

Hinweise zur soziologischen Interpretation von audiovisuellen Medientexten

Prof. Dr. Ludgera Vogt

I. Realitätsbezug

Medientexte sind keine Abbildungen oder ‚Spiegel‘ der gesellschaftlichen Realität. Sie sind eigenständige Konstruktionen gesellschaftlicher Realität, die produziert sind im Kontext von Funktionslogiken des Mediensystems. Sie beziehen sich auf außermediale Realität, aber sie tun dies zu jeweils eigenen Bedingungen.

Der Realitätsbezug der Medientexte lässt sich in der Regel einer von vier Formen zuordnen:

- 1) **Fiktionale Texte:** sie ‚erfinden‘ die Realität, auf die sie sich beziehen, behalten dabei aber viele Bezüge zur tatsächlichen außermedialen Realität bei. Dazu zählen vor allem Spielfilme und Spielserien. Serien wie „House of Cards“ oder Soaps wie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ erfinden Figuren und Geschichten, die sie erzählen. Die fiktionalen Welten, die dabei konstruiert werden, beziehen sich aber intensiv auf die außermediale Realität: Frank Underwood ist kein realer Politiker, sondern eine erfundene, gestaltete Figur, die dennoch Ähnlichkeiten zu / typische Züge von real existierenden Politikern aufweist.
- 2) **Nichtfiktionale Texte:** das sind Konstruktionen, die sich auf nicht erfundene Realitäten beziehen. Dazu zählen beispielsweise Nachrichten und Berichte, Reportagen, Dokumentarfilme, Talkshows usw.. Auch hierbei ist jedoch zu beachten, dass diese audiovisuellen Texte konstruieren und nicht einfach realitätsgetreu ‚abbilden‘. Sie wählen aus, sie bedienen sich bestimmter Kameratechniken, sie haben ‚Drehbücher‘ und bereiten die Realität mit dramaturgischen Mitteln auf, sie erzählen oft auch Geschichten.
- 3) **Hybride Texte:** sie bewegen sich mit ihrem Realitätsbezug in einem Bereich zwischen fiktional und nicht fiktional. Dazu zählen vor allem die Texte des sogenannten Reality TV (Dokusoaps, Casting Shows, Gerichts-Shows usw.), aber auch Dokudramen, die eine Mischung aus dokumentarischem Material und Spielszenen bieten. Der Grad der Fiktionalität variiert dabei. Casting Shows haben einen geringen Grad, sie sind nah dran am Dokumentarischen, aber erzählen dabei auch viele Geschichten, ‚stellen‘ Situationen, die so in der außermedialen Realität nie vorkämen. Andere Formate lassen Schauspieler in „gescripteten“, d.h. durch ein Drehbuch gestalteten Situationen agieren und geben ihnen dabei lediglich gewisse Gestaltungs- und Improvisationsräume. Hier muss von Format zu Format jeweils genau geschaut werden, wie der Realitätsbezug gestaltet ist. Eine Sonderform hybrider Texte sind sogenannte „Biopics“, also Filme, die das Leben großer Persönlichkeiten (nach-)erzählen. Sie nehmen eine Mittelstellung ein, da sie einerseits auf reale Begebenheiten verweisen und eine Biographie filmisch rekonstruieren, andererseits auch fiktionale Elemente berücksichtigen, um die Dramaturgie bzw. den Spannungsbogen des Filmes sicherzustellen.
- 4) **Videospiele (Games)/interaktive audiovisuelle Spiele:** Videospiele sind zumeist fiktive Texte, die jedoch den Spieler in ihre Gestaltung einbinden und so ein interaktives Verhältnis von Spiel und Spieler herstellen. Im Gegensatz zu Filmen oder Serien besitzt

der Spieler einen direkten Einfluss auf den Text und kann diesen je nach Handlungsfreiheit des Spiels vollkommen selbst gestalten (siehe z. B. Open-World Spiele wie die GTA-Reihe). Darüber hinaus ist es dem Spieler möglich, in sogenannten Rollenspielen seinen eigenen Avatar (die gewählte oder zugeordnete Spielfigur, mit der man agiert) in die fiktionale Welt einzubinden und so über sein Alter Ego selbst Teil dieser Welt zu sein. Videospiele besitzen infolgedessen einen sehr hohen Immersionsgrad, indem der Spieler zuweilen selbst zum Erzähler, Gestalter und Entscheider wird.

II. Gestaltungsmittel

Unabhängig vom Realitätsbezug weisen audiovisuelle Medientexte eine große Bandbreite an Gestaltungsmöglichkeiten auf, die jeweils dazu beitragen, was uns hier als Realität konstruiert und angeboten wird und welchen Eindruck (auch emotional) wir von den konstruierten Realitäten bekommen. Einige wichtige Gestaltungsdimensionen sind hier genannt:

1. Auswahl von Themen: welche gesellschaftlich relevanten Themen werden behandelt? Audiovisuelle Texte entscheiden sich bewusst für gesellschaftliche Diskurse, die in ihnen verhandelt und besprochen werden (soziale Ungleichheit, Sterbehilfe, Integration von Flüchtlingen, Rückkehr von traumatisierten Soldaten, Verhandlung von *class*, *race* und *gender*).
2. Drehbücher und Scripte: sie konstruieren Figuren und Geschichten und bieten sie in einer bestimmten Weise dramaturgisch dar (Abfolge von Szenen, Zeitebenen mit Rückblenden und Vorschauen, Konstruktion von Spannungsbögen etc.).
3. Kameraarbeit: bei der Konstruktion der Realität spielt die Kameraarbeit eine ganz wichtige Rolle, auch in nichtfiktionalen Formaten wie Reportagen und Talkshows. Z.B. die Wahl der Einstellungsgröße: man kann über eine Totale den Überblick über eine ganze Situation erhalten oder über eine Nahaufnahme einer Figur, z.B. den Regungen in ihrem Gesicht, ganz nahe kommen. Die Kamera kann statisch sein oder sich durch den Raum bewegen und damit einen dynamischen Eindruck schaffen. Sie kann uns als „subjektive Kamera“ auch die Perspektive einer einzelnen Figur vermitteln.
4. Schnitt und Montage: das gefilmte Material wird in der Regel geschnitten und neu montiert. So kann bei einer Talkshow beispielsweise zwischen zwei Kameras hin und her geschnitten werden, die unterschiedliche Gesprächspartner filmen, oder es kann zwischendurch auf das Saalpublikum geschnitten werden. Im Spielfilm oder in Serien können unterschiedliche Handlungsstränge, die z.B. gleichzeitig an verschiedenen Schauplätzen ablaufen, durch Parallelmontage verbunden und in einen engen Zusammenhang gesetzt werden (siehe z. B. die US-amerikanische Serie „24“).
5. Schauplätze, Setting, Szenenbild, Requisiten: an welchen Orten, in welchen (wie gestalteten) Räumen spielt sich die Handlung oder spielen sich nichtfiktionale Interaktionen ab? (z.B. Büroräume in einer Reportage, Studio einer Talkshow). Durch sogenannte Green-Screens und die CGI-Technik können mittlerweile alle möglichen Settings und Schauplätze auch artifiziell hergestellt werden.

6. Farb- und Lichtgestaltung ist oft entscheidend für den Eindruck, den eine bestimmte Szene auf den Zuschauer haben kann. Techniken wie z. B. „Lens Flares“ sind Stilmittel des Films und bei der Interpretation zu beachten.
7. Die auditive Ebene: Sprache (innerhalb der Szene oder aus dem Off, gesprochen oder – per Insert – geschrieben; dialektale Einfärbungen/Fremdsprachen), Geräusche, Einsatz von Musik (innerhalb der Szene oder als unterlegte Filmmusik), alles trägt zur gesamten medialen Realitätskonstruktion bei.
8. Konstruktion von Figuren: Schauspieler verkörpern (fiktionalen) Figuren, welche wiederum Resultat ihrer (fiktionalen) sozialen Umwelt sind. Ihr Habitus stellt die einverlebten Strukturen der fiktionalen Welt dar und zeigt beispielsweise ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Klasse oder sozialen Gruppe an. Die spezifischen Inszenierungen der Figuren (inklusive Frisur, Schminke, Kleidung etc.) und die Beziehungen zwischen den Figuren(gruppen) konstruieren die filmisch dargestellte Realität.

Wichtig: Die Gestaltungsebene ist nicht der eigentliche Schwerpunkt bei der soziologischen Analyse. Aber man muss sie zumindest stellenweise beachten, weil man sonst den konstruktiven Charakter der Medientexte verfehlt. Ein kleines Beispiel: Wenn eine Beziehung zweier ethnisch definierter Gruppen in einem Spielfilm durch den Einsatz von bedrohlich klingender oder fröhlich klingender Musik gerahmt wird, hat das entscheidenden Einfluss darauf, ob hier eine feindschaftliche oder freundschaftliche Beziehung konstruiert ist.

III. Analysedimension Produktion

Der Produktionskontext audiovisueller Texte kann in mehrfacher Hinsicht mediensoziologisch relevant sein. So ist etwa bei Fernsichttexten zu berücksichtigen, in welchem institutionellen Kontext produziert und ausgestrahlt wurde (z.B. öffentlich-rechtlicher oder privat-kommerzieller Sender; rechtliche Rahmenbedingungen definiert durch Rundfunkstaatsvertrag); während öffentlich-rechtliche Anbieter einen Grundversorgungsauftrag zu erfüllen haben (Information, Bildung, Orientierung, Unterhaltung), sind private Anbieter darauf nicht verpflichtet. Weiterhin ist relevant, für welche Zielgruppe(n) bestimmte Produkte (Games, Kinofilme, TV-Sendungen) entwickelt wurden und wie das entsprechende Marketing aussieht. Aspekte der Distribution können relevant sein: wird das Produkt beispielsweise in großen Kinocentern oder nur im ‚kommunalen Kino‘ aufgeführt, wird ein Sendeplatz zur Prime Time ab 20 Uhr oder einer am Vormittag gewählt? Schließlich können audiovisuelle Texte in bestimmten Reihen oder Produktionstraditionen stehen: wird auf solche Kontexte Bezug genommen, gibt es gemeinsame Rahmen (etwa eine Filmreihe oder einen thematisch bestimmten Sendeplatz)?

IV. Analysedimension Text

Grundsätzlich können die konstruierten Welten in audiovisuellen Texten einer Analyse mit soziologischen Fragestellungen vor dem Hintergrund soziologischer Theorien unterzogen werden. Die innermediale Welt wird dann zunächst so analysiert, als wenn es sich um eine außermediale, reale Welt handelte. So kann man die Texte beispielsweise im Hinblick auf soziale Zugehörigkeiten und Lebensstile von Figuren oder Figurengruppen untersuchen

(Klasse/Schicht/Milieu, ethnische Zugehörigkeit, Generation und Alter usw.), man kann die Handlungsweisen der Protagonisten auf zugrundeliegende Normen und Werte hin betrachten, man kann Konfliktlinien und Konfliktlösungsmuster untersuchen, man kann mediale Bilder von Beziehungen, Familien, Institutionen usw. untersuchen. Dies alles gilt gleichermaßen für TV-Sendungen, Kinofilme und Games.

Bei all dem ist aber zu beachten, dass die medial konstruierten Welten einen anderen Realitätsstatus haben als die außermediale Welt (siehe Abschnitt II). So kann ein Kinofilm oder eine Serienepisode beispielsweise ein utopisches oder dystopisches Gegenbild zur gegebenen Gesellschaft entwerfen; Realitäten können satirisch aufs Korn genommen und Missstände können anklagend aufgezeigt werden. Immer ist zu beachten: Die mediale Konstruktion sozialer Realitäten weist eine spezifische Selektivität auf, sie reduziert die reale Komplexität auf einige Aspekte, die dann die fiktionale Weltkonstruktion strukturieren.

V. Analysedimension Rezeption

Wichtig ist zunächst: Eine Analyse des medialen Textes allein kann keinen Zugang zur Rezeptionsebene verschaffen. Wir wissen aus der Textanalyse heraus nicht, wie empirisch vorfindbare Zuschauer tatsächlich einen Film oder eine Reportage wahrnehmen, interpretieren oder in ihr eigenes Leben einbauen. Aussagen über beabsichtigte oder unbeabsichtigte ‚Wirkungen‘ von Medienprodukten müssen, wenn sie ggf. sinnvoll erscheinen, mit großer Vorsicht und als Vermutungen formuliert werden.

Audiovisuelle Texte können ihre Rezeption nicht vollständig determinieren. Rezeption verläuft unterschiedlich je nach den Dispositionen und Sozialisationserfahrungen der Rezipienten. Die Aneignung von Texten verläuft vor dem Hintergrund des kulturellen Wissens und der Erfahrungen, die der Zuschauer bzw. der Spieler besitzt (vgl. Bilandzic 2016: 109f.). Entgegen der Position, welche die Frankfurter Schule (Adorno, Horkheimer) einnimmt, ist die Wirkung von audiovisuellen Texten, egal ob sie der Hoch- oder der Popkultur zuzurechnen sind, bei den Rezipienten sehr vielfältig und oftmals abweichend von den Intentionen der Produzenten. Zwar liegt immer eine bestimmte Interpretationsmöglichkeit nahe, aber das Encoding-Decoding-Modell der Cultural Studies (vgl. Hall 1980) zeigt, dass erst die konkrete Decodierung des Textes durch die Rezipienten so etwas wie eine Wirkung herstellt.

Eine soziologische Perspektive auf die Rezeption von audiovisuellen Texten bietet die Analyse der vielfältigen Online-Anschlusskommunikation über die sozialen Netzwerke und Foren des Internets. Hier diskutieren die Rezipienten in zum Teil gesonderten Gruppen (wie Fan-Foren oder offiziellen Facebook-Accounts von Serien und Filmen). Sie eröffnen einen Diskursraum für Nutzer, sich über die im Fernsehen oder im Internet gesehenen Texte auszutauschen und eigene Positionen und Wahrnehmungen zu äußern (vgl. Fraas/Meier/Pentzold 2012). Die methodisch kontrollierte Rekonstruktion der Anschlusskommunikation (beispielweise mit einer Online-Diskursanalyse) kann dann Aufschlüsse geben, entlang welcher Dimensionen die Rezipienten die Texte diskutieren, welche Gestaltungsmittel (siehe Abschnitt II) sie wie interpretieren und welche unterschiedlichen Deutungs- und Wahrnehmungspositionen sie gegenüber dem Text einnehmen.

VI. Zitation audiovisueller Medien

a) Beleg von Zitaten im Text

Wenn Sie aus Filmen und Serien zitieren, dann werden die Zitate direkt im Text belegt.

Bei Filmen geben Sie dazu die Figur, die spricht, den Filmtitel (kursiv) und den entsprechenden Timecode in Klammern nach dem Zitat an: (Figur, *Film*, TC: 00:00:00).

Bei Serien geben Sie zusätzlich zu der Figur, dem Serientitel (kursiv) und dem Timecode noch die Staffel (S) und Episode (E) an, aus der Sie zitieren: (Figur, *Serie*, S1E1, TC: 00:00:00).

Bei Computerspielen können Sie direkte Zitate nicht mit einem Timecode belegen. Anzugeben sind daher die Figur, die spricht, der Computerspieltitle (kursiv) und ggf. das Level: (Figur, *Computerspiel*, ggf. Level).

Wenn Sie indirekt aus Filmen und Serien zitieren, um z. B. auf eine bestimmte Szene zu verweisen, dann können Sie den Beleg wie folgt anführen: (vgl. *Film*, TC: 00:00:00), (vgl. *Serie*, S1E1, TC: 00:00:00) oder (vgl. *Computerspiel*, ggf. Level).

Es reicht aus, nur den Timecode in Klammern anzugeben, wenn aus dem Text ersichtlich ist, welche Figur spricht und um welchen Film, welche Serie (sowie Staffel/Episode), welches Computerspiel es sich handelt: (TC: 00:00:00).

b) Zitation im Literaturverzeichnis

Filme

Filme werden nach Titel geordnet, Originaltitel müssen genannt werden. Wenn Sie mit einer synchronisierten Fassung gearbeitet haben, nennen Sie zuerst den Titel in dieser Sprache und den Originaltitel in eckigen Klammern dahinter. Regisseur_in, Produktionsstudio oder Vertriebsgesellschaft und Jahr der Veröffentlichung sollten ebenfalls genannt werden. Falls für die Arbeit relevant, können zusätzliche Beteiligte nach dem Namen der Regie führenden Person genannt werden.

Beispiele:

The Usual Suspects. Regie von Bryan Singer, Polygram, 1995.

Die üblichen Verdächtigen [*The Usual Suspects*]. Regie von Bryan Singer, Schauspiel von Kevin Spacey, Gabriel Byrne, Chazz Palminteri, Stephen Baldwin und Benicio del Toro, Polygram, 1995.

Serien

Zitieren Sie eine gesamte Serie, nennen Sie Titel, Schöpfer_innen (creators), Produktionsfirma, Jahr bzw. Zeitraum der Veröffentlichung.

Beispiele:

Parks and Recreation. Daniels, Greg und Michael Schur (creators). Deedle-Dee Productions und Universal Media Studios, 2009-2015.

Twin Peaks. Frost, Mark und David Lynch (creators). Lynch/Frost Productions, Propaganda Films und Spelling Entertainment, 1990-1991.

Einzelne Episoden zitieren Sie wie Filme, beginnend mit dem Episodennamen in doppelten Anführungszeichen. Danach setzen Sie den Serientitel kursiviert. Das Datum bezieht sich auf das Jahr der Erstausstrahlung. Sollte es sich um eine erweiterte Fassung handeln, die es z.B. nur auf DVD gibt, fügen Sie dies als Hinweis in eckigen Klammern hinzu.

Beispiel: „The One Where Chandler Can’t Cry“. *Friends: The Complete Sixth Season*, Warner Brothers, 2004.

Computerspiele

Beginnen Sie mit dem Titel des Spiels, gefolgt von Versionsnummer (falls relevant), nennen Sie optional [Entwickler_innen], dann den Hersteller, gefolgt vom Veröffentlichungsjahr der Version.

Beispiel: *Pokemon Mystery Dungeon: Blue Rescue Team*. Nintendo of America, 2006.

Literatur

(exemplarisch, weitere ist natürlich themenspezifisch zu recherchieren)

Berli, Oliver (2012): Grenzen des Aufstiegs. Soziale Ungleichheit und kulturelle Unterschiede als Gegenstand des Films. In: Heinze, Carsten/Moebius, Stephan/Reicher, Dieter (Hrsg.): *Perspektiven der Filmsoziologie*. Konstanz: UVK. S. 330-351.

Bilandzic, Helena (2016): Rezeptionsforschung. In: Bilandzic, Helena/Koschel, Friederike/Springer, Nina/Pürer, Heinz (Hrsg.): *Rezipientenforschung*. Konstanz: UVK. S. 79-116.

Dörner, Andreas (2009): Respekt im Regenwald. Über Inszenierung und Aneignung gesellschaftlicher Ordnungsmuster im Unterhaltungsfernsehen. In: Münkler, Herfried (Hrsg.): *Strategien der Visualisierung. Verbildlichung als Mittel politischer Kommunikation*. Campus: New York/Frankfurt a. Main. S. 231-250.

Dörner, Andreas (2016): Politserien. Unterhaltsame Blicke auf die Hinterbühnen der Politik. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 51 (2016). S. 4-11.

Flicker, Eva/Zehenthofer, Irene (2012): Geschlechternarrationen im Kontext sozialer Ungleichheit. Soziologische Perspektiven auf den jüngeren österreichischen Kinospießfilm. In: Heinze, Carsten/Moebius, Stephan/Reicher, Dieter (Hrsg.): *Perspektiven der Filmsoziologie*. Konstanz: UVK. S. 220-244.

Fraas, Claudia/Meier, Stefan/Pentzold, Christian (2012): *Online-Kommunikation. Grundlagen, Praxisfelder und Methoden*. München: Oldenbourg.

Hall, Stuart (1980): Encoding/Decoding. In: Hall, Stuart/Hobson, Dorothy/Lowe, Andrew/Willis, Paul (Hrsg.): *Culture, media, language*. London: Routledge. S. 128-138.

Lim, Il-Tschung (2014): Mal Freund, mal Feind, mal Konkurrent. In: *Indes. Zeitschrift für Politik und Gesellschaft*. 3(4). S. 55-61.

Raupach, Tim (2016): Geschichte im Computerspiel. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 51 (2016). S. 33-38.

Schroer, Markus (Hrsg.). (2008): *Gesellschaft im Film*. Konstanz: UVK.