gilt. Auch Sendungen, Handlungsverläufe oder Personen, die man nicht mag, sind nicht zwingend ein Grund, um den Sender zu wechseln oder den Fernsehapparat ganz auszustellen. Bisweilen genügt eine einzige positive Bewertung, um trotz vieler negativer bei der Sendung zu bleiben – etwa die Hoffnung, dass doch noch etwas Gutes passieren kann, oder die Schadenfreude über das Scheitern unsympathischer Akteure, also das Zusammentreffen zweier negativer Bewertungen, aus denen sich eine letztlich positive ergibt.

Bei all diesen Wertungsvorgängen treffen zwei Wertungssysteme aufeinander. Geht man dabei von der Fernsehsendung aus, die Anlass des Nutzungsvorgangs ist, lassen sich dabei „externe“ und „interne“ Wertungen unterscheiden.

### Externe Wertung

Der Begriff der „externen Wertung“ meint natürlich den Fernsehzuschauer, der die Antwort auf die scheinbar simple Frage: Gefällt mir das? dadurch findet, dass er das aktuelle Fernseherlebnis mit seinen persönlichen Wertungsrastern abgleicht<sup>3</sup>, dieses Zwischenergebnis gewichtet und an seinen Nutzungserwartungen misst. Was den ersten Schritt betrifft, können außer den bereits genannten Faktoren allgemeines Interesse am Thema/Genre, Sympathie für Akteure und Spannung u. a. auch Kompetenzzuschreibungen, Glaubwürdigkeit, die Bestätigung eigener Auffassungen oder die Wiederbegegnung mit schon selbst erlebten Orten oder Situationen eine wichtige Rolle spielen.

In einem zweiten Schritt müssen die Einzelbefunde zu einem Gesamtbild zusammengetragen, also in aller

4

Als besonderes Stilmittel ist zwar auch diese Variante denkbar (ein im Bild sichtbarer Akteur beginnt einen Dialog mit der Off-Stimme), in der Fernsehpraxis spielt sie jedoch keine Rolle.

Regel Ambivalenzen gewichtet werden: Der Zuschauer mag etwa prinzipiell Sendungen eines bestimmten Genres, findet aber in diesem Fall die Akteure nicht gut; er interessiert sich zwar für Reportagen aus Urlaubsregionen, in denen er selbst schon einmal war, aber gerade dieses Thema ist für ihn weniger interessant; er schätzt zwar einen bestimmten Schauspieler, findet den Plot des Films aber langweilig; er hält ein politisches Magazin zwar für generell äußerst kompetent, aber die in dieser Folge geäußerten Auffassungen widersprechen seiner politischen Meinung.

Ein in analytischer Hinsicht – tatsächlich verlaufen derartige Prozesse parallel – dritter Schritt ist die abschließende Beurteilung nach Erwartung und Einsatzbereitschaft: Wie viel bringt mir das aktuelle Angebot bei meinem aktuellen Einsatz an Involviertheit? Würde es mir mehr bringen, wenn ich mich stärker darauf einließe? Wäre ich zufriedener, wenn ich zu einem anderen Angebot wechseln würde, auch wenn ich mich dafür neu „einarbeiten“ müsste?

### Interne Wertung

Das sendungsexterne Wertungssystem des Zuschauers erhält zusätzlichen Input aus einem zweiten, nämlich einem System interner Wertung. Sendungen jedes Genres weisen auch eigene Wertungen auf, die der Zuschauer zwar nicht nachvollziehen muss, also weder überhaupt zur Kenntnis nehmen oder gar inhaltlich übernehmen muss, die ihm aber als Hilfsmittel zur Orientierung zur Verfügung stehen. Inwieweit welche Zuschauer welche Wertungen in welchen Nutzungskontexten übernehmen, ist eine interessante Frage für zukünftige medienwissenschaftliche Forschung, derzeit kann darüber allenfalls spekuliert werden. Möglich ist es jedoch immerhin, eine vorläufige Systematik zu entwickeln, was im Folgenden versucht werden soll.

### Direkte interne Bewertungen

Direkte Bewertungen werden sprachlich vermittelt, wobei sich diegetische und nicht diegetische Formen unterscheiden lassen.

Mit dem Gegensatz diegetisch – nicht diegetisch wird in der Medienwissenschaft vor allem bei der Analyse von Filmmusik gearbeitet: als „diegetisch“ gilt erklingende Musik, wenn die Quelle der Musik im Bild zu sehen ist – etwa eine Band oder auch nur ein Radio. „Nicht diegetisch“ ist den Bildern lediglich unterlegte Musik. Diese Unterscheidung lässt sich auch bei direkter Bewertung treffen: Im Falle diegetischer Bewertung ist der Urheber im Bild zu sehen, bei nicht diegetischer Bewertung wird diese von einer Stimme aus dem Off vorgenommen.

Diegetische Bewertungen gibt es gleichermaßen bei fiktionalen wie bei nonfiktionalen Produktionen und in ho-

izontaler sowie in vertikaler Form. Als „horizontale“ Bewertung lassen sich wertende Äußerungen ungefähr gleichrangiger Sendungsakteure beschreiben – etwa Äußerungen unter zwei Hauptpersonen einer fiktionalen Produktion, unter zwei Talkshow-Gästen, unter zwei Augenzeugen eines Ereignisses in einem dokumentarischen Beitrag. Eine schwache Form horizontaler Bewertung ist sogar in komodierten Nachrichtensendungen zu beobachten, wenn ein Anchor dem zweiten für einen Beitrag dankt, da dieser Dank sowohl eine Wertschätzung des Beitrags wie der ihn vorstellenden Person enthält.

„Vertikal“ werden Bewertungen dann, wenn die Akteure in der betreffenden Sendung qualitativ unterschiedliche Rollen einnehmen. Solche Wertungssituationen liegen etwa vor, falls sich in einer fiktionalen Produktion eine Hauptperson über eine Nebenperson äußert, ein Talkshow-Moderator über einen Gast (oder ein als solcher eingeführter „Experte“ über einen Talkshow-Moderator), der im Bild sichtbare Autor eines Dokumentarfilms über einen Gesprächspartner. Natürlich muss ein Zuschauer die damit implizierte Wertungsvorgabe nicht nachvollziehen, eine klare Vorgabe bleibt es trotzdem: Wertende Aussagen einer (positiven) Hauptfigur in fiktionalen Produktionen haben (in der Regel) zunächst höheres Gewicht als die einer Nebenfigur; was ein Talkshow-Moderator sagt, hat mehr Autorität als Beiträge eines Gastes (aber weniger Autorität als die Meinung eines „Experten“); dem Dokumentarfilmautor wird eher geglaubt als seinem Gesprächspartner.

Nicht diegetische Bewertungen sind immer „vertikal“: Wer aus dem Off spricht, steht nicht nur außerhalb der Bilder, sondern über ihnen. Die Rede aus dem Off besitzt sendungsintern besonders hohe Autorität, da sie eine Rede ohne die Möglichkeit der Gegenrede darstellt.<sup>4</sup>

### Indirekte interne Bewertungen

Neben sprachlich artikulierten direkten Bewertungen gibt es zusätzlich zahlreiche Möglichkeiten, Bewertungen indirekt zu formulieren, z. B. durch Bildelemente, Bildgestaltung, Klangeffekte. Sie basieren z. T. auf menschlichen Wahrnehmungsmustern, z. T. auf medienhistorisch etablierten Konventionen. Im Unterschied zu sprachlichen Bewertungen setzen die meisten ein hohes Maß an Medienkompetenz voraus: Wer mit den entsprechenden Codes nicht vertraut ist, wird sie nicht als indirekte Bewertungen erkennen. Wo es sich um mediale Konventionen handelt, gehen die meisten auf die Filmgeschichte zurück – ein kleiner Teil auch auf die Geschichte des Radios.

Einige wenige Beispiele sollen hier nur die Vielfalt möglicher indirekter Bewertung veranschaulichen: Wird ein Akteur in extremer Untersicht gezeigt, wirkt er nicht nur größer, sondern auch wichtiger – es ist die Blickpo-

sition eines Kindes gegenüber einem Erwachsenen. Vor allem der amerikanische Genrefilm (und das amerikanische Genrefernsehen) hat zahlreiche, über Requisiten artikulierte Codes entwickelt: Wenn in einem klassischen Western ein Akteur komplett schwarze Kleidung trägt, handelt es sich in aller Regel um einen Bösewicht. Wenn in einem älteren amerikanischen Fernsehkrimi ein Akteur ein europäisches Auto fährt, ist es höchstwahrscheinlich ein Krimineller – bis zur Krimireihe *Columbo* war es eine Selbstverständlichkeit, dass amerikanische Polizisten amerikanische Wagen fahren.

Ebenso wie Bilder können auch akustische Eindrücke zur indirekten Bewertung von Personen oder Situationen beitragen. So können vor allem in fiktionalen Produktionen (aber auch z. B. in Talkshows) Akteuren leitmotivische Musiken zugeordnet werden, die je nach den vermutbaren musikalischen Präferenzen der anvisierten Zielgruppe möglicherweise Sympathie oder Antipathie signalisieren. Durch Soundeffekte, die dem erwartbaren akustischen Eindruck einer Situation widersprechen, indem sie entweder lauter oder leiser sind oder überraschendes Klangmaterial präsentieren, lassen sich etwa Akteure lächerlich machen – z. B. wenn ihre Schritte mit einem lauten Quietschgeräusch unterlegt werden (billigste Schuhe oder Schweißfüße?).

### Wertung und Sinn: Externe Bewertung trifft auf interne Bewertung

Bei dem Versuch des Fernsehzuschauers, aus den von ihm wahrgenommenen Bildern und Tönen etwas Sinnvolles herzustellen, werden externe und interne Bewertungen verknüpft. Jede Fernsehsendung hat dabei nur den Status eines Angebots, insgesamt wie im Detail. Ob der Zuschauer dieses Angebot – und damit die darin enthaltenen Bewertungen – annimmt, bleibt ihm überlassen. Darüber entscheiden die externen Bewertungsmaßstäbe, die er in der Fernsichtungsituation an das Fernsehangebot heranträgt.

Welchen Sinn eine Fernsehsendung „macht“, entscheidet sich also im Einzelfall. Das bedeutet jedoch nicht, dass das Ergebnis völlig beliebig ist. Theoretisch kann zwar jeder Zuschauer mit jeder Fernsehsendung anfangen, was er will, für die Praxis ist jedoch die Annahme plausibel, dass es sich hier um einen Fall eingeschränkter Kontingenz handelt. Situative Erwartungen und allgemeine sowie sendungsspezifische Medienkompetenz lassen sich zumindest als wesentliche steuernde Faktoren identifizieren, die den Umgang mit Medienangeboten strukturieren: Wer ein klassisches Unterhaltungserlebnis sucht, also etwa Leichtigkeit, Abwechslung und Spaß, wird dafür nicht gerade die *Tagesschau* wählen.

Geht man davon aus, dass das Fernsehen in hohem Maße zu einem „Nebenbei-Medium“ geworden ist, das

man häufig mit begrenztem Aufwand und begrenzter Aufmerksamkeit verfolgt und von dem man als Konsequenz auch nur die begrenzte Befriedigung von Erlebniswünschen erwartet, gewinnen sendungsinterne Bewertungen besondere Bedeutung. Der Nachvollzug interner Bewertungen ist dann besonders wahrscheinlich, wenn diese Bewertungen klar formuliert sind und auf Seiten des Zuschauers auf unklare Erwartungen, verminderte Aufmerksamkeit und/oder auf geringe Medienkompetenz treffen.

Unter dem Gesichtspunkt des Jugendschutzes ist diese Vermutung nicht nur dadurch relevant, dass Kinder und Jugendliche erst dabei sind, sich ihre Mediennutzungskompetenz zu erarbeiten (vor allem durch eigene Praxis), sondern wegen der Komplexität der internen Wertungssysteme einzelner, von Kindern und Jugendlichen besonders häufig genutzter Sendungen. Ein Paradebeispiel ist in dieser Hinsicht die RTL-Castingshow *Deutschland sucht den Superstar*. Vordergründig, wenn man *DSDS* in die Tradition der im Fernsehen seit seinen Anfängen üblichen Talentwettbewerbe stellt, liegt der Hauptreiz für die Zuschauerinnen und Zuschauer hier in der eigenen Bewertung der dargebotenen Leistungen (bzw. der Akteure). Tatsächlich repräsentieren heutige Castingshows – so auch *DSDS* – jedoch eine Genremischung aus Talentwettbewerb plus Doku-Soap plus Spiel (durch die Ergebnisermittlung qua Zuschauerabstimmung). Es handelt sich um ein integriertes Unterhaltungsangebot, das den Zuschauern viele Attraktoren bietet – die künstlerischen Darbietungen, Hintergrundberichte über die Akteure und nicht zuletzt die Macht der Entscheidung. *DSDS* fordert zu einer eigenen Stellungnahme heraus und bietet selbst dabei eine Fülle von Bewertungen. Anders als bei traditionellen Talentwettbewerben arbeitet die Jury nicht hinter den Kulissen, sondern ist wesentlicher Sendungsbestandteil. Vor allem in den Sendungen über die ersten Castingrunden steht die Jury im Mittelpunkt, hauptsächlich Dieter Bohlen, dessen Rolle die Abgabe besonders drastischer Werturteile ist. Das heißt, die Urteilsbildung des Zuschauers geschieht hier (zweite Wertungsebene) in Auseinandersetzung mit expliziten Juryurteilen (die konsensuell sein können oder kontrovers, je nach Juror nachvollzogen werden können oder nicht). Hinzu kommt eine dritte Wertungsebene durch redaktionelle Bearbeitung, durch optische und akustische Effekte, die den ersten Auftritten der Kandidaten unterlegt werden, um komische Effekte – oft auf Kosten der Kandidaten – zu erzielen. Problematisch können diese Bearbeitungen dadurch werden, dass sie gemäß der Logik sendungsinterner Bewertung eine außerhalb des Geschehens stehende, quasi „objektive“ Stellungnahme darstellen, gegen die sich die betroffenen Kandidaten in der Auftrittssituation nicht wehren können.

### Literatur:

#### Dehm, U.:

*Fernsehunterhaltung. Zeitvertreib, Flucht oder Zwang? Eine sozialpsychologische Studie zum Fernseh-Erleben.* Mainz 1984

#### Früh, W.:

*Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie (TDU).* In: W. Früh/H.-J. Stiehler (Hrsg.): *Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs.* Köln 2003, S. 27–56

#### Hall, S.:

*Encoding/Decoding.* In: S. Hall/D. Hobson/A. Lowe/P. Willis (Hrsg.): *Culture, Media, Language.* London 1980, S. 128–138

#### Mikos, L.:

*Fernsehen im Erleben der Zuschauer. Vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium.* Berlin/München 1994

PD Dr. Gerd Hallenberger hat Europäische Ethnologie, Soziologie, Anglistik sowie Politikwissenschaft studiert und im Fach Medienwissenschaften habilitiert. Er arbeitet als freiberuflicher Medienwissenschaftler in Marburg.

