

3 Die AV-Produktion – Gesellschaftliche Hintergründe und Mediensystemfragen

(Michelle Bichler)

Gesellschaftliche Wirklichkeit ist heute im Wesentlichen massenmedial konstruierte Wirklichkeit, da wir einen Großteil unseres Wissens über die Massenmedien erlangen (vgl. Luhmann 1996, S. 9). Berufs- wie auch Alltagsleben sind großteils nicht mehr ohne die Nutzung audiovisueller Medien vorstellbar. Auf der einen Seite bieten sie den Menschen einen erheblich erweiterten Kommunikationsspielraum und eröffnen dadurch eine neue Dimension gesellschaftlichen Zusammenlebens, andererseits besitzen AV-Medien durch diese alle Lebenslagen durchdringende Infiltrierung ein nicht zu unterschätzendes Einfluss- und Machtpotential. Dies verdeutlicht etwa die den audiovisuellen Medien von der EU zugeschriebene Bedeutung:

„Die audiovisuellen Medien spielen für das Funktionieren der modernen demokratischen Gesellschaften eine zentrale Rolle. Ohne ungehinderten Informationsfluss sind diese Gesellschaften nicht funktionsfähig. Zudem kommt den audiovisuellen Medien eine fundamentale Rolle in der Entwicklung und Vermittlung sozialer Werte zu.“ (Reding 2003)

Audiovisuelle Kommunikation ist heute somit ein manifester Teil gesellschaftlichen und kulturellen Zusammenlebens. Wie bereits im vorherigen Kapitel erläutert kann eine eindimensionale Sichtweise auf einen so komplexen Prozess wie den der Kommunikation nur zu kurz greifen, um ein adäquates Verständnis desselben zu erlangen. Stellen Analysen der Produkte selbst sowie Analysen von Wahrnehmungs- und Umgangsweisen von Rezipienten maßgebliche Bedingungen für das Verstehen um audiovisuelle Medien dar, so darf darüber hinaus der dritte entscheidende Faktor, der im Kontext der AV-Kommunikation eine bedeutende Rolle spielt, nicht vergessen werden – die Produktion audiovisueller Medien.

Die Produktion als wichtiger Teilaspekt im Prozess der audiovisuellen Kommunikation wird jedoch in der Forschung trotz gegenteiliger Diskussionen über und Ausführungen zu den kollektiv geschaffenen Produkten der audiovisuellen Industrie, oft übergangen. Werden Produkt und Rezipient schon seit Jahrzehnten mit unterschiedlichen methodischen Konzepten, Ansätzen und Theorien als eigenständige Forschungsgegenstände analysiert und beschrieben, so fand die Produktion erst in den letzten Jahren durch Untersuchungen zu Detailbereichen des Produktionszyklusses wie Kameraarbeit, Drehbuch, Lichtführung etc., Abhandlungen zu Or-