

Media Industries: Aktuelle Positionen deutschsprachiger Forschung

1. Workshop der AG Medienindustrien der GfM

27. Januar 2017, Universität Rostock (Konzilzimmer, Hauptgebäude, Universitätsplatz 1-5)

PLANUNG

(Stand: 10.1.2017)

11:00-13:00h Kurze Inputvorträge I

Special Editions als Para-Industrien *oder* wie ich lernte mich nicht zu sehr zu sorgen und Mankings-ofs als Quelle zu lieben

Jesko Jockenhövel (Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF)

Die Produktionslogik der *special episodes* in den *sweep´s*

Markus Kügler (Universität Bonn/PH Heidelberg)

Writers‘-Room- und Showrunner-Adaptionen in der deutschen Serienbranche

Florian Krauß (Universität Siegen)

ca. 12.15h Kaffeepause

Lineares Fernsehen vs. Streamingplattformen – Fragen zu Rezeption und Erfolgsparametern von audiovisuellem Content

Marion Jenke (Manager Research, UFA)

Zirkulation im Filmfestivalnetzwerk: methodische Herausforderungen und Vorschläge

Skadi Loist (Universität Rostock)

13:00-14:00h Mittagspause

14:15-15:30h Kurze Inputvorträge II

Monetarisierung mitdenken: Wie das free-to-play Geschäftsmodell kreative Prozesse in der Spiele-Entwicklung ändert

Lies van Roessel (Hans-Bredow-Institut Hamburg)

Hollywood between the lines: Neoliberalismus und Medienindustrieforschung

Alexander Zons (Universität Konstanz)

Wo sind die „Media Industries“ fachpolitisch zu Hause?

Patrick Vonderau (Universität Stockholm)

ca. 15:30h Kaffeepause

16-17:00h Themen AG Medienindustrien

- Online-basierte Bibliografie (Zotero-Gruppe)
- Website?
- GfM-Kommission für gute Arbeit in der Wissenschaft
- Panels/Workshops für GfM-Jahrestagung „Zugänge“, 4.-7. Oktober 2017, FAU Erlangen
- weitere Aktivitäten

18h Dinner

ABSTRACTS

Die Media Industries Studies sind international ein sehr produktives Feld, in dem die klassischen Ansätze der Political Economy mit den neueren Production Studies und Diskussionen um Distributionswege diskutiert werden. Das Feld spannt sich über die verschiedenen Medien Film, Fernsehen, Musik, Games und diskutiert dabei sowohl medial spezifische Produktions- und Vertriebsweisen wie auch das Zusammenspiel und Arbeitsmechanismen über diese Grenzen hinaus. Eine zunehmend globalisierte Welt und weitreichende Medienumbrüche bringen neue Herausforderungen nicht nur für die Kreativen, die Firmen und Medienindustrien, sondern auch für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit sich.

Die noch relativ junge Arbeitsgruppe Medienindustrien der Gesellschaft für Medienwissenschaft möchte durch diesen ersten gemeinsamen Workshop einen konzentrierten Arbeitsraum bieten, wo sich deutschsprachige Forscher*innen zu Medienindustrien austauschen und vernetzen können. Ziel ist dabei die eigenen Forschungsschwerpunkte, Methoden und Ansätze vorzustellen und so Anknüpfungspunkte innerhalb der AG zu schaffen.

Damit der Workshop zu einer Plattform des Austausches wird, sollten die Beiträge die Form von kurzen Impulsreferaten haben und eine Länge von 15 Minuten nicht überschreiten. Rechtzeitig vor der Tagung wird ein Programm mit den Vorträgen erscheinen, um den Teilnehmenden die Fahrtkostenerstattung durch ihre Einrichtung zu ermöglichen. Es wird außerdem genügend Raum sein, um jenseits der inhaltlichen Arbeit auch über strukturelle Themen der AG zu sprechen, sowie beim gemeinsamen Essen ins Gespräch zu kommen.

Jesko Jockenhövel

Special Editions als Para-Industrien oder wie ich lernte mich nicht zu sehr zu sorgen und Makings-ofs als Quelle zu lieben

Caldwell (2013) hat die Zone, in der Zuschauer und Branche miteinander in Kontakt treten, als Para-Industrie bezeichnet. Die Medienindustrie ist dadurch gekennzeichnet, so Caldwell, dass sie textualisiert ist, selbst hermeneutisch agiert und Teil von Kultur. All dies prägt, welche Bedeutungszuschreibungen Medienindustrien über sich formulieren und vermitteln.

Ein Format, in dem dies offensichtlich und offensiv inszeniert wird, sind die Making-ofs zu Film und Fernsehproduktionen, die sich auf zahlreichen Special Editions von Blu-rays und DVDs finden lassen. Hier werden Produktionsprozesse im Detail dargestellt, zunehmend auch solche von Crewmitgliedern „below the line“. Wenn die Schwierigkeiten einer Filmproduktion auch nicht unterschlagen werden, so werden meist, performativ, Erfolgsgeschichten dargestellt, etwa die Überwindung technischer Herausforderungen oder die Betonung des Kunstcharakters des produzierten Werkes. Doch verknüpfen sich hier off-screen Produktion und filmische Texte: beides sind, so Mayer/Banks/Caldwell (2009), „mythologized and branded“. Making-ofs werden zweifellos durch die Medienindustrien genutzt, um „production narratives“ (ebd.) zu generieren.

Meine These ist, und dies soll anhand einiger Beispiele erläutert werden, dass sie deshalb nicht als Quelle ausscheiden müssen, sondern als Teil von „production narratives“ eine wichtige, explorative Quelle bilden können. Diskutiert werden soll im Rahmen des Workshops die Relevanz solcher industrieller Selbstdarstellungen und der Umgang mit ihnen.

Markus Kügle

Die Produktionslogik der *special episodes* in den *sweep's*

Öfter mal was Neues? Die Folge 'Post-Modern Prometheus' (S05E05) von *The X-Files* (created by Chris Carter, FOX 1993–2002; seit 2016) präsentierte sich am 30. November 1997 im Sinne eines radikalen Bruchs mit bestehenden Konventionen der Serie. Zwar nur kurzweilig und vorübergehend - eine Woche später war bei Akte X zur Primetime narrativ wie stilistisch wieder alles beim Alten - doch dafür umso extravaganter. In narrativer Hinsicht hatte es das Fernsehpublikum dabei mit einem *stand-alone-plot* zu tun, welcher entkoppelt war von der verschwörungstheoretischen *story arc* der restlichen 'unheimlichen Fälle des FBI'. Bei 'Der große Mutato', wie der deutsche Titel dieser Episode lautet, drehte es sich inhaltlich um lediglich ein singuläres *monster of the week*. In stilistischer Hinsicht bot sich jener 'Post-Modern Prometheus' in stilvollem Schwarzweiß an, was sowohl als Referenz auf die Universal-Horror der 1930er wie auch auf den Film Noir der 1940er Jahre gelesen werden kann. Dieser Ausbruch aus dem bestehenden System der Serie erfuhr breite Resonanz: von Fernsehkritikern gewürdigt, von beinahe 19 Millionen ZuschauerInnen in den USA gesehen, letztlich auch mehrfach für den Emmy nominiert. Und selbst wenn es für Chris Carter, den Macher der X-Files, welcher sich in dieser Episode auch für die Regie verantwortlich zeichnete, dann doch nicht zum weltweit höchsten Fernsehpreis gereicht hat, herrscht über den hohen künstlerischen Wert dieses post-modernen Prometheus weitgehend Einigkeit.

Ein solches Phänomen ist nicht frei von Ironie, wenn es als Resultat der strengen Produktionslogik der US-amerikanischen Fernsehproduktion betrachtet wird. Denn Spezialfolgen solcherart entspringen weniger den kreativen Geistern ihrer Macher, sondern müssen als erzwungene Ergebnisse angesehen werden. An bestimmten Monaten (Februar, Mai und November) im Jahr, den so genannten *sweep months*, werden im US-amerikanischen Fernsehen die *Nielsen-Ratings* erstellt. Die daraus resultierenden Zahlen können nicht selten für ein sofortiges Absetzen einer Serie sorgen. Aus diesem Grund sind die ausführenden Produzenten und Showrunner dementsprechend angewiesen und unter Druck, zu bestimmten Zeiten im Jahr etwas 'sehr Spezielles' abzuliefern. Und auch wenn nach John T. Caldwell ab den 1980er Jahren mit einem Mal alles im Fernsehen *special* zu sein hat, geht es seitdem immer wieder darum, dass einzelne Folgen ‚spezieller‘ sind. Bei nahezu jeder US-amerikanischen Serie kommt es zu mindestens einer solchen. Dieses so entstandene Spannungsfeld von Kontinuität und Diskontinuität erklärt sich mit Blick auf die Produktionsbedingungen.

Herausgestellt werden kann somit bei den *special episodes* in den *sweep's*, wie markant sich die Produktionslogik bei Fernsehserien in ihre Endergebnisse einschreibt, beziehungsweise ‚mitgefilmt‘ wird - ohne zwangsläufig als schnöder Kommerz erkannt zu werden.

Florian Krauß

Writers‘-Room- und Showrunner-Adaptionen in der deutschen Serienbranche

Der *Showrunner* gilt zumindest in Außendarstellungen und Selbst-Theoretisierungen von Fernsehschaffenden als zentraler Kopf hinter zeitgenössischen fiktionalen Fernseh- und Webserien. Der mitunter auch als *Executive Producer* bezeichnete Hybrid aus Produzent_in und Autor_in ist eng mit dem *Writers‘ Room* verbunden, schließlich leitet und koordiniert er oder sie diesen. Insofern übernimmt der *Showrunner* auch Management-Tätigkeiten (vgl. Mann 2009). Mein Beitrag möchte ergründen, inwiefern die miteinander verwandten Modelle in der gegenwärtigen deutschen Serienbranche Anwendung finden. *Showrunner* und *Writers‘ Room*, so möchte ich behaupten, dienen hier dazu, umfassendere Fragen zu Hierarchien im Produktionsprozess auszuhandeln und werden auf unterschiedliche Weise adaptiert. Auf der Grundlage von Interviews mit „exklusiven Informant_innen“ (Bruun 2016) und teilnehmenden Beobachtungen bei serienspezifischen Branchen-Workshops des Erich Pommer Instituts werde ich entsprechende *Produktionsdiskurse* und *Adaptionen* herausarbeiten. Die bislang analysierten Case Studies – die in den föderalen Strukturen der ARD entstandene Politserie *Die Stadt und die Macht* (vgl. Krauß 2016), die vom ZDF Kleines Fernsehspiel betreute Low-Budget-Produktion *Eichwald, MdB* sowie *Deutschland 83* – weisen darauf hin, dass es entgegen dem diskutierten „dänischen Modell“ (vgl. Redvall 2013) bislang keine zentrale „deutsche Variante“ des *Showrunners* und *Writers‘ Rooms* gibt, sondern vielmehr verschiedene, oft nur temporäre und vorläufige Anwendungen. Der Mangel an einer Systematisierung mag mit den Hindernissen zusammenhängen, die – den Produktionsdiskursen der Serienschaffenden zufolge – einer umfassenderen Praktizierung der entsprechenden kollaborativen Serien-Stoffentwicklung im Wege stehen.

Marion Jenke

Lineares Fernsehen vs. Streamingplattformen – Fragen zu Rezeption und Erfolgsparemtern von audiovisuellem Content

Skadi Loist

Zirkulation im Filmfestivalnetzwerk: methodische Herausforderungen und Vorschläge

Filmfestivals sind ein wichtiger Bestandteil der globalen Filmkultur. Der Großteil der Festivalfilme ist dem Publikum nur im Festivalkontext zugänglich. Festivals stellen aber auch ein eigenes alternatives Distributionsnetzwerk dar, das über gezahlte Filmmieten eine neue Einnahmequelle und eigenes Wertschöpfungsfenster für Arthouse-Film bildet.

In diesem Inputvortrag soll die komplexe Netzwerkstruktur des Filmfestivalcircuit (parallele / Subcircuits und ihre Verknüpfungen mit Produktion, Verkauf, Auswertungsprozessen) kurz vorgestellt werden. Die grundlegenden Forschungsfragen sind 1) wie sich Filme im Filmfesti-

valnetzwerk bewegen (welche Routen werden im Netzwerk eingeschlagen und welche Festivals bilden hier entscheidende Knotenpunkte) und 2) wie Filmfestivals die Verbreitung von Filmen in der globalen Filmkultur beeinflussen (zB. alternatives Distributionsnetzwerk).

Hauptziel des Inputs ist eine Diskussion der methodischen Herausforderungen, v.a. im Form der Datenbeschaffung sowie neue methodische Vorschläge zur Auswertung u.a. mithilfe von Geo-Visualisierungsverfahren.

Lies van Roessel

Monetarisierung mitdenken: Wie das free-to-play Geschäftsmodell kreative Prozesse in der Spiele-Entwicklung ändert

Das sogenannte free-to-play (F2P) oder freemium Monetarisierungsmodell erfreut sich im Games Sektor zunehmender Beliebtheit. Als Free-to-Play bezeichnet man Spiele, die kostenlos heruntergeladen und (zumindest anfangs auch kostenlos) gespielt werden können und sich daraufhin über kostenpflichtige Zusatzangebote innerhalb des Spiels, d.h. Mikrotransaktionen, finanzieren. Vor allem im mobilen Bereich geht der Großteil der Umsätze mittlerweile auf freemium Spiele zurück. Diese Art von Monetarisierung greift tief in das Game Design ein, indem etwa das Spiel so gestaltet werden muss, dass der Spieler an den richtigen Momenten bereit ist zu bezahlen. In meiner Dissertation widme ich mich der Frage, wie das free-to-play Monetarisierungsmodell die kreativen Prozesse in der Spiele-Entwicklung ändert. Somit lässt sich die Arbeit im neuem Forschungsstrang der Game Studies, Game Production Studies, verorten. Die empirische Erhebung erfolgt mittels teilstrukturierter Interviews mit Spiele-Entwicklern und einer Analyse brancheninterner Vorträge.

Alexander Zons

Hollywood between the lines: Neoliberalismus und Medienindustrieforschung

Der Vortrag befasst sich mit der Frage, wie man Hollywood als Medienindustrie sinnvoll studieren kann, insbesondere wie weit es trägt, wenn man dabei das Konzept ‚Neoliberalismus‘ ins Spiel bringt. Einerseits hat die Produktionskultur Hollywoods schon sehr früh Arbeitsformen ausgebildet, die zentrale neoliberale Selbstaussbeutungsmaximen vorwegzunehmen scheinen. Wie lässt sich aber andererseits eine solche These mit den Formen korrelieren, die uns die Maschinerie Hollywoods anbietet? Lässt also sich ein innerer Zusammenhang zwischen Produktionskultur und Produkt etablieren? Eine Auseinandersetzung mit den Produktionen JJ Abrams soll exemplarisch bestimmte Tendenzen aufzeigen.

Patrick Vonderau

Wo sind die „Media Industries“ fachpolitisch zu Hause?