

Michael Wedel

## Birgit Schwenger: Strategien des Ereigniskinos. 'Star Wars' als neues Erfolgskonzept Hollywoods

1999

<https://doi.org/10.17192/ep1999.2.3054>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wedel, Michael: Birgit Schwenger: Strategien des Ereigniskinos. 'Star Wars' als neues Erfolgskonzept Hollywoods. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 16 (1999), Nr. 2, S. 214–215. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1999.2.3054>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Birgit Schwenger: Strategien des Ereigniskinos.  
‘Star Wars’ als neues Erfolgskonzept Hollywoods**

Bochum: Paragon Verlag 1997, 122 S., ISBN 3-932872-00-2, DM 28,-

Der immense Erfolg, den die mit einem digitalen Soundtrack versehene und durch einige wenige neue Computer-Animationssequenzen verfeinerte ‘Special Edition’ der *Star Wars*-Trilogie 1997 weltweit an den Kinokassen erzielte, bestätigte einmal mehr die Durchschlagskraft eines ästhetisch-ökonomischen Konzepts, mit dem sich Hollywood aus den Krisen der siebziger und achtziger Jahre zurück in eine neue Erfolgsära navigieren konnte. Die historische Schlüsselstellung der *Star Wars*-Filme Ende der siebziger, Anfang der achtziger Jahre im Übergang vom klassischen zum post-klassischen Hollywood, vom textimmanent definierten Kontinuitäts- zum multi-medial inszenierten Ereigniskino findet in der Bochumer Magistraararbeit Birgit Schwengers nun endlich auch in der deutschen Diskussion ihre angemessene Explikation (in der nach eben dem Konzept des ‘Schlüsselfilms’ angelegten *Fischer Filmgeschichte* etwa findet sich kein Beitrag zu George Lucas’ Trilogie). Setzt sich die Ableitung der durchgreifenden technologischen, ästhetischen und ökonomischen Umstrukturierungsprozesse Hollywoods aus einem einzelnen Filmkonzept auch stets zunächst dem Verdacht einer unzulässigen Vereinfachung aus – zumal, wenn die Rolle etwa von Kubricks *2001 – A Space Odyssey* (1968) sich demgegenüber in einem Satz herabsetzen läßt –, so besteht die Stärke von Schwengers Herangehensweise andererseits jedoch gerade in einem ausgefeilten multi-kausalen historischen Erklärungsmodell, das an die Strategie der *Star Wars*-

Filme angelegt wird und das sich in seinen Determinanten leicht auf andere zeitgenössische Hollywood-Produktionen übertragen ließe. Besonders begrüßenswert ist hierbei – neben den zu erwartenden kontextualisierenden Hinweisen zur Veränderung von Publikumsstruktur und -ansprüchen sowie der Bedeutung von Digitalisierung und Spezialeffekten, Marketing und Merchandising, Block-booking und Blockbuster-Budgetierung – der eindringliche Verweis auf die veränderte und vielfach aufgewertete Rolle, die dem differenzierten Sound-Design, den neuen Ton-Technologien und Stereo-Klangräumen in dieser Strategie des Ereigniskinos seit Lucas zukommt (es ließe sich spekulieren, ob die ‘Magie’ von Lucas’ bis heute revolutionärem Unternehmen ‘Industrial Light & Magic’ sich auf diese Dimension des Kinoerlebnisses bezieht). Innerhalb von Schwengers ökonomisch-technologisch-ästhetischem Untersuchungsraaster weniger deutlich ausgeführt bleibt leider die Diskussion der Narrationstruktur der *Star Wars*-Filme, zu der über ihre mythischen Subtexte und dem (etwas allgemeinen) Verweis auf Eisensteins Konzept einer kausal gelösten ‘Montage der Attraktionen’ hinaus noch einiges zu sagen wäre, nicht zuletzt im Hinblick auf die Erzählkonventionen des Science-fiction Genres.

Michael Wedel (Berlin/Amsterdam)