

Ökonomie der Unterhaltungsproduktion

In der Medien- und Kommunikationswissenschaft ist in den vergangenen Jahren das Interesse an der Fernsehunterhaltung gestiegen. Offenbar setzt sich immer mehr die Erkenntnis durch, dass es nicht die journalistischen Inhalte sind, die den Charakter und die Dynamik des Fernsehens ausmachen, sondern eben die Unterhaltung, die zunehmend in die Strukturen eines globalen Fernsehmarktes integriert ist. Das Hauptinteresse der Wissenschaft galt allerdings vor allem den unterhaltenden Angeboten selbst, von denen einige Genres wie Serien, Game-, Reality- und Talkshows gut untersucht sind. Dabei lag der Schwerpunkt auf der Rezeption – vornehmlich aus (sozial-)psychologischer Sicht. Die Produktionsbedingungen von Unterhaltung wurden jedoch bisher „erstaunlich selten untersucht“ (S. 10), so die Herausgeber in ihrer Einleitung. Der vorliegende Band, der teilweise auf eine Ringvorlesung an der Universität Zürich zurückgeht, will da Abhilfe schaffen.

Hier ist leider nicht der Platz, um auf alle 16 Beiträge ausführlich einzugehen. In einem ersten Abschnitt geht es in sechs Beiträgen um die Besonderheiten der Unterhaltung und die Klärung von Begriffen. Dabei beziehen sich nur zwei Beiträge (Altmeyen und Amgarten) auf die Produktion von Unterhaltung im engeren Sinn. In den anderen geht es um kultur- und gesellschaftliche Perspektiven auf Unterhaltung (Neumann-Braun), um eine Operationalisierung von Unterhaltung, die in fiktionale, nonfiktionale, Sport und Fernseh-Publizistik eingeteilt wird (Trebbe), um die Unter-

scheidung von Information und Unterhaltung aus Rezipientenperspektive (Schramm) sowie um die Formate und Genres der Unterhaltung (Hallenberger). In den folgenden beiden Abschnitten stehen dann Entwicklung und Produktion sowie Handel und Rechte im Mittelpunkt der Beiträge. Hier wechseln sich Texte von Wissenschaftlern mit Beiträgen von Praktikern (Biernat, Clevé, Frye und van Doornick/Bodmer) ab, die einen Einblick in die konkrete Berufspraxis geben. In den wissenschaftlichen Beiträgen geht es um die Unterhaltungsproduktion in Netzwerken (Windeler), kreativitätsfördernde Organisationen in der Produktion von Fernsehunterhaltung (Fröhlich), Risikomanagement bei der Produktion fiktionaler Inhalte (von Rimscha), um den internationalen Formathandel (Lantzsich) sowie um Trends im Recht in Bezug auf Unterhaltung (Kübler). In einer abschließenden Synopse geben die Herausgeber einen Ausblick auf künftige Forschungsfelder. Zunächst stellen sie zusammenfassend fest: „Die verschiedenen Beiträge in diesem Sammelband belegen einmal mehr, dass Unterhaltung – trotz aller begrifflichen Schwierigkeiten – am ehesten in Abgrenzung zur Information verstanden wird, auch wenn gerade diese Dichotomie von der Rezeptionsforschung nicht gestützt wird“ (S. 268). Allerdings gibt es typische Merkmale der Produktion von Unterhaltung: „spezifische (organisationale) Akteure, besondere interne und externe Strukturen und Managementprozesse, besondere Orientierungen sowie eine besondere Ausgestaltung vorhandener Institutionen. Diese Faktoren müssen zudem als sich wechselseitig bedingend und

beeinflussend verstanden werden“ (S. 270f.). Abschließend schlagen sie ein Modell für die Untersuchung von Unterhaltungsproduktion vor, das einerseits von der Prozesshaftigkeit der Produktion ausgeht und andererseits die Prozesse auf verschiedenen Ebenen ansiedelt, der der handelnden Individuen, der der Organisation und des Managements und schließlich der des gesellschaftlichen Kontextes. Dabei sollte „der Fokus vom vergleichsweise ausführlich bearbeiteten Einfluss von regulatorischen und technologischen Faktoren auf soziale und historische Einflüsse verschoben werden“ (S. 284). Der Band bietet insgesamt eine anregende Lektüre und gibt einen guten Überblick über den aktuellen Stand der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Beschäftigung mit der Produktion von Unterhaltung im deutschsprachigen Raum. Damit ist ein Anfang gemacht, um das eingangs benannte Defizit der Forschung zu beheben. Das ist umso wichtiger, als die sogenannte Kreativwirtschaft zu einem immer bedeutenderen Wirtschaftsfaktor wird.

Prof. Dr. Lothar Mikos



Gabriele Siebert/Björn von Rimscha (Hrsg.):
Zur Ökonomie der Unterhaltungsproduktion.
Köln 2008: Herbert von Halem Verlag.
290 Seiten mit Abb. u. Tab., 28,50 Euro