

Ausblick – Reflexionen über die Praktik der Grimme-Preisvergabe aus der Perspektive des medienwissenschaftlichen Qualitätsdiskurses

Tanja Weber

Der Ausblick reflektiert die Praxis der Grimme-Preisvergabe im Hinblick auf den medienwissenschaftlichen Qualitätsdiskurs, vor allem bezogen auf die Fernsehwissenschaft. Die hier angesprochenen Sachverhalte lassen sich aber zum Teil auch auf sämtliche Grimme-Preise übertragen. Zunächst wird sehr zugespitzt dargestellt, welche methodischen Schwierigkeiten die Medienkulturwissenschaft mit dem Qualitätsbegriff und der Bewertung von Medienartefakten hat.¹ In einem zweiten Schritt werden die identifizierten Probleme theoretischer Art mit der Praxis der Preisvergabe abgeglichen. Wie verhalten sich Wissenschaft und Praxis zueinander? Wie lassen sich die Verfahren der Preisvergabe einordnen, wenn man sie im Hinblick auf die Probleme der Medienkulturwissenschaft betrachtet? Oder anders herum: Welche Erkenntnisse kann die Wissenschaft aus der Praxis gewinnen?

Kurze Skizze der Probleme mit Qualität

In der medienkulturwissenschaftlichen Forschung wird das Fernsehen häufig als Kommunikationsmedium betrachtet und eben nicht als Ausdrucksmittel für Kunst. Im Kontrast zum Film erscheint das Fernsehen eher als ein bleiches Substitut, das die Künste nur zeigt, statt sie zu produzieren.² Medienhierarchisch

¹ Die Zuspitzung bringt gewisse Unschärfen mit sich, die hier in Kauf genommen werden, um pointierte Aussagen machen zu können. Eine umfangreichere Analyse der Qualitätsdiskurse der Medienwissenschaft findet sich in meinem Beitrag in diesem Band und in einem Aufsatz in der Zeitschrift *MEDIENwissenschaft* von 2019.

² Vgl. J. Jacobs: Issues of judgement, S. 429.

rangiert das Fernsehen (immer noch) am unteren Ende der Skala, weit hinter dem Theater, der Literatur oder dem Film.³

Die wenigen Beiträge über die Qualität von Fernsehsendungen verhandeln fast ausschließlich fiktionalen Sendungen, die meist nach diffusen, weil impliziten Kriterien bewertet werden. Diejenigen, die werten, setzen sich selbst häufig nicht in Bezug zum Wertungsobjekt, dadurch wird die konstatierte Qualität zu einer feststehenden Größe, die ein Medienprodukt hat oder eben nicht hat. Einmal identifizierte Kriterien werden durch ständige Wiederholung immer weiter aus ihrem ursprünglichen Bewertungskontext herausgelöst, so dass der Eindruck entsteht, sie seien a-historisch und a-kontextuell, also universell. Der Qualitätsdiskurs dient zur Legitimation des Gegenstandes und zur Distinktion von anderen Wertungssubjekten, häufig auf der Grundlage des subjektiven Geschmacks, was nicht reflektiert wird. Wie stellt sich dieser Sachverhalt in den Diskussionen um die Preiswürdigkeit dar? Erweisen sich diese Parameter – Geschmack, Legitimation, Distinktion und verknöcherte Kriterien – in den Kommissionen und Jurys als problematisch?

Im Gegensatz zu eher singulären Bewertungen der ästhetischen Qualität von fiktionalen Sendungen hat die Kommunikationswissenschaft die Qualitätsforschung fest in ihr Repertoire integriert und untersucht unter verschiedenen Gesichtspunkten die Qualität von journalistischen Erzeugnissen. Hierbei werden neben Zeitungsartikeln auch Radio-, Fernseh- und Internetbeiträge berücksichtigt und nach operationalisierten Qualitätskriterien bewertet.⁴ Diese Trennung der Medienwissenschaft in zwei Disziplinen, eine Medienkulturwissenschaft mit eher heuristischen und eine Kommunikationswissenschaft mit eher quantitativen Methoden, existiert in anderen Ländern nicht. Aufgrund der unterschiedlichen Wissenschaftstraditionen findet in der Forschung sehr wenig Austausch statt. Wie gestaltet sich dieser wissenschaftliche Graben in der Praxis der Preisvergabe und welche Auswirkungen hat das auf die Bewertungskriterien?

Die wenigen Medienkulturwissenschaftler, die sich mit der Ästhetik des Fernsehens auseinandersetzen, fordern, dass die Engführung auf den fiktionalen Gegenstand aufgegeben und stattdessen die Vielfalt und Verschiedenheit der Fernsehprogramme berücksichtigt werden sollte. Die einzelnen Sendungen sollten je nach Genre mit unterschiedlichen Maßstäben und Verfahren, die sich aus dem Bewertungsgegenstand ergeben, bewertet werden.⁵

Eine weitere Problematik bei der Bewertung von Fernsehsendungen sehen die Forschenden in der radikalen Intertextualität des Fernsehens ohne zentrale

3 Vgl. M. Z. Newman/E. Levine: *Legitimizing Television*, S. 2.

4 Vgl. K. Arnold, S. 23-24.

5 Vgl. J. Jacobs: *Issues of judgement*, S. 430. Vgl. auch C. Brunsdon: *Aesthetics and Audiences*, S. 62.

Akteure, die die Funktion eines benennbaren kreativen Kopfes übernehmen.⁶ Zu diesem Aspekt gehört auch die Auffassung des Fernsehprogramms als Flow. Wie werden Medienprodukte im Preisverfahren aus der Angebotsflut ausgewählt?

Der letzte hier angeführte Punkt bezieht sich auf die sehr unterschiedlichen Erwartungen an das Medium, die in fünf sehr verschiedene Bewertungsdiskurse münden. Neben dem traditionellen ästhetischen Kunstdiskurs und der Bewertung des guten Handwerks durch die Produzierenden steht das Fernsehen auch in gesellschaftlichen Debatten im Mittelpunkt. Hier werden einerseits seine journalistischen Erzeugnisse diskutiert und bewertet (z.B. bezüglich Aktualität oder Relevanz), und andererseits werden moralische Paradigmen angelegt: So wird diskutiert, ob Sendungen gegen den guten Geschmack verstoßen oder Menschen beleidigen. Außerdem wird das Fernsehen auch aufgrund seines Unterhaltungs- und Freizeitangebots kritisiert. Die Fragen kreisen dann darum, ob Zuschauer einen guten Abend verbracht haben.⁷ Finden diese sehr unterschiedlichen Qualitätsdiskurse auch in die Diskussionen der Nominierungskommissionen und Juries Eingang, und wenn ja, welches Gewicht haben die einzelnen Stränge für die Entscheidung der Preiswürdigkeit?

Die grob vereinfachend gezeichnete Skizze der Bewertungsproblematik von Fernsehsendungen in der Medienwissenschaft führt häufig dazu, dass eben nicht bewertet wird. Dem gegenüber steht die Praxis der Preisvergabe durch das Grimme-Institut. Scheinbar mühelos werden hier Jahr für Jahr Medienprodukte beurteilt und ausgezeichnet. Stellen sich die oben beschriebenen Probleme auch in der praktischen Arbeit mit den Medienpreisen? Zur Beantwortung der Frage werden die Beiträge rund um die Preisvergaben aus diesem Band herangezogen und im Hinblick auf zwei Sachverhalte betrachtet: das Verhältnis von Konstanz und Wandel erstens hinsichtlich der Verfahren zur Preisfindung und zweitens hinsichtlich der Bewertungskriterien bzw. der Wertungsmaßstäbe.

Konstanz und Wandel der Verfahren

Das jährliche Aushandeln von Medienqualität, um die jeweiligen Grimme-Preise zu ermitteln, ist zu einem maßgeblichen Teil von Konstanz der Verfahren geprägt. Wichtig ist der immer gleichbleibende Rahmen der Preisfindung. Viele Kommissions- und Jurymitglieder betonen die Bedeutung der völligen Konzentration auf die Preisfindung, fern vom Alltag,⁸ umsort von den Mitarbeitenden des Grimme-Instituts in der Klausur in Marl, mit transparenten Verfahren und festgeleg-

6 Vgl. C. Brunsdon: *Aesthetics and Audiences*, S. 66.

7 Vgl. ebd., S. 77-80.

8 Vgl. L. Hachmeister: *Das Fernsehen und sein Preis*, S. 29-34.

ten Zeitfenstern. Relevant ist in diesem Prozess auch, dass viele der Kommissions- und Jurymitglieder das Verfahren der Preisvergabe genau kennen, weil sie schon letztes Jahr dabei waren, oder auch davor das Jahr, manche sind schon über Dekaden in die Preisfindung eingebunden. Diese ›alten Hasen‹ sind Garanten für die Pflege der Diskurstradition. Häufig fallen Sätze wie, XY haben wir im letzten Jahr nominiert (oder nicht), weil... Die langjährig erfahrenen Diskutanten garantieren nicht nur die Weitergabe der Verfahrensregeln, sondern geben auch die Regeln des Sprechens über Medienqualität weiter. Damit werden die Bewertungskriterien Jahr für Jahr überliefert und in der Diskussion aktualisiert. Diese Konstanz der Besetzung ist wichtig, birgt aber auch die Gefahr in sich, dass Diskussionen verknöchern und zu Selbstläufern werden. Sachverhalte erscheinen selbstevident und universell. Dieser Problematik begegnet das Grimme-Institut, indem immer auch Kommissions- und Jurymitglieder ausgetauscht und neue aufgenommen werden, so dass eingefleischte Procédere immer wieder reflektiert und hinterfragt werden können.

Eine weitere Konstanz bieten die Kategorien, also der jeweilige Bezugsrahmen, an dem die verschiedenen Sendungen gemessen werden. Mit einer Fokussierung auf Kategorien wie »Fiktion«, »Information & Kultur« oder »Unterhaltung« kann die Vielfalt des Fernsehens betrachtet und bewertet werden. Dadurch wird ein direkter Vergleich einer Unterhaltungsshow mit einer Dokumentation über ein gesellschaftlich relevantes Thema vermieden. Viele Kommissions- und Jurymitglieder in diesem Band betonen, wie wichtig es sei, die Grenzen der Kategorien dehnen zu können, zum Beispiel *Fritz Wolf* für den Grimme-Preis oder *Vera Lisakowski* hinsichtlich des Grimme Online Award. Mit einer Spezialnominierung oder der Auszeichnung einer besonderen journalistischen Leistung können Weiterentwicklungen beurteilt werden, die zu eng gefasste Grenzen sprengen würden. Damit ist in die Konstanz der Kategorien der mögliche Wandel eingeschrieben. Innerhalb der feststehenden Kategorien können die dynamischen gesellschaftlichen Entwicklungen und damit die entsprechenden Niederschläge in den Medienprodukten betrachtet und bewertet werden. Auf der anderen Seite müssen etablierte Kategorien nicht ständig angepasst werden und unterliegen damit nicht der Gefahr, einen Modetrend verfahrenstechnisch festzuschreiben. Eine allzu häufige Anpassung der Kategorien würde bedeuten, dass die Preise in ihrer Historie nicht mehr vergleichbar und somit schwer nachvollziehbar wären. Einen solch radikalen Bruch hat das Grimme-Institut 1970 mit der Entscheidung, das gesamte Fernsehprogramm zu bewerten und damit den Preis zu »entpädagogisieren«⁹, vollzogen. Die Bedeutung dieser Entscheidung wird in diesem Band

9 Der DVV-Vorsitzende Kurt Meissner spricht von der »Entpädagogisierung des Preises.« L. Hachmeister: Das Fernsehen und sein Preis, S. 21.

sowohl von *Frauke Gerlach* von Seiten der Institutsleitung als auch von *Lucia Eskes*, der Leitung des Grimme-Preises, reflektiert.

Konstanz und Wandel der Bewertungskriterien bzw. der Wertungsmaßstäbe

Die historische Betrachtung der Diskurse über Fernsehqualität hat gezeigt, dass oft sehr unterschiedliche Bewertungsobjekte herangezogen werden, wenn über Qualität im Fernsehen nachgedacht wird; beispielweise wird in den 1950er Jahren die Qualität des gesamten Fernsehprogramms bewertet.¹⁰ Noch variabler sind die Bewertungsmaßstäbe, die häufig recht willkürlich herangezogen werden. Die Frage nach Qualität verdeckt die unterschiedlichen Motive und Motivationen, die zur Bewertung führen. In die Gefahr, einen schizophrenen Qualitätsdiskurs zu führen, in dem ganz unterschiedliche Wertungsobjekte nebeneinandergestellt und gelobt oder abqualifiziert werden, können die Grimme-Preise nicht geraten, da die Motivation jedes Jahr die gleiche ist: nämlich einen Preis zu vergeben. Das heißt, es gibt (fast) keine impliziten Abqualifizierungen, in dem etwas explizit gelobt wird. Zwar wird nicht immer das gesamte Kontingent an möglichen Preisen ausgeschöpft (und damit implizit das gesamte Angebot abqualifiziert), aber der Maßstab bleibt immer gleich. Es geht nicht um Mediensysteme oder um die Bewertung der Rezipienten, sondern immer um die Sendung oder den Beitrag. Im Falle des Grimme-Preises geht es um herausragendes Fernsehen. Das zu definieren, ist spezifisch genug.

Was dann als herausragend zu bewerten ist, wird im jeweiligen Preisstatut beschrieben. Die Statuten besitzen aber die nötige Offenheit, so dass in einem zweistufigen diskursiven Verfahren die Qualität jährlich neu ausgelegt und ermittelt wird. Die Kriterien richten sich dabei nach dem Medienprodukt oder anders formuliert, die Bewertungsobjekte werden an den Maßstäben gemessen, die sie sich selbst setzen. Viele Beitragende, wie *Barbara Sichtermann*, *Brigitte Baetz* oder *Fritz Wolf*, beschreiben das umständliche und langwierige Ringen um ein gutes Urteil, betonen jedoch emphatisch und unisono die Wichtigkeit des Verfahrens, welches den Geschmack von Einzelpersonen in einen demokratischen Prozess überführt. Damit wird der persönliche Geschmack demokratisch intersubjektiv eingefangen, wie *Barbara Sichtermann* eindrücklich beschreibt. Dass dabei in retrospektiver Betrachtung manchmal Fehlurteile gefällt werden, ist nicht zuletzt auf Gruppendynamiken zurückzuführen und ist letztlich menschlich.¹¹

¹⁰ Vgl. T. Weber: Post-Quality TV, S. 233-235.

¹¹ Lutz Hachmeister beschreibt die Historie des Grimme-Preises auch als Geschichte der Auslassungen. Vgl. L. Hachmeister: Das Fernsehen und sein Preis, S. 37.

»Herausragend« als Wertungsprädikat schließt die unterschiedlichen Codes der ästhetischen Bewertung ein. Herausragend kann die formale Umsetzung und Gestaltung sein, sowohl im Sinne von Kunst als auch im Sinne von gutem Handwerk. Damit lässt sich aber auch gesellschaftliche Relevanz eines Themas, seine Aktualität oder die moralische Haltung, mit der es vermittelt wird, bewerten. Der oben skizzierte wissenschaftliche Graben zwischen Kommunikations- und Medienwissenschaft und die damit verbundene disziplinäre Trennung zwischen der Bewertung von Qualität in journalistischen und fiktionalen Beiträgen wird durch das Wertungsprädikat »herausragend« mühelos überbrückt. Oder anders formuliert: Es gibt gar keinen Graben. Was allerdings mit dem Prädikat nicht bewertet werden kann, ist die Frage, ob die Rezipienten sich gut unterhalten haben oder ob sich das Medienprodukt gut in das Gesamtangebot eingefügt hat. Diese Fragen kann nur der völlig anders ausgerichtete Deutsche Radiopreis beantworten, der nach der Qualität der Alltagsbegleitung sucht, und dessen andere Wertungsmaßstäbe *Torsten Zarges* beschreibt.

Die Grimme-Preise kumulieren und bündeln Diskurse der Medienqualität und stoßen sie gleichzeitig an. Sie ersetzen nicht das wissenschaftliche Ringen um die Geschichte und die Methoden der Medienqualität, aber ein Blick auf die Verfahren und Kriterien hilft, die theoretischen Probleme zu perspektivieren und vielleicht zu lösen.

Literatur

- Arnold, Klaus: *Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2009.
- Brunsdon, Charlotte: »Aesthetics and Audiences«, in: Patricia Mellencamp (Hg.), *Logics of Television: Essays in Cultural Criticism*, Bloomington: Indiana University Press 1990, S. 59-72.
- Hachmeister, Lutz: »Das Fernsehen und sein Preis. Stichworte zur Einleitung«, in: Lutz Hachmeister (Hg.), *Das Fernsehen und sein Preis. Materialien zur Geschichte des Adolf-Grimme-Preises 1973-1993*. Unter Mitarbeit von Ulrich Spies, Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt 1994, S. 18-42.
- Jacobs, Jason: »Issues of judgement and value in television studies«, in: *International Journal of Cultural Studies* 4/4 (2001), S. 427-447.
- Newman, Michael Z./Levine, Elana: *Legitimizing Television. Media Convergence and Cultural Status*, New York/London: Routledge 2012.
- Weber, Tanja: »Post-Quality TV oder warum es sich doch lohnt (anders) über Qualität im Fernsehen nachzudenken«, in: *MEDIENwissenschaft* 03 (2019), S. 230-248.