

Gesellschaft für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation e.V.
(Hg.)

montage AV: Populäre Figuren

1999

<https://doi.org/10.25969/mediarep/63>

Veröffentlichungsversion / published version

Teil eines Periodikums / periodical part

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gesellschaft für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation e.V. (Hg.): *montage AV: Populäre Figuren*, Jg. 8 (1999), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/63>.

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.

montage/av

Zeitschrift für Theorie & Geschichte
audiovisueller Kommunikation

8/2/1999

Populäre Figuren

Inhalt

Editorial	3
<i>Hans-Otto Hügel</i>	
Spieler und Spion – eleganter Profi und Mann von Welt. Zur Geschichte und Einheit der Figur James Bond.	7
<i>Heinz-Jürgen Köhler / Hans J. Wulff</i>	
Bond in Angst und Schmerzen. Szenenspannung, Szenenauflösung und die Charakteristik des Helden.	29
<i>Margarita D. Just</i>	
Der Gral. Aus den Archiven der EON-Productions.	42
<i>Annette Förster</i>	
Schwärmerei für einen Schatten. Musidora und das Nachleben von Irma Vep.	51
<i>Klemens Hippel</i>	
Der menschlichste von uns allen. Die Figur des Androiden Data in STAR TREK.	77
<i>Lars Rettberg</i>	
Zu schön um wahr zu sein! Die digitale Diva Lara Croft.	89
<i>Vinzenz Hediger</i>	
Das vorläufige Gedächtnis des Films. Anmerkungen zu Morphologie und Wirkungsästhetik. des Kinotrailers	111
Zu den Autoren	133

Editorial

Batman auf dem T-Shirt, Ernie und Bert auf der Kekspackung, Lara Croft auf jedem Titelblatt, Irma Vep im feministischen Diskurs, Data im Internet, James Bond in aller Munde: Populäre Figuren führen, so wird in den Beiträgen zum Themenschwerpunkt dieser Ausgabe von *montage/av* immer wieder festgestellt, ein „kulturelles Eigenleben“ jenseits der „Urtexte“, denen sie einmal entsprungen sind. Und oft sind solche „Urtexte“, wenn sie philologisch überhaupt rekonstruiert sind, nur wenigen Fans und Eingeweihten bekannt, selten wohl findet die medienbiographisch erste Begegnung mit einer kulturell etablierten populären Figur anhand ihres „Urtextes“ statt. Verwertungsstrategien für populäre Figuren haben in der Vielfalt der Medien, Gattungen und Genres, in Marketing und Merchandising eine Situation geschaffen, in der „Ursprungstexte“ jede Definitionsmacht über das Wesen einer populären Figur verloren zu haben scheinen. Dies gilt zumal bei recht langlebigen Figuren, wie zum Beispiel bei James Bond.

Was macht eine populäre Figur aus, und auf welcher Grundlage läßt sie sich analysieren? Ist sie bloß flüchtiger, kulturell immer wieder neu bestimmter Knotenpunkt im diskursiven Netz von historisch je spezifischen symbolischen Auseinandersetzungen? In diesem Sinne haben Tony Bennett und Janet Woolacott James Bonds Popularität in Großbritannien bestimmt, als sie ihn „als Verbindung und konzentrierten Ausdruck für eine Reihe von ideologischen und kulturellen Beziehungen, die in England seit den späten fünfziger Jahren immer wichtig gewesen sind“, bezeichneten und damit die Metapher der populären Figur als „bewegliches ‚Zeichen der Zeit‘“ geprägt haben.

Gegen diese Auffassung setzt Hans-Otto Hügel in seinem Beitrag in diesem Heft den Versuch, den „Bedeutungskern“ der Figur James Bond hermeneutisch zu rekonstruieren. In der „Eleganz“ des „Körper-Helden par excellence“ zeigt Hügel unverrückbare Konturen der Figur auf, die ihren „kulturellen Wert“ und damit ihre Popularität ausmachen, jenseits aller historischen Variabilität der Darstellung und der Darsteller der Figur. Dabei zeigt Hügel, wie die „Imagearbeit“ der Produktionsfirma ein Bild von James Bond geprägt hat, das ihn zum „Helden für die ganze Familie“ tauglich macht, während die Filme selbst und vor allem auch Flemings Bond-Romane vielschichtigere Dimensionen der Figur entfalten, die von Schmerzen, Selbstzweifeln oder gar von Verzweiflung zeugen.

Auch Heinz-Jürgen Köhler und Hans J. Wulff kehren in ihrem Beitrag solche Momente der Bond-Figur hervor, die sie zunächst innerhalb der Spannungsdramaturgie der Filme sowie anhand der Figurenkonstellationen bestimmen, in denen Bond seine Identität gewinnt: Hier zeigt sich, daß zwar die äußere Struktur dieser Konstellationen stets gleich bleibt, doch betonen Köhler und Wulff ebenfalls die spezifische Variabilität dieser Konstellationen, welche die strukturalistische Analyse, wie sie etwa Umberto Eco für die Bond-Romane entworfen hat, allein nicht erfaßt. Insbesondere die Verquickung von Macht und Sexualität ist nicht stereotyp festgelegt, sondern wird in jedem Film neu auf die grundlegende Figurenkonstellation verteilt, in deren Zentrum Bond steht. Dieses Zentrum selbst entspricht nach Köhler und Wulff dem Profil eines auf „action“ ausgegerichteten, a-psychologischen Akteurs, der seine Abenteuer auf den ersten Blick ebenso verläßt, wie er in sie hineinging. Andererseits erhellt jedoch ein zweiter Blick auf die populäre Figur James Bond auch Anzeichen einer inneren Zersissenheit des nach außen hin so glatten, coolen Helden. In ihrer Analyse von Momenten der Hingabe, des Ausgeliefertseins von Bond „in Angst und Schmerzen“ entdecken Köhler und Wulff auch an der Filmfigur Züge, die Hügel in seinem Beitrag vor allem auf die literarische Vorlage zurückführt.

Gegen die Methodiken dieser beiden Analysen läßt Margarita D. Just Dokumente sprechen, die im Archiv der Eon-Productions aufzufinden sind und die hier erstmals in deutscher Sprache der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Die drei Briefe, mutmaßlich verschiedener Darstellerinnen der Miss Moneypenny, zeugen einerseits von der tiefen Verwurzelung der Figur James Bond in der abendländischen Mythologie. Andererseits stellen sie ganz prinzipiell die Analysierbarkeit einer Figur in Frage, deren „Urtext“ weniger in Romanen, Filmen oder Werbespots zu finden ist als vielmehr im Tresor einer gewieften Produktionsfirma, die es versteht, mit ihrem Protagonisten auf populären Mythologien aufzusatteln. Vor diesem Hintergrund allerdings ließe sich als „Urtext“ einer populären Figur ein mythologischer „Subtext“ ansehen, der sich im einzelnen „Bond-Phänomen“, ob Roman, Comic, Film, Werbespot oder Spielzeug, je spezifisch realisiert. Und Subtexte sind allein über die Oberfläche, die konkrete „Äußerung“ zugänglich. Freilich nährt die Idee des im Tresor verschlossenen Subtexts die Hoffnung auf die mögliche Bergung des authentischen Schatzes.

Ganz ohne eine solche Hoffnung fragt Annette Förster in ihrer historischen Diskursanalyse der Figur Irma Vep (verkörpert von der Schauspielerin Musidora) aus *LES VAMPIRES* nach den Gründen für das zähe Nachleben ihres besonderen Erscheinungsbildes: der berühmten Silhouette im schwarzen Catsuit. Förster untersucht die Verarbeitungen dieses Bildes in unterschiedlichen dis-

kursiven Zusammenhängen und Formen: in der Pressekampagne zur Filmserie, in zeitgenössischen Kritiken, in Briefen und Zeichnungen männlicher Fans, in Pamphleten und Jugenderinnerungen der französischen Surrealisten, in Musidora's eigener kreativer und spielerischer Auseinandersetzung mit der Figur, in den biographischen Entwürfen zur Musidora, schließlich im feministischen Diskurs der siebziger Jahre. Förster arbeitet die Grundzüge dessen heraus, was sie die „Irma-Vep-Konfiguration“ nennt: ein strikt auf männliche erotische Fantasien zugeschnittenes Muster der Bewunderung für die Vorstellung von der „gefährlichen“, „rätselhaften“, „verdorbenen“ Frau. Dieses männliche Rezeptionsmuster ist es, das der Schauspielerin zwar einen dauerhaften Platz in der Filmgeschichte gesichert, sie zugleich aber auf diese Rolle reduziert hat.

Auch Klemens Hippel geht bei seinem Versuch, die überdurchschnittliche Popularität der Figur Data unter Star Trek-Fans zu verstehen, von einem die Figur definierenden Charakteristikum aus: der Emotionslosigkeit des Androiden. Doch die Konvention dieser Serie will es, daß das „absolut Andere“ immer anhand eines Besatzungsmitglieds integriert wird, weshalb Figuren wie Spock, Data oder Odo in emotionaler Widersprüchlichkeit entwickelt werden. Dies wird, wie Hippel argumentiert, zu einem sympathietragenden Merkmal in einem Universum, das ansonsten von Rigidität geprägt ist. Und die angebliche Emotionslosigkeit solcher Figuren verlangt in einem besonderen Ausmaß die ergänzende emotionale Partizipation des Zuschauers.

In der besonderen Form der Partizipation, die das Computerspiel *TOMBRAIDER* seinen Spielern anbietet und abverlangt, sieht auch Lars Rettberg einen Grund für die überraschende Popularität von Lara Croft, der Hauptfigur und Heldin des Spiels. Rettberg geht gleichsam zurück zum „Urtext“ des Phänomens, der ersten Version von *TOMBRAIDER*, und zeigt, wie die Strategien der Narration und Inszenierung die Protagonistin in „filmischen“ Videosequenzen als Star darbieten und den Spieler andererseits in Spielsequenzen qua Perspektivierung gleichsam zum begrenzt wissenden, aber unbegrenzt verantwortlichen Erzähler der Figur machen. An die Popularität dieser digitalen Figur knüpft sich ein interessantes Phänomen, denn anders als beispielsweise bei vergleichbaren Comic- oder Zeichentrickfiguren entfaltet sich um Lara Croft ein populärer Diskurs, der alle Merkmale eines Star-Diskurses trägt, und dies, obwohl Lara Croft der reale Körper als „Authentizitäts-Marker“ fehlt. Rettberg deutet dies als ein selbstbewußt-ironisches Medien-Spiel der Fans mit Lara Croft: „Als populäre Figur lädt sie zum Spiel mit dem Wissen um die Starkonstruktion ein.“

So lädt auch die populäre Figur zu einem methodischen Spiel ein, in dem es um die Regeln ihrer analytischen (Re-)Konstruktion geht. Und vielleicht gilt hier wie bei jedem Spiel, daß sich diejenigen Regeln als die geeignetsten erweisen, die

das Spiel am interessantesten gestalten. Vielleicht haben gerade die Figuren das Potential zur Popularität, die einerseits einen mythologischen Bedeutungskern formulieren, der sich andererseits immer wieder als symbolisch produktiv in je historisch spezifischen Konstellationen erweist. Nicht nur, sondern auch: Populäre Figuren wären dann Klassiker im eigentlichen Sinne.

Außerhalb des Themenschwerpunkts dieser Ausgabe von *montage/av* untersucht Vinzenz Hediger eine omnipräsente, aber bisher selten diskutierte Form des Films: den Trailer. Als effektivstes Werbemittel scheint der Trailer vielleicht eine sekundäre, sogar parasitäre Form des Mediums zu sein, bildet jedoch, wie Hediger zeigt, eine eigenständige und besonders prägnante Textsorte des Films. Unter Anwendung eines strukturalistisch-morphologischen Ansatzes hat Hediger die typischen Parameter dieser Filmsorte untersucht. Aus einem sehr großen Korpus von Trailern destilliert er zwei zentrale Grundstrukturen, die er historisch verortet. Der klassische Stil, in dem Stars und Attraktionen hervorgehoben werden, wird am Beispiel von *THE PHILADELPHIA STORY* erörtert, während *BRAVEHEART* den neueren Typus exemplifiziert, in dem etwa zwei Drittel der Filmhandlung in komprimierter Form erzählt wird. Im zweiten Teil des Artikels führen Überlegungen zur Wirkungsästhetik dieser verschiedenen Formen weit über die rein strukturelle Analyse hinaus und eröffnet damit Fragestellungen, die für Film und Werbung überhaupt relevant sind.

Mit dieser Ausgabe erscheint *montage/av* zum zweiten Mal im Schüren-Verlag, der der Redaktion viel lästige Arbeit abnimmt und für eine Professionalisierung insbesondere der drucktechnischen Gestaltung und des Vertriebs sorgt. Der Zuspruch mancher Leserinnen und Leser nach dem ersten Heft im Schüren-Verlag war ermunternd, und wir hoffen, die freigesetzte Energie und die uneingeschränkte redaktionelle Freiheit, die der Verlag uns gibt, auch in Zukunft nutzen zu können.

Hans-Otto Hügel

Spieler und Spion – eleganter Profi und Mann von Welt Zur Geschichte und Einheit der Figur James Bond

Figuren der populären Kultur, also populäre Figuren (fiktionale wie reale) treten in mehreren Medien auf. Nach dem Ausmaß der im kulturellen Gespräch realisierten Verbindung zwischen Figur und Urheber (Quelle) lassen sie sich in ein dreiteiliges Schema einteilen: in populäre Figuren, die gar nicht mehr, die latent oder die explizit auf ihren Ursprung verweisen, ihre Ursprungsbedeutung durchsetzen (wollen) oder eben nicht mehr durchsetzen. Zu den fiktionalen Figuren, die gar nicht mehr auf ihren Ursprung zurückverweisen, werden immer wieder Robinson Crusoe, Sherlock Holmes und eben auch James Bond gezählt. Sie sind an keine, wie auch immer kanonisierten Texte gebunden und daher gänzlich verschieden von den Figuren, „deren Existenz in einem besonderen und eng umrissenen Korpus von Texten enthalten und begrenzt ist“ (Bennett/Woollacott 1998, 186). Gleichgültig ob ihre Verwendung im alltäglichen Gespräch oder in wirtschaftlichen Nutzungszusammenhängen (Filmproduktion/Werbekampagne) stattfindet, haben diese Figuren einerseits ein „kulturelles Eigenleben“ (ebd.) gewonnen, dem andererseits die Auslegungs- oder Nutzungskompetenz ihrer Leser/User entspricht. Bei Bond ist die Deutungskompetenz all derer, die die Figur gebrauchen, besonders deutlich geworden durch die Vielzahl von Schauspielern, die James Bond verkörpern, sowie durch den Wechsel der Leitmedien: bis Mitte der sechziger Jahre Literatur, dann der Film, bis schließlich fast gleichberechtigt die Werbung hinzutrat.

Festzustellen, daß die Bedeutungen von Bond fließend geworden sind, weil er eine populäre Figur ist, ist für sich genommen aber wenig erhellend. „Wie fließend sind sie denn?“, die Bedeutungen, fragt David Morley (1997, 44) im Zusammenhang einer Erörterung des Polysemie-Problems. Ich mache mir diese Frage Morleys zu eigen, ja radikalisiere sie in gewissem Sinne und frage umgekehrt: Sind die Bedeutungen der populären Figur James Bond vielleicht gar nicht (erheblich) fließend, gibt es vielleicht (doch) so etwas wie einen Bedeutungskern der Figur, einen Kern, auf den (latent oder explizit) Bezug genommen wird, wann wer auch immer sagt: mein Name ist Bond – James Bond.

Ich werde daher zunächst die Entwicklung der Filmfigur Revue passieren lassen, auch ihre Bedeutung in der Werbung skizzieren, und dann das so gewonnene Bedeutungsspektrum mit der literarischen Figur und ihrem Genre

kontrastieren. Mir ist dabei durchaus bewußt, daß diese Konzentration auf das ästhetisch vermittelte Material immer nur den impliziten Leser, nie den realen erfaßt. Mir scheint aber die folgende Hypothese nicht unvernünftig zu sein: Wenn die vielen Produzenten der James Bond-Figur in nunmehr mehr als 45 Jahren Produktionsgeschichte in all ihren Bond-Texten bei aller historischen Anpassung und Veränderung der Figur einen bestimmten Bedeutungskern oder ein bestimmtes Bedeutungsspektrum umspielen – warum sollte dann nicht dieser Kern, dieses Spektrum als die Bedeutung der Figur angesprochen werden. Dadurch wird Bond dann als ein bestimmtes Zeichen, ein bestimmtes Wort unserer Kultur, unserer Sprache beschreibbar. Daß damit – beispielhaft – die Bedeutung ästhetisch-hermeneutischer Verfahren sichtbar wird, ist nicht der letzte Nebensinn dieses Beitrags. Denn der für die Kulturwissenschaft unverzichtbare Methodenpluralismus – „Cultural Studies, das ist für mich diese Bereitschaft zum interdisziplinären Arbeiten“ (Morley 1997, 41) – schließt, was häufig vergessen wird, die ästhetisch-hermeneutische Methode mit ein. Gewiß vermag eine ästhetisch-hermeneutische Methode ihrem Dilemma nicht entgehen, den realisierten Leser zugunsten des intendierten bzw. des im Text verborgenen aus den Augen zu verlieren. Sie gewinnt aber dadurch eine kritische und utopische Dimension, die mit sozialwissenschaftlich orientierten Methode – gleichgültig ob diese qualitativ oder quantitativ orientiert sind – nicht erreicht werden kann. Denn auch die sozialwissenschaftliche Methode entgeht ihrem Dilemma, ihren Beschränkungen nicht: zugunsten des realisierten bzw. des den Lesern bewußten Sinns verliert sie den wirksamen, in die Zukunftweisenden, den traditionsstiftenden und wahrhaft kulturstiftenden Sinn aus dem Blick.

„Wir haben Bond geschützt“.

Konzeption und Imagearbeit für die Filmfigur

James Bond ist der Titelheld der erfolgreichsten Filmserie der Welt. Sie übertrifft STAR TREK oder STAR WARS um ein Vielfaches, und Serien wie RAMBO oder DJANGO spielen gar in einer ganz anderen Liga.

Soviel Erfolg – mehr als eine Milliarde Menschen haben James Bond-Filme allein im Kino gesehen – produziert geradezu automatisch die Frage nach den Gründen für eine solch immense Popularität. Als die Filmfigur James Bond die öffentliche Bühne betrat, war der literarische Bond schon ein Erfolg geworden. Seit Mitte der fünfziger Jahre stiegen, zunächst langsam, dann in immer größer werdenden Sprüngen, die Auflagenzahlen von Ian Flemings Büchern. Sie erreichten 1962, dem Jahr, in dem im Oktober der Film DR. NO (GB, Terence Young) herauskam, allein in England die stattliche Zahl von 1,3 Mill. verkauften Taschenbüchern. Ian Fle-

ming hatte also mit James Bond, dieser Schluß läßt sich ziehen, einen Nerv getroffen. Einen Nerv, den der Film um so erfolgreicher zum Schwingen brachte: Britische Kulturwissenschaftler (Bennett/Woollacott 1987; Denning 1998) haben gezeigt, daß Bond in England zunächst als Held einer Modernisierung wirkte und aufgefaßt wurde. Bond steht zum einen für Veränderung. Seine Lebens-, seine Trink-, Eß- und vor allem seine Sex-Gewohnheiten entsprechen nicht dem überkommenen Gentleman-Ideal. Er trinkt Wodka-Martini statt Whisky oder Portwein, ist überhaupt Wirkungs- und kein Genußtrinker, bevorzugt bei allem und jedem große Portionen und beläßt es nicht bei Anzüglichkeiten, sondern kommt direkt zur Sache; ganz anders als etwa die zunächst auch ob ihrer Härte verschrieenen Lemmy Caution oder Philip Marlowe, die in Deutschland besser als Eddie Constantine oder Humphrey Bogart bekannt sind. Andererseits entsprach Bond auch dem Gentleman-Ideal. Und diese Mischung aus Altem und Neuem macht Bond erst wirklich fähig, Held einer Modernisierung, also Gallionsfigur von Reformen zu sein. Seinem Chef und dem Secret Service treu ergeben, kämpft er für britische Kultur und das Ansehen Englands; er ist charmant zu den Damen, ein angenehmer Gesellschafter, stets gut gekleidet, kompetent und präsent in jeder Situation, in jedem kulturellen Milieu zu Hause – ein Mann von Welt und ein Mann für alle Fälle. Indem er den Seniorpart und sein amerikanischer Freund und Kollege, Felix Leiter, den Juniorpart gibt, versöhnt er die britischen Leser und Zuschauer mit der nach dem Zweiten Weltkrieg sich zu ungunsten Englands verwandelten weltpolitischen Lage. Er schafft Raum und Gelegenheit, sich an die in Wirklichkeit umgedrehte Rollenverteilung zu gewöhnen.

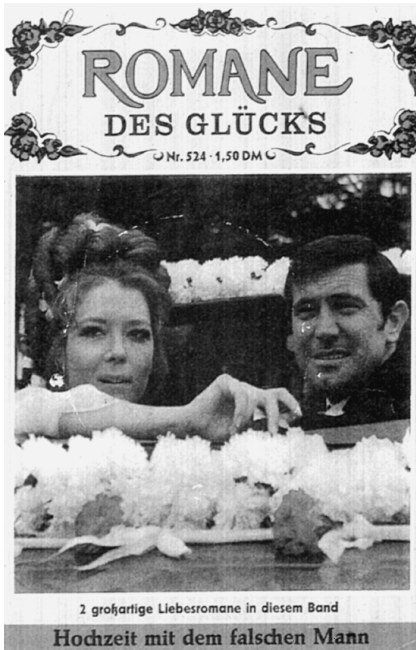
Bei alldem bezieht sich Bond – und dies war vor allem für Deutschland wichtig – auf die in der Politik und Kultur der Nachkriegszeit bestimmende Wirklichkeit des Kalten Krieges. In dieser Zeit, also etwa von 1947 bis zum ersten Kabinett Erhard und den beginnenden Notstandsdebatten 1964/65, war der Spion eine zentrale Figur der Öffentlichkeit. Ihre Bedeutung wurde in den fast regelmäßig ablaufenden politischen Krisen (Kuba/Berlin/Libanon) und in den regional eingeschränkten heißen militärischen Konflikten (Suez/Israel) immer wieder bestätigt. Vor allem in der BRD, in der man eine sechsstellige Zahl kommunistischer Spione vermutete, machten fast fortwährend Spionageaffären und -affärchen Schlagzeilen. Aber auch England hatte seine Spionen-Skandale, und nicht nur den von Profumo und Keeler. Der „Abgrund von Landesverrat“ (Adenauer), der in der Spiegel-Affäre (1962) sprichwörtlich wurde, hätte seine hysterische Wirkung nicht erzielen können, wenn nicht Verrat und Ausspähung an der Tagesordnung gewesen wären.

Bei der Bond-Rezeption in Deutschland war beim Spionagethema vor allem wichtig, daß der Westen („wir“) angreifbar war, weil und wenn menschliche

Schwächen und die Vorzüge unserer offenen Gesellschaft ausgenutzt wurden. „Unsere“ Stärken hingegen lagen im Technischen. Apparate und Bilder vom Überwachungsnetz, das die Amerikaner rund um die Sowjetunion aufgebaut hatten, von schwimmenden Radarstationen oder gar von Spionageflugzeugen (U 2) aus betrieben, erfüllten „uns“ mit klammheimlicher Freude und Zuversicht. Bond löste mit seiner Überzeugungskraft auf weibliche Angestellte des Gegners – siehe Pussy Galore, Tatjana Romanowa in *GOLDFINGER* (GB 1964, Guy Hamilton) und *FROM RUSSIA WITH LOVE* (*LIEBESGRÜSSE AUS MOSKAU*, GB 1963, Terence Young) – und seiner vollkommenen Beherrschung der Spionagetechnik und -ausrüstung daher die beiden Aufgaben, die damals jeder Zeitungsleser in Westdeutschland an einen Geheimagenten gestellt sah: Sekretärinnen zu beciren und umzudrehen, sowie sich Technik und Wissenschaft dienstbar zu machen.

Ob Held der Modernisierung oder Lichtgestalt im Kalten Krieg – welche Facette man auch für wichtiger halten mag – beiden Rezeptionsmustern ist gemeinsam, daß sie Bond ernst nehmen. Bis Mitte der sechziger Jahre, also von *DR. NO* bis zu *YOU ONLY LIVE TWICE* (*MAN LEBT NUR ZWEIMAL*, GB 1967, Lewis Gilbert) tritt James Bond – alias Sean Connery – in den Filmen als harter Held auf, der in phantastischen, aber präzise gebauten und plastisch erzählten Geschichten unterhaltsame und zugleich schlüssige Bilder von realen Bedrohungen, von Angstphantasien wie von Wunschträumen lieferte. Flemings Bücher und diese Filme konnten immer doppelt gelesen resp. gesehen werden: als Geschichten der Angst wie als Erzählungen der Rettung. Diese sozusagen ernste Bedeutung spiegelt sich nicht zuletzt in den ekstatischen Verrissen wider, die den Bond-Filmen und der Figur des James Bond in den etablierten Zeitungen zuteil wurden. Vor allem der Nazi-Vergleich war damals gang und gäbe: „Hier wird an Instinkte appelliert, die nicht anders als faschistisch zu nennen sind“, glaubte die *FAZ* (am 8.1.1965 zu *GOLDFINGER*). Und die *Basler Zeitung* meinte: „Im Grunde führt sich Bond wie ein Faschist auf; er hätte bei der SS Karriere machen können“ (am 23.7.1977 zu *DER SPION, DER MICH LIEBTE*). Während die *Frankfurter Rundschau* (am 26.8.1977) Parallelen zur terroristischen Szene der Gegenwart zog: „Was jener Mescalero als seine persönlichen Tagträume aufs Papier träumte und wie er sich da an der Killerlust und -laune anderer ‚aufgeilte‘, das entspringt dem gleichen Aggressionspotential, mit dem auch Kinoobjekte wie *DER SPION, DER MICH LIEBTE* [...] tagträumend nachvollzogen werden.“ Bond störte die etablierte Kritik von Links bis Mitte, weil er in diesem ersten Abschnitt seiner Popularität eigentlich einer der ihren, ein Vertreter der Erwachsenen-Kultur war. Denn in einer Zeit, die die Revolution der Jugend-Kultur, die Elvis Presley, James Dean, die Beatles und die Stones gerade

über sich hatte ergehen lassen müssen, war Bond (im Roman 1924 geboren) schließlich ein Mann in den besten Jahren, oder dichtet davor, einer der wenigen Hoffnungsträger der älteren Generation.



Connery und Lanzenby, passend für Frauen...



... und für Männerhaltung.

Mit George Lazenby, dem Nachfolger von Connery in der Rolle James Bonds, wurde 1969 eine Kehrtwende vollzogen. Obwohl er (1939 geboren) nur neun Jahre jünger als Connery war und obwohl die Geschichte und das Film-Abenteuer, in das er geschickt wurde (ON HER MAJESTY'S SECRET SERVICE; IM GEHEIMDIENST IHRER MAJESTÄT, GB 1969, Peter Hunt), vielleicht anspruchsvollere Stunts, dramatischere Verfolgungsjagden zeigte und überzeugender gefilmt war, als alle früheren, wurde Bond nicht mehr ernstgenommen. Kritiker, Kinopublikum und sekundäre Imageproduzenten sahen in Lazenby einen Softie, ein Weichei, keinen *hardboiled hero*. Während Bond (Connery) mehrfach Umschläge von *Jerry Cotton* zierte, findet sich Bond (Lazenby) als Titelcover von Liebesromanen (vgl. Tesche 1995, 53). Ob dies an der Person La-

zenbys oder an der unglücklichen Einfhrungsszene lag, in der ihm eine Frau mit seinem Aston Martin davonfhrt und er nur noch hilflos stammeln kann: „Das wäre dem anderen [Bond alias Connery] nie passiert“, oder durch die ebenso falsche Ausstattung verursacht wurde, ist heute kaum noch von Interesse. Lazenby sah mit Halsltzchen und Rschen allzu sehr nach einem Mittelklasse-Rockmusiker wie Herman Hermits aus. Fakt war jedenfalls, daß der Bond-Figur mit einem Schlag jeder Ernst genommen war. In dieser Situation taten die Produzenten Broccoli und Saltzman etwas sehr Kluges. Sie rissen nicht einfach das Steuer wieder herum – um mit dem erneut und zum letzten Mal von ihnen verpflichteten Sean Connery die alte Formel wieder neu zu beleben. Vielmehr verstärkten sie die selbstreflexiven Auftritte von Bond und gaben ihm – so sah es die katholische Filmkritik – einen parodistischen Witz, wie ihn zu dieser Zeit Richard Lester in seinem Beatles-Film realisiert hatte. Diese selbstdistanzierenden Züge ließen sich leicht realisieren, weil Bond schon von Fleming ambivalent, selbstparodistisch wie ernstgemeint konzipiert war. Ich erinnere für das selbstparodistische Moment nur an Bonds übermenschliche, an Superman erinnernde Fähigkeit, beim geschüttelten, aber nicht gerührten Wodka-Martini Wodka aus Kartoffeln von solchem aus Getreide zu unterscheiden. Dies vermag, um Experten wie Wolfram Siebeck zu folgen, kein Sterblicher! Mit den zu Slapstick-Nummern ausgebauten Kampf- und Aktions-Szenen bereitete dieser selbstdistanzierte Gestus Bonds/Connerys in DIAMONDS ARE FOREVER (DIAMANTENFIEBER, GB 1971, Guy Hamilton) den Wechsel des Hauptdarstellers zu Roger Moore vor. Moore ließ bei seiner Darstellung das Spielerisch-Elegante, gleichsam das Mantel- und Degen-Erbe Bonds hervortreten und gab ihm jene Leichtigkeit, die in die Flower-Power- und Reformzeit paßte. Er machte in LIVE AND LET DIE (LEBEN UND STERBEN LASSEN, GB 1973, Guy Hamilton) aus dem angestregten Helden einen charmant lächelnden. So sehr diese Interpretation (nicht: Umdeutung) der Bond-Figur (zunächst) den Zeitgeist wiedergab und bei den Zuschauerinnen, die für Bond stets besonders wichtig sind, auch hervorragend ankam, so erzwang die fortschreitende Zeit aus biologischen wie historischen Gründen Ende der achtziger Jahre eine Erneuerung. 1985 hatte Moore bei seinem letzten Auftritt in A VIEW TO A KILL (IM ANGESICHT DES TODES, GB 1985, John Glen) als 58jhriger ein Alter erreicht, das kaum mehr bondian erschien. Zudem waren auch die Zeiten härter geworden; die weltweite Rezession, in England kamen noch Entschlossenheiten à la Margaret Thatcher und die Falklandkrise hinzu, verlangten einen aktionsbetonteren, ja wieder ernsthafteren, wenn man will ehrlicheren Bond. Mit Timothy Dalton, geboren 1946, kehrte man aber nicht einfach zu den Wurzeln der Filmfigur zurück, sondern interpretierte Bond neu. Dalton mag zwar in seiner Härte manchen an Connery

erinnern, Daltons Härte hat aber eine entschieden andere Nuance: Während Moore Gefahr spielt und Connery bei allem Ernst mit der Gefahr spielt – siehe seine Kampfansage an Goldfinger während des Golfspiels –, zeigt Dalton die Bedrohung, ja den drohenden Untergang, den jede Gefahr mit sich bringt. Schockiert bei Connery das Töten noch und sieht man bei Moore, daß die im Film Getöteten gleich wieder aufstehen werden, ist bei Dalton Töten und Sterben selbstverständlich geworden. Entsprechend verwandeln sich die lockeren Sprüche, das *wise cracking*, das Bond als Erbe der Schwarzen Serie zu einem seiner Markenzeichen machte, in einen geradezu böartigen Sarkasmus. Vielleicht kommt Dalton daher dem Bond am nächsten, wie Fleming ihn am Beginn seiner literarischen Laufbahn am Ende des Ersten Kapitels von *Casino Royale* beschrieben hat:

His last action was to slip his right hand under the pillow until it rested under the butt of the .38 Colt Police Positive with the sawn barrel. Then he slept, and with the warmth and humour of his eyes extinguished, his features relapsed into a taciturn mask, ironical, brutal, and cold (Fleming 1955, 10).



*Bond (Pierce Brosnan) in der Rolle eines Philip Marlowe
– TOMORROW NEVER DIES (GB 1997).*

Mit Daltons *LICENSE TO KILL* (*LIZENZ ZUM TÖTEN*, GB 1989, John Glen) wurde zum ersten Mal die Perlenkette der Bond-Filme unterbrochen. Waren von 1962 bis 1986 zumeist in jährlichem oder zweijährigem Wechsel Bond-Filme erschienen, verhinderten nun Rechtsstreitigkeiten zwischen zwei Lizenznehmern für sechs Jahre eine Fortführung der Serie. Daher kam es 1995 trotz des finanziellen Erfolgs der Dalton-Interpretationen Bonds, die weltweit mehr als 300 Mill. Dollar, rund das Zehnfache ihrer Produktionskosten (ohne TV-, Video- und sonstige Rechte; vgl. Tesche 1995, 208) einspielten, zu einem gänzlichen Neuanfang, auch mit einem neuen Bond.

Pierce Brosnan, der schon 1986 als Nachfolger von Roger Moore in Aussicht gestanden hatte, war damals aus einem langfristigen TV-Vertrag nicht herausgekommen. Mit 42 Jahren, 1953 geboren, war er, als 1995 *GOLDENEYE* (GB 1995, Martin Campbell) herauskam, im besten Bond-Alter; er wirkte aber jünger – nicht zuletzt wegen der geradezu herausfordernd modischen Garderobe, die ihn auf den allerersten Blick fast als Dressman erscheinen ließ. Zwar gehört gute, ja vornehme Kleidung als Erbe der Hochstapler und Spione, heißen sie Felix Krull oder Arsène Lupin, zu jedem Bond. Brosnan und die Werbung zelebrieren aber geradezu seine Anzüge. Brosnan ist der Bond in den Brioni-Klamotten. Auch wenn das Neu-Eingekleidet-Werden bei einem exklusiven Schneider zum festen Zeremoniell bei allen neuen Bond-Darstellern gehört (entsprechende Bilder gibt es von Connery wie von Brosnan) und alle Bond-Darsteller für gehobene Kleidung Werbung machten, sind die Brioni-Anzüge für Brosnan besonders wichtig: Sie sind bei ihm zum Vermittler, zum Träger seiner erotischen Ausstrahlung geworden. Während bei Connery das eigentlich erotisch Wirksame, der wuchtige, muskulöse untersetzte Körper von den Anzügen verhüllt wird und man geradezu darauf wartet, daß die Hüllen fallen, fehlen bei Brosnan solch herausfordernd lange Sequenzen des (halb)nackten Bonds; genauer: sie sind für Brosnans Image nicht wichtig geworden (jedenfalls nicht in offiziellen Bond-Publikationen). Denn es gibt keine gedruckten Bilder dieser Szenen, obwohl er in den USA „als schönster Mann in Badehosen“ (zit. n. Tesche 1995, 151) gekürt wurde. Brosnans stets hochelegante Kleidung sticht sowohl von der Daltons wie von der Moores ab. Während Daltons Garderobe sich an der in den achtzigern von Designern ausgegebenen Parole orientierte: außerhalb des Büros geb' ich mich leger; und Moore sich bei Außeneinsätzen nicht scheut, das zu tragen, was in Deutschland Freizeitkleidung heißt, ist Brosnan auch dort noch elegant, wo Moore nur salopp-bürgerlich wirkt. Brosnans Einsatzkleidung, etwa seine Lederjacke in *TOMORROW NEVER DIES* (GB 1997, Roger Spottiswoode), strahlt die gleiche Exklusivität aus, wie seine Brioni-Anzüge (vgl. Woodhead 1996).

Wirkt Moore elegant durch die originell hergestellte Einheit von Wort/Aktion und ist Connerys Eleganz bewegungsbetont – einer Anekdote zufolge hatte Connerys Gang beim Casting die Produzenten überzeugt, den richtigen Bond gefunden zu haben –, vermittelt Brosnan durchgängig Eleganz. Ihn umgibt der Luxus nicht als Funktion seines Berufes. Der Luxus scheint ihm persönlich zugeordnet zu sein. Der Bond Brosnans ist sicher der privat reichste Bond. Flemings Held mußte noch sehr genau rechnen, stellt sogar Haushaltsbudgets auf. Dies traut man Brosnan nicht mehr zu. Er wirkt, als ob er der Erbe-Generation angehört, so wie Connery als harter Arbeiter die Aufbau-Generation verkörpert. Mit seinem zur Schau getragenen finanziellen Erfolg spiegelt Brosnan eine Haltung unserer Zeit wider. Der Hauch von Luxus, der ihn persönlich umgibt, hat aber auch dramaturgisch seinen Sinn. Der Gegensatz, ja der Konflikt M/Bond in *GOLDENEYE* macht es geradezu notwendig, Bond (auch finanziell) als unabhängige Figur und weniger als Angestellten des Secret Service darzustellen.

Das von Brosnan realisierte Konzept für Bond als smarter, eleganter und erfolgreicher junger Mann – ich will nicht gerade Yuppie sagen – unterscheidet Bond zugleich von den übrigen gegenwärtigen Aktionshelden des Kinos. Brosnan gelingt die Synthese von Kraft und Eleganz, von Kampf und Kultur, von Technikzentriertheit und Sensibilität. Diese Synthese macht Bond zum Helden für jedes Alter. Der Bond Brosnans spricht nicht wie Schwarzenegger, Bruce Willis und andere Aktionsfiguren nur ein bestimmtes Segment des Publikums an; er ist – und so war Bond für das Kino von Anfang an konzipiert – der Held der ganzen Familie. Aus gutem Grund unternehmen die Produzenten auch fast jede Anstrengung, Bond-Filme für Zuschauer ab 12 Jahre freizubekommen. Dem Konzept eines Familien-Bonds kommt entgegen, daß Bond schon von Fleming in viele Erzähltraditionen der populären Kultur eingebettet ist. Bond steht mit seiner Eleganz in der Tradition des Mantel- und Degen-Genres, er arbeitet wie ein Detektiv, setzt sich für Gemeinschaft und Heimat ein wie ein Westernheld; er verkörpert den Don Juan-Typ, zeigt Bezüge zur Science Fiction und zu den Superhelden der Comics, und er ist ein Profi wie die allermeisten populären männlichen Helden des 20. Jahrhunderts.

Der spielerische Grundzug, mit dem er all diese Rollenelemente ausfüllt, gibt seiner Rolle eine eigene Farbe und vereinheitlicht die Figur. Da all diese verschiedenen Genretypen, auf die die Figur Bond bezogen ist, in unserem kulturellen Gedächtnis schon vorhanden sind, muß Bond sie nie ganz ausfüllen. Sein Don Juan-Wesen etwa braucht nur angedeutet, nicht durch nackte Tatsachen unter Beweis gestellt zu werden, die die Jugendfreigabe dann gefährden würden. Das Drei-Musketier-Erbe muß nicht in ballettartigen Kämpfen ausgestellt werden; einige locker hingeworfene, den Kampf begleitende Sprüche genügen, um



Bond (Sean Connery) in den Armen einer Toten (Akiki Wakabayashi), die für ihn gestorben ist – YOU ONLY LIVE TWICE (GB 1967).

Bond als Verwandten D'Artagnans zu annoncieren. Daher kann Bond einerseits zu seinem Körper ein glaubwürdiges Verhältnis herstellen als die Mantel- und Degen-Fechter, die den Gesetzen der Physik kaum unterworfen zu sein scheinen. Andererseits strahlt er wie einer der drei Musketiere Optimismus und Zuversicht selbst in Situationen größten Ernstes und größter Not aus. Umgekehrt schützt wiederum das Mantel- und Degen-Erbe Bond davor, daß seine Aktions- und Kampfauftritte ins Brutale abrutschen.

Diese Konstruktionsmethode des Genre-Mix hat jedoch ihre Grenzen, wenn es darum geht, Bonds Eigenheiten zu zeigen, vor allem das, was von ihm neu in die populäre Kultur eingebracht wird. Von Flemings literarischer Erfindung aus betrachtet, erscheint diese genredurchmischte Figur des Kinos als geglättet. Der Filmfigur gehen die Einsamkeit, ja die Melancholie weitgehend

ab, die der Erzähler Bond mitgab. Und was vielleicht noch wichtiger ist: Der Filmfigur fehlt bei der Körperinszenierung – und Bond ist vor allem der Held des Körpers – jene Radikalität, die die literarische Figur auszeichnet. Während Fleming Bond in nahezu jedem Roman bis über die Grenzen des Körpers hinaustreibt – kein Abenteuer kann Bond bestehen ohne ohnmächtig vor Schmerzen oder vor schierer Anstrengung zu werden –, erledigt Bond seine dienstlichen Aufträge im Film, ohne größeren Schaden zu erleiden. Wird beim literarischen Bond im Körperlichen eher der Schmerz herausgestellt, so beim filmischen die Lust. Das muß ja auch so sein; wie könnte es sonst zum Liebes-Happy End kommen?!

Allerdings fehlen in den Filmen Sequenzen nicht völlig, in denen Bond unter Druck, mit dem Rücken zur Wand steht, gar in die Enge getrieben oder melancholisch, resigniert ist. Auch der Film scheut sich nicht, Bond ohnmächtig und wehrlos zu zeigen. Ich erinnere nur an die quälend lange Sequenz, in der Roger Moore in MOONRAKER (GB 1979, Lewis Gilbert) einem Beschleunigungstest für

Raumpiloten ausgesetzt wird, und sein Gegner die Belastungsfrequenz manipuliert hat. Bilder aus solchen Szenen sind aber nicht bestimmend für Bonds Image geworden – aus dem einfachen Grund, weil sie (außerhalb des flüchtigen Films) nirgends veröffentlicht sind. Das Bild Bonds in den Print-Medien und das filmische Bild differieren erheblich. (Übrigens ist diese Differenz nicht nur bei Bond bisher unbeachtet geblieben und verdient eine eingehendere Untersuchung.) Der Grund für diese Image-Differenz von Film und Print-Medien liegt in einer konsequent und über viele Jahre durchgehaltenen Image-Strategie von Bonds Produktionsfirma. Szenen, in denen Bond Brutalität, Erschöpfung oder auch nur Einsamkeit und Melancholie zeigt, werden nicht oder nur sehr zögernd zur Veröffentlichung freigegeben.

„Wir haben Bond beschützt“, umschreibt John Parkinson von EON Productions (Interview mit dem Verf. am 9.1.1998) diese Praxis. Und er hat Recht damit. Ich will seine Bemühungen auf gar keinen Fall diskreditieren oder gar „Zensur“ rufen. Der in Deutschland allzu oft forcierte Gegensatz von Geschäft und Kunst gilt für die populäre Kunst und Kultur gerade nicht. Denn im Unterschied zur Elite-Kultur bezieht sich das Populäre nicht auf einen von einem Autor vorgegebenen, kanonisierten Text, sondern auf Texte bzw. Bilder, die in der Öffentlichkeit unter der Beteiligung von vielen entstehen. Es ist nicht nur legitim für ein sauberes, besser: für ein geglättetes Image von Bond zu sorgen – es ist sogar notwendig gewesen. Bond verdankt sein Überleben diesen Bemühungen.

Durch das geglättete Image erreichte Bond ein größeres Publikum, es macht Bond auch zu einem besseren Werbeträger. Mit Bond als Werbeträger für luxuriöse, technisch hochwertige Waren und für männliche Accessoires ließ sich nicht nur Geld verdienen; Bond als Werbemagnet war immer auch für sich selbst unterwegs (vgl. Hügel 1998 b, 207ff). Jede Rolex-Werbung, jeder Satz „Bonds Choice“ (z.B. FAZ v. 26.3.1999, 4) hält die Uhr und die Filmfigur präsent und gibt ihr Kontinuität im kulturellen Gedächtnis, wenn der Film schon lange ab-



Akiko Wakabayashi als Schöne in Bonds Arm – solche Bilder werden gerne für die Werbung freigegeben – YOU ONLY LIVE TWICE (GB 1967).

gesetzt ist. Zugleich unterstützt die Werbung, da die Produkte für die Bond-Werbung stets sorgfältig ausgesucht sind, Bond als männliches Idol.

Daß das durch die Print-Medien und die Werbung geglättete Image den Auftritten Bonds in den Filmen nicht immer entspricht, ist dabei kein Fehler, sondern ein Vorzug dieser Schutz-Kampagne für Bond. Zum einen erlaubt sie es, Bonds Filmauftritte spannender und überraschender zu gestalten. Bond „darf“ sich in Filmen extremer verhalten, als sein geglättetes Image es ankündigt. Zum anderen nähert das in den Print-Medien geglättete Image die verschiedenen Interpretationen der Figur einander an und erleichtert damit den sonst viel schwieriger zu vollziehenden Wechsel von einem Bond-Darsteller zum nächsten. Zugleich erlaubt das konsistente Image die Anpassung an sich verändernde gesellschaftliche Stimmungslagen.

Ich halte diese relativ unbemerkte, hartnäckige, Tag für Tag realisierte Bemühung, Bond zu schützen und ihm dadurch ein ‚festes‘ Image zu verleihen, für mindestens so wichtig für den Dauererfolg Bonds wie die Bemühungen der Autoren oder die spektakulären Erneuerungen, mit denen die Bond-Produzenten Filmgeschichte geschrieben haben: Kinostarts mit zehnmal mehr Kopien als früher üblich, PR-Auftritte der Hauptbeteiligten ließen jeden Bond-Film zu einem Medienereignis werden. Die vielfach wiederkehrenden Elemente – Ausstattungsaufwand, exklusive Spielorte, spektakuläre Stunts und Special Effects – alles das hat zum Erfolg des Markenartikels Bond sicher beigetragen, ohne die Imagearbeit aber wäre der Dauererfolg jedoch nicht eingetreten.

Der elegante Profi

Mit dem Verweis auf Genre-Mix, auf Anpassung an Aktualitäten und gesellschaftliche Problemlagen sowie auf die Qualität der PR-Arbeit sind zwar sicherlich einige richtige Antworten auf die Frage nach den Ursachen der Bond-Popularität gegeben. Ob sie aber die umfassende Wirkung der populären Figur, der Figur in verschiedenen Medien, begreifbar machen, scheint mir noch ebenso fraglich zu sein wie die Frage nach dem einheitsstiftenden Element der Figur. Denn je mehr wir aufmerksam werden für die vielen, die sagen: „Mein Name ist Bond, James Bond“, desto mehr stellt sich die Frage, wieso wir trotzdem an die Möglichkeit glauben, Einverständnis zu erzielen, wenn wir über James Bond sprechen. Im Katalog zur Hildesheimer Bond-Ausstellung habe ich die Bedeutung von Logo und Silhouette (Hügel 1998b, 203ff) für die Sinnkonstruktion des kulturellen Zeichen James Bond herausgestellt und dabei am Rande auch auf den Eindruck von Bonds Eleganz verwiesen, der durch die Einheit von Waffe und Schütze hergestellt wird. Mir scheint, daß in der Eleganz Bonds,

die schon vielfach bemerkt, in ihrer umfassenden, einheitsstiftenden wie entwicklungsoffenen Kraft aber nicht erkannt wurde, ein Schlüssel für das Verständnis der Figur liegt.

Die Bedeutung der Eleganz hervorzuheben, wird auch von einer populären Rezeption Bonds nahegelegt, die den eleganten Profi geradezu zum Vorbild macht. So spricht ein amerikanischer Ratgeber für Manager von einem Bond-Syndrom und gibt die Empfehlung: „Tue alles, was immer Du tust und in welcher Situation Du auch bist, mit einem Lächeln.“ Ein solcher Ratschlag leuchtet uns unmittelbar ein, denn er läßt sich minutiös an heute gängige Populärphilosophien westlicher wie östlicher Richtung anschließen. Sich unbeeindruckt zu zeigen, vor allem den Anschein von Angestrengtsein zu vermeiden, das wird heute jedem Tennisspieler eingebläut und von jedem Filmschauspieler verwirklicht, der einen Profi gibt.

Der Profi ist ein Kämpfer; zwar nicht ohne Seele, aber ohne sie zu zeigen. Das gibt zum einen Ausdrucksraum für Seelisches, zum anderen Raum für Entwicklung, Spannung, Abwechslung. Der Profi bietet daher Raum für Zeitgenossenschaft. Denn die unbeeindruckbare Haltung des Kämpfers, des Duellanten, so wie wir sie heute schätzen, ist etwas durch und durch Historisches, wie ein Hinweis auf die Ritter- und Räuberhelden des 18. und frühen 19. Jahrhunderts, etwa auf Rinaldo Rinaldini, zeigt. Weiterhin gibt das Elegante – wenn es in der Spielart, wie wir es bei Bond am vordergründigsten bemerken, nämlich im Zusammenhang mit Luxus und mondäner Welt – zahlreiche, von Fleming wie vom Film immer wieder genutzte dramaturgische Möglichkeiten. So gibt der Gegensatz von Waffe und Abendanzug stets einen ebenso schönen Effekt wie der zeitlich enge Zusammenhang von Kampfeshärte und gesellschaftlich korrektem Benehmen. Und nicht zuletzt macht das Flair von großer Welt Bond zum Helden der Überflußgesellschaft und zur Wunschprojektion – nicht nur für Klein Mäxchen.

Durch die Art seiner Eleganz knüpft Bond an tradierte Vorstellungen seines Genres an, die von Beginn an zum psychologischen Ausgleich für das als schmutzig geltende Spionagesgeschäft dienten. Der Spion wird durch seine Eleganz zum sauberen Helden, wird familientauglich. Wahrscheinliches und Unwahrscheinliches werden zusammen hergestellt. Einerseits macht der elegante Spion seine phänomenale Überlegenheit im Kampf glaubhaft, da der elegante Kampfstil zugleich der effektivere zu sein scheint; andererseits befriedigt uns die Eleganz von Bonds Bewegungen derart, daß uns die Frage nach ihrer Realisierbarkeit (mit oder ohne Stuntman) gleichgültig ist. Die Frage nach der Wahrscheinlichkeit interessiert uns auch deshalb so wenig, weil wir Bond in seiner Eleganz als unseren Stellvertreter anerkennen. Denn wo wir scheitern, siegt

Bond durch und mit Eleganz. Nicht zuletzt von hier aus bekommen die vielen technischen Spielereien, mit denen Bond von Q und anderen umgeben wird, ihren Sinn. Konnte früher ein Autofahrer einen Motor überbeanspruchen, überhitzen, wird heute in Autos die Geschwindigkeit abgeregelt. Störte uns früher der Mangel an Luxus und Bedienungskomfort an Waschmaschinen und Video-recordern, nutzen wir heute ihre vielen Programme gar nicht mehr. Lächelte früher jeder ernstzunehmende Schachspieler über Schach-Programme, schlägt heute Deep Blue Kasparow 2:1. Bond rettet mit seiner Eleganz, seinem automatischen, unnachahmlichen wie vollkommenen Verständnis für die Maschine die Ehre des Menschen. Er bleibt ihnen überlegen, ihr Herr und Meister. Daher auch geht er so rücksichtslos mit den technischen Spielzeugen um, zerstört sie geradezu lustvoll und kommt dabei überhaupt nicht in den Geruch des Vandalen, sondern vermag noch im Zerstören seine Eleganz zu wahren.

Jenseits aller dramaturgischen Vorzüge ist Eleganz für die Figur des James Bond selbst wichtig. Denn das Elegante stellt die Gesellschaftsfigur heraus. Eleganz ist gänzlich gesellschaftlich, gruppenbezogen wie anerzogen. Das Elegante hat keine ahistorische, anthropologische Grundierung. Durch die extreme Gesellschaftsorientierung wirkt Eleganz in allen Gesellschaften auf gleiche Weise: sie typisiert und entindividualisiert. Und hierin liegt der tiefste Grund für Bonds Eleganz. Bond ist nicht nur der Profi, sondern der entindividualisierte Profi, der Funktionstyp, wenn man will der Angestellte: James. (Daher auch ist er so leicht von verschiedenen Schauspielern darzustellen.)

Einen Spion entindividualisiert, als Funktionstyp zu entwerfen, liegt besonders nah, ist der Spion, der für die Macht eintritt, doch viel stärker auf seine Gesellschaft fixiert als etwa der für das Gute, für Moral kämpfende Detektiv. Auch die stärkere Abhängigkeit von Organisation sowie der Zwang zum Versteckten, zum Untergrund, also zur Maske, verlangen vom Spion mehr als von jedem anderen Helden, daß er sich als Individuum verleugnet. Daher ist es nur logisch, daß alles Individuelle zum Nachteil des Spions gerät, wie man aus dem Dossier der Russen über 007 beispielsweise erfährt, sind seine Persönlichkeit und Persönliches Schwäche:

First name: JAMES. Height: 183 centimetres; weight: 76 kilograms; slim build; eyes: blue; hair: black, scar down right cheek and on left shoulder; signs of plastic surgery on back of right hand (see Appendix „A“); all-round athlete; expert pistol shot, boxer; knife-thrower; does not use disguises. Languages: French and German. Smokes heavily (N.B.: special cigarettes with three gold bands); vices: drink, but not to excess, and women. Not thought to accept bribes. (Fleming 1964, 58)

Entsprechend zeigt Bond Persönlichkeit nur in der Niederlage:

[...] he limped off with his stick through the dusty bars of evening sunlight that filtered down through the trees in the park. Bond sat down on one of the seats opposite the island in the lake and took out his cigarette-case and lit a cigarette. He looked at his watch. Five minutes to six. He reminded himself that she was the sort of girl who would be punctual. He had reserved the corner table for dinner. And then? [...] Then slowly south, always keeping to the western roads, avoiding the five-star life. Slowly exploring. Bond pulled himself up. Exploring what? Each other? Was he getting serious about this girl? James. 'It was a clear, high, rather nervous voice. Not the voice he had expected. He looked up. She was standing a few feet away from him. He noticed that she was wearing a black beret at a rakish angle and that she looked exciting and mysterious like someone you see driving by abroad, alone in an open car, someone unattainable and more desirable than anyone you have ever known. Someone who is on her way to make love to somebody else. Someone who is not for you. [...] She looked at him carefully. What did the look remind him of? The Morphy look? The look he had given Drax on that last hand at Blades? No. Not quite. There was something else there. Tenderness? Regret? She looked over his shoulder. Bond turned round. A hundred yards away there was the tall figure of a young man with fair hair trimmed short. His back was towards them and he was idling along, killing time. Bond turned back and Gala's eyes met his squarely. 'I'm going to marry that man', she said quietly. 'Tomorrow afternoon.' And then, as if no other explanation was needed. 'His name's Detective-Inspector Vivian.' 'Oh,' said Bond, 'He smiled stiffly. 'I see.' [...] And now what? wondered Bond. He shrugged his shoulders to shift the pain of failure – the pain of failure that is so much greater than the pleasure of success. The exit line. He must get out of these two young lives and take his cold heart elsewhere. There must be no regrets. No false sentiment. He must play the role which she expected of him. The tough man of the world. The Secret Agent. The man who was only a silhouette. (Fleming 1956, 188f.)

So sehr Bond hier affektiv engagiert ist – er bleibt ganz und gar Geheimagent. Mit größtmöglicher, geradezu brutaler Objektivität, die die Figurenperspektive fast als Erzähler-Rede erscheinen lässt, beobachtet er die Szene, bleibt er fähig, bevor sich das Mädchen ihm zugewendet hat, beides zu sehen: Hier steht die attraktivste Frau, die er je gesehen hat, und dies ist eine Frau, die dabei ist, jemand anderen zu lieben. Damit gibt Fleming ein perfektes Beispiel für den abschließenden Selbstkommentar Bonds und zeigt zugleich, daß Bond seine Rolle wahrhaft verinnerlicht hat.

Es stellt sich die Frage, ob solche Erkenntnis der eigenen Funktionsexistenz eine Durchbrechung derselben darstellt. Sicher ist: Bond formuliert hier selbst

die Grenzen seiner Aufgaben bzw. seines Genres, die er als Spion zu respektieren hat. Wie nahe Bond an diese Grenzen geht und wie fest sie doch bleiben, zeigt vielleicht am deutlichsten die berühmte Sequenz im Foltertunnel des Dr. No. In zwei langen Kapiteln läßt Fleming Bond nichts tun als leiden, so daß man von ihm als „Schmerzmann“ (Kortmann 1998, 23) sprechen kann. Einige Kostproben:

The next thing he knew was a searing pain up his arm and the crack of his head hitting the stone floor. He lay, stunned, with only the memory of a blue flash and the hiss and crackle of electricity to tell him what had hit him. Bond got to his knees and stayed there. He bent his head down and shook it slowly from side to side like a wounded animal. He noticed a smell of burning flesh. [...] Six inches at a time, Bond's body began to worm up the shaft – expand shoulders to grip the sides, lift feet, lock knees, force the feet outwards against the metal and, as the feet slipped downwards with his weight, contract shoulders and raise them a few inches higher. Do it again, and again and again and again. Stop at each tiny bulge where the sections joined and use the millimetre of extra support to get some breath and measure the next lap. [...] Don't worry about cramp. Don't worry about your screaming muscles or the swelling bruises on your shoulders and the sides of your feet. Just take the silver inches as they come, one by one, and conquer them. [...] Now half Bond's mind was dreaming while the other half fought the battle. He wasn't even conscious of the strengthening breeze or the slowly brightening light. He saw himself as a wounded caterpillar crawling up a waste pipe towards the plug-hole of a bath. What would he see when he got through the plug-hole? A naked girl drying herself? A man shaving? [...] Bond thrust his knife between his teeth and his hand dived for the crook of the wire spear. He tore it out, got it between his two hands and wrenched the doubled wire almost straight. He would have to let go with one arm to stoop and get within range. If he missed, he would be torn to shreds on the fence. Now, before he died of the pain! Now, now! [...] The stinking, bleeding, black scarecrow moved its arms and legs quite automatically. The thinking, feeling apparatus of Bond was no longer part of his body. It moved alongside his body, or floated above it, keeping enough contact to pull the strings that made the puppet work. Bond was like a cut worm, the two halves of which continue to jerk forward although life has gone and been replaced by the mock life of nervous impulses. Only, with Bond, the two halves were not yet dead. Life was only in abeyance in them. All he needed was an ounce of hope [...]. He looked down at his brown and white body, striped and pock-marked with red. On an instinct he felt his pulse. It was slow but regular. The steady thump of life revived his spirits. What the hell was he worrying about? He was alive. The wounds and bruises on his

body were nothing – absolutely nothing. They looked ugly, but nothing was broken. Inside the torn envelope, the machine was quietly, solidly ticking over. Superficial cuts and abrasions, bloody memories, deathly exhaustion – these were hurts that an accident ward would sneer at. Get on, you bastard! Get moving! Clean yourself and wake up. (Fleming 1960, 151ff)

Minutiös, in geradezu naturalistischem Sekundenstil, die Innensicht in ihrem Fokus virtuos variierend, präzise, voll psychologischen Realismus' und Detailreichtums, steigernd und retardierend, mit vielfachen rhetorischen Markierungen, bietet Fleming mehr als Genauigkeit im Technischen, mehr als seinen berühmten „Fleming-Effekt“ (Amis 1964). In der Konzentration auf den rein physischen Schmerz, denn anders als bei den Schmerzensmännern und -frauen der literarischen Vergangenheit säkularisiert Fleming den Schmerz, findet er die zeitgenössische Position der Schmerzensdarstellung. Konsequenterweise fällt der Moment des Schmerzes, dem einzigen, in dem der Spion zur Verstellung unfähig ist, mit dem Moment des A-Menschlichen zusammen: „He had come to the end of his human reactions to pain and adversity. [...] But there were animal reserves of desperation left and, in a strong animal, those reserves are deep.“ (Fleming 1960, 157) Die Kampfmaschine vermag sogar diesen Punkt zu überwinden. Während Saint Exupéry seinen im Eis abgestürzten Helden voller Stolz sagen läßt: „Was ich geschafft habe, kein Tier hätte es zuwege gebracht“ (1947, 45), aber nicht offenbart, was den Flieger überleben läßt, erklärt Fleming die alle Schmerzen überwindende Kraft Bonds mit dessen Wissen von der Bedeutung des Auftrags und dem Gedanken: „He thought of the girl and the thought gave him strength.“ Auch im Extremen ordnet Fleming seine Figur ein, entläßt sie nicht aus dem Raster von Genre und Rolle.

Trotzdem: in seinen Schmerzen existiert Bond nicht nur auf und durch ein ihm fremdes Ziel hin, sondern lebt aus dem Gegenwärtigen heraus. Was den nur oberflächlich geschilderten Ekstasen der vielen One Night-Stands abgeht, zeigen ihre zahllosen negativen Entsprechungen in den konvulsivischen Schmerzensmomenten: den Glanz des Diesseitigen, des Vitalen, das aus Bond den Körper-Helden par excellence macht.

Von hier aus, vom Feiern des Körpers bekommt die sexuelle Attraktivität Bonds ein Mehr an Sinn – über die bloße männliche Attraktivität hinaus. Bonds Vitalität, seine Gegenwärtigkeit bilden einen Gegenpol zu seiner entfremdeten Existenz als kleines Teil in einer Organisation. Sie stellen ein Gleichgewicht her, machen aus ihm einen ambivalenten Charakter, den man nicht festlegen kann, machen ihn interessant.

Spieler und Spion

Die Betonung des Körpers hat nicht nur psychologisch ihren Sinn – sie ist auch dramaturgisch notwendig. Bond siegt dank seiner körperlichen Attraktivität, seiner erotischen Ausstrahlung und demonstriert damit am sinnfälligsten, daß es sein persönlicher Triumph ist. Nur er kann Pussy Galore umdrehen, Tatjana Romanova überzeugen, Solitaire aus ihrer Abhängigkeit befreien. Kämpfen und Gut-vorbereitet-Sein können auch andere. Bond als Person ist jedoch nicht zu ersetzen. Damit wird unser Held nicht nur attraktiver gemacht, zugleich wird seine Notwendigkeit beglaubigt. Wir verstehen: nur Bond kann die Welt retten. Um so notwendiger Bond wird, um so größer aber erscheint die Gefahr für die Welt zu sein. Denn wenn alles an einer Person hängt...

Die zugespitzten, geradezu exaltiert dramatischen Höhepunkte von Bonds Abenteuern haben also ihren tiefen Sinn. Sind dramaturgisch abgefedert in der Gesamtanlage der Geschichten wie in der Psychologie der Hauptfigur. Zuspitzung als dramaturgische Grundform wird wiederum durch Körperliches besonders sinnfällig. Wenn Bond als Schmerzensmann gezeigt wird, der am Ende seiner Kraft und seiner Möglichkeiten ist, dann wird auch dem letzten Leser, dem letzten Zuschauer klar – diese Welt steht am Abgrund.

Und das ist vor allem das Bild, das Fleming, das Bond zeigt: eine Welt am Abgrund, die gerade noch einmal gerettet wird.

Von hier aus erschließt sich, denke ich, auch der latente Pessimismus Flemings. Nicht nur, weil eine Welt, die nur durch einen Spieler zu retten ist, sich schon aufgegeben hat, sondern auch, weil der Spieler eine Figur ist, für die Glück unerreichbar bleibt. Denn Bond weiß, daß sich das Glück im Spiel nicht kontrollieren läßt. Trotzdem glaubt er, daß es kein Pech, sondern nur schlechtes Spielen gibt. Was zunächst ein Widerspruch zu sein scheint, löst sich ganz einfach auf: Der wahre Spieler kennt nur das Phänomen Spiel, nicht aber das Phänomen Glück oder Pech, weil er beides einfach hinnimmt:

But it had to be understood and recognized for what it was and not confused with a faulty appreciation of the odds, for, at gambling, the deadly sin is to mistake bad play for bad luck. And luck in all its moods had to be loved and not feared. (Fleming 1955, 40)

Eine solche Haltung kann letztlich nur der einnehmen, der sich in keiner Weise vom Spiel und schon gar nicht von seinem Ausgang beeindrucken läßt. Spielen heißt für den echten Spieler nicht leben! Es ist weder Leben noch Tod, sondern ein Drittes. Nur deshalb kann Bond – „always been a gambler“ (Fleming 1955, 39) – auch davon sprechen, daß das Glück in allen seinen Launen ihn noch nie-

mals existentiell berührt hat. Allerdings empfindet er dies ausdrücklich als einen Mangel, denn er gesteht sich dies ein. Bond kann sein Spielertum also nicht realisieren, ohne dafür einen Mangel an Leben in Kauf zu nehmen. Hier tut sich das Paradox des wahren Spielers und des wahren Spions auf: Er hat zu wählen, bzw. er hat schon gewählt – zwischen dem Spiel und dem Leben, zwischen der Aufgabe und dem Glück.

Bonds Philosophie von Spiel und Glück – wie sie explizit am eindringlichsten in *Casino Royale* dargelegt ist, aber implizit jedes Bond-Abenteuer grundiert – handelt im Kern von der Unvereinbarkeit seiner Arbeit mit seinem Leben. Der Profi hat nur die Wahl, entweder zu leben (und glücklich zu werden), dann aber beruflich ein Verlierer zu sein bzw. aus dem Job aussteigen zu müssen, oder aber auf privates Glück und Leben zu verzichten, um dem „todbringenden Zeichen“ beim Ausüben seines Berufes zu entgehen.

Bond als Subjekt kann sich – ganz im Sinne der zeitgenössischen Philosophie – also nur in einem Akt der Wahl konstituieren. Gleichgültig, welche Wahl getroffen wird, es bleiben Defizite – nur im Moment der Wahl ist man in den fünfziger Jahren des 20. Jahrhunderts ganz bei sich. Daher erscheint Bond uns umso menschlicher und literarisch umso glücklicher, je begründeter er in *Im Dienste Ihrer Majestät* (1963) und vor allem in *Casino Royale* an seinem Beruf (und an seinem Spielglück) zweifelt.

Der Mann von Welt

Die Momente des Selbstzweifels, ja der Verzweiflung brechen die Figur aber nicht auf. Bond bewahrt Haltung, auch wenn die Niederlage in Spiel und Beruf oder Liebe (scheinbar) endgültig ist. Diese Haltung zielt, anders als bei dem Profi-Kämpfer Rambo, nicht darauf, sich stoisch unberührt zu geben oder gar das Erlebte zu verdrängen. „Ein Indianer kennt keinen Schmerz“ – das ist nicht Bonds Sache. Bonds Haltung, die ihn nie verläßt und die ihn etwa vollendet höflich sein läßt, wenn die geliebte Frau ihm einen Korb gibt, oder die es ihm erlaubt, schlagfertig und witzig zu reagieren, wenn ihm Schmerzen und der Tod angekündigt werden, zeigen ihn vielmehr als Mann von Welt. Als – englisch gedacht – Gentleman weiß er sich nicht nur in allen Lebenslagen gut, sondern auch angemessen zu benehmen; und das schließt auch das Brechen von Regeln ein. Bond verkörpert, wie sein erster Filmproduzent sagt, „a certain inimitable english style, knowing to wear, what to drink, what to say – and when to break the rules.“ Auch wenn die Situation seiner Herrschaft entglitten ist, bleibt Bond souverän, weil und indem er sich in jeder Beziehung angemessen verhalten kann. Er bleibt Herr der Lage, weil er ein Mann von Welt ist. Und deshalb kann er

überzeugend bluffen (etwa gegenüber Goldfinger, angeschnallt auf der Laser-Folterbank) oder aus der Situation heraus eine verblüffende Kampf- oder Fluchtstrategie entwickeln. Der Motorrad-Stunt aus *TOMORROW NEVER DIES*, der geradezu zur Erkennungs-Sequenz des vorletzten Bond-Films geworden ist, setzt eine lange Tradition ähnlicher Szenen fort. Sie sind nicht bloß spektakulär – wie man zunächst glaubt. Sie machen dramaturgisch Sinn, weil sie Zentrales der Figur verdeutlichen. Die Flucht Bonds und seiner chinesischen Partnerin ist entsprechenden Szenen aus Mantel und Degen-Filmen nachgebildet. Wie die waghalsigen Reiter mit der geretteten Dame auf einem Pferd Hecken und andere natürliche Hindernisse überwinden, überspringt Bond Häuserschluchten und Fahrzeuge; am Ende schließlich den Hubschrauber. Die beständigen Fragen von Wai Lin: „Was haben Sie vor?“ steigern die Spannung und verweisen auf den persönlichen Anteil Bonds an dieser Fluchtstrategie.

In allen Sätteln gerecht, gelingt Bond das Außergewöhnliche. Die perfekte Beherrschung des Motorrads wirkt psychologisch nicht zuletzt deshalb glaubhaft, weil wir von langer Seh- und Lektüreerfahrung her wissen, daß Bond jede Anforderung erfüllen wird. Bond vollbringt keine Kunststücke, was er tut, ist das in der Situation Richtige. Der ästhetische Reiz, den seine Handlungsweise zugleich entfaltet, enthält stets die Komponenten des Angemessenen und des Persönlichen, also des Eleganten. Denn generell, nicht nur bei der Kleidung, gilt, daß der Elegante „die Ansprüche des allgemeinen Geschmacks individuell abgewandelt“ (Böckmann 1949, 365) hat. Die große Beachtung, die das Gutangezogen-Sein der literarischen wie der filmischen Figur erfahren hat, ist nur der äußerliche Ausweis für die Bedeutung, die das Elegant-Sein für Bond hat. Der elegante Held ist ein attraktiver Mann. Daher steht er als Objekt dem (weiblichen) Blick fürs Angeschaut-Werden zur Verfügung, wie er – da zur Eleganz stets Souveränität, ja Distanzierungsvermögen gehört – ein die (weiblichen) Objekte Anschauender ist. Seine Eleganz synthetisiert die ganze Figur in ihren verschiedensten Funktionen wie ihre gegensätzlichen Vorlieben und Gewohnheiten. Kleidung, Kampfstil, das In-die-Szene-Treten, selbst der Körper und das Auftreten des Spielers, des Spions, der literarischen und der Filmfigur wie der in der Werbung auftretenden, sind stets elegant. Der Mann ohne Ecken und Kanten, der sich beim Töten keinen Finger schmutzig macht, scheint daher von großer Einheitlichkeit zu sein, obwohl die Figur gar nicht auf psychologische Stimmigkeit angelegt ist (vgl. Hügel 1998a, 119); während etwa Sherlock Holmes in zwei Charaktere auseinanderzufallen scheint, in den Detektiv und den Privatmann. Zugleich, und dies ist vielleicht noch wichtiger, sozialisiert und historisiert das Elegante die Figur; denn da es sich auf den stets im Fluß befindenden „Anspruch des allgemeinen Geschmacks“ bezieht, kann „die Eleganz einer

Epoche niemals der der vorhergehenden oder der der nachfolgenden gleichen“ (Rouff 1956, 69).

Bond ist zwar durch seine Eleganz in entschiedenem Sinn Gesellschaftsmensch, verkörpert aber nicht durchgängig ein bestimmtes Ideal, etwa das des Gentleman, wie David (1991) glaubt. Bond muß vielmehr als Spieler und Spion jeweils neu umschrieben werden.

Literatur

- Amis, Kingsley (1966) *Geheimakte James Bond*. Frankfurt a.M.: Ullstein.
- Bennett, Tony / Woollacott, Janet (1987) *Bond and Beyond. The Political Career of a Popular Hero*. London: Mac Millan.
- / — (1998) *Das Phänomen Bond*. In: Hügel/v. Moltke 1998, S. 184-191.
- Böckmann, Paul (1973) *Formgeschichte der deutschen Dichtung. Bd 1. Von der Sinnbildsprache zur Ausdruckssprache*. 4. Aufl. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- David, Hugh (1991) *Heroes, Mavericks and Bounders. The English Gentlemen from Lord Curzon to James Bond*. London: Joseph.
- Denning, Michael (1998) Lizenziert zum Schauen: James Bond und das Heroische des Konsums. In: Hügel/v. Moltke 1998, S. 137-153.
- Fleming, Ian (1955) *Casino Royale*. London: Pan Books.
- (1960) *Dr. No*. London: Pan Books.
- (1956) *Moonraker*. London: Pan Books.
- (1964) *From Russia With Love*. London: The Book Club.
- Hügel, Hans-Otto (1998a) Die Gesten der literarischen Figur James Bond. In: Hügel/v. Moltke 1998, S. 115-127.
- Hügel, Hans-Otto (1998b) Die populäre Figur James Bond. In: Hügel/v. Moltke 1998, S. 192-211.
- / v. Molke, Johannes (Hg.) (1998) *James Bond. Spieler und Spion. Begleit- und Lesebuch zur Ausstellung: James Bond. Die Welt des 007*. Hildesheim: Roemer- und Pelizaeus-Museum.
- Kortmann, Christian (1998) Ein Schmerzensmann. In: Hügel/v. Moltke 1998, S. 23-28.
- Morley, David (1997) Radikale Verpflichtung zu Interdisziplinarität. Ein Gespräch über Cultural Studies. In: *Montage/AV* 6,1, S. 36-66.
- Rouff, Maggy (1956) *Philosophie der Eleganz*. 4. Aufl. München: Prestel.
- Saint Exupéry, Antoine de (1947) *Wind, Sand und Sterne*. Tübingen: Vita Nuova Verlag.

Tesche, Siegfried (1995) *Das große James Bond Buch. 007 – Stars und Stories*. Berlin: Henschel.

Woodhead, Colin (Hg.) (1996) *Dressed to Kill. James Bond the Suited Hero*. Paris/New York: Flammarion.

Heinz-Jürgen Köhler / Hans J. Wulff

Bond in Angst und Schmerzen

Szenenspannung, Szenenauflösung und die Charakteristik des Helden

Eine Szene aus dem James-Bond-Film IM ANGESICHT DES TODES (A VIEW TO A KILL, GB 1985, J. Glen): Bond ist mit einer blonden Schönen im Katasteramt gewesen, doch die Feinde sind auch da – der Mann, mit dem Bond sprechen wollte, wird erschossen. Bond und das Mädchen fliehen in den Fahrstuhl. Die Flucht scheint zu gelingen. Der Fahrstuhl wird jedoch von den Gangstern zwischen zwei Stockwerken angehalten, und sie setzen den Fahrstuhlschacht oberhalb der Kabine mit zwei Molotow-Cocktails in Brand. Ein Entkommen scheint für Bond und das Mädchen unmöglich zu sein.

Die Auflösung der nun folgenden, sehr kurzen Szene dient allein dazu, die Gefährlichkeit der Situation zu unterstreichen und eben dadurch die *coolness*, die Überlegtheit und die Rationalität der Handlungen des Akteurs auszustellen – des einen Akteurs, weil Bond handelt, nicht das entsetzte und wie gelähmt wirkende Mädchen. James-Bond-Geschichten handeln von Aktionen und von Tugenden, die der Held hat wie kaum ein zweiter. James Bond ist eine dem Märchen nahe Figur, die weder sterben noch einen wirklichen Schaden nehmen kann. Er geht genauso in seine Geschichten hinein, wie er sie auch wieder verlässt. Zwischen Anfang und Ende handelt er – ohne psychologische Tiefe, ohne intrigant oder zum Opfer von Intrigen zu werden, ohne tiefere Absichten nach einer Erkenntnis oder einer Weiterentwicklung des eigenen Ichs. Bond gerät in Gefahr, weil er es mit ähnlichen Figuren zu tun bekommt, die ebenso beherzt handeln wie er selbst. Bond kann sich immer wieder befreien, weil es ihm gelingt, die Gefahr zu verstehen, sie zu durchdringen und ihr schnell, sicheren Entschlusses und überzeugt, die richtige Strategie gewählt zu haben, entgegenhandelt. Bond ist kein Zauderer. Und er startet keine bloßen Handlungsversuche, weil erst noch zu klären wäre, welche Handlungsmöglichkeit die wirklich effektive ist. Nein, Bond handelt ohne Kompromisse.

Gefahr erkannt, Gefahr gebannt: Auf einen Blick muß sichergestellt werden, worin die eigentliche Gefahr besteht und wie sie zu bewältigen ist. Die Ausweglosigkeit einer Lage, in die der Held geraten ist, gehört ebenso zu diesem Handlungsverständnis wie die überraschend einfache Lösung, mit der Bond die Lage verändert. Er ist auf einer Insel gefangen, die von hungrigen Krokodilen um-

schwommen ist, sein Tod scheint sicher – als er von der Insel auf das rettende Ufer gelangt, indem er die Köpfe der Krokodile benutzt wie Steine, die im Wasser liegen. Die Szene (aus *LEBEN UND STERBEN LASSEN* [LIVE AND LET DIE, GB 1973, G. Hamilton]) dauert recht lange, weil die Endgültigkeit der Falle erst greifbar werden muß – die Lösung und Rettung Bonds geschieht in größter Kürze. Dramaturgisch wird eine Art rhythmischer Akzent gesetzt: Der Verlangsamung der Handlung und dem Stillstand des Problems folgt eine sehr knappe Auflösung.

Zurück zu der kleinen Szene, die wir am Beginn erwähnt haben. Bond in Gefahr – wie kommt er wieder in Sicherheit? In siebzehn knappen und prosaischen Bildern. In Bildern, die das Produkt einer Spannungsdramaturgie sind, die vollständig auf die Mechanik der Gefahr ausgerichtet ist:



#1: Bond und das Mädchen sind in einem Fahrstuhl gefangen, der zwischen zwei Stockwerken hängt. Bond versucht, eine der Stahlklappen an der Decke der Kabine loszustößen.



#2: Man sieht brennende Halterungen des Fahrstuhls. Unter dem Druck der Hitze zerspringen einzelne Stränge der Seile.



#3: Das Mädchen – es ist entsetzt.

#4: Wie #1. Bond gelingt es, eine der Klappen aufzustößen.

#5: Wie #2. Brennende Halterungen.

#6: Wie #4. Bond verschwindet durch die Luke.

#7: Im Schacht. Bond. Er versucht, dem Mädchen seine Hand zu geben, um es aus dem Inneren der Kabine zu ziehen.

#8: Wie #5. Brennende Halterung.

#9: Wie #6. Das Mädchen klettert nach oben aus der Kabine.

#10: Der brennende
Fahrstuhlschacht.



#11: Wie #7. Bond.

#12: Das Mädchen, fast aus der Perspektive Bonds. Es versucht verzweifelt, Bonds Hand zu ergreifen.

#13: Wie #11. Bond streckt immer noch seine Hand dem Mädchen entgegen. Die Kamera folgt der ausgestreckten Hand.

#14: Wie #8. Eine Halterung.

#15: Wie #12. Das Mädchen versucht, die Hand zu erreichen.



#16: Wie #14. Die Halterung reißt.

#17: Man sieht den Fuß des Mädchens, unter dem der Fahrstuhl in die Tiefe wegfällt. Das Mädchen fällt nicht mit.

Diese kleine Szene, deren Struktur in zahllosen anderen Bond-Filmen auch auftritt, ist eine fast klassische Szene der Spannung: Der Protagonist ist eingeschlossen, er schwebt in höchster Gefahr, ein Entrinnen scheint unmöglich. Die klaustrophobische Einkerkierung gehört zu den reinsten Spannungsmitteln. Borringo (1980) z.B. hat in seinem Buch die Verengung des Raumes als wichtigstes Charakteristikum der Spannung auszuweisen versucht. Der Bewegungsbereich des Protagonisten – genauer: der Raum, in dem er sich sicher fühlen kann – wird immer kleiner. Darum gehören Umzingelungen, belagerte Häuser, Mädchen in Souffleurskästen und Telefonzellen zum Repertoire der Spannungsdramaturgen.

Die Gefahr ist hier gleich doppelter Natur, das böse Ende scheint unabwendbar: einerseits das Feuer, das sich wie ein Wall über der Kabine im Fahrstuhlschacht ausbreitet und das den Weg nach oben als Fluchtweg unmöglich zu machen scheint. Andererseits die Aufhängung der Kabine, die Halterung für Halterung

verbrennt, so daß schließlich der Fahrstuhl in die Tiefe stürzen muß. Den beiden Protagonisten droht somit doppeltes Verderben: Sie drohen zu verbrennen und in den Tod zu stürzen. Bond tut das Widersinnige, aber einzig Mögliche, er zeigt die schon genannte *coolness* und die Klarheit, in der er die Lage erfasst: Er tritt die Flucht nach oben an, die Gefahr des Feuers mißachtend.

Die erste Gefahr erweist sich als schnell überwindbar. Nun muß die zweite Gefahr weiterhin angezeigt werden, muß im Bewußtsein des Zuschauers bleiben, zumal sich die Ereignisse zuspitzen. Das ist der Grund, warum die Aufnahmen der Halterungen (# 2, 5, 8, 14, 16) für die Montage so wichtig sind. Die Gefahr, in der ein Akteur schwebt, wird formal durch einen sehr abrupten Wechsel zwischen normalen und sehr nahen Kameraeinstellungen formuliert. Die Aufnahmen der Halterungen sind aus großer Nähe gefilmt, die Aufnahmen Bonds und des Mädchens aus deutlich größerer Entfernung. Die Aufmerksamkeit des Zuschauers wird so dirigiert, in schnellem Wechsel wird auch ihm die innere Bestimmung der Situation und das eigentliche Wesen der Gefahr vorgeführt. Die Bilder der Halterungen machen vor allem auch darauf aufmerksam, daß Bond unter Zeitdruck agiert. Es ist denn auch eine Rettung in letzter Minute, die am Ende bleibt. Der Verengung des Raums korrespondiert so eine Limitierung der Zeit.

Es geht in derartigen Szenen darum, ein szenisches Feld aufzubauen, das als eine Spannungssituation in spezifischer Art wahrgenommen wird. Szenenauflösung basiert auf Szenenanalyse. In Spannungsszenen bilden manifeste Gefahren, Bedingungen und Komplikationen von Handlungen sowie Gegenhandlungen das Bezugsnetz situativ-szenischer Größen, das zunächst komponiert werden will, das durch visuelle Auflösung ausgedrückt und für den Zuschauer nachvollziehbar gemacht werden muß und dem die Inszenierung ganz und gar untergeordnet ist: eine abstrakte, nicht-psychologische Spannung. Die Gefahrenmomente resultieren nicht aus der psychologischen Bedeutung der Szenen, sondern aus der reinen Physik des Geschehens. Eine Körperlichkeit, die bis in die Groteske hinein bestimmend bleibt: In *DER SPION, DER MICH LIEBTE* (*THE SPY WHO LOVED ME*, GB 1977, L. Gilbert) wird Bond vom riesenhaften Beißer (Richard Kiel) in einem Labor attackiert. Erst die Flüssigkeit aus einem Fläschchen, das Bond in blinder Gegenwehr auf den Angreifer schleudert, kann jenen zum Halten bringen – es ist der Urin James Bonds, wie ein Blick auf die Beschriftung klärt.

All diese Beobachtungen scheinen darauf hinzudeuten, daß das Zentrum der Aktionen James Bonds eine rabiat materialistische Beschränkung auf die physische Seite des Geschehens wäre. Wenn man sich dafür interessiert, wie der Typus „James Bond“ in einem Feld der Affekte, der Bedrohungen und der Handlungspotentiale inszeniert wird, dann scheint es nahezuliegen, solche Anekdoten zu versammeln, die Bond als Spielfigur und am Ende als Akteur

ohne psychologische Dimension charakterisieren. Man stößt aber auch auf ganz andere Ingredienzen, wenn man die Figurenkonstellation und die Handlungsvoraussetzungen untersucht: Man findet eine Figur, die in einem paranoiden Feld steht, die eine fatale moralische Bindung hat – die sich sogar in einer echten Liebesbeziehung zu einer Frau von der weltanschaulichen Gegenseite äußern kann (LIEBESGRÜSSE AUS MOSKAU [FROM RUSSIA WITH LOVE, GB 1963, T. Young], GOLDENEYE [GB 1995, M. Campbell]); eine Figur, die in gelegentlich nahezu tragische Konflikte gerät. Uns geht es darum zu zeigen, daß die Bond-Figur in den Filmen nicht auf die pure Action reduziert ist, sondern eine hintergründig-paranoide Weltvorstellung verkörpert, darin die Tradition des Kinos des kalten Krieges bis heute verlängernd.

Gegenspieler, Spielfelder, Spielarten

Was wäre Bond ohne seine Gegenspieler? Bond ist kein Schläger und Raufbold, sondern legt sich mit jenen an, die es auf die ganze Welt abgesehen haben. Aber Bond steht nicht allein den hohen Herren gegenüber. Seine Feinde sind dreierlei Art: Große Gegner, starke Frauen, „Kampf-Riesen“. Drei Arten von Gegnern, drei Arten des Kampfes. Drei Spielfelder, auf denen Bond herausgefordert wird und bestehen muß. Und, damit einhergehend, drei Arten von Verhaltensstilen, die Bond oftmals parallel zueinander beherrschen muß.

Das Böse ist ein thematisches Zentrum, nicht eine Figur allein. Es zeigt sich in verschiedenen Gesichtern, die zusammengehören. Wenn diese Gesichter auch in allen Filmen die gleichen Rollentypen repräsentieren, so sind sie doch stets in einem anderen Verhältnis zueinander arrangiert. Die Frau auf der Seite des Bösewichts charakterisiert jenen. Die „gute Frau“ Domino (Kim Basinger in SAG NIEMALS NIE [NEVER SAY NEVER AGAIN, USA 1983, I. Kerschner]) als Partnerin von Maximilian Largo (Klaus Maria Brandauer) und als Gegenüber der „bösen Frau“ Fatima Blush (Barbara Carrera): Das ist ein anderes Dreieck von Bezügen als das zwischen der „guten“ Geologin Stacey Sutton (Tanya Roberts), dem Industriellen-Bösen Max Zorin (Christopher Walken) und dessen „böser“ Freundin May Day (Grace Jones; IM ANGESICHT DES TODES).

Das Böse ist nichts Amorphes und nichts Abstraktes, sondern hat das Gesicht einer sozialen Gruppe, einer Reihe ganz besonderer Beziehungen. In jedem der Bondfilme entsteht ein soziales Szenario, in dem auch die Antriebskräfte der Figuren verschieden organisiert sind. Die Gute ist in SAG NIEMALS NIE dem bösen Gegner an die Seite gestellt: Largo ist von der guten Domino fasziniert, sie ist das Objekt seiner eigentlichen Begierde – ein Zentrum der Persönlichkeit, das Zorin in IM ANGESICHT DES TODES so gar nicht hat. Dort ist das gute Mädchen an die

Seite Bonds gestellt, dem Bösewicht gegenüber. Das macht die Filme so unterschiedlich – über die Verschiedenheit der Requisiten und Orte und der Geschichten hinaus. Die Figur des Largo ist darum auch mit sexueller Energie aufgeladen, so daß der Wunsch nach Macht auch als ein Wunsch erscheint, das gute Mädchen zu besitzen – gegen alle Kräfte der Welt. Zorin ist von einer ähnlichen Energie beseelt, aber es gibt keine Frau, keine sexuelle Parallele jener Kraft, die ihn zur Macht treibt – und das gibt der Figur eine Nuance von tragischer Dunkelheit und Verzweiflung. Die Konstellationen der Personen sind äußerst folgenreich: Wer Bond-Filme verstehen will, muß ihre Personenkonstellationen als Modelle der Wirklichkeit der Macht verstehen lernen – als abstrakte Konfigurationen von Werten und Begierden.

Drei Personen, drei Spielarten des Bösen: das ist allerdings durchgängig in fast allen Filmen zu beobachten. Da ist zuallererst der Große Gegner, der Syndikatschef oder auch der Weltenherr, den es nach Höherem gelüstet und der meist durch Erpressung vorankommt. Am Anfang war noch eine Geheimorganisation im Spiel, SPECTRE (Special Executive for Counter Intelligence, Terrorism, Revenge, and Extortion); doch bleibt die anonyme Organisation eine Episode. Es sind in der Folgezeit einzelne Herrscher- oder Tycoon-Figuren, die der Gegenmacht Gesicht geben: die Herren Goldfinger, Bloberg, Scaramanga, Drax oder Kristatos. Selbst wenn es das Ziel der Intrige ist, die Herrschaft über die Welt anzutreten oder eine Macht zu erlangen, die sich an der der Supermächte messen ließe, so sind die Großen Herren doch private Unternehmer, keine Politiker. Es geht um Märkte und Umsätze, um Monopole, Goldreserven, Waffen oder Schmuggel, vielfach um Drogen.

Die Großen Herren mögen mit dem Leben von Millionen spielen, sie behandeln Bond, wiewohl sie ihn zu vernichten trachten, zumeist im Geiste des *sportsman*. Sie wissen ihn als einen der ihren zu schätzen. Sie zeichnen ihn aus, weil er wiederum sie auszeichnet. Bond ist der Beste, und gegen wen er ermittelt, der gehört zur Elite: Bonds Feind zu sein, adelt. Neben der Geschichte wird immer auch der Rang der Beteiligten verhandelt, die Eitelkeit der Bösen ausgestellt, der Konflikt auf jene Höhe gehoben, auf die er gehört. Das hat etwas Sportliches an sich, markiert den Krieg als Wettkampf der Besten. Der große Bond, die weltenbedrohende Intrige, das Wissen aller, daß man in der höchsten Konfliktklasse spielt: Der ironische Effekt ist greifbar und für jeden Zuschauer durchsichtig.

Oft haben die Großen Herren unterirdische Domizile angelegt, Hochtechnik-Anlagen, die im Schlußkampf vernichtet werden. Die Heimlichkeit des Tuns und die Verborgenheit dieser Station gehören zusammen. Künstliche Anlagen – verlassene Bohrinseln, unterseeische Niederlassungen, sogar radargeschützte

Raumstationen und dergleichen mehr – rechnen ebenso dazu wie natürliche Orte – erloschene Krater, Alpenfestungen, Höhlen, Inseln. Wichtig ist allein die Randlage. Das gibt der Handlung eine eigenartige Asymmetrie: Hochtechnologie an den Grenzen der zivilisierten Welt oder der westlich-kapitalistischen Hemisphäre wie Scaramangas einsame Insel im chinesischen Meer (in DIAMANTENFIEBER [DIAMONDS ARE FOREVER, GB 1971, G. Hamilton]). Die Topographie der Filme korrespondiert mit den Rollen der Handelnden: Bond ist der freie Wächter, ohne Bindung an Orte, eine reisende Existenz. Auch der Böse lebt meist ungebunden, mal hier, mal dort – aber er hat jenen heimlichen und verborgenen Ort; das gibt ihm die Sicherheit des Unterschlupfes, macht ihn aber auch verletzlich, die Zerstörung der Station ist auch das Ende der Intrige.

Das Raummodell ist zum einen das Bild einer Welt, in der sich das Böse an gewissen Stellen einnistet und den Gesamtkörper der Staaten zu vergiften droht, wuchernd wie Krebsgeschwüre. Die an der Peripherie gelegene Station der Großen Herren markiert dabei eine Position der Macht, die die anderen politischen Mächte noch gar nicht identifiziert haben und die eine höchst ernsthafte Gefahr für den Bestand der Zivilisation bildet. Die Station ist zum zweiten ein zentraler Ort, weil sich hier die Gefahr bündelt und die dramatischen Konflikte zuspitzen. In einem Spinnennetz ist nicht das ganze Netz, sondern das Haus der Spinne der Ort der eigentlichen Gefahr. Die Topographie verweist zum dritten auf das phantastische Genre: Auch dort muß der Held in das Innere der gegnerischen Reiche oder Sphären eindringen, will er Erfolg haben.

Bond tut es den Helden der *fantasy* gleich: Er verschafft sich regelmäßig Zugang zum zentralen Ort der Großen Herren, kundschaftet aus, wird Zeuge der großen Intrige. Seine Aufgabe ist es in allen Filmen, das Zentrum der Gegner-Macht auszumachen, Eingang zu finden, es zu vernichten. Der Gang der Geschehnisse ist immer wieder ähnlich: Bond dringt ein, oft getarnt als Gast; er entdeckt die Intrige, wird selbst entdeckt, kann sich befreien (manchmal unter fremder Hilfe) und dringt wieder ein, diesmal mit der Absicht zu vernichten.

Da ist zum zweiten die Gegner-Frau, von höchster Faszinosität, attraktiv und sexuell initiativ, dabei von äußerster Gefährlichkeit. Bond und die Frau sind erotisch voneinander erregt. Gelegentlich haben sie eine Affäre, bevor es zum Showdown kommt; gelegentlich betreiben sie eine Mischung aus Kampf und Sex, wie James Bond / Pierce Brosnan mit Xenia Onatopp (Famke Janssen) in GOLDENEYE.

Und manchmal besinnt sich die Gegner-Frau, zwischen erotischer Faszination und moralischem Appell kommt ein Prozeß in Gang, der sie davon abbringt, dem Bösen zu dienen. Am auffallendsten in OCTOPUSSY (GB 1983, J. Glen): Die Konversion der bösen Heldin wird noch dadurch verstärkt, daß ihre Zirkusmädchen später den Palast des bösen Prinzen erstürmen. Erotik und Macht, Körper und Ge-

walt, gesellschaftliche Façon und Leidenschaft: Die gefährlichen Frauen fallen deshalb ins Auge, weil das erotische Band, das sie mit Bond verbindet, die zweite Stimme bildet gegen alle Weltvernichtung und -gefährdung. Sie dürfen nicht ausfallen, das Bond-Universum wäre ärmer ohne sie. Und die Spannungsverhältnisse, in denen sich die Figur bewegt, würden flach und nichtssagend. Erst das Spiel mit der sexuellen Faszination ergibt die prickelnde Vielstimmigkeit, die die Handlung über eine flache Agentengeschichte mit klarer Frontenziehung hinaustreibt. Das Sexuelle sitzt der Macht selbst inne, es hat Affinitäten, die sich aufs Innigste mit dem Bösen vereinen. Ja, es ist manchmal geradezu zwingend an das Böse geknüpft: Die malaysische Martial-Arts-Heroine Michelle Yeoh – eine Gute! – nimmt Bond/Brosnan in *DER MORGEN STIRBT NIE* (*TOMORROW NEVER DIES*, GB 1997, R. Spottiswoode) fast ausschließlich als Kampfgefährtin wahr, nicht als Objekt sexueller Begierde.

Zum dritten ist da der „Kampf-Riese“, gegen den Bond antreten muß. Die „Kampf-Riesen“ gehören zu den abnormen Gestalten, sind durch die Bank Freaks. Zwerge rechnen dazu und wirkliche Riesen, gefühllose Psychopathen und Kung-Fu-Kämpfer, die eigentlich viel zu dick sind, um sich elegant bewegen zu können. Jede Geschichte hat ihren „Kampf-Riesen“, der oft am Anfang der Filme seine Kraft demonstrieren darf, als handele es sich um einen Auftritt auf dem Jahrmarkt. Der schlitzäugige Oddjob, der Kung-Fu kämpft und sich dabei eines Hutes mit einer Stahlkrempe bedient (in *GOLDFINGER*, GB 1964, G. Hamilton), demonstriert sein Können und seine Waffe auf dem Golfplatz, auf Geheiß jenes Herrn, der dann die zerstörte Statue bezahlen wird. Auffallend ist das eigenartige Homosexuellenpaar Mr. Wint und Mr. Kid in *DIAMANTENFIEBER*, professionelle und psychopathische Killer, derer sich Bond sogar noch nach dem eigentlichen Showdown erwehren muß.

Kein Kampf-Gegner Bonds ist so „unbesiegt“ gewesen, so wenig von Bonds Qualitäten zu überzeugen, wie der Beißer aus *DER SPION, DER MICH LIEBTE* – ein Riese an Kraft, voller Naivität, von seinem Vorhaben, Bond zu stellen, nicht abzubringen. Wie oft schien er tot und lebte doch! Und wie oft schien Bond in der Falle zu sitzen, keine Rettung mehr möglich... Es sind die Kraft und die Hartnäckigkeit des riesigen Mannes, die eine kleine Szene zu den schönsten in den Bond-Filmen überhaupt machen: eine Verfolgungsfahrt, die auf einen gigantischen Wasserfall zurast. Bonds Boot hat Flügel, es erhebt sich zu unerwarteter Schwerelosigkeit, während der massige Beißer in den Abgrund rast – er hat das Lenkrad seines Bootes in panischer Geschwindigkeit abgerissen, sein Gesicht zeigt den Ausdruck von Müdigkeit, Entsetzen und Resignation. Er überlebt schließlich, aber er hatte offensichtlich Angst, stand dem Ende fassungslos und unvorbereitet gegenüber.

Es ist nicht überraschend, daß Beißer in MOONRAKER (GB 1979, L. Gilbert), dem zweiten Film, in dem er auftritt, nur melodramatisch ausgeschaltet werden kann: durch Einsicht in seine eigene Monstrosität. Beißer hat eine Freundin gefunden, die voller Bewunderung und kindlicher Irritation zu ihm aufschaut, und er muß einsehen (weil Bond ihn darauf stieß), daß das eugenische Projekt eines „schönen blonden Planeten“ nicht für ihn geschaffen ist. Das Raumschiff brennt und explodiert, Beißer und seine Freundin gehen dem sicheren Tod entgegen – und mit einem letzten, fast freundschaftlich sich verabschiedenden Blickkontakt gibt Beißer das Raumschiff Bonds frei. Beißer und Bond gehen eine *unitas* der Profis ein, wird doch gerade in diesem Untergang das Gemeinsame der Gegner ausgestellt.

Man könnte präzisieren: Beißer wird nicht ausgeschaltet – er hört auf. Das böse Projekt, das üble Unterfangen, in dem auch das Monstrum Beißer seinen Ort fand, zeigt sich in seinem wahren Gesicht. Damit verliert der Sinnhorizont der ganzen Figur ihren Gehalt. Beißer ist plötzlich zu einer tragischen Figur geworden, die jedoch in rührendem Pathos zu ihrem Ende steht, das Ende erwartet. Und die naive Blondine an seiner Seite strahlt in Erwartung einer grotesken Todeshochzeit im All.

Drei Arten von Gegnerfiguren. Drei verschiedene Spiele. Drei Ebenen der Inszenierung. Und drei Strategien Bonds.

James Bond: Von der Zerrissenheit eines populären Helden

Bond ist kein Mantel-und-Degen-Held: Sein Verhältnis zur eigenen Bewegung, zum eigenen Körper gestaltet sich anders. Es geht ihm nicht darum, den Kampf zu einer balletthaften Aufführung zu machen; es geht ihm nicht darum, den Gegner im Kampf vorzuführen oder gar zu verspotten; und es geht ihm auch nicht darum, den Kampf mit Finten und ironischen Gesten als eine Art von Spiel durchzuführen. Der *swashbuckler* sucht den Kampf, weil er die eigentliche und sportliche Form des Lebens ist. Bond gerät in den Kampf, weil die Umstände es so wollen. Die Gefahr ist da, Bond ersinnt die effektivste Gegenwehr – und gewinnt. Er hat kein erotisches Verhältnis zum Kampf. Ja, selbst in erotischer Situation kann er blitzschnell auf Kampf umschalten, wenn er etwa in FEUERBALL (THUNDERBALL, GB 1965, T. Young) im Auge seiner Kußpartnerin den Gegner von hinten anschleichen sieht, sich umdreht und die Dame als Schutzschild benutzt.

Bond ist zu erstaunlicher Aktion fähig – und ist immer gefordert als einer, der athletisch-sportlich auftreten muß. Trotz des erkennbaren Alters ist Bond in Topform. Zugleich ist er von großer intellektueller Kälte. Bond ist nicht zu verwirren oder abzulenken. Er durchdringt die Gefahrensituation blitzschnell und

kann oft unmittelbar reagieren. Technische Ausrüstung kommt ihm zu Hilfe, schafft ihm Möglichkeiten der Gegenwehr, die er sonst nicht hätte. Wie oft wäre er unrettbar verloren gewesen, wäre da nicht ein Wundermittel aus der Hexenküche Qs gewesen...

Wer ist Bond? Das alles gemahnt an einen Androiden, der darauf getrimmt ist, Bond-Geschichten bestehen zu können. Bonds Handeln hat etwas Automatenhaftes, etwas Mechanisches an sich. Und er ist immer ein Re-Agierender: Der Böse verlangt nach einem Gegner gleichen Ranges. Das ist durchaus nichts, was nur Bond und seinen Geschichten zukäme, sondern ein Grundzug zahlreicher populärer Stoffe. Der Professor wird zum Gegenspieler Draculas; der Abenteurer wird zum einzigen, der sich des weißen Hais erwehren kann; und Bond ist das Gegengewicht zu Kräften und Figuren, die den Bestand der ganzen Welt bedrohen. Das Wirkliche könnte untergehen, wenn Bond sich nicht als clever und cool genug erwiese, um die Intrige zu durchschauen, die Tragweite der Infiltration zu ermessen und die Aussichtslosigkeit zu erkennen, mit anderen Mitteln als denen der Gewalt etwas auszurichten.

Die Bond-Figuren sind immer abstrakter geworden – Sean Connerys Darstellung läßt noch gelegentlich spüren, daß ein Lust-Moment im Spiel ist, wenn Bond zur Gewalt greifen muß. Die späteren Akteure haben eine immer größere Distanz in die Gewalt gebracht: Gewalt ist nur Mittel. Wenn Bond zur Gewalt greift, zur Zerstörung, dann nur, weil keine andere Handlungsoption mehr vorhanden ist. Es ist Bond, der die Gefahr erkennt. Und es ist Bond und nur Bond, der der schlimmen Intrige noch entgegentreten könnte. Selbst die Hochtechnologien der Supermächte vermögen manchmal gegen das, was droht, nichts mehr auszurichten.

James Bond ist eine dem Märchen nahe Figur, die weder sterben noch einen wirklichen Schaden nehmen kann. Und dennoch (oder gerade deshalb) sind die Gefahrenszenen auf den physischen, immer spektakulärer zu gestaltenden, mit immer größeren Schauwerten auszustattenden Geschehensablauf aus, nicht auf seine psychischen Bedeutungen. Bond ist ein Steh-auf-Männchen, eine Figur, deren Kontinuität an Marionetten erinnert. Dem wohnt hohe Rasanz inne, weil Bond wie eine Maschine ist, die die Situationen analysiert und Gefahren überwindet. Dem wohnt höchste Zielstrebigkeit inne, weil Bond immer auf der Fährte bleibt, niemals von seinem Auftrag abrückt und zur Not den Zufall zu Hilfe kommen läßt, um bei der Sache bleiben zu können. Dem wohnt Souveränität im Umgang mit den sozialen Konventionen und Ritualen inne, weil der Martini-Trinker Bond die Orte des gesellschaftlichen Lebens mit Brillanz bewandert – was mit der hochgradigen Ritualisierung der Erzählung korrespondiert: die Pre-Title-Sequenz, der aufwendige Vorspann, Bonds Gang zu M und zu Q, zuvor sein Flirt mit Moneypenny.

Dem wohnt aber auch Melancholie inne, weil der Held stets die ihm Ebenbürtigen vernichten muß und schließlich allein bleibt. Und weil er niemals etwas lernen kann, niemals im Stande ist, sich aus manchen Charakterzügen zu lösen – wie Furcht, Erbarmen oder Mitleid, die er so wenig äußert wie sie doch zu ihm zu gehören scheinen. Sie stellen die Grundbestimmungen der Figur dar. Bond ist Teil einer Welt, die zutiefst labil ist, zerbrechlich und paranoid von Grunde auf. Er lebt unter Menschen, die auf sich gestellt sind, die sich immerfort zur Wehr setzen müssen, nie zur Ruhe kommen. Diejenigen, die schließlich ihre Identität in dieser Welt gefunden haben, die sich optimal an das Universum der Bond-Filme adaptiert haben, sind mit sich eins geworden und handeln nach ihren ureigensten Antriebskräften. Die Bedeutung von Sex, Geld und Macht ist der Bond-Welt allein deshalb eingeschrieben, weil es die Werte sind, die einen sozialdarwinistischen Verhaltenskreislauf bestimmen. Diejenigen Figuren aber, die unter den Vorgaben der Solidarität, Loyalität oder gar Liebe handeln, scheinen von vornherein verloren zu sein. Altruismus ist eine verhängnisvolle Tugend, wenn man es mit Mitspielern zu tun hat, die eine Verständigung auf Werte verweigern.

Wenn Bond auch kein Mantel-und-Degen-Held ist, so kann man ihm doch eine hohe Galanterie nicht absprechen. Diese wird auf eine besondere Probe gestellt, als ihm ab 1995 ein weiblicher M vorgesetzt ist. Eine Chefin! – eine Revolution im Bond-Kosmos. Diese entwickelt gegenüber ihrem Agenten, den man sicherlich kaum einen modernen Mann nennen kann, eine ambivalente Verhaltensmischung aus Abneigung, Ironie und dennoch Offenheit für dessen Charme. Und sie setzt in *GOLDENEYE* und noch stärker in *DER MORGEN STIRBT NIE* seine Attraktivität für Frauen strategisch ein (eine interne Thematisierung der Geschlechterrollen, mit der vor zehn Jahren noch nicht zu rechnen war). In manchen der älteren Geschichten nehmen die Frauen, die in Bonds Nähe geraten und sich in ihn verlieben, größere Bedeutung ein als in anderen. Die Cellistin Kara (aus *DER HAUCH DES TODES* [*THE LIVING DAYLIGHTS*, GB 1987, J. Glen]), die naiv ist und darum ausgenutzt werden konnte und die in der Nähe Bonds ihre Naivität nicht verliert: Sie ist zentraler als viele der anderen Bond-Mädchen, scheint seinen Beschützerinstinkt zu wecken. Echte Beziehungen entwickelt Bond auch in *LIEBESGRÜSSE AUS MOSKAU* und *GOLDENEYE*.

Bond muß das Spiel des Lebens, das die Bond-Welt ausmacht, so mitspielen, wie seine Mitspieler es ihm diktieren. Bond hat die Spielregeln nicht erfunden – er muß sie akzeptieren. Aber es müssen nicht die letzten Wertbestimmungen sein, auf die er sich einläßt. Manchmal durchschimmert ein Moment von Hingabe und Ausgeliefertsein die Beziehung Bonds zu seinen Frauen – Tendenzen, die darauf hindeuten, daß Bond kein Marionettenwesen und keine Agenten-Gliederpuppe ist. Dann werden auch Momente der Hilflosigkeit und der Verzweiflung greifbar, die sonst

unterdrückt bleiben. Der vielleicht extremste Moment der ganzen Serie ist das Ende von *IM GEHEIMDIENST IHRER MAJESTÄT* (*ON HER MAJESTY'S SECRET SERVICE*, GB 1969, P. Hunt), in dem die Frau, die der Held am Anfang des Films vor dem Selbstmord rettete und am Ende heiratete, in einer MP-Garbe stirbt. Die Glätte, die Bonds Auftreten sonst hat, die Eleganz und Unzugänglichkeit der inneren Beweggründe werden hier brüchig. Molly Haskell schrieb zu dieser Szene in der *Village Voice* (vom 25.12.1969, zit. n. Tesche 1995, 56):

Die Liebe zwischen Bond und Tracy beginnt wie eine Bezahlung und endet wie ein Sakrament. Nachdem sie die Bösen scheinbar losgeworden sind, heiraten sie und fahren einem famosen, schockierenden Ende entgegen. Ihre so reale Liebe wird von den Konventionen umgebracht, die sie definieren. Aber sie gewinnen die letzte Schlacht, indem sie sich unerwartet ihren Gefühlen hingeben. Ein Teil des Publikums piff, ich war zerschmettert.

Was hält Bond in seinem Beruf? Was treibt ihn in seine Geschichten hinein? Das ist Professionalität, kein Zweifel, und das ist meist auch seine Instruktion. Aber Bond geht in Szenarien hinein, die den Tod bringen könnten, und er scheut keine Konfrontation, auch wenn er sie kaum gewinnen könnte. Da ist etwas im Spiel, das über die Profession hinausgeht – und dennoch keine Bereitschaft zum Selbstmord ist. Es ist die Logik der Erzählung selbst, möchte man antworten und auf die Figur Bond und die Regel hinweisen, die sie durch die Geschehnisse treibt und die sie immer wieder in einfache Konfliktszenarien hineinstellt wie den brennenden Aufzug, von dem wir eingangs berichteten. Dazu bedürfte es keiner tieferen Psychologie.

Doch würde dann ein blinder Fleck entstehen: Immerhin sind es manchmal die Konversionen der Frauen, die die großen Intrigen zum Einstürzen bringen. Der Raub des Goldes in *GOLDFINGER* mißlingt, weil die Pilotin Pussy Galore die Seite wechselt. Was hat ihr Bonds Anliegen glaubhaft machen können? Vertrauen kann nur entstehen, wenn die Ernsthaftigkeit eines Anliegens spürbar ist. Wie entsteht Haß? – die gleiche Frage, nur mit anderen Ingredienzen. Fatima Blush, die von Barbara Carrera gespielte Killerin aus *SAG NIEMALS NIE*, attackiert Bond mit einer so grausamen Lust, daß es um mehr zu gehen scheint, als um einen reinen Auftrag. Entsteht Haß aus Zurückweisung? Aus einer spürbaren Affinität, die doch nicht ausgelebt werden kann, weil man die Seiten wechseln mußte?

Bond in Angst und Schmerzen: Das sind nicht etwa Geschichten über eine andere Figur, einen anderen Agenten, eine andere Welt. Das ist das andere Gesicht Bonds, das er in seinen Filmen vorenthält und verschweigt und das doch zwingend zu den Voraussetzungen dieser Geschichten dazugehört.

Literatur

Borringer, Heinz-Lothar (1980) *Spannung in Text und Film. Spannung und Suspense als Textverarbeitungskategorien*. Düsseldorf: Schwann.

Tesche, Siegfried (1995) *Das große James Bond Buch. 007 – Stars und Stories*. Berlin: Henschel.

Margarita D. Just

Der Gral

Aus den Archiven der EON-Productions

Die drei folgenden Briefe wurden uns freundlicherweise von Sean Connery für die Bond-Weltausstellung in Kinshasa zur Verfügung gestellt. Wahrscheinlich stammen sie von den drei Schauspielerinnen, die bislang für die Rolle der Chefsekretärin, Miss Moneypenny, engagiert worden sind. Skepsis scheint allerdings angebracht, da die Texte zwar die entsprechenden Unterschriften aufweisen, stilistisch und inhaltlich aber extrem dem MMP-Profil widersprechen, das wir in den letzten fünfzig Jahren aufzubauen bemüht gewesen sind. Zu viele faktische Fehler, argumentative Schwächen, offene und verdeckte Zitate, vage und blumige Formulierungen. Als Zeitzeugen sind sie möglicherweise dennoch interessant. Außerdem zeigen die Quellen, die vor allem MMP-1 ventiliert, wie tief Bond in der abendländischen Kultur verwurzelt ist. Es sind dies: Robert Burtons Anatomie der Melancholie, Karl Philipp Moritz' Götterlehre, Robert von Ranke-Graves' Griechische Mythologie in 2 Bänden, Laurence J. Peter's The Peter Principle sowie ein zeitgenössischer Beitrag des Oberstleutnants der Heilsarmee Bernard Watson in The War Cry. Wir haben die Zitate zur besseren Kenntlichkeit kursiv hervorgehoben.

Der Leiter des Archivs

I.

Istanbul, den 11.8.1963

Verehrter Mr. Wiesengrund!

Besten Dank für die Zusendung der Sondernummer Ihrer Zeitschrift zum Thema „Was macht populäre Figuren populär?“ Ich schreibe im Namen des ganzen Drehstabs, bin Ihnen aber auch persönlich dankbar, denn es war eine interessante Erfahrung, die vielen tiefeschürfenden Aufsätze über Tarzan, Robin Hood, Fantomas und wie sie alle heißen zu lesen, während wir hier am Bosphorus gerade das neueste Bond-Abenteuer produzieren.

Ich gehöre zu den Menschen, die Abbrüche unglücklich machen, daher konnte ich nicht anders als die Beiträge der Reihe nach von der ersten bis zur letzten Zeile zu lesen, was manchmal nicht nur wegen der türkischen Hitze und Hektik

ein hartes Stück Arbeit war. Doch da ich eine Schauspielerin bin, die das Theater mit dem ganzen Drum und Dran wie andere Leute ihre Herztabletten oder Kreditkarten liebt, und da wir unterm Strich alle verrückt sind, und zwar nicht nur sporadisch sondern immer, und da wir auch alle infantil sind und unsere Sinne nicht beisammen haben, so daß zwischen uns und den Kindern kein tieferer Unterschied besteht, als daß sie sich mit Stoffpüppchen und anderem Spielzeug beschäftigen und wir uns mit größerem Tand amüsieren – habe ich gestern Ihre Zusammenfassung gelesen und spüre nun große Lust, Ihnen einen Gedanken über Bond, der mir seitdem nicht mehr aus dem Kopf will, mitzuteilen.

Zuerst sind mir beim Lesen drei merkwürdige Widersprüche aufgefallen. Die meisten Autoren loben oder tadeln die Durchsichtigkeit und einfache Strickart insbesondere bei unserer Figur, benutzen dafür aber eine undurchsichtige und verschlüsselte, um nicht zu sagen verklausulierte Sprache. Zweitens schreiben sie darüber, als ob das ein literarischer Held aus einem Roman von Jane Austen oder Henry James wäre, der ein für alle Male ist, was er ist, während wir ihn doch genau in dem Moment, wo Sie diese Zeilen lesen, schon wieder verändern, umodeln, an neue Trends anpassen, und das tun nicht nur wir, sondern auch Ian Fleming und John McLusky und wer-weiß-wer-noch-alles in wer-weiß-welcher Ecke der Welt. Aber am meisten hat mich überrascht, daß alle Autoren für eine ernsthafte und vorurteilsfreie Beschäftigung mit modernen Figuren plädieren, ihre Analysen aber in einem Ton schreiben, der nie ganz normal, nie ganz sachlich und neutral, sondern immer irgendwie belustigt oder leicht angewidert klingt, so, als ob Ihnen im Grunde ihres Herzens das Ganze doch ein wenig suspekt und ehrenrührig vorkommt. Untertöne sind Gefühlssache, und Gefühle sind privat, ich weiß schon, aber wenn ich nicht irre, war es Antonioni, der gesagt hat, meine Erfahrung lehrt mich, daß eine Intuition, wenn sie schön ist, auch richtig ist.

In einer Pressekonferenz stellte Mr. Broccoli kürzlich die These auf, James Bond sei, wie alle Frauen alle Männer haben wollen und alle Männer sein wollen. Das ist der Punkt, glaube ich, wo der Hase im Pfeffer liegt. Denn wenn er recht hat, ist das für das kulturelle Establishment ein Skandal, ein Affront und eine Bankrotterklärung, alles auf einmal. Weil das doch heißt, daß trotz zweieinhalbtausend Jahren abendländischer Gehirnwäsche der Allerweltsheld immer noch der schöne, trainierte Mensch ist. Der Athlet, der alle Hürden nimmt und alle Kämpfe gewinnt. Der Häuptling, der jeden Löwen erlegt und seinen Stamm heil aus jeder Krise führt. Der Womanizer, der Frauen sammelt wie andere Briefmarken und jede, die er bekommt, auch zu nehmen versteht. Immer noch Caesar statt Christus. Columbus statt Kopernikus. Al Capone statt Marx oder gar Mutter Theresa. Oder um es noch deutlicher zu sagen: Im Zweifelsfall folgen die

Massen, wenn Broccolis Gefühl richtig ist, immer noch lieber dem Recken, dem Sportler und Potenzprotz als dem Sänger, dem Dichter, als Ihnen, als Ihrem heimlichen alter ego Orpheus. Lieber Herakles im Augiasstall als Orpheus in Arkadien.

Und Bond ist Herakles, da gibt es keinen Zweifel, der Herakleische Anti-Orpheus der Gegenwart, die Familienähnlichkeit ist unverkennbar. Auch *Herakles übertraf alle Zeitgenossen an Größe, Schönheit und Mut*, das heißt, wie Bond wird er um die Einsdreiundachtzig groß und sechsundsiebzig Kilo schwer gewesen sein, und wenn *das feurige Blitzen seiner Augen* für Kraft, Energie, heftige Emotionen und rasche Bewegungen steht, blitzen Bonds blaue Augen natürlich analog. Wüßten Sie dagegen einen einzigen Geschichtsschreiber, der Orpheus' erotisierende Gesichtszüge besingt oder sein körperliches Gardemaß?

Wie Bond in Eton und Fettes, genoß Herakles in Mykene eine mehr oder weniger solide, standesgemäße Ausbildung. Die Erziehung in Fettes galt als calvinistisch. Die schulischen und sportlichen Anforderungen waren hoch, doch obwohl Bond zum Einzelgängertum neigte, schloß er dauerhafte Freundschaften in den berühmten Sportclubs der Schule. Als er Fettes verließ, hatte er zweimal erfolgreich als Leichtgewicht für seine Schule geboxt und die erste ernstzunehmende Judoklasse eines englischen Internats gegründet. Auch Herakles' Erziehung in den kriegerischen Künsten wurde durch die berühmtesten Helden der damaligen Zeit in jedem einzelnen Fach besorgt – der Stiefvater Amphitryon unterrichtete ihn in der *Kunst des Wagenlenkens und wie man die Kurven nimmt, ohne das Ziel zu streifen*. Kastor gab ihm *Fechtunterricht, lehrte ihn den Gebrauch der Waffen, Reiten, Taktik und die Grundlagen der Strategie*, ein weiterer Göttersohn war sein Lehrer im Faustkampf; Apollons Sproß Linos führte ihn ein in die Literatur, das Singen und das Leierspielen, und Apollon selbst gab ihm Lektionen im Bogenschießen, vom Centauren Chiron erhielt er eine Einführung in die Arznei- und Kräuterkunde, außerdem sind Vorlesungen über Astronomie, Philosophie und Semiotik bezeugt, die man damals noch bescheiden Zeichendeutung nannte. Am Ende der Pubertät sind beide Teenager brillante Sportler; hätte es in Mykene Pistolen gegeben, wäre Herakles ein ebenso ausgezeichneter Pistolenschütze gewesen wie Bond. Ein begnadeter Boxer und Messerwerfer war er unter Garantie, und was die Geschichte über Herakles' Pfeil und Wurfspieß sagt, gilt auch für Bonds Faust und Beretta: *Sie verfehlen ihr Ziel nie*. Dagegen Orpheus: ohne Körper zur Welt gekommen oder verwachsen, verkümmert oder verweichlicht, erfuhr er nie eine nennenswerte geistige, sportliche oder charakterliche Ausbildung. *Apollon schenkte ihm eine Leier und die Musen lehrten ihn, darauf zu spielen*. That's all. Armes Kind, nie hat es vom bunten Patchwork der schönen weiten Welt gehört. Nie seine Kräfte an seines-

gleichen erprobt und gestärkt. Nie gelernt, wie man, sein Brot bei Tränen essend, Blutrache oder Blutsfreundschaft schwört.

Ein weiterer Unterschied: ihre Sozialkompetenz. Von Geburt gehören alle drei zur High Society, der Eliteschulenzögling Bond und die zwei antiken Königskinder. Doch pflegen Herakles und Bond von früh an ein geradezu libidinöses Verhältnis zur Arbeit, einer Arbeit, die ausnahmslos im Vollbringen von schweren, gemeinnützigen Taten besteht, während Orpheus zeit seines kurzen Lebens der Lieblingsbeschäftigung der happy few aller Zeiten und Länder nachgeht: den Freuden des dolce far niente. Siebzehnjährig gibt Bond sich für neunzehn aus und tritt mit Hilfe eines alten Kollegen seines Vaters in eine Abteilung des Verteidigungsministeriums ein. Der vertraulichen Natur seiner Aufgaben angemessen, wurde ihm der Rang eines Leutnants in der Sonderabteilung der Royal Navy Volunteer Reserve verliehen; es ist ein Beweis für die Zufriedenheit seiner Vorgesetzten mit seinen Leistungen, daß er schon vier Jahre später den Rang eines Commanders innehatte. Sagt sein Chef. Bei Herakles liegen die Dinge auf den ersten Blick komplizierter, da *die Parzen sein künftiges Schicksal schon in die irdische Abstammung verwebt (hatten): zum Herrschen geboren, wurde er durch die Macht der Fügung gezwungen, zu gehorchen und seine glorreichsten Taten auf den Befehl eines Schwächeren, der ihn fürchtete, zu vollführen*. Unterm Strich arbeiten aber beide im gleichen Fach und trotz offenkundiger Superpotenz unter Vorgesetzten, die unfähiger sind als sie sein sollten. Denn bei Licht besehen zeigt auch Bonds Chef M. mindestens drei der von Laurence J. Peter entdeckten sogenannten Endplazierungssyndrome: Phonophilie, Codophilie und Endlos-ins-Leere-Starren; das heißt, in der Hierarchie ist er genau wie Eurystheus auf der *Stufe seiner Inkompetenz* angekommen. Daß Bond und Herakles trotzdem auf ihren einmal zugewiesenen Plätzen ausharren, wurde schon im vorigen Jahrhundert als schönes Zeichen eines heldenmütigen Ethos und Pathos zur Arbeit erkannt: *Der auffallende Kontrast zwischen der Stärke und dem Heldenmut des Gehorchenden und der Schwäche und Verzagtheit des Befehlenden, welche durch die ganze Dichtung herrscht, gibt ihr ein desto lebhafteres Interesse. Dadurch, daß der Held sich überwindet, nach dem Schluß des Schicksals dem Schwächeren zu gehorchen, erhalten seine kühnsten Taten einen doppelten Wert, weil er erst sich selber zum Gehorsam und dann die Ungeheuer zum Weichen zwingt*.

Letzter markanter Differenzpunkt: die sexuelle Potenz der Helden, ihr Fortpflanzungs-IQ, ihre biologische Kompetenz. Man könnte das Ergebnis auf die Formel bringen: zwei haben und einer hat nicht; zwei können immer, der dritte kann nie, oder will er nur nicht, ist er impotent oder verweigert er sich? Herakles tut es ständig, überall und querbeet; er wildert, wo und wie es gerade kommt, in

allen Landstrichen, Gehaltsgruppen, Bildungsschichten und Geschlechtern, und immer mit ganzer Kraft, denn am Ende hat er wie die biblischen Stammväter einen ganzen Volksstamm, die Herakliden, hervorgebracht. Wahrscheinlich tut es auch Bond regelmäßig, aber nach der langen Einübung Europas in die monogame Ideologie gehört das zu den Dingen, über die er und jeder, der es gut mit ihm meint, besser nicht spricht. So erfahren wir nur, daß er ein oder zweimal im Jahr, auf Reisen, eines jener *freien, hartnäckigen, kampflustigen und zärtlichen Mädchen* trifft, selbständig, intelligent und immer irgendwie unglücklich, vielleicht, weil da immer eine schwere Kindheit und zurückgestaute Sexualität mit im Spiel ist (*der Schatz erwartet den, der die Gabe hat, ihn zu heben*); er verliebt sich, sie verliebt sich, ein Bett ist auch in der Nähe, jedes Tier darf es, also tun sie es auch, und obschon Bond sich dabei kein einziges Mal an Ehefrauen, Kindern, Freunden oder Tieren vergreift, hat die Intelligenzia ihn als gefährlichen Sittenstrolch und Triebtäter geoutet. Was dem alten Herakles zum Lob gereicht, wird dem modernen zum Strick: *Die Mädchen Bonds sind samt und sonders unkeusch, und selten findet sich die Eheschließung unter den Projekten des Geheimagenten*. Da ist Orpheus doch aus gediegenerem Holz. Er heiratet im passenden Alter eine passende Jungfrau, nur eine: Eurydice ist eine hübsche Nymphe, sittsam, ordentlich, wahrscheinlich asexuell und treu bis in den Tod: als hätte sie nie von etwas anderem geträumt, hütet sie, frischvermählt, ihm das Haus, während er, frischvermählt, weiter in der Welt herumzieht und den Künstler gibt; er ist ihr ganzes Glück, er ist alles, was sie kennt, und alles, was sie kennt, kennt sie durch ihn, so daß sie in maßlose Panik verfällt, als ihr plötzlich ein Mann, der nach Rauch, Leder und Rasiercreme riecht, gegenübersteht. Aristaios hatte wahrscheinlich den rauhen Charme eines antiken Farmers, denn anders als sein Cousin, als Orpheus, hatte man ihm als Kind mancherlei und darunter auch so praktische Dinge wie *Milch gerinnen zu lassen, Käse daraus zu machen, Bienenstöcke zu bauen und den wilden Olivenbaum zu veredeln*, beigebracht. Er hatte diese Künste an andere weitergegeben, die ihm dafür göttliche Ehren erwiesen; er war von Cheiron in eine Reihe von Mysterien eingeführt und von den Myrthennymphen in der Kunst des Wahrsagens und Heilens unterwiesen worden. Das ist der Mann, vor dem Eurydice ein so unbezähmbares Entsetzen packt, daß sie sich, über Baumstämme stürzend und auf Schlangen tretend, nur noch in die Arme des Todes flüchten kann, die Frau, die Orpheus sich als Lebensgefährtin und einzige Geliebte gewählt hat. Wissen Sie übrigens, warum zu diesem so konventionellen Glück keine Kinder gehören? Hat das alles nicht einen starken Geschmack nach dem, was man heute eine Lavendelehe nennt? Bedenken Sie nur, wie Orpheus, kaum ist er, aller Pflichten ledig, aus der Unterwelt zurückgekehrt, als bekennender Päderast durch die Lande zieht und sich

feiern läßt als ersten Sänger des eigenen Geschlechts. Orpheus, die Nachtigall der Effeminierten?

Summa summarum haben wir mit Bond und Herakles auf der einen Seite zwei Männer: schön, stark, mutig, machistisch, wenn sie dürfen, wie sie wollen, aber mit starkem Gemeinschaftssinn, der ihre Hyperbulie in Schach hält und ihre Superpotenz in neun von zehn Fällen in sinnvolle, auch den Schwachen nützliche Bahnen lenkt; auf der anderen Seite – Orpheus: körperlos, aber musisch hochbegabt, egozentrisch, aber wie die Geschichte mit dem Goldenen Vlies zeigt, auch zu gelegentlichen Hilfeleistungen bereit, physisch ohne Präsenz, die einzige Waffe, auf die er sich versteht, ist der Leierschlag, und zu alldem wohl auch noch ein notorischer Frauenverächter und Knabenliebhaber. Hätte Darwin einen Prototypen definiert, mit dem unsre Spezies seit ein paar tausend Jahren den Kampf ums Dasein überlebt, und hätte er sich für eine Seite entscheiden müssen, welche, glauben Sie, hätte er wohl gewählt? Oder anders gefragt: Könnte Bonds Popularität nicht ein Zeichen für den immer noch intakten Selbsterhaltungstrieb der Massen sein, so daß der verächtliche, ironische oder schamhafte Ton der Bondologen in Ihrem Heft – um den Bogen wieder zu schließen – auf die Autoren anstatt auf den Gegenstand zurückfällt? Aristoteles war es doch, von dem das Axiom stammt, was alle sagen, das, behaupten wir, ist richtig?

Ich wünsche Ihnen einen schönen Tag und verbleibe mit herzlichen Grüßen aus dem heißen Istanbul

Lois Maxwell (“Moneypenny”)

II.

Hampshire, 1/1/ 1988

Cara Oriana Fallaci,

vielen Dank für Ihr Angebot, aber um die Katze gleich aus dem Sack zu lassen: nein, ich stehe Ihnen für kein Interview über James Bond zur Verfügung. Weder heute, noch in einem Monat, noch in fünfzig Jahren.

Die Sache ist die, daß ich fest entschlossen bin, keine Publicity für diese Figur zu machen, in welcher Form auch immer. Ich habe nicht nur den Wirbel um diesen Typ, seine Autos, seine Weiber, sein Verhältnis zu mir, seinen Zigaretten und Pyjamas satt. Ich habe auch die herdenweise Verpflichtung zu lügen satt. Ich habe diese ganze stupide Toleranz satt. Die Zeit der Wunder ist vorbei. Die Zeit des Nachdenkens hat angefangen. Im Film spiele ich meine Rolle ohne Abstriche, aber in der Freizeit kann kein Regisseur oder PR-Büro mich zwingen,

die Spritzen für dieses Riesenheer von geistigen Clochards, das sie in den fünf- und zwanzig Bond-Jahren zusammengetrommelt haben, aufzuziehen. Es ist dunkel am Fuße des Leuchtturms, aber nicht dunkel genug, um zu übersehen, daß die seelenlose Kampfmaschine mit dem Firmennamen James Bond hinter der Fassade des edlen Menschheitsretters und kulturträchtigen Herakles im Brioni-Anzug der größte Cleaner seit Adolf Hitler ist. Betrachten Sie ihn und seine Werke sorgfältig, cara Signora. Mit gespensterhafter technischer Präzision hat er die eine Hälfte der Welt in ein gigantisches Schlachtfeld verwandelt, um die andere Hälfte mit dem Kampf gegen ein paar fiktive Ungeheuer zu amüsieren. Er hat ungezählte Landschaften und Gehirne verwüstet, um zwei Dutzend kranke Löwen zu jagen. Er hat all die Plätze wie Termitenhügel ausgehöhlt, auf die er seine Designerschuhe gesetzt hat. Dank seiner Luxussafaris rasen jetzt die gleichen Autos über die gleichen Betonpisten durch den Busch von Macao und die Berge von Mexico, die Wüste von Nevada, den brasilianischen Regenwald und die Bahamas. Weil er vor der Kulisse ihrer Schilfhütten seine Shows abgezogen hat, träumen jetzt tausende Kinder immer nachts, wenn die Affen schreien, von einer Welt der Handys, Hitparaden, Coca-Cola und Filmkarrieren als Tarzan. Nicht der Zweifel, die Gewißheit ist es, die wahnsinnig macht. Und so gewiß wie die Sternschnuppen im August vom Himmel fallen, schafft dieser smart soldier, was Hitler nicht mehr geschafft hat: die universelle Flurbereinigung, die Auslöschung der alten Welt der Unterschiede und Differenzen, die ersatzlose Tilgung ihrer Götter und die Gleichschaltung der in diesem traurigen Langzeitspektakel verbrannten Erde und Gehirne in einer schauerlich einförmigen brave new world nach seinem Bild. Und die Zukunft hat bereits angefangen. Auf Seite 65 der letzten Bond-Spezial-Ausgabe der deutschen *Cinema* steht es wörtlich in fetten Balken: „James Bond gehört die Welt“, und weil’s so tough ist, titelt der dynamische Jungredakteur gleich prophetisch weiter: „Alle Einsatzorte à la carte“. Den Deutschen liegt’s doch einfach im Blut. Vor zwanzig Jahren hat Cubby Broccoli das Bonmot geprägt, die Menschen träumen von James Bond, weil er ist, wie alle Frauen alle Männer haben wollen und alle Männer sein wollen. Damals ging ein Schrei der Empörung durch die Gazetten. Heute ist das ein Gag, und nicht etwa, weil die Menschen klüger oder empfindsamer geworden wären. Die Zeit ist nur weitergegangen und hat uns peu à peu alle miteinander mehr oder weniger diskret bondisiert. Wie die Fahne eines abgedankten Regiments hat die Wirklichkeit den Bond-Traum eingeholt. Erst haben ihn die Image-Ingenieure in die Sprache der Warenwelt transformiert, dann haben sie ihn in verdauliche Häppchen zerlegt, die Häppchen später in Millionenaufgaben produziert, und als ihn dann alle kaufen konnten, war er eines schönen Tages passé und ruiniert. Sie haben Bonds Exklusivlizenz zum hemmungslosen Kon-

sum von Dingen, Ressourcen und Menschen zum Massensport, zum Standard und einer Meßlatte für den Erfolg des globalen Durchschnittsbürgers gemacht, dabei merkwürdiger- oder raffinierterweise aber immer ein Stück vom Braten ausgespart und an den Rand gelegt. Sei es, daß sie Bonds berühmte Lizenz zum Töten nicht verwursten konnten, wollten oder durften, sie haben es nicht getan, so daß sie nun die letzte Bastion ist, das einzige Residuum und Besitztum des Helden, das das Publikum noch zum Träumen einladen könnte, weil sie allein noch nicht käuflich ist. "Beware of the 20th century", war das Motto der polnischen Vorkriegs-Juden im Stetl. Ich möchte nicht zu denen gehören, die im letzten Akt dieses Alptraums die Regisseure spielen. Da ich aber trotz allem eine Schauspielerin bin, die ihren Beruf wie andere Leute ihre Herztabletten oder Kreditkarten liebt, bitte ich Sie, behandeln Sie diese Erklärung diskret, liebe verehrte Mrs. Fallaci.

Mit den besten Grüßen für ein friedliches Neues Jahr grüßt Sie herzlich

Caroline Bliss („Moneypenny 2“)

III.

Peking, den 20. Mai 2005

Lieber Woody Allen,

wir alle bewundern Sie und vertrauen Ihnen rückhaltlos, das wissen Sie. Wenn Bond überhaupt noch zu retten ist, sind Sie der einzige, der dazu imstand ist. Sie sind ein begnadeter Regisseur und darüberhinaus kennen Sie die Branche durch Ihre Bond-Persiflage damals, in CASINO ROYALE, wie Ihre Westentasche. Trotzdem muß ich noch einmal nachfragen, ob ich die Grundidee, die Sie da gestern auf der Konzeptionsprobe entwickelt haben, richtig verstanden habe.

Bond, sagen Sie, sei ein Fall von Persönlichkeitsspaltung? Multiple Personality Disorder? MPD?

Heute so, morgen so? Darin liege sein Kapital? Für den einen Ikone, für den anderen rotes Tuch; für X der Elisabethanische Gangster, für Y der begnadete Ladykiller und für Z der perfekte Verkäufer; ein Naturtalent in savoir faire und ein Don Juan, ein Drachentötergeorg und ein Herakles, ein Mythos, eine Kultfigur und camp und zur gleichen Zeit ein Alptraum, ein zynischer Serienmörder, ein Staatspolizist mit Angestelltenhorizont und chauvinistischer Frauenfresser, Dressman der Lifestyle-Industrie und teuerste Litfaßsäule der Welt, ein Cleaner, ein atavistischer Ressourcenwüstling, ein todsicheres Massenverdummungsrezept etc. pp.? Jeder, meinen Sie, spiele sein eigenes Bond-Puzzle, und

wie es keine zwei identischen Daumenabdrücke gibt, so sind da auch keine zwei gleichen Bond-Puzzles in der Welt? Das eine hat 13 Teile, das andere 3 und das vierte 297, weil das erste aus vier Comic-Bonds und sieben Film-Bonds besteht, für das zweite schon die drei ersten Roman-Bonds hinreichen, beim dritten tut's vielleicht ein Kurzgeschichten-Bond und die Bonds der zwei letzten Filme, während zum vierten Puzzle alle möglichen Bonds aus soundsovielen Büchern, Filmen, Gazetten, Homepages und Videospielen gehören? Sie nennen das das Bond-Wunder, daß keine zwei Menschen von derselben Figur sprechen, wenn sie von Bond sprechen und sich trotzdem verstehen. Darauf baut, sagen Sie, die Konzeption: Indiana Jones muß in die Welt, um den Gral zu finden, während Bond aus tausend Gründen herumziehen kann, aber der Gral ist und bleibt er selbst. Mit dem berühmten Gefäß zu zaubern, das jeder nach Lust und Laune füllen kann, das, sagen Sie, muß die goldene Regel bei den Dreharbeiten sein, darauf komme es an, das muß uns gelingen, virtuos auf der Klaviatur seiner ganzen multiplen Persönlichkeit zu spielen. War Ihr Statement ungefähr so zu verstehen?

Natürlich wissen Sie auch ohne mich, daß dieser Einfall faszinierend und interessant ist, aber ich, ich weiß leider nicht, wie man sich als Sekretärin eines Phantoms vor der Kamera bewegt. Die Iren behaupten zwar, daß die Realität nur eine Illusion ist, die durch Mangel an Schnaps entsteht, aber welcher Mensch kann denn ohne festen Boden unter den Füßen auf den anderen zugehen?

Wie Sie sehen, bin ich sehr neugierig auf unsere erste gemeinsame Arbeit morgen früh und wünsche Ihnen daher heute noch eine besonders schöne erste Nacht hier in China

Ihre Samantha Bond („Moneypenny 3“)

Annette Förster

Schwärmerei für einen Schatten

Musidora und das Nachleben von Irma Vep¹

Achtzig Jahre nach ihrem Auftreten in *LES VAMPIRES* (*DIE VAMPIRE*, Frankreich 1915-16, Gaumont, Louis Feuillade) dreht der französische Regisseur Olivier Assayas mit *IRMA VEP* (Frankreich 1996) eine Hommage an die gleichnamige Filmfigur. Er erweckt eine fiktive Gestalt, die auch heute noch unsere Fantasie zu beschäftigen vermag, zu neuem Leben. Assayas steht damit in einer langen Tradition: *IRMA VEP* zeigt ganz unverhüllt, worum es bei der Überlieferungsgeschichte der Figur geht. Man verehrt nicht die Gestalt oder die Rolle als solche, also nicht die Verbrecherin oder die Heldin in einem Action-Film. Überlebt hat vor allem ein Bild der Irma Vep: eine weibliche Silhouette in einem enganliegenden, feingewebten, seidenen schwarzen Catsuit (*maillot noir*).² In der neuesten Fassung erscheint das Bild in der katzenhaften Körperlichkeit von Maggie Cheung, einem Star des Hongkong-Films, und der stilisierten Erotik von schwarzem Latex. Daß es ihm vor allem um dieses Bild geht, unterstreicht Assayas noch dadurch, daß in seinem Film von einer Kriminalgeschichte, ja von einer Erzählung überhaupt, kaum die Rede sein kann.

Musidora

Die Frage, warum gerade dieses Erscheinungsbild von Irma Vep überlebt hat, ist faszinierend. In der ursprünglichen Serie tritt die Figur nur in zwei der zehn Folgen und jeweils nur für einen Moment in ihrem schwarzen Catsuit auf: zusammen kaum achteinhalb Minuten in den insgesamt sechseinhalb Stunden langen *LES VAMPIRES*. Und Irma Vep ist auch nicht die Gestalt, mit der die sie darstellende Schauspielerin Geschichte schrieb.

Musidora (eigentlich Jeanne Roques, 1884-1957) trat ab 1910 in *music halls* und Revuen in Paris auf. Beim Film debütierte sie 1914, und als ihr Vertrag mit

1 Dieser Aufsatz erschien erstmalig unter dem Titel "De verering van een schim. Musidora en de overlev(er)ing van Irma Vep" in *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 1,1, 1998, S. 5-31. Wir danken den Herausgebern der *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* für die freundliche Genehmigung zum Abdruck dieser Übersetzung – die Hrsg..

2 Zur Geschichte dieses Anzugs von Zigomar über Irma Vep bis zu Batmans Kollegin Catwoman vgl. Dall'Asta 1995.



der Produktionsfirma Gaumont drei Jahre später auslief, hatte sie in gut 40 Komödien und Dramen gespielt. Zu diesem Zeitpunkt war sie, unter anderem auch aufgrund ihrer Rollen als weiblicher Bandit in Louis Feuillades Kriminalserien *LES VAMPIRES* und *JUDEX* (Frankreich 1916-17) einer der Stars des französischen Stummfilms. Die Rolle der Irma Vep war nicht ihr größter Publikumserfolg; das war die Darstellung der Diana Monti in *JUDEX*, denn diese Serie zog weit mehr Zuschauer an als *LES VAMPIRES*. Musidora war nicht nur Schauspielerin, sondern auch Produzentin und Regisseurin. Zahlreiche ihrer Filme wurden in der Fachpresse lobend besprochen. 1926 beendete Musidora ihre Filmkarriere. Sie spielte danach Theater, veröffentlichte zwei Romane und einen Gedichtband, heiratete und bekam einen Sohn. In den vierziger Jahren kehrte sie zum Film zurück und arbeitete für die „Commission des Recherches Historiques“ der „Cinémathèque française“, die die Anfänge der französischen Filmindustrie erforschte. Hieraus zog sie auch die Anregung zu einer Kurzfilm-Hommage an Louis Feuillade, *LA MAGIQUE IMAGE* (Frankreich 1950).

In den Standardwerken der Filmgeschichtsschreibung findet Musidora nur in Hinblick auf ihre Rolle als Irma Vep Erwähnung. Das ist kein Einzelfall, ähnlich verhält es sich auch mit Louise Brooks und ihrer Darstellung der Lulu in *DIE BÜCHSE DER PANDORA* (D 1928, Georg Wilhelm Pabst). Andererseits hat dies Musidora davor bewahrt, völlig in Vergessenheit zu geraten, wie etwa Yvette Andreyor, Renée Carl, Stacia Napierowska und andere Stars des frühen französischen Kinos. In den siebziger Jahren erschienen zwei detaillierte Beschreibungen ihres Lebens und Werkes (Lacassin 1970; Cazals 1978). Das Interesse des Filmhistorikers Francis Lacassin für Musidora leitete sich aus seinen Forschungen zu Louis Feuillade her, der bei den Krimiserien und Komödien, in denen sie auftrat, Regie führte. Für ihn ist die Identifizierung von Musidora mit der Irma Vep-Figur eine unzulässige Vereinfachung, und er porträtiert sie als eine filmhistorisch unterschätzte Schauspielerin und Regisseurin. Patrick Cazals wiederum war so fasziniert von Irma Vep, daß er alles über die Frau wissen wollte, die sie verkörperte. Er betrachtet die Serien aus den zehner Jahren als ein zu Unrecht vergessenes Kino und sieht Irma Vep als dessen strahlenden Mittelpunkt, demgegenüber alle anderen Rollen der Schauspielerin verblassen.

Im Gegensatz zu diesen Autoren möchte ich Musidora weder als Heldin eines vergessenen Kinos, noch als das Opfer eines Mythos beschreiben. In der traditionellen Filmgeschichtsschreibung, die es als ihre Aufgabe sah, die Meisterwerke der Filmkunst zu kanonisieren, werden der populäre Film und das Genre der Kriminalserien der zehner Jahre tatsächlich als zweitrangig betrachtet. Zwar hat

diese Sichtweise in den letzten Jahren an Bedeutung verloren, doch das erklärt nicht, wieso gerade die Figur der Irma Vep in den Filmgeschichten überleben konnte, trotz der gleichzeitigen Marginalisierung des Kinos, dem sie entstammt.

Die zehner Jahre: die Figur und die Silhouette

Der Name von Louis Feuillades weiblichem Banditen ist ein Anagramm des Worts *vampire*, was gleichzeitig auf die Bedeutung der Figur für die Serie verweist: Irma Vep ist der Vampir *par excellence*. Die Vampire sind eine Bande von Juwelendieben, die Paris unsicher machen. Von Folge zu Folge unternehmen sie ihre Raubzüge, fesseln, knebeln, entführen oder vergiften sie jeden, der sich ihnen in den Weg stellt. Irma Vep verkleidet sich, wenn nötig, um ihre Verfolger zu täuschen, als Dienstmädchen, Telefonistin, Bankangestellte oder als Sohn eines Grafen. Ihre Gegenspieler sind ein Journalist, der es speziell auf sie abgesehen hat, die Polizei, die immer zu spät kommt, sowie eine konkurrierende Bande, die *en passant* annektiert wird. Irma Vep ist unter den Vampiren die gerissenste, weiß sie doch immer wieder zu entkommen. Sie überlebt auch die verschiedenen männlichen Bandenchefs, um erst in den allerletzten Minuten der letzten Episode den Tod zu finden.



Die Schauspielerin Musidora
(eigentl. Jeanne Roques, 1884-1957)

Den weitaus größten Teil der Serie erscheint Irma Vep in ihren verschiedenen Verkleidungen: mit der Schürze des Dienstmädchens, der Brille der Telefonistin oder dem Maßanzug des reichen jungen Mannes. In anderen Szenen trägt sie elegante Röcke und Kleider. Aber keines dieser Kostüme hat – wie auch in Assayas' IRMA VEP zu sehen ist – etwas mit der überlieferten Silhouette zu tun. Diese gehört zu dem engen, schwarzen Catsuit der Fassadenkletterin (*souris d'hôtel*), in dem Musidora nur zweimal innerhalb der Serie auftritt, das erste Mal am Ende der fünften Folge: Der Große Vampir und Irma Vep – als Baron de Mortesaigues verkleidet – geben ein Fest für die reiche Elite der Stadt. Gegen Mitternacht strömt aus den Entlüftungsschächten ein wohlriechender, aber betäubender Duft

in den Saal. Die Gäste sinken einer nach dem anderen bewußtlos nieder. Das Licht verlöscht, und durch die Türen im Hintergrund des dunklen Saals kommen die Vampire herein. Die Umrissse ihrer engen, schwarzen Anzüge werden durch das Gegenlicht betont und von den Türrahmen eingefasst. Die weiblichen Formen von Irma Vep sind gut zu erkennen. In dieser Einstellung hält die faszinierende Silhouette von Irma Vep ihren Einzug in den Film.

Dieser erste Auftritt dauert bei der Vorführung eine Minute, während der die Diebe ihren Coup durchführen und Irma Vep die Juwelen der am Boden liegenden Frauen stiehlt. Die nächste Einstellung zeigt die nun wieder normal gekleideten Vampire auf der Flucht. Irma Veps zweiter Auftritt, nun als Fassadenkletterin, in der folgenden Episode dauert bei der Vorführung gut sieben Minuten. Sie schleicht einen Hotelgang hinunter und schlüpft in eines der Zimmer. Erst kontrastiert der helle Korridor mit ihrer schwarz gekleideten Gestalt, dann wird in der Einstellung, in der sie ins Zimmer kommt, ihre Silhouette in der Türöffnung erneut durch das Gegenlicht betont. Dieser harte Kontrast entfällt in dem dunklen Hotelzimmer zunächst, wird dann jedoch gleich wieder hergestellt, als sie die Vorhänge zuzieht und das Licht anmacht. Während sie den Raum durchsucht, stellt sie sich auf einen Stuhl, wodurch ihre weiblichen Formen noch besser zur Geltung kommen. Als sie gefunden hat, was sie sucht, löscht sie das Licht erneut und zieht die Vorhänge auf. Wieder umrahmt das Fenster die Umrissse ihres Körpers.

Im Gang wird sie von Moreno, dem Anführer der rivalisierenden Bande, überwältigt und zurück in das Zimmer geschleppt. Sie entkommt aus der Umklammerung und stellt sich mitten in den Raum, die Hände in die Seiten gestützt. Ihr Gegner mustert sie bewundernd von Kopf bis Fuß. Er bietet ihr einen Sessel an, doch als sie sich hinsetzt, betäubt er sie mit einem chloroformierten Tuch. Mit sich windendem Körper leistet sie Widerstand, bis sie schließlich das Bewußtsein verliert. Ohnmächtig liegt sie im Sessel, während Morenos Handlanger mit einer Decke draußen unter dem Fenster stehen und darauf warten, sie aufzufangen. Die Einstellung auf das regungslose Gesicht und den erschlafften Körper in der Decke ist für die gesamte Serie die letzte Aufnahme von Irma Vep im Catsuit.³

Bei der *mise-en-scène* dieser Sequenzen ist auffallend, daß die Umrissse der weiblichen Silhouette grundsätzlich im Gegenlicht hervorgehoben oder von Türen und Fenstern eingerahmt werden, mit anderen Worten: Der Frauenkör-

3 Ein ähnliches Bild ist als Foto weit verbreitet. Dort liegt Irma Vep aber nicht in einer Decke, sondern auf einem Diwan, eine Szene, die im Film selbst nicht vorkommt (zumindest in den mir bekannten Kopien). Dieses Foto findet sich in zahlreichen Filmgeschichtsbüchern.

per wird hier als Schauspiel, als Attraktion inszeniert. Dies wird noch verstärkt durch das Spiel von Dunkelheit und Helligkeit, wodurch die Silhouette fast verschwindet, um dann erneut gut sichtbar zu sein. Diese Inszenierung des weiblichen Körperumrisses als Schauspiel ist in der Sequenz mit Moreno diegetisch eingebettet in den Machtunterschied zwischen den Geschlechtern: In der Einstellung, in der Irma Vep in ihrem enganliegenden Anzug mitten in Morenos Zimmer steht, ist sie gleichzeitig dessen diegetischem Blick und dem der Kamera ausgeliefert, ohne das beide zusammenfallen. Ein Moment großer Spannung, in dem die Übermacht des doppelten männlichen Blicks (in der Diegese und durch die Kamera) mit dem Stolz und der Anmut des weiblichen Körpers pariert wird. Dadurch bekommt die Szene eine (hetero-)sexuelle Ladung. Der Machtkampf geht zugunsten der männlichen Perspektive aus, die beunruhigende weibliche

Figur wird bezwungen. Im folgenden möchte ich zeigen, daß in dieser Inszenierung des weiblichen Körpers als Schauspiel der narrativen Einbettung in einen (hetero-)sexuellen Machtkampf der Schlüssel für Nachleben und Überlieferung der Irma Vep-Figur liegt.

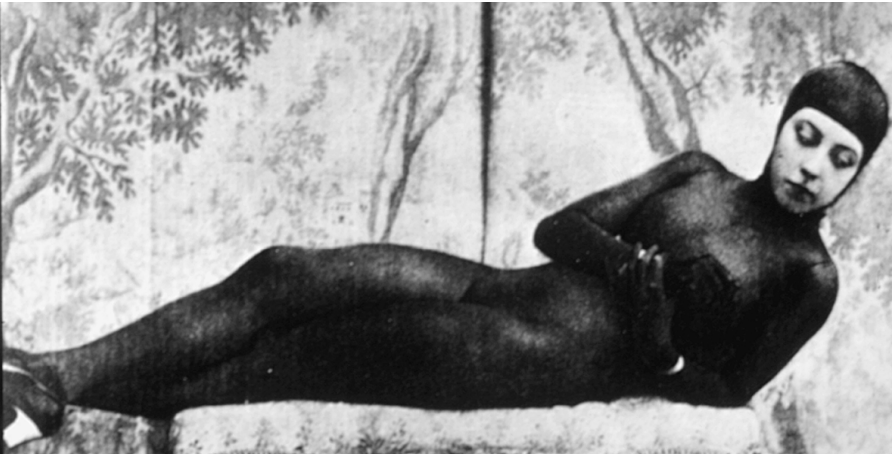
Der Reklamefeldzug

In der Reklame für *LES VAMPIRES* nahm Irma Vep einen prominenten Platz ein. Auf den Plakaten, die im Herbst 1915 die Straßen von Paris schmückten, erschien sie immer wieder in ihrem schwarzen Anzug. Auch die Ankündigungen in der Fachpresse zeigten insbesondere ihre Silhouette – und das monatelang.⁴ In vier Anzeigen in *Ciné-Journal* zwischen Ende Oktober und Ende Dezember war die Silhouette von Irma Vep in jeweils einer anderen Pose zu sehen.⁵ Einmal sind



Anzeige in *Ciné-Journal* (1915)

4 In den Anzeigen erscheinen desweiteren die Filmtitel sowie der Zusatz „série sensationnelle“, Informationen über Werbematerial für die Kinobetreiber, die Verleihadresse und das Markenzeichen der Produktionsfirma. Wie zu jener Zeit bei Gaumont üblich, werden die Namen der Schauspieler und des Stabs nicht genannt.



Die „schlafende“ Irma Veip

die ‚bluttriefenden‘ Buchstaben des Titels *VAMPIRES* so auf ihren Armen angeordnet, daß sie wie die Flügel einer Fledermaus wirken, dann ‚schreibt‘ sie den Schriftzug mit der Hand oder hält die Margerite, das Markenzeichen von Gaumont, wie eine Trophäe. In der Werbung bekam das Bild von Irma Vep auf diese Weise eine Funktion, die ebenso zentral war wie die der Figur in der Serie. Aber welche Bedeutung hatten dieses Bild und die Gestalt für Gaumont und Feuillade, den Produzenten und den Regisseur, die sich dafür entschieden, sie in den Vordergrund zu stellen?

Feuillade entwarf das Konzept für *LES VAMPIRES* im August 1915. Kriminalserien genossen eine enorme Popularität, die Nachfrage befriedigten vor allem amerikanische Produktionen. Sie waren eine Waffe in dem von Lacassin (1995, 202 u. 205) so genannten „französisch-amerikanischen“ Krieg – ein Kampf um die weltweite Hegemonie auf dem Filmmarkt, der stattfand, während in den Schützengräben der als Erster Weltkrieg bekannte deutsch-französische Konflikt tobte.⁶ Ironischerweise wurden die amerikanischen Serien von Gaumonts altem ‚Nachbarn‘ Pathé produziert und auf den französischen Markt gebracht: Pathé hatte seit 1910 eine Filiale in den Vereinigten Staaten. Die Konkurrenz mit Pathé war für

5 Vgl. *Ciné-Journal*, 8. Jg., in den folgenden Nummern: 324/20, v. 30. Oktober 1915, S. 10; 325/21, v. 6. November 1915, S. 10; 326/22, v. 13. November 1915, S. 16; 332/28, v. 25. Dezember 1915, hintere Umschlagseite (die zweifache Nummerierung jeder Ausgabe ergibt sich aus der Zählung der Hefte seit Kriegsausbruch).

6 Für eine ausführliche Diskussion der französisch-amerikanischen Auseinandersetzung um den Filmmarkt vgl. auch Abel 1984, 7-30.

Gaumont und Feuillade teils eine Art spielerischer Rivalität, doch zu diesem Zeitpunkt auch eine Frage des geschäftlichen Überlebens. Die Strategie, mit der man das einheimische Publikum für französische Produktionen gewinnen wollte, beruhte darauf, gleichzeitig auf Ähnlichkeiten mit und Unterschiede zu den amerikanischen Serien zu setzen. Man übernahm das Genre, die Vertriebsweise und die zentrale weibliche Hauptfigur, doch man betonte auch die Verschiedenheit.⁷ Das Instrument, um die Differenz zu gestalten, war Irma Vep.

In Frankreich war 1915 die erste Kriegsbegeisterung verfliegen, und jeder, der wie Feuillade und seine Schauspielertruppe nicht (oder nicht mehr) mobilisiert war, versuchte, wieder zur Tagesordnung überzugehen.⁸ Nach Musidoras Erinnerung war Feuillade auf Spaß und Zerstreuung aus – sowohl für sich selbst als auch für andere.⁹ Henri Fescourt, Kollege und Freund des Regisseurs, beschreibt dessen Humor und Erfindungsgabe (vgl. 1959, 91), und Lacassin (1995, 205–206) weist darauf hin, wie spielerisch Feuillade auf den Reklamefeldzug für *LES MYSTÈRES DE NEW YORK* (USA 1915, Pathé, Louis Garnier) reagierte. Diese Serie mit Pearl White in der Hauptrolle wurde von Pathé zur gleichen Zeit herausgebracht wie Gaumonts *LES VAMPIRES*.¹⁰ Lacassin (ibid., 207) illustriert dies anhand einer Pressemeldung, mit der Feuillade und Gaumont auf die Ankündigung der *MYSTÈRES*-Episode *LA MAIN QUI ÉTREINT* („die würgende Hand“) reagierte:

Wer sind sie? Wohin gehen sie? [...]

Auf weiten, samtnen Schwingen gleiten die düsteren Vampire.

- 7 In Hinblick auf den Vertrieb übernahm Gaumont das amerikanische System – wöchentlich kommen Folgen jeweils gleicher Länge heraus und in der Presse erscheint parallel dieselbe Geschichte als Fortsetzungsroman – erst bei *JUDEX*, wodurch diese Serie mehr Erfolg beim Publikum hatte. Bei *LES VAMPIRES* sind die einzelnen Folgen unterschiedlich lang, und sie wurden in unregelmäßigen Abständen herausgebracht. Ein begleitender *ciné-roman* erschien erst, als die Serie praktisch nicht mehr in den Kinos zu sehen war. Was die zentrale weibliche Hauptfigur betrifft, war das amerikanische Subgenre der *serial queen*-Melodramen – Serien mit heroischen Frauen – in Frankreich überaus populär. Ich vermute, daß dies Gaumont und Feuillade dazu angeregt hat, die weibliche Hauptfigur in *LES VAMPIRES* – hier zumindest in der Werbung – und in *JUDEX* in den Vordergrund zu stellen. Im Juni 1916, zwischen den beiden Serien, schrieb Gaumont einen Brief an Feuillade: ob dieser nicht über eine Serie mit Komikerinnen nach amerikanischem Modell nachdenken wolle (Brief im Fonds Feuillade, BIFI, Paris).
- 8 Feuillade wurde zwar zum Militär einberufen, doch wurde er nach einem Herzanfall im Juli 1915 wieder entlassen; vgl. Lacassin 1995, 200.
- 9 *Commission des Recherches Historiques*, Nr. 69, v. 24. November 1951, S. 7 (BIFI, Paris). Vgl. „Le prince des ténèbres“, Abdruck in Cazals 1978, 134–137.
- 10 *LES MYSTÈRES DE NEW YORK* war eine für den französischen Markt zusammengestellte Kompilation von *serial queen*-Melodramen mit Pearl White wie *THE EXPLOITS OF ELAINE*, *THE NEW EXPLOITS OF ELAINE* und *THE ROMANCE OF ELAINE*.

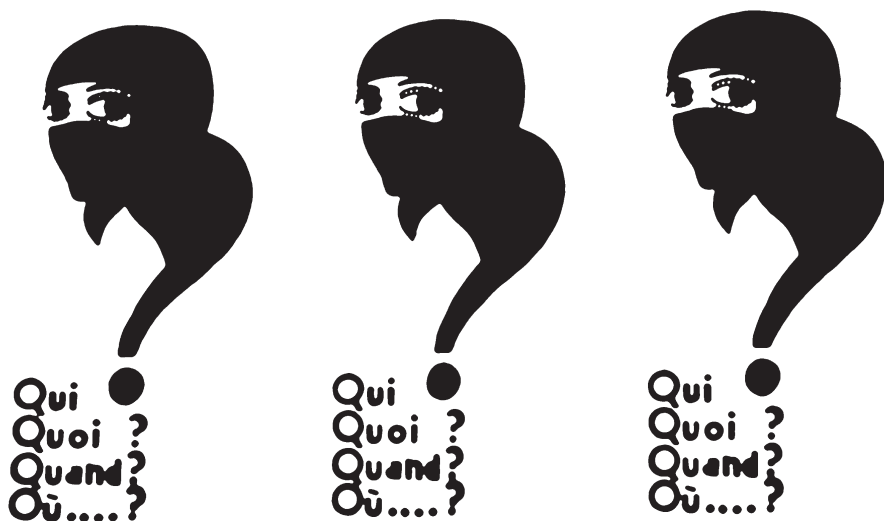
Nicht zum Bösen
...sondern zum Schlimmsten.¹¹

Doch Feuillades Verse sind mehr als nur ein Zeugnis von Scherz und Verspieltheit. Sie belegen auch meine Behauptung, daß in der Werbung der Unterschied zwischen *LES VAMPIRES* und den anderen Serien betont wird: das Geheimnisvolle und Rätselhafte, das Böartige und die Verderbtheit. Der Wettbewerb um ‚das größte Rätsel‘ bestimmte von Anfang an den Reklamefeldzug. Möglicherweise lieferte der Titel der konkurrierenden Serie *LES MYSTÈRES DE NEW YORK* hierzu den Anlaß. Feuillade reagierte hier nämlich auf die bereits erschienenen ersten Vorankündigungen: Das Plakat für *LES VAMPIRES* zeigt drei Fragezeichen, die einen maskierten Kopf darstellten, aus den Sehschlitzen blicken große Frauenaugen den Betrachter an. Der Text darunter fragt: Wer? Was? Wann? Wo...? Da das Plakat weiter nichts preisgibt, muß es überaus rätselhaft gewirkt haben. Der Träger der Botschaft, das Zeichen für das größte Rätsel ist wie in den Anzeigen das Bild von Irma Vep.

Lacassin beschreibt, wie die Konkurrenz zwischen den Produktionsfirmen die Form eines Wettrennens gegen die Zeit annahm (vgl. *ibid.*). Pathé hatte die Premiere von *LES MYSTÈRES DE NEW YORK* für den 3. Dezember angekündigt. Gaumont und Feuillade gelang es, *LES VAMPIRES* zwei Wochen früher zu starten. Und doch tat dieser Vorsprung dem Geheimnis keinerlei Abbruch, denn die in der Werbung allgegenwärtige Irma Vep in ihrem schwarzen Anzug trat erst in der dritten Folge in Erscheinung, die, Zufall oder nicht, ebenfalls am 3. Dezember in die Kinos kam.

Die schwarzen Zeichnungen von Irma Vep auf dem Plakat und in den Anzeigen waren nicht nur überaus geheimnisvoll, sondern auch unheilverkündend. Dies hängt mit dem zweiten Unterschied zwischen *LES VAMPIRES* und *LES MYSTÈRES DE NEW YORK* zusammen: dem Gegensatz zwischen den Protagonistinnen. Irma Vep war dunkelhaarig, kriminell und beunruhigend. Damit wurde sie zum ikonografischen, moralischen und sozialen Gegenbild der von Pearl White gespielten Figur der Elaine Dodge, die nicht nur blond und mutig, sondern auch unschuldig war. Dieser Gegensatz wurde in der Werbung für *LES VAMPIRES* optimal ausgespielt; Gaumont und Feuillade benutzten Irma Vep, um die Unterschiede zwischen den beiden Serien zu betonen. Dem Bild und der Figur wurden durch die Produzenten die Bedeutung größtmöglicher Rätselhaftigkeit und moralischer Verderbtheit zugeschrieben.

11 Vgl. auch Cazals 1978, 57, Anm. 1. Ursprünglich als Beilage in *Ciné-Journal*, 8. Jg., Nr. 323/29, v. 15. Oktober 1915. Bei der Übertragung geht der Endreim „Vampires / le pire“ leider verloren.



Das Plakat von LES VAMPIRES

Die Presse

Die zentrale Position von Bild und Figur der Irma Vep im Diskurs der Produktion findet erstaunlicherweise keine Entsprechung in den Bedeutungszuschreibungen einer anderen zeitgenössischen Lesart, nämlich der der Filmkritik. Zunächst spielt dabei die Tatsache eine Rolle, daß es fast keine Rezensionen von LES VAMPIRES gibt, denn während der Laufzeit der Serie von November 1915 bis Juni 1916 erschienen die meisten Fachblätter aufgrund des Krieges nicht. Die Zeitschrift *Ciné-Journal*, die weiterhin veröffentlicht wurde, enthielt kaum Filmkritiken, man beschäftigte sich hier eher mit Themen, die in der Fachwelt diskutiert wurden, darunter auch die gesellschaftlichen Auswirkungen der Welle von Kriminalserien, die Frankreich überspülte.¹² Ein Autor prognostizierte, daß das Publikum solcher Serien bald müde würde, weil so viel Schlechtigkeit sich nicht rechtfertigen ließe, insbesondere nicht gegenüber Frauen. Er richtete sich nicht so sehr gegen Filmreihen als solche als gegen deren hohen Gehalt an Verbrechen. Romantische und rührende Serien schienen ihm dagegen geeignet,

¹² Neben LES MYSTÈRES DE NEW YORK und den Feuillade-Serien FANTÔMAS (Frankreich 1914), LES VAMPIRES sowie JUDEX war auch THE RED CIRCLE (USA 1915, Balboa/Pathé, Sherwood MacDonald) erfolgreich.

als Gegengewicht zur Invasion amerikanischer Produktionen zu dienen und die französische Filmindustrie wieder anzukurbeln.¹³

Die beiden widersprüchlichen Argumente – das moralisch Verwerfliche der *policiers* und andererseits ihre möglichen positiven Auswirkungen auf die französische Produktion – wurden in den wenigen Kritiken zu *Les Vampires* wieder aufgenommen. Ein Redakteur von *Le cinéma et l'Echo du cinéma réunis* schrieb in der ersten Ausgabe nach der Unterbrechung durch den Krieg über die neunte Folge:

Es fällt schwer zu glauben, daß Mademoiselle Musidora trotz ihrer schönen Augen so finstere Absichten hegt, wie man sie in L'HOMME DES POISONS ständig sieht. Es ist offensichtlich, daß die Kriminalfilme durch die Anwesenheit gutaussehender Frauen ihren Niedergang hinauszögern, um dann in Schönheit zu sterben.¹⁴

Andere Rezensenten lobten die deutliche Struktur der Erzählung, die Regie, die Kamera und das Spiel der Darsteller und damit Qualitäten der Serie, die in Hinblick auf die Zukunft des französischen Films wichtig schienen. Auch Musidora erwähnt im Zusammenhang mit Léon Gaumonts Reaktion auf die Zensurmaßnahmen gegen *LES VAMPIRES* beide Argumentationen. Sie erzählt, daß der Polizeipräfekt die Aufführung mit dem Argument verbieten ließ, die Autorität der Polizei – die in den Filmen immer wieder zu spät kommt – werde systematisch untergraben. Gaumont bat daraufhin seinen Star, den Präfekt aufzusuchen und ihm klar zu machen, daß das Verbot eine Gefahr für die Zukunft des französischen Films bedeute. Es gelang Musidora tatsächlich, den Polizeichef zu überzeugen, indem sie ihn darauf hinwies, daß er bei Aufrechterhaltung des Verbots für *LES VAMPIRES* amerikanische Serien wie *THE RED CIRCLE* wohl kaum unbehelligt lassen könnte. Und das, so gibt die Anekdote zu verstehen, wagte der Präfekt angesichts deren enormer Popularität nun doch nicht (vgl. Cazals 1978, 46).

Musidoras Erinnerung zeigt ebenfalls, daß weder die Zensur noch die Filmkritik an Bild oder Figur der Irma Vep Anstoß nahm. Ob es nun um Moral und Polizeiautorität oder um die Zukunft des französischen Films ging, ob Musidora selbst eingriff oder nicht – in der öffentlichen Auseinandersetzung um *LES VAMPIRES* und die Kriminalserien wurde Irma Vep in den zehner Jahren keine spezifische – positive oder negative – Bedeutung zugeschrieben.

13 Vgl. Guillaume Danvers: „Nouveau spectacle“, in: *Ciné-Journal*, 8. Jg., Nr. 330/26, v. 11. Dezember 1915, S. 15 u. 18.

14 René Delbost: „L'HOMME DES POISONS“, in: *Le cinéma et l'Echo du cinéma réunis*, 5. Jg., Nr. 205, v. 12. Mai 1916, S. 3.



Pearl White

Neben diesen Äußerungen in der Öffentlichkeit kann man in den zehner Jahren auch noch eine nicht-öffentliche Rezeptionsweise aufspüren. Und hierbei spielt das Bild der Irma Vep durchaus eine Rolle. Wie andere Filmstars trat auch Musidora während des Ersten Weltkriegs als *maraine* (Patin) von Frontsoldaten auf. Dreißig Briefe, die sie von ihren *filleuls* (Patensöhnen) empfangen, sind erhalten geblieben. Mancher *poilu* (Frontsoldat im Ersten Weltkrieg) gab seiner Bewunderung für den Star in schön gedrechselten Sätzen und mit wundervollen Zeichnungen Ausdruck. Einige Briefeschreiber berichteten freimütig von ihren durch Irma Vep ausgelösten Fantasien. Ein Soldat schickte ihr

beispielsweise eine überaus erotische Zeichnung der Fassadenkletterin mit muskulösem Körper, wobei Brustwarzen und Schamhaar durch den feinen Stoff ihres schwarzen Anzugs sichtbar sind.¹⁵ Hier wird die spektakuläre Anziehungskraft von Irma Vep in einem Bild artikuliert. Ein anderer Soldat schrieb, er stelle sich vor, wie er zu ihr spricht, während sie schläft. Der intime Rahmen seiner Fantasie und die Vorstellung, sie schlafe, erinnern an die erotisch aufgeladene Szene mit der betäubten Irma Vep und Moreno.

Die Briefe der Soldaten liefern das Material, um die diskursiven Voraussetzungen abzuleiten, unter denen Bild und Figur von Irma Vep erotisch werden. In diesen Männerfantasien erscheint der Frauenkörper als Schauspiel, wie in der Zeichnung, und die Schlaf-Fantasie steht im Kontext des Machtunterschieds zwischen den Geschlechtern – beide Vorstellungen knüpfen direkt an die Inszenierung der Sequenzen mit Irma Vep im Catsuit an. Diese Feststellung ist umso relevanter, als beide diskursive Formationen weniger als zehn Jahre später als öffentliche Äußerungen in Erscheinung treten sollten – bei den Surrealisten.

15 Undatierter Brief von R. Martin (BIFI, Paris). Musidora beauftragte Martin später damit, das Plakat für ihren Film *POUR DON CARLOS* (Frankreich 1921) zu entwerfen; vgl. Lacassin 1970, 454.

Die zwanziger Jahre: Irma Vep und die Surrealisten

Mitte der zwanziger Jahre erlebte Irma Vep ein *comeback* dank der Surrealisten, einer geschlossenen Gruppe rebellischer junger Dichter, Schriftsteller, Maler und Filmemacher. Sie konstruierten eine Genealogie und eine Legitimation für ihre Ideen unter Rückgriff auf ihre Jugend, die Zeit, in der sie der ernüchternden Wirklichkeit des Krieges – französisch-deutsch oder französisch-amerikanisch – entflohen und die Kinos besuchten, in denen die von Eltern, Presse und Polizei geschmähten populären Filme der zehner Jahre gezeigt wurden, vor allem *slapstick comedies* und Kriminalserien. Ihre Rezeption dieser Filme beeinflusste ihre späteren Ideale, wobei *LES VAMPIRES* und der Irma Vep-Figur ein Ehrenplatz zukam.

Die Surrealisten verstanden sich als Sprachrohr einer Generation und deren Unruhe und behaupteten, die Kriminalserien ihrer Jugend hätten an diese Unzufriedenheit appelliert. Der Schriftsteller Louis Aragon, einer der Gründer der Bewegung, schrieb 1923:

Das Weltbild einer ganzen Generation entstand im Kino, und es ist ein Film, eine Serie, in der es enthalten ist. Die gesamte Jugend verliebte sich in Musidora in *LES VAMPIRES* [...] (Aragon 1994, 7/9).

Ein anderer wichtiger surrealistischer Dichter und Filmliebhaber, Robert Desnos, erklärte: "Ein ungeduldiges Verlangen nach Liebe, Revolte und Erhabenheit quälte uns" (1992, 44). Die Serien konnten all dies befriedigen.

Durch ihre Verteidigung der Kriminalserien leisteten die Surrealisten an zwei Fronten Widerstand. In ihrer Jugend in den zehner Jahren demonstrierten sie damit ihren Widerwillen gegen die Heuchelei und den Tod in der Erwachsenenwelt:

Zu jener erstaunlichen Zeit, in der die Menschen in moralischer Verwirrung lebten, wie hätten diejenigen, die jung waren, nicht in diesen wunderbaren Banditen ihr Ideal, ihre Rechtfertigung, erkennen sollen? Und diese Einsicht, diese verbotene Schwärmerei war um so erregender, als die Zeitungen das Kino als Schule des Verbrechens anklagten (Aragon 1994, 8).

Zu der Zeit, als die Surrealisten ihre Überzeugungen veröffentlichten, also in den zwanziger Jahren, war die Verteidigung der Serien nicht nur eine Jugendsünde, sondern auch ein Zeichen der Rebellion gegen das künstlerische, literarische und kinematographische Establishment, daß sich seit Kriegsende herausgebildet hatte. Was den Film anging, so hatten die Amerikaner den europäischen Markt fast vollständig erobert. Der populäre französische Film starb langsam und wurde übertönt von der sogenannten „Ersten Avantgarde“ (Louis Delluc, Germaine Dulac, Marcel L’Herbier, René Clair und Jean Epstein), die

den künstlerischen Film propagierte.¹⁶ Die Surrealisten verabscheuten diese Art Kino mit seinem theatralischen Darstellungsstil, seinem Intellektualismus (wegen des literarisch orientierten Strebens nach psychologischer Tiefe) und seinem Ästhetizismus.¹⁷ In den von ihnen geliebten Kriminalserien fehlten all diese Dinge: Die Darstellungsweise war natürlich, von psychologischer Motivation konnte keine Rede sein, und jegliche künstlerische Präention war diesen Filmen völlig fremd. In einer lyrischen Besprechung anlässlich einer Wiederaufführung von *LES MYSTÈRES DE NEW YORK* 1929 attackierte Desnos „die Brut der Formverliebten“ und „verstaubten Beweihräucherer der Kunst“. Er stellte unumwunden fest: „Denn diejenigen, die im Kino Kunst finden wollen, haben nichts begriffen. In ihnen erkennen wir die alten Feinde, die Anti-Poeten“ (1992, 179).

Die Dichter unter den Filmemachern suchten Desnos zufolge das Abenteuer, die Verzückung und die Liebe. Aus Mangel an zeitgenössischen Beispielen und in der Nachfolge Appolinares, der in den zehner Jahren Feuillades *FANTÔMAS* zu filmischer Poesie erklärt hatte, wurden Feuillades Serien als surrealistische, weil poetische Filme annektiert.¹⁸ Darüber hinaus waren *LES VAMPIRES* und mehr noch *JUDEX* beim Publikum äußerst erfolgreich. Der Dichter Georges Neveux, der das Drehbuch von *UN CHIEN ANDALOU* geschrieben hatte, zieht daraus den Schluß, die Surrealisten schätzten gerade diese Kombination:

Die Surrealisten schrieben dunkle Gedichte, träumten aber davon, daraus eines Tages populäre Poesie werden zu lassen. Diesen Widerspruch, den sie selbst nie aufzulösen im Stand waren, sahen sie in gewissen Filmen auf ganz selbstverständliche Weise aufgehoben. [...] Helden wie Judex (der Rächer) oder Musidora (die Fassadenkletterin im schwarzen Anzug) waren gleichzeitig unwirklich und populär (Neveux 1965, 46).

Die Surrealisten bewunderten die Serienhelden, aber auch Komiker wie Charlie Chaplin und Harry Langdon, wegen der gelungenen Verbindung von Rebellion, Extase und Publikumserfolg. Darüber hinaus erkoren sie die wagemutige

16 Zwar hatte Feuillade weiterhin Serien gedreht, doch diese waren immer weniger erfolgreich. Er starb 1925.

17 Zu den Auffassungen der Surrealisten zum Film vgl. Desnos 1992; Kyrrou 1953; Mitry 1974, 141-159; A. und O. Virmaux, 1976; Williams 1981 sowie die beiden Hefte der Zeitschrift *Etudes Cinématographiques* zum Thema „Surréalisme et cinéma“, Nr. 38-39, 1965 u. Nr. 40-42, 1965.

18 Die einzigen zeitgenössischen Beispiele waren drei anfangs umstrittene Filme, denen man schließlich doch das Prädikat „surrealistisch“ zubilligte: *UN CHIEN ANDALOU* (Ein andalusischer Hund, Frankreich 1928) und *L'ÂGE D'OR* (Das goldene Zeitalter, Frankreich 1930) von Luis Buñuel sowie *LA COQUILLE ET LE CLERGYMAN* (Frankreich 1926-28) von Germaine Dulac.

Elaine Dodge und die teuflische Irma Vep zu ihren Traumfrauen. Desnos schwärmte wie gewohnt auf geradezu lyrische Weise:

Wunderbare Gestalten der Liebe, aufwühlende Erscheinungen, Pearl White, unendlich vervielfältigt, beherrschte die Welt. Sie spukt in allen neuen Gehirnen, sie erregt alle Sinne zugleich. Und dann kommt ein Film nach dem anderen. Musidora folgt auf Pearl White, Nazimova folgt auf Musidora und dann die anderen, immer wieder andere, deren wunderbare Namen ich hier nicht nennen muß. Die erste war blond. Sie verschwand, und der schöne Roman, der mit ihr begann, endete mit der ihr folgenden dunkelhaarigen. Sie starben nur, um wiedergeboren zu werden, und das Bild ihrer Küsse erschien nicht nur auf der Leinwand: Sie brannten auf den vom Fieber der Pubertät zerbissenen Lippen, färbte die glühenden Wangen und die gierigen Augen blutrot (Desnos 1992, 179f).

Der Gegensatz zwischen den Protagonistinnen, der in der Werbung so sorgfältig herausgearbeitet worden war, hatte die erregten pubertären Jünglinge, die sie damals waren, also überhaupt nicht erreicht, und ihre Kinoerfahrung war zu einer durchgängigen Serie verschmolzen.

Die zehnte Muse

Diese Art Herzensergüsse der Surrealisten zeigen, daß neben ihrem Weltbild auch ihre Auffassungen von Erotik und Weiblichkeit vom Kino geprägt waren. Obwohl sie für gewöhnlich die Heldinnen ohne Unterschied anbeteten und zudem Figuren und Darstellerinnen miteinander identifizierten, lösten Musidora und Pearl White dennoch verschiedene Fantasien aus, wie eine andere Hommage belegt:

Unser Wunsch nach Flucht erfüllte sich auf den Spuren Pearl Whites bei Automobilfahrten in *LES MYSTÈRES DE NEW YORK* und in den künstlichen Kämpfen zwischen der nutzlosen Polizei und den phantastischen Banditen (Desnos 1992, 84).¹⁹

Während Pearl White neben Schönheit also vor allem Mut und Freiheitsdrang verkörperte, bewirkte Musidora wildere Träume:

Musidora, wie schön waren Sie in *LES VAMPIRES!* Wissen Sie, daß wir von Ihnen träumten, und daß Sie während der Nacht ohne anzuklopfen in Ihrem schwarzen Anzug in unsere Zimmer kamen, und daß wir am nächsten

19 Aragon berichtet in seiner Erzählung *Anicet ou le Panorama, roman* (Paris: Gallimard 1929 und 1969, S. 117), daß das Publikum Pearl White „Perle Vite“ („schnelle Perle“) nannte.

Morgen beim Aufwachen nach Spuren suchten, die die beunruhigende Fassadenkletterin bei ihrem Besuch hinterlassen hatte? (Desnos 1992, 84).

Es scheint fast, als kenne Desnos die Briefe der Soldaten, so frappierend ist die Übereinstimmung zwischen seiner Fantasie und der ihren. Auch in seinem Text ist die Erotik von Irma Vep und Musidora eine Kombination des Spektakulären („wie schön warst Du“, „in Deinem schwarzen Anzug“) und der narrativen Einbettung in einen Machtunterschied.²⁰ Aragon schreibt Irma Vep sogar eine regelrecht erzieherische Aufgabe zu:

Zu dieser Magie [des Abenteuers], zu dieser Anziehungskraft [der Rebellion] kam noch der Zauber einer großartigen sexuellen Offenbarung. Die Theater waren mehr oder weniger alle geschlossen. Das Moulin Rouge brannte. Dieses Feuer konnte für die Sinnlichkeit tausender Jugendlicher zu einer Katastrophe werden. [...] Es war die Aufgabe von Musidoras schwarzem Anzug, Familienväter und Aufständische für Frankreich zu erziehen. Das bezaubernde Schattentier wurde zu unserer Venus und zu unserer Göttin der Vernunft. [...] Oh, es war keine griechische Statue ohne Arme, kein Luftgeist oder Succubus aus romantischen Träumereien, die uns nachts heimsuchte. Vielleicht erklärt dies auch das völlige Unverständnis, das uns von unseren Ahnen trennte. [...] Wir sind anders als die Liebhaber früherer Zeiten. Wir besitzen unser eigenes Bild der Wollust, das auf dem Weg des Lichts zu uns kam, zwischen Darstellungen von Mord und Verbrechen, während man anderswo krieperte, ohne daß wir dem irgendwelche Beachtung schenkten (1994, 8-9).

Die lustvollen Empfindungen, die Aragon beschreibt, beschränkten sich in den Träumereien der Surrealisten nicht auf die Leinwand und die Heldinnen, sondern sie erstreckten sich auch auf den Kinosaal. Bereits Desnos' Text über die „vom Fieber zerbissenen Lippen“ deutet darauf hin. In einem Rückblick auf seine Zeit mit dem Surrealismus notiert auch der Filmhistoriker Georges Sadoul eine vielsagende Anekdote: Sadoul zufolge pflegte André Breton seinen Freunden zu erzählen, daß er in einem armseligen Stadtteilkino Zeuge gewesen war, wie eine Frau ihren Mantel auszog. Darunter war sie nackt, und sie ging von Sitz zu Sitz, um die Besucher zu befriedigen (Sadoul 1965, 12).²¹ Ob sich dies nun tatsächlich so abgespielt hat oder nicht, die Tatsache, daß diese Geschichte unter den Surrealisten die Runde machte, weist darauf hin, daß die Heldinnen bei ih-

20 Auffallend ist dabei der Rollentausch: Nun ist der Mann der Schläfer, und die Frau ist wach und aktiv.

21 Sadoul gehörte der Gruppe zwischen 1924 und 1932 an. Breton schrieb zusammen mit Aragon das *Surrealistische Manifest* von 1924. Seine Liebe zum Film war allerdings nicht von Dauer; vgl. André Breton: „Comme dans un bois“, in: Virmaux 1976, S. 277-282.

ren jungen Verehrern nicht nur wilde, sondern auch geradezu feuchte Träume auslösten. Im übrigen unterstellt dies ein rein männliches Kinopublikum, was angesichts der Mobilisierung sehr unwahrscheinlich ist. Die Träume, welche die Irma Vep-Figur bei den Surrealisten provozierte, können geradewegs als erotische Männerfantasien charakterisiert werden. Aragons Aussage, eine ganze Generation Jugendlicher sei in Musidora verliebt gewesen, bezieht sich also auf eine Generation von Jungen. Ob, und wenn ja, welche Fantasien die Figur der Irma Vep bei Frauen auslöste, findet im Zusammenhang der surrealistischen Anbetung Musidoras keine Erwähnung.

Aragon gab Musidora den Beinamen „die zehnte Muse“. Zusammen mit den Vampiren, den „bewundernswürdigen Verbrechern“ ihrer Jugend, ernannten die Surrealisten Irma Vep somit zu einer

Inspirationsquelle für ihre Rebellion und ihre Wünsche. Die Verehrung galt vor allem dem Widersetzlichen und Anziehenden von Musidora als Irma Vep in ihrem schwarzen Anzug. Auf diese Weise integrierten die Surrealisten die Bedeutungen der Figur, die in den Diskursen der zehner Jahre latent anwesend waren, zu einem Rezeptionsmodell von Männern für Männer. Die beunruhigende Gestalt aus dem Film und aus der Werbung wird mit der erotischen Silhouette aus den Briefen der Soldaten zu einem erotischen Objekt verschmolzen und als das fixiert, was ich die „Irma Vep-Konfiguration“ nennen möchte: ein auf männliche Fantasie und Verlangen zugeschnittenes Muster der Bewunderung für ein weibliches Bild. Der Surrealismus machte die Irma Vep-Konfiguration kenntlich und faßbar; er schuf damit die historische Voraussetzung für deren Überlieferung. Und dadurch, daß nicht zwischen Bild und Schauspielerin unterschieden wurde, konnte die Irma Vep-Konfiguration, zumindest in einem gewissen Maße, die Erinnerung an Musidora am Leben erhalten. Gleichzeitig sorgte der Surrealismus auch für eine diskursive Voraussetzung für die Überlieferung. Es handelt sich ja immerhin um eine literarische und künstlerische Bewegung, die nicht allein zu jener Zeit für Aufsehen sorgte, sondern auch in der



Anzeige in Ciné-Journal (1915)

Literatur- und Kunstgeschichtsschreibung sehr ernst genommen wird. In der Folge wurde auch die Irma Vep-Konfiguration in diesen Diskurs aufgenommen. Dies ging allerdings auf Kosten einer möglichen weiblichen Rezeption der Irma Vep sowie einer Analyse möglicher Unterschiede oder Übereinstimmungen mit dem surrealistischen Modell der Verehrung.

Die filmhistorische Erinnerung

Im Gegensatz zum Surrealismus in der Kunstgeschichte wurde das Werk Feuillades in der Filmgeschichte lange Zeit nicht ganz ernst genommen. Seine Serien vertrugen sich nicht mit den Auffassungen vom künstlerischen Film, wie sie von der Ersten Avantgarde – deren Filmemacher gleichzeitig auch führende Kritiker waren – vertreten und dann von den maßgeblichen Filmhistorikern übernommen wurden. In diesem Kontext war die Würdigung der Irma Vep-Figur keineswegs selbstverständlich. Doch die Surrealisten stellten, wie gezeigt, einerseits eine für Männer vertraute Konfiguration bereit und bewirkten andererseits, daß diese Teil eines anerkannten kunsthistorischen Diskurses wurde. Über diesen Umweg erschien Irma Vep dann auch in den filmhistorischen Standardwerken, die in Frankreich nach dem Zweiten Weltkrieg entstanden. Einige Autoren erwähnen zwar, daß Musidora auch andere Rollen gespielt hat und zudem verschiedene Funktionen im Bereich der Filmproduktion innehatte, doch die weltweit meist zitierte Filmgeschichte, die Ende der vierziger Jahre von Georges Sadoul verfaßt wurde, erwähnt sie durchgängig als Star aus *LES VAMPIRES* oder Schauspielerin bei Feuillade (Sadoul 1951, 253 u. 427; 1952, 112f).²²

Sadoul übernimmt die Sichtweise seiner surrealistischen Vergangenheit selbst dann noch, wenn er über Musidoras weitere Karriere schreibt oder ihre Auffassung über Beleuchtung behandelt (1951, 341f; 1952, 112f).²³ Das ist umso befremdlicher als er regelmäßig an Sitzungen der „Commission des Recherches Historiques“ teilnahm, bei denen Musidora als Schauspielerin und als Regisseurin intervenierte. Auch eine spätere Gelegenheit, sich ein umfassenderes Bild von Musidora zueigen zu machen, ließ der Historiker ungenutzt. In den sechziger Jahren unterwirft er seine Erinnerung an die surrealistischen Filmerfahrungen einer Neubewertung, in deren Verlauf er eine Art Schuldbekennnis ablegt mit Blick auf die

22 Über Musidora schreiben auch Jeanne und Ford (1947 u. 1952). Sie wird hier als Star der „Feuillade-Truppe“ (1947, 98), als Filmemacherin (1947, 233; 1952, 500) und als Schauspielerin bei anderen Regisseuren (1947, 237; 1952, 37) erwähnt.

23 Offenbar hat der Historiker Musidora um eine Beschreibung ihrer Karriere gebeten. Sein Zitat aus ihrem Brief endet nach *LES VAMPIRES*, eine Zusammenfassung ihrer weiteren Aktivitäten fehlt.

ihr zugrundeliegende Rezeptionshaltung. Er wirft sich und seinen Freunden vor, sie hätten zwar „René Cresté (der Darsteller des Judex) und Musidora (die unvergeßliche Irma Vep aus *LES VAMPIRES*) ihre Reverenz erwiesen, nicht aber Feuillade“ (Sadoul 1965, 20).²⁴ Mittlerweile orientiert sich auch Sadoul an Autorenfilmern, was ihm ermöglichte, nicht nur Feuillade in seinen Pantheon aufzunehmen, sondern auch die von den Surrealisten in der Kontroverse um *LA COQUILLE* et le clergyman geschmähte Germaine Dulac. Ich erwähne dies, weil es zeigt, daß Sadoul durchaus bereit war, seine früheren Auffassungen über – männliche und weibliche – Filmemacher zu revidieren. Seine Einschätzung von Musidora blieb aber trotz der Tatsache, daß auch sie Filme gedreht hatte, unverändert. Die männliche Faszination für die „unvergeßliche Irma Vep aus *LES VAMPIRES*“, die Irma Vep-Konfiguration, bietet hierfür eine plausible Erklärung.

Die surrealistische Rezeption von Irma Vep hatte demnach Folgen für die Art und Weise, wie die Erinnerung an Musidora überliefert wurde. Das liegt nicht so sehr daran, daß der Filmhistoriker früher selbst zu den Surrealisten gehörte, sondern an der faszinierenden Wirkung der Irma Vep-Konfiguration auf die Männer. Diese ermöglichte es ihnen, ein komplexes und verwirrendes Phänomen einzuordnen, und überschattete gleichzeitig die filmhistorische Erinnerung an Musidora.

Musidora: Spielen mit Irma Vep

Bis hierher habe ich beschrieben, wie die Gestalt der Irma Vep in verschiedenen Diskursen seit den zehner Jahren funktioniert hat. Die ihr jeweils zugeschriebenen Bedeutungen wurden alle aus einer männlichen Perspektive entworfen und haben eine mögliche weibliche Rezeption in filmhistorischer Hinsicht unterdrückt. Zwar gibt es Kommentare von Musidoras Freundin Colette (1975) zu ihren anderen Rollen, aber nicht zu Irma Vep. Bekannt ist jedoch, wie Musidora selbst mit der Gestalt der Irma Vep umging. Mich interessiert dabei weniger, wie ein weiblicher Vampir gestaltet wird, d.h. ihre Arbeit als Schauspielerin oder ihre sensationellen *stunts*.²⁵ Meine Frage betrifft vor allem das Verhältnis zwischen der Darstellerin und der Leinwandfigur, die eventuellen Veränderungen über die Jahre sowie die Art und Weise, wie Musidora selbst zum Nachleben und zur Überlieferung von Irma Vep beigetragen hat.

24 Schon zuvor hatten Fescourt (1959) und Kyrout (1953) für eine Neubewertung von Feuillades Werk plädiert.

25 Diese Aspekte betont sie selbst in ihrer Erinnerung „La vie d’une vamp française“ in den Nummern 42-47 von *Ciné-Mondial*, die zwischen dem 12. Juni und dem 17. Juli 1942 erschienen.

Noch während der Film in den Pariser Kinos gezeigt wurde, begann die spielerische Auseinandersetzung Musidoras mit ihrem Auftreten als Irma Vep in der Form von Bühnenauftritten sowie von Kurzgeschichten und Artikeln, die sie für Filmzeitschriften schrieb. 1916 erschien sie noch zweimal in ihrem schwarzen Catsuit: im April im Rahmen einer Revue und im Mai in einer Genreparodie, *LE PIED QUI ÉTREINT* in der Regie von Jacques Feyder.²⁶ Im folgenden Jahr schrieb Musidora das Stück *Le maillot noir*.²⁷ In diesem Sketch wird sie, während sie den Anzug anzieht, Opfer eines Migräneanfalls, so daß sie sich hinlegen muß. Ein Einbrecher hält sie für eine Fassadenkletterin und zwingt sie, aus dem Zimmer ihres Freundes nebenan ein Collier zu stehlen, das er ihr schenken wollte. Das Thema des Stücks ist die unfreiwillige Verwechslung – Musidora sah also die Gefahr, daß sie mit Irma Vep identifiziert werden könnte.

In Musidoras Kurzgeschichte *Le moyen* (1918) findet man eine ähnliche Ambivalenz gegenüber der Figur.²⁸ Hauptperson ist ein wenig anziehender Kameramann, der den Star der Filme, bei denen er mitarbeitet, dazu benutzt, bei unschuldigen Mädchen, die für diesen schwärmen, Eindruck zu schinden. Auf dem Set versichert Musidora einem schüchternen Mädchen, daß sie in Wirklichkeit nicht so böse sei wie in den Filmen. Auch hier distanziert sie sich also von ihrer Verbrecherrolle. Der Filmstar in der Erzählung heißt Pearl Dora, und diese Kombination ihres eigenen Namens mit dem ihrer Rivalin Pearl White zeugt nicht nur von ihrem Sinn für Humor, sondern auch von ihrem Verständnis für eine präsurrealistische Rezeption der Serienheldinnen. In diesem Zusammenhang ist es interessant, daß Musidora von einem weiblichen Fan spricht. Gab es den also doch?

In einem Artikel von 1920 erklärt Musidora in der Filmpresse ihre Bereitschaft, weitere Rollen „schlechter“ Frauen zu spielen:

[Die Arbeit an] *LES VAMPIRES* war für mich die reine Freude. Der Gedanke, die böse Frau zu sein und in jeder Folge ein unschuldiges Opfer zu töten, war für mich unbeschreiblich anziehend.

26 Der Titel des Bühnensketches war „Les Vampires et l'homme au mouchoir rouge“ („Die Vampire und der Mann mit dem roten Taschentuch“); er war Teil der Revue „C'est maouspoilpoil“ von Jean Bastia in der Scala; vgl. Cazals 1978, 93. Der Filmtitel *LE PIED QUI ÉTREINT* spielt an auf *LA MAIN QUI ÉTREINT*, einer Episode aus *LES MYSTÈRES DE NEW YORK* und gleichzeitig der Tarnname einer Figur; vgl. die Rezension in *Ciné-Journal*, 9. Jg., Nr. 352/49, v. 20. Mai 1916, S. 35.

27 Das Stück hatte am 1. Oktober 1917 im Pariser Théâtre Saint-Denis Premiere; vgl. Cazals 1978, 129. Lacassin (1970, 455f) gibt den Inhalt wieder (allerdings ohne Quellenangabe) und nennt Musidoras Auftritt „ziemlich keusch“. Beide Autoren behaupten, daß Breton und Aragon während der Vorstellung rote Rosen auf die Bühne geworfen hätten.

28 Abgedruckt in *Le film*, 5. Jg., Nr. 132, v. 23. September 1918, S. 8-9.

Und sie verspricht:

Weil das Publikum mich in der Rolle der *femme fatale* so liebt, werde ich keine verfolgten, unschuldigen Mädchen mit Todesangst mehr spielen. Ich werde weiterhin mit hartem Blick schreckliche Intrigen spinnen, wobei ich den Zeitpunkt, die Angriffsweise und die Todesart bestimmen werde..., und natürlich wird mir der ganze Gewinn zufallen.

Zum Ende ihrer Ausführungen verweist sie auf das charakteristische Kostüm der Irma Vep: „Es genügt nicht, einen schwarzen Anzug zu tragen. Auch die Seele muß die Farbe des Kostüms annehmen.“ Doch gleich darauf relativiert sie dies:

Doch nichts hindert einen daran, nach dem Ablegen des engen schwarzen Seidenanzugs wieder eine Seele zu besitzen, die immer nur gütig, furchtsam, freundlich und voller Selbstzweifel ist wie die von Musidora.²⁹

Dieser Text erschien vier Jahre, nachdem sie als Irma Vep und Diana Monti Triumphe gefeiert hatte. Er war zweifellos Teil einer Strategie, ihre weniger populären Rollen auf dieselbe Ebene zu heben wie ihre Erfolge. Doch die Rolle der verbrecherischen Frau war 1920 nicht mehr dieselbe wie 1916, was Musidora ganz offensichtlich verstanden hatte. Darum lassen sich ihre Bekenntnisse auch anders lesen. Musidora schreibt, daß die Rolle der Irma Vep ihr Spaß gemacht habe. Auch die Ausführlichkeit, mit der sie die Aktivitäten schlechter Frauen beschreibt, bestätigt dies, denn während die Alternative – ihren eigenen Worten zufolge – darin bestand, ängstliche, unschuldige Opfer darzustellen, eröffneten ihr die Verbrecherinnen eine ganze Skala von Möglichkeiten. Zwar zeugt die Haltung Musidoras in einem veränderten Kontext von einer gewissen Ambivalenz, aber dennoch schätzt sie derartige Rollen – und zwar nicht nur wegen der früheren Erfolge, sondern auch aufgrund der Gestaltungsfreiheit, die sie der Schauspielerin gewähren.

Im Laufe der Jahre scheint es, als habe Musidora immer weniger Angst vor der Falle, in die sie durch die Figur in gewissem Sinne eben doch geraten war. Sie suchte und fand andere Formen, kreativ zu sein (wie das Filmemachen und das Schreiben), die ihr auch Erfolge brachten. So hatte z.B. Louis Delluc, Regisseur und einflußreicher Filmkritiker, keine moralischen, sondern künstlerische Einwände gegen die Kriminalserien und Musidoras Rolle in ihnen. Dennoch schätzte er sie in Filmen wie *LA VAGABONDA* (Italien 1917, Eugenio Perego) und *POUR DON CARLOS* (Frankreich 1920, Musidora und Jacques Lasseyné).³⁰ Im Gegensatz zu den Behauptungen Lacassins (1970, 463ff) wandte Musidora sich nicht von ihrer popu-

29 Musidora: „Mes projets: être la méchante femme“, in: *Le film*, 7. Jg., Nr. 16, v. Januar 1920.



Zeichnungen von Musidora als Irma Vep für Louis Gaumont³³

lären Rolle aus den zehner Jahren ab: So erklärte sie sich 1928 bereit, für eine von Aragon und Breton organisierte Hommage an sie und LES VAMPIRES ihr *maillot noir* noch einmal anzuziehen.³¹ In späteren Jahren schmückte sie sogar ihre Briefe mit gezeichneten Selbstporträts als Irma Vep. Ein besonders schönes Beispiel schickte sie 1950 an Louis Gaumont, den Sohn ihres früheren Chefs. Es zeigt sie als einen athletischen, graziösen, stolzen und betont weiblichen Vampir, der die Margerite und das G von Gaumont trägt. Die Zeichnung deutet an, daß Musidora – vermutlich auch durch ihre Mitarbeit bei der Cinémathèque française – eingesehen hatte, daß die Irma Vep-Gestalt nicht nur die Erinnerung an sie selbst am Leben erhielt, sondern auch die an LES VAMPIRES und an Gaumont.

Als letztes Beispiel möchte ich einen fiktiven Dialog, den Musidora in den fünfziger Jahren geschrieben hat, anführen. Sie läßt Feuillade auftreten, der hier die Schauspielerinnen inszeniert, die Irma Vep verkörpert hatte.³² In diesem Text läßt Musidora Feuillade und die Figur Moreno über Irma Veps Catsuit die folgenden suggestiven Zeilen sprechen: „Wir werden mit dem Licht der durchscheinenden Seide des Anzugs spielen“

30 Vgl. *Le film*, 5. Jg., Nr. 102, v. 25. Februar 1918, S. 13; *Cinéa-Ciné pour tous*, Nr. 32, v. 16. Dezember 1921, S. 5-7. Delluc schimpft hier regelrecht auf Feuillade, weil dieser sein Talent vergeudet und immer wieder Kriminalserien drehte.

31 Aragon und Breton hatten ein Stück für sie geschrieben, das jedoch nie aufgeführt wurde. Musidora äußerte sich zu den Proben jedoch in einem Interview (vgl. Pierre Lazaroff: „Musidora répète un sketch surréaliste“, in: *Gringoire*, v. 7. Dezember 1928; Zeitungsausschnitt in dem Musidora-Album der Bibliothèque Nationale, Fonds Rondel, Paris, RK 7565). Der Text des Stücks wurde unter dem Titel *Le trésor des Jésuites* veröffentlicht; ursprünglich erschienen in *Variétés*, Juni 1929, später wieder abgedruckt in Cazals 1978, 164-177.

32 *Le prince des ténèbres*, datiert und teilweise wiedergegeben in Cazals 1978, 134-137. Aufgrund der Übereinstimmungen in Stil und Form nehme ich an, daß es sich bei „Dialogues de jadis“, veröffentlicht in *Cahiers du cinéma*, Nr. 160, November 1964, S. 40-43, um ein anderes Fragment aus diesem ansonsten unpublizierten Text handelt.

33 Die Zeichnung stammt aus der Sammlung der BIFI, Paris, Fonds Gaumont V. Abdruck mit freundlicher Genehmigung von Clément Marot.

(Feuillade), und: „Ah, dieser Anzug, Donnerwetter! Ganz Paris, das ganze Land würde ihn gerne von so nahe betrachten können wie ich“ (Moreno). Ich leite daraus ab, daß Musidora inzwischen zu einer komplexen Auffassung der Irma Vep-Figur gekommen war, einschließlich der spektakulären (der „sichtbare“ Körper) und narrativen (die Szene mit Moreno) Bedingungen für ihre Erotisierung. Im übrigen finden sich in diesem Text keine Spuren der Ambivalenz mehr gegenüber der Figur, zumindest nicht in den publizierten Ausschnitten. Ich schließe hieraus, daß Musidora ihren Frieden mit der Irma Vep-Konfiguration gemacht hat: Neben dem Spaß, die Rolle zu gestalten, der Handlungsfreiheit, die sie dabei hatte, und dem Ruhm, den ihr dies einbrachte, versöhnte sie sich auch mit der Rezeption, und zudem erfuhr sie durch ihre Teilhabe an filmhistorischen Forschungen, daß Irma Vep sie davor bewahrt hatte, völlig in Vergessenheit zu geraten.³⁴ Sie selbst hat im Lauf der Jahre einen aktiven Beitrag hierzu geleistet.

Die siebziger Jahre: feministische Bilder

In den siebziger Jahren unterlief die Figur der Irma Vep einen erneuten Bedeutungswandel. Im Zuge der feministischen Wiederentdeckung von Frauen in der Filmgeschichte gründeten französische Filmemacherinnen die „Association Musidora“ und wählten das maskierte Gesicht Irma Veps mit seinen strahlenden Augen zu ihrem Emblem. Das Bild erhielt dadurch eine Bedeutung, die zuvor nicht zutage getreten war. Irma Vep erschien nicht länger als ein geheimnisvolles oder erotisches Objekt, es war nicht länger der Blick *auf* sie, der ihren Stellenwert bestimmte. Der Akzent verschob sich hin zu *ihrem* Blick, dem einer Frau. Trotz der Einwände, die seither gegen die Verallgemeinerungen, die dem feministischen Denken jener Jahre zugrunde lag, vorgebracht wurden, läßt sich nicht leugnen, daß dem Bild

34 Musidora deutet in diesem Stück an, daß sie das Material für den Anzug selbst gewählt hat. Die Schauspielerin sagt: „Sehen Sie, was ich gesucht habe, ist die ungeheure Feinheit der Seide, damit man die Haut unter dem dünnen Gewebe sich bewegen sieht; ich wünsche mir so sehr, daß es schön aussieht“ (Cazals 1978, 134). In ihrem Brief an Sadoul weist sie auf den großen Unterschied hin zwischen dem Material, aus dem ihr Anzug gefertigt wurde, und dem einer anderen Fassadenkletterin in einem früheren französischen Film, Josette Andriot in PROTÉA (F 1913, Eclair, Victorin Jasset): „In den so erstaunlichen VAMPIRES lasse ich einen überaus diskreten Luxus Einzug halten. Der schwarze Anzug war vor mir schon von Josette Andriot getragen worden, doch bei ihr bestand er aus keuscher Baumwolle. Die feingespinnene Seide meines Anzugs hat für lange Zeit bei der Jugend von 1916 für Aufruhr gesorgt“ (Sadoul 1951, 342). Da es zu jener Zeit üblich war, daß Schauspieler bei Rollen, die in der Gegenwart spielten, selbst für ihre Kostüme sorgen mußten, ist es durchaus möglich, daß Musidora das Material selbst ausgewählt hat.

der Irma Vep, hinter dem sich eben nicht nur eine Schauspielerin, sondern auch eine Filmemacherin verbirgt, genau diese Bedeutungsdimension fehlte.

Die feministische Filmhistorikerin Heide Schlüpmann (1990) hat dargelegt, daß der weibliche Blick nicht nur in dem von Laura Mulvey und der Apparat-Theorie der siebziger und achtziger Jahre gemeinten Sinn verstanden werden kann, sondern einer historischen Interpretation aus seiner eigenen Zeit heraus bedarf. Sie führt aus, daß die Emanzipation des frühen (deutschen) Kinos bis zum Ersten Weltkrieg mit der der Frauen zu Beginn des Jahrhunderts zusammenhängt. Die Filme selbst wie auch der Kinobesuch waren Teil der Öffentlichkeit, die Frauen zugänglich war. Die Tatsache, daß weibliche Figuren in den Filmen der zehner Jahren häufig den Blick „besitzen“, bot den Frauen im Publikum die Möglichkeit zu einer anderen Wahrnehmung der Geschlechterverhältnisse und war für die Männer so anziehend wie bedrohend – daher der Titel ihres Buches: *Unheimlichkeit des Blicks*.

In einer Textanalyse der Serien Feuillades verbindet Vicky Callahan (1996) die Figur der Irma Vep mit dem Unheimlichen, das sie jedoch nicht in deren Blick, sondern im Körper verortet. Callahan zufolge betont der weibliche Körper in dem schwarzen Catsuit einerseits den Unterschied zwischen den Geschlechtern, stellt aber andererseits Irma Vep auf dieselbe Stufe wie Fantômas, der auch einen solchen Anzug trug. Die Verbindung von Weiblichkeit und Schlechtigkeit ist so bedrohlich, daß man sie im Zuge der folgenden Serien Feuillades unter Kontrolle bringen mußte, was sich darin äußerte, daß die weiblichen Figuren immer weniger böse dargestellt wurden. Callahan sieht hierin eine Erklärung für die Tatsache, daß Musidora nach *LES VAMPIRES* und *JUDEX* in keiner der Serien Feuillades mehr eine Rolle bekam und sich entschloß, selbst Filme zu machen.

Schluß

Durch die neueren Analysen von Schlüpmann, Callahan und Dall'Asta hat die Irma Vep-Figur erheblich an Vielschichtigkeit gewonnen. Die feministisch-historische Bedeutungszuschreibung ist komplexer als das männliche Modell der Anbetung, in dessen Rahmen Irma Vep seit den Surrealisten verstanden wurde und das weder die Filmhistoriker noch Musidoras Biografen in Frage stellten. Lacassin und Cazals setzen sich zwar, jeder auf seine Weise, mit dem Verhältnis zwischen Schauspielerin und Figur auseinander, übernehmen dann aber die tradierte Sichtweise. In ihrer Darstellung wird die Figur damit zu Musidoras Problem (während es eigentlich ein Produkt ihrer eigenen Herangehensweise ist). In diesem Beitrag habe ich zu zeigen versucht, daß die Beziehung zwischen Musidora und Irma Vep komplizierter ist. Wer, wie Lacassin, die Schauspielerin und



Szene aus LES VAMPIRES

Regisseurin als Opfer des von ihm so genannten „Mythos Musidora“, und damit als Verschmelzung von Darstellerin und Figur beschreibt, erkennt, daß Musidora selbst Nachleben und Überlieferung von Irma Vep mit beeinflußt hat. Ihr Verhältnis zu der Rolle verändert sich im Laufe der Zeit von Ambivalenz zu Akzeptanz. Wer, wie Cazals, die Darstellung der Irma Vep als Höhepunkt in Musidora's Karriere sieht und meint, ihre anderen Rollen sowie ihre Filme wären nie wieder auf der Höhe ihres Talents und ihres Ehrgeizes gewesen, heroisiert sowohl die Schauspielerin als auch die Figur.

Die Tatsache, daß Irma Vep auch heute noch die Erinnerung an Musidora überlagert, ist eine historische Konstruktion, die zudem erst in der zweiten Hälfte der zwanziger Jahre, als Musidora sich bereits aus der Filmindustrie zurückgezogen hatte, entstanden ist. Ob und inwieweit die Rolle und die Silhouette der Irma Vep ihre Filmkarriere tatsächlich bestimmt haben, bleibt somit eine offene Frage.

Musidora war nicht Irma Vep. Die Figur war und ist ein wandelbares, komplexes und fortdauerndes Phänomen, das nun seit gut achtzig Jahren ein Eigenleben führt. Mit, trotz und neben diesem Phänomen lebte auch Musidora ihr Leben, nicht weniger wandelbar und komplex, aber anders.

Aus dem Niederländischen von Frank Kessler

Literatur

- Abel, Richard (1984) *French Cinema. The First Wave 1915-1929*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Aragon, Louis (1994) *Projet de l'histoire littéraire contemporaine*. Paris: Gallimard.
- Callahan, Vicky (1996) Zones of Anxiety. Movement, Musidora, and the Crime Serials of Louis Feuillade. In: *The Velvet Light Trap*, 37, S. 37-50.
- Cazals, Patrick (1978) *Musidora. La dixième muse*. Paris: Henri Veyrier.
- Colette (1975) *Colette au cinéma*. Paris: Flammarion.
- Dall'Asta, Monica (1995) Il costume nero da Zigomar a Musidora. In: *Il colore del cinema muto*. Hrsg. v. Monica Dall'Asta, Guglielmo Pescatore & Leonardo Quaresima. Bologna: Mano, S. 164-180.
- Desnos, Robert (1992) *Le rayon et les ombres*. Paris: Gallimard.
- Fescourt, Henri (1959) *La foi et les montagnes ou le 7e art au passé*. Paris: Paul Montel.
- Jeanne, René / Ford, Charles (1947) *Histoire encyclopédique du cinéma I: Le cinéma français 1895-1929*. Paris: Robert Laffont.
- (1952) *Histoire encyclopédique du cinéma II: Le cinéma muet (suite). Europe (sauf France), Amérique (sauf USA), Afrique, Asie*. Paris: Robert Laffont.
- Kyrou, Ado (1953) *Le surréalisme au cinéma*. Paris: Arcanes.
- Lacassin, Francis (1970) Musidora. In: *L'anthologie du cinéma*, 59. Paris: Editions de l'Avant-Scène, S. 441-504.
- (1995) *Maître des Vampires et des Lions. Louis Feuillade*. Paris: Pierre Bordas & fils.
- Mitry, Jean (1974) *Le cinéma expérimental*. Paris: Seghers.
- Neveux, Georges (1965) De Judex à L'étoile de mer. In: *Etudes cinématographiques*, 38-39, S. 46-48.
- Sadoul, Georges (1951) *Histoire générale du cinéma. Tome 3: Le cinéma devient un art (L'avant-guerre) 1909-1920*. Paris: Denoël.
- (1952) *Histoire générale du cinéma. Tome 4: Le cinéma devient un art (la Première Guerre mondiale) 1909-1920*. Paris: Denoël.
- (1965) Souvenirs d'un témoin. In: *Etudes cinématographiques*, 38-39, S. 9-28.
- Schlüpmann, Heide (1990) *Unheimlichkeit des Blicks. Das Drama des frühen deutschen Kinos*. Basel/Frankfurt a.M.: Stroemfeld/Roter Stern.
- Virmaux, Alain und Odette (1976) *Les surréalistes et le cinéma*. Paris: Seghers.
- Williams, Linda (1981) *Figures of Desire. A Theory and Analysis of Surrealist Film*. Urbana: University of Illinois Press.

Klemens Hippel

Der menschlichste von uns allen

Die Figur des Androiden Data in STAR TREK

Außerirdische, Roboter, Androiden und Maschinen sind innerhalb der Science-fiction immer wieder als zentrale Figuren verwendet worden – von E.T. über R. Daneel Olivaw bis zu R2D2. Doch kein anderer „Nichtmensch“ ragt wohl hinsichtlich der Beliebtheit bei den Zuschauern gegenüber seinen Mitfiguren so weit heraus wie der Android Lieutenant Commander Data in STAR TREK.¹ In einer explorativen Erhebung in einem Seminar zu STAR TREK (FU Berlin, SS 1999) erreichte Data auf der bekannten Sympathieskala von +5 – -5 erstaunliche 4,85, weit mehr als Captain Picard und der Rest der Crew. Und nicht nur dieser hohe Wert an sich ist bemerkenswert – jeder einzelne Teilnehmer hatte Data den höchsten Wert zugewiesen.

Wie kann man sich ein derart extremes Ergebnis erklären? Wieso bindet gerade Data in so hohem Maße *alle* STAR TREK Fans an sich, während die Leitfigur von The Next Generation, Jean-Luc Picard, weit dahinter zurückbleibt (3,86 in derselben Erhebung) und andere STAR TREK Figuren eher spezifische Fan-Subkulturen haben, wie z.B. Worf (3,43) als Repräsentant klingonischer Kultur? Ist es die eminent komische Funktion, die Data in viel höherem Maße als andere Figuren ausübt? Oder aber die schauspielerische Leistung Brent Spinners bei dem Versuch, eine gewisse Künstlichkeit zum Vorschein zu bringen? Oder haben vielleicht Science-fiction Fans einfach eine „natürliche“ Vorliebe für künstliche Lebensformen?

Um der Frage nach möglichen Ursachen der Popularität dieser Figur nachzugehen, ist es zunächst erforderlich zu klären, mit was für einer Figur man es hier überhaupt zu tun hat. Welche Funktion hat sie innerhalb des STAR TREK-Universums? Was zeichnet Data gegenüber anderen Figuren aus?

Wichtigster Ausgangspunkt ist die Tatsache, daß Data ein Android ist, ein Roboter mit der Gestalt eines Menschen. Dabei ist er allerdings nicht irgendein Exemplar, sondern ein prototypisches Individuum, Erzeugnis eines genialen

1 Mit dem verkürzten Titel STAR TREK beziehe ich mich auf die in inzwischen vier „Generationen“ vorliegende Fernsehserie STAR TREK. Die Figur Data taucht nur in STAR TREK – THE NEXT GENERATION (USA 1987-1994, deutscher Titel: STAR TREK – DAS NÄCHSTE JAHRHUNDERT) auf. Die Titel der einzelnen Episoden werden, wo dies für die Argumentation nötig ist, aufgeführt. Die STAR TREK-Kinofilme werden mit ihrem vollständigen Verleihtitel genannt.

Wissenschaftlers, der so weit über seine Kollegen hinausragt, daß diese seine Arbeit nicht einmal verstehen, geschweige denn kopieren können. Das ist insofern von Bedeutung, als die Möglichkeit der Konstruktion einer ganzen Armee von Datas (in *STAR TREK* mehrfach angedeutet, z.B. in der Episode „The Measure of a Man“) ausgeschlossen bleibt: Data ist konzipiert als einmaliges Individuum (sein „Bruder“ Lore ist ein mißlungenes Vorgängermodell, seine „Tochter“ lebt nur eine Episode lang, da sie instabil ist [vgl. „The Offspring“]). Data ist also, obwohl „Maschinenmensch“, gleichzeitig individuelle Figur.

Wie für alle Androiden und andere Roboter haben für Data die Erzählungen des amerikanischen Science-fiction-Autors Isaac Asimov Vorbildfunktion. Nicht nur, daß Datas Hirn „positronisch“ arbeitet wie die Gehirne von Asimovs Robotern, auch Asimovs berühmte „3 Gesetze der Robotik“ (zuerst in Asimov 1986a) haben ihre Spuren in *STAR TREK* hinterlassen, sowohl das erste (das Verbot, Menschen zu schaden) als auch das zweite (Gehorsam gegenüber Menschen). Und vor allem der Wunsch, menschlich zu sein, ist schon manchem von Asimovs Robotern eigen gewesen. In *Der Zweihundertjährige* erzählt Asimov von einem Roboter, dem es am Ende gelingt, als Mensch anerkannt zu werden. Interessant ist dabei, was dazu nach seiner Auffassung erforderlich ist: Der Roboter muß sterblich werden. Der 200jährige erreicht sein Ziel, indem er eine Operation vornehmen läßt, die zu seinem baldigen Tod führt. Dieses Motiv der Sterblichkeit als notwendiges Kriterium für „Menschlichkeit“ kommt zwar in *STAR TREK* nur am Rande vor: als Datas Kopf im 19. Jahrhundert gefunden wird (in der Folge „Time’s Arrow“). Der Wunsch, kein Android, sondern ein Mensch zu sein, ist aber auch für die Figur Data das eigentlich konstituierende Kriterium.²

Auf welche Weise versucht nun *STAR TREK*, einer solchen nichtmenschlichen Figur Konturen zu geben? Wie gestaltet man einen Androiden in Abgrenzung zu den menschlichen Figuren?

Eine beliebte Möglichkeit wäre die Konstruktion eines „Maschinenmenschen“ – der polnische SF-Autor und -Kritiker Stanislaw Lem hat das folgendermaßen beschrieben:

Denn woran erkennt man in der Fantastik einen Androiden? Daran, daß bei ihm, wenn man ihm einen Finger abtrennt, kein Blut fließt, und statt Knochen und Muskeln Nylonsehnern und Gelenksbänder aus Plastik zu sehen sind. Psychisch unterscheidet sich der Androide vom Menschen

2 Nebenbei bemerkt unterscheidet genau das Data wesentlich sowohl von seinem Vorgänger Spock als auch von seinem Nachfolger Odo: Beide pflegen ihre Andersartigkeit. Erst mit dem holographischen Doktor ist diese Idee des Strebens nach einer menschlichen Identität in *STAR TREK* zurückgekehrt.

durch nichts, und zwar in einem Maße, daß möglicherweise er selbst gar nicht weiß, daß er kein Mensch ist [...] (Lem 1984, 80).³

Mag Lems Einschätzung für die meisten Androiden richtig sein – für Data trifft sie nicht zu. Der Charakter Datas als „Maschinenmensch“ spielt in STAR TREK eine ausgesprochen geringe Rolle. Nur gelegentlich zeigt er seine überlegenen physischen Fähigkeiten. Häufiger greift er auf seine große Datenbank zurück, ohne allerdings den anderen intellektuell wirklich überlegen zu sein, denn immer wieder sind es Wesley Crusher oder auch Geordi, die schneller als Data auf die rettende Idee kommen. Und nur ganz selten kommt statt „Knochen und Muskeln“ „Plastik“ zum Vorschein – wenn, dann ist es meist das positronische Gehirn, das nach Öffnung des Schädels zu sehen ist (andere relevante „künstliche“ Körperteile sind Arm/Hand und sein Ausschalter). Auch die Tatsache, daß Datas Persönlichkeit in mehreren Episoden durch Zugriff auf seine Schaltkreise unterdrückt wird, unterscheidet den Androiden nicht prinzipiell von den anderen STAR TREK-Figuren: Riker, Deanna und Picard verlieren ebenfalls in verschiedenen Episoden ihre Identität (auch wenn es meistens Data trifft).

Doch wenn die Konstruktion des Maschinenmenschen in STAR TREK weitgehend ausfällt, wie gelingt es dann, einen Androiden als „Anderen“⁴, als Nichtmenschen zum Leben zu erwecken? Das Unterscheidungskriterium ist weit weg von physikalischen oder physiologischen Besonderheiten. Datas eigentliche Abweichung besteht darin, daß es ihm an Emotionen, Gefühlen fehlt. Das ist es, was ihn vor allem von seinen Mitfiguren abgrenzt – in unzähligen Dialogen wird auf diesen Sachverhalt hingewiesen.

Die Konstruktion einer solchen emotionslosen Figur ist allerdings alles andere als einfach. Man hat ja das Problem zu demonstrieren, daß Data über eine basale Eigenschaft *nicht* verfügt: Emotionen zu haben. Und die bloße Abwesenheit eines speziellen Gefühlsausdrucks beim Schauspieler hält die Zuschauer keineswegs davon ab, den Gefühlszustand der Figur zu interpretieren, wie wir schon seit Kuleshovs berühmtem Montageexperiment wissen. Es ist also mehr erforderlich als das durchaus vorhandene schauspielerische Bemühen Brent Spinners, eine „regungslose“ Figur zu geben. Wie also zeigt STAR TREK das Nichtvorliegen von Emotionen bei Data?

Zum einen werden immer wieder Geschichten erzählt, die um Datas Bemühen kreisen, menschlicher zu werden. Demonstriert werden regelmäßig seine

3 Dieses von Lem angedeutete Motiv eines Androiden, der von seiner Andersartigkeit nichts weiß, begegnet uns ja auch in STAR TREK – in Gestalt von Datas „Mutter“ (vgl. die Episode „Inheritance“).

4 Zur Konzeption Datas als „Anderer“ vgl. Weber (1997, 101ff).

nutzlosen Versuche, durch das Sammeln von Informationen Zugriff auf Emotionalität zu bekommen. Und seine Versuche als Schauspieler in Shakespeare-Stücken lassen sich als umgekehrtes „method acting“ interpretieren: Er versetzt sich nicht in eine Stimmung, um eine Rolle auszufüllen, sondern versucht, durch das Spielen von Rollen Zugriff auf die Emotionen der dargestellten Charaktere zu erhalten. Es werden also Geschichten erzählt, die Datas Streben nach mehr Menschlichkeit zum Inhalt haben. Daneben scheinen drei Verfahren wesentlich zu sein, die ich im folgenden beschreiben werde.

1. Ausschluß negativer Emotionen

Obwohl Data prinzipiell über keinerlei Emotionen verfügen soll, gibt es eine entscheidende Differenz zwischen den positiven und den negativen Emotionen, die er beide nicht hat: Die Abwesenheit von „Traurigkeit“ oder „Freundschaft“ hindert Data nämlich keineswegs daran, sich so zu verhalten, als sei er traurig oder ein Freund. Er kann ja sogar ein eigenes Unterprogramm für eine Beziehung mit einer Frau schreiben (so in der Episode „In Theory“). Folgen für die Handlung hat die Abwesenheit von Emotionen nur dann, wenn es sich um negative Emotionen handelt: So ist Data häufig nicht „beleidigt“, wenn er ein „Recht“ dazu hätte, er ist nicht eifersüchtig, empfindet keinen Zorn, außer in jener Episode, wo es um einen Gefühlschip seines Schöpfers Dr. Soong geht („Descent“), keine Rachsucht oder Ärger. Und daß er diese negativen Emotionen nicht hat, hat jeweils erhebliche Konsequenzen für den Fortgang der Geschichten. Dies stellt einen ausgesprochen geschickten Schachzug von STAR TREK dar – es sind vor allem negative Emotionen, deren Fehlen Auswirkungen auf Datas Verhalten hat. Die Abwesenheit positiver Gefühle wird dagegen immer nur verbal festgestellt, behauptet.

2. Kindlichkeit

Als Markierung von Datas Androidität wird immer wieder sein Unverständnis gegenüber menschlichen Verhaltensweisen verwendet. Zwei typische Beispiele sind Datas Probleme im Verständnis von menschlichem Humor und Datas Schwierigkeiten, die Befindlichkeit oder Motivation anderer und damit die daraus folgenden Handlungen zu verstehen. Diese Strategie droht allerdings mit Datas intellektuellen Fähigkeiten zu kollidieren – er muß ja über das notwendige Faktenwissen verfügen (schon aufgrund seiner Datenbank) und darf trotzdem nicht verstehen, was gerade vorgeht. Auch um aus diesem Dilemma zu kommen, hat STAR TREK eine bemerkenswerte Strategie entwickelt: Data wird an solchen Stellen in der Regel als eine kindliche Figur installiert, eine Figur, die sich vor allem hinsichtlich mancher emotionaler Phänomene in einem Zustand der Un-

schuld befindet: Er hat zwar davon gehört, daß es sowas gibt, kann aber nichts Rechtes damit anfangen. Oder er kommt einfach nicht auf die Idee, sein allgemeines Wissen auf den speziellen vorliegenden Fall anzuwenden. Die folgende Geschichte (aus „Data’s Day“) ist ein extremes, aber typisches Beispiel: Chief O’Brian und die Botanikerin Keiko wollen heiraten, aber kurz vor der Hochzeit will Keiko plötzlich nicht mehr. Data wird von O’Brian um Vermittlung gebeten, O’Brian betont bei diesem Gespräch, daß es ihm nur darum gehe, Keiko glücklich zu machen. Data spricht also mit der unwilligen Braut, die ihm erzählt, der Gedanke an die Hochzeit mache sie unglücklich. Data schließt messerscharf, nicht zu heiraten würde sie demnach glücklicher machen, und Keiko stimmt dieser Analyse zu. Data nimmt nun an, seine Vermittlung sei erfolgreich gewesen, und ist sehr irritiert, daß O’Brian seinerseits nun doch nicht damit zufrieden ist, seine Braut glücklich zu machen, indem er sie nicht heiratet.

3. Markierung des Ausbleibens von Emotionen

Um demonstrieren zu können, daß Data bestimmte Emotionen nicht hat, ist es die entscheidende Strategie STAR TREKS, Situationen zu konstruieren, in denen eine erforderliche, „normale“ emotionale Reaktion überdeterminiert ist, so daß ihr Ausbleiben auffällt. STAR TREK inszeniert für Data also Situationen, in denen die Abwesenheit emotionaler Reaktionen signifikant ist, Situationen, in denen es nur eine, allgemein verbindliche plausible emotionale Reaktion für eine handelnde Figur gibt, und genau diese Reaktion zeigt Data dann eben nicht. Dies ist natürlich nur möglich, wenn für den Zuschauer völlig klar ist, welche Reaktion eigentlich erforderlich wäre. Ein Beispiel: In „Silicon Avatar“ verdächtigt Dr. Mar Data der Kollaboration mit einem Kristallwesen, das verschiedene Kolonien der Föderation vernichtet hat. Datas „Bruder“ Lore hatte das Wesen viele Jahre früher zur Kolonie „Omikron Theta“ gelockt, damit diese zerstört würde. In „Silicon Avatar“ hat nun dasselbe Wesen die Kolonie „Melona“ zerstört, und nur eine kleine Gruppe von Menschen und Data entging in einer Höhle der Katastrophe. Als Dr. Mar und Data die Höhle untersuchen, um herauszufinden, warum die sich dort befindene Gruppe nicht angegriffen wurde, beschuldigt sie Data des Verrats an der Föderation. Und die Art und Weise, wie das geschieht, ist typisch für die Behandlung der Emotionslosigkeit Datas in STAR TREK. So fehlt Data nicht nur die emotionale Reaktion auf den geäußerten Verdacht, vielmehr versteht er nicht einmal, worum es geht. Data bemerkt gar nicht, daß ihm ein Vorwurf gemacht wird:

Dr. Mar (zu Data): „Vielleicht war Ihre Anwesenheit der Grund, wieso das Wesen die Leute in dieser Höhle verschonte. Ist Ihnen der Gedanke nicht schon mal gekommen?“

Data: „Ich kann nicht erkennen, welche Auswirkungen meine Anwesenheit hier...“

Dr. Mar wird also deutlicher und bezeichnet ihn als Verbündeten des Kristallwesens. Jetzt versteht Data, was sie meint, aber er reagiert nicht beleidigt, sondern wie auf eine interessante, aber falsche wissenschaftliche Hypothese:

Dr. Mar (unterbricht Data): „Nehmen wir an, daß Sie mit diesem Wesen in Kontakt gestanden haben. Wenn das der Grund war, daß Melona angegriffen wurde, hätte es sicher nicht seinen Verbündeten getötet.“

Data: „Sie glauben, ich habe das Wesen hierhergelockt?“

Dr. Mar: „Taten Sie es?“

Data: „Nein, Doktor. Weil Lore die Kolonisten auf Omikron Theta verraten hat, vermuten Sie, daß ich desselben Verhaltens fähig bin. Sie täuschen sich, Doktor. Meine Programmierung ist völlig anders als die von Lore.“

Dr. Mar findet seine Reaktion unbefriedigend.

Dr. Mar: „Sie haben mich wohl nicht verstanden! Ich beschuldige Sie der Kollaboration mit diesem Monster!“

Data: „Das habe ich begriffen. Und ich versuche, Ihnen zu erklären, daß das unmöglich ist.“

Dann folgt die rituelle Bestätigung seiner Emotionslosigkeit.

Dr. Mar: „Es ist wirklich erstaunlich. Sie besitzen keinerlei Gefühle. Nichts von dem, was ich sage, kann Sie verletzen.“

Data: „Das ist wahr, Doktor.“

STAR TREK beschränkt sich hier also nicht darauf, die Abwesenheit von Emotionen nur verbal zu bestätigen. Vielmehr ist gleichzeitig die eigentlich erforderliche Emotion immer präsent, weil Dr. Mar diese Gefühlsreaktion zu provozieren sucht. Besonders deutlich wird dies am Ende der Szene. Dr. Mar droht Data damit, ihn auseinanderzunehmen:

Dr. Mar: „Mein Sohn kam auf Omikron Theta ums Leben. [...] Aus diesem Grund bin ich Expertin für das Kristallinwesen geworden. Ich habe mein Leben damit verbracht, es zu studieren. Es zu verfolgen, in der Hoffnung, es eines Tages zu finden. Und falls ich herausfinden sollte, daß Sie diesem Ding auf irgendeine Weise geholfen haben, werde ich dafür sorgen, daß Sie zerlegt werden, Stück für Stück!“

Und als Reaktion auf diese Drohung sehen wir ein *close up* Datas, das ihn wie üblich ohne Gefühlsregung präsentiert. Diese Einstellung aber ist mit einer bedrohlichen Musik unterlegt, die als Kommentar der narrativen Instanz die mitzudenkende emotionale Reaktion auf die Drohung Dr. Mars liefert. Die „gemeinte“ Emotion wird also im Text überdeutlich. Der Zuschauer kann offenbar einen gefühllosen Data nur auf die Weise konstruieren, daß er ihm die erforderliche Emotion zunächst zuspricht, um sie ihm hinterher wieder abzuziehen: „Eigentlich müßte man jetzt ‚wütend‘ ‚beleidigt‘ ‚zornig‘ etc. sein, aber Data hat ja keine Gefühle.“

Doch so eindeutig uns das STAR TREK-Universum die Emotionslosigkeit Datas als definierendes Kriterium vorschreibt, Zweifel daran sind dennoch angebracht. Hat Data „wirklich“ keine Gefühle? Die Psychologen lehren uns, daß eine der Grundemotionen „Interesse“ sei, eine Eigenschaft, die man Data keinesfalls absprechen kann. Insofern verfügt er als „interessierte“ Figur über mindestens eine primäre Emotion.

Zwar könnte man so etwas wie „Interesse“ als Emotion beiseitelassen und an „richtige“ Emotionen denken wie Liebe, Hass, etc. Und solche „richtigen“ Emotionen habe Data eben nicht. Doch auch hinsichtlich solcher Affekte ist die Frage nach der Emotionslosigkeit Datas schwierig zu beantworten. Data verfügt ja nicht nur über Interesse an vielen Dingen, er ist auch neugierig, kreativ, kunstinteressiert, begnadeter Violinvirtuose, Fan der Romane Conan Doyles, verfügt über eine Holographie einer Verstorbenen als Andenken, versucht, sich fortzupflanzen usw., Aspekte der Figur, die ohne Rekurs auf Emotionalität schwer zu verstehen wären; insbesondere ein Äquivalent für Freundschaft ist ihm zugänglich, und auch Trauer scheint ihm nicht fremd. Und in einigen Geschichten um Data sind Emotionen sogar als Handlungsmotivation erforderlich: So verfügt Data z.B. über ein „Schamunterprogramm“, das garantiert, daß er bekleidet über die Decks der „Enterprise“ läuft (vgl. die Episode „Inheritance“). Nach seiner Niederlage im Spiel „Strategema“ (in der Folge „Peak Performance“) legt das Geschehen es durchaus nahe, Data nicht zu glauben, daß er nicht schlicht „beleidigt“ ist. Dasselbe gilt bei seinem Wunsch, Ersatz-Captain eines Schiffes beim Einsatz gegen die Romulaner zu werden (in „Redemption“): „Ehrgeiz“ ist hier eine im Text angelegte und nicht falsifizierte Deutung. Noch stärker jene Passage, in der Data seinen Entführer erschießen wollte und anschließend behauptet, der Phaser sei „zufällig“ losgegangen (in „The Most Toys“). Das sind natürlich nur Facetten von Geschichten, die aber nahelegen, an der Gefühllosigkeit Datas zu zweifeln. Es gibt jedoch mindestens auch eine ganze Episode, die eine emotional begründete Handlung Datas aus erzähllogischen Gründen benötigt: „The Quality of Life“. Data nimmt hier an, daß ein neuentwickelter Com-

putertyp, der „Exocomp“, eine Lebensform sei, und will die weitere „Ausbeutung“ dieser Lebensform verhindern. Daraufhin wird ein Experiment veranstaltet, in dem die These überprüft werden soll, diese Computer hätten einen „Selbsterhaltungstrieb“. Ein „Exocomp“ wird einer simulierten gefährlichen Situation ausgesetzt, aus der er sich zurückziehen müsste, statt seine Arbeit fortzusetzen. Das Experiment scheitert jedoch – der „Exocomp“ bleibt bis zur simulierten Explosion. Alle, auch Data, akzeptieren dies als Falsifizierung der Hypothese, die „Exocomps“ hätten einen Selbsterhaltungstrieb.

Doch dann sehen wir kurze Zeit später Data, den ursprünglichen Versuch 34mal unverändert wiederholend: ein so eindeutiger Fall von Sturheit und „Handeln wider besseres Wissen“, wie es nur geht. Data will nicht wahrhaben, daß seine These falsch gewesen sein soll, und wiederholt deswegen immer wieder denselben Versuch. Eine rationale Begründung seines Verhaltens (wie sie sonst typischerweise gegeben wird, etwa der Hinweis auf einen „Defekt“) fehlt, es wäre auch keine möglich. Was diese Episode von anderen unterscheidet, ist die Tatsache, daß diese Sturheit Datas seine weiteren Handlungen bestimmt – sie ist notwendig, um die Geschichte weitererzählen zu können, die in Datas Weigerung kulminiert, den in Lebensgefahr schwebenden Captain Picard durch die Explosion eines „Exocomps“ zu retten.⁵

Hat also Data wirklich keine Gefühle? Daß diese Frage offen bleibt, stellt vielleicht den bemerkenswertesten Aspekt der Figur dar. Man könnte argumentieren, daß die Konstruktion einer emotionslosen Figur mißlinge. Daß die Passagen, in denen Data eben doch Gefühle zu haben scheint, als interner Widerspruch oder als „Fehler“ der Narration aufzufassen seien. Data soll „eigentlich“ ohne Emotionen sein, nur gelingt die Konstruktion einer solchen Figur nicht durchgängig. Doch auch wenn man dem folgt, so sind für die Analyse der Figur trotzdem die Konsequenzen interessant, die sich aus dem offensichtlich schwierigen Versuch ergeben, eine solche Figur zu konstruieren.

1. Stellvertretende Emotionen

Ich habe oben am Beispiel von „Silicon Avatar“ erwähnt, daß der musikalische Kommentar durchaus den erforderlichen Gefühlszustand realisiert. Das ist insofern von Bedeutung, als Theorien der Filmmusik in der Regel davon ausgehen, daß Filmmusik nicht nur mit der Übermittlung narrativer Information, sondern vor allem mit dem Ausdruck von Gefühlen der Protagonisten und der Zuschauer zu tun habe. Wenn das richtig ist, dann scheint es, als solle hier auf musikalische

5 Auch STAR TREK selbst schätzt diese Sturheit Datas zutreffend ein: Am Ende von „The Quality of Life“ betont Picard, dieses Verhalten Datas sei seine „menschlichste“ Tat gewesen.

schem Wege der Zuschauer aufgefordert werden, die erforderliche Emotionen zu ergänzen (denn ein Gefühlsausdruck der Figur kommt ja in diesem Falle nicht in Frage). Die Gefühllosigkeit Datas könnte also den Zuschauer einladen, stellvertretend für Data, der ja keine Emotionen hat, die erforderliche Emotion zu produzieren.

Wenn das richtig ist, wird vielleicht verständlicher, warum Data so beliebt, sympathisch ist: Daß ihm bevorzugt negativ konnotierte Emotionen abgesprochen werden, ist vermutlich hilfreich für eine positive Haltung der Figur gegenüber. Und daß ein kindlicher Charakter positiv wahrgenommen wird, ist ebenfalls wenig erstaunlich. Aber beides ist auch nicht besonders bemerkenswert. Viel interessanter scheint dagegen die Tatsache zu sein, daß die geforderte Emotionslosigkeit Datas dem Zuschauer eben die emotionale Reaktion abverlangt, über die Data nicht verfügt. Der Zuschauer kann nicht *mit* Data fühlen, denn der fühlt ja nichts, er soll *anstelle* Datas die für die Handlung erforderliche Gefühlslage hervorbringen. Es ist anzunehmen, daß diese Form der Involvierung des Zuschauers die extrem hohe Wertschätzung Datas beeinflusst – daß die Zuschauer also möglicherweise nicht nur Data, sondern vor allem das eigene Erleben positiv bewerten.

2. Theorie der Emotion

Aus dem Umgang mit dem Emotionalitätsthema und Data läßt sich die implizite Emotionstheorie in STAR TREK rekonstruieren. In der Fanliteratur zu STAR TREK wird immer wieder gerne ausgeführt, wie „wissenschaftlich“ dieses Universum sei, wie sehr es versuche, aktuelles naturwissenschaftliches Wissen zu berücksichtigen, von „schwarzen Löchern“ bis hin zu „Heisenbergkompensatoren“ (vgl. Krauss 1995). Dieses Bild ist nach meiner Auffassung bestenfalls halbrichtig. Viel wichtiger sind solche Aspekte des Wissens, die als *common-sense theory*, „naives Wissen“ oder auch *folk theory* in den letzten Jahren einige Aufmerksamkeit in den Wissenschaften gefunden haben. Gemeint sind solche Wissensbestände, die nicht naturwissenschaftliche Erkenntnisse widerspiegeln, sondern unser Alltagsverständnis von Realität, ein Alltagsverständnis, das wissenschaftlichen Theorien häufig zuwiderläuft. STAR TREKS implizite Emotionalitätstheorie stellt ein perfektes Beispiel für so eine „naive Theorie“ dar. Und genau darin kann man Datas eigentliche Funktion innerhalb des STAR TREK-Universums sehen: In der Anlage dieser Figur wird ein Konzept von Emotionalität (und damit auch: von Menschlichkeit) entwickelt, das für das Verständnis von STAR TREK notwendig ist. Die Emotionslosigkeit Datas ist also nicht nur eine amüsante, witzige Funktion dieser Figur, sie dient vielmehr dazu, einen für STAR TREK zentralen Diskurs zu führen: über die Bedeutung von Emotionalität.

Denn was genau ist es eigentlich, was Data fehlt? Daß er über positive Emotionen nicht verfügt, wirkt sich, wie gesagt, auf sein Verhalten überhaupt nicht aus. Und das Fehlen negativer Emotionen unterscheidet ihn auch nicht so sehr von den anderen Figuren, die ebenfalls selten Gelegenheit haben, Zorn, Eifersucht oder Rachsucht zu empfinden (sogar Worf, die emotionalste aller Figuren aus *STAR TREK – THE NEXT GENERATION* ist selten destruktiv).

Was es für Data bedeuten würde, Emotionen zu haben, wird am deutlichsten in der einzigen Episode in *STAR TREK – THE NEXT GENERATION*, in der Data über Emotionen verfügt, in „Descent“:⁶

Data: „Geordi, ich glaube, ich habe meine erste Emotion erlebt.“

Geordi: „Seien Sie mir nicht böse, Data, aber wie soll es Ihnen möglich sein, einen Energiestoß von einem Wutausbruch zu unterscheiden?“

Data: „Sie haben recht, ich habe keinen Bezugsrahmen, um meine Hypothese zu bestätigen. In der Tat bin ich nicht instande, eine verbale Beschreibung der Erfahrung zu liefern. Vielleicht können Sie beschreiben, wie sich ein Wutgefühl äußert. Ich könnte das dann als Bezug verwenden.“

Geordi: „Nun, wenn ich wütend bin, empfinde ich zuerst Feindschaft.“

Data: „Könnten Sie das Gefühl der Feindseligkeit beschreiben?“

Geordi: „Oh ja, man fühlt sich irgendwie streitsüchtig, kampflustig.“

Data: „Könnten sie das Gefühl der Wut beschreiben, ohne sich auf andere Gefühle zu beziehen?“

Geordi: „Nein, das kann ich leider nicht. Ich werde einfach wütend.“

Data: „Eben das war auch meine Erfahrung: Ich wurde einfach wütend.“

Was *STAR TREK* unter Emotionen versteht, ist also etwas, was einer Figur unwillkürlich zustößt, was ihr die kognitive Kontrolle raubt. Ein innerer Gefühlszustand, der sprachlich nicht greifbar ist und von dem Data eben behauptet, daß er ihn nicht habe. Gefühle zu haben bedeutet für ihn einen Ausbruch aus seinem von den Schaltkreisen festgelegten, vorhersagbarem Verhalten. Sie stehen für „Intuition“, „Kreativität“, „Spontaneität“ – den Einfluß eines irrationalen Moments auf das eigene Verhalten.⁷ Wenn man dem folgt, dann kann man Data als eine Figur verstehen, die das Konzept von Emotionalität in *STAR TREK* exempli-

6 Ich berücksichtige hier ausdrücklich nicht die neuere Entwicklung in den *STAR TREK*-Filmen. Das Emotionslosigkeit ist ein wesentlicher Aspekt seiner Konstruktion, die Installation eines Gefühlschips in den Kinofilmen zerstört diese Figur.

fiziert. Ein Konzept, das „Emotionen“ vor allem als Abwesenheit oder Unterbrechung kognitiver Kontrolle faßt. Daß Emotionalität in STAR TREK regelmäßig diesen Aspekt des Kontrollverlusts über die eigenen Handlungen impliziert, ließe sich an zahlreichen anderen Beispielen verfolgen, am deutlichsten an den Vulkaniern, bei denen das Auftreten von Emotionen eine Demenzerkrankung des Alters ist, an Picard, dessen Beziehung zu einem Mitglied der Crew genau daran scheitert, daß eine solche Beziehung sein Urteilsvermögen beeinträchtigt (in „Lessons“). An Deanna und Riker, deren Beziehung zugunsten pragmatischer Erwägungen beendet wurde, oder auch an Wesley Crusher, dessen emotional begründete Meuterei zu seinem Ausscheiden aus der Sternenflotte führt (in „Journey’s End“).

Emotionen sind also für STAR TREK etwas, was uns zustößt, vor allem „böse“ Emotionen müssen daher ständig unterdrückt werden. Emotionale Bindungen stellen eine Gefahr da, weil sie den Verlust rationaler Kontrolle über das eigene Handeln mit sich bringen. „Emotion“ bedeutet dabei einen erlebten, inneren Gefühlszustand, der ein stark irrationales Moment hat.⁸ Und „Emotion“ stellt für STAR TREK einen strikten Gegensatz zur „Kognition“ dar. Zumindest der letzte Aspekt steht im Kontrast zu wissenschaftlichen Theorien von Emotion, die Emotion und Kognition zusammenbringen.

3. Innere Widersprüchlichkeit

Daß Data einerseits keine Gefühle hat, sich aber immer wieder so verhält, als hätte er welche, kennzeichnet ihn als eine in sich widersprüchliche Figur. Eine Figur, die in einer ganzen Entwicklungsreihe solcher in sich widersprüchlicher Figuren steht, von Spock, der immer vulkanisch sein wollte und von dem James T. Kirk (in STAR TREK III – THE SEARCH FOR SPOCK [USA 1984, Leonard Nimoy]) zu recht bemerkt, er sei „der menschlichste von uns allen“ gewesen, über Odo, dessen Identität zwischen „Wechselbalg“ und Mensch wechselt und nie

7 Genau aus diesem Grund ist der im Film STAR TREK – FIRST CONTACT (USA 1997) funktionierende Gefühlschip eben keine echte Lösung, denn gerade mit dem kann Data ja wieder kontrollieren, ob Gefühle gerade wünschenswert sind oder nicht.

8 Daß es dieses Moment des Irrationalen ist, das Data eigentlich sucht, zeigt sich auch in einer Folge („Birthright“), die nicht mit der Emotionslosigkeit zu tun hat, sondern mit einer anderen menschlichen, nichtandroidischen Aktivität – dem Träumen: Durch einen Energiestoß wird Data außer Funktion gesetzt, währenddessen erlebt er einen Traum, in dem ihm sein „Erzeuger“ erscheint und zu ihm spricht: Mit der Tatsache, daß er träume, habe Data „die Schwelle überschritten. Du bist nicht mehr nur eine Anhäufung von Schaltkreisen und Subprozessoren“. Und am Ende der Folge beschließt Data, von nun an regelmäßig seine „kognitiven Funktionen abzuschalten“ und eine Weile zu träumen.

richtig geklärt wird, bis zum holographischen Doktor, der ebenfalls zwischen Computerprogramm und Mannschaftsmitglied changiert.⁹

Es könnte gerade diese innere Widersprüchlichkeit sein, die Data so „menschlich“ und beliebt macht. In einem Universum voller Figuren, die dem nachgehen, was ihnen Spaß macht, für die es immer nur aufwärts, niemals bergab geht, die immer unterwegs zu neuen Ufern sind, ist er der einzige, der dahin will, wo die anderen alle schon gewesen sind, und der genau dahin nie kommen wird. Und weil sein sehnlichster Wunsch, ein Mensch zu werden, niemals in Erfüllung gehen wird und weil er weiß, daß sein sehnlichster Wunsch nicht in Erfüllung gehen wird, ist es diese Figur, die uns näher ist als alle anderen in diesem Universum.

Literatur

- Asimov, Isaac (1986a) Herumtreiber. In: *Alle Robotergeschichten*. Bergisch-Gladbach: Bastei-Lübbe, S. 246-263.
- Asimov, Isaac (1986b) Der Zweihundertjährige. In: *Alle Robotergeschichten*. Bergisch-Gladbach: Bastei-Lübbe, S. 603-649.
- Krauss, Lawrence (1995) *The Physics of Star Trek*. New York: Basic Books.
- Lem, Stanislaw (1984) *Fantastik und Futurologie II*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Weber, Ingrid (1997) *Unendliche Weiten. Die Science-Fiction-Serie Star Trek als Entwurf von Kontakten mit dem Fremden*. Frankfurt a.M.: IKO.
- Wulff, Hans J. (1996) Charaktersynthese und Paraperson: Das Rollenverhältnis der gespielten Fiktion. In: *Fernsehen als Beziehungskiste. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Hrsg. v. Peter Vorderer. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 30-48.

9 Wulff hat darauf hingewiesen, daß „die Konsistenz des einzelnen Charakters [...] eine der wichtigsten Vorgaben [sei], die im normalen Film-Drehbuch verfolgt wird“ (1996, 32). Insofern ist die Vielzahl inkonsistenter Charaktere in STAR TREK besonders auffallend.

Lars Rettberg

Zu schön um wahr zu sein!

Die digitale Diva Lara Croft¹

Wovon redet Luke?

If I see Lara die it makes me cringe and I feel guilty – her body is under my control and I'm not taking very good care of it. Can you understand that? Many can't [...] (Luke).²

Verstehen Sie Luke? Möglicherweise nicht, was aber weniger an Ihnen und, wie ich zeigen möchte, noch weniger an Luke liegt. Das Zitat ist seines Kontexts enthoben, und so erscheint die Beziehung, die hier beschrieben wird, ohne weitere Erklärungen verwirrend. Aber Luke geht davon aus, daß der Kontext seinem Leser sehr wohl bekannt ist, und trotzdem scheint es ihm notwendig zu fragen, ob man ihn versteht; gerade so, als ob er sich für sein Verhalten und seine offenbar emotionale Reaktion rechtfertigen müsse, als ob er nicht normal wäre, denn er geht schließlich davon aus, daß ihn die meisten nicht verstehen. Wovon also redet Luke?

Luke teilt sein Hobby mit vielen seiner Altersgenossen weltweit: Computerspiele. Lara Croft, von der hier die Rede ist, ist die virtuelle Protagonistin des Videospiels *TOMBRAIDER*. Das Spiel der Firma EIDOS kam im November 1996 für PC, PlayStation und Sega Saturn gleichzeitig auf den Markt und brach binnen kürzester Zeit sämtliche Verkaufsrekorde. Inzwischen ist das Spiel zur Trilogie geworden, Teil zwei und drei folgten im Einjahrestakt. Allein die ersten beiden Teile des Spiels verkauften sich laut der *San Francisco Business Times* vom 30. November 1998 über neun Millionen mal und es ist die Rede von 425 Millionen Dollar Umsatz, die der Verkauf der Spiele und verschiedener Merchandisingprodukte bis zu diesem Zeitpunkt erbrachte.

TOMBRAIDER ist das erste Computerspiel, dessen Figur eine Popularität erreicht hat, die sich mit der eines Popstars vergleichen läßt, so daß auch viele

1 Mein Dank gilt Eggo Müller für die fruchtbaren Denkanstöße und die intensive Betreuung während der Arbeit an diesem Artikel.

2 Diese und alle weiteren Aussagen von *TOMBRAIDER*-Fans entnehme ich einer von mir durchgeführten Interneterbefragung im Frühjahr 1999. Die Recherche umfaßte einen Zeitraum von ca. vier Monaten und setzt sich aus Antworten auf öffentliche Aufforderungen in Fanforen, aber auch aus Mail-Korrespondenz mit einzelnen Fans zusammen.

Menschen, die ihre Zeit nicht mit Computerspielen verbringen, wissen, von wem die Rede ist, wenn es um Lara Croft geht. Die Art und Weise des Umgangs mit Lara Croft, ob seitens ihrer Fans oder der Medien, läßt sich durchaus mit der vergleichen, wie wir sie mit Stars gewohnt sind. So beeindruckend die Verkaufszahlen des Spiels auch sind, vermögen sie jedoch kaum auszudrücken, welchen enormen Stellenwert die digitale Diva für die Menschen hat, die innerhalb der Popkultur auf mannigfaltige Weise mit ihr umgehen. Man begegnet Lara Croft in den verschiedensten Medien innerhalb unterschiedlichster Kontexte: Kaum eine Zeitschrift, deren Titelseite ihr Konterfei noch nicht schmückte. Hierzulande konnte man sie im Fernsehen außer in den Werbetrailern für das Spiel beispielsweise auch in der Werbung für die Frauenzeitschrift *Brigitte*, als Gegenspielerin der Rockgruppe „Die Ärzte“ in ihrem Videoclip *Männer sind Schweine*, als Talkgast bei *quer*³ im Bayerischen Rundfunk und in diversen Boulevardmagazinen in Aktion erleben. In Frankreich fährt die Croft für Seat, in England trinkt sie den Energiedrink Lucozade und ging mit U2 auf Tour, während sie in Italien Guccis Kreationen vorführt. Demnächst wird man sie auch auf der Leinwand bewundern können. Im Internet finden sich über 4000 Homepages, die sich dem virtuellen Charakter mit Diskussionsforen, Fanfiction und Fanart widmen, wobei das Spiel selbst oft nur eine marginale Rolle spielt. Inzwischen ist mit dem *Lara Croft Magazine* ein ihr eigens gewidmetes Starmagazine erschienen.

Lara Croft ist zu einer populären Figur geworden, die zugleich die Charakteristika eines Stars trägt. Das provoziert die schlichte Frage nach den Gründen ihrer Popularität und die kompliziertere Frage, auf welche Weise dies mit den Eigenheiten des Spiels und der Virtualität seiner Protagonistin zusammenhängt. Was Luke beschreibt, kann zunächst schlichtweg als das den Computerspielen eigene interaktive Rezeptionsmoment verstanden werden. Folgende nüchterne Definition für Computerspiele bieten Michael Hayes und Stuart Dinsey in ihrem Buch *Games War* an:

An official definition might be a computer programme which allows the user to interact with the action by controlling the characters or environment of the game, thus affecting the outcome within the limits set by the game (1996).

Die Möglichkeit, über eine taktile Verbindung mit der Maschine (Tastatur, Joystick, Maus) direkten Einfluß auf das Geschehen auf dem Bildschirm zu

3 Bayrischer Rundfunk, Moderator Christoph Süß. Das Interview ist digitalisiert im Internet unter der Adresse "<http://www.bayerischerrundfunk.de/jugend/querlara-coft.htm>" zu sehen.

nehmen, stellt die Faszination von Computerspielen dar. Der Moment des Spielens erfordert die aktiv-körperliche Teilnahme und geht so über „bloße“ aktiv-psychische Prozesse der Film- und Fernsehrezeption hinaus. Ohne das Zutun des Spielers würde die Narration sich nicht weiterentwickeln bzw. gar nicht zustande kommen, so daß das Gefühl der Verantwortung für das Geschehen in den Händen des Spielers liegt – genau so, wie es Luke beschreibt. Doch seine Freude am Spiel beschränkt sich nicht auf das Prinzip der Interaktivität, sondern wird maßgeblich durch die emotionale Beziehung bestimmt, die er zur Hauptfigur des Spiels einnimmt. Das Gefühl der Verantwortung, das der Siebzehnjährige für Lara Croft hegt, ist natürlich keineswegs von der Interaktivität zu trennen, denn über sie als Hauptfigur wird Einfluß auf das Geschehen genommen.

Diese Spielweise teilt TOMBRAIDER zwar mit vielen anderen Spielen, bei denen auch über die Repräsentation einer wie auch immer gearteten Spielfigur (je nach Genreunterschieden) Einfluß auf das Spielgeschehen genommen werden muß. Doch das Besondere an TOMBRAIDER ist die emotionale Dimension zwischen Spieler/in und Spielfigur im Prozeß der Medieninteraktionssituation und darüber hinaus. Eine solche Beziehung zu der Spielfigur wurde mir nicht nur von Luke beschrieben, sondern zeigt sich in den Ausführungen der Fans oft als maßgeblicher Anteil des Spielvergnügens. So schreibt beispielsweise Helmut:

Ich versuche Lara Croft so wenig als möglich sterben zu lassen! Ich weiß, daß es etwas komisch klingt aber ich entwickle bei diesem Spiel eine Art Verantwortungsgefühl. Daß heißt, wenn Lara durch Fehlsteuerung meinerseits so zwei bis dreimal gestorben ist, setze ich erst mal eine Weile aus und trainiere in ihrem Haus mit ihr.

Gefühle wie Mitleid und Verantwortung für die Protagonistin erhält das Spiel keinesfalls zufällig, sondern sind das Resultat spezifisch ästhetischer Verfahrensweisen der ‚Spiel-Erzählung‘. Verschiedene narrative Strukturen, die an dem Aufbau einer Beziehung zur Spielfigur beteiligt sind, und die über das bloße Steuern auf dem Bildschirm hinausgehen, lassen sich präzise beschreiben. Diese ermöglichen es, von Lara als einer Person, und nicht nur als Funktion innerhalb des Spiels zu sprechen. Ihr eigener Name ist nur erstes Indiz innerhalb eines komplexen Personalisierungs- und Individualisierungsprozesses der Spielfigur.

Im folgenden soll in Ansätzen untersucht werden, was die spezifischen Bedingungen und Eigenschaften dieser körperlosen Existenz ausmacht und welche Konsequenzen ihre Virtualität im Verhältnis zu den Menschen hat, die sich mit ihr beschäftigen. Denn hierin besteht ihre spezifische Qualität, an der sich die

Überlegungen orientieren müssen. Lukes Frage "Can you understand me?" bezieht sich auf diese Eigenschaft und ist mehr als nur eine allgemeine Angst des Fans, als pathologisch betrachtet zu werden. Dies hat viel mehr mit dem Wesen der Figur selbst zu tun: "She's not really real", schreibt Luke weiter. Trotzdem – oder man müßte vielleicht besser sagen – gerade deshalb ist Lara Croft zu einer Popicone des ausgehenden Jahrtausends geworden, mit der sich Menschen über das Spiel hinaus intensiv befassen. Daß Lara Croft hier überhaupt als populäre Figur und als „virtueller Star“ diskutiert werden kann, liegt, wie gezeigt werden soll, an Bedingungen des Computerspieles selbst.

I. Zum Spiel Tomraider

Die Figur

NAME: Lara Croft

TITLE: Duchess of Saint Bridget

NATIONALITY: British

BIRTH: 14th of February 1967, Wimbledon, England

MARITAL STATUS: Single

BLOOD TYPE: AB neg.

HEIGHT: 5' 9"

WEIGHT: 115 lbs. /OR/ 9st 4

BUST: 34D

WAIST: 24

HIPS: 35

HAIR COLOR: Brunette

EYE COLOR: Brown

DRESS SIZE: 8

SHOE SIZE: 7

DISCOVERIES: Ark of The Covenant (1995), Atlantis Scion (1996), Dagger of Xian (1997) and The Meteorite (1998)

Diesen Steckbrief Lara Crofts schickte mir die fünfzehnjährige Dev aus Singapur, mit den Worten: „material for your thesis“. Man findet ihn allerdings ebenfalls in der Spielanleitung zusammen mit Angaben zu Laras Vorlieben und der Hintergrundgeschichte zu ihrem Leben: geboren am 14. Februar 1967 im Londoner Stadtteil Wimbledon. Als Tochter aus adligem Haus wurde sie von ihren Eltern klassengemäß erzogen und auf eine Schweizer Schule geschickt. Kurz vor ihrem Schulabschluß überlebte sie nach einem Skiurlaub im Himalaja als einzige einen Flugzeugabsturz. Nach zwei Wochen allein in der Wildnis konnte sie sich

schließlich in ein kleines Bergdorf retten. Diese Erfahrung sollte ihr gesamtes Leben ändern. Sie kehrte dem adeligen Lebensstil den Rücken und sagte kurzer Hand die von den Eltern geplante Hochzeit mit dem Earl von Farringdon ab, um seitdem ihr Leben auf der Jagd nach archäologischen Schätzen zu riskieren. Bekannt sind mittlerweile auch die Augenfarbe, Körbchengröße und sogar die Blutgruppe der tapferen Archäologin, doch innerhalb des Spiels ist dieses Wissen von keinerlei Nutzen. Nicht einmal die Biographie der Figur Laras spielt eine Rolle. Es sind extra-diegetische Informationen, die im Spiel nicht weiter aufgegriffen werden, die sie aber gleichsam als historische Person identifizierbar machen und damit über ihre Funktion innerhalb des Texts des Computerspiels hinausweisen. Dieses Beiwerk der Figur enthält entscheidende Bedeutung erst in ihrem Weiterleben außerhalb des Spiels: vor allem in den Geschichten der Fans, die diese lückenhaften Informationen aufgreifen und im wahrsten Sinne des Wortes mit Leben füllen.

Zunächst aber sind die Voraussetzungen des Spiels – vor allem in dessen visueller Umsetzung –, in eine spezifische Beziehung zu seiner Hauptfigur zu treten, zu beschreiben. Dabei werde ich, so wie es Mark P.J. Wolf gefordert hat, an Verfahrensweisen aus der Film- und Fernsehwissenschaft anknüpfen:

At present, film and television theory are best equipped for dealing with the medium of video games, which clearly overlaps them in places and extends many of their ideas, such as the active spectator, suture, first-person narrative, and spatial orientation (1997, 11).

In Bezug auf die Analyse der Figur ist dabei eine Unterscheidung nützlich, die David Bordwell (1992) getroffen hat. Bordwell geht bekanntlich davon aus, daß Zuschauer im Prozeß der Filmaneignung auf erlernte Denkmuster, sogenanntes „schema-fundiertes Wissen“, zurückgreifen, um die filmischen Ereignisse zu verstehen und ihnen Sinn beizumessen. Dieses Wissen umfaßt sowohl alltägliche Handlungsmuster als auch Medienspezifisches wie Genrekonventionen, narrative Muster oder stilistische Verfahren. Bordwell unterscheidet dabei in bezug auf Figuren zwischen zwei grundsätzlichen Varianten von Schemata, die der Zuschauer bei der Rezeption aktiviert: handlungsbezogene Schemata [„action-based schemata“] und solche, die für die Wahrnehmung von Handlungsträgern [„agent-based schemata“] relevant werden. Handlungsbezogene Schemata lassen den Zuschauer einen Ausschlußprozeß vollziehen, in dem „evaluiert“ wird, was in Bezug auf die jeweilige Handlung erfahrungsgemäß möglich resp. unmöglich erscheint. Figurenbezogene Schemata dagegen sorgen für eine Einschätzung und Hypothesenbildung insbesondere auf der Grundlage von Rollenschema (z.B. Lehrer, Vater, Chef) und Personenschema, das die

„Grundzüge“ einer Person umfaßt: „einen menschlichen Körper, Wahrnehmungsaktivität, Gedanken, Gefühle, Gesichtszüge und die Fähigkeit, Handlungen zu planen und auszuführen“ (Bordwell 1992, 14).

Überträgt man diese Unterteilung auf Computerspiele, wird es möglich, die Eigenheit, die *TOMBRAIDER* auszeichnet, deutlich zu machen. Man möchte sagen, der Mehrwert des Spiels besteht in der Tatsache, daß mit der Wahrnehmung der Figur Lara Crofts, „agent-based schemata“ für ein Computerspiel überhaupt erst aktiviert werden können. Diese Gegebenheit geht Hand in Hand mit der Entwicklung technischer Möglichkeiten, die es erlauben ein Personenschema graphisch umzusetzen, d.h. mit Lara Croft eine Spielfigur zu kreieren, die über ein eigenes Aussehen, realistische und vielseitige Bewegungsabläufe verfügt und sich dazu in einer dreidimensionalen Umgebung frei steuern läßt. Was für Film und Fernsehen ganz natürlich erscheint, mußte also für das Computerspiel erst entwickelt werden: eine Figur, die über eine nonverbale und physiognomische Ausdruckskraft verfügt.

Die Erzählung in TOMBRAIDER

In ihrer optischen Präsentation, aber auch in der Anwendung erzählerischer Verfahrensweisen nähern sich heutige Computerspiele immer mehr Film und Fernsehen. Dies geschieht zum Teil in einem direkten inhaltlichen Bezug, nämlich dann, wenn die Spiele einen erfolgreichen Kinofilm zur Grundlage ihrer Spielidee machen, wobei dann visuelle Gestaltungsmerkmale und Teile der Story des Films vom Spiel übernommen werden. Doch neben solchen offensichtlichen Bezügen einzelner Spiele lassen sich ganz generelle Merkmale in der Übernahme narrativer Muster dramatischer Erzählungen der ‚älteren‘ audio-visuellen Medien feststellen. Als eine Voraussetzung hierfür kann die tendenzielle Geschlossenheit der Erzählstruktur heutiger Videospiele angesehen werden. Die frühen Arcade-Spiele hatten im Gegensatz zu einem Großteil heutiger Spiele oft kein Ende oder Ziel. Entwicklung ließ sich hier nur an einer fortschreitenden Punktezah, erhöhter Geschwindigkeit oder an der zunehmenden Zahl der Gegner ablesen. Spiele wie *TOMBRAIDER* hingegen besitzen eine Story – eine Geschichte, deren Entwicklung sich auch nach dem Spiel noch wiedergeben läßt, an die sich erinnert wird. Gerade für das Genre des „Action-Adventures“⁴, dem *TOMBRAIDER* zuzuordnen ist, kommt diesem Aspekt besondere Bedeutung zu,

4 Der Begriff „Action-Adventure“ deutet bereits an, daß es sich bei *TOMBRAIDER* um einen Genremix handelt, der Elemente des klassischen Adventures wie auch des „Jump&Run-Spiels“ vereint. Während bei erstem vor allem das Lösen von Rätseln im Mittelpunkt steht, geht es bei letzterem mehr um die Geschicklichkeit des Spielers bei der Steuerung.

denn in diesen Spielen geht es um das Lösen von Rätseln, die Entdeckung von Wegen usw., die einen zeitlichen Verlauf, eine linear-kausale Handlung und eine räumliche Orientierung innerhalb einer Geschichte zur Voraussetzung haben.

Die Spiele der TOMBRAIDER-Serie sind episodisch aufgebaut und gliedern sich in sogenannte Level, wobei diese jeweils unterschiedliche Orte markieren und dadurch in ihrem graphischen Design variieren. Während die Reihenfolge dieser Episoden im ersten Teil TOMBRAIDERS noch einem festen Verlauf folgten, hat die Spielerin im dritten Teil eine größere Freiheit. Hier kann sie nach Beendigung der ersten Episode, die in Indien spielt, frei wählen, ob sie danach zunächst London, Nevada oder die Südsee besucht, bevor sie in der Antarktis das Spiel beenden kann. Innerhalb der Episoden verläuft das Spiel aber wieder nach einem linearen Prinzip. Lukes Beschreibung macht dies deutlich:

The locations in TOMBRAIDER are very distinctive – we remember them. This allows us to develop memories of times when we have done this, or that [...]. And there is a lot of ground to cover in all 3 of the games. So if you have been through it often enough then you can remember just about all of it [...]. The skidu jumps in Tibet, the giant hammer in St. Francis Folly, the battle between the monks and the agents in the Barkhang monastery [...]. These things are very hard to get to, it takes a long time. So we remember them and we can't get to them very easily.

Das bedeutet, daß dem Spiel eine Verlaufsform zugrunde liegt, die sich durchaus mit Begriffen der klassischen Dramaturgie beschreiben läßt: Es besitzt Anfang, Mitte und Ende. Die Geschehnisse, die Luke hier wiedergibt, lassen sich dann als Plotpoints innerhalb der festgelegten Komposition bezeichnen. Sie sind unumgänglich und müssen von jedem Spieler in einer bestimmten Reihenfolge durchlaufen werden. Es handelt sich dabei aber nur um „räumliche“ oder architektonische Fixpunkte, die sich nicht temporär bestimmen lassen (außer das sie nacheinander stattfinden), denn eine Unterteilung von erzählter Zeit und Erzähldauer macht für das Computerspiel kaum Sinn. Die Erzähldauer wird vielmehr vom Spieler selbst bestimmt und unterscheidet sich von Spiel(er) zu Spiel(er). Daniela,¹⁹ schrieb mir, sie hätte beim ersten Mal 59 Stunden benötigt, um das Spiel durchzuspielen; mit Lösungsheft soll es 26 Stunden dauern.

Die Komposition des Spiels läßt sich also zwar anhand der feststehenden Plotpoints retrospektiv beschreiben, doch eine direkte Übertragung filmisch narrativer Modelle mit der Unterscheidung von Plot und Story stellt einen auf Grund der interaktiven Spielsituation vor größere Beschreibungsprobleme. In TOMBRAIDER gibt es durchaus so etwas wie Sackgassen, sprich Räume und Orte zu entdecken, die (a) möglicherweise funktional *nichts* mit der Lösung des Spiels zu tun haben oder die (b) zu dem Zeitpunkt, an dem sie entdeckt werden, *noch*

nicht zur Lösung beitragen, so daß man zunächst wieder umkehren muß, weil man z.B. einen Gegenstand, den man braucht, noch nicht gefunden hat. Die Spielidee *TOMBRAIDERS* läßt sich letztendlich auf die Suche nach dem Weg reduzieren: Der Weg ist das Ziel, die Suche der Spielspaß. Xavi, 25, schreibt:

Then you can start exploring every inch of terrain looking for the secret entrance or the secret cave or just for the fun of it! And Lara really helps, since only she could do some of the leaps and grabs, and pushes she does!

Da es also an einigen Stellen im Spiel verschiedene mögliche Wege zu beschreiben gibt, bestimmt der jeweilige Spieler im Rahmen der programmierten Welten die narrative Struktur, so daß man sagen kann, daß bestimmte Plotpoints erst in dem Moment ‚erzählbar‘ werden, in dem sie sich auch ereignen. Der Tod der Heldin, der auf vielerlei Wegen und zu jeder Zeit zustande kommen kann, ist dafür das radikalste Beispiel.

Entscheidend in unserem Zusammenhang ist aber, daß die kausale spatio-temporale Struktur erst im Prozeß des Spielens durch die Aktivität der Spielerin entsteht: Die Geschichte Lara Crofts entwickelt sich in der Verantwortung des Spielers für die Hauptfigur, und nur durch sie werden Raum und Zeit für den Spieler in einen kohärenten Zusammenhang gebracht. In der ‚erspielten‘ Handlung wird der Spieler nicht nur Zeuge der Entwicklung des Charakters, sondern erhält Anteil an der diegetischen Biographie der Figur. „Lara helfen“, „ihr zur Seite stehen“, „ihr folgen“, dies ist das Vocabular, das die Fans benutzen, um ihr Spielerlebnis zu beschreiben; dabei wird sich an Abenteuer und Begebenheiten erinnert, als hätte man sie mit einer guten Bekannten erlebt:

When I play the TR game it's like I'm there with Lara, joining her on the adventure. I'm not controlling her, she's taking control of herself (Bill, 25).

In *TOMBRAIDER* lassen sich grob drei grundlegende Modi unterscheiden, die jeweils in spezifischer Weise die Wahrnehmung der Figur beeinflussen und in ihrer Wechselwirkung an dem Aufbau der besonderen Beziehung zur Spielerin wirken. Dabei handelt es sich um die Trainingssituation, in der die Steuerung der Bewegungsabläufe geübt werden kann, die Spielsituation selbst und um im Spielablauf integrierte Videosequenzen.

Die Videosequenzen

Beinahe alle der heutigen Videospiele integrieren in ihren Spielablauf Videosequenzen (FMV: Full Motion Video). Während dieser Filmsequenzen hat der Spieler keinen Einfluß auf das Geschehen. Lara agiert und spricht hier „selbst“.

Die Sequenzen dienen vor allem der komprimierten Vergabe von Storyinformationen, was während der direkten Spielsituation nur schwer zu bewerkstelligen wäre. So wird man in den einleitenden Sequenzen mit der Ausgangssituation der Erzählung vertraut gemacht, Ziel und Aufgabe des Spielers wird verdeutlicht, und das zukünftige Spielgeschehen motiviert; dabei werden auch Genreinformationen vermittelt. So erfahren wir zu Beginn von *TOMBRAIDER* (Teil I), daß es unsere Aufgabe sein wird, das „Scion“, ein mystisches Artefakt, aus dem Grab des Qualopec in Peru zu bergen. Dazu beauftragt werden wir von Jacqueline Nadla, einer offensichtlich bekannten Geschäftsfrau. Die handlungsbezogenen Schemata, die hier aktiviert werden und die beim Spieler Erwartungen und Hypothesen bezüglich des zukünftigen Geschehens hervorrufen, gründen vor allem auf Genrewissen des Spielers, das er aus anderen Spielen, aber zu großen Teilen auch aus anderen Medien an das Spiel heran trägt. Zu nennen wären insbesondere typische Actionfilme wie die um den draufgängerischen Archäologen Indianer Jones, aber auch andere „Dschungelabenteuer“. So erinnert die bereits erwähnte Geschichte des Flugzeugabsturz von Lara Croft an das Schicksal des Kindes (ebenfalls aus gutem Hause), das als einziger seiner Familie eine Flugzeugkatastrophe überlebt und in der Folge unter dem Namen Tarzan als König des Dschungels bekannt wird. In der Tat wird Lara Croft von ihren Fans oft als „weiblicher Indianer Jones“ bezeichnet.

Die Videosequenzen gehen über eine Länge von einer Minute kaum hinaus, Genreinformationen werden hier auf engstem Raum vermittelt. Bemerkenswert ist, daß es sich keineswegs um eindeutige Genreinformationen handelt. Vielmehr setzt sich das Anspielungs- und Verweisungsfeld aus verschiedensten populären Genres zusammen. Diese sind für die Wahrnehmung der Figur Lara Croft bedeutend und äußern sich in den reichen Facetten ihres Lebens außerhalb des Spiels: sei es in Bildern von Fans, die Lara in typischer James Bond Pose darstellen oder im Video der „Ärzte“, das nicht ohne Grund Bezüge zu Hong Kong Filmen à la John Woo herstellt.

In der bereits erwähnten Eingangsszene wird Lara von einem Gehilfen Jacqueline Nadlas mit den Worten „Was muß ein Mann tun, um solche Aufmerksamkeit von ihnen zu kriegen?“, begrüßt, während er eine Zeitschrift mit dem Titel „Adventurer“ auf einen Tisch legt. Deren Schlagzeile lautet: „Lara stumps out Bigfoot!“ Und in einem Schnitt in Nahaufnahme auf ihr Gesicht sehen wir das Spiegelbild dieses Mann in ihrer Sonnenbrille, während sie ihn trocken abfertigt. Das Beispiel zeigt, daß die Videosequenzen eine herausragende Position im Spiel einnehmen, um die Figur zu erzählen, denn hier sind dem Spiel „traditionelle“ filmische Mittel zur Verfügung. Die graphische Auflösung ist höher und die Perspektive ist freier als in der direkten Spielsituation, so daß man die Fi-

gur aus jeder Perspektive und in jeder denkbaren Einstellung sehen kann. Außerdem tritt sie hier mit anderen Figuren auch sprachlich in Interaktion, so daß sie sich positiv von diesen abgrenzen läßt. Später im Spiel werden wir durch eine weitere Videosequenz erfahren, daß die Auftragsgeberin falsches Spiel mit Lara spielt und ihr nicht die Wahrheit über das gesuchte Artefakt erzählt hat. Dieses Beispiel macht deutlich, daß im Videospiel neben den semantischen Genrebezügen auch populäre Erzählmuster aufgegriffen werden, in diesem Fall ein narratives Muster des Film noir.

In den Videosequenzen ist Lara Croft fast immer im Bild zu sehen, keine Szene findet ohne sie statt. Diese Sequenzen in Full Motion Video, die beträchtlichen Speicherplatz auf der CD-Rom benötigen, sind vielfach nicht einfach nur handlungsmotivierend, d.h. sie vergeben nicht bloß Informationen, die zum unbedingten Verstehen der Narration notwendig wären. Vielmehr machen sie Lara Croft zum Inhalt ihrer Bilder, indem sie sie in ihrer perfekt simulierten, gleichzeitig überhöhten „Körperlichkeit“ inszenieren. Die Eleganz und Perfektion ihrer Bewegungen werden in den Sequenzen jederzeit unterstrichen, sie machen ihren Körper zur Attraktion: Lara Croft springt nicht einfach von einem Felsen, sie schwebt förmlich von ihm herab, damit uns gezeigt werden kann, wie sie noch im Flug einige Wölfe zur Strecke bringt.

Die Spielsituation: Perspektivierung

Lara Croft steht nicht nur im Zentrum der Videosequenzen, auch in der Spielsituation ist sie die perspektivierende Figur. Die Perspektivierung im Spiel ist insofern entscheidend, als sie nicht nur die Einbindung des Spielers in das Spielgeschehen durch die „Kameraführung“ organisiert, sondern auch das Verhältnis zu der Figur außerhalb des Spiels bestimmt und deshalb maßgeblichen Anteil an Lara Crofts Status als populärer Figur hat. Viele Spiele verschiedener Genres präsentieren dem Spieler die Sicht auf das Geschehen in der durchgängigen Übernahme des subjektiven Blickes eines imaginierten, nicht sichtbaren Charakters. Auf diesen ließ sich dann nur über Waffen oder Arme, die in das Blickfeld reichten, schließen. Eine solche Spielsituation führt oft zu Einschätzungen wie beispielsweise der von Eugeni Ruggero in seiner Analyse des Adventureklassikers MYST:

Consequently, hypermedia suggests *not only the assimilation of the position of the subject of vision with that of the user, but also the assimilation of their actions*: the user not only ‚moves‘ together with the subject of the vision, but it is the user who provokes the movement and is responsible for the actions of the seeing/unseen subjekt. [...] hypermedia leads the

user to identify with the subject of vision inside the diegetic world and inversely to recognise himself as the receiver of the diegetic world's visions and as the subject responsible for the movements of the point of view inside this world. In this way, the user is completely *absorbed* into the diegetic world: he is *taken*, *involved*, but also *inscribed* in the world of fiction [...] (Eugeni 1998, 20; Herv.i.O.).

Wie umfassend und absorbierend die hier behauptete Identifikation im Falle einer solchen Spielstruktur innerhalb der konkreten Medieninteraktion wirklich ist, scheint mir noch nicht ausreichend geklärt zu sein. Der Film *THE LADY IN THE LAKE* (USA 1947, Robert Montgomery) bildet das wohl bekannteste Beispiel der Filmgeschichte, in dem durchgängig mit Hilfe der subjektiven Kamera aus der Sicht eines Charakters erzählt wird, eine Perspektivierung, die sich mit der Darstellungsweise der in der Computerbranche so bezeichneten „first person“-Spiele vergleichen lässt. Während aber die Aspektualisierung, die narrative Bestimmung des Point-of-view-Shots, beim Film von der enunziatorischen Instanz festgelegt wird, entfaltet sich zwischen Spieler und Spiel ein anderer kommunikativer Vorgang. Zwar ist auch beim Computerspiel, wie beim Film, letztendlich eine narrative Struktur vorgegeben, doch scheint die Aufgabe des Erzählens im Spiel teilweise vom Spieler übernommen zu werden. Er folgt nicht, wie der Zuschauer dem ablaufenden Erzählstrang, sondern ist am Prozeß der Erzählung beteiligt. Der Spieler weiß und sieht jeweils das, was er über den imaginierten Charakter des Spiels wahrnimmt, wobei er die Blickrichtung, den Point of View und damit die jeweilige Aspektualisierung selbst bestimmt. Visuelle und kognitive Perzeption des Spielers fallen in der durchgängigen Übernahme des subjektiven Blicks des Charakters zusammen, und somit sind Wissen des Charakters und des Spielers innerhalb der diegetischen Welt deckungsgleich.⁵

TOMBRAIDER zeichnet sich aber nicht nur durch eine grundlegend andere Spielerspektive aus, sondern innerhalb des Spielprozesses kommt es zu einem komplexen Wechsel von Perspektiven und damit zu unterschiedlichen Modi der Adressierung. Auch bei *TOMBRAIDER* bewegen wir uns mit der Figur durch das Geschehen, und auch hier sind wir für ihre Bewegungen und Aktionen verantwortlich. Der grundlegende Unterschied von *TOMBRAIDER* besteht aber in der Anwendung einer „dynamischen Kamera“, über die das Spielgeschehen vermittelt wird. Diese ist an die Handlungen und Bewegungen der Figur gebunden und folgt ihr immer mit einigem Abstand. Das heißt, die Figur ist für die Spielerin ständig sichtbar und wird immer inmitten des Geschehens wahrgenommen.

5 Das trifft nur, zu wenn die Situation zum ersten Mal gespielt wird; für eine umfassende Analyse wäre es notwendig, auch auf das wiederholte Spielen und das Vorwissen des Spielers einzugehen.

Läßt der Spieler die Figur stehen, hält auch die Kamera inne. Dreht der Spieler die Figur nach rechts, schwenkt die Kamera in einem Bogen links um die Figur usw. Eine subjektive Kameraeinstellung, die direkt die Sicht des Charakters präsentieren würde, gibt es in der Spielsituation von *TOMBRAIDER* gar nicht: Lara Croft bleibt visueller Mittelpunkt der Handlung.

Die Kamera auf Distanz ist dabei eine Voraussetzung, Lara auch in der Spielsituation als visuelle Attraktion zu inszenieren. Und dies wird zur Bedingung der Personalisierung der Figur, denn so kann nicht nur ihr Aussehen, sondern vor allem auch ihre typische Art und Weise, sich zu bewegen (klettern, laufen, springen), hervorgehoben werden. Anders als bei einer subjektiven Einstellung sieht der Spieler die Ergebnisse seiner Tastenbetätigung in einer direkten Übersetzung als realistische körperliche Bewegungen der Figur. Diese werden in bestimmten Situationen von der Kamera dann noch hervorgehoben. Im Unterschied beispielsweise zu den sogenannten „Jump & Run-Spielen“, in denen Gegenstände durch bloßes Berühren durch die Spielfigur in deren Besitz übergehen und dann vom Bildschirm verschwinden, muß man die Gegenstände bei *TOMBRAIDER* mittels der „Handlungstaste“ aufheben. Während dieser Aktion schwenkt die Kamera um Lara Croft herum, um zu zeigen wie sie in die Hocke geht, um den Gegenstand vom Boden aufzuheben. Noch deutlicher wird die Hervorhebung der Bewegungsabläufe, wenn diese nicht über einen Kameraschwenk stattfinden, also nicht in der gewohnten visuellen Manier der eigentlichen Spielsituation, sondern über einen Schnitt vermittelt werden. An bestimmten Punkten im Spiel wechselt die Perspektive und löst sich von der beschriebenen Kameraführung. Für den Bruchteil einer Sekunde wird dann die vom Spieler ausgeführte Aktion (z.B. ein Sprung) in einer Totale gezeigt. Indem der Spielerin Größenverhältnisse, Entfernungen und ein Eindruck für die Gesamtsituation vermittelt werden, wird nicht nur der Bewegungsablauf der Figur zur Attraktion, sondern auch die Leistung dieser Aktion hervorgehoben. Solche visuellen Verfahrensweisen etablieren Lara Croft als „autarke“ Persönlichkeit, denn während dieser Situationen hat der Spieler für kurze Zeit keinen Einfluß auf das Geschehen. Lara handelt gleichsam von selbst. Gleichzeitig tritt in der Differenz zu der durch Interaktion geprägten direkten Spielsituation die narrative Instanz in diesen Momenten kontrollierend hervor. Die Handlungen der Figur sind zwar auch dann noch das Resultat der Handlung des Spielers, doch dieser wird für Momente ‚nur‘ zum Zuschauer, der seine Belohnung – Exzesse der Narration, wie man sagen könnte – genießen darf.

Neben solchen Mitteln, durch die das virtuelle Wesen ‚verlebendigt‘ und personalisiert wird gibt es auch Kameraeinstellungen, die nicht an die Präsenz ihres Körpers gebunden sind, die aber trotzdem – auf andere Weise – die Beziehung zu der

Figur herstellen. Läßt der Spieler die Figur beispielsweise an einem Hebel ziehen, der eine Tür in einem Raum öffnet, dann befinden wir uns, wieder über einen Schnitt, mit der Kamera in jenem Raum und sehen, welche Tür sich öffnet. Auch in diesen Momenten tritt die enunziatorische Kraft hervor und wendet sich offensichtlich direkt an den Spieler, der dann in Erinnerung der Räumlichkeiten die Figur zu dieser Tür führen muß. Ihm und nicht Lara Croft wird erzählt, wie es weiter gehen kann. Während die bisher beschriebenen visuellen Optionen durch einen Wissensausgleich von Spieler und Figur gekennzeichnet waren, kommt es hier zu einem Wissensüberschuß zu Gunsten des Spielers, der dann wieder die narrative Autorität erhält und sein Wissen der „Figur zur Seite stellen“, die Verantwortung übernehmen muß. Es ist dieses Wechselspiel, die Verlagerung der narrativen Autorität, die den Raum für die besondere Beziehung zu der Figur eröffnet. Wir haben gesehen, daß dies durch Kameraeinstellungen geschehen kann, die dem Spieler mehr zeigen, als die Figur sehen kann. Francois Jost bezeichnet diese Option für den Film als „externe Okularisierung“ (1983), um das Genettsche Modell der Fokalisierung (Genette 1994) für filmische Erzählungen zu erweitern. Doch sowohl das Konzept der Fokalisierung als auch das der Okularisierung lassen sich nur begrenzt auf das Computerspiel übertragen, da die kognitive Aktivität des Spielers, der die Figur lenkt, immer einen Wissensvorsprung zur Figur darstellt. Edward Branigan schreibt in Bezug auf Fokularisierung:

Focalization (reflection) involves a character neither speaking (narrating, reporting, communicating) nor acting (focusing, focused by), but rather actually experiencing something through seeing or hearing it (1992, 101).

Branigan unterscheidet mit dem Konzept der „focalization“ zwischen zwei Funktionen, die Charaktere innerhalb der Narration einnehmen können: Ein Charakter kann der Fokus einer kausalen Kette von Ursache und Wirkung sein oder er kann die Quelle unseres Wissens dieser Kette werden. Letzteres entspräche der Fokalisierung und beinhaltet ein bewußtes (reflektierendes) Wahrnehmen der Ereignisse. Die interaktive Spielsituation *TOMBRAIDERS* zeichnet sich aber gerade dadurch aus, daß dieses bewußte Wahrnehmen dem Charakter fehlt und vom Spieler beigesteuert werden muß: Wird Lara Croft beispielsweise von einem Wolf angegriffen, reagiert sie nicht, sondern würde ohne das Eingreifen der Spielerin sterben. Sie scheint den Wolf nicht zu sehen.⁶

In der direkten Spielsituation operiert die narrative Instanz zurückhaltend und maskiert, d.h. sie tritt nicht wie im Falle der externen Okularisierung als

6 Erst wenn man sie auffordert, ihre Waffen zu ziehen, zielt sie auf das Tier. Der Spieler ‚macht‘ sie sozusagen ‚fokalisierend‘.

Enunziationsmarke hervor, sondern überläßt dem Spieler den erzählerischen Raum. Dies wird an Beispielen anschaulich, in denen der Abstand, den die Kamera zur Figur einnimmt, gestört wird oder in denen die Kamera der Figur scheinbar nicht folgen kann. Wenn der Spieler Lara beispielsweise durch einen Tunnel am Boden kriechen läßt, verschwindet die Figur irgendwann aus der Sicht des Spielers, der die Situation dann immer noch aus der Perspektive der Kamera sieht; denn diese befindet sich noch vor dem Tunnel, und sie schwenkt erst nach unten in den Tunnel, wenn Lara weiter kriecht. Für solche und ähnliche Momente hat der Spieler die Möglichkeit, mittels einer „Sehtaste“ die Führung der Kamera unabhängig von Bewegungen Laras zu übernehmen. Die Kamera rückt dann näher an die Figur heran, und die Bewegungen, die ausgeführt werden können, entsprechen in etwa ihren Kopfbewegungen, aber auch dann bleibt die Figur zu sehen. Indem die Kamera der Bewegung der Figur hier nicht unvermittelt folgt, gibt sie gewissermaßen vor, nicht allwissend zu sein, d.h. Lara Croft bewegt sich in diesen Momenten scheinbar unabhängig von der Kamera, wodurch eine Art Authentie-Effekt ihrer „Lebendigkeit“ entsteht. Gleichzeitig sehen wir in diesem Moment nicht, was die Figur sehen würde. Durch den verursachten visuellen Rückstand wird die Spielerin aufgefordert, die Aspektualisierung zu ändern (die Sehtaste zu drücken). Im Unterschied zum Film läßt sich die Aspektualisierung also nicht nur bestimmen, sondern es gibt gleichzeitig mehrere Optionen. Aber auch in diesem Fall ist es der Spieler, der sieht, oder besser: sich Einsicht verschafft.

Das Trainingslevel: Angebot zu parasozialer Interaktion

Besondere Aufmerksamkeit neben den hier beschriebenen Abläufen innerhalb des Spielprozesses verdient noch das Trainingslevel des Spiels, das weiteren Anteil an der besonderen Beziehung zwischen Spieler und Figur einnimmt. Bevor das Spiel beginnt, hat der Spieler die Möglichkeit die Steuerung der Figur zu üben. Dazu „besucht“ er das Anwesen Lara Crofts, wo ihn die Spielfigur mit den Worten begrüßt: „Willkommen bei mir Daheim. Laß uns einen kleinen Rundgang machen.“ Geht der Spieler auf die Einladung ein und bewegt die Figur mit Hilfe der „Pfeiltasten“, gibt Lara die Anweisung: „Benutz’ die Richtungstasten, um ins Musikzimmer zu gehen.“ Dort angelangt, wird sie dem Spieler ausführlich die verschiedenen Funktionen und Tastenkombinationen erklären, die notwendig sind, um unterschiedliche Aktionen wie Klettern, Schwimmen, Springen, Gegenstände Verschieben usw. auszuführen. Hat die Spielerin eine Aufgabe erfüllt, wird sie gelobt und eine nächste wird ihr gestellt. Anders also als in fiktionalen Genres in Film und Fernsehen üblich, erfolgt hier

eine direkte Adressierung des Rezipienten durch den fiktionalen Charakter. Diese Interaktionssituation entspricht der para-sozialen Interaktion, wie sie Horton und Wohl (1956) formulierten, wobei sie sich allerdings auf Personen des Fernsehens wie Talkmaster oder Nachrichtensprecher bezogen. Im Gegensatz zum Fernsehen reagiert in diesem Computerspiel die Figur aber direkt auf die Aktivität des Spielers, und es kommt zu einer wechselseitigen Korrespondenz, die zwar nicht sonderlich komplex ist, die aber die Wahrnehmung Laras als eigenständige Persönlichkeit, als Gegenüber etabliert.

Die beschriebenen Prozesse arbeiten insgesamt an einer Personalisierung des fiktiven Charakters. Hinsichtlich der Virtualität der Figur ist das von weiterer Bedeutung, denn im Gegensatz zu den ‚älteren‘ AV-Medien mit ihrer abbildenden Technik muß das Computerspiel auf Grund der Virtualität seiner Hauptperson Energien darauf verwenden, diese als möglichst lebensecht zu inszenieren.

Spielaufbau und narrative Struktur in *TOMBRAIDER* sind so angelegt, daß sie zu einer differenzierteren Darstellung der Spielfigur führen, als dies bisher der Fall in Computerspielen war. *TOMBRAIDER* zeichnet sich vor allem durch eine Personalisierung seiner fiktiven Figur aus. Dazu tragen, wie gezeigt, insbesondere Informationen bei, die im Spiel über die Figur vergeben werden, die jedoch zum Verständnis der Erzählung nicht notwendig wären. Neben der grundlegenden Ausstattung der Figur mit bestimmten Fähigkeiten wie Laufen, Springen, schnellem Reaktionsvermögen, die sie benötigt, um zur Lösung des Spiels zu gelangen, eröffnet die Narration durch die Personalisierung einen Funktionskreis, der allein mit der Figur beschäftigt ist. Neben ihrem Aussehen spielen die Präsentationsmodi für die Personalisierung der Hauptfigur *TOMBRAIDERS* eine große Rolle. Daraus ergibt sich auch die Möglichkeit für eine besonders reizvolle Beziehung zwischen Spieler und Spielfigur, die Grundlage für den Erfolg dieses Computerspiels ist. Und zugleich wird damit der Grundstein für das Leben Lara Crofts außerhalb des Spiels als populäre Figur und „Star“ gelegt.

II. Lara als Star

“Lara Croft is a very special Lady and even though she is not real, she could be” (Chuck).

Auch wenn die Aktivierung eines Personenschemas, einer spezifischen Narration und einer besonderen Interaktionsform, als eine Bedingungen für den Erfolg von *TOMBRAIDER* beschreiben läßt, so erklärt dies den Erfolg Lara Crofts als populäre Figur noch nicht hinreichend. Dieser Erfolg läßt sich begreifen, wenn man einen weiteren Wahrnehmungsrahmen annimmt, einen Rahmen, der auf ei-

ner übergeordneten Ebene liegt und der sich gleichsam ‚transparent‘ über die Wahrnehmung Lara Crofts als Figur schiebt: ein Star-Schema. Während populäre Figuren im Fernsehen zwar von Schauspielern gespielt werden, bleibt es in der Regel ‚ihre‘ fiktive Figur, die im Bewußtsein der Zuschauer steht; so beziehen sich die Aktivitäten der Fans auch zum Großteil auf die fiktive Biographie der Figur und nicht des Schauspielers. Beim Star hingegen richtet sich dieses Interesse auf die reale Person und deren Leben außerhalb der filmischen Rollen. Wir reden im allgemeinen über John Wayne und nicht über den Charakter, den er verkörpert; jedoch über Mutter Beimer und nicht über Marie Luise Marjan.⁷ Lara Croft dagegen ist auch außerhalb des Computerspiels Lara Croft. Als populäre Figur scheint Lara Croft sowohl die kommunikativen Potentiale von Medienpersönlichkeiten als auch von Stars zu besitzen, und ihr Startum kann als eine Facette der virtuellen Figur betrachtet werden.

Georg Seeßlen stellt fest, daß Computerspiele zu den „Abbildungssystemen gehören, die sich nur in Relation zu anderen Abbildungssystemen verstehen lassen“ (1984, 190). Auch *TOMBRAIDER* übernimmt narrative und generische Momente älterer Medien, und auch für die Darstellung Lara Crofts als Star trifft das zu. Insofern ist Lara Croft als „Star“ nur vor dem Hintergrund des Wissens möglich, über das wir durch andere Medien verfügen.

Gleich zu Beginn etabliert das Spiel Lara Croft als eine „Berühmtheit“, der Aufmerksamkeit sicher ist, indem die Videosequenz das Bild Lara Crofts auf der Titelseite von *Adventurers* präsentiert. Dieser Eindruck wird auch formal konsequent fortgeführt, wenn Lara wiederholt in Nahaufnahme zu sehen ist – eine Einstellung, die konventionell dem Star gebührt. Wir wissen zudem, wer meistens Gegenstand der Tratsch- und Klatschblätter ist, und nicht zufällig ist auch Lara „upper class“. Das Computerspiel liefert das typische Yellowpress-Material gleich mit: Die privaten Räume der Diva, die wir in ihrem Anwesen begehen können, bilden auch für die Fans reiches Austauschmaterial und sind genau wie bei den echten Adeligen, Anlaß zu Gerüchten. Im oben beschriebenen „Trainingslevel“ geht es nämlich nicht allein darum, die Steuerfähigkeiten zu erlernen, sondern das Haus der Lara Croft zu erkunden. Es gibt verschlossene Türen, die erst mit versteckten Hebeln oder mit Schlüsseln, die zuvor gefunden werden müssen, zu öffnen sind. Man kann private Gegenstände finden, ihre Musikanlage bedienen usw. Die Fans schicken sich Karten des Hauses zu, tauschen die geheimen Gänge aus und helfen sich, das Haus vollends zu erkunden.

7 Bei einer solchen Unterscheidung müssen die aus medienspezifischen Unterschieden resultierenden Interaktionsformen berücksichtigt werden: Das Computerspiel weist m.E. Merkmale der Rezeptionssituation von Fernsehen *und* Kino auf.

Dies soll ein Beispiel von einer deutschen Homepage Namens Wittraider veranschaulicht werden. Hier geht es um die Erkundung des Hauses und um den Dieb der Croft, der innerhalb der Fangemeinde fast schon Kultstatus genießt:

Wie schafft es Lara, ihren Butler zum Motorradfahren zu bewegen? Dieses Gerücht wurde von einer Tombraider-Seite im Netz aufgestellt. Allerdings konnte Wittraider das nie richtig bewerkstelligen. Vielleicht war es einfach nur ein Scherz des verkalkten Butlers? Wie dem auch sei, angeblich sollte es unten in der Schatzkammer eine lose Diele geben, unter der sich ein Schlüssel und ein Motorradhelm befinden sollte [...]. Diese Diele hat Wittraider leider nie gefunden [...]. Falls ihr irgend etwas dazu wißt und sei es auch nur, daß das Ganze ein Scherz gewesen sein sollte, schreibt uns bitte! (*Wittraider*)

Die Wirksamkeit des Star-Diskurses läßt sich auch an spezifischen Bewegungen der Figur veranschaulichen. So gibt es im Spiel Bewegungsabläufe, die über eine bestimmte Tastenkombination auszuführen sind, wie beispielsweise einen Kopfsprung oder einen Überschlag. Diese zu beherrschen, ist für die Lösung des Spiels nicht erforderlich, aber ähnlich wie das „besondere Blinzeln“ oder das „bezaubernde Lächeln“ eines bestimmten Stars, gehören diese für die Fans zum Charisma oder zur Starqualität der Figur Lara Croft:

Our favorite move: The handstand – It's absolutely useless, but oh so beautiful to watch [...]. You never did it? Try this: hang to something then press 'Walk' + 'Up' and delight [...]. It only works in the PC and Playstation versions of the game, so if you have a Sega throw it away, buy one of the others, and do it. It's worth it! (*The Crofttimes*)

Das Star-Schema, zu dem das Spiel selbst einiges beisteuert, muß als ‚mediale Spirale‘ gedacht werden, denn es setzt sich auch außerhalb des Spiels fort. Dabei ist wohl kaum zu klären, ob erst die Fans Lara zum Star machten oder ob sie nur das annahmen, was von vornherein zur Vermarktungsstrategie von Spiel und Figur gehörte. Auf jeden Fall erreichte Lara Croft, als sie immer mehr Fans als Star behandelten, schnell eine Dauerpräsenz in den Medien; und dies verstärkte wiederum ihre Wahrnehmung als Star. Dies hatte letztendlich wiederum zur Folge, daß die Produzenten des Spiels mit dem Aufbau der neueren Teile noch stärker dem Stardiskurs zuarbeiteten. So ist z.B. das Anwesen Laras von Spiel zu Spiel gewachsen und sie erhielt zusätzliche Bewegungen. Im dritten Teil kann die einleitende Videosequenz bereits auf den Auftritt des Stars verzichten, da Lara Croft nicht mehr wie noch im ersten Spiel als Hauptfigur und Star etabliert werden muß.

Inszeniertes Startum ohne Körper

Daß der „virtuelle“ oder „Cyber-Star“ Lara Croft in den Medien für Aufruhr sorgte konnte, liegt jedoch an der Tatsache, daß mit ihr ein unleibhaftiges Wesen überhaupt zum Star werden konnte. Dies scheint paradox zu sein, denn das Starphänomen basiert auf der Hoffnung, daß das, was ein Star mit seinem Image verkörpert, tatsächlich existiert. Garant für dessen Authentizität ist insbesondere der Körper des Stars – eine private Person mit einer Biographie, die auch außerhalb medialer Darstellung existiert:

To say that stars exist outside of the media texts in real life would be misleading, but stars are carried in the person of people who do go on living away from their appearances in the media, and the point is that we know this (Dyer 1991, 135).

Die Funktion, die das Medium Film hierbei übernimmt, kann als die eines Referenten für die Wirklichkeit beschrieben werden: Das, was fotografiert oder gefilmt wurde, existiert tatsächlich. Und trotzdem handelt es sich um eine instabile, eine zerbrechliche Authentizität, denn der Zuschauer weiß auch, daß ihm in der Öffentlichkeit ein produziertes Bild des Stars präsentiert wird, ein konstruiertes Image. Der Film ist sozusagen der Text, in dem ich am allerwenigsten erwarte, intime, unverfälschte Blicke auf den Star zu erhaschen. Dyer spricht in diesem Sinne von einer „Rhetorik der Authentizität“ (1991, 137), die nur dann erfolgreich sein kann, wenn sie nicht als solche wahrgenommen wird. Ein Film muß deshalb auf besondere Weise „markers of authenticity“ benutzen, um der Instabilität der Authentizität eines Stars entgegenzuwirken. Dies können z.B. redundante Gesten des Schauspielers resp. Stars selbst sein, die nicht einstudiert, sondern wie natürlich und intimisierend wirken; es können aber auch formale Mittel eingesetzt werden, wie etwa Nahaufnahmen oder Kameraeinstellungen, die den Zuschauer als unbeobachteten, zufälligen Beobachter an einer Szene teilhaben lassen.

Doch so perfekt der Körper Lara Crofts auch programmiert und inszeniert ist, es läßt sich drehen und wenden wie man will: Lara Croft bleibt eben nur Illusion, wird durch nichts aus Fleisch und Blut ‘gedeckt’. Die für das Starphänomen notwendige „Differenz zwischen dem öffentlichen Image und der dahinter vermuteten realen Person – also eine gewisse Rätselhaftigkeit des Stars“ (Lowry 1997, 14) ist bei Lara Croft also nicht gegeben. Sie scheint kein Geheimnis zu umgeben. Anders als beim Medium Film kann das Image des Stars nicht auf eine reale Person übertragen werden, die außerhalb des Mediums existiert, und so kann sich auch die Frage nach Glaubwürdigkeit für sie nicht in gleicher Weise stellen. Und genau darin, so möchte ich behaupten, gründet die Tatsache von

Lara Crofts Popularität, denn die angesprochene Kluft zwischen Person und Image bedeutet auch – wie das Wort Glaubwürdigkeit bereits andeutete – immer einen Moment der Unsicherheit, den es bei Lara eben *nicht* gibt. Kein realer Körper, der verifiziert, dessen Existenz überprüft werden müßte.

Lara ist von vornherein Kunstfigur auf allen Ebenen, und dies ist ganz und gar offensichtlich. Wenn Lara in Nahaufnahme gezeigt wird, dann stellt diese Nahaufnahme ihren Status als virtuelles Wesen geradezu heraus. Es ist ein flächiges und kantiges Gesicht, das wir sehen. Die Nahaufnahme ist nicht „authenticity marker“ für die Starqualität der inszenierten Schauspielerin, sondern hier wird Startum in seiner Konstruiertheit vorgeführt. Während der Körper des (Film-) Stars bestimmte Werte gewissermaßen auch festschreibt, werden sie im Falle des virtuellen Stars durch ihre offengelegte Geschaffenheit frei verhandelbar. So sehr man um das „In-Szene-Setzen“ der Monroe als Sexsymbol in ihren Filmen weiß – die Tatsache, daß es diesen (photographierten) Körper auch wirklich gab, setzt der Argumentation, daß es sich nur um eine konstruierte Weiblichkeit handle, ein biologistisches Aber entgegen. Anders verhält es sich bei Lara Croft. Sie ist von vornherein – durch das Anspielen auf Stereotype und Klischees eines Pin-up-Girls – in der Form eines Sexsymbols entworfen. Da diese Tatsache ihrer Konstruiertheit aber so offensichtlich ist, schreibt ihre Symbolhaftigkeit nichts fest, sondern stellt sich sogar selbst in Frage. Ihre Virtualität legt sozusagen die Diskursivität des Körpers frei.

Und deshalb kann Lara Croft immer wieder zu diskursiven Verhandlungen über Sexualität und Geschlechterverhältnisse sowie zu Vereinnahmungen ihrer Person für eigene lebensweltliche Identitätsprozesse einladen. Hunderte von Auseinandersetzungen, Diskussionen und Beiträge zu Lara Croft auf Webpages und in Foren ihrer Fans im Internet belegen das.

Ähnliches zeigt sich in der strikten Ablehnung vieler Fans, „ihre Lara Croft“ in der geplanten ‚Verfilmung‘ durch eine leibhaftige Schauspielerin verkörpert zu sehen. Auch treffen die Werbeaktionen der Firma Eidos für das Spiel, in denen Lara offensichtlich als Sexsymbol vermarktet wird, auf verbreiteten Unmut der Fangemeinde. In der Gegenreaktion hat sie sich auf einen gemeinsamem Kodex für ihre Fanseiten geeinigt: „This Site is Nuderaider free!“ Kars kommentierte das in einer Antwort auf meine Internetbefragung wie folgt:

I must point out that the game's character and my perception of Lara Croft are drifting apart. They'll always be related, but I've got my own, personal view on who and what Lara is. Not even Core/Eidos can change that. I just wish Eidos hadn't made Lara into the (ugh) bimbo she is now. They try to focus people's attention on her looks, not on who she is (Kars).

Vor diesem Hintergrund muß die obige Behauptung, „Lara Croft sei Lara Croft“, relativiert werden. Zwar hat Lara Croft die Eigenschaft, gleichzeitig als „Person“ (mit einer Biographie außerhalb des Spiels) und als Figur wahrgenommen zu werden, doch weist ihre Diskursivität auf etwas anderes hin: Lara ist eben nicht gleich Lara, denn neben den erwähnten Geheimnissen in ihrem Haus und den Gerüchten, die um sie kursieren, steht ja selbst ihre Lebensgeschichte und auch Biographie – eine normalerweise verlässliche Größe – in Frage. Denn die Biographie unterscheidet sich von Fan-Seite zu Fan-Seite und ist immer wieder Thema von Diskussionen. Dabei geht es nicht nur um ihr „wirkliches“ Geburtsdatum und um ihre bevorzugten Hobbys, sondern zu einem großen Teil um ihren Charakter, ihre „inneren“ Werte. Das Spiel setzt der Diskussion um Lara Crofts Charaktereigenschaften keine Grenzen, weil innerhalb des Spiels selbst so gut wie keine Charaktereigenschaften im Sinne von Einstellungen und Wertvorstellungen bestimmt werden. Diese werden Lara Croft vielmehr erst durch die Fans zugeschrieben. Beispielsweise steht die Frage nach der Motivation von Lara Croft, den Auftrag Jacqueline Nadlas im ersten Spiel anzunehmen, im Mittelpunkt vieler Fanstories. In solchen Diskussionen verhandeln die Fans selbst mögliche Werte und soziale Identitäten.

Vor allem in den erwähnten Online-Foren gibt es einen regen Austausch über solche Fragen. Dort kann jeder, der möchte, ein Thema in Form einer kurzen Überschrift öffentlich zur Diskussion stellen. ‚Klickt‘ man auf diese Überschrift, kommt man auf eine nächste Seite, auf der kurz das Problem dargestellt wird; man sieht die bereits eingegangenen Antworten und kann selbst seine Meinung zum Thema beisteuern. Eine solche Überschrift lautet beispielsweise: „Does Lara wear a navel ring?“ Hinter dieser Frage verbirgt sich dann die Unsicherheit eines Teenagers darüber, ob er sich piercen lassen soll oder nicht, und in der Fangemeinde sucht er Rat. Eine andere Frage heißt zum Beispiel: „What should Lara do when she is too old for Tombraiding?“. Hier werden dann – neben Fortschreibungen und Überlegungen zu Laras Lebensgeschichte – ganz allgemein „Probleme des Älterwerdens innerhalb der Gesellschaft“ in einem populären Rahmen diskutiert.

Wenn ich zunächst davon gesprochen habe, daß bei Lara Croft die bei einem Filmstar immer relevante Dimension des „Geheimnisvollen“ erst gar nicht existierte, da bei Lara keine Differenz zwischen „realer“ Person und Image vorliegen kann, so muß diese Aussage nun modifiziert werden: Es gibt auch bei Lara eine Dimension der Unsicherheit. Aber diese Unsicherheit beruht nicht auf der Differenz zwischen Image und Person, sondern zwischen Image und Image, eine Differenz, die durch die jeweiligen Fandiskurse – fast ausschließlich im In-

ternet – entsteht: Als populäre Figur lädt sie zum Spiel mit dem Wissen um die Starkonstruktion ein.

Wenn Paul McDonald in seinem Artikel „Reconceptualizing Stardom“ die Frage stellt: „Are film stars still significant in how moviegoers negotiate their social positions? Or have other figures such as popstars, models or sportsmen and women become more significant?“ (1998, 200), dann drückt sich in dieser Formulierung bereits die Ahnung aus, daß dem so ist. Ich würde dem beipflichten, weil schon jetzt neben die „großen“ Filmstars ein Heer „kleiner“ Stars aus anderen medialen Zusammenhängen getreten ist. Aber in Bezug auf McDonalds Frage wäre wohl noch eine andere Antwort zu formulieren: Der Grund für das Nachlassen der Popularität von Filmstars mag auch darin begründet liegen, daß die dafür benötigten „markers of authenticity“ in einer Zeit, in der die wirklichkeitskonstruktive Macht der Medien immer schon vorausgesetzt wird, ihre Funktion immer mehr einbüßen. In diese Lücke könnten virtuelle Stars wie Lara Croft stoßen. Werden das die Stars der Zukunft sein?

Literatur

- Bordwell, David (1992). Kognition und Verstehen. Sehen und Vergessen in Mildred Pierce. *Montage/AV* 1,1, S. 5-24.
- Branigan, Edward (1992). *Narrative Comprehension and Film*. London: Routledge.
- Dyer, Richard (1991) A Star is Born and the Construction of Authenticity. In: *Stardom. Industry of Desire*. Hrsg. v. Christine Gledhill. New York: Routledge, S. 132-140.
- Eugeni, Ruggero (1998) Myst: Multimedia Hypertexts and Film Semiotics. In: *IRIS*, 25, S. 9-26.
- Genette, Gérard (1994) *Die Erzählung*. München: Fink.
- Hayes, Michael / Dinsey, Stuart (1996) *Games War: Video Games – A Business Review*. London: Bowerdean Publications.
- Herman, Leonhard (1998). *Phoenix. The Fall & Rise of Video Games*. Union, N.J.: Rolenta Press.
- Horton, Donald / Wohl, R. Richard. (1956) Mass communication and para-social interaction. Observation on intimacy at a distance. In: *Psychiatry* 19,3, S. 215-229.
- Jost, Francois (1983) Narration(s): en decà et au-delà. In: *Communications* 38, S. 192-212.

- Lowry, Stephen (1997). Stars und Images. Theoretische Perspektiven auf Filmstars. *Montage/AV* 6,2, S. 11-35.
- McDonald, Paul (1998) Reconceptualising Stardom. In: Dyer, Richard: *Stars* (New Edition). London: BFI Publishing, S. 175-211.
- Seeßlen, Georg / Rost, Christian (1984) *Pacman und Co. Die Welt der Computerspiele*. Reinbek: Rowohlt Taschenbuchverlag.
- Wolf, Mark J. P. (1997). Inventing Space. Toward a Taxonomy of On- and Off-Screen Space in Video Games. In: *Film Quarterly* 51,1, S. 11-23.

The Crofttimes: <http://www.cubeit.com/ctimes/index.htm>.

Wittraider: http://ggw.biz-worms.de/wr/layout_pacific/index.htm.

Vinzenz Hediger

Das vorläufige Gedächtnis des Films

Anmerkungen zu Morphologie und Wirkungsästhetik des Kinotrailers

I would put Hollywood's production ability third in importance, behind marketing and financing.

Stan Coleman, Anwalt, in *Variety*, 18. April 1994

Über die Dominanz des Hollywoodkinos zu lamentieren, ist in den letzten Jahren in Europa etwas aus der Mode gekommen. Man hat sich mit der Allgegenwart amerikanischer Filme abgefunden, steht offen dazu, Arnold Schwarzenegger zu mögen und adelt Steven Spielberg, als hätte man es immer schon gewußt, nachträglich zum Filmkünstler. Die Tragik des cinéphilen Anti-Amerikanismus liegt nun darin, daß er just im Moment seines Erschlaffens vollends Recht bekommt, zumindest in ökonomischer Hinsicht. Lag der Anteil der amerikanischen Filmindustrie am Weltmarkt 1970 noch bei knapp fünfzig Prozent, so beträgt er heute achtzig und mehr.

Kapituliert haben die Feinde Hollywoods nicht zuletzt vor einer Vervielfachung des Werbevolumens. 1939 investierte MGM knapp sieben Prozent seines Produktionsbudgets in Werbung, viel im Vergleich mit anderen Studios. Universal etwa plante in der Saison 1943/44 nur gerade eine Million Dollar ein, 2,8% des Produktionsetats.¹ Seit Anfang der achtziger Jahre dagegen belaufen sich die Werbekosten auf mindestens die Hälfte der Produktionskosten: 55 Millionen für den Film und 30 Millionen für die zugehörige Kampagne waren die Durchschnittswerte für 1998 (vgl. Grove 1999, 66). Angesichts solcher Zahlen drängt es nicht nur postapokalyptisch gestimmte Filmkulturpessimisten, sich eingehender mit der Rolle der Kinoreklame zu befassen. Es reicht schon, wenn man der Filmgeschichtsschreibung mit Sorlin die Aufgabe stellt, „die Realisierung und die Zirkulation von Filmen innerhalb der Gesamtbewegung der Produktion und Verbreitung von Gütern im industriellen Zeitalter“ (Sorlin 1996, 36) zu analysieren.

1 Vgl. anon.: MGM Announces Its Own Trade Practice Program. In: *Motion Picture Herald*, Vol. 134, No. 12, 25. März 1939, 13-31; Anon.: Film Advertising Aiming at Record Expenditure. In: *Motion Picture Herald*, Vol. 152, No. 12, 18. September 1943, 25.

Abgesehen von Janet Staigers Entwurf einer Geschichte der Kinoreklame (Staiger 1990) hat die Filmwissenschaft das Thema allerdings bislang nur kursorisch, in einigen versprengten und eher anekdotischen Untersuchungen behandelt.² Das liegt unter anderem daran, daß der Gegenstand sich nur schwierig bestimmen läßt. Vor die Aufgabe gestellt, eine Geschichte der Filmwerbung zu schreiben, sieht man sich mit einer Materialfülle konfrontiert, die nicht einfach zu bewältigen ist. Soll man Werbemittel untersuchen, Budgets, Vermarktungsstrategien? Sind Fallstudien das richtige Mittel, und wie wählt man diese aus, so daß sie repräsentativ sind? usw.

Einen eleganten Ausweg bietet die Beschäftigung mit dem Filmtrailer. Der Trailer ist, wie die Produzentenvereinigung MPAA in ihrem Handbuch für Filmwerber³ festhält, das Herzstück jeder Filmwerbekampagne, was nicht zuletzt meint: Er ist das wirksamste und kosteneffizienteste aller Werbemittel. Vorfilme beanspruchen im Schnitt 4,5% des Werbebudgets, tragen aber 25% bis 35% zum Einspielergebnis bei (vgl. Slide 1986, 351). Der Trailer entscheidet aber nicht nur in hohem Maße über den Erfolg der ganzen Kampagne, er stellt, was die Untersuchung erleichtert, auch eine prägnante Textsorte dar. Analysiert man eine größere Gruppe von Beispielen, so kann man darlegen, nach welchen Regeln Trailer funktionieren. Eine Auflistung dieser Regeln könnte den Ausgangspunkt einer Rhetorik der Filmwerbung bilden, einer Analyse der Muster und Strategien, welche die Reklame im bisherigen Verlauf der Filmgeschichte benutzte.

So sehr aber der Vorfilm als *via regia* zur Untersuchung der Filmwerbung erscheint, es stellt sich auch hier die Frage nach dem Korpus. Trailer bedeutet im Wortsinn „Anhängsel“ und meint ursprünglich einen kurzen schwarzen Filmstreifen, der zur Schonung am Ende der Kopie angeklebt wurde. Ungefähr ab 1912 versteht man darunter auch einen Abspann mit einer Reklamemitteilung. Erstmals verwendet werden Trailer in diesem Sinn in Fortsetzungsfilmen wie der Edison-Produktion *WHAT HAPPENED TO MARY?* (USA 1912) oder *THE PERILS OF PAULINE* (Pathé, USA 1914), wo sie jeweils am Ende einer Episode auf die nächstfolgende verweisen. Vorfilme aus Filmausschnitten tauchen 1916 auf, kurz nachdem der Langspielfilm zum Standardformat wird. In regelmäßigem Gebrauch sind solche Trailer in den USA seit 1919⁴; in Deutschland wird eben-

2 Für eine Übersicht über die Literatur zur Filmwerbung bis Mitte der neunziger Jahre vgl. die Bibliographie von Meret Ernst in: Beilenhoff/Heller 1995, S. 261 ff.

3 Anon.: *Advertising Handbook*. Sherman Oaks: MPAA, 1991, 16.

4 Zwischen 1919 und Ende der sechziger Jahre wurden die meisten Trailer von der New Yorker Firma *National Screen Service* hergestellt. *National Screen* unterhielt enge Beziehungen zu den Studios und sicherte sich vertraglich den exklusiven Zugriff auf Filmausschnitte. Die Firma

falls zu dieser Zeit mit dem Format experimentiert. Angesichts der Dauerhaftigkeit des Formats stellt sich die Frage, ob man die Untersuchung nicht auf Teilaspekte beschränken müßte. Soll man Trailer bestimmter Genres, Regisseure oder Studios untersuchen? Soll man entscheidende Phasen der Industriegeschichte näher verfolgen?

Übergreifende Muster und Strukturen lassen sich indes nur aufzeigen, wenn man von Studioherkünften ebenso abstrahiert wie von der Autorenschaft oder der Besetzung der Filme. Aus diesem Grund wählte ich die Beispiele so aus, daß möglichst alle Genres und Studios über den gesamten untersuchten Zeitraum hinweg gleichmäßig vertreten sind.⁵ Begnügt habe ich mich an jenem Punkt, an dem sich mit Propp sagen ließ, daß einige Exemplare mehr oder weniger an den Resultaten nichts Grundlegendes mehr ändern (vgl. Propp 1987, 34). Das Korpus bestand schließlich aus 2039 Beispielen vorwiegend amerikanischer Produktion aus den Jahren 1912 bis 1998. Es umfaßt 903 Sichtungsnotizen und 574 Transkripte, angefertigt aufgrund von Sichtungen auf Video, Film und Laserdisc. Ferner 310 Trailerscripts, 150 *continuities* oder Transkriptionen für den Studiogebrauch sowie 102 weitere Dokumente. 1512 der Beispiele sind eigentliche Trailer, 253 sind TV-Spots, 157 Teaser Trailer, 63 „making of...“-Dokumentationen sowie 54 Beispiele verschiedener weiterer Formate. Pro Jahrgang zählt das Korpus im Schnitt 24,3 Beispiele, davon 18,4 Trailer. Gewisse Asymmetrien ließen sich nicht vermeiden. So sind die Trailerscripts für MGM- und Universal-Produktionen leichter greifbar als jene für Paramount- oder Fox-Filme. Dennoch dürfte die Auswahl für die amerikanische Studioproduktion einigermaßen repräsentativ sein.

Analysiert habe ich die Beispiele im Zeichen einer Leitfrage, die sich angesichts der zentralen Bedeutung und der bemerkenswerten Wirksamkeit des Vorfilms aufdrängt: *Was tut ein Trailer überhaupt?* Wie bewirkt er das *desire to see the picture*, jenes Begehren⁶, den Film zu sehen, welches das eigentliche Produkt der Filmwerbeindustrie darstellt? Dabei erwies es sich als sinnvoll, diese

verfügte so über ein eigentliches Monopol, weil sie als einziger Anbieter den Kinobetreibern ein Abonnement für Trailer zu allen Filmen aller Studios offerieren konnte. Einige Filmfirmen produzierten zwar vorübergehend ihre Trailer selbst, so Warner Bros. von 1928 bis 1966, MGM ab 1934 und Paramount ab 1939. Seit Anfang der siebziger Jahre werden die meisten Trailer zudem von kleinen, unabhängigen Spezialfirmen wie *Kaleidoscope* oder *Aspect Ratio* hergestellt. Den Vertrieb betreute aber stets *National Screen*, und auch heute noch verleiht die Firma die Trailer aller Studios außer Paramount und Warner Bros.

5 Das Material stammt hauptsächlich aus folgenden amerikanischen Archiven: Museum of Modern Art, New York; Library of Congress, Washington D.C.; Wisconsin Center for Film and Theatre Research, Madison; Brigham Young University, Provo, Utah; UCLA, Los Angeles; Warner Bros. Collection, USC, Los Angeles; Margaret Herrick Library, Beverly Hills.

Frage unter zwei Aspekten zu behandeln, unter einem morphologischen und einem wirkungsästhetischen. Die Morphologie des Trailers legt dar, *was der Trailer mit dem Film tut*, um seine Wirkung zu erzielen: Also welche formalen und rhetorischen Muster er verwendet. Die Wirkungsästhetik wiederum basiert auf der Annahme, daß zwischen Formgestalt und psychischer Wirkung ein Zusammenhang besteht (Wuss 1993). Sie befaßt sich mit der Frage, *was der Trailer mit dem Publikum tut*: Also inwiefern die Form des Trailers besonders geeignet ist, das Begehren nach dem Filmsehen zu wecken.⁷

I. Morphologie

The basic truism about trailers is that they have to be better than the movies they promote.

Mitch Goldman, Leiter Marketing und Verleih der *New Line Studios*, in *Variety*, 28.11.1994

Eine erste Sichtung des Korpus ergab den Eindruck, daß Vorfilme ein weitgehend autonomes Format sind, eigenen Regeln folgend, die sich unabhängig von der Beschaffenheit des beworbenen Films, mitunter auch unabhängig von seinem Genre geltend machen. Um diese Regeln zu bestimmen, unterschied ich drei Klassen von Merkmalen, hinsichtlich derer sich die Beispiele analysieren ließen. In strukturalistischer Diktion kann man diese drei Klassen als Paradigmen charakterisieren und die einzelnen Trailer als deren syntagmatische Aktualisierungen. *Strukturelle Parameter* sind solche, die den dramaturgischen Bau betreffen. Von diesen zählte ich insgesamt 13. Als *formale Parameter* behandelte ich 23 verschiedene Stilmittel wie Trickblenden, Texteinblendungen oder die Sprecherstimme. Unter *sprachlich-rhetorischen Parametern* schließlich verstand ich insgesamt 35 verschiedene stereotype Slogans und Redewendungen wie „a cast of thousands“ oder das Zeitadverb

- 6 „Desire“ ist der gängige amerikanische Ausdruck für das Interesse der Konsumenten an der Ware. Der Begriff ist bereits in Werbehandbüchern der zehner Jahre gebräuchlich. Studioverantwortliche verwenden ihn spätestens in den dreißiger Jahren, zu einer Zeit also, in der die Filmwerbung einen Grad von Standardisierung erreicht, den sie auch heute noch aufweist.
- 7 Trailer wurden von anderen Autoren unter einer Reihe weiterer Aspekte untersucht. Für einen feministisch-psychoanalytischen Ansatz vgl. Haralovitch/Klaprat 1982. Für eine sprechakttheoretische Analyse vgl. Lughi 1984. Für eine Analyse unter Zuhilfenahme von Gérard Genettes Begriff des Paratextes vgl. Pezzotta 1989. Für einen Versuch, die Funktion von Trailern mit André Gides Begriff der „mise en abyme“ zu erklären vgl. Grimm 1996. Mit dem Begriffsinstrumentarium einer neo-aristotelischen Rhetorik arbeitet ferner Lisa Devereux Kernan, die an der UCLA eine Dissertation über Trailer aus den fünfziger und sechziger Jahren vorbereitet.

„ever“ in Formulierungen wie „the most exciting adventure ever filmed“. Zudem vermaß ich, soweit möglich, Länge und Schnittfrequenz.

Den Ausgangspunkt der Analyse bildete die narrative Struktur, und zwar deshalb, weil der Umgang mit der Storyinformation in der Sicht der Praktiker ein zentrales Problem der Trailergestaltung darstellt. Ein Trailer weckt Begehren, schrieb etwa der Industrierpionier Jesse Lasky 1937, in dem er zwar die besten Szenen des Films zeigt, von der Story aber möglichst wenig, am besten gar nichts preisgibt (vgl. Lasky 1937, 13). Für die Analyse nahm ich einen Modalwert der Storystruktur an, wie er sich in Regelpoetiken für Drehbuchschreiber, aber auch in kognitionspsychologischen Untersuchungen zum Geschichtenerinnern finden läßt. Dieser Modalwert entspricht im wesentlichen einem klassischen Dreiaktsschema des Dramas mit Exposition und auslösendem Ereignis, Konfrontation und Wendepunkt sowie Auflösung (vgl. Field 1990, 14; Freytag 1983, 105 ff.; Mandler 1984, 31 ff.). Die Beispiele wurden nun daraufhin befragt, ob sie diesem Storystereotyp folgten oder von ihm abwichen.

Dabei zeigte sich, daß es zwei große Formationen des Umgangs mit Storyinformation gibt. Trailer der ersten Formation unterschlagen die Storyinformation weitgehend; Detektivfilmen ähnlich, weisen sie Plotformen auf, welche ein ganzes Bündel von Fragen zur Geschichte aufwerfen, diese also als unaufgelöstes Rätsel präsentieren. Trailer der zweiten Formation dagegen reproduzieren in hochverdichteter Form zwei Drittel des Storystereotyps und brechen im Moment der Spannung ab. Ihre Plotform ist linear, sie zielt auf eine unaufgelöste Spannung.

Ferner zeigte die Analyse, daß eine Mehrzahl aller Beispiele (840 von 1512) ungeachtet ihrer Plotform eine ähnliche Grundstruktur aufweist. Die meisten davon stammen aus der Zeit zwischen 1933 und 1960, weshalb es nahe liegt, dieses Bauschema als *klassische Struktur* zu bezeichnen. Es besteht aus einem Intro, in welchem das Thema eingeführt oder das hauptsächliche Verkaufsargument genannt wird, gefolgt von einer ersten Nennung des Titels, die gleichsam als Antwort auf die erste Frage zu verstehen ist, welche das Intro aufwirft. Dieser Titelnennung folgt eine Durchführung, die aus drei bis fünf Teilen besteht, etwa einer Castliste, einer Reihe von Szenen und einer Passage mit zusammenfassenden Texteinblendungen.⁸ Diese Durchführung bildet den Hauptteil und dient der Ausarbeitung des Themas aus dem Intro. Auf die Durchführung folgt eine abermalige Nennung des Filmtitels, der Endtitel. Die klassische Struktur läßt sich demnach durch folgende Formel ausdrücken:

8 Den Begriff der Durchführung ist der Kompositionslehre der europäischen Kunstmusik entlehnt, weist doch dieses Bauschema des Trailers zumindest seiner Makrostruktur nach eine Verwandtschaft mit der Sonatenform auf.

Intro / Titel / Durchführung / Endtitel

Da nun Intro und Titel durch eine implizite Frage-Antwort-Beziehung verbunden sind, könnte man sie auch zusammenfassen und als Exposition bezeichnen. Damit würde die Formel so lauten:

Exposition (Intro + Titel) / Durchführung / Endtitel

Mit einer solchen, flexibleren Formel sind auch jene 160 Beispiele des Korpus erfaßt, in denen der Titel vor dem Intro kommt oder der Titel bereits im Intro genannt wird. Demnach weisen 1000 der 1512 Beispiele eine klassische Struktur auf. Bei den meisten übrigen Beispielen wird die Struktur durch jene zwei Drittel des Storystereotyps vorgegeben, welche der Trailer reproduziert.

Man könnte nun meinen, daß die Zweidrittel-Struktur die klassische Struktur verdränge. Betrachtet man sie aber in einem Strukturvergleich, so zeigt sich, daß die Zweidrittel-Struktur die klassische eher nur überlagert. Wo Intro war, ist nun Exposition, wo Titel war, ist auslösendes Ereignis, wo Durchführung war, ist Konfrontation, wobei diese, ähnlich der Durchführung, mehrere Teile oder Etappen haben kann. Der Endtitel bleibt ohnehin am Ort. Bringt man die Zweidrittel-Struktur auf eine Formel, so wird die Analogie augenfällig:

Exposition / auslösendes Ereignis / Konfrontation / Endtitel

Auf einer tiefenstrukturellen Ebene weist also die überwiegende Mehrzahl der Beispiele (85.9%) ein ähnliches Muster auf, einen Bau in vier Teilen.

Die Aussagen zu Plattform und Struktur lassen sich nun zu einem kombinierten Analysekriterium verschränken. Dieses Kriterium besteht aus zwei Fragen: Weist der jeweilige Trailer einen linearen Plot auf, der auf eine unaufgelöste Spannung abzielt? Und verfügt er über eine klassische Struktur? Es ergeben sich vier Wertekombinationen – ja/ja, ja/nein, nein/ja und nein/nein. Diese entsprechen vier Grundtypen, und einem dieser Grundtypen läßt sich jedes Beispiel des Korpus zuordnen. Es sind dies:

klassischer Typ (832 Beispiele):

Klassische Struktur: Ja

Spannungs-Plot: Nein

Mischform bzw. Zweidrittel-Typ mit klassischer Struktur (168 Beispiele):

Klassische Struktur: Ja

Spannungs-Plot: Ja

Zweidrittel-Typ (305 Beispiele):

Klassische Struktur: Nein

Spannungs-Plot: Ja

abweichender Typ (156 Beispiele):

Klassische Struktur: Nein

Spannungs-Plot: Nein

Betrachtet man die diachronische Verteilung der vier Grundtypen, dann zeichnet sich der Umriss einer Stilgeschichte ab. Frühe Trailer aus den Jahren zwischen 1916 und 1924 weisen meist eine Struktur auf, die an Filmplakate und Inserate erinnert. Sie bestehen aus dem Filmtitel, Großaufnahmen von Stars und einer oder zwei Szenen, also aus den gleichen Elementen, aus denen auch Poster aufgebaut sind. Die Hersteller bezeichneten diese Vorfilme denn auch nicht als Trailer, sondern als „animated heralds“ und „screen announcements“, als bewegte Plakate und gefilmte Inserate.⁹ Dieses Muster erweist sich aber als dramaturgisch ungenügend und wird um 1924 durch die klassische Struktur abgelöst, welche die Aufmerksamkeit der Zuschauer besser zu binden erlaubt. Von 1924 bis Mitte der sechziger Jahre herrscht der klassische Typ vor, der daraufhin teilweise der Mischform weicht. Ende der siebziger Jahre macht diese ihrerseits dem Zweidrittel-Typ Platz, der seither die Trailerproduktion dominiert.

Zieht man die Ergebnisse der Analyse von formalen und sprachlich-rhetorischen Parametern hinzu, so zeigt sich, daß gewisse Merkmale eher in Verbindung mit dem klassischen, andere eher in Verbindung mit dem Zweidrittel-Typ verwendet werden. So tritt der klassische Typ in einer Häufigkeit von 93.2% mit Texteinblendungen auf, während 82.3% der Zweidrittel-Trailer Sprecherstimmen verwenden. Manche dieser Konstellationen treten zudem über längere Zeiträume so häufig auf, daß man normative Modelle ihres Gebrauchs formulieren kann. Ein solches Modell möchte ich als Modus bezeichnen, von denen sich namentlich zwei beschreiben lassen: Ein klassischer Modus, der von 1933 bis Anfang der Sechzigerjahre vorherrscht, und ein zeitgenössischer, der seit etwa 1981 dominiert.

Der klassische Modus basiert auf dem klassischen Grundtypus – Rätselplot plus Struktur mit Intro/Titel/Durchführung/Endtitel – und privilegiert üblicherweise den Star als Verkaufsargument gegenüber der Story. Stars werden entweder im Intro oder zu Beginn der Durchführung namentlich genannt, also

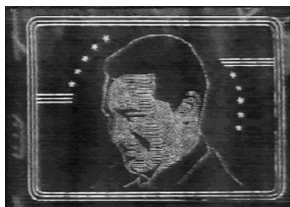
9 Vgl. Anon.: Paramount's New Trailer Idea. In: *Exhibitor's Herald and Motography*, Vol. IX, No. 6, August 3, 1919, 35; anon.: Artistic Screen Novelty Permits Audience To Enjoy Announcement. In: *Moving Picture World*, Vol. 43, No. 6, January 31, 1920, 764.

spätestens nach 30 Sekunden. Die Geste des klassischen Modus ist die des *showing as announcing*, des ankündigenden Zeigens zum Zweck des Verkaufens. Er verwendet einen Montagetyp, der auf die Herausbildung visueller Tropen abzielt. Trailer des klassischen Modus behandeln die Szenen etwa als Synekdochen für den Film, weshalb man in diesem Zusammenhang von einer *visiotropen Montage* sprechen könnte. In der visiotropen Montage bleibt die herkömmliche Hierarchie von Bild und Ton erhalten. Das Visuelle hat Vorrang, was auch in der Häufigkeit von Texteinblendungen zum Ausdruck kommt. Auffällig oft treten im klassischen Modus zudem auch pseudojournalistische Elemente auf, welche suggerieren, daß der jeweilige Film ein Ereignis mit Neuigkeitswert darstellt; auch dies ein Moment des Ankündigungsgestus.¹⁰ Ein Beispiel für diesen klassischen Modus ist der Trailer zur MGM-Produktion *THE PHILADELPHIA STORY* (DIE NACHT VOR DER HOCHZEIT, USA 1941, George Cukor). Er weist eine Struktur mit Intro, Titel, Durchführung und Endtitel auf und verwendet Texteinblendungen. Die Szenen aus dem Film vermitteln keine Storyline (auch wenn die letzte Szene mit einem Cliffhanger endet). Sie werfen vielmehr nur eine Reihe von Fragen zur Konstellation der Figuren auf und funktionieren als visuelle Tropen für den Film. Das Intro besteht aus Texteinblendungen im Stil eines *marquee*, einer Ankündigungstafel eines Broadway-theaters (eine Zeile = eine Texteinblendung):

10 Pseudojournalistische Elemente treten vor 1960 in einer Häufigkeit von 10.5% auf; in den Achtziger- und Neunzigerjahren beträgt dieser Anteil noch 1.9%. Ein Beispiel ist das Intro des Trailerscripts zu *A NIGHT IN CASABLANCA* (USA 1946 [Universal], Archie Mayo 1946):

<i>Bild</i>	<i>Titel</i>
1. MS von Fernschreibern in Aktion	F-L-A-S-H CLEAR ALL NEWS WIRES ALERT THE NETWORKS HERE IS NEWS
2. Totale von Radiosendeturm	
3. Nahaufnahme von Hand, die Telegraphensignal bedient, mit entsprechendem Toneffekt	
4. Nahaufnahme von Signet: ON THE AIR	<i>Voice-over</i> A bulletin has just been handed to me. Ladies and Gentlemen, ... if you are standing, sit down, if sitting, lie down ... we cannot be responsible for the effect of this announcement ... are you ready? Here it is: THE MARX BROTHERS ARE BACK!
5. <i>americaine</i> von Radiosprecher im Schattenriss	
6. 3Shot der Marx Brothers.	

Quelle: Robert Faber Collection, Academy of Motion Picture Arts and Sciences.



METRO-GOLDWYN-MAYER INAUGURATES A NEW
SHOW SEASON
BY BRINGING YOU THE STAR-PACKED
LAUGH-LADEN ROMANTIC SMASH
WHICH HAD BLASÉ BROADWAY ROARING FOR A
SOLID YEAR ... AT \$4.40 PER SEAT!

Die Anlehnung an die Ästhetik der Ankündigungstafel ist ebenso charakteristisch wie der mitschwingende Tonfall der Gesellschaftsberichterstattung. Der klassische Modus ist, wie auch die häufigen pseudojournalistischen Versatzstücke zeigen, eine schwache, um nicht zu sagen parasitäre Form, die sich oft über Bezugnahmen auf andere Formate und Medien definiert. Nicht von ungefähr hießen die ersten Trailer „animated heralds“, und nicht von ungefähr wurde die Sprecherstimme in Trailern in der ersten Phase nach ihrer Einführung – technisch machbar waren Voice-over-Einspielungen erst 1932 – als „broadcast voice“ bezeichnet, in Anlehnung an die körperlose Sprecherstimme aus Rundfunksendungen.¹¹

Auf das Intro folgen im Vorfilm zu *THE PHILADELPHIA STORY* die obligate Titleinblendung, eine Castliste in Form von Starporträts, die wiederum auf dem *marquee* eingeblendet werden, sowie eine Reihe von Szenen. Ohne Vorkenntnis des Theaterstücks, welches dem Drehbuch zugrundeliegt, läßt sich aus dieser Szenenfolge kein Aufschluß über die Rollenverteilung und den Bau der Story gewinnen. Vielmehr wirft jede Szene für sich eine oder mehrere Fragen über die Story auf: Weshalb droht Cary Grant Katharine Hepburn Gewalt an? Welches Verhältnis haben sie zueinander, und was hat es mit seinem Alkoholismus auf sich? Wird Katharine Hepburn James Stewart heiraten? etc. Die Szenenfolge bildet letztlich eine Reihe kognitiver Lücken. Deren Wirkung wird dadurch unterstützt, daß der Film mit Stars besetzt ist, tragen wir doch an die Szenen zusätzliche Erwartungen heran, die sich an die Schauspieler knüpfen und sich aus der Kenntnis der außerfilmischen und transtextuellen Komponenten ihrer Starmages nähren. Über die Story aber gewinnen wir auch dadurch keinen näheren Aufschluß.

Ganz anders in Trailern des zweiten Modus. Dieser basiert auf dem Zweidrittel-Typus und privilegiert die Story als Verkaufsargument; die Stars werden meist erst am Ende des Trailers namentlich identifiziert. Seine Geste ist nicht mehr die des ankündigenden Zeigens einiger Szenen, sondern jene der Simulation des Films.¹² Das Filmmaterial bildet nicht visuelle Tropen, sondern liefert Bausteine einer Kleinst erzählung, weshalb man auch von *storytelling as selling*

11 Vgl. anon.: Producers and Distributors of Trailers. In: *Film Daily Yearbook* 1933, New York 1932.

sprechen kann, von einem Geschichtenerzählen zum Zweck des Geschichtenverkaufs. Das Gerüst dieser Kleinst erzählung bildet zumeist eine Reihe von Dialogpassagen auf der Tonspur, denen das Bildmaterial dann zur Illustration zugeordnet wird. Diegetisches Bild und diegetischer Ton treten dadurch anders in Beziehung als im konventionellen Spielfilm oder in klassischen Vorfilmen. Ihre Hierarchie löst sich auf, und der Ton erhält bisweilen auch Vorrang gegenüber den visuellen Anteilen. Man kann in diesem Zusammenhang von einer kontrapunktischen oder *polyphonen Montage* sprechen, insofern Ton und Bild hier mit gleichen oder fast gleichen Rechten zusammenwirken, ähnlich einem mehrstimmigen Satz im musikalischen Kontrapunkt (vgl. Stephan 1957, 143).

Möglicherweise der erste Trailer, der polyphone Montage einsetzt, ist der Vorfilm zu *THE NIGHT OF THE IGUANA* (*DIE NACHT DES LEGUAN*, USA 1964, John Huston). Er stellt ein Beispiel der Mischform dar, verwendet er doch die klassische Struktur, bettet aber in die Durchführung einen Spannungspot ein. Dieser führt den Protagonisten und sein Problem ein (den von Richard Burton gespielten exordinierten Priester), das auslösende Ereignis (Burtons Begegnung mit der attraktiven jungen Sue Lyon), und illustriert den resultierenden Konflikt. Wegweisend ist dieser Vorfilm nicht nur, weil er Ton und Bild einander frei zuordnet. In der Konfliktpassage, der Konfrontation, zieht die Schnittfrequenz merklich an, ein Stilmittel, welches Trailer des zweiten Modus fast durchgängig verwenden.

Den zweiten Modus in reiner Form repräsentiert der Trailer zu *BRAVEHEART* (USA 1995, Mel Gibson). Mel Gibson spielt einen schottischen Landwirt des Mittelalters, der eine Familie gründen will und von einem englischen Besatzungsoffizier gehindert wird. Er mutiert zum Freiheitskämpfer, stellt eine Armee auf und zieht gegen England ins Feld, wobei er in der katholischen Gattin des englischen Königs eine heimliche Aliierte findet. Dies alles teilt der Trailer in 135 Sekunden mit, in einer Kleinst erzählung aus 13 Dialogpassagen, denen 89 Einstellungen zugeordnet werden. Abgeschlossen ist sie eigentlich schon nach 89 Sekunden oder 10 Szenen, als sie in einen Cliffhanger mündet. Die letzten drei Szenen illustrieren das Kampfgeschehen und bringen keine weitere Plotentwicklung. Inwiefern die Tonspur das Gerüst der Erzählung bildet, zeigt sich daran, daß sich die Dialogpassagen ohne Weiteres auf die Zweidrittelstruktur herunterbrechen lassen:

12 Trailermacher der jüngeren Generation - die übrigens meistens Filmschulabgänger sind, während ihre Vorgänger aus der Werbung und dem Journalismus kamen - nehmen nicht von ungefähr für sich in Anspruch, nicht irgendwelche Werbeschnipsel zu fertigen, sondern „mini movies“.

Exposition



Auslösendes Ereignis



Endtitelpassage



Exposition:	2 Szenen mit 2 Einsätzen der Sprecherstimme
Auslösendes Ereignis:	1 Szene
Konfrontation:	7 + 3 Szenen

Der Übergang vom ersten Modus zum zweiten stellt nun einen eigentlichen Paradigmenwechsel in der Filmwerbung dar. Hielten klassische Trailer mit Storyinformation noch zurück und rückten die Stars in den Vordergrund, so hat man nach Ansicht eines zeitgenössischen Trailers oft das Gefühl, als hätte man den ganzen Film schon gesehen. Erklären läßt sich diese Entwicklung aus einem Wandel des Publikumsverhaltens und der Marktstruktur. In der klassischen Studioperiode, die ich für die Zwecke dieser Arbeit auf den Zeitraum von 1919 bis 1953 festgelegt habe,¹³ wurden Filme noch gewohnheitsmäßig und vergleichsweise unspezifisch konsumiert. In den fünfziger und sechziger Jahren brach der Markt auf in eine Vielzahl sogenannter Nischen. Filme wurden zu ausdifferenzierten Einzelprodukten, hergestellt für spezifische Publikumsgruppen. Die Zuschauer gingen dazu über, ihre Filme nach der Story auszuwählen und nicht mehr nach Besetzung und Genre.¹⁴ Im Zuge dieser Entwicklung erhielt der Trailer eine zweite Funktion neben der primären, die Leute ins Kino zu locken. Er mußte fortan auch jene Leute, für die der Film nicht gedacht ist, vom Kinobesuch abhalten, beeinträchtigt doch nichts die kommerziellen Aussichten mehr als unzufriedene Kinogänger, die ihren Freunden und Nachbarn vom Besuch abraten.¹⁵ Diese doppelte Funktion von Lockung und Abschreckung erfüllen die Kleinst erzählungen des Zweidrittel-Trailers ungleich besser als die vergleichsweise uninformativen Vorfilme im klassischen Modus.

Begünstigt wurde der Übergang vom ersten zum zweiten Modus zudem vom Aufkommen neuer Auswertungskanäle. Schon die Ausbreitung des Fernsehens, spätestens aber der Heimvideoboom Ende der siebziger Jahre zeigten, daß Filme

13 Von 1919 bis 1953 dauert die erste Phase der vertikalen Integration der amerikanischen Filmindustrie. 1919 begann Paramount mit dem Zukauf von Kinos, während der New Yorker Kinobetreiber Marcus Loew die Metro Studios kaufte, aus denen fünf Jahre später MGM hervorgehen sollte. So entstanden die ersten Firmenkonglomerate, die sowohl in der Produktion, der Distribution und der Auswertung von Filmen tätig waren. Das sogenannte *consent decree*, ein Urteil des obersten Gerichtshofes aus dem Jahr 1948, zwang die Studios, sich unter dem Sherman-Antitrust-Gesetz von ihren Kinoketten zu trennen. Der Verkauf der Kinos war 1953 weitgehend abgeschlossen.

14 Vgl. anon.: Hit Picture Lessons. In: *Motion Picture Herald*, Vol. 238, No. 3, January 17, 1968; anon.: Interview mit Andrew Kuehn. In: *Evening Outlook*, 3. April 1981; anon. (1982) Interview mit Paul Silliman, *Daily Variety*, 3. November 1982.

15 Interview mit Andrew Kuehn, Trailerproduzent und Eigentümer der Trailerfirma Kaleidoscope, Los Angeles, 7.12.97.

keineswegs verderbliche Produkte für den einmaligen Konsum sind. Vielmehr schaut sich das Publikum Filme oft Dutzende von Malen an, weshalb erst recht kein Grund besteht, die Story mit einem Geheimnis zu umgeben. Was den Trailer im zeitgenössischen Kino in einem ganz spezifischen Sinn zum Vorfilm werden läßt: Seine Rezeption ist, im für die Produzenten günstigen Fall, nur die erste in einer Reihe von wiederholten Rezeptionen des Films.

II. Wirkungsästhetik

The mind is the battleground. The mind is where all the marketing battles are won or lost.

Dave Howe, Creative Director Broadcasting and Presentation BBC, in *Diffusion*, Frühling 1997

Trailer sollen Begehren wecken, ein Bedürfnis, den Film zu sehen. Wenn nun zwischen Formgestalt und psychischer Wirkung ein Zusammenhang besteht, dann stellt sich die Frage, inwiefern die Form des Trailers dieser Funktion Rechnung trägt. Beantworten möchte ich diese Frage mit fünf Thesen. Zusammen ergeben sie den Umriss einer Wirkungsästhetik. Mehr als eine Skizze möglicher weiterführender Untersuchungen stellen sie allerdings nicht dar.

Trailer erzielen ihre Wirkung demnach, indem sie 1) ihr Publikum unterhalten, 2) das suggerieren, was René Girard mimetisches Begehren nennt, 3) mit kognitiven Lücken operieren, 4) an die Erinnerung an bereits gesehene Filme appellieren und 5) den Film unter dem Aspekt des antizipierten Rückblicks präsentieren, also gleichsam in Gestalt einer virtuellen Erinnerung. Trailer haben zudem auch einen *primacy effect*, eine Vorprägewirkung (vgl. Sternberg 1978, 90). Sie schaffen Voreinstellungen zu Story und Figuren und beeinflussen die Wahrnehmung des Films. Die Werbewirkung berührt dies aber nur am Rand, weshalb ich mich auf eine Diskussion der fünf genannten Momente beschränke.

1) Unterhaltungswert: Richard Dyer hat für die Beschreibung von *entertainment* eine Reihe von Merkmalen vorgeschlagen, die auch auf geläufige Vorstellungen utopischer Zustände zutreffen (Dyer 1992, 20-21). Trailer beider Modi sind nun so beschaffen, als wollten sie Dyers Theoriemodell durchdeklinieren. Sie verströmen über ihre hohe Schnittfrequenz, Toneffekte und Ereignisdichte *Energie*, sie prunken mit einem *Überfluß* an Schauwerten, sie versprechen *einfache, klare Verhältnisse* im Plot des Films und sie vermitteln ein *Gefühl von Gemeinschaftlichkeit*, dies nicht zuletzt über die Sprecherstimme, die anonym im Namen aller spricht und Anleihen beim kulturellen Muster des „public speech“ macht, der öffentlichen Rede (Boorstin 1958, 10). Trailer versprechen mit ande-

ren Worten nicht nur Unterhaltung, sie gewähren sie bereits. Das kommt nicht von ungefähr, denn vom Unterhaltungswert hängt die Werbewirkung ab. Daß Trailer unterhaltsam sein müssen, ein „entertainment in themselves“, postuliert schon 1920 ein Vorfilmerhersteller, und auch später tritt diese Forderung, einer Beschwörungsformel gleich, immer wieder auf.¹⁶ Den Grund nennt ebenfalls 1920 ein Branchenjournalist: „Information imparted to an amused audience stays in the memory“¹⁷ – eine Werbebotschaft, die einem gut unterhaltenen Publikum vorgetragen wird, bleibt besser haften.

Trailer erzielen einen solchen Effekt namentlich über die Schnittfrequenz. In der klassischen Periode sind sie rund doppelt so schnell geschnitten wie die zugehörigen Spielfilme. Im zeitgenössischen Kino sind sie dreimal schneller, wobei die Einführung des computergestützten Filmschnitts in den neunziger Jahren eine dramatische Verkürzung der durchschnittlichen Einstellungslänge von 1.9 Sekunden (1990) auf 1.2 Sekunden (1998) bewirkte. Ähnlich wie die Filme des russischen Montagekinos, die ebenfalls dreimal so schnell geschnitten waren wie zeitgenössische amerikanische Durchschnittsproduktionen (vgl. Bordwell 1985, 238), machen sich Trailer damit einen Wirkungszusammenhang zunutze, auf den Hochberg hinweist: Eine hohe Schnittfrequenz versetzt das Publikum in einen Erregungszustand, und dieser wiederum begünstigt die Qualität der Informationsverarbeitung und die Erinnerungsleistung (vgl. Hochberg 1986, 53; Bower 1981; Müller/Ceviz 1993). Der gleiche Effekt läßt sich auch über eine höhere Lautstärke sowie einen größeren Anteil an hohen Frequenzen auf der Tonspur erzielen. Trailer wurden in der klassischen Periode stets lauter abgemischt als die Filme selbst, während Vorfilmtonspuren im gegenwärtigen Kino meist mehr Höhen aufweisen als die Soundtracks der Filme.¹⁸

2) Mimetisches Begehren: Trailer erzielen ferner Wirkung, indem sie das suggerieren, was René Girard „mimetisches Begehren“ nennt.¹⁹ Girard geht, in Absetzung von romantischen Vorstellungen, davon aus, daß Begehren nicht zwischen einem Subjekt und einem Objekt entsteht, sondern eines Mediators

16 Vgl. anon.: Artistic Screen Novelty ... (Anm. 9).

17 Anon.: Albright's Series Announcement Slides Combine Entertainment With Information. In: *Exhibitor's Herald*, Vol. 11, No. 2, 10. Juli 1920, S. 53.

18 Vgl. für die klassische Periode anon.: Standardizing. In: *Motion Picture Herald*, Vol. 123, No. 2, 11. April 1936, S. 9. Die Angaben zur zeitgenössischen Praxis verdanke ich Barbara Flückiger Konermann, die in der Eidgenössischen Materialprüfungsanstalt umfangreiche Frequenzanalysen an neueren Hollywood-Filmen und -Trailern durchführte. In amerikanischen Multiplexkinos werden Trailer zudem nach meiner Erfahrung nach wie vor deutlich lauter gespielt als Filme.

19 Für eine systematische Darstellung von Girards Konzept des mimetischen Begehrens vgl. Livingston 1992.

bedarf. Begehren ist das Begehren des anderen, aber nicht in dem Sinn, in welchem Lacan dies versteht. Ich begehre nicht, daß der andere mich begehrt, sondern ich begehre, was der andere begehrt: Ich imitiere sein Begehren. Die Beziehung zum anderen oszilliert dabei zwischen Nachahmung und Rivalität: Er suggeriert das Objekt des Begehrens, beansprucht es aber zugleich auch für sich selbst. Daß dieses mimetische Begehren in der Werbung eine zentrale Rolle spielt, brachte der Reklamefachmann Walter Dill Scott bereits 1911 zum Ausdruck:

The man with the proper imagination is able to conceive of any commodity in such a way that it becomes an object of emotion to him and to those to whom he imparts his picture, and hence creates desire rather than a mere feeling of ought (zitiert nach Ewen 1977, 31).

Die Rolle des Mediators in der Werbung besteht darin, eine emotional gefärbte Vorstellung zu kommunizieren. Die Botschaft sollte also als Ausdruck eines Begehrens des Mediators lesbar sein, zu dessen Imitation er mit seiner Mitteilung einlädt. Der Trailer kommuniziert an sich schon, wie eben angesprochen, eine erregungs- und also emotionsträchtige Vorstellung vom Film. Diese Vorstellung ist aber zugleich eine, die auf mehreren Ebenen als vermittelte ausgewiesen und Mediatoren zugerechnet wird. Die Rolle des Mediators spielen namentlich die verschiedenen Instanzen extrafiktionaler Narration, von den Texteinblendungen über die anonyme Sprecherstimme bis zu visuellen Marken wie Trickblenden und Zwischenblenden. Die gleiche Funktion erfüllen aber auch Kritikerzitate sowie Auftritte von Stars, welche in direkter Ansprache ans Publikum den Film empfehlen. Auftritte dieser Art sind übrigens in Trailern der fünfziger Jahre besonders häufig. Wie die anderen Elemente integrieren sie die Adressaten in die dynamische Triade von Subjekt, Objekt und Mediator und verwickeln sie in jenes Spiel von Suggestion und Versagen, aus dem das mimetische Begehren entsteht.

3) Kognitive Lücken: Trailer erzielen Wirkung, indem sie ein gewisses Maß an Storyinformation preisgeben, dabei aber kognitive Lücken entstehen lassen und Fragen aufwerfen, die erst der Film beantworten kann. Trailer des klassischen Grundtyps stellen ein ganzes Bündel von Fragen, Trailer der Mischform und des Zweidrittel-Typs namentlich die Frage nach dem Ausgang der Geschichte. Beide Plotformen haben dabei eine gemeinsame psychologische Wirkungsvoraussetzung: Das narrative Schema oder Storyschema, wie es in Untersuchungen zum Geschichtenerinnern beschrieben wird (vgl. Mandler 1984, 31 ff.). Dieses Schema bildet ein mentales Äquivalent des Storystereotyps und dient in der Rezeption des Trailers als Bezugsrahmen für die Zuordnung der Filmfragmente

und der Storyinformationen. Aus dem Zusammenspiel von Szenen und Storyschema im Trailer entsteht das Bedürfnis, die aufgeworfenen Fragen beantwortet zu sehen (vgl. Tan 1996, 97). Dieses Bedürfnis hat zwei Komponenten. Zum einen bildet es sich aus als kognitives Anliegen, es möge am Ende zu einer Auflösung kommen. Wir erwarten die „assimilation of the action observed, into a canonic narrative structure“ (Tan 1996, 96). Je nach Modus des Trailers äußert sich dieses kognitive Anliegen unterschiedlich. Klassische Trailer zielen eher auf Neugier ab, auf ein Interesse daran, worin der Konflikt überhaupt besteht. Zweidritteltrailer dagegen bewirken Spannung, also ein Interesse daran, wie der Konflikt ausgeht.²⁰ Neben dem kognitiven Anliegen entwickeln wir ferner ein affektives, den Wunsch nämlich, der Endzustand der fiktionalen Welt möge unseren Bedürfnissen und Wertvorstellungen entsprechen. Indem Trailer diese beiden Anliegen wecken, eröffnen sie, was Tan im Anschluß an Frijda eine *emotion episode* nennt, eine Episode emotionalen Konflikts (vgl. Tan 1996, 202). Wir erwarten, daß die Episode zum Abschluß kommt, werden aber vom Trailer enttäuscht. So überträgt man schließlich „das Bedürfnis nach Lösung der Spannung auf den angekündigten Film selbst und fühlt den Wunsch, sich diesen anzusehen“ (Babilas 1952, 51-52).

Dazu ist allerdings noch eine Differenzierung angebracht, die unter anderem den Einsatz der Musik betrifft. Klassische Trailer enden meist mit der Auflösung eines dramatischen Moll-Motivs in einen Dur-Akkord. Sie aktivieren so eine Konnotation im Sinne Meyers, eine kulturell bedingte, über Erfahrung eingebaute Verknüpfung von Klängen und Vorstellungsmustern (vgl. Meyer 1956, 256-257): Auf einer klanglich-symbolischen Ebene unterstellt die musikalische Auflösung, jenseits der Spannung herrsche Harmonie. Eine ähnliche Funktion erfüllt in Trailern des zweiten Modus unter anderem der Starname am Ende. Er folgt auf den Cliffhanger und bürgt so implizit dafür, daß der Star obsiegen wird – auch eine Form des Harmonieversprechens. Trailer arbeiten mithin mit kognitiven Lücken und eröffnen eine emotionale Episode. Auf einer kognitiven Ebene bleibt diese ohne Abschluß, auf einer affektiven Ebene hingegen wird sie durchaus zu Ende gebracht.

4) Appell an die Erinnerung: Trailer erzielen Wirkung, indem sie eine Neuheit anzeigen, zugleich aber an die Erinnerung an schon gesehene Filme appellieren. Filme sind, allen Standardisierungsbemühungen zum Trotz, voneinander unterschieden, es handelt sich also um Produkte mit beschränkter Qualitätsgarantie, deren Kauf für die Konsumenten einen vergleichsweise hohen Grad an Unsi-

20 Ich folge hier Brewer und Lichtstein (1982), die den Affekt der Neugier mit dem Rätselplot und den der Spannung mit dem Spannungsplot in Verbindung bringen.

cherheit bedeutet. Filmwerbung muß deshalb möglichst darauf abzielen, diese Unsicherheit herabzusetzen (vgl. Farhy 1994). Aus diesem Grund präsentieren Trailer den zugehörigen Film einerseits als Neuheit, nähern ihn aber auf verschiedenen Ebenen an vorhergehende Filme an. Das Neue wird als Möglichkeit der Wiederholung vergangener Befriedigungserlebnisse kodiert. Die offensichtlichste Form dieser Mischung aus Neuheitsanzeige und Appell an die Erinnerung ist der Einsatz von Stars. Trailer zeigen bekannte Stars in neuen Rollen. Die Neuheit der Rolle (oder ihre allfällige Nicht-Neuheit) wird aber nur augenfällig vor dem Hintergrund der Erinnerung an den Star in seinen früheren Rollen. Gleiches gilt auch für die Verwendung des Storystereotyps. Der Trailer zeigt Filmausschnitte, die man noch nicht kennt, die also die Neuheit des Films anzeigen. Er präsentiert sie aber im Rahmen oder im Bezug auf das Storystereotyp, und dessen Verwendung gleicht den neuen Film den alten, bereits gesehenen an. Dieselbe Funktion erfüllt schließlich auch die klassische Struktur.

5) Antizipation der Erinnerung: Jacques Lacan stellt die These auf, das Begehren habe ein bevorzugtes grammatikalisches Tempus, das *futurum exactum* (Lacan 1980, 808). Dieses sei das Tempus *par excellence* der vorausschauenden Einbildungskraft und mithin auch des Begehrens. Das klingt an sich eher kurios, ist aber für unser Thema durchaus von Belang. In klassischen Trailern kommen relativ häufig Formulierungen des Typs „you’ll love to remember it“, „you’ll never forget it“ vor. Sie tragen unter anderem einem konkreten Problem Rechnung, das mit den Eigenheiten des Produktes Film zu tun hat. Filmwerber der zehner und zwanziger Jahre waren sich lange Zeit nicht ganz klar darüber, was für ein Produkt sie da eigentlich verkaufen. Eine Ware im herkömmlichen Sinn war der Film nicht, was aber dann? Louis B. Mayer kam ihnen schließlich zu Hilfe mit der schönen Formulierung, die Filmindustrie verkaufe Erinnerungen. Die genannten Slogans suggerieren in diesem Sinn, daß es sich beim jeweiligen Film um ein Qualitätsprodukt handelt: Um eines, dessen Erinnerung lang anhalten und viel Freude bereiten wird.

Diese Formulierungen leisten aber noch mehr. Sie versetzen die Adressaten auch in die Position des antizipierten Rückblicks, oder eben: in die Position des *futurum exactum*, des Tempus des Begehrens. Es fragt sich, ob dasselbe nicht auch für den Trailer insgesamt gilt, ob der Trailer seine Adressaten nicht ohnehin in eine Position der antizipierten Erinnerung versetzt.

Die Rolle der Erinnerung in der Filmrezeption hat unter anderem Wuss (1995) thematisiert. Eine eingehendere Beschreibung des Filmerinnerns hingegen steht noch aus. Eine vorläufige Modellvorstellung läßt sich dennoch entwickeln, etwa im Rückgriff auf die kognitionspsychologischen Untersuchungen zum Geschichtenerinnern. Unbestreitbar erscheint auf Anhieb, daß wir uns

nicht so an den Film erinnern, wie wir ihn sehen. Wahrnehmungszeit und Erinnerungszeit unterscheiden sich, die Repräsentation im Gedächtnis dauert weniger lang als die eigentliche Wahrnehmung (vgl. Hochberg/Brooks 1996, 379). Entsprechend erinnern wir uns auch in erster Linie an Makrostrukturen. Wir vergegenwärtigen uns den Film über Zusammenfassungen, Deutungen und Beurteilungen (Branigan 1992, 14). Kintsch und Van Dijk sprechen dabei von einem „levels effect“ und stellen die These auf, daß eine Aussage aus einer Erzählung umso erinnerungssträchtiger ist, je höher ihr Abstraktionsniveau ist beziehungsweise je näher sie einer Zusammenfassung der Erzählung kommt. Mandler dagegen argumentiert, daß sich das Geschichtenerinnern auf zwei Ebenen vollziehe: auf einer Ebene der eher abstrakten Zusammenfassungen, aber eben auch auf einer Ebene der konkreten Einzelmomente (Mandler 1984, 64-72). Für eine Beschreibung des Filmerinnerns erscheint ein solches zweistufiges Modell auf Anhieb plausibler. Es trägt auch jenen Momenten des Filmerinnerns Rechnung, die Wuss Schlüsselbilder oder autonome Bilder nennt (Wuss 1993, 304) oder Jameson „afterimages“ (Jameson 1991, 70). Filmeindrücke, die besonders stark im Gedächtnis bleiben, obwohl sie nicht die Kulminationspunkte der dramaturgischen Entwicklung darstellen.

Filmausschnitte in Trailern sind in gewissem Sinn immer schon latente Schlüsselbilder. Sie sind aus ihrem Kontext gelöst und gleichen damit visuellen Informationen, wie sie im Kurzzeitgedächtnis aufbewahrt werden. Die raumzeitliche Markierung, die sie durch den narrativen Kontext erhalten, fehlt ihnen weitgehend. Analog dazu Erinnerungsbilder. Spätestens nach 1'200 msec. erlischt deren raumzeitliche Markierung, und die mentale Repräsentation eines Ereignisses beginnt sich von seiner Wahrnehmung zu unterscheiden (vgl. Hochberg/Brooks 1996, 374). Die Montage in Trailern weist die Bilder also weniger einem Raum der Wahrnehmung zu als einem Raum der Erinnerung. Als Indiz für die Affinität von Trailerausschnitten und Erinnerungsbildern kann auch die Häufigkeit von Standbildern in Vorfilmen gelten. Über den Trailer zu *THE GODFATHER* (DER PATE, USA 1972, Francis Ford Coppola) etwa, einen Zweidritteltrailer aus lauter Farbstills, läßt sich durchaus sagen, was Hochberg und Brooks zu Chris Markers *LA JETÉE* (AM RANDE DES ROLLFELDES, Frankreich 1964) – ein Film, der ebenfalls aus Standfotos besteht – bemerkten: „It is essentially a normal film in immediate memory, even as one watches it“ (Hochberg/Brooks 1996, 376).

Besteht die Erinnerung an den Film aus einem Zusammenspiel autonomer Bilder mit makrostrukturellen Elementen, dann läßt sich also die These vertreten, daß der Trailer seiner Form nach dieses Zusammenspiel imitiert und ein objektives Korrelat des Filmerinnerns bildet. Er verbindet Zusammenfassungen und andere allgemeine Informationen mit einer Reihung latenter Schlüsselbilder, als

wäre er ein vorläufiges Gedächtnis des Films: Der Film selbst aus der Position des antizipierten Rückblicks, oder, anders gesagt, aus der Perspektive des Begehrens.

Literatur

- Babilas, Wolfgang (1952) Dramaturgie der Vorschau. In: *Filmstudien*. Hrsg. v. Walter Hagemann. Emsdetten: Lechte, S. 51-59.
- Beilenhoff, Wolfgang / Heller, Martin (Hrsg.) (1995) *Das Filmplakat*. Zürich: Scaló.
- Boorstin, Daniel J. (1958) *The Americans. The Colonial Experience*. New York: Random House.
- Bordwell, David (1985) *Narration in the Fiction Film*. London, New York: Routledge.
- Bower, Gordon H. (1981) Mood and Memory. In: *American Psychologist*, February 1981, S. 129-148.
- Branigan, Edward (1992) *Narrative Comprehension and Film*. London: Routledge.
- Brewer, William F. / Lichtenstein, Edward H. (1982) Stories Are to Entertain: A Structural-Affect Theory of Stories. In: *Journal of Pragmatics* 6, S. 473-486.
- Dyer, Richard (1992) *Only Entertainment*. London: Routledge.
- Ewen, Stuart (1977) *Captains of Consciousness. Advertising and the Social Roots of Consumer Culture*. New York: McGraw-Hill.
- Farchy, Joëlle (1994) Le rôle de l'information dans la demande culturelle. In: *Iris* 17, S. 67-84.
- Field, Syd (1990) *Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film*. München: List.
- Freytag, Gustav (1983) *Technik des Dramas*. Stuttgart: Reclam.
- Grimm, Petra (1996) „Filmschnipsel“ mit Kalkül. Der Trailer im deutschen Kino. Konstruktionsprinzipien und Rezeption einer intertextuellen Filmsorte. In: *Positionen deutscher Filmgeschichte. 100 Jahre Kinematographie: Strukturen, Diskurse, Kontexte* (Diskurs Film 8). München: Diskurs Film Verlag, S. 455-472.
- Grove, Christopher (1999) Marketing Mania. In: *Variety, Columbia Pictures 75th Anniversary Special Edition* (Januar 1999).
- Haralovitch, Mary Beth / Klaprat, Cathy Root (1982) Marked Woman and Jezebel. The Spectator-in-the-Trailer. In: *Enclitic* 5, 2/6,1, S. 66-74.
- Hochberg, Julian (1986) Representation of Motion and Space in Video and Cinematic Displays. In: *Handbook of Perception and Human Performance*, Vol.

1. Sensory Processes and Perception. Ed. by Kenneth R. Boff, L. Kaufman & J. P. Thomas. New York: John Wiley & Sons, S. 22/1-22/64.
- Hochberg, Julian / Brooks, Virginia (1996) Movies in the Mind's Eye. In: *Post Theory. Reconstructing Film Studies*. Ed. by David Bordwell & Noël Carroll. Madison: University of Wisconsin Press, S. 368-387.
- Jameson, Fredric (1991) *Postmodernism, or: The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Lacan, Jacques (1980) *Schriften*. Olten: Walter.
- Lasky, Jesse L. (1937) The Producer Makes a Plan. In: *We Make the Movies*. Ed. by Nancy Naumberg. New York: W. W. Norton & Co, S. 3-20.
- Livingston, Paisley (1992) *Models of Desire. René Girard and the Psychology of Mimesis*. Baltimore, London: Johns Hopkins University Press.
- Lughi, Paolo (1984) When saying is getting somebody to do something: Manipulation and Speech Acts in the Verbal Language of the Trailer. In: *Recherches Sémiotiques/Semiotic Inquiry* 4, 3-4, S. 356-371.
- Mandler, Jean M. (1984) *Stories, Scripts and Scenes. Aspects of Schema Theory*. Hillsdale, N.J., London: Lawrence Erlbaum.
- Meyer, Leonard B. (1956) *Emotion and Meaning in Music*. Chicago: Chicago University Press.
- Müller, Horst / Savas, Ceviz (1993) Wirkung von Trailern. Ein Feldexperiment zur Werbung für Kinofilme. In: *Marketing. Zeitschrift für Forschung und Praxis* 15:2, S. 87-94.
- Pezzotta, Alberto (1989) Il paratesto del film. In: *Segnocinema*, Vol. IX, 39, S. 6-9.
- Propp, Vladimir (1987) *Die historischen Wurzeln des russischen Zaubermärchens*. München: Hanser.
- Slide, Anthony et. al. (1986) *The American Film Industry. A Historical Dictionary*. London, New York, Westport/Con.: Greenwood Press.
- Sorlin Pierre (1996) Ist es möglich, eine Geschichte des Kinos zu schreiben? In: *Montage/AV* 5/1, S. 23-37.
- Staiger, Janet (1990) Announcing Wares, Winning Patrons, Voicing Ideals. Thinking about the History and Theory of Film Advertising. In: *Cinema Journal* 29, 3, S. 3-31.
- Stephan, Rudolf (1957) *Fischer Lexikon Musik*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Sternberg, Meir (1978) *Expositional Modes and Temporal Ordering in Fiction*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Tan, Ed S. (1996) *Emotion and the Structure of Narrative Film. Film as an Emotion Machine*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.

Wuss, Peter (1993) *Filmanalyse und Psychologie. Strukturen des Films im Wahrnehmungsprozeß*. Berlin: Sigma.

Wuss, Peter (1995) Structures narratives du film et mémoire du spectateur. In: *Iris* 19, S. 29-53.