

Hinter dem Spiegel

INTERAKTIVE FILME, "VIRTUAL REALITY", QUALITATIVER SPRUNG DER MEDIENTECHNIK: WAS IST DRAN AN DEN SCHLAGWÖRTERN? DAS BILD DER ENTWICKLUNG BEKOMMT KLARERE KONTUREN, WENN DER BLICK NICHT AUF DAS TECHNISCHE FIXIERT IST, SONDERN AUCH DIE MARKTBEZIEHUNGEN ZWISCHEN PUBLIKA UND PRODUZENTEN ERFASST. DIE IN DIESEM BEITRAG DARGESTELLTEN UNTERSUCHUNGEN LEGEN ES NAHE, DIE KONTINUITÄTEN VON ALLTAGSKULTUR UND MEDIENMARKT FÜR BEZEICHNENDER ZU HALTEN ALS DIE ANGEBLICH UMWÄLZENDEN NEUERUNGEN.

Ursula Ganz-Blättler

Alice springt durch den Spiegel, und schon findet sie sich mitten im Wunderland wieder. Zwar ist es ihre eigene Imagination, die "dort drüben" die Katzen sprechen und das Teegeschirr tanzen lässt, aber ganz geheuer sind ihr die redseligen Kreaturen mit ihrem anmassenden Auftreten letztlich doch nicht. Von der Sehnsucht der Menschen, hinter den Spiegel zu blicken und aktiv am Geschehen dort teilzuhaben, erzählt auch die Geschichte des Kinos. Schon Buster Keaton träumte sich in "Sherlock jr." mitten hinein in die über die Leinwand flimmernde Bilderwelt. Woody Allens poetisches Kinomärchen "Purple Rose of Cairo", David Cronenbergs Horrorvision "Videodrome" und der parodistisch gemeinte neueste Action-Streifen mit Arnold Schwarzenegger ("The Last Action Hero") gehen von ganz ähnlichen phantastischen Voraussetzungen aus.

In den letzten Jahren haben sich tatsächlich die Grenzen zwischen Fernsehstudio und Wohnzimmer, und nicht zuletzt jene zwischen Kinowelt und Fernschwelt, zunehmend verwischt. Vor allem die Bildschirme sind durchlässiger geworden, dank der Elektronik und der Bequemlichkeit des Publikums. Zwar springen wir nicht via Knopfdruck mitten ins Geschehen unserer Lieblingsfernsehserie – noch nicht. Aber die Erfindung der Fernsteuerung erlaubt es, Handlungsfäden von visuellen Erzählungen, die auf verschiedenen Kanälen ablaufen, willkürlich zu zerreißen, neu zu knüpfen oder heillos zu verwirren. Und der Computerbildschirm lädt heute schon ein, via Maus oder Joystick teilzuhaben an den Abenteuern von Indiana Jones oder der Besatzung des Raumschiffes Enterprise.

Erstaunlich, wie schnell sich die Computerspielwelt und die narrative Welt des Abenteuer- bzw. Pantoffelkinos auf einen lukrativen Pakt geeinigt haben. Drei Abenteuer des schlagkräftigen Archäologen Indiana Jones liefen bekanntlich unter der Regie von Steven Spielberg als Erfolgsfilme im Kino (und auf Video). Das vierte aber, dessen Handlung auf der sagenhaften Insel Atlantis spielt, läuft allein auf dem Computerbildschirm, und der Zuschauer oder Spieler kann sich aktiv, nämlich über ein üppiges Menü von Spielvarianten, beteiligen. Oder: Super Mario heisst der schnaubbärtige Klempner und Computerspielheld, der bei Jugendlichen besonders beliebt ist. Die bis anhin etwas kurzatmigen Abenteuer des hemdsärmeligen Mario sind neuerdings auch in voller Spielfilmlänge auf der Kinoleinwand zu bewundern, und Bob Hoskins leiht der ursprünglich aus Bits und Bytes generierten Kunstfigur die füllige Gestalt.

Die Verquickung herkömmlicher Bilderwelten und die dem Zuschauer zuge dachte Rolle, der vom Betrachtenden mehr und mehr zu einem Erlebenden wird oder werden soll, werfen Fragen technologischer, ästhetischer, aber auch philosophischer und weltanschaulicher Natur auf. Unter dem Gesichtspunkt des intermedialen wie des interaktiven Dialogs betrachtet, bietet aber auch der historische Rückblick auf hundert und mehr Jahre Film- und Fernsehgeschichte überraschende neue Einsichten. In der Folge sei auf ein paar wissenschaftliche Werke und Aufsätze verwiesen, die sich mit dem immer komplexer werdenden Medien- und Programmarkt auseinandersetzen. Welchen Einfluss hat die

Literatur

Verfügbarkeit von überall und jederzeit abrufbaren visuellen Erlebnissen? Und welche Einflussmöglichkeiten besitzen oder gewinnen wir allenfalls?

Das Kino- und Fernsehpublikum hat seit jeher einen gewissen Einfluss auf die Filme und Programme ausgeübt, die es von Produzenten und Sendeanstalten vorgesetzt bekam – indem es hinguckte oder eben nicht. Vor allem in den USA, dem Ursprungsland der Einschaltquotenmessungen, dienen öffentliche Vorführungen von Filmrohfassungen und Pilot-sendungen zu neuen Serien der Abklärung von Publikumspräferenzen. Dabei wird auf Wünsche eingegangen; es werden etwa als zynisch empfundene Filmenden abgeschwächt oder ganze Handlungsstränge umgeschnitten. Dass europäische Erfolgsfilme in den USA grundsätzlich in "Remakes" US-amerikanischer Herkunft ins Kino kommen, gehört mit dazu: Richard Gere zieht eben mehr als Gerard Dépardieu und Bridget Fonda mehr als Anne Parillaud. "Einfluss" wäre in diesen Fällen eher mit "Service" zu übersetzen, denn es geht ja um Lieferungen "auf Bestellung" und um den Weg des geringsten Widerstandes.

Siegfried Zielinski geht in seinem Band "Audiovisionen" nicht nur auf die zunehmende Verfügbarkeit von massenmedialen Serviceleistungen und den Trend zu "massgeschneiderten" Unterhaltungsprogrammen ein, sondern auch auf deren kommerziellen Hintergrund: "Interaktivität ist im kulturindustriellen Zusammenhang nur insoweit gefragt, wie sie den Tauschverkehr ausdifferenziert und auf immer neue Realisierungsstufen treibt. Der Dialoganspruch löst sich in der warenästhetischen Umsetzung auf in illustre Offerten von mehr Wahlfreiheit für den Konsumenten." Der Band geht auf die Vernetzung von Kino und Fernsehen ein, aber auch auf den (von der Unterhaltungsindustrie euphorisch gefeierten) Schlüsselbegriff der "Dialogfähigkeit", der aus der Computersprache stammt und dem Publikum mehr Einfluss auf allen Ebenen suggeriert.

Verflechtungen stehen auch im Zentrum des von *Tino Balio* herausgegebenen Bandes "Hollywood in the Age of Television", der sich auf die gegenseitigen Abhängigkeiten von Unterhaltungskino und Unterhaltungsfernsehen konzentriert und zwar auf programmlicher wie organisatorischer Ebene. Noch nicht berücksichtigt: der erst seit kurzem zu beobachtende Trend, wonach sich immer mehr renommierte Kinoregisseure für die Fernseh-Networks anwerben lassen, um anspruchsvolle TV-Mehrteiler und -Serien zu kreieren. David Lynch machte den Anfang mit "Twin Peaks"; Oliver

Stone ist ihm gefolgt mit der Cyberspace-Saga "Wild Palms", die in ein, zwei Jahren auch bei uns Furore machen dürfte. Unter der Voraussetzung, dass uns in wenigen Jahren hunderte von Fernsehprogrammen in den verkabelten Haushalt stehen, hat auch das seinen merkantilen Gesichtspunkt: Von dem an Früchten überreichen Baum wird man sich nur noch die attraktivsten pflücken – und grosse Namen aus dem "grossen" Kino sind als Zugpferde nicht zu unterschätzen.

Während in weiten Kreisen noch immer die Meinung vorherrscht, der durchschnittliche Fernsehkonsument bleibe seinem einmal eingeschalteten Programm bis zum Ende treu wie der Kinozuschauer dem jeweiligen Film, hat sich mit der Erfindung der Fernbedienung eine subtile Revolution angebahnt. Wer Spannung zur Entspannung sucht, switcht durch die Kanäle, bis er das Passende gefunden hat. Und wer von der zunehmend impertinenten Werbung genug hat, zappt sie sich mit einem Knopfdruck weg. "Switching – Zapping" heisst ein wunderschön gestaltetes Büchlein von *Hartmut Winkler*, in dem alles Wissenswertes über die moderne "Unsitte" des Umschaltens steht, über mögliche Gründe und Motive. Der Text wird unterbrochen durch eingeschobene Highlights und Anekdoten – und ehe man sich versieht, "switcht" man lesend zwischen den beiden parallelaufenden Texten hin und her. Auf das Phänomen des Umschaltens geht auch *Horace M. Newcomb* ein in einem Aufsatz mit dem Titel "One Night On Prime Time". Was geschieht, wenn an einem Abend mehrere Episoden verschiedener Serien hintereinander gesehen werden, demonstriert Newcomb anhand eines beliebigen US-Fernsehhabends. Das relativ begrenzte Themenspektrum der Serien bietet mannigfaltige Berührungs- und Anknüpfungspunkte: Die "Geschichte", die der eine Abend erzählt, ist nicht dieselbe, ob man nun nach einer Stunde auf den anderen Kanal und nach der zweiten Stunde auf den dritten Kanal umschaltet oder ob man dem einen Sender drei (verschiedene) fiktive Seriengeschichten lang die Treue hält. Geschweige denn, man schaltet mitten in den Geschichten hin und her – man "switcht".

Was der Zuschauende aus den Geschichten, die er auf dem Bildschirm vorgesetzt bekommt, herausliest und -filtert, ist seitens der Produzenten längst nicht mehr kontrollierbar. Hier liegt tatsächlich ein nicht zu unterschätzendes Einflusspotential des "aktiven" Publikums: Ob man (oder frau)

"Dallas" und die "Schwarzwaldklinik" atemlos und gebannt verfolgt oder das melodramatische Geschehen als solches laufend erkennt und kichernd demontiert – vergnüglich ist die Sache so oder so. Gesteigert und auf die Spitze getrieben wird der "aktive" Konsum im Fantum (eine ungenügende Übersetzung des angelsächsischen und längst nicht nur despektierlich gemeinten Begriffs "fandom"). Mit den Fans (von Film, Fernsehen, Unterhaltungsmusik usw.) und ihrer Produktion (von Briefen über Drehbücher und ausgewachsene Romane bis hin zu den eigens für die Versammlungen der Fanclubs komponierten Liedern und Musikstücken) befasst sich die populärkulturelle Fachliteratur schon seit geraumer Zeit. Besonders interessant sind dabei die subkulturellen Aspekte des Phänomens, wenn etwa gängige Klischees bezüglich des verehrten "Kultgegenstandes" nicht einfach aufgegriffen, sondern mit voller Absicht unterlaufen werden. Oder wenn in der ungehemmten emotionalen Hingabe an den Gegenstand (erinnert sei an die "Beatlemania" der sechziger und frühen siebziger Jahre) Widerstand gegen die Autorität der Erwachsenen und deren etablierten Kulturbegriff spürbar wird. Davon handeln – auf ebenso unterhaltsame wie aufschlussreiche Weise – Bücher von *Lisa A. Lewis* ("The Adoring Audience"), *Waldemar Vogelsang* ("Jugendliche Video-Cliquen") und *Quentin J. Schultze* und andere ("Dancing in the Dark, Youth, Popular Culture and the Electronic Media"). Immer wieder wird dabei auf gegenseitige Abhängigkeiten des Marktes und der – in beschränktem Mass zur Mitproduzentin avancierenden – Fangemeinde verwiesen; von einer "Sucht" im traditionellen und einseitigen Sinn kann hingegen nur in einzelnen, tatsächlich pathologischen Fällen gesprochen werden.

Mit der Fernbedienung in der Hand stehen wir jedoch noch immer "auf dieser Seite" des Bildschirms. Anders wird das erst mit dem Joystick, dem Zeuberstab der modernen Unterhaltungselektronik und mit dem hochauflösenden farbigen Computerbildschirm. Wobei es auch hier Unterschiede gibt: Von der zweidimensionalen Benutzeroberfläche – wie sie in den meisten Computerspielen zur Anwendung kommt – über die professionelle Computergraphik hin zu "Cyberspace" ist es ein weiter Weg. Doch schon heute ist es möglich, Computerspiele mit real gefilmten und nachträglich digitalisierten Landschaften und Personen zu beleben und so zumindest die Illusion von Raum zu schaffen – die Abenteuer des per Joystick bewegten Helden gehen da

doch ziemlich unter die Haut, und die Identifikation ist nahezu perfekt. In der Untersuchung "Computerspiele als Text" von *Luis Calvo Salgado* beschreibt eine Bülacher Realschülerin das Geschehen auf dem Bildschirm folgendermassen: "Wenn man alle Monster gefangen hat und aufgelöst hat, geht es ins nächste Labyrinth. (...) Wenn man eine gewisse Zeit im selben Labyrinth bleibt, kommt ein Geist. Wenn der den Drachen berührt, ist es 'Game over'. Man hat sonst drei Leben."

Vollends ins Medium hinein begibt sich, emotional wie physiologisch, wer sich auf die digitalisierten Erlebniswelten von "Cyberspace" und "Virtual Reality" einlässt. Wobei auch hier nicht alles so unbegrenzt phantastisch ist, wie es als Zukunftsmusik in die Welt hinausposaunt (oder als Menetekel an die Wand gemalt) wird. Erst mit den Hochleistungsrechnern der jüngsten Generation wurde es möglich, die ungeheuren Datenmengen, die die Illusion von Realität in mehr als zwei Dimensionen erfordert, einigermaßen in den Griff zu bekommen. Einigermaßen, denn die Gebäude, Landschaften und surrealen "fremden Welten", in denen es sich dank Bildschirmbrille und elektronischem Handschuh, dem sogenannten "Data Glove", ungehindert spazieren und nach fiktiven Gegenständen greifen lässt, lassen an Realität halt doch immer noch zu wünschen übrig. Einblicke in die Zukunft, auf technologischer wie auch ästhetisch-weltanschaulicher Seite, geben hier Bücher wie *Michael Benedikts* "Cyberspace: First Steps" oder *Barrie Sherman's* und *Phil Judkins'* soeben deutsch erschienene Einführung in die "Virtuelle Realität".

Wo aber bleibt, bei allem Aufwand für die Herstellung möglichst perfekter fiktiver Erlebnisräume, die gesellschaftliche Relevanz des Ganzen – wo bleibt "Die Realität der Medien"? *Jan Reetze* befasst sich in seiner jüngst erschienenen Dissertation unter diesem Titel mit ebendieser Frage, ohne dass er sie schlüssig beantworten könnte oder wollte. In der Synthese von Film, Musik, audiovisueller Kunst und elektronischen Informationsmedien erblickt er Gefahren, aber auch Chancen. Er warnt davor, in einen dumpfen Kulturpessimismus zu verfallen und verweist zur Begründung auf verwandte Phänomene in der herkömmlichen Massenkommunikation, die ebenso schillernd und verlockend – oder eben verwerflich – sind wie die soeben genannten. "Spätestens seit dem Golfkrieg wissen wir, dass es Wirklichkeiten gibt, die ausschliesslich in elektronischen Medien existieren.

Literatur

Wirklichkeiten, die zwar 'wirklich', aber trotzdem nicht 'wahr' sind. Wir haben lernen müssen, dass man nichts begriffen haben muss und sich dennoch bestens informiert fühlen kann. (...) Und um uns solche unsinnigen Informationen zu vermitteln, treten im Fernsehen regelmässig Prominente auf, die nur deshalb prominent sind, weil sie regelmässig im Fernsehen auftreten."

Die Illusion in den Medien ist nichts Neues. Neu ist hingegen, dass die Informationsgesellschaft tatsächlich im Begriff steht, zu einer (wiederum nach Reetze) "Illusionsgesellschaft" zu werden. Oder sollte sie am Ende erst jetzt zum Bewusstsein kommen, dass die beiden Begriffe kompatibel, ja austauschbar sind? Eine gewagte Behauptung, denn dies würde bedeuten, dass der Rückzug ins Private unabwendbar ist. Also wäre doch Kulturpessimismus angesagt – in Anbetracht einer Heerschar von aktiv konsumierenden Individuen, die, Astronauten gleich, in noch nie gewesene Galaxien vordringen; jeder für sich, mutterseelenallein ...

"Steps" heisst ein experimenteller Kurzfilm von Zbigniew Rybczynski, in dem ein virtuoses Spiel mit bekannten, klassischen Filmbildern und allerhand Versatzstücken aus der modernen Audiovision getrieben wird. Eine Gruppe Touristen sieht sich auf der berühmten Treppe des Hafens von Odessa (aus dem "Panzerkreuzer Potemkin" von Sergej Eisenstein) mit eigenen Assoziationen konfrontiert, die durchaus physisch bedrohlich werden – sie finden sich mitten im Film wieder, und ebenso geht es dem Betrachter, der wiederum eigene bildliche Assoziationen produziert, die mit den im Film (im Film) gezeigten kollidieren. *Siegfried Zielinski* kommt in dem gemeinsam mit *Knut Hickethier* herausgegebenen Band "Medien / Kultur" anhand dieses Beispiels zum an sich tröstlichen Fazit, die Suche nach dem Sinn des Geschehens auf dem Bildschirm und jenseits davon mache durchaus Sinn – mehr denn je. Und er zitiert, nach einem Werk von Ohff aus dem Jahr 1972: "Utopische Vorstellungen können ihren Sinn in sich selbst tragen. Oder anders ausgedrückt: Sie können auf den ersten Blick sinnlos sein, ihre Funktion kann aus der Erweiterung des visuellen Vorstellungsvermögens bestehen, in der Schaffung neuer Ansatzpunkte für künftige, zweckvollere Utopien."

Kulturpessimismus ist nicht angesagt. Aber erhöhte Aufmerksamkeit auf die *Things to Come*.

Die im Text erwähnten Bücher und Arbeiten in der Reihenfolge ihrer Nennung:

- Zielinski Siegfried, Audiovisionen. Kino und Fernsehen als Zwischenspiele in der Geschichte, Reinbek bei Hamburg 1989
- Balio Tino (Hrsg.), Hollywood in the Age of Television, Boston 1990
- Winkler Hartmut, Switching – Zapping. Ein Text zum Thema und ein parallellaufendes Unterhaltungsprogramm, Darmstadt 1991
- Newcomb Horace M., One Night of Prime Time. An Analysis of Television's Multiple Voices, in: James W. Carey (Hrsg.), Media, Myths, and Narratives, Newbury Park 1988, S. 88–112
- Lewis Lisa A., The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media, London / New York 1992
- Vogelsang Waldemar, Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideo als Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur, Opladen 1991
- Schultze Quentin J. u.a., Dancing in the Dark. Youth, Popular Culture and the Electronic Media, Grand Rapids 1991
- Salgado Luis Calvo, Computerspiele als Text, in: Jahrbuch Cinema 38 (1993), S. 140–151
- Benedikt Michael (Hrsg.), Cyberspace. First Steps, Cambridge (Mass.) and London 1991
- Sherman Barrie / Phil Judkins, Virtuelle Realität, dt. Bern 1993
- Reetze Jan, Die Realität der Medien. Die Synthese von Film, Musik, audiovisueller Kunst und elektronischen Informationsmedien oder: Der Beginn der Illusionsgesellschaft, Diss. Hamburg / Hannover 1992
- Zielinski Siegfried / Zbigniew Rybczynski, "Steps". Filmische Produktion und Perzeption an einer Bruchstelle der Mediengeschichte, in: Knut Hickethier / Ders. (Hrsg.), Medien / Kultur. Schnittstellen zwischen Medienwissenschaft, Medienpraxis und gesellschaftlicher Kommunikation, Berlin 1991, S. 358–369