

der Informationen über filmische Produktionsvorgänge übernommen werden. Teilweise wird es auch als Beispiel genannt, um übergreifende ästhetische Ausdehnungen des Films zu veranschaulichen – so etwa bei Nicholas Rombes (2009, S. 62–63, 94–95, 98), bei Francesco Casetti (2015, S. 101) oder bei André Gaudreault und Philippe Marion (2015, S. 99–100, 178). Selten wird das Making-of dagegen als Gegenstand eigenen Rechts untersucht. Es wird primär als Informationslieferant behandelt, oder kursorisch als eine Form neben vielen anderen erwähnt, die zu Entgrenzungen des Mediums Film beitragen.

Ich gehe davon aus, dass die intuitive Zuordnung des Making-of zum Post-Cinema richtig ist. Seine dynamische Verbreitung und wachsende Sichtbarkeit haben offenkundig etwas mit der Lage des Films und des bewegten Bildes im frühen 21. Jahrhundert zu tun. Das Untersuchungsziel der vorliegenden Studie kann deshalb in zwei Richtungen konkretisiert werden. Zum einen möchte ich nachzeichnen, welche Varianten des Making-of in den letzten 20 bis 30 Jahren entstanden sind. Die Studie soll aufzeigen, in welchen Kontexten das Making-of in diesem Zeitraum in Erscheinung tritt, welche Gestaltungsformen es dabei annimmt, und in welchem Verhältnis es zu den jeweiligen Filmen steht, deren Hervorbringung es dokumentiert. Zum anderen möchte ich herausarbeiten, welche Repräsentationen von Filmproduktion diese Making-ofs transportieren. Das vermehrte Aufkommen des Making-of weist darauf hin, dass das Phänomen Filmproduktion heute, unter digitalen Bedingungen, einen größeren Stellenwert für sich beansprucht. Die gegenwärtige Film- und Medienkultur ist deshalb zu nicht unerheblichen Teilen eine *Kultur des Making-of*. Die Studie versucht, diese Situation besser zu verstehen und einzuordnen. Es soll im Folgenden also nicht darum gehen, das Making-of noch einmal als bloßen Paratext oder als Werbeinstrument zu untersuchen. Vielmehr plädiere ich dafür, es als einen komplexen, voraussetzungsreichen Gegenstand zu begreifen, der eng mit der Ästhetik des Films im Post-Cinema verflochten ist.

Zum Begriff (Film-)Produktion

Rodowick und Aumont erwähnen Making-ofs, weil sie sich für Filmproduktionsverfahren interessieren. Das Making-of macht solche Verfahren zu seinem hauptsächlichen Inhalt. Es generiert ein Wissen über diese Verfahren; es vermittelt sie in bewegten Bildern an seine Zuschauer*innen. Die dokumentarische Betrachtung von Filmproduktion gehört, so gesehen, zu seinem Kerngeschäft. Doch: Was heißt das genau? Was ist gemeint, wenn davon die Rede ist, dass ein Making-of die *Produktion* eines Films dokumentiert?

Unter ›Produktion‹ lassen sich dem Alltagsverständnis nach unterschiedliche Tätigkeiten und Vorgänge bündeln, die etwas mit dem ›Machen‹ eines Films zu tun haben. Dafür heute den Ausdruck ›Produktion‹ zu verwenden, ist aber nicht selbstverständlich. Der Begriff lässt sich bis zur altgriechischen *poiesis* zurückverfolgen, die wahlweise als göttliche Schöpfung, als natürliche Wirkung oder Erzeugung, als menschliche Handwerkstätigkeit oder auch als Dichtkunst übersetzt werden kann. Rüdiger Zill (2003) rekonstruiert, wie sich der Begriff, ausgehend von der lateinischen Übertragung *producere*, über verschiedene historische Stationen als Fremdwort im Französischen, Englischen und Deutschen eingebürgert hat. Dabei kann Zill nachweisen, dass ›Produktion‹ im Sin-

ne von »etwas erzeugen« und »etwas künstlich hervorbringen« erst ab dem 18. Jahrhundert verwendet wird. Und es dauert ein weiteres Jahrhundert, bis der Begriff seine heutigen Konturen annimmt. Es ist die romantische Kunstphilosophie des frühen 19. Jahrhunderts, welche die schöpferische Tätigkeit von Künstler*innen verstärkt als eine »Produktion« bezeichnet. Parallel beginnen ökonomische Theorien, den Begriff nicht mehr nur für landwirtschaftliche Erzeugung, sondern auch für industrielle Fabrikation zu verwenden (ebd., S. 60–68; Breyer 2019). Zur Produktion wird jeweils auch ein begrifflicher Gegenpart entworfen. Die Kunstphilosophie stellt, etwa bei Friedrich Schleiermacher (2021 [1819]), der Produktion eine *Rezeption* gegenüber.⁶ Karl Marx (2006 [1857/58]) setzt die ökonomische Produktion in ein enges Wechselverhältnis zur *Konsumtion*.

Die heute übliche Dreiteilung Produktion–Werk/Produkt–Rezeption/Konsum ist also ein ideengeschichtliches Erbe des 19. Jahrhunderts. Sie findet auch im Bereich des Films Anwendung. Ein Film wird hergestellt, dadurch entsteht ein Werk, dieses Werk wird anschließend von einem Publikum rezipiert. Speziell für den Film lassen sich die Verbindungen zwischen den drei Ebenen noch weiter präzisieren. Die Filmökonomie unterscheidet zwischen der Produktion eines Films, seiner Distribution und seiner *exhibition*, also z.B. seiner Vorführung in einem Kino.⁷ Produktion, Distribution und Vorführung bezeichnen demnach einzelne Etappen, die ein Film klassischerweise durchläuft, um zu einem Publikum zu gelangen. Mit einer weiteren Dreiteilung lässt sich darüber hinaus noch die erste Etappe, die Filmproduktion, weiter aufschlüsseln. Unterschieden werden kann hier zwischen der Vorproduktion bzw. *pre-production*, die alle Konzeptions- und Planungsschritte vor den Dreharbeiten umfasst, den eigentlichen Dreharbeiten (im Englischen: *principal photography*), sowie der Postproduktion, also der nachträglichen Weiterverarbeitung der Aufnahmen im Schnitt, in der Farbkorrektur, in der Tonmischung, durch die Hinzufügung visueller Effekte etc. (Kuhn/Westwell 2012, S. 325, 327–328).

Das Making-of kann prinzipiell alle drei Ebenen in den Blick nehmen, wenn es die Entstehung eines Films nachzeichnet. Genau dieses Nachverfolgen von Filmproduktion bringt dem Making-of aber auch Kritik ein – besonders von denjenigen, die selbst in der Film- und Fernsehproduktion arbeiten. Sein heimliches Ziel, so der Vorwurf, sei gar nicht die transparente Darstellung realer Produktionsprozesse, sondern Werbung, positive PR und eine plumpe Verlängerung der filmischen Wertschöpfungskette. Der Stop-Motion-Animator Bernhard Schmitt drückt diese Vorbehalte folgendermaßen aus: »Making-ofs [zu Animationsfilmen] haben in etwa so viel mit einer realen Filmproduktion zu tun wie ein Schweizer Bergbauer mit der Herstellung von Ricola-Hustenbonbons.«⁸

Ähnliche Vorbehalte finden sich auch in der akademischen Forschung zu Film- und Fernsehproduktion. Hier genießt das Making-of ebenfalls einen eher zweifelhaften Ruf.

6 Schleiermacher verwendet dafür den Ausdruck »Receptivität«, die er grundsätzlich passiver als die »Productivität« konzipiert und stellenweise auch mit wissenschaftlichem Erkenntnisgewinn assoziiert. »Productivität« verortet er dagegen vollständig auf der Seite der Kunst (Schleiermacher 2021 [1819]; Zill 2003, S. 62–63).

7 Siehe hierzu, am Beispiel der US-Filmindustrie, Wasko (2003).

8 So Schmitt auf der Tagung »In Wirklichkeit Animation« an der Fachhochschule St. Pölten vom 26. bis 28.11.2018. Ich danke Bernhard Schmitt für seine Erlaubnis, das Zitat zu verwenden.

John Thornton Caldwell (2008, S. 287–290) unterstellt gängigen Film- und Fernseh-Making-ofs gar die Verschleierung eines »inzestuösen« Nutznießertums. Anhand eines TV-Making-of zu *X-FILES: THE MOVIE* (1998, Rob S. Bauman) weist er nach, wie fast alle Prominenten, die im Making-of als Fans der Serie interviewt werden, finanziell von dem besprochenen *X-FILES*-Spielfilm profitieren.

Caldwells Making-of-Kritik stammt aus seiner Studie *Production Culture*. Darin setzt er sich mit US-amerikanischer Film- und Fernsehproduktion der 1990er- und frühen 2000er-Jahre auseinander. Interessanterweise können Caldwell's methodischen Prämissen aber auch zum Anlass genommen werden, den Vorwurf der ideologischen Verschleierung von realen Produktionsverhältnissen selbst einer kritischen Prüfung zu unterziehen. Caldwell liefert stichhaltige Argumente, um seine eigene, drastische Kritik am Making-of ein Stück weit abzumildern.

Der Clou von Caldwell's Forschung besteht darin, Film- und Fernsehproduktion nicht nur mit makroökonomischen Erhebungen, Interviews oder ethnografischen Beobachtungen zu untersuchen. Caldwell analysiert gezielt auch die »trade and worker artifacts« (ebd., S. 4), die er als reflektierte Selbsttheoretisierungen von Filmpraktiker*innen versteht. Making-ofs wären Beispiele für solche »trade artifacts«, also für Bilder und Texte, die eine industrielle Branche über sich selbst erzeugt und in eine allgemeine Öffentlichkeit kommuniziert. Diese Kommunikation ist expliziter Bestandteil von Caldwell's Studie. Er schreibt: »My project is [...] less about finding an ›authentic‹ reality ›behind the scenes‹ – an empirical notion that tends to be naïve about the ways that media industry realities are *always* constructed – than it is about studying the industry's own self-representation, self-critique, and self-reflection« (ebd., S. 5, Herv. i. O.).

Folgt man dieser Perspektive, müssen die Repräsentationen des Making-of also nicht gleich verworfen werden, weil sie eine bestimmte Agenda verfolgen könnten. Film- und Fernsehindustrien sind schlicht und einfach ständig damit beschäftigt, neue Darstellungen des eigenen Tuns zu verbreiten (Elsaesser 2012, S. 329–340). Es ist wichtig, die Sinngehalte dieser Darstellungen *als solche* zu analysieren und kritisch zu kommentieren. Nur so kann den wirkmächtigen »cross-cultural interfaces« (Caldwell 2014, S. 736) zwischen Filmpraktiker*innen und ihrem Publikum angemessen Rechnung getragen werden. Caldwell betrachtet diese Schnittstellen daher nicht als hinderliches Dickicht, durch das sich Forscher*innen erst mühsam hindurchkämpfen müssen, sondern als eigenständigen, untersuchungswerten Bestandteil des Phänomens Filmproduktion. Die Schnittstellen kaschieren keine geheime, empirische Wahrheit. Im Gegenteil: Sie sind nach Caldwell sogar »*more real and significant than industry's mythological centres*« (ebd., Herv. FH).

Patrick Vonderau (2013, S. 17) resümiert, dass Caldwell den Komplex Produktion damit als »Text ohne Referenten« betrachtet. Dieser Ansatz stellt eine wichtige methodologische Errungenschaft des Feldes dar, das seit einigen Jahren unter dem Label *Production Studies* oder *Cultural Studies of Media Industries* firmiert. Darunter lässt sich eine Reihe von Arbeiten subsumieren, die von einem ähnlichen Forschungsinteresse angeleitet sind. Vertreter*innen einer kulturwissenschaftlich ausgerichteten Produktionsforschung untersuchen oft *nicht* die Genese eines einzelnen Werks, und sie begreifen Produktion nicht nur als Schaltstelle zwischen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und

filmischen Texten.⁹ Stattdessen geht es ihnen darum, die soziokulturellen Mechanismen innerhalb von Personengruppen besser zu verstehen, die in den Film- und Fernsehindustrien arbeiten.¹⁰ Philip Drake fasst zusammen:

Across these often quite different studies are key questions exploring how media workers make sense of their work, understanding how professionals reflect on their industry and their place within it, exploring industrial hierarchies and economies of labor, and bringing out a deeper understanding of industry rituals and practices. (2022, S. 99)

Vonderau beobachtet, dass der Begriff Produktion dabei jedoch strukturell unterbestimmt bleibt. Die kulturwissenschaftliche Produktionsforschung bringt keinen »verbindlichen Begriff dessen [hervor], was Produktion nun letztgültig sei« (Vonderau 2013, S. 24).

Was Arbeiten aus den Production Studies gleichwohl verbindet, ist eine starke Konzentration auf Tätigkeiten, die mit dem unmittelbaren »Machen« eines Films zu tun haben. Im dreiteiligen Schema Produktion/Distribution/Vorführung liegt der Fokus klar auf dem ersten Bereich. Distribution wird beispielsweise kaum untersucht, worauf etwa Derek Johnson (2017b, S. 150) hinweist. Er bemängelt, dass die Production Studies mit ihrer Konzentration auf Produktion im Prinzip der industrie eigenen Begriffsverwendung unkritisch folgen und Produktion als kulturelle Aktivität, entgegen der eigenen Ansprüche, letztendlich stark verengen. Johnson schlägt daher vor, Produktion weiter zu fassen: nicht nur als Begriff für professionelle Herstellungsabläufe, sondern auch als Bezeichnung für Aktivitäten von Fans und »Amateur*innen«, sowie als Ausdruck für eine allgemeine Umgangsweise mit Medien, die selbst »produktiv« ist (ebd., S. 152).

Die Production Studies bilden insgesamt einen markanten Diskurs innerhalb eines noch weitaus größeren Forschungsgebiets, das sich der Untersuchung von medialen Produktionsphänomenen verschrieben hat. In ähnlicher Weise wie Johnson schlagen einige Autor*innen vor, Produktion zunächst sehr weit zu verstehen, nämlich als alle möglichen Formen des alltäglichen, herstellenden Machens. Darunter fallen auch medientechnische Aktivitäten: fotografieren, filmen, Texte schreiben, Bilder bearbeiten, auf Social-Media-Plattformen posten etc. Gleichzeitig – und das wäre eine Abgrenzung zu Johnson – geht etwa David Hesmondhalgh (2006; 2019, S. 84–97) von einer grundsätzlichen Asymmetrie zwischen alltäglichen Medienpraktiken und den organisierten,

9 Dies wäre, nach Chris Tedjasukmana (2021, S. 159–163), eher das Erkenntnisinteresse der klassischen Filmsoziologie.

10 Beispiele für diese Forschungsrichtung sind folgende Sammelbände: Mayer/Banks/Caldwell (2009), Szczepanik/Vonderau (2013), Banks/Conor/Mayer (2016) und Udelhofen/Cöttel/Riffi (2023). Production-Studies-Schwerpunkte finden sich außerdem in den Zeitschriftenausgaben *montage AV* (2013, 22 [1], »Produktion«), *Cultural Studies* (2014, 28 [4], »Theorizing Production/Producing Theory«) und *Navigationen* (2018, 18 [2], »Medienindustrien«), die speziell die Produktions- und Medienindustrieforschung aus dem deutschsprachigen Raum bündelt (Krauß/Loist 2018). Für einen einführenden Gesamtüberblick über das Feld siehe Herbert/Lotz/Punathambekar (2020, S. 50–66).

professionalisierten Herstellungsaktivitäten in den *media industries* aus. Mediensoziolog*innen und -ökonom*innen wie Hesmondhalgh untersuchen Produktionsweisen in Film, Rundfunk, Musik, Print- und Onlinemedien daher grundsätzlich als *industrielle* Formationen. Dabei gehen sie besonders auf übergeordnete Arbeitsbedingungen, Eigentumsverhältnisse, legislative und juristische Rahmenbedingungen, Konzepte von Kultur und Kreativität oder die Handlungsspielräume von lokalen Praktiker*innen ein.¹¹ Der methodische Zugang stammt weniger aus den Kulturwissenschaften und der Kulturanthropologie, sondern eher aus der Tradition der kritischen politischen Ökonomie und der Kulturosoziologie Pierre Bourdieus. Paul McDonald (2022, S. 10–14) merkt an, dass Arbeiten in dieser Forschungsrichtung jedoch zuweilen Gefahr laufen, »die Filmindustrie« oder »den Rundfunk« als feste, homogene Einheiten vor auszusetzen. Ihm zufolge sind derartige Bezeichnungen immer auch heuristische Zuschreibungen, um spezifische Untersuchungsfelder abzustecken. Der Wert von makroperspektivischen Studien besteht trotzdem darin, dass sie übergeordnete medienindustrielle Entwicklungen beschreibbar machen – insbesondere in den Bereichen Film und Fernsehen.

Für eine Untersuchung des Making-of sind mehrere Aspekte der bisher dargestellten Produktions- und Medienindustrieforschung relevant. Die Produktion, die ein Making-of mitverfolgt, scheint sich erstens im Wesentlichen mit dem impliziten Begriffsverständnis der kulturwissenschaftlichen Production Studies zu decken. Making-ofs nehmen die Hervorbringung und die Herstellung bewegter Bilder in den Blick, weniger ihre distributive Verbreitung oder Wiedergabe für ein Publikum. Aus heuristischen Gründen ergibt es also Sinn, den Begriff Produktion für eine Beschäftigung mit dem Making-of nicht so weit auszudehnen, wie es Johnson vorschlägt.

Darüber hinaus können, zweitens, auch mediensoziologische und -ökonomische Ansätze von solchen Autor*innen für das Making-of fruchtbar gemacht werden, die Produktion als ein Bündel spezialisierter Tätigkeiten begreifen. Diese Tätigkeiten werden in institutionellen Kontexten von bestimmten Personen ausgeführt. Der Mediengebrauch von Gruppen, die man früher »Laien« oder »Amateur*innen« genannt hätte, mag sich heute mehr denn je mit professionalisierten Tätigkeiten in den Medienindustrien überschneiden; und es scheint einfacher als je zuvor, eigenen *user-generated content* zu erstellen und im Internet zu verbreiten, wie Studien zu »Prosumern« oder »Produsern« nicht müde werden zu betonen.¹² Das bedeutet allerdings nicht, dass sich Differenzierungen zwischen Produktion und Rezeption vollständig auflösen. Es gibt nach wie vor strukturelle Unterschiede zwischen denjenigen, die etwa an der Entstehung eines Hollywoodfilms mitarbeiten, und denjenigen, die einen solchen Film auf dem heimischen Fernsehgerät streamen und nur gelegentlich ein Video mit ihrem Smartphone aufnehmen, um es in einer Chatgruppe oder in ihren Social-Media-Accounts zu posten. In vergleichbarer Weise insistieren die kulturwissenschaftlichen Production Studies darauf, dass Produktion und Rezeption – auch unter digitalen Vorzeichen – »zwei grundverschiedene Erfahrungs- und Wissensbereiche [markieren]« (Vonderau 2013, S. 17, Herv. i.

11 Siehe einführend Hesmondhalgh (2006; 2019), Holt/Perren (2009) sowie – mit einem Fokus auf die Auswirkungen der digitalen Vernetzung in den Medienindustrien – die Beiträge in Deuze/Prenger (2019).

12 Für einen kritischen Überblick über den Prosumer-Diskurs siehe Deuze (2009).

O.). Produktion deckt sich demnach weder vollständig mit dem hergestellten Werk noch mit seiner Rezeption. Die Frage ist also, wie ein Making-of, das selbst ein filmisches Artefakt ist, den Wissens- und Erfahrungsbereich Produktion medial vermittelt.

Caldwell und andere betonen, dass Artefakte wie das Making-of nicht auf eine stabile, ›eigentliche‹ Realität hinter der medialen Darstellung verweisen. Mediale Vermittlung bedeutet jedoch nicht, dass Produktion im Making-of gänzlich referenzlos wäre. Wenn Produktion als Domäne gelten kann, in der reale Menschen arbeiten und reale technische Vorgänge stattfinden, dann kann die Produktion, die ein Making-of transportiert, nicht gänzlich losgelöst von diesen realen Arbeits- und Erfahrungswelten betrachtet werden. Produktion im Making-of hängt – das wäre ein dritter Aspekt – also immer mit der realen Herstellung von Filmen, Serien, Fernsehsendungen oder Videos zusammen. Ändert sich ihre Herstellung, wirkt sich das auf die Bilder aus, die ein Making-of von dieser Herstellung liefern kann. Auch Caldwell bemüht sich, seine Untersuchung von ästhetischen Produktionsartefakten an allgemeine technische, ökonomische und kulturelle Entwicklungen rückzubinden. Diese Perspektive darf für das Making-of nicht vernachlässigt werden.

Einen vierten und letzten Gesichtspunkt, den ich für die folgende Untersuchung festhalten möchte, ist die Idee einer anhaltenden Unbestimmtheit von Produktion. Der Begriff Produktion ist nach wie vor extrem vage – oder, positiver formuliert, enorm flexibel. Es liegt de facto keine kohärente Theorie vor, was Filmproduktion genau ist, was sie umfasst, wo sie anfängt und wo sie endet.¹³ Analog dazu haben Making-ofs gewisse Spielräume, welche Vorgänge und Aktivitäten sie konkret dokumentieren. Sie können aus den unterschiedlichen Berufsgruppen, die mit der Herstellung von Filmen, Fernsehserien, Videos usw. betraut sind, bestimmte Tätigkeitsfelder hervorheben. Sie haben die Möglichkeit, einzelne Arbeitsschritte und Gerätschaften in den Blick zu nehmen, bestimmte Abläufe (an einem Filmset, im Schneiderraum, in einem Tonstudio usw.) zu beleuchten sowie bestimmte Materialien ins Bild zu holen, die zur Produktion eines Films angefertigt wurden. Diese Auswahl hat Konsequenzen für das, was ein Making-of jeweils als *Produktion* zeigt.

Dokumentarische Produktionsästhetik

Mein eigener Begriff des Making-of setzt bei dieser Bandbreite möglicher Produktionsdarstellungen an. Die Beispiele ALICE GUY TOURNE UNE PHONOSCÈNE und CAPTURING AVATAR machen deutlich, dass ›Produktion‹ in einem Making-of unterschiedliche Bereiche umfassen und auch sehr unterschiedlich dargestellt werden kann. Es gibt jedoch eine übergreifende Gemeinsamkeit, die das Verhältnis dieser Produktion zum produzierten Film betrifft. ALICE GUY TOURNE UNE PHONOSCÈNE und CAPTURING AVATAR zeigen etwas, das in der *phonoscène* und in AVATAR selbst nicht enthalten ist. Ich möchte

13 Jean-Pierre Geuens *Film Production Theory* (2000) ist meines Wissens die einzige Publikation, die explizit den Anspruch einer grundlegenden Theoretisierung von Filmproduktion formuliert. Darunter versteht Geuens aber vor allem philosophische Denkanstöße für angehende Filmpraktiker*innen.