

# montage/av

Zeitschrift für Theorie & Geschichte  
audiovisueller Kommunikation

10/1/2001

Fernsehproduktion

SCHÜREN

# Inhalt

Editorial	3
<i>Eggo Müller</i> Globalisierung und Medien Bericht eines ortsgebundenen Lesers	9
<i>John Tulloch</i> Das implizite Fernsehpublikum in der Soap Opera-Produktion Alltägliche rhetorische Strategien unter Fernsehleuten	23
<i>Gunther Kirsch</i> Produktionsbedingungen von Daily Soaps Ein Werkstattbericht	45
<i>Nathalie Iványi</i> Alltagsmenschen als inszenatorische Ressource von Fernsehshows Eine Skizze produktionstheoretischer Erklärungsansätze	55
<i>Udo Göttlich</i> Fernsehproduktionen, factual entertainment, und Eventisierung Aspekte der Verschränkung von Fernsehproduktion und Alltagsdarstellung	71
<i>Arnold Windeler, Anja Lutz und Carsten Wirth</i> Netzwerksteuerung durch Selektion Die Produktion von Fernsehserien in Projektnetzwerken	91
<i>Miriam Meckel</i> Die Produktion von Wirklichkeit Zur Virtualisierung von Fernsehnachrichten	125
Zu den Autoren	141
Call for papers	143

## Zu den Autoren

**Udo Göttlich**, Dr., geb. 1961, Wiss. Mitarbeiter am Rhein-Ruhr-Institut für Sozialforschung und Politikberatung (RISP) an der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg; stellvertretender Projektleiter im Forschungsprojekt: „Daily Soaps und Kult-Marketing“ im DFG-Schwerpunktprogramm „Theatralität. Veröffentlichungen u. a. (Hrsg. zus. m. J.-U. Nieland u. H. Schatz), *Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien*, Köln 1998; (Hrsg. zus. m. R. Bromley u. C. Winter), *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg 1999; (Hrsg. zus. m. R. Winter), *Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies*, Köln 2000.

**Nathalie Iványi**, M. A: geb. 1971, Wiss. Mitarbeiterin im Fach Kommunikationswissenschaft, organisatorische Leitung im DFG-Forschungsprojekt ‚Mediale (Re)Präsentation von Liebe‘. Veröffentlichungen u. a.: *Die herrschende Konstruktion der Wirklichkeit. Anthony Giddens wissenschaftssoziologisch gelesen*, in: Hitzler, Ronald et al. (Hrsg.) *Hermeneutische Wissenssoziologie*. Konstanz: 1999, S. 147–67. Zusammen mit Jo Reichertz, *Tyrannie der Theatralität. Heiratsanträge der Sendung Traumhochzeit als neue Formen öffentlichen Lebens*, in: Hahn, Kornelia (Hrsg.), *Öffentlichkeit und Offenbarung. Eine (interdisziplinäre) Mediendiskussion*. Konstanz 2001.

**Gunther Kirsch**, geb. 1967, Tontechniker bei GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN (Grundy UFA TV Produktions GmbH); Studium Publizistik und Theaterwissenschaft an der FU Berlin, Magisterarbeit zu den Produktionsbedingungen von Daily Soaps, insbesondere zu Fragen der Rollengestaltung, Besetzung und Rollenentwicklung im Produktionsprozess.

**Anja Lutz**, Dipl.-Soz, Wissenschaftliche Mitarbeiterin im DFG-Forschungsprojekt „Vernetzte Content-Produktion für das digitale Fernsehen“. Arbeitsschwerpunkte: Interorganisationale Netzwerk.

**Miriam Meckel**, Dr., geb. 1967, Professorin für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität

Münster, Staatssekretärin und Regierungssprecherin in NRW. Veröffentlichungen u. a. *Fernsehen ohne Grenzen. Europas Fernsehen zwischen Integration und Segmentierung* Opladen, 1994; *Redaktionsmanagement. Ansätze aus Theorie und Praxis*, Opladen 1999. *Die globale @genda. Kommunikation, Medien, Journalismus in der Weltgesellschaft*, 2000.

**Eggo Müller**, Dr., geb. 1960, Assistenzprofessor am Institut für Medien und Re/präsentation an der Universität Utrecht; Veröffentlichungen zu Fernsehen und populärer Kultur, u. a. *Paarungsspiele. Beziehungsshow in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens*, Berlin 1999.

**John Tulloch**, Professor of Media Communication, Head of the School of Journalism, Media and Cultural Studies, Cardiff University. Veröffentlichungen u. a. *Performing Culture: Stories of Expertise and the Everyday* London, 1999; *Watching Television Audiences*, London 2000. Arbeitet z. Zt. an einer Buchpublikation über Risiken und einer Monographie zum Publikum von Live-Sendungen.

**Arnold Windeler**, Dr., Wissenschaftlicher Mitarbeiter sowie Koordinator der Forschungsgruppe „Unternehmensnetzwerke“ am Institut für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin; Arbeitsschwerpunkte: Industriesoziologie, Organisationstheorien und interorganisationale Netzwerke.

**Carsten Wirth**, Dr., Wissenschaftlicher Mitarbeiter im DFG-Forschungsprojekt „Vernetzte Content-Produktion für das digitale Fernsehen“. Arbeitsschwerpunkte: Organisations- und Netzwerktheorie, industrielle Beziehungen, Dienstleistungsarbeit.

## Call for papers: Gedächtnis / Erinnerung

*Montage/AV* plant ein Heft, das sich den audiovisuellen Formen der Präsentation und Produktion von Geschichte und Erinnerung widmen wird, und lädt alle Interessierten ein, Manuskripte einzureichen.

Gesucht werden Beiträge, die sich für die ästhetischen und kulturellen Praktiken interessieren, welche bei der Erzeugung historischen Wissens und bei der audiovisuellen Inszenierung von Erinnerungsarbeit zur Anwendung kommen. Eine thematische Einschränkung besteht nicht. Willkommen sind sowohl Beiträge, die historische, nationale Ereignisse und die Formen ihrer audiovisuellen Konstruktion untersuchen, als auch Texte, die Lebensgeschichten und (auto-)biografische Phänomene in den Mittelpunkt stellen: Texte etwa zum Geschichtsfernsehen Guido Knopps wie auch Beiträge zur persönlichen Spurensuche Tsipi Reibenbachs. Entscheidend ist ein Interesse für das Verhältnis von historischem Bewusstsein und den Bedingungen seiner audiovisuellen Vermittlung bzw. Erzeugung.

Untersuchungsgegenstände können ausgewählte audiovisuelle Texte sein, also Filme und Genres, Fernsehsendungen und -reihen, CD-Roms. Darüber hinaus begrüßen wir Beiträge, die ausdrücklich institutionelle, mediale und physiologische Faktoren der audiovisuellen Erinnerungsarbeit untersuchen. Im Idealfall soll das Heft unterschiedliche Ansätze zusammentragen, die für eine Theorie des kulturellen Gedächtnisses relevant sind.

Eine Reihe von Fragestellungen sollen unser Interesse am anvisierten Heft beschreiben:

- Welche Vorstellungen von Erinnern und/oder Vergessen entwerfen audiovisuelle Texte, wenn sie eine Darstellung von Gewesenem intendieren? Entwickeln sie beispielsweise Vorstellungen eines eingegrenzten oder unbefriedigenden Erinnerungsvermögens oder inszenieren sie eine Quelle historischen Wissens, die unerschöpflich erscheint? Provokante Gegensatzpaare bilden beispielsweise SCHINDLER'S LIST und Hiroshima Mon Amour
- Hier wäre ich eher für die Nennung der Filme Schindler's List und Hiroshima Mon Amour und bin gar nicht so scharf darauf, die Regisseure zu nennen, denn Spielberg hat sonst gar nicht mit Erinnerung zu tun...

oder History and Memory von Rea Tajiri und THE MAELSTROM von Peter Forgacs.

- Wie können audiovisuelle Texte überhaupt das Vergessen inszenieren? Auf welche Weise können sie zum Ausdruck bringen, dass etwas verloren geht oder bereits unwiederbringbar verschwunden ist, und wie können sie dieses Verschwundene dennoch ins Bild setzen? Inwiefern folgen Filme, Videos oder Fernsehsendungen Umberto Ecos These von der Unmöglichkeit einer *ars oblivionalis*?
- Auf welche Materialien und kulturelle Formen kann die Erinnerungsarbeit zurückgreifen und im Rahmen welcher Strategien erfolgt deren Bearbeitung innerhalb der audiovisuellen Texte? Welche rhetorischen Figuren gehen mit der Verwendung unterschiedlicher Artefakte wie z.B. Fotografien, Narben und Augenzeugenberichte einher? Welche Diskurse sind für ihr Verständnis wesentlich?
- Welches Verhältnis besteht zwischen den Modellbildungen geistes- und naturwissenschaftlicher Arbeiten einerseits und der ästhetischen Praxis andererseits? Inwieweit greifen audiovisuelle Texte beispielsweise Israel Rosenfields Erkenntnisse der Neurologie oder Konzepte der Geschichtswissenschaft auf? Und haben umgekehrt Filme und Videos die Phantasien der Neurologen und Historiker beflügelt?
- Inwiefern stellen die ausgewählten Werke Elemente eines umfassenden Erinnerungsprozesses dar, der gesellschaftliche Strömungen charakterisiert? Im Rahmen welcher Strategien finden die Prozesse einer gesellschaftlichen Weiterverarbeitung einzelner Texte statt? Ist die Erinnerung an das Vergangene auf ein gegenwärtiges Anliegen bezogen? Soll sie Optionen für die Zukunft bereithalten? Und wie lassen sich die Karrieren bestimmter Themen und Darstellungsformen erklären? Welche politischen, ethischen und ökonomischen Aspekte sind mit ihnen verknüpft?

Die Redaktion nimmt bis zum 1. 1. 2002 gerne Artikel (15–20 Manuskriptseiten) entgegen. Die Auswahl der Beiträge für das Heft erfolgt dann im Januar, Redaktionsschluss ist der 15. März. Für Rückfragen stehen jederzeit zur Verfügung:

Jörg Friess  
Heckmannufer 9  
10997 Berlin  
Tel.: 030-6107 4687  
eMail: j.friess@hff-potsdam.de

## Editorial

In der gegenwärtigen Diskussion um die Medienentwicklung nehmen die Strategien von globalen Unternehmungen mit ihren Zusammenschlüssen sowie die Frage einer Zunahme von Medienkonzentration unter der Perspektive einer weiter fortschreitenden Ökonomisierung des Mediensystems breiten Raum ein. Die Kommunikationswissenschaft interessiert sich schwerpunktmäßig für die Auswirkungen dieser Ökonomisierung auf die Entwicklung der Programmvielfalt und die sich daraus ergebenden Folgen für die gesellschaftliche Rolle der Medien. Unter Bedingungen der globalen Konkurrenz werden dabei auch die theoretischen Modelle einer Überprüfung unterzogen, die auf den Zusammenhang von Medienwirtschaft und Gesellschaft zielen. Im Vordergrund stehen Fragen der technischen, organisatorischen und vor allem der ökonomischen Veränderung der Fernsehproduktion, die davon ausgehenden Auswirkungen auf inhaltliche und produktionsästhetische Aspekte werden aber kaum bis zu den aktuell ablaufenden Veränderungen in der Fernsehproduktion verfolgt.<sup>1</sup>

In wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive sind es Fragen zur Entwicklung der Medienindustrie, die im Vordergrund stehen. Dabei geht es um Strategien und Prognosen für industrielle Entwicklungen. Die Entwicklungsperspektiven der Programmindustrie interessieren bezogen auf Standortpolitik und wirtschaftliche Bedeutung sowie bezogen auf die Effizienz neuer Produktionstechniken. Medienangebote interessieren unter dieser Perspektive allein als wirtschaftliches Gut, wobei man sich über die kulturellen Beziehungen und Veränderungen nur insoweit Klarheit verschafft, wie die besten Rahmenbedingungen für die Erzeugung von „Content“ sicherzustellen sind. Content ist das Schlagwort einer wissenschaftlichen Perspektive, die kulturelle Produktion und die Reproduktion von Kultur und Gesellschaft ausschließlich unter ökonomischen Gesichtspunkten thematisiert, aber die von der Kommerzialisierung ebenfalls nicht zu trennenden inhaltlichen und formalen Veränderungen des Pro-

1 Vgl. zu den neueren Arbeiten auf diesem Gebiet u.a. Hermann-Dieter Schröder (Hrsg.) (1999): *Entwicklung und Perspektiven der Programmindustrie*, Baden-Baden/Hamburg: Nomos Verlagsgesellschaft. Desweiteren Gabriele Siebert (2001): *Medien Marken Management. Relevanz, Spezifika und Implikationen einer medienökonomischen Profilierungsstrategie*, München: Verlag Reinhard Fischer. Vgl. ferner das aktuelle Themenheft „Ökonomisierung der Medienindustrie“ der Zeitschrift *Medien & Kommunikationswissenschaft*, Heft 2/2001.

grammangebots aufgrund der Anlage der theoretischen Modelle kaum näher in den Blick nehmen kann.

Die Beiträge dieses Bandes bewegen sich an dieser Scheidelinie und versuchen von den inhaltlichen und strukturellen Veränderungen der Fernsehproduktion ausgehend die Auswirkungen, die Bedeutung und die Folgen der veränderten Rahmenbedingungen für die Produktion von Fernsehprogrammen zu ermitteln und zu thematisieren. Dabei zeigt sich, dass es auch unter theoretischen Gesichtspunkten gilt, diese Arbeit aufzunehmen, da es bislang kaum umfassend erprobte Konzepte und Zugänge einer Produktionsanalyse in kulturwissenschaftlicher Hinsicht gibt, auf die zurückgegriffen werden kann.

Unter der hier beschriebenen Perspektive war nicht nur zu klären, wie die fortschreitende Ökonomisierung (als Folge der Dualisierung bzw. Triadisierung des Rundfunks) bisherige Produktionsweisen des Fernsehens vor allem seit den neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts verändert hat, welche Rolle den neuen Werbe- und Marketingstrategien in der Entwicklung, Verbreitung sowie Programmierung neuer Sendeformen zukommt oder wie die Zuschauerkonstruktionen auf der Anbieterseite die Produktion neuer Angebotsformen angeleitet haben. Es wird auch in den Blick genommen, welche Rolle die Veränderungen bei den technischen aber auch bei den personellen Ressourcen für die Entstehung neuer Sendeformate und Produktionen bis hinein in die Veränderungen auf organisatorischer Seite spielen.

In seinem Literaturbericht zu „Globalisierung und Medien“ skizziert Eggo Müller einige Problemfelder dieses zentralen medienwissenschaftlichen Forschungsfeldes. Dabei wird deutlich, dass das Leitkonzept des Kulturimperialismus, das die politische Debatte um die Rolle der Medien als Motor der Globalisierung prägte, mehr und mehr von Konzepten der „Hybridisierung“ abgelöst wird – und damit wiederum von einem Schlagwort, das mehr erklärt denn erklärt. Und trotz aller Tendenz zu Differenzierungen bleibt die Frage nach veränderten Produktionsstrategien für den globalen Markt ein zu wenig bearbeitetes Thema wie auch Produktanalysen aus der Perspektive der Globalisierung kaum zu finden sind. Das Forschungsfeld selbst erweist sich zwischen politik- und wirtschaftswissenschaftlichen Analysen von Makrostrukturen einerseits (transnationale Medienkonglomerate, Satellitendistribution und neue Medientechnologien, nationale Ordnungspolitik, etc.) und eher kultur- und sozialwissenschaftlichen Analysen von lokalen Dynamiken andererseits als äußerst hybrid. In methodischer Hinsicht liegen Produktions- und Produktanalyse auf dem Grenzgebiet zwischen den beiden skizzierten Richtungen.

Aber es sollen nicht nur Defizite oder Probleme der aktuellen Forschung aufgezählt und benannt werden, sondern auch Wege aufgezeigt werden, welche

Einsichten mit Produktionsanalysen auf die Veränderungsdimensionen des Fernsehangebots und der Fernsehprogramme möglich sind. Die Beiträge von Tulloch, Kirsch, Iványi, Göttlich und Meckel thematisieren jeweils an verschiedenen Beispielen sowie unter verschiedenen Perspektiven die Veränderungsdimensionen sowie die Einflussfaktoren der aktuellen Fernsehproduktion.

Im Beitrag von James Tulloch steht das implizite Fernsehpublikum, also das Bild, das die an der Produktion der australischen Soap Opera *A COUNTRY PRACTICE* beteiligten Redakteure und Drehbuchautoren bei der Konzeption von Erzählsträngen von ihrem Publikum haben im Mittelpunkt des Interesses. Tulloch geht dabei von einer ethnographischen Beobachtung am Set aus und schildert die im Zuge der Produktion eines Geschichtenverlaufs abgelaufenen Diskurse über das Thema, die Geschehnisse und die dabei deutlich werdenden Annahmen über das Publikum. Diese Analyse von Fernsehproduktion ordnet sich theoretisch der „dritten Generation der Rezeptionsforschung“ zu. Ihr Ziel ist eine umfassende Beschreibung der Medien im Alltag – dazu gehört auch der Produktionsalltag – begleitenden unterschiedlichen Diskurse. Die von Tulloch gewonnenen Einsichten und Ergebnisse geben nicht nur Aufschluss über ansonsten verborgene Entscheidungsprozesse, sondern zeigen gerade, wie die Redakteure die Geschichten und die Figuren an Publikumsvorstellungen orientieren.

Die Daily Soap Produktion ist auch Gegenstand des Beitrages von Gunther Kirsch, der sich mit dem Zusammenspiel der unterschiedlichen an einer Daily Soap beteiligten Produktionsebenen befasst. Im Mittelpunkt steht dabei die deutsche Daily Soap *GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN* die auf ein australisches Vorbild zurückgeht, mit der sich aber auch die Einführung der soap-spezifischen Produktionsweise in Deutschland verbindet. Die deutlich werdende Form der Arbeits- und Produktionsorganisation erlaubt nicht nur einen Einblick in einen rationalisierten Produktionsablauf, sondern macht auch deutlich, welche Veränderungen die Fernsehproduktion mit der Einführung der Daily Soaps durch die Produktionsfirma Grundy/UFA in den neunziger Jahren durchlaufen hat.

Unter einer anderen produktionstheoretischen Perspektive nimmt Nathalie Iványi die Beziehungsshow in den Blick. Ihr theoretischer Zugang ist eine wissenssoziologische Deutungsmusteranalyse und die Fragestellung setzt daran an, welche Voraussetzungen gegeben sein müssen und welche Herausforderungen sich für die Produktion stellen, wenn der Mann und die Frau von der Strasse als Produktionsressource auftreten. Die Produktion wird als eine Praxis betrachtet, in der sich Fragen der Themengestaltung, der Kandidatenprofil-Bestimmung, der Kandidatenrekrutierung und ggf. -schulung bis hin zur Titelgestaltung,

Moderationsausübung und Nachbereitung stellen, für die es Lösungen zu entwickeln gilt. Gefragt wird danach, wie die Mitarbeiter des Produktionsteams aber auch die Kandidaten zur Problembewältigung nicht nur alltagsweltlich, sondern auch institutionell generierte und überformte Deutungs- und Handlungsmuster mobilisieren und die Handlungsprobleme diskursiv definieren, die in der Produktion des Genre eingang finden.

Der Beitrag von Göttlich erweitert diese Perspektive auf den Zusammenhang der Frage, wie die Bereiche der Fernsehproduktion und des gesellschaftlichen und kulturellen Wandels im Falle der neuen Fernsehformate wie zum Beispiel BIG BROTHER und des mit ihnen unterstellten „Einbruchs der Realität“ miteinander vermittelt sind. Das Hauptgewicht der Betrachtung liegt dazu auf dem Zusammenhang von Produktion, Programmierung und Programmmarketing und damit auf den auffälligsten Veränderungen der Fernsehproduktion in den letzten Jahren. Theoretisch schließt er an das von Stuart Hall, Paul du Gay und Richard Johnson formulierte Modell zur Analyse des Kreislaufs der Kultur an. Thematisiert wird die Vermittlung von kultureller Produktion und Produktion der Kultur.

Kennzeichnend für die in den vorangegangenen Fallanalysen behandelten typischen Produktionsbedingungen ist die Netzwerkorganisation, die sich in der Fernsehproduktion vor allem seit den neunziger Jahren immer weiter durchgesetzt hat. Der Beitrag von Windeler, Lutz und Wirth behandelt dazu den Zusammenhang der einzelnen Ebenen innerhalb von Produktionsnetzwerken. Dabei werden die Selektionskriterien der Sender den Selektionskriterien der Produzenten gegenübergestellt und diskutiert, über welche Aushandlungsprozesse sich die Produktion vor allem von Fernsehserien in Projektnetzwerken ergibt. Der Aufsatz aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive erlaubt es die Dimensionen zu bestimmen, denen in einer produktionsorientierten, an den Inhalten interessierten Forschung nachzugehen ist, um das Modell mit aktuellen Beispielen zu überprüfen und Wandlungen auszumachen.

In dem Beitrag von Meckel wird am Beispiel der Nachrichtenproduktion den möglichen Auswirkungen technologischer Veränderungen nachgegangen. Unter der Fragestellung einer Virtualisierung der Fernsehnachrichtenproduktion durch Computertechnologien werden dabei auch Überlegungen zur veränderten Wahrnehmung thematisiert, die als Folge veränderter technischer Produktionsbedingungen gewertet werden können. Deutlich wird, wie diese technologischen Veränderungen gerade auch durch wirtschaftliche Fragen des Programmbetriebs entstehen. Meckel hebt dazu heraus, dass die zunehmende Konkurrenz um Zuschauerakzeptanz und Marktanteile auch für Fernsehnachrichtenanbieter die Notwendigkeit hervorbringt, Programme und Formate auf dem neuesten Stand und damit attraktiv zu halten.

---

Mit diesem Themenheft sind einige der aktuellen Veränderungen der Fernsehproduktion in den neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts bestimmt, denen es gilt, mit der Ausarbeitung inhaltlich umfassenderer Studien und theoretischer Perspektiven vertiefend nachzugehen und diese zu einer kulturwissenschaftlich ausgerichteten Medien- und Kommunikationsforschung fortzuentwickeln.

Udo Göttlich