

Maria-Luisa Bondarenko

Natalie Dupont: Between Hollywood and Godlywood: The Case of Walden Media

2017

<https://doi.org/10.17192/ep2017.0.6526>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bondarenko, Maria-Luisa: Natalie Dupont: Between Hollywood and Godlywood: The Case of Walden Media. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 34 (2017), Nr. Sonderpublikation. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2017.0.6526>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Natalie Dupont: **Between Hollywood and Godlywood: The Case of Walden Media**

Bern: Peter Lang 2015, 339 S., ISBN 9783034318174, EUR 53,50

Natalie Duponts Forschungsarbeit *Between Hollywood and Godlywood* beschäftigt sich mit dem Einfluss von konservativen Christen auf die Mainstream-Medien in Hollywood in Bezug auf das Filmunternehmen Walden Media, eine religiös geprägte Produktionsfirma, für die der Neologismus ‚Godlywood‘ geprägt wurde.

Gegliedert ist das Buch in insgesamt sechs Kapitel mit einem Vorwort vom Film- und Kommunikationswissenschaftler Terry Lindvall. Lindvall geht auf Duponts vorteilhafte, neutrale Position ein, aus der sie das Buch geschrieben hat. Beruflich ist sie Professorin in einer kleinen Stadt im Norden Frankreichs und schreibt geografisch und ideologisch gesehen aus der Perspektive einer Außenstehenden, mit der sich europäische Leser_innen identifizieren können. Dementsprechend geht dem Buch die Erwartung voraus, dass das zuvor unbekannte Thema auf verständliche Art und Weise näher gebracht wird.

Die Einleitung stellt anfangs vor, warum ‚Godlywood‘ mittlerweile eine reale Bewegung geworden ist und warum es sich lohnt, sich mit dieser Entwicklung auseinanderzusetzen. Religion hat einen großen Einfluss auf die Filmindustrie genommen, das Unternehmen Walden Media inszeniert das Thema geschickt durch Mainstream-Filme wie *The Chronicles*

of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe (2005).

Im ersten Kapitel geht es um die Beziehung zwischen Religion und Kunst, deren fortwährender enger Bezug sich bereits an alten Fresken festmachen lässt. Die Kirche war der Hauptauftraggeber für Kunst und übte – wo immer möglich – Kontrolle auf das Bild aus.

Das bewegte Bild, als moderne Ausdrucksform der Kunst, bleibt davon nicht verschont. Gläubige haben ein gespaltenes Verhältnis gegenüber den modernen Medien; einerseits sehen sie das hohe Attraktionspotenzial des Films als Möglichkeit, der Gesellschaft ‚Gottes Botschaft‘ mitzuteilen, andererseits möchte man Religion und Unterhaltung nicht miteinander kombinieren (vgl. S. 10).

Im zweiten Kapitel geht es um das Unternehmen Walden Media und seine Gründung. Michael Flaherty und Cary Granat erfanden Walden Media Ende des 20. Jahrhunderts. Die Idee war es, durch Filme positive Nachrichten in die Welt zu schicken und familienfreundliche Filme zu produzieren, die einen lehrenden und moralischen Effekt haben sollen. Der Milliardär Philip Anschutz unterstützte und finanzierte diese Idee und sorgte letztendlich für die erfolgreiche Realisierung von Walden Media. Im weiteren Verlauf des Kapitels geht es um den Erfolg von Walden Media

und um die Fragestellung, ob man die produzierten Filme zum Independent-Filmzählen kann. Doch da es in der Regel keine *low-budget*-Filme sind, sondern sie allesamt mit hohem finanziellen Aufwand im Studio gedreht werden, kann man sagen, dass Walden-Media-Filme aufgrund ihrer Produktionsstandards zwischen Hollywood und ‚Indiewood‘ changieren (vgl. S.104).

Im nächsten Kapitel wird auf konkrete Filmbeispiele eingegangen, der religiöse Hintergrund vom Film *The Chronicles of Narnia* wird erläutert und der moralische Zweck thematisiert. Auffällig ist, dass Religion nicht zu offensichtlich porträtiert wird und Atheisten den Bezug zur Bibel nicht sofort feststellen, erst durch Reflexion und Interpretation findet man den tieferen Sinn im Film.

Das vierte Kapitel beleuchtet den Erfolg von Walden-Media-Filmen in Amerika durch die speziellen Marketingmethoden des Unternehmens. Da die Filme eine lehrende Funktion haben, werden Werbeposter in Schulen und Bibliotheken aufgehängt, und Geistliche bekommen über die Veröffentlichung von Filmen Informationen zugeschickt; es wird direkt auf die Zielgruppe zugegangen, damit die Filme in der richtigen gesellschaftlichen Nische ankommen.

Das vorletzte Kapitel geht auf den internationalen Markt ein. Dieser hat für Hollywood eine sehr große Bedeutung, besonders von Europa profitiert der Markt („Europe is part of Hollywood’s oldest markets, and at the beginning of the twenty-first century many European countries were

still listed among the important international markets for Hollywood films“ [S.210]). Auch heimischer, amerikanischer Filmerfolg wird durch internationalen Erfolg gefördert. Die Welt ist durch das Internet mittlerweile so globalisiert, dass sich Filmfans aus der ganzen Welt miteinander in Internetforen und sozialen Netzwerken über Filme austauschen können. Wirtschaftlich gesehen beeinflusst dies die Filmindustrie. Walden-Media-Filme werden mit ihrem leicht verständlichen Inhalt für die breite Masse produziert.

In den USA scheint Religion mit 76 Prozent Christ_innen im Jahr 2000 (vgl.S.39) ein weitaus wichtigeres und alltäglicheres Thema zu sein als in Europa, die Mentalitäten unterscheiden sich in der Hinsicht gewaltig und damit auch die Rezeption von Walden-Media-Filmen. Der Regisseur Andrew Adamson stellte beim Werben für den zweiten Teil der Narnia-Triologie *Prince Caspian: The Return to Narnia* (2008) in Europa folgendes fest: „As I’m promoting it here [Amerika], everyone is asking me about the religious aspect. When I promote it in France, everyone was asking why Americans are so obsessed with the religious aspect“ (S.226). Die richtige religiöse Nische außerhalb von Amerika zu finden, ist nicht einfach für das Godlywood-Genre. Im letzten Kapitel geht es sodann darum, wie Walden Media das Thema Religion nicht zu offensichtlich und damit auch interessant für andere Zielgruppen macht.

Die Kapitel stellen gleich zu Anfang in einem knappen Abschnitt jeweils den Inhalt des Textes zusammen, der

durch Überschriften in viele einzelne Teile gegliedert ist, die das systematische Lesen ermöglichen und den Leser_innen erlauben, nach persönlichen Interessen thematisch zu filtern. Inhaltlich ist sehr genau von Dupont recherchiert worden, Quellen und Literaturhinweise werden in Mengen genannt. Trotz der englischen Sprache ist das Buch relativ einfach zu verstehen, da die Autorin keine Fachsprache verwendet hat. Grafiken visualisierten

den Inhalt zusätzlich zum besseren Verständnis. Mich persönlich hat das Thema des modernen Kinos und die von der Religion geprägte Entwicklung interessiert, sodass das Lesen dieser Forschungsliteratur Unterhaltungswert für mich hatte. Es ist sehr sorgfältig recherchiert und bietet einen breiten, informativen Überblick über das ‚neue Genre Godlywood‘.

Maria-Luisa Bondarenko