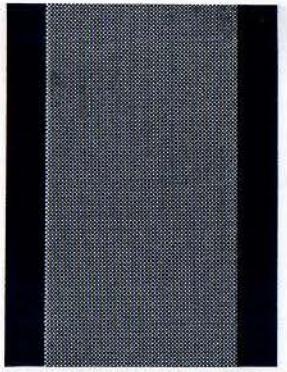
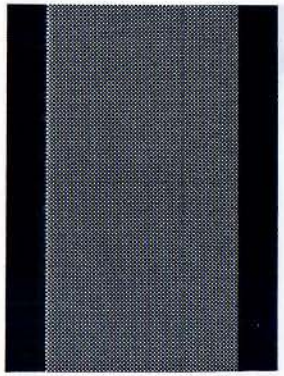


NAVIGATIONEN

SIEGENER BEITRÄGE
ZUR MEDIEN- UND KULTURWISSENSCHAFT

Jahrgang 1, Nummer 1, Juni 2001

Die in Vortortsiedlungen, Ghettos oder Slums aufwachsenden Jugendlichen sorgen gerne durch Vandalismus und Kleinkriege für die notwendige Abwechslung. Ähnlich wie bei den Hühnern haben wir unsere Lebenswelt allerdings bereits durch heftigen Medienkonsum erweitert, dessen Umfang und Ausrichtung durchaus eine vergleichbare Ursache haben könnte.



Georg
Stanitzek

ABSPANN, ANGEKLICKT

Eigentlicher Anfang des neuen Jahrtausends, Jahreswechsel 2000/2001, Werbeunterbrechung, Reklame: Kaffee. Etwas betulich, aber dann schon fast ein Stück Langfilm, verglichen mit dem, was folgt. Wieder Reklame, jetzt Eigenwerbung. Der allererste Eindruck ist so komisch wie stark. *Kabel 1* wirbt - vor einigen Trailern mit dem Programm der nächsten Tage - 25 Sekunden für seine Homepage, seine dort abfragbare Filmdatenbank.[1] Man sieht: weiße Schrift auf schwarzem Grund. Angeführt von „Cast" als Überschrift, mittig gesetzt, schiebt sich ein Block mit Rollen- und Schauspielernamen vom unteren Bildrand nach oben. Links zittern blass ein paar senkrechte dünne Streifen hin und her. Alter Film, jede Menge Kratzer, oft abgespielt, vielleicht restaurierungsbedürftig.
Sofort klar jedenfalls: Abspann, eine prägnante Form. Die Mitteilung „Cast" - auch Abspanne haben einen Anfang - hätte man sich insofern sparen, auch irgendwo mittendrin los- und runterrollen können. Man hört: großes Orchester, auch etwas angekratzt, aber

[1] „München, 3. November 2000. Kabel 1 Online startet am 5. November 2000 die Werbekampagne für das neu gestaltete Internet-Angebot im TV, im Internet und in den Printmedien. Die Kampagne soll vor allem auf das Online-Filmlexikon unter www.Kabel1.de aufmerksam machen. Vor einem Monat fand der Relaunch des Internet-Auftritts statt. Das größte deutschsprachige Filmlexikon bildet das Highlight auf der Kabel1.de. Dort findet der Nutzer über 50.000 internationale Filme und 150.000 Personen. Eine Fortsetzung der Kampagne mit neuen Motiven ist im nächsten Jahr geplant." - „Die Fernseh- und Printkampagne hat die Münchner Agentur Heye & Partner produziert." (Heike Pöhlchen, Pressemitteilung der ProSieben Digital Media GmbH, <http://www.prosieben.com/medienzentrum/presseservice/nachrichten/psdm/2000/1103/01/>)

in monumentalem Auftakt, Filmmusik. Der durchschlagende Eindruck der allerersten Sekunden rührt daher: *Kabel 1* sendet Hollywood, *Die besten Filme aller Zeiten* - so der Hauptslogan des Senders -, ihre Rechte bilden Leo Kirchs Kapital. Und in diesem Spot nun kommt Kino ins Bild, eine Macht, ihr Ritual, ihre Insignien, ihre Etikette.

Dass Kino hier überhaupt in dieser Form auf dem Bildschirm Zulass findet, hat ein komisch-spektakuläres Moment. Denn nicht nur erscheint ja dieser Abspann ohne zugehörigen Film, vielmehr kommt in der Regel Abspann bei Privatsendern - und in der Folge längst auch bei den Öffentlich-Rechtlichen - überhaupt nicht mehr vor. Das weiß das allgemeine Publikum ebenso wie die Fernsehforschung: Abspanne werden „gemieden und geschnitten“[2], weil sie den Konventionen des „Flows“ widersprechen, den man im Anschluß an Raymond Williams als fernsehprogramm-organisierendes Prinzip erkannt hat.[3] Mit dieser Differenz spielt der genannte Spot, vor diesem Hintergrund erhält er, in den Flow sowohl integriert als auch ihn unterbrechend, sein verblüffendes Moment.

Für die Hollywood-Kultur selber, hat man hingegen als Resultat anthropologischer Feldforschung festgehalten, gibt es kaum eine wichtigere Institution als den Filmabspann. Für die an der Produktion der „besten Filme aller Zeiten“ Beteiligten nämlich bilden die *screen credits* (die sich unterschiedlich auf Vor- und Abspann verteilen können) als *work records* eine Währung eigener Art; entsprechend nehmen eine ganze Reihe von Elementen dieser Kultur die Form einer *battle for credits* an, in der sich juristische, ökonomische und biografische Aspekte verschränken.[4] Hinzu kommt, dass Vor- und Abspann als Rahmenbedingungen, die in den Film ein- und aus ihm herausführen, von der Hollywood-Filmproduktion so ernst genommen werden, dass für die Frage ihrer Gestaltung Spezialisten - seien es Personen, Vor-/Abspann-Autoren, seien es ganze Firmen - engagiert werden. Nicht das Auftauchen eines Abspanns ist in dieser Perspektive bemerkenswert, sondern sein Fehlen.

[2] Norbert Mengel: Gemieden und geschnitten: Vor- und Abspanne in den Fernsehprogrammen, in: Knut Hickethier/Joan Bleicher (Hrsg.): Trailer, Teaser, Appetizer. Zu Ästhetik und Design der Programmverbindungen im Fernsehen. Hamburg: LIT 1997, S. 241-258

[3] Hans J. Wulff: Flow. Kaleidoskopische Formationen des Fern-Sehens, in: montage/av. Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Medien 4,2 (1995), S. 21-40; vgl. den frühen Hinweis bei Oskar Negt/Alexander Kluge, Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit, 3. Aufl. Frankfurt/M.: Suhrkamp 1974, S. 209

[4] Hortense Powdermaker: Hollywood the Dream Factory. An Anthropologist Looks at the Movie-Makers. Boston: Little, Brown and Company 1950, S. 154ff. und öfter

Medium/Inhalt

An dieser Stelle also gibt es unterschiedliche Prämissen und knirscht es entsprechend zwischen Fernsehen (wenigstens dieser Art Fernsehen, anderes bleibt vorstellbar) und Kino. Der Werbespot bietet in mikrologischer Form einen exemplarischen Fall von Intermedialität. Eins ihrer Rätsel. Im Zusammenhang der Thematisierung neuer Medien hat in den letzten Jahren ein Wort eine steile Karriere gemacht: „Inhalt“, ohne weitere Bestimmung, ganz

für sich genommen, gern im Plural (wo sind die Inhalte, wer hat sie, wer bringt die Inhalte?). „Inhalte einfügen.“[5]. Dieser Sprach- oder Begriffsgebrauch koinzidiert mit demjenigen Marshall McLuhans, insbesondere in dessen Medienevolutions-Theorem: „The effect of the medium is strong and intense just because it is given another medium as 'content.'“[6]

In diesem Sinn signalisiert der schadhafte Abspannstreifen auf der Seite des Senders: Wir haben sie, die Inhalte. Auf der Ebene der Mediendifferenz kann man als allgemeinere Aussage extrapolieren: Das elektronische Fernsehen, historisch auf der Kippe zwischen Analog- und Digitalmedialität befindlich, inszeniert sich als Medium, welches das ältere Analogmedium Film beerbt, umfasst, zum Inhalt hat. Das Rätsel, das sich damit stellt, lautet jedoch, was denn „Be-inhaltung“ des älteren im neueren Medium, des Kinofilms im TV heißt, was es heißen kann, wenn doch tatsächlich das Fernsehen (gemeint immer: diese Art Fernsehen) einen Teil des Films nicht brauchen kann, ihn wegschneidet (oder wie hier: ostentativ nicht der Restaurierung wert befindet).[7] Hat Fernsehen, aus diesem Blickwinkel gesehen, zum Beispiel „beste Filme aller Zeiten“ zum Inhalt, oder handelt es sich um etwas anderes? Um was? (Was ist Film?) Das ist nichts weniger als spitzfindig, vielmehr dürfte es sich medientheoretisch, intermedialitätstheoretisch, filmtheoretisch um eine offene Frage handeln. Den Spot braucht sie scheinbar nicht zu kümmern, er agiert sie praktisch aus, als Machtverhältnis.

[5] Benjamin v. Stuckrad-Barre: Transkript. Köln: Kiepenheuer & Witsch 2001, S. 103; vgl. auch ders.: Blackbox. Unerwarteter Systemfehler. Köln: Kiepenheuer & Witsch 2000, S. 11ff.

[6] Marshall McLuhan: Understanding Media. The Extensions of Man (1964). Introduction by Lewis H. Lapham, 2. Aufl. Cambridge, Mass.-London, England: The MIT Press 1995, S. 18

[7] Bzw. tatsächlich: ihn künstlich beschädigt, auf „alt“ trimmt.

Dass es um eine Machtfrage geht und gehen soll, wird schon nach drei bis vier Sekunden klar: Von unsichtbarer Hand gezogen beginnt das Bild, beginnt sich der Lauf der zunächst ruhig dahinziehenden Kolonne von Rollen- und Besetzungsnamen zu beschleunigen. Zugleich zieht jaulend die Tonspur an; und während die schriftlichen Informationen ins Unlesbare zu driften, über den Schirm zu fliegen beginnen, wirkt auch der Ton lauter, als

akkumulierte oder komprimierte die wachsende Geschwindigkeit den Sound (um den Preis seines Gestaltverlusts - Richtung noise). Inszenierung eines - weiteren - Defekts? Nein, Inszenierung eines Navigationsakts. Denn noch in den Moment der Beschleunigungsverblüffung hinein fährt vom rechten Bildrand ein orange-gelber Mauspfeil ins Schwarzweißbild, scheint kurz innezuhalten, bevor er in den Bereich der dahinfliegenden Abspann-Infos kommt, um genau an der Grenze zum Feld der schriftlichen Informationen - als handle es sich um eine spezifisch definierte Benutzeroberfläche - die Gestalt zu wechseln: in die eines *hand cursors*.

Die Intermedialitätsverhältnisse vervielfältigen sich. Das angesprochene, oder vielleicht besser: implizierte Problem der (Re-)Präsentation des alten Mediums im neuen setzt sich in einen Verweis auf die nächste Mediengeneration um; Bildschirmmedium 1 bringt Nr. 2 ins Spiel, setzt an, das aufgetretene Problem aufs Digitalmedium zu verschieben, abzuschieben. Die Geste ist zu komplex, als dass sie sich hier vollständig behandeln ließe. Rein von der werbegrafischen Seite her ist sie nicht unbedingt originell: Vor *dots*, *cursors* und *clicks* in den unterschiedlichsten Formen kann man sich in der gegenwärtigen Werbeszenerie kaum retten. Und auch dass da ein filmischer Paratext eingebracht wird, ist eine in jüngster Zeit häufig beobachtbare Praxis: 1998 wird für den *Ford Puma* mit einem Clip geworben, der Filmvorspanne von Pablo Ferro aus den späten 60ern zitiert, diejenigen zu *Bullit* und zu *The Thomas Crown Affair*[8]. 1999 beleiht ein *Hyundai*-Werbeclip Saul Bass' *Psycho*- und Maurice Binders *James Bond*-Vorspann; von den *Pink Panther*-Motiven, die auf David H. de Paties und Fritz Frelengs Vorspann zum gleichnamigen Blake Edwards-Film von 1963 zurückgehen, leben die gegenwärtigen Kampagnen der *Deutschen Telekom*. Was nur klar macht, dass diese Paratextsorte ein Medium für besonders prägnante Formen darstellt, die für Werbedesigner naturgemäß als Bezugsgrößen von Interesse sind.

[8] Siehe die Analyse von Rembert Hüser: Restating Cat, in: Jungle World, 13./20.9.2000, Nr. 38-39, Supplement

Film-Bild/Schrift

Dagegen wirkt es fast unspezifisch, wenn der Kabel 1-Spot sich pauschal auf „Abspann" als solchen bezieht. Und doch ist es ebenso zielgenau wie die eingebaute Cursorbewegung, die sich auf die schriftlichen Informationen richtet: Hier wird der Textstatus von Abspann betont, dieser gewissermaßen auf „reinen Text"- und nichts sonst - reduziert. Es handelt sich um ein Statement, das eigentümlicherweise mit bestimmten Positionen der Medien- und Filmtheorie konvergiert, sofern sie - insbesondere im deutschen Kontext - die Phänomene Vor- und Abspann[9] überhaupt der Reflexion wert erachten. Auch in diesem Zusammenhang werden

[9] Systematisch verdienen die Paratextsorten Vor- und Abspann im Zusammenhang verstanden zu werden. Die französische Sprache bietet hierfür das Wort „générique" an, das immer schon beide Aspekte meint und vielleicht mitverantwortlich dafür ist, dass die französische filmtheoretische Diskussion in dieser Frage besonders fortgeschritten ist. - Vgl. nur André Gardies: Génèse, générique, générateurs ou la naissance d'une fiction, in: Revue d'Esthétique N° 4/1976, S. 86-120; ders.: Au commencement était le générique (La forme-générique), in: ders.: Le conteur de l'ombre. Essais sur la narration filmique. Lyon: Aléas 1999, S. 9-23; Nicole de Mourges, Le Générique de Film, Paris: Méridiens Klincksieck 1994

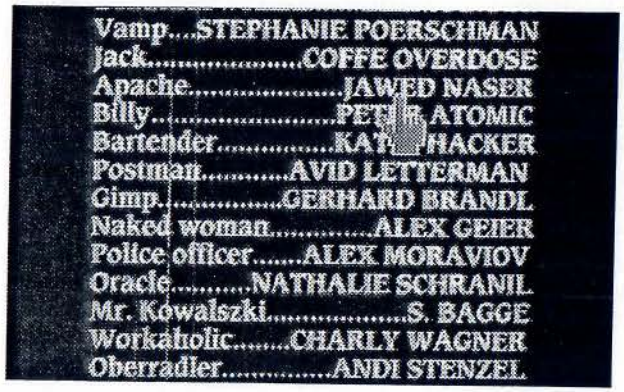
Vor- und Abspann in der Hauptsache unter dem Gesichtspunkt von Schriftlichkeit betrachtet - und das heißt: als störend, Störung nämlich der filmischen Illusion, die wiederum wesentlich realistische Illusion sei soll. Das Kriterium für diese Einschätzung bilden die *titles*[10], die man, da nicht in die filmische Erzählung integriert, nicht-diegetisch zu nennen hat. Betrachtet man sie unter diesem Gesichtspunkt, so hätte es jeder Film mit dem Problem zu tun, diese „unfilmische" Störung zu beseitigen oder doch zu glätten. „Jede nicht-diegetische Schrift muß notwendig *wie ein Schatten* auf das Bild fallen und die Illusion der räumlichen Tiefe durch die Fläche, auf der die Schrift erscheint, bedrohen. Jeder Film ist dieser Bedrohung von Anfang an ausgesetzt durch den Titelvorspann (Générique, Credits)."[11]

[10] Siehe als nützliche Übersicht über ihre verschiedenen Erscheinungsformen: Ivor Montagu: Film World. A guide to cinema. Middelsex, Engl. u.a.: Penguin Books 1964, S. 173ff.

[11] Diesen Gesichtspunkt hat Joachim Paech in einer Reihe von Arbeiten betont; siehe vor allem: Joachim Paech: Der Schatten der Schrift auf dem Bild. Vom filmischen zum elektronischen „Schreiben mit Licht" oder „L'image menacée par l'écriture et sauvée par l'image même", in: Michael Wetzel/Herta Wolf (Hrsg.): Der Entzug der Bilder. Visuelle Realitäten. München: Fink 1994, S. 213-233, hier S. 224

Der Programmpunkt heißt dann „Diegetisierung": Film kann, wenn er denn schon auf die störenden titles nicht zu verzichten vermag, allenfalls versuchen, sie zu „diegetisieren", das heißt, sie - in letzter Instanz immer vergeblich - dem räumlich-realistischen Bewegungsbild anzunähern, so die Bedrohung abzuwehren und vergessen zu machen. Die *Kabel 1*-Darstellung sieht es offenbar ähnlich und verschärft den Akzent: Fernsehen kann, und deshalb ja setzt die Präsentation hier auf den Abspann als „Textfläche", diese gleich wegschneiden und, so könnte man das Argument verlängern: Film damit als filmischer erweisen, als er von Haus aus sein kann! Könnte man nicht den Rest, die Schrift, die übrig bleibt, im Zuge dessen an das Digitalmedium Computer verweisen?

Das deutet der auf den Text führende Mauszeiger an, in Form einer kreisenden Bewegung, als korrelierte ihr eine tatsächlich von Menschenhand herrührende, gezielte und zugleich „suchende" Bewegung auf der Maus-Matte. Sie führt, man weiß nicht wie - bei der inzwischen rasenden Geschwindigkeit der zum oberen Bildrand hin wegrutschenden Titel: wie eine Zauberhand -, an eine ganz



bestimmte Stelle, character-Angabe „Vamp", stoppt dort den Film, der - wie bei einer Manipulation am Schneidetisch - dieser Hand nun gehorcht, sich ein minimales Stück zurückfahren läßt, während die Tonspur aussetzt und dann entsprechend dieser kleinen Rückbewegung ein bißchen ruckelt. Sieht man genau hin, erkennt man, dass der hand cursor im Moment des Klicks an der genannten Stelle seinen Zeigefinger krümmt - der Mauszeiger „hakt sich ein", während er den Vamp-Credit zurück in die Bildmitte befördert. Welcher Systemzustand und welches Systemereignis wären dieser Maus-Gestalt zuzuordnen? Steht sie für eine rechnergestützte Version der Videorekorder-Features? Oder soll die Abspann-Zeile hier als *active link* fungieren? Zunächst bleibt gar keine Zeit, sich auch nur die Frage zu stellen. Es folgt nämlich ein kurzes Innehalten, tonlos für einen Bruchteil von Sekunde 10 des Spots, für einen Moment der Spannung.

Navigationsutopie, Hypertextphantasie

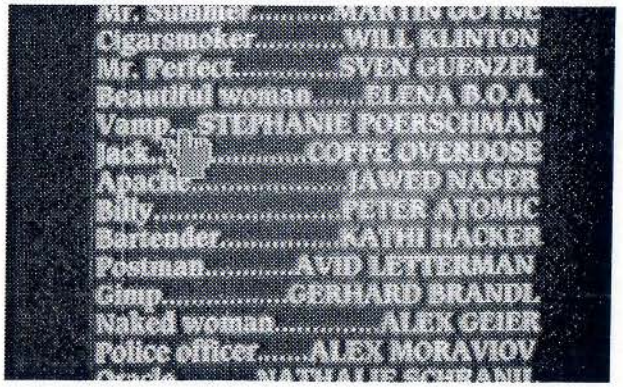
Dieser kurze Moment ist vielleicht der stärkste dieses kleinen Films. Wir haben es ja mit einem Stück Werbung zu tun, aber an dieser Stelle deutet sich ein Versprechen an, das weit über das hinausgeht, was gegenwärtig mit irgend einem Produkt halbwegs seriös versprochen werden könnte. Es gibt eine überschießende, utopische Seite der Angelegenheit; man könnte sie als Navigationsutopie bezeichnen: Utopie der Navigation in einem übergreifenden intelligenten Medienverbund. Einem, der im intermedialen Zusammenhang die jeweils anderen Medien nicht einfach verkleinerte oder verstümmelte[12], sondern sie im Sinne von Verbesserung, Ausbau, Präzisionsgewinn mit einer neuen Dimension ausstatten würde.

Konkreter gesagt, erscheint hier die phantastische Möglichkeit eines Hypertextes, in dem sich, zum Beispiel, Filmabspanne tatsächlich untereinander vernetzen ließen, so dass man von einem Credit zum nächsten in einem anderen filmischen Kontext gelangen würde - ähnlich vielleicht, wie diese Filme selber untereinander vernetzt sind und, zum Beispiel, Abspannformen verwenden, um diese Vernetzung auszuweisen. So dass man von „Vamp" zum frühen Film, zu „Vampir(e)", von dort zur Skandal- und Erfolgsfilm-Serie *Les Vampires* (1915/16) von Louis Feuillade, mit dem anagrammatisch erzeugten Namen der Heldin, „Irma Vep", von dort zum 1996 an ihn anknüpfenden gleichnamigen Film von Olivier Assayas käme. So dass sich von dieser Stelle aus nicht nur die naheliegende Abzweigung zum Hongkong-Kino eröffnete, die über den *string* „Maggie Cheung" (Hauptdarstellerin) leicht organisierbar wäre (und demgemäß in der einen oder anderen der heute im Handel

[12] Die hier am Fall des *Kabel 1*-Spots gegebene Darstellung wäre unvollständig, verschwiege man, dass das Kino seit dem Auftreten des Fernsehens dieses nur zu genussvoll denunziativ in seine Darstellungen aufgenommen hat; klassisch: Frank Tashlin, *Will Success Spoil Rock Hunter?* (Sirene in Blond, USA 1957), wo zunächst der Vorspann als Parodie auf Fernsehwerbung gestaltet ist und nach 62 Minuten die Filmhandlung unterbrochen wird, indem Tony Randall einen Medienvergleich zu TV und Radio vorführt, während das Film- auf Fernsehbildschirm-Format reduziert wird.

und im Netz befindlichen Filmdatenbank auch vorgesehen ist) - sondern dieser *Irma Vep*-Abspann selber mit ins Bild käme. Ins Bild mit seiner grafischen Gestaltung, einer Kombination von Handschrift, animierter Zeichnung und computergenerierten Videobildern, im Abspann selbst kreditiert mit „calligraphie de générique - CA", dessen Bedeutung sich allerdings auf der Ebene der als schriftliche Verbalinformation gegebenen Nach- und Hinweise keineswegs erschöpft, sondern einen eigenen, selbst filmischen Diskurs über den Film entfaltet - ihn nämlich über die Gestaltung der Grafik mit dem Vor- und Abspann von Polanskis *The Fearless Vampire Killers* von 1967 verschaltet (Vorspann-Autor: André François), der einen leicht als Blutstropfen identifizierbaren roten Fleck kapriziös durch die Buchstaben taumeln läßt. Dieser Irma Vep-Abspann, der sich so unglaublich viel Zeit nimmt und sie sich nehmen kann, weil auf der Tonspur ein Song läuft, „Bonnie and Clyde", ursprünglich gesungen von Serge Gainsbourg und Brigitte Bardot, ebenfalls im Jahr 1967 (in dem der andere Hauptdarsteller, Jean-Pierre Léaud, in Godards *La chinoise* und *Weekend* spielte), als Reverenz an den gleichnamigen Gangsterfilm von Arthur Penn, dito 1967, mit seinem elaborierten Vorspann, dessen reinen Text Peter Handke gleich als ganzen in seine *Innenwelt* aufgenommen hat[13], Gainsbourgs „Bonnie and Clyde", hier in der 1995er-Cover-Version von Luna (den weiblichen Part singt Laetitia Sadier von Stereolab), ein Hit, wobei der Abspann mit diesem Lied „rückblickend" eine bestimmte Szene im Film akzentuiert, in der es zuvor zu hören gewesen ist. Undsoweiter. Ein Traum natürlich (und natürlich meiner, andere werden anderes träumen), nicht mehr. Gleich ist er vorbei.

[13] Peter Handke: Die Innenwelt der Außenwelt der Innenwelt. Frankfurt/M.: Suhrkamp 1969, S. 119ff.



Denn auf den sich öffnenden Horizont des navigationsutopischen Einsatzes folgt seine radikale Verengung, auf den genannten kurzen Moment der Spannung die Lösung, sofort, ohne Umstände. Und irgendwie erhält sie eine ansatzweise Plausibilisierung dadurch, dass der kurze Moment doch lang genug ist, um zu realisieren, wer da als Vamp kreditiert wird - wir checken mit, in Versalien: „Stephanie Poerschman", da stimmt was nicht, und wenn ich zum Anfang gesagt habe, er sei stark und komisch, bezog sich letzteres auf diese Seite der Sache, die Behandlung der Rollen- und Darstellernamen, angeführt von „Dr. Eric Vornoff", dargestellt von „Tom Tiller" usw.: Fake-Namen, Schall und Rauch-Namen, schlechte Witze, die als solche ja gut gemacht sein könnten, aber „Frau Beckenbruch", „Andreas Stinkfeet"? Auf „Poerschman" folgt jedenfalls „Jack", gespielt von „Coffee Overdose". Egal. Egal? Dass das die These ist, die Lösung, um die es hier geht, daran bleibt nach dem vorangegangenen spannenden Moment kein Zweifel.

TV-Erlebnisästhetik

Nun kann man - mit gewissem Recht - einwenden, die vorgeschlagene Lektüre ziele am tatsächlichen Sachverhalt vorbei. Denn wird mit ihr nicht das Kursorisch-Vorüberfliegende auf eine Weise ins Statarische verlangsamt und gedehnt, die von den Spot-Machern gar nicht vorgesehen ist? Susan Sontag hat einmal, allerdings für den Film, die Behauptung aufgestellt: „Aus einem Film zu zitieren(,) ist nicht das gleiche, wie aus einem Buch zu zitieren. Während der Leser selbst bestimmt, wieviel Zeit er einem Buch widmen will, muss jemand, der sich einen Film ansieht, die vom Regisseur festgesetzte Zeit darauf verwenden; und jede Aufnahme kann nur so lange oder so kurz betrachtet werden, wie es der Filmschnitt zuläßt."[14]

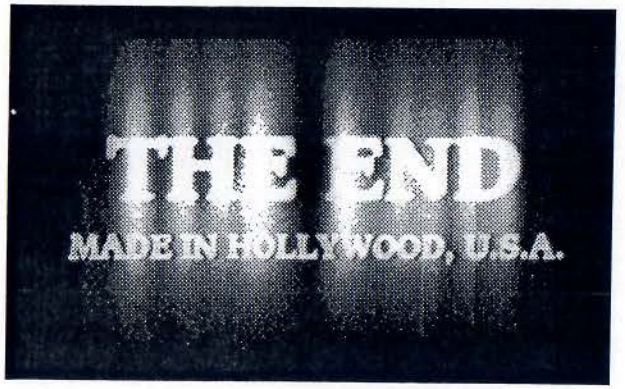
Dieses Argument war schon zum Zeitpunkt seiner Formulierung sehr angreifbar - wäre eine Lektüre am Schneidetisch demnach keine? -, der *Kabel 1*-Spot aber scheint es, nun für das Fernsehen, wieder in Szene setzen zu wollen. Denn sicher spekuliert die gebotene Namensreihe auf Live-Zuschauer, die mit dem Tempo, in das der Abspann da versetzt wird, selbstverständlich nicht mitkommen. Genau deshalb hat man sich nicht einmal die Mühe gemacht, diese Reihe wenigstens zuende zu führen; ab einem bestimmten Punkt beginnt sie sich einfach zu wiederholen, selbst das anfängliche „Cast" erscheint dann noch einmal, unmotiviert, mittendrin. Erst *slow motion* bringt das an den Tag. Das heißt, Fernsehen wird hier mehr oder weniger archaisch, ohne Videorekorder nämlich (so wie bei Sontag Film ohne Schneidetisch), gedacht. Und wie allen Aussagen über die (Un-)Zulässigkeit von Prothesen[15], geht es auch diesen darum, die „Natur", das „Wesen" der Sache festzulegen. (Was ist Film, was Fernsehen? Man wird diese Fragen nicht so einfach los.) Kurz gesagt, setzt man auf Erlebnisästhetik gegen analytische Lektüren. Und das verbindet sich ganz zwanglos mit dem Anti-Schrift-Affekt.

[14] Susan Sontag: Objekte der Melancholie, in: dies.: Geist als Leidenschaft. Ausgewählte Essays zur modernen Kunst und Kultur. Leipzig-Weimar: Gustav Kiepenheuer 1989, S. 175-202, hier S. 201f.

[15] Vgl. David Wills: Prosthesis. Crossing Aesthetics. Stanford, Cal.: Stanford University Press 1995

Sie wird jetzt ein bisschen übermütig, diese Maus; statt der Parade der credits ein Stück weiter folgen zu wollen - wie es die Tonspur, in Normalgeschwindigkeit zurückfallend, antäuscht -, nimmt sie nur ein bisschen Schwung, um die Sache wieder anzuschieben. Mit schwungvoll hüpfender wegwerfender Bewegung bringt sie den Text erneut in unlesbare Fahrt, lässt ihn aufjaulend wegsausen, um mit jetzt aufgerichtetem Zeigefinger nach rechts aus dem Bild zu schnellen. Klar wird: Der „spannende", nämlich unentschiedene Moment diente nur der Vorbereitung dieser Geste, der inszenierten Übermächtigung des Abspannmaterials durch dieses kleine, es nach Belieben manipulierende Mäuschen. Das war's soweit. Der Ton sackt ab, auf Schwarzbild folgt mittig, fett „THE END", kombiniert mit so etwas wie schnatterndem Leerlaufen einer Filmschlaufe. Darunter, etwas kleiner, „MADE IN HOLLYWOOD, U.S.A.", Aufruf der Autorität und Großmacht, als unterschriebe sie den Vorgang.

Sie unterschreibt mitnichten. Dieses Feld der Unterschriften, der vertraglich ausgehandelten Rangfolgen und ostentierten Unkosten - das Godard im Vorspann zu Tout va bien so treffend charakterisiert hat[16] - ist ihr vielmehr essentiell. Die *Kabel 1*-Werber wissen das auch ziemlich genau, hätten sie doch sonst sich die Mühe ersparen können, eigens einen Fake-Abspann am Rechner zu erzeugen: Nicht umsonst fehlt auf der „The End"-Tafel des Spots der Firmenname; auch für die Verwendung eines Originalabspanns gälte es Rechte zu bezahlen. Im übrigen hätte vermutlich jedes Studio



[16] Gefilmt wird das Ausstellen von Schecks.

diese Tafel als schlechte Arbeit abgelehnt.[17] Denn die historisierende Typografie - Galliard-Antiqua, auch Barockantiqua zu nennen, „klassisch" wirkend[18] - mag zwar halbwegs getroffen sein; die konkrete Ausführung jedoch erscheint wie dazu gemacht, einen der Grundfehler in Sachen (Bildschirm-!)-Typografie zu bebildern : „Es muß vermieden werden, daß durch Überstrahlung die Buchstabenkanten mit den Nachbarn zusammenfließen. Sonst werden die Wortbilder fleckig und unklar."[19]

[17] Dazu, welchen Wert die Studios insbesondere auf die Gestaltung ihrer Logos legen, siehe: Ronald Levaco/Fred Glass: Quia ego nominor Leo, in: Raymond Bellour (Hrsg.): Le Cinéma Americain. Analyses de films, Bd. 1. Paris: Flammarion 1980, S. 12-29; De Mourges, Le Générique de Film (s. Anm. 9), S. 183ff.

[18] In der parallel zum TV-Spot in verschiedenen Illustrierten geschalteten ganzseitigen Anzeige drastisch konfrontiert mit der dem Kabel 1-Design zugeordneten, „hochmodern" codierten DIN-Mittelschrift (vgl. etwa jetzt die Beilage zur Süddeutschen Zeitung v. 24.1.2001)

[19] Hans Peter Willberg/Friedrich Forssman: Erste Hilfe in Typografie. Mainz: Verlag Hermann Schmidt 1999, S. 85

Inhalt des Abspanns

Doch sieht man von den Interessen der Hollywood-Studios einmal ab - die sich selbstverständlich von denen des TV-Senders unterscheiden -, was ist Abspann aus der Perspektive des Kinofilms inklusive seiner Rezipienten? Unter Umständen ist es nicht weniger als der ganze Film, der sich in ihm zusammenfaßt. Zum Beispiel für John Updike, der vor einem Kino wartet, um einige Leute abzuholen, die sich Hal Ashbys *Being There (Willkommen, Mr. Chance)* anschauen, Updike, der nicht eintritt, sondern auf dem nahebei gelegenen Parkplatz den Film für sich selbst rekapituliert: „It was still a good half-hour until *Being There* would end, with that inspired addendum of outtakes, under the credit roll, wherein Peter Sellers tries again and again to relay, in his impeccably put-on American accent, the obscene message from the menacing boy, and breaks up laughing, again and again: Sellers, so incredibly clever, so lively in his impersonations, so quick, and now dead."[20] Wobei der Witz dieser Geschichte vermutlich darin besteht, dass der Erzähler sich irrt. Was die Kinobesucher sehen, dürfte gerade nicht dieser Abspann sein. Gegen ihn - und damit gegen den Regisseur des Films - hat ausgerechnet der clevere Peter Sellers noch nach Fertigstellung des Films interveniert. Und mit Erfolg. Die Lösung des Konflikts lag darin, dass der Vor-/Abspann-Autor Pablo Ferro den Abspann neu gestaltet hat (Titles auf gestörten Fernseh- bzw. Videobildschirm-Bildern[21] - dito ziemlich „inspiriert"). Was verdeutlicht, welche Bedeutung diesem Schnipsel Film sowohl auf der Produktions- wie auch auf der Rezeptionsseite zuzumessen ist.

[20] John Updike: Self-Consciousness. Memoirs. New York: Alfred A. Knopf 1989, S. 35

[21] Siehe oben, Anm. 12

Um diese Bedeutung besser zu verstehen, kann man eine weitere Erzählung über einen Abspann hinzunehmen, der gerade nicht gesehen wird. Joyce Carol Oates' Blond charakterisiert die Heldin anfangs als noch kindliche Kinogängerin: *„Wenn ich doch sagen könnte: Da! Das bin ich! Die Frau auf der Leinwand, bin ich.* Aber sie kann nicht bis zum Ende vorsehen. Nie hat sie die letzte Szene gesehen, nie den Abspann. Und das, obwohl sie doch weiß, dass darin, jenseits vom letzten Filmkuss, der Schlüssel zum

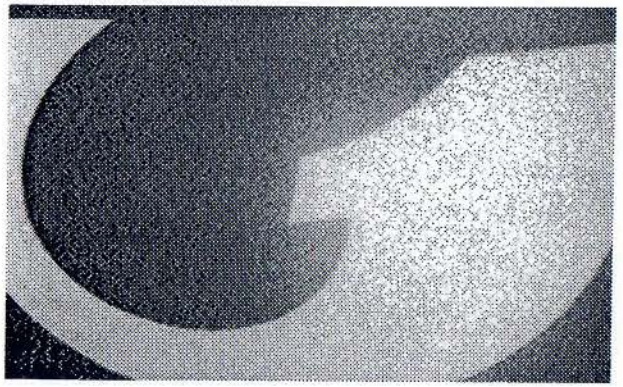
Verständnis des Filmrätsels liegt. Ähnlich wie sich in den Organen des menschlichen Körpers bei der Autopsie der Schlüssel zum Rätsel des Lebens findet."[22] Diese Formulierung spielt, da der Roman, wie indirekt auch immer, von Marilyn Monroe handelt, einen äußerst existentiellen Aspekt an. Aber selbst wenn man das damit gegebene Pathos streicht, gibt das Stichwort „Autopsie" einen wichtigen Hinweis. Denn der Terminus *générique* verweist etymologisch auf Genese: Ab- (und Vor-) spann geben eine Darstellung der Entstehung, Produktion und Produktionsbedin-gungen des jeweiligen Films. Das heißt, Film wird an dieser Stelle mit einer gewissen Notwendigkeit reflexiv - und läßt sich danach beurteilen, wie er mit dieser Reflexivität filmisch umgeht. Insofern führt jeder noch so phantastische Spielfilm an dieser Funktionsstelle einen durchaus dokumentarisch zu nennenden Diskurs. (Er mag zwar hoch konventionalisiert und stilisiert sein, aber welcher Dokumentarfilm wäre das nicht?) Hier dürfte einer der Gründe dafür liegen, daß nicht nur Hollywood, sondern der Kinofilm überhaupt die Formen des générique nicht nur pflegt, sondern immer auch an ihnen arbeitet, von Film zu Film.

[22] Joyce Carol Oates: Blond. Roman, a. d. Amerikanischen übers. v. Udo Strätling, Sabine Hedinger u. Karen Lauer. Frankfurt/M.: S. Fischer 2000, S. 24f.

Abschneiden?

Im intermedialen Verhältnis zu Fernsehpraktiken lassen sich an dieser Arbeit bei einer Reihe von Filmen und Filmemachern ebenso witzige wie effiziente Verteidigungslinien beobachten, geeignet, den hier besonders gefährdeten Abspann zu schützen.[23] Es ist wie beim Kinderspiel, Papier-Schere-Stein: Der Abspann von Doris Dörries *Männer* (1985) ist zwar besonders liebevoll gemacht, Cast und Crew fahren zu den je zugehörigen Credits im Paternoster auf und ab - aber Schere gewinnt, könnte zumindest gewinnen. Die Schere verliert, wenn Eric Rohmers *Conte d'automne* (Herbstgeschichte, 1998) die schriftlichen Abspann-Informationen auf dem

[23] Goffmans „Rahmen-Analyse" spricht von der Möglichkeit, „that the bracket initiating a particular kind of activity may carry more significance than the bracket terminating it." (Erving Goffman, Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience. Middelsex, Engl. u.a.: Penguin Books 1975, S. 255).
Und im TV-Flow scheint ein entsprechendes „Ungleichgewicht" an der Tagesordnung.



Realfilmgeschehen so plaziert, dass sich erst an dieser Stelle das zentrale Interesse des Erzählers erschließt; oder wenn in Claude Chabrols *La cérémonie* (Biester, 1996) entscheidende Informationen über die Zukunft der überlebenden Protagonistin der *closing credits*-Sequenz vorbehalten bleiben. Und wer diese Beispiele als Autoren- oder Cin(astenkino abtun will, sei auf den Abspann von Richard Donners Actionfilm *Lethal Weapon 4* verwiesen (1998, Titles von Richard A. Greenberg/Bruce Schluter): Ein Abspann, der sich aus der diegetischen Szene heraus entwickelt, indem ein intradiegetisch geschossenes Foto den Auftakt abgibt für eine Art riesiges Fotoalbum mit - fast - allen an der Produktion Beteiligten. Genug...

Soviel für den Abspann und für seine „Verteidigung" spricht, so sehr könnte er problemlos mit einem „Metamedium"[24] leben, für das der *Kabel 1*-Spot - als „Portal zum Portal" - wirbt, zumal der Abspann in seiner peritextuellen metafilmischen Dimension ja nach epitextuellen[25] Ergänzungen gewissermaßen „ruft", nach Fortführungen jener Verweisungen, die er oft nur andeuten kann. In dieser Hinsicht ist aber nun ein punktueller Warentest angezeigt, den ich anhand folgender Namen durchführe (in der Reihenfolge ihres Auftritts in diesem Text): Pablo Ferro, Saul Bass, Maurice Binder, David H. de Patie, Fritz Freleng, André François, Richard A. Greenberg, Bruce Schluter - durchweg Fehlanzeigen im *Kabel 1*-Filmlexikon. Insofern wäre abzuraten. Sollte man ihn also an dieser Stelle abschneiden, den kleinen Abspann auf den Abspann von *Kabel 1*? Nein:

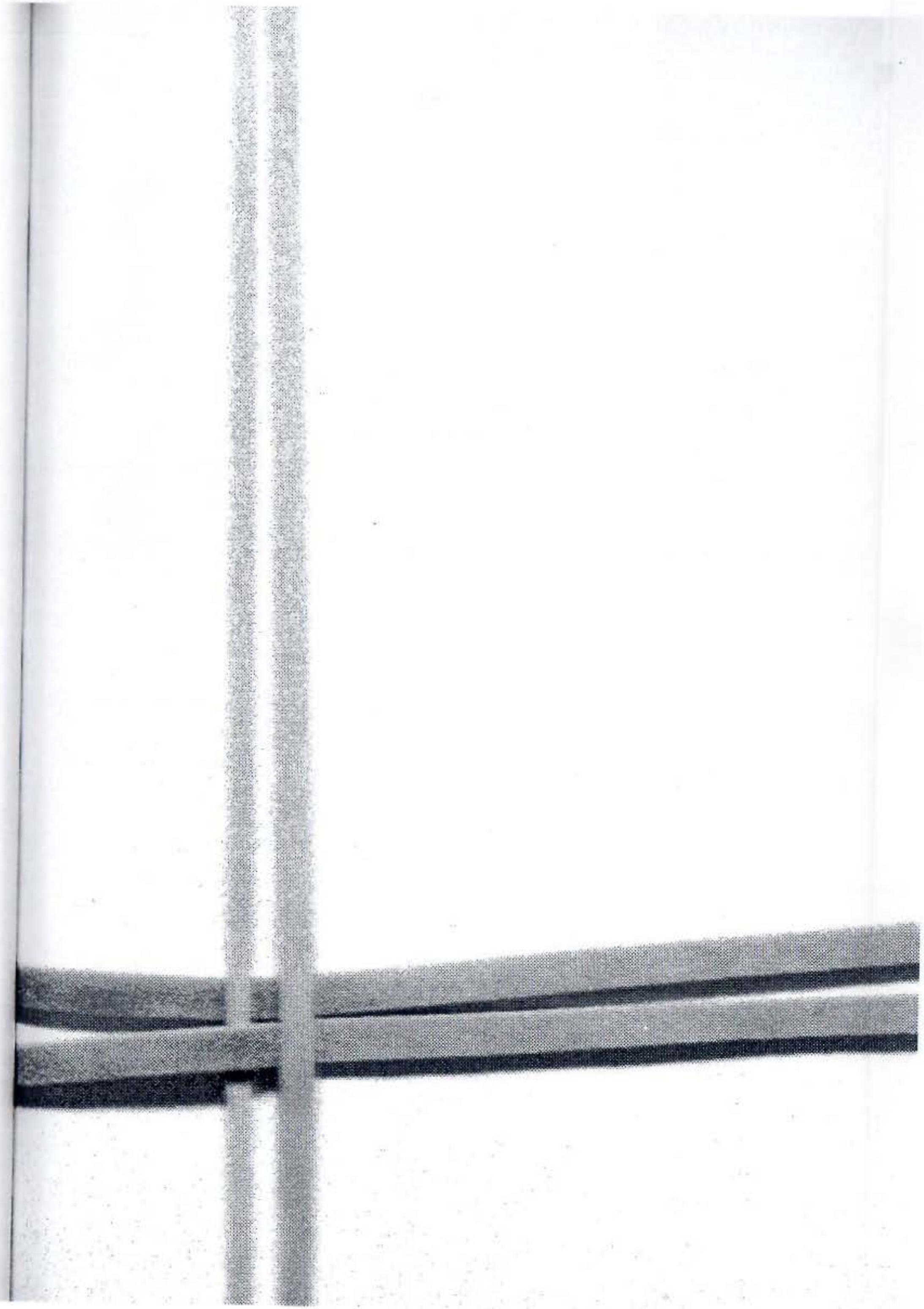
Über „THE END" plus leerlaufendem Film erhebt sich eine freundliche, man möchte fast sagen: versöhnliche männliche Stimme (spontan nicht der gleichen „Person" zuzuordnen wie derjenigen, die man sich mit der Maus verbunden vorstellen könnte): „Und für alle, die noch mehr wissen wollen..." - der „THE END"-Titel verwackelt, reißt nach oben und unten weg, simulierter Filmriss, blendendes Licht breitet sich von der Bildmitte her aus, eine Art Weißblende - „...gibt es jetzt Deutschlands größtes Filmlexikon im Internet." Genauer, „...gibt es jetzt...": Aus der Weiße des Bildes formiert sich, von dessen Rändern her, blitzschnell das *Kabel 1*-Logo (eine Kombination von „1", „Pfeil" und „Kabelschleife", die in diesem Zusammenhang aber wie ein inverses @-Zeichen interpretiert zu werden verlangt), konzentriert sich als weiße Form vor schwarzem Hintergrund in der Bildmitte. „...Deutschlands...": Als Subscriptio unter dem Logo erscheint klein, aber prägnant der Sendername, in einer dem Vorhergegangenen kontrastierenden „modernen" Typographie[26], „Kabel1", ohne *blank*. „...größtes Filmlexikon...": Das Logo gewinnt Farbe, gold-gelb-orange, und da ist sie ja auch wieder, die Maus, in etwas hellerem Orange, aus der linken unteren Bildecke auftauchend, in eleganter Kurve sich der Bildmitte nähernd. „...im Internet...": Maus hovert aufs Kabel-Logo wie auf einen Bildschirmoberflächen-Button, in die Handform wechselnd, nur der gekrümmte Finger bleibt jetzt erspart, statt dessen, „ping", scheint ein Maus-Click zu erfolgen, zart blinkt das Logo auf, löst sich der Mauszeiger in nichts auf. Es war nur ein Scherz. Die Stimme ergänzt - und dabei stellen sich der weißen „Kabel1"-Subscriptio, jeweils in orange aufleuchtend: links „www." und rechts „.de" zur Seite: „...unter We-we-we Punkt, Kabel Eins Punkt, De-e." Schwarzblende. Fertig.

Unhappy End? Aufhören sollte ich besser mit dem Hinweis auf Werbung, die einen alternativen Umgang mit Film auf dem Bildschirm bietet: 1999 gibt es einen Werbeclip der *Warner Bros Home Video* (UK) für eine Serie von Kauf-Videokassetten. Passend zum Titel, *Crime Classics*, prasselt dem Zuschauer ein Salve von Titles entgegen, 14 Einschüsse, Volltreffer, 14 x „The End", eine Serie von 14 verschiedenen Bildern, die vielleicht zusammenfasst, worum es mir hier ging: Schrift im Bild ist immer ein Bild.[27]

[24] Vgl. Helmut Schanze/Manfred Kammer (Hrsg.): Metamedien. Baden-Baden: Nomos 2001 (= Interaktive Medien und ihre Nutzer, Bd. 3)

[25] Vgl. zur Terminologie Gérard Genette: Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches, m. e. Vorw. v. Harald Weinrich, a. d. Frz. v. Dieter Hornig. Frankfurt/M.-New York: Campus, Paris: Ed. de la Maison des Sciences de l'Homme 1989

[26] Siehe oben, Anm. 18

[27] Credit where credit is due: Dank an Alexander Böhnke u. Barbara Schüttpelz für ihre Hinweise

THE END
THE END
THE END
The End
The End
The End
The End
THE END
The End
The End
THE END