

#betweenthelines

Eine häufige Kritik an Making-ofs lautet, dass sie die Sichtbarkeit von Filmarbeit ausgesprochen ungleich verteilen. Personen, die üblicherweise in den Making-of-Interviews zu Wort kommen, können dem *above-the-line*-Sektor zugerechnet werden. Sie gehören zur Leitungsebene einer Filmproduktion; ihnen wird traditionell der Löwenanteil künstlerischer Entscheidungsmacht zugeschrieben. Wer sich dagegen häufig nicht äußern darf und nicht bei seinen Tätigkeiten gefilmt wird, sind Mitarbeiter*innen des *below-the-line*-Sektors, die technische oder handwerkliche Tätigkeiten ausüben. Dazu gehören etwa Script/Continuity, Maske, Kamerabühne (englisch: *grip*) oder Produktionsfahrer*innen.³⁶

Atkinson (2018a, S. 162–163) begreift dieses Missverhältnis als eine Dialektik zwischen »Pseudo-visibility« und »Hyper-invisibility«.³⁷ Pseudo-Sichtbarkeit verweist auf die kontrollierte und kommerzialisierte Darstellung von Filmproduktion, die das Above-the-line-Personal in den Mittelpunkt stellt. Es handelt sich um eine Filmarbeit, die vom Publikum in zahlreichen Dokumentarfilmen, Presseinterviews oder Sachbüchern, aber auch in Ausstellungen oder öffentlichen Performances nachvollzogen werden kann. Hyper-Unsichtbarkeit betrifft diejenigen, deren Arbeit im Zuge dieser Überrepräsentation ausgeblendet wird. Insbesondere handelt es sich um Tätigkeiten, deren Hauptaufgabe darin besteht, verschiedene Aspekte der laufenden Filmproduktion im fertigen Film nicht mehr auftauchen zu lassen:

It is those below-the-line practitioners – those responsible for blending scenery and costume into a holistic, visual, imperceptible *mise en scene*, for hiding cuts, for overseeing production logistics and ensuing continuity, who are masters in the art of disguising and rendering imperceptible their presence and traces of their input. (Ebd., S. 163)

Below-the-line-Mitarbeiter*innen stehen also vor einem Dilemma. Ihre Arbeit ist umso besser, je weniger sie wahrgenommen wird. Damit sind sie »complicit agents in their own erasure« (ebd., S. 168). Die ungleiche Sichtbarkeit von Produktionsarbeit hat schließlich auch Konsequenzen für die Sichtbarkeit von Frauen und Männern in der Filmindustrie. Viele hyper-unsichtbare Berufe, die Atkinson (ebd., S. 165–168) aufzählt, werden eher von Frauen als von Männern ausgeübt.

Was also tun, um invisibilisierter Filmarbeit zu mehr Sichtbarkeit und Anerkennung zu verhelfen? Arbeiten aus dem Feld der Production Studies verfolgen häufig den

36 *Above-* und *below-the-line* bezieht sich auf eine US-amerikanische Praxis in der Kostenaufstellung von Produktionsbudgets. Individuell ausgehandelte Gagen für die *executives* in Managementpositionen und alle »kreativ« tätigen Mitarbeiter*innen werden in der Budgetplanung ganz oben, tariflich vereinbarte Stundensätze für die technischen Gewerke weiter unten aufgelistet. Zur *above-the-line/below-the-line*-Unterscheidung siehe ausführlich Banks (2009, S. 89–90).

37 Ähnlich hatte schon Comolli, den Atkinson hier nicht zitiert, einen »*visible* part of the technology of cinema« (1980, S. 125, Herv. i. O.), etwa die Kamera, die Dreharbeiten und die Filmcrew, von einem »*invisible* part« (ebd., Herv. i. O.) unterschieden, wozu er auch die Vorgänge im Labor und weitere Arbeiten der Postproduktion rechnet.

Anspruch, hyper-unsichtbare Filmarbeit wieder sichtbar zu machen und als komplexe, eigenständige Produktionskulturen ernst zu nehmen (Banks 2009; Mayer 2011). Die Autor*innen adressieren Hierarchien, Machtgefälle und prekäre Arbeitsbedingungen, die mit der Unsichtbarkeit bestimmter Tätigkeitsfelder häufig einhergehen. Die Forschungsarbeiten bilden so ein Gegengewicht zu Repräsentationspolitiken, die »Pseudo-visibility« und »Hyper-invisibility« immer weiter fortschreiben. Entsprechende Produktionsstudien stehen den Darstellungsangeboten typischer Making-ofs deshalb eher kritisch gegenüber.

Atkinson (2018a, S. 172) schätzt audiovisuelle Formen wie das Making-of dagegen nicht per se als problematisch ein. Sie gesteht dem Making-of zu, auch Gegendarstellungen zur üblichen Repräsentation von Filmproduktion hervorbringen zu können. Sie nennt hier insbesondere Haskell Wexlers Dokumentarfilm *WHO NEEDS SLEEP* (2006), der die unzumutbaren Arbeitszeiten in der US-amerikanischen Filmindustrie kritisch beleuchtet, angestoßen durch den Unfalltod eines übermüdeten Kameramanns nach einem 19-Stunden-Drehtag für *PLEASANTVILLE* (1998, Gary Ross). Auch Social-Media-Plattformen sind nach Atkinson (ebd., S. 172–174) eine Möglichkeit, um auf unsichtbare Produktionstätigkeiten oder Missstände in der Film- und Fernsehindustrie aufmerksam zu machen. Sie erwähnt Protestkampagnen, die mit Fotos von Filmklappen oder Green-Screen-Ganzkörperanzügen gezielt an populäre Bildkomplexe zu Filmproduktion andocken, um die Reichweite der geäußerten Kritik zu erhöhen. Auch abseits von konkreten Protesten bieten Social-Media-Plattformen verschiedene Möglichkeiten für Below-the-line-Gewerke, Gruppenidentitäten zu artikulieren, insbesondere über wellenförmig zirkulierende Memes (Goriunova 2013). Facebook-Gruppen und Instagram-Seiten wie die »Movie Set Memes« sind voll mit Beiträgen über die Qualität des Set-Caterings (»crafty«), hochwertige »Cinematography« versus minderwertige »Videography«, oder den angeblich exorbitanten Zigaretten- und Energy-Drink-Konsum der Grip-Crew.³⁸

Das Making-of als filmische Form taucht in diesen Konstellationen dort wieder auf, wo Angehörige bestimmter Filmarbeitsfelder ihre individuellen Produktionstätigkeiten auf eigenen Social-Media-Accounts, Blogs oder Internetseiten dokumentieren. Wie Myles McNutt (2017) argumentiert, lassen sich solche Internetpräsenzen mitunter als Aushandlungen zwischen den Feldern below- und above-the-line verstehen. Als Beispiel dient ihm der Komponist Bear McCreary, der unter anderem Musik für die Serien *BATTLESTAR GALACTICA* (2004–2009, Ronald D. Moore), *MARVEL'S AGENTS OF S.H.I.E.L.D.* (2013–2020, Jed Whedon/Maurissa Tancharoen/Jeffrey Bell) und jüngst *THE LORD OF THE RINGS: THE RINGS OF POWER* (2022–, J. D. Payne/Patrick McKay) komponierte.

McNutt betrachtet McCreary prinzipiell als Below-the-line-Künstler. Auch wenn McCreary zweifellos einer kreativen Beschäftigung im herkömmlichen Sinne nachgeht, al-

38 Beschwerden über unlautere Arbeitsbedingungen bleiben in Facebook-Gruppen wie den »Movie Set Memes« eher allgemein. Die von Atkinson beschriebene Kritik findet sich häufig nur anonymisiert – jüngst etwa bei den Erfahrungsberichten auf dem Instagram-Account »IATSE Stories«, der während der Auseinandersetzung zwischen der International Alliance of Theatrical Stage Employees (IATSE) und der Alliance of Motion Picture and Television Producers (AMPTP) im Spätsommer 2021 entstand. Zum Konflikt, der sich vor allem an den Arbeitszeiten im wiederaufgenommenen Produktionsbetrieb nach der Covid-19-Zwangspause entzündete, siehe Sakoui (2021).

so keine Schweinwerfer über ein Set bugsiert oder hinter dem Steuer eines Produktions-LKWs sitzt, wird Musik für Fernsehserien laut McNutt (ebd., S. 80) oft nicht als wichtiger, kreativer Beitrag wahrgenommen. McCrearys Arbeit wird also, wie Atkinson sagen würde, tendenziell unsichtbar gemacht. Durch den Aufbau einer reichweitenstarken Onlinepräsenz kämpft sich McCreary in der öffentlichen Wahrnehmung nun schrittweise in einen Bereich vor, den McNutt als »between the lines« bezeichnet. Es handelt sich um eine fragile Zone zwischen den Arbeitswelten above- und below-the-line, die sich für Beschäftigte in der Fernseh- und Serienindustrie eröffnen kann, sofern es ihnen gelingt, sich erfolgreich in die Onlineinteraktionen von Fans rund um die jeweilige Serie einzuschreiben. McCreary hat genau das erreicht. Über eigene Twitter-, Facebook- und YouTube-Accounts sowie einen persönlichen Blog konnte er sich aus dem existierenden Pool von Fans der Serien, an denen er als Komponist beteiligt war, eine solide eigene *fanbase* aufbauen. Diese Anhängerschaft wird für ihn zu einer »commodifiable property« (ebd., S. 88), die ihm weitere Serienengagements, Auftritte auf der Comic-Con oder ein selbst-ironisches DVD-Making-of unter dem Titel *INSIDE THE SECRETS OF THE BEHIND THE MAKING OF THE MUSIC OF »BATTLESTAR GALACTICA«: REVEALED* (2009, Matthew Gilna) beschert.

McNutt betont, dass McCreary trotz solcher Anstrengungen nicht automatisch in eine Position above-the-line aufsteigt. Sein Status bleibt unsicher, weil eine starke Präsenz in sozialen Netzwerken noch keine lukrativen Folgeprojekte garantiert (ebd., S. 89–90). Fortwährend muss McCreary kreative (und finanzielle) Energie in seine Onlineaktivitäten investieren, um seinen Selbstentwurf als bekannter Komponist für Film- und TV-Serien-Musik mit großer Fangemeinde weiter zu festigen. McCreary baut seine Onlinepersona auf diese Weise zu einer wiedererkennbaren Marke aus. Das verbindet ihn mit anderen »Influencer*innen« (Dörre 2022, S. 327), wobei seine Onlineanstrengungen immer auf weitere Engagements als Film- und TV-Komponist ausgerichtet bleiben. In diesem Sinne arbeitet McCreary gleich doppelt: Er komponiert Musik *und* generiert Inhalte für seine eigenen Onlinekanäle.

»Between-the-line«-Figuren wie McCreary bringen durch ihre Onlineaktivitäten weiteres Produktionswissen über Herstellungsvorgänge in der Film- und Medienindustrie in Umlauf. McCreary versieht seine Homepage mit zahlreichen Videos, die ihn in unterschiedlichen Arbeitskontexten zeigen: McCreary am Klavier, McCreary am Dirigentenpult, McCreary im Tonstudio, McCreary im Proberaum.³⁹ Selten steht er tatsächlich an einem Filmset; seine Produktionsarbeit findet in anderen Räumen und anderen sozialen Konstellationen statt. Das gilt zum Beispiel auch für die Geräuschemacherin Sanaa Kelley, die Foley-Soundeffekte für die Serien *DEAR WHITE PEOPLE* (2017–2021, Yvette Lee Bowser) und *RIVERDALE* (2017–, Roberto Aguirre-Sacasa) sowie für einzelne Spielfilme produzierte. Kelley betreibt mit einem Instagram- und TikTok-Auftritt zwei populäre Social-Media-Accounts für Tongestaltung. An ihren Videos lässt sich gut nachvollziehen, wie Produktion auch durch weniger bekannte Filmpraktiker*innen in Online-Making-ofs als eine Performance in Szene gesetzt wird.

39 Siehe <https://bearmccreary.com/bears-blog/> [letzter Zugriff: 02.01.2024].

Kelley veröffentlicht seit August 2019 Fotos und kurze Videos auf einem Instagram-Kanal, der nach ihrem Tonstudio Reel Foley Sound benannt ist.⁴⁰ Zunächst postete sie in unregelmäßigen Abständen vor allem Ansichten der Studioräume und ihrer Mitarbeiter*innen. Ab Dezember 2020 entwickelte sich daraus ein standardisiertes Format, als Kelley begann, auch einen eigenen TikTok-Account mit kurzen Videos ihrer Arbeit zu bespielen.⁴¹ Die Clips im smartphone-freundlichen Vertikalformat zeigen sie in ihren Studioräumen bei der Aufnahme von einzelnen Soundeffekten. Kelley schaut meistens konzentriert ins Off, mutmaßlich auf einen großen Vorschaumonitor, auf dem die zu vertonende Szene läuft, und erzeugt mit Händen, Füßen und allerlei Objekten, Flüssigkeiten und Bodenbelägen unterschiedliche Geräusche, die von einem fest installierten Mikrofon aufgenommen werden.

Frühere Making-ofs führten Produktionsprozesse vor, die von den Zuschauer*innen nicht selbst nachgestellt werden konnten. Kelleys Onlinevideos nähern sich dagegen häufig der Form eines Tutorials an. Solche Anleitungsvideos gehören heute zu den reichweitenstärksten Onlinevideoformaten, insbesondere auf der Videoplattform YouTube (Spengler 2021). Die Geräusche in Kelleys Kurzvideo sind mit einfachen Haushaltsgegenständen leicht nachzumachen, auch wenn sie ihre genaue Arbeitsweise selten erklärt, und insbesondere den Prozess der Tonaufnahme in der Regel unkommentiert lässt.

Zu den einfachen, leicht nachzuahmenden Geräuschen in Kelleys Social-Media-Kanälen gehören Schritte mit verschiedenen Schuhen auf wechselnden Untergründen. Die Geräusche sind so simpel wie unspektakulär: Wenn eine Figur in einer Film- oder Serienszene läuft, muss Kelley mit passendem Schuhwerk in ihrem Tonstudio auf der Stelle laufen. Die offenkundigen Standardgeräusche wechseln sich in ihren Videos mit ungewöhnlichen und einfallsreichen Soundeffekten ab. Um die Geräusche krabbelnder Kakerlaken zu imitieren, streicht Kelley zum Beispiel über einen Tannenzapfen. Für Klänge eines fahrenden Zugs rüttelt sie an einer alten Tellerwaage; ein Schwall Erbrochenes wird mit einer nassen Nylonstrumpfhose hörbar gemacht. Die Videos übernehmen damit auch Enthüllungsgesten traditioneller Making-ofs, die Verblüffung und Erstaunen bei ihrem Publikum provozieren wollen, wenn bestimmte Filmszenen mit besonders unerwarteten oder ausgeklügelten Methoden umgesetzt werden.

Kelley spiegelt die erhofften Reaktionen ihrer Zuschauer*innen: Sie freut sich, gerade bei ungewöhnlichen Geräuschen, wenn eine Tonaufnahme geglückt ist. Ihr Account propagiert damit eine Idee von »creative work as pleasurable« (Strandvad 2010, S. 12). Kelleys Videos stellen diese Kreativarbeit gleichzeitig, plattformtypisch, als »aspirational« (Leaver/Highfield/Abidin 2020, S. 72) aus. Die Videos suggerieren, dass es sich beim Geräuschemachen um eine begehrens-werte, abwechslungsreiche Berufstätigkeit handelt. In welchem Job, fragt Kelley in ironischen Texteinblendungen, würde man sonst fürs Auf-und-ab-Gehen bezahlt, oder dürfte alte Computerbildschirme auf dem Fußboden zertrümmern?⁴²

In der Repräsentationslogik von Kelleys TikTok- und Instagram-Account treten also sehr bestimmte Aspekte ihrer Arbeit in den Vordergrund (der kreative Aufnahmemo-

40 Siehe https://www.instagram.com/reel_foley_sound/ [letzter Zugriff: 02.01.2024].

41 Siehe <https://www.tiktok.com/@reelfoleysound?lang=de-DE> [letzter Zugriff: 02.01.2024].

42 Siehe Kelleys Video-Posts vom 02.09.2022 und 02.12.2022.

ment im Tonstudio), während andere im Hintergrund verbleiben (Nachbearbeitung und Tonmischung, aber auch: Meetings, Vertragsabschlüsse, Buchhaltung). Diese Schwerpunktsetzung wird dadurch weiter unterstützt, dass Kelley ihre Arbeit vor allem in Videos statt in Fotos festhält. Das Videoformat ist für Kelleys Arbeitsdarstellung besonders praktikabel. Die erzeugten Geräusche sind auf der Videotonspur tatsächlich zu hören; Plattform-User*innen können das klangliche Ergebnis ihrer Arbeit also unmittelbar nachvollziehen. Außerdem betonen die Videos, dass die Geräusche immer aus dynamischen Aktivitäten resultieren. *Foley creation* ist körperliche Arbeit: Immer *machen* Kelley und ihre Mitarbeiter*innen in den Instagram- und TikTok-Videos irgendetwas, häufig auch mit den eigenen Körpern, und sind dabei immer in ähnlichen Tonstudiosettings zu sehen.

Kelley entwickelt auf diese Weise ein stabiles, eigenes Format für ihre Plattforminhalte. Ihre Videos folgen einem erkennbaren ästhetischen *template*⁴³, das durch neue Uploads immer weiter verfestigt wird. Zwei Aspekte dieses *templates* sind besonders bemerkenswert, weil sie an dem Erscheinungsbild von Filmproduktion als Performance auf Social-Media-Plattformen wesentlich mitarbeiten. Erstens spielen die Film- oder Serienepisodenszenen, die Kelley nachvertont, in ihren Videos nur eine untergeordnete Rolle, so wie dies bereits bei den oben beschriebenen Produktionsperformances von Filmequipment der Fall war. Im Vordergrund steht bei Kelley das einzelne Geräusch, auch wenn seine Bindung an eine Filmszene durch Kelleys Versuche unterstrichen wird, die Geräusche möglichst exakt mit der jeweiligen Szene zu synchronisieren.⁴⁴ Nur in wenigen Fällen ist klar, für welche konkreten Filme oder Serien Kelley gerade Geräusche aufnimmt. Die Folge ist, dass die dokumentierten Aktivitäten nicht über ihren Bezug zu einem Film (oder zu einer Serie, zu einem Kurzfilm etc.) zu einer ›Produktion‹ vereinheitlicht werden, sondern über die Geräuschemacherin Kelley selbst. Sie ist es als Person, die innerhalb der Uploads thematische Kohärenz stiftet. Deshalb gibt es in ihren Accounts auch nicht das *eine* Instagram- oder TikTok-Video, das für sich genommen als Produktionsansicht für einen Film- oder Serienausschnitt relevant wäre. Die Videos bewegen sich immer im Kontext von weiteren, ähnlich gestalteten Clips – zuvorderst auf Kelleys eigenen Accounts, aber auch von anderen Videos anderer Foley Artists.⁴⁵ Für Kelleys Videos gilt also, was Nadav Hochman (2014, S. 6) schon für unbewegte Bilder auf Social-Media-Plattformen festgestellt hat: Das (bewegte oder unbewegte) Bild ist immer

43 Zur Bedeutung von *templates* für Instagram siehe Leaver/Highfield/Abidin (2020, S. 205–211, 214). Die wiedererkennbaren Schablonen unterscheiden Kelleys Videos von den Social-Media-Auftritten anderer Filmpraktiker*innen, die ebenfalls in einer Grauzone zwischen Below- und Above-the-line-Arbeitswelten agieren. Beispiele wären der Stuntman Daniel Stevens (Instagram: @danielstevens1), der Kameramann Junior Lucano (Instagram: @lucanojr) oder der Kameramann und Helikopterpilot Frédéric North (Instagram: @fred_north).

44 Foley-Sounds werden nach Möglichkeit synchron zu einer abgespielten Szene erzeugt und aufgenommen, um den Aufwand einer späteren Anpassung der Tonspur ans Bild möglichst gering zu halten.

45 Ein Beispiel sind die Social-Media-Videos von Stefan Fraticelli, der Foley-Geräusche u.a. für EVERYTHING EVERYWHERE ALL AT ONCE (2022, Daniel Kwan/Daniel Scheinert) und die Netflix-Serie WEDNESDAY (2022, Alfred Gough/Miles Millar) produzierte. Fraticelli veröffentlicht kurze Videos seiner Arbeit auf YouTube und Instagram unter dem Account-Namen »oddiostudio«.

im Verbund mit weiteren Bildern zu denken. Es erzeugt Relevanz gerade als *Menge* von Bildern, nicht als einzelnes Artefakt. Making-of steht bei Kelley immer im Plural.

Zweitens schließen Kelleys Making-of-Videoserien an eine spezifische Zeiterfahrung von Webportalen und Social-Media-Plattformen an. Tara McPherson (2006) weist bereits in den 2000er-Jahren darauf hin, dass eine zentrale Erfahrung des Internets in seiner scheinbaren *liveness* besteht. Das Internet habe diesen Livecharakter vom Fernsehen geerbt, aber insofern weiterentwickelt, als Internet-User*innen sich nun individuell durch Websites, Webportale und Suchmaschinen bewegen und dabei auf Inhalte stoßen, die ihnen »in Echtzeit« präsentiert werden. McPherson unterstreicht, dass es hier um eine übergeordnete Erfahrung von Instantanität geht. Webinhalte könnten bereits einige Stunden alt sein, wenn sie eine Internet-Userin aufruft, trotzdem bleibe ein Eindruck von zeitlicher Unmittelbarkeit erhalten (ebd., S. 201–202).

Hochman (2014) entwickelt ähnliche Überlegungen zu Bildern auf Social-Media-Plattformen. Solche Plattformen basieren, so Hochman, weniger auf einer statischen Datenbanklogik, sondern vielmehr auf einem dynamischen »Daten-Stream«. Dieser Datenstrom führe dazu, dass User*innen auf Social-Media-Plattformen ständig mit unterschiedlich kombinierten Zeitebenen konfrontiert werden (ebd., S. 2–4). Plattform-Inhalte sind nach Hochman zusammenströmende, sich ständig neu formierende Videos und Bilder, die teilweise vor einigen Sekunden, Minuten, Stunden oder Tagen gepostet wurden. Gleichzeitig fangen die Bilder und Videos auch selbst unterschiedliche Zeitebenen ein, etwa wenn es sich um aktuelle Nachrichten, historische Bilder oder Videos eines (möglicherweise bereits vergangenen) Livestreams handelt. Hochman beschreibt, wie sich diese unterschiedlichen temporalen Ordnungen zu einer Art übergeordneten Gegenwart vereinigen, wenn die geposteten Bilder durch *social media aggregators* von unterschiedlichen Plattformen abgefischt und als größere Bildmengen visualisiert werden. Es entsteht ein Mosaik unterschiedlich skalierbarer Zeitfragmente, die als massenhafte Anhäufung »presentifying« (ebd., S. 8), also »gegenwärtigend«, wirken.

Hochman geht nicht explizit auf den »Feed«, die listenartige Darstellung neuer Videos und Bilder auf Social-Media-Startseiten, ein. Seine Beobachtungen sind jedoch auch hier zutreffend: Ein Feed wirkt ebenfalls »presentifying«, denn er bietet einen kuratierten Ausschnitt des unablässigen Datenstroms, der sich ständig aktualisiert. Frosh (2019, S. 85) weist deshalb, ähnlich wie McPherson am Beispiel früher Webportale, auf Parallelen zwischen der Zeiterfahrung in Social-Media-Feeds und dem klassischen Rundfunk hin. Der Feed läuft scheinbar in »real time« weiter, auch wenn ein*e User*in nicht online ist, ähnlich wie das Radio- und Fernsehprogramm auch dann weiterläuft, wenn die eigenen Empfangsgeräte gerade nicht eingeschaltet sind. Im Unterschied zu Radio und Fernsehen baut sich im Social-Media-Feed aber keine uniforme Rezeptionszeit auf, bei der alle Zuhörer*innen und Zuschauer*innen zeitgleich dasselbe hören und dasselbe sehen. Ein Feed produziert laut Frosh vielmehr eine »socially differentiated experience of common time attuned to the characteristics of one's personal network and its algorithmic manifestations« (ebd., Herv. i. O.). Ein Feed stellt sich also unterschiedlich zusammen, je nachdem, welche Accounts abonniert und welche Likes verteilt wurden, und auf welche zusätzlichen Nutzungsdaten der Plattformalgorithmus zugreifen kann.

Was heißt das für Kelleys Making-of-Videos aus ihrem Foley-Studio? Wenn User*innen ein Kelley-Video in ihrem Instagram- oder TikTok-Feed sehen, dann ist der kurze

Clip in die Gegenwärtigkeit des Feeds eingebunden. Das Video erscheint als Einblick in das, woran die Geräuschemacherin Kelley gerade arbeitet. Dieses ›gerade‹ ist ein dehnbare Begriff – das Video und die darin festgehaltenen Tätigkeiten könnten durchaus schon viele Stunden, Tage oder Monate alt sein –, aber das Video stellt seinen Aufzeichnungscharakter weitgehend zurück. Stattdessen richtet sich die gesamte Kommunikation des Videos – Kelleys gelegentliche, verbale Adressierung der Zuschauer*innen, die Texteinblendungen, die Interaktionsaufforderungen – an den Rezeptionsaugenblick des Videos in einem Plattform-Feed. Die Clips erzeugen dadurch ein Gefühl des zeitlichen Miterlebens, einer gemeinschaftlich geteilten Gegenwart von Plattform-User*innen und Geräuschemacherin Kelley, auch wenn es sich um keine Liveübertragung handelt. Die Produktion, die Kelley in ihren Videos vorführt, schmiegt sich an den Rezeptionszeitpunkt der Plattform-User*innen an.

Zu diesem Gegenwärtigkeitseffekt der Online-Making-of-Videos trägt zuletzt auch die Tatsache bei, dass die Clips, wie gesagt, den jeweiligen Film oder die Serienepisode kaum abbilden – schon gar nicht als fertig vertonten und abgemischten Filmausschnitt. Kelleys Variante des Online-Making-of thematisiert also keine zeitliche Distanz zwischen einem Film und seiner eigenen Produktion. Der temporale Abstand spielt keine Rolle; das Making-of ist hier völlig auf der Seite der sich momentan vollziehenden Produktion angesiedelt. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass gerade Below-the-line- oder »between-the-line«-Filmpraktiker*innen wie Kelley mit eigenen Social-Media-Videos für eine starke Betonung von Produktion als gegenwärtiger Performance sorgen. Personen wie Kelley verfügen in der Regel nicht über die fertigen Filme (oder Serien, Videos etc.), um mit ihnen eine retrospektive Produktionserzählung zu konstruieren. Ihr Augenmerk richtet sich primär auf eine Aufzeichnung der eigenen Tätigkeiten in ihrem momentanen Vollzug.

Plattform-User*innen können Produktion auf diese Weise als mediatisierte Performance miterleben, obwohl sie nicht selbst in Kelleys Tonstudio anwesend sind. Unter bestimmten Umständen können Plattform-User*innen aber auch tatsächlich bei real stattfindenden Filmproduktionen dabei sein, und ihre Eindrücke durch Texte, Fotos und selbstgedrehte Videos mit anderen User*innen teilen. Nicht nur »Between-the-lines«-Filmpraktiker*innen wie Sanaa Kelley filmen sich selbst bei ihrer Arbeit – auch Filmcrews werden bei ihrer Arbeit gefilmt, wenn Filmproduktion in öffentlich zugänglichen Räumen stattfindet. Um diese Art des Dabeiseins und ihrer Mediatisierung durch Online-Making-ofs soll es im Folgenden gehen.

Dabeisein und mitfilmen

Der Fernsehdokumentarfilm HOLLYWOOD: THE GOLDEN YEARS* (1961, David L. Wolper) enthält eine bemerkenswerte, historische Filmaufnahme. Sie zeigt eine Tribüne, auf der Schaulustige für 0,25\$ Eintrittsgeld die Dreharbeiten auf einem Filmstudiogelände mitverfolgen dürfen (TC 00:05:20). Es könnte sich hier um ein besonderes Angebot der Universal Studios in den späten 1910er- und frühen 1920er-Jahren handeln, werbewirksam mit aufwendigen Kamerakranaufnahmen in Szene gesetzt (Blackwood 2018, S. 519–520).