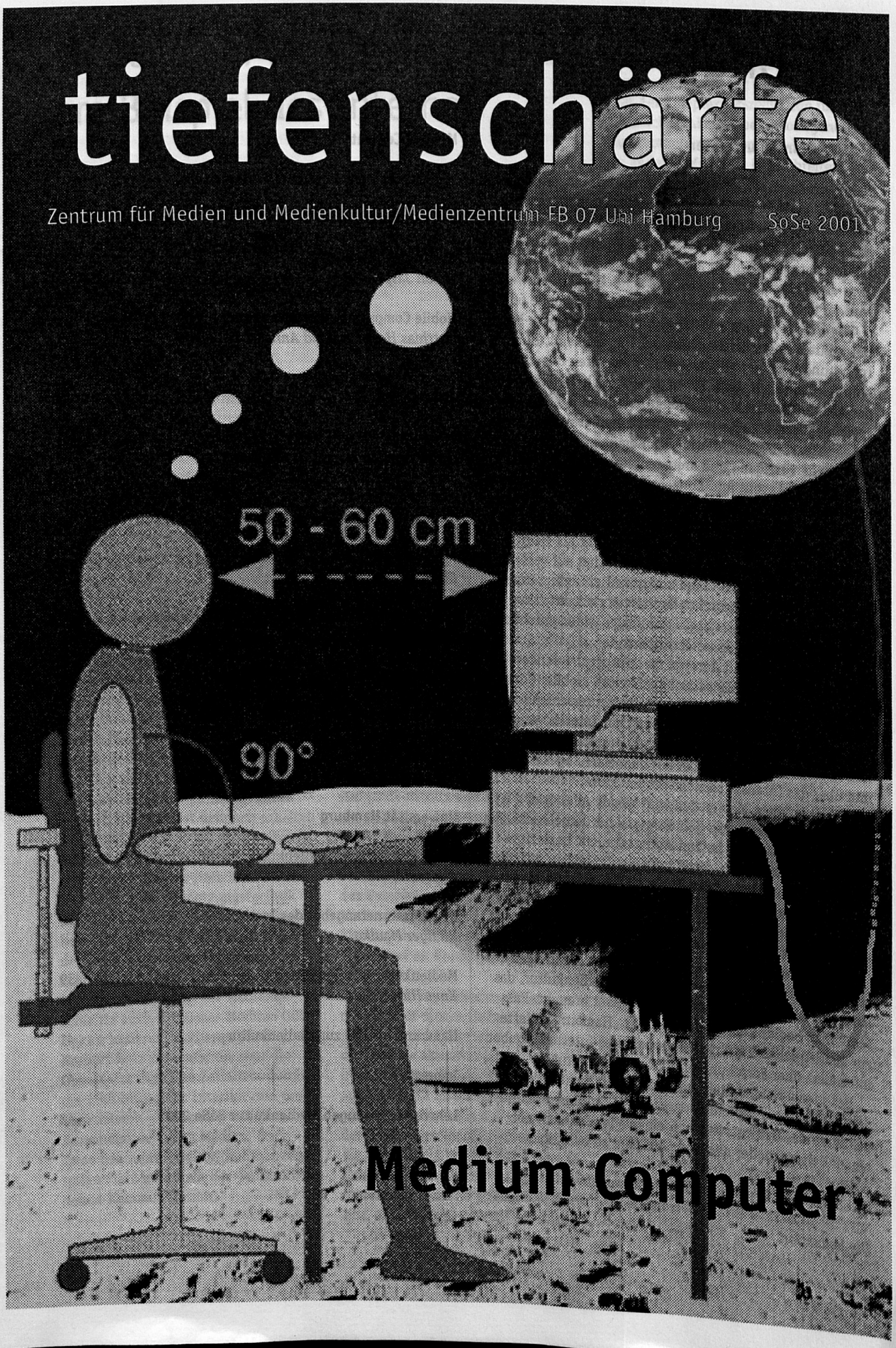
tiefenschärfe

Zentrum für Medien und Medienkultur/Medienzentrum FB 07 Uni Hamburg SoSe 2001



Medium Computer

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

Namensänderungen sind im Medienbereich nichts Ungewöhnliches. Viele Stars wurden nicht auf den Namen getauft, unter dem man sie kennt, Firmen wechseln den Namen nach Fusionen. Die Macht des Namens wird sogar Homer Simpson bewusst, als ihm in einer Simpsons-Folge zwar die Umbenennung in „Hercules Rockefeller" verweigert wird, er aber als „Max Power" ungewohnte Triumphe feiert.

Wir denken, dass die *ZMMnews*, die hier das erste Mal unter ihrem neuen Namen *tiefenschärfe* erscheint, durch Inhalt und Konzeption auch unter ihrem alten überzeugen konnte. Doch hielten wir es - u.a. anlässlich der Einführung des neuen Hauptfachs Medienkultur - für an der Zeit, das sperrige Kürzel *ZMMnews* mit einem einprägsameren Ausdruck zu vertauschen, der für das Bemühen um wissenschaftlichen Tiefgang und argumentative Schärfe steht. Typographie, Layout und Konzept werden den Leserinnen und Lesern weiterhin vertraut vorkommen.

Der thematische Schwerpunkt dieses ersten *tiefenschärfe*-Heftes beschäftigt sich mit dem Computer als Medium. Dabei gerät zunächst das Phänomen Internet auf verschiedene Weise in den Blick: Zum einen wird ein integratives Modell der Mediengeschichte des Netzes skizziert; zum anderen prallen in Form eines Manifestes widersprüchliche Perspektiven auf das Internet aufeinander.

Die Autorinnen und Autoren dieser Ausgabe denken außerdem nach über Einsatzmöglichkeiten mobiler Computer in Gegenwart und Zukunft und über unterschiedliche Möglichkeiten, das Fernsehprogramm mit Internet-Angeboten zu verknüpfen. Eine Galerie wird vorgestellt, die materiell in Hamburg, virtuell aber auf dem Mars angesiedelt ist und über das Internet besucht werden kann.

Im allgemeinen Medien-Teil wird Woody Allen und Jean-Luc Godard ein doppelter Geburtstagssalut dargebracht. Ein sinistreres Paar als die beiden *Auteurs* taucht in Horrorrespektive Actionfilmen sowie in Computerspielen auf: die Figuren des Zombie und des *Hardbody*. Aber auch „ganz normale Menschen" machen sich breit, nämlich in Reality Soaps à la „Big Brother". Ein serviceorientierter Beitrag stellt Internet-Links zu Filmtheorie und Filmpraxis vor.

Wieder einmal gibt es viel Neues von der Hamburger Universität: Vor allem ein neues Hauptfach Medienkultur, das natürlich auch einen neuen Fachschaftsrat braucht. Passend dazu beginnt die Publikation der „Hamburger Hefte zur Medienkultur". Ein neu eingerichtetes Internetangebot informiert über Forschung und Lehre am Institut.

Bei so viel Neuigkeiten und dem neuen Namen bleibt etwas Gewohntes bestehen: dass jede(r) Studierende und Lehrende des Instituts herzlich eingeladen ist, sich mit einem Beitrag an der nächsten Ausgabe zu beteiligen.

Viel Spaß beim Lesen der ersten *tiefenschärfe!*

Die Redaktion.

Inhalt

Medium Computer

Modelle der Mediengeschichte am Beispiel des Internet 3
Joan Kristin Bleicher

Was ist das Internet? 7
Simon Jaspersen

Mobile Computing - Gegenwart und Vision 10
Matthias Heerklotz und Annamaria Benckert

Internet und Fernsehen 15
Matthias Postel

Praktizierte Virtualität 18
Ulrike Bergermann

Medien allgemein

Woody Allen / Jean Luc Godard 21
Christian Maintz

Zombie: der Hardbody und sein geheimes Double 25
Sören Ingwersen

„Big Brother" & Co 28
Joan Kristin Bleicher

Film mit Links 31
Daniel Ehrenberg

Universität Hamburg

Der Fachschaftsrat Medienkultur ist da! 34
Andreas Bade

Neues Internetangebot des Instituts 36
Rüdiger Maulko

Medienkultur als Hauptfach 39
Knut Hickethier

Hamburger Hefte zur Medienkultur 41

Impressum 41

Lehrveranstaltungen Medienkultur SoSe 2001 42

Modelle der Mediengeschichte am Beispiel des Internet

Teil I

Das Internet integriert nicht nur Formen und Inhalte seiner Vorgängermedien in die eigene Angebotsfläche, es fordert als Untersuchungsgegenstand auch eine integrative Mediengeschichtsschreibung, die Modelle von der Technikgeschichte bis zur Sozialgeschichte in Zusammenhang bringt.

Von Joan Kristin Bleicher

Die Einführung neuer Medien ist von je her mit phantastischen Utopien und düsteren Prognosen über das Schicksal der Vorgängermedien verknüpft. So sollte das Fernsehen als Fenster zur Welt diese Welt zu einem Dorf zusammenwachsen lassen; gleichzeitig wurden Prognosen zum Tod des Kinos laut. Zwar hat das Fernsehen die Position des gesellschaftlichen Leitmediums erobert, das Kino ist dennoch erhalten geblieben.

Dieses Wechselverhältnis von Utopie und Apokalypse kennzeichnet auch die Einführung der Vernetzungstechnik Internet und seiner medialen Angebotsfläche World Wide Web. Schon in der Frühphase seiner Durchsetzung zeigt sich, dass die bisherigen Entwicklungstendenzen der Mediengeschichte auch für dieses Medium Gültigkeit besitzen. Medieneuphoriker wie Norbert Bolz konstatieren zwar die Geburt des digitalen Zeitalters durch die Einführung des Internet und prognostizieren gleichzeitig das Verschwinden der alten Medien. Doch diese behaupten weiterhin ihren zentralen Platz innerhalb der gesellschaftlichen Kommunikation.

"Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien" konstatiert Niklas Luhmann. (1) Doch genau wie die Welt ist das mediale Angebot unüberschaubar geworden. Mit dem Internet hat sich das Angebot an medialen Inhalten drastisch erhöht. Die Kontingenz, die durch die stetig steigende Anzahl von Medienangeboten entsteht, führt zu verschiedenen Versuchen, Kausalzusammenhänge und Sinnstrukturen in der bisherigen Entwicklung zu suchen. Gerade angesichts des Beschleunigungsschubs, den die Medienentwicklung seit der Einführung des Internet erfahren hat, ist der Bedarf an Kontingenzreduktion weiter gestiegen.

Die Mediengeschichtsschreibung reagiert auf diesen Bedarf, indem sie grundlegende Wahrnehmungsraster für die Analyse aktueller Zusammenhänge in den Medien liefert. Dabei greift sie auf etablierte Strukturierungsmodelle zurück. Die diversen Erklärungsansätze der Mediengeschichte nutzen Modelle, die sich bereits bei der Kontingenzreduktion der allgemeinen Geschichtsschreibung bewährt haben. Modelle sind ein Versuch, unterschiedliche Phänomene zu klassifizieren und zu einheitlichen Ordnungsmustern zusammenzufassen. Oft werden dem Primat der Komplexitätsreduktion und Übersichtlichkeit dabei jedoch jene Zusammenhänge geopfert, die Grenzen zu anderen Modellen überschreiten.

Grundzüge einer Mediengeschichte des World Wide Web

Am Beispiel der aktuellen theoretischen Problematik, das Internet und seine Angebotsfläche World Wide Web in die bisherige Medienentwicklung zu integrieren, zeigt sich das Erklärungspotential verschiedener medienhistorischer Modelle, die die bisherige medienwissenschaftliche und publizistische Forschung geprägt haben. Bislang nahmen Modelle der Technik-, Institutions-, Programm-, Rezeptions- und Sozialgeschichte sich gegenseitig nur als Material, grenzten sich voneinander ab oder ignorierten einander. In diesem Beitrag (und seiner Fortsetzung im nächsten Heft) soll ein Gegenmodell skizziert werden, das verschiedene Erklärungsmodule kombiniert, um so ein differenzierteres Erklärungsnetz zu bilden.

Das Internet potenziert die in der bisherigen Mediengeschichte zu beobachtende Tatsache, dass neue Medien Formen und Inhalte ihrer Vorgängermedien in die eigene Angebotsfläche integrieren. Das World Wide Web fungiert nicht allein als neuer Verbreitungsort bisheriger Medien wie Zeitungen, Hörfunk und Fernsehen, es nutzt, wie Friedrich Kittler feststellte, für die Gestaltung seiner Benutzerschnittstellen auch die Ästhetik analoger Unterhaltungsmedien. (2)

Gerade weil das World Wide Web die bisherige integrative Struktur der Medien weiter potenziert, liegt eine kombinatorische Mediengeschichtsschreibung nahe. Die Doppelstruktur des World Wide Web als Massen- und Kommunikationsmedium (3) (Email als Form der elektronischen Individualkommunikation) zeigt die Notwendigkeit der Verbindung unterschiedlicher Forschungsansätze. Die Doppelung ist die Grundlage der besonderen Breitenwirkung eines Mediums, das sich in Formen der Massenkommunikation

ebenso integrieren lässt wie in den Bereich der privaten Kommunikation.

Die Analyse des Apparats in der Technikgeschichte

Die Technikgeschichte beschreibt die apparativen Voraussetzungen für Medieneinführungen und den medialen Informationstransfer. Die historische Entwicklung des Internet vollzieht sich vergleichbar mit Prozessen bisheriger Medieneinführungen, weist aber dennoch einige charakteristische Probleme auf.

Das Internet ist auf den Apparat Computer als Speicher und Verbreitungsinstrument angewiesen. Ralf Schnell betont, dass es fraglich sei, den Computer als ein Medium zu bezeichnen, dem eine eigene Ästhetik zukomme. (4) „Internet" meint zunächst die technische Möglichkeit der Kommunikation zwischen unterschiedlichen Rechnern. „World Wide Web" meint die unterschiedlichen Angebote dieser Rechnerkommunikation. Die Doppelung der Begriffe für ein Medium und seine Angebotsfläche ist eines der Probleme der Mediendefinition des Internet.

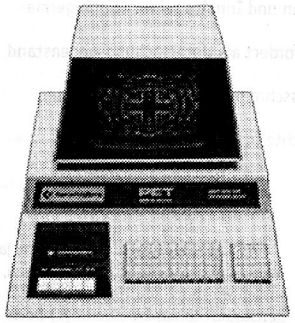
Das Modell der Technikgeschichtsschreibung der Medien ist eng mit dem Verfahren der Ideologiekritik verknüpft. Medientheoretiker wie Paul Virilio und Friedrich Kittler, die die Ursprünge der Medien in ihrer militärischen Nutzung suchen, werden auch im Fall des Internet fündig. Aus dem Arpanet des militärischen Datenaustausches wurde 1980 das Internet, das zunächst der Nutzung von Universitäten und Forschungseinrichtungen vorbehalten war. Anfang der neunziger Jahre öffnete sich das Internet mit dem World Wide Web einer breiten Öffentlichkeit.

Andere Medienhistoriker verknüpfen Bereiche der Technikgeschichte mit Formen der Gesellschaftsgeschichte und bilden zyklische Ordnungsmodelle. Das Entstehen neuer Medientechnologien lasse sich auf bestehende gesellschaftliche Wunschkonstellationen zurückführen, etwa auf den Wunsch der Überwindung zeitlicher Begrenzungen von Informationsvermittlung. Aus Sicht von Gerhard Bonelli stellt jedes Medium sowohl eine Antwort auf Bedürfnisse als auch einen Anreiz zu weiteren Entwicklungen dar:

"Die Bedürfnisse ihrerseits entstanden aus konkreten gesellschaftlichen Situationen, die entweder im politischen, wirtschaftlichen oder sozialen Bereich lagen." (5)

Technische Innovationen und soziale Prozesse seien somit nicht isoliert und als voneinander unabhängig zu betrachten. (6)

Raymond Williams beschreibt nicht nur diese Wechselbeziehung von gesellschaftlichen Bedürfnissen und technischen Innovationen. Er verbindet auch die Entwicklung formaler Möglichkeiten der Medientechnologien mit den durch sie bedingten Veränderungen der gesellschaftlichen Medienwirkung. (7) In logischer Konsequenz ergibt sich ein weiterer Zyklus. Neue Medien entstehen aufgrund vorhandener Bedürfnisstrukturen, gleichzeitig tragen sie zur Veränderung bestehender Bedürfnisstrukturen bei. So er leichtert etwa die unüberschaubare Komplexität des World Wide Web die Durchsetzung klar strukturierter Spartenangebote des digitalen Fernsehens.



Einer der ersten Personal Computer (Commodore, 1977)

In der Mediengeschichte führten Weiterentwicklungen im Bereich der Medientechnologien zur Erweiterung medialer Angebote und der durch sie wahrgenommenen Funktionen, etwa der Funktion eines kollektiven Ge dächtnisses der Gesellschaft. Diese Erweiterung resultiert in einem wachsenden Einfluss der Medien auf die Gesellschaft, die der Soziologe Richard Münch als einen fundamentalen "Wandel von der Industriegesellschaft zur Kommunikationsgesellschaft" (8) analysiert. Medien etablierten sich schrittweise als Initiatoren und Träger zentraler öffentlicher Diskurse, indem sie verschiedene dieser Diskurse in ihre Angebotsfläche integrierten und gleichzeitig die Reaktionen darauf als Anschlusskommunikation nutzten (z.B. die politischen Debatten in den Printmedien des 19. Jahrhunderts).

Gleichzeitig bleibt das industrielle Prinzip im Bereich der Produktion erhalten. Am Beispiel des Internet lässt sich zeigen, wie unmittelbar Weiterentwicklungen im Bereich der Medientechnik das Erscheinungsbild der Angebotsfläche und damit auch mögliche Medienfunktionen verändern. Neue Formen der Datenkompression führten zu einem erweiterten Einsatz von Bewegtbildern. Damit verstärkte sich das Unterhaltungselement in der Informationsvermittlung. Auch erleichterte die Datenkompression die Integration von Fernsehsendungen in das World Wide Web.

Michael Giesecke beschreibt die Anpassung neuer Technologien an kollektive Erwartungen. So diagnostiziert er menschliche Wunschprojektionen auf die Medien in den achtziger Jahren nicht im Bezug auf das im Mittelpunkt der Diskussion stehende Kabelfernsehen, sondern in Bezug auf den Computer als eigentlich neues Medium, das den Projektionen zu entsprechen vermag. "Der Computer wird zur 'Wunschmaschine', die in den Mittelpunkt der gesellschaftlichen Aufmerksamkeit rückt." (9)

Sein Beispiel zeigt, wie die gesellschaftlichen Bedürfnisse jeweils in die neueste Medientechnologie projiziert werden, die sich in den wirtschaftlichen Zusammenhängen durchsetzen ließ. So werden u.a. Utopien einer veränderten politischen Öffentlichkeit etwa in Form einer Netzdemokratie mündiger Netizens und Utopien der Interaktivität des Hörfunks und des Fernsehens auf das Internet übertragen. Die Wunschprojektionen erklären die unterschiedlichen Utopien bei Medieneinführungen.

Institutions- und Technikgeschichte im Wechselverhältnis zur Gesellschaftsgeschichte

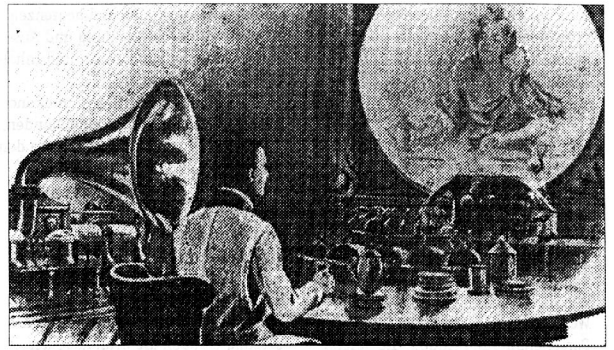
Bei bisherigen Modellen der Institutions und Technikgeschichte der Medien haben sich im Wechselverhältnis zur Gesellschaftsgeschichte zyklische Konstruktionsmuster etabliert. Sie beschreiben, wie Medieninstitutionen sich im Verlauf ihrer historischen Entwicklung als Aktanten in sozialen und gesellschaftlichen Prozessen etabliert haben. Medien stellen nicht nur für die Gesellschaft kollektive Wahrnehmungs- und Erkenntnismuster bereit, sie aktualisieren sie auch nach den jeweiligen Anforderungen.

Knut Hickethier etwa sieht sie als zentrale Modernisierungsfaktoren. Indem Medien als Instrumente der kommunikativen Verknüpfung zwischen Individuum und Gesellschaft fungieren (10), bildet sich ein Zirkel wechselseitiger Beeinflussungen heraus: Veränderungen individueller Wahrnehmungsstrukturen stehen in Wechselbeziehung zu gesellschaftlichen Veränderungen, beide wiederum beeinflussen die Entwicklung der Massenmedien.

Diese zentrale Rolle der Medien ist durch den sinkenden Einfluss zentraler sinnstiftender Institutionen wie der Kirche möglich geworden (11); aber auch durch die zunehmende Loslösung von politischen Interessen, die von ökonomischen Interessen abgelöst wurden. Otfried Jarren stellt fest:

"Medien als Organisationskomplexe (...) erzeugen ihre eigene Nachfrage, begründen Erwartungen und Verhaltensweisen, und sie gehören aufgrund ihrer soziokulturellen Stellung zum Ordnungsgefüge der modernen Gesellschaft. Medien gehören damit zu den Strukturen der Gesellschaft und als Institution leisten sie funktional betrachtet zwei Dinge: Integration und Steuerung." (12)

Wie bereits in der bisherigen Medienentwicklung erkennbar, verändert auch das Internet die Struktur gesellschaftlicher Öffentlichkeit. Wiederum ist die mediale Kompetenz entscheidendes Kriterium der Differenz. Kittler spricht von einer neuen Doppelung der Machtverhältnisse in *Designer* und *User*. Verteidiger des Mediums bewerten die medialen Veränderungen der Öffentlichkeit positiv. Im Vergleich zum bisherigen Mediensystem wird dem Internet aufgrund seiner spezifischen medialen Struktur das größtmögliche Funktionspotential hinsichtlich der gesellschaftlichen Demokratisierung zugesprochen. Jeder Empfänger kann auch Urheber einer eigenen Botschaft werden. Chatrooms sind für jeden mit Internetanschluss zugänglich, jeder kann an den öffentlichen Debatten teilnehmen.



Die frühen Wunschträume von der Telekommunikation: Zeitgenössische Illustration zu einem Buch von Jules Verne...

"Digital sein ist ein egalitäres Phänomen. Die Menschen sind leichter erreichbar, und es verschafft der kleinen, einsamen Stimme in diesem großen, leeren Raum Gehör. Organisationen werden dadurch flacher." (13)

Ralf Schnell spricht von einer Weltgesellschaft, die durch die Überwindung von Zeit und Raumgrenzen zusammenwachse. Dennoch besteht aus meiner Sicht die bisherige Ausgrenzung der Dritten Welt durch den Mangel an notwendiger Infrastruktur weiter. Auch spricht die Nutzungsrealität gegen die politische Funktion des Mediums. Die überwiegende Mehrzahl der Chatrooms dient der privaten Kommunikation und nicht öffentlichen Debatten.

Neben der Gesellschaftsstruktur verändert das Internet auch die Ökonomie. Virtuelle Formen des Merkantilismus treten mit dem e-commerce an die Seite des traditionellen Verkaufs.

"Die neuen Informationstechnologien stellen die Ökonomie der Massenproduktion völlig auf den Kopf: Sie treiben die Kosten der Vielfalt - der Produktvielfalt und der persönlichen Vielfalt - auf diese Weise gegen Null und 'entmassen' unsere Institutionen und unsere Kultur. Die beschleunigte 'Entmassung' birgt ein Potential für eine beträchtliche Erweiterung der menschlichen Freiheit." (14)

Gleichzeitig ist die klassische Trennung zwischen Produktwerbung und Konsum aufgehoben. Auf vielen Werbeseiten ist der Konsumvorgang als

...und der Umschlag eines Science-Fiction-Romans der fünfziger Jahre.

Angebot enthalten. Gleichzeitig schwindet die traditionelle Grenze zwischen Medieninhalt und Werbung. Information ist im World Wide Web von Werbebannern umrahmt.

Zur Einbindung der historischen Genese von Medienangeboten in die Institutionsgeschichte

Auffällig erscheint, dass sich in den bisherigen historischen Rekonstruktionen der Entwicklung des World Wide Web genau die Formen der bisherigen Personenbindung finden, die bereits die Pressegeschichte bestimmen. An die Seite der Verlegermogule tritt nun der Mythos vom Erfindungsreichtum der Dotcom-Jungunternehmer. Diese Personenbindung der Geschichtsschreibung ersetzt die weitaus komplexere Darstellung ökonomischer Zusammenhänge.

Die Darstellung ökonomischer Zusammenhänge ist von zentraler Bedeutung, da die Form der Organisation und der Institutionalisierung von Medien die Struktur, Inhalte und Zielsetzung ihrer Angebote bestimmt und damit auch das Funktionspotential, das dem Medium im Ensemble des bestehenden Systems zukommt. Durch Innovationen und die Integration bestehender Vermittlungsformen wird eine Erweiterung der Angebote und somit auch der Medienfunktionen möglich.

Im Rahmen des Ausbaus und der Ausdifferenzierung gesellschaftlicher Kommunikation haben ältere Medien ihre Breitenwirkung in der Vermittlung für die Gesellschaft bedeutsamer Narrationen schrittweise an die neu entstehenden, technisch verbreiteten Massenmedien abgegeben. Ökonomische Interessen und technische Innovationen beeinflussen und begrenzen den Prozeß der Entwicklung und Ausdifferenzierung von Formen und Inhalten der Massenmedien.

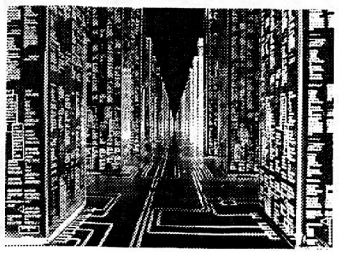
Sind Medieninstitutionen in ökonomische Zusammenhänge eingebunden, so folgt die Produktion der Inhalte den ökonomischen Leitlinien aus Kosten und Gewinn. Dies führt zur Ausgrenzung von Angeboten, die kostenaufwendig wenig publikumswirksame Inhalte vermitteln. Das Kriterium der gesellschaftlichen Relevanz tritt zurück hinter die Zielsetzung der finanziellen Optimierung. Diese Zielsetzung ist auch die Grundlage der Konzentrationsbildung im Bereich von Medienunternehmen. Da sich eine finanzielle Optimierung nur durch die weltweite Ausweitung von Absatzmärkten erreichen lässt, sind Strategien der Globalisierung erforderlich. Auch die Internetaktivitäten werden auf breiter Basis global angelegt. Die zentralen Wirtschaftsbereiche der Sicherung von Inhalten und der Webseitenproduktion sind Teil der Unternehmenspalette der Medienkonzerne.

Medienkonzerne wie Bertelsmann und News Corp. nutzen nicht nur unternehmensinterne Formen der wirtschaftlichen Konzentration, sie bilden auch unterschiedliche strategische Allianzen, etwa um kostenintensive Markteinführungen wie das digitale Fernsehen durchzusetzen.

Der Text ist eine leicht überarbeitete Fassung eines Artikels, der bereits erschienen ist in: forum medienethik 2/2000. Tübingen 2000.

Im nächsten Heft der tiefenschärfe *folgt der zweite Teil des Beitrags.*

Das Internet von innen (aus dem Film „Hackers").



Anmerkungen

(1) Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien. Opladen 1996. S.1.

(2) Friedrich Kittler zitiert nach: Ralf Schnell: Medienästhetik. Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen. Stuttgart 2000. S.244.

(3) Vgl. hierzu auch Irene Neverla (Hrsg.): Das NetzMedium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung. Opladen 1998.

(4) Ralf Schnell: Medienästhetik. Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen. Stuttgart 2000. S.237.

(5) Gerhard Bonelli: Technologie und Gesellschaft am Beispiel des Fernsehens. Wien 1980. S.64f.

(6) Medienentwicklungen sind eng mit Emanzipationsprozessen in der Geschichte verknüpft. So etablierten sich die Printmedien als Sprachrohr bürgerlicher Interessen.

(7) Er beschreibt das Wechselverhältnis von Technik und dem spezifischen formalen Ausdruck der Medien am Beispiel des Fernsehens. Raymond Williams: Television. Technology and Cultural Form. London 1994.

(8) Richard Münch: Dialektik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt am Main 1991. S.13. Münchs Darlegung der Krisen der Moderne entspricht den Thesen von Vertretern der postmodernen Philosophie. Gerhard Schulze erfasst die Folgen dieser Veränderungen mit dem Begriff der Erlebnisgesellschaft.

(9) Michael Giesecke: Sinnenwandel, Sprachwandel, Kulturwandel. Studien zur Vorgeschichte der Informationsgesellschaft. Frankfurt am Main 1992. S.46.

(10) Monika Elsner und Thomas Müller haben diese Funktion am Beispiel des Fernsehens beschrieben. Monika Elsner; Thomas Müller: Der angewachsene Fernseher. In: Hans Ulrich Gumbrecht; Karl Ludwig Pfeiffer (Hrsg.): Materialität der Kommunikation. Frankfurt am Main 1988. S.392-415.

(11) Hartmut Winkler verwies auf die Funktion religiöser Systeme, für die Kohärenz von Weltbildern zu sorgen. Ders.: Docuverse. Zur Medientheorie der Computer. 1997. S.202.

(12) Otfried Jarren: Auf dem Weg in die "Mediengesellschaft"? Medien und politische Kommunikation im Wandel. In: Rissener Jahrbuch 1996/97. Hamburg 1996. S.72.

(13) Negroponte 1996, S.37.

(14) Dyson 1996, S.102.

(15) Damit schließt er sich an das von McLuhan entwickelte Modell des globalen Dorfes an.

Was ist das Internet?

10 widersprüchliche Perspektiven

Das Internet hat viele Medientheoretiker zu divergierenden Thesen animiert, die von apokalyptischen Visionen über kritische Ansichten bis zu euphorischen Utopien reichen. Stellt man die Positionen direkt nebeneinander, werden die Widersprüche offensichtlich.

Von Simon Jaspersen

1. Anarchie

„All information should be free." (1)

Am Anfang war das Feuer. Im unwirklichen Licht informativen Prasselns hockte eine kleine Schar von Cyber-Punks in einem Raum, den es nicht gibt. Ihre Ziele waren klar.

Vertraue niemandem. Verbreite Dezentralität. Vernetze dich. Werde ein Datencowboy. Bewerte die anderen nach ihren Fähigkeiten. Zerschlage Informationsmonopole. Schaffe mit deinem Computer Kunst. Verbessere deine Welt.

Das Internet ist anarchisch.

2. CyberTribe

„We constitute the final generation of an old civilization and, at the very same time, the first generation of a new one." (2)

Im Netz verschwinden die Grenzen, die Nationalstaaten von einander trennen. Entfernung spielt keine Rolle in einem Online-Raum, in dem alle alles gleichzeitig miterleben können.

Dies ist das „globale Dorf", Spielfläche und Handlungsraum für einen virtuellen Stamm, eine neue Gesellschaftsform. Hier gibt es keine Repression, keine vorgegebenen Muster. Jeder tut was er will, vernetzt sich nach individuellem Interesse, lebt sich aus, ist kreativ. Sei dabei in diesem großen Interessenpark.

Das Internet ist neues Land.

3. Cyber-Segmentierung

„Vielleicht müssen die Bilder, mit denen wir uns das Netz erklären, zunehmend mehr mit Streit und Widerstand zu tun haben..." (3)

Die Entwicklungen des Netzes sind eingebettet in ein Geflecht aus sozioökonomischen Zusammenhängen, die neue Tendenzen der Machtausübung und Einflußnahme mit sich bringen. Diese Dynamik findet sich in verschiedenen Bereichen: Zugangsmöglichkeiten werden kommerzialisiert, ökonomische Machtapparate nutzen den öffentlichen Raum des Netzes zur billigen firmeninternen Kommunikation, Entwicklungsländer begeben sich bei der Schaffung einer informativen Infrastruktur in Abhängigkeit zu ausländischen Investoren, Staaten werden zunehmend zu Deregulierung und Privatisierung gedrängt. „Die meisten Regierungs-, Non-Profit- und überstaatlichen Organisationen sind nicht dafür gewappnet, ins digitale Zeitalter einzutreten." (4) Wir laufen Gefahr, uns von den ökonomischen Interessen einiger weniger Megakonzerne determinieren zu lassen und soziale Ungerechtigkeiten aus dem Auge zu verlieren. Widerstehe dem endlosen Konsum, handle nach anderen Rationalitäten, reflektiere deine Privilegiertheit.

Das Internet ist elitär.

4. Digitale Heterotopie

„...Möglichkeit der körperunabhängigen Subjektivierung..." (5)

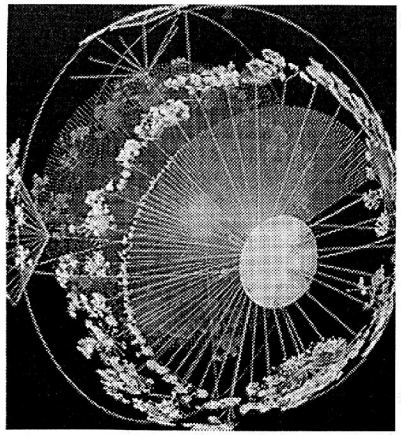
Das Netz ist ein Raum unbegrenzter Möglichkeiten. Sei wer du willst, aber kommuniziere. Setze dir eine Maske auf und schlüpfe in eine neue Haut aus Virtualität. Keiner kann dich sehen, also tu was du willst. Individuen sind nicht identisch. Erlaube es niemandem, nicht einmal dir selbst, dich auf monolithische Eigenschaften festzunageln. Schwach ist nur dein Fleisch. Dies aber ist der Raum des Geistes, deiner Träume. Dein Heterotop, geschaffen, um den dir aufgedrängten Raumerfahrungen zu entrinnen. Es handelt sich um einen Grenzbereich. Den weiteren Raum persönlicher Erfahrung. Du hast kein Geschlecht. Du hast keine Ethnie. Du hast kein Gesicht. Du hast keinen Körper. Erzähle deine Geschichte neu.

Das Internet ist Freiraum.

5. Elektrische Panoptik

„Das Panopticon ist eine wundersame Maschine..." (6)

Das Netz ist transparent. Jeder deiner Schritte hinterläßt einen Schatten aus Daten. Die Mauern sind durchlässig und der nicht enden wollende Raum, der sich vor dir ausbreitet, ist gespickt mit Durchleuchtungsmechanismen. Fandest du im realen Raum immer noch eine Nische, einen Winkel, um



Unter der Adresse des „Atlas of Cyberspace" (http://www.cybergeography.org/atlas/geographic.html) finden sich die unterschiedlichsten visuellen Modelle für das Netz, seinen Aufbau, seine Verbindungen, seine Server- und Adressendichte u.v.a. Die Abbildungen auf dieser und der gegenüberliegenden Seite zeigen einige Beispiele.

dich vor der „konzentrierten Anordnung von Körpern, Oberflächen, Lichtern und Blicken" (7), die dich überwachen sollte, zu verstecken - Orte, an denen du allein und in Sicherheit warst -, dann konnte dies nur geschehen, weil du den Eigenschaften deiner Umwelt vertrauen konntest.

Im Netz gibt es nichts, an dem du dich festhalten könntest. Keine Wände, keine Körper, keine Türen. Oberflächen schimmern undurchlässig und opak. Weil du ihre Strukturen nicht durchschaust, kann man dich sehen, wann immer, wer immer und wo immer du bist. Hier bist du sichtbar, auch wenn du glaubst, es nicht zu sein. Während du navigierst, tasten dich unsichtbare Fühler ab. Sie wollen dich: deinen Konsum, deine Aufmerksamkeit, dein Verhalten und dein Vertrauen.
Das Internet ist Überwachung.

6. Raum, Nicht-Ort

„Der Blick mutiert zum Schnappschuß auf die präsentierten Oberflächen und Entblößungen." (8)

Die von Netizens verwendeten Metaphern für das Leben im Internet sprechen Bände. Man spricht vom „Informationsraum", nicht von Orten. Orte bestimmen sich durch die an ihnen stattfindende soziale Praxis, die den agierenden Subjekten Identität stiftet. Nicht-Orte sind für den Transit bestimmt. Sie definieren sich nur über das, worauf sie verweisen.

Das Netz ist ein Raum der Nicht-Orte. Es gibt „Surfer", „Browser", „Spieler" und „Lurker". Gemeinsam stehen sie unter einem leuchtenden Symbol. EXIT. Man verabschiedet sich kurz und schmerzlos. Sanktionen verhallen im scheinbar endlosen Raum. Es handelt sich um eine Kultur der Beliebigkeit, eine Welt der Spaziergänger. Nichts liegt dir ferner als stehen zu bleiben und dich festzulegen. Es bleiben nur spiegelnde Oberflächen.

Das Internet ist Beliebigkeit.

7. Transversale Vernunft

„Rationalität ist durch eine unhintergehbare Unordentlichkeit gekennzeichnet." (9)

Das menschliche Denken ist bestimmt durch verschiedene Rationalitäten. Im Verlauf der Philosophiegeschichte sind diese auf verschiedene Arten und Weisen analytisch getrennt worden. Klassisch ist eine Dreiteilung in ästhetische, kognitive und moralisch/praktische Vernunft. Tatsächlich aber bilden sie ein netzartiges Gefüge, das sich in den Hyperlinkstrukturen des Internet abbildet. Im Umgang mit diesem Medium lernst du immer wieder, dass Perspektivveränderungen unterschiedliche Konfigurationen virtueller Wirklichkeit herstellen. So wird es dir ermöglicht, das „überzogene Selbstbewußtsein der Paradigmen" (10) reflexiv zu durchschauen und als Teil eines Geflechts von Denkmöglichkeiten zu entlarven.

Handlungen im Internet sind politisch. Entlarve Verwicklungszusammenhänge, institutionelle Verflechtungen und dich selbst. Das ist die Praxis einer transversalen Vernunft.

Das Internet ist reflexiv.

8. Aufmerksamkeit

„Information, die in den Kampf um die Aufmerksamkeit geschickt wird..." (11)

In einer Welt, die durch eine zunehmende Ökonomisierung geprägt ist, gekoppelt mit einer „Entmaterialisierung der wirtschaftlichen Wertschöpfung" (12), ersetzen Datenströme den Gütertransport und Lebenswelt wird versetzt mit immer größeren Mengen an Information. Um aber eine Wirkung zu erzielen, muß diese verarbeitet werden und Handlungen nach sich ziehen. So funktionieren Massenmedien in erster Linie als Magneten für menschliche Aufmerksamkeit. Je „moderner' ein Medium, um so avancierter (...) die Technologie der Attraktion und Lenkung der Beobachtung" (13). Auch auf gesellschaftlicher Ebene geht es immer weniger nur um materiellen Reichtum, sondern um Prominenz, also eine Form von Aufmerksamkeit.

Mit immer perfideren Mitteln werden deine Sinne umgarnt, manipuliert, gesteuert. Das Internet ist das modernste Medium. Alle wollen gesehen werden, denn Aufmerksamkeit ist Geld. Benutze deine Aufmerksamkeit bewußt. Sie ist eine wichtige Ressource.

Das Internet ist manipulativ.

9. Omnipräsenz

„Ever drifting down the stream –
Life what is it, but a dream?" (14)

Die Welt ist durchtränkt mit Information. Sie ist in Radiowellen, sie ist im Schall, sie ist in Drähten, sie ist in Büchern, sie ist in Köpfen. Fernsehtürme bilden das Rückgrat, den Weltenbaum einer Stadt. Sie versorgen urbane Räume mit Anschluß, mit Geschichten, mit Sinn. Du kannst auf diese Wissensmaschine zugreifen, indem du Portale benutzt. Schnittstellen, die dir Daten visualisieren. Durch gezielten Abruf und Rekontextualisierung verwandelst du Information in Wissen.

Handys, Laptops und Portables sind nur der Anfang. Was kommt, sind intelligente Lebensräume. Nanotechnologie, denkende Häuser, lebendige Technik. Die Schnittstelle wird unsichtbar. Weiter und weiter diffundieren virtuelle und reale Welten in einander. Bald wird deine Stadt auf dich reagieren, wie im Traum.

Das Internet breitet sich aus.

10.Was ist das Internet?

Anmerkungen

(1) Levy 1984, S. 458

(2) Dyson 1990, S. 9

(3) Sassen 1998, S. 234

(4) Sassen 1998, S.233

(5) Wunderlich 1999, S. 217

(6) Foucault 1976, S.260

(7) Foucault 1976, S. 259

(8) Rilling 1999, S.7

(9) Sandbothe 1997, S. 78

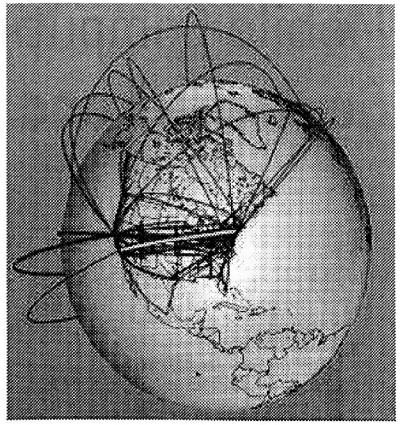
(10) Sandbothe 1997, S.80

(11) Franck 1998, S. 3

(12) Franck 1998, S. 1

(13) Franck 1998, S. 2

(14) Carroll 1994, S. 173



Literatur

Carroll, Lewis: Through the Looking-Glass, New York, London u.a., 1994.

Foucault, Michel: Überwachen und Strafen, Frankfurt/Main, 1976.

Franck, Georg: Die Ökonomie der Aufmerksamkeit, München, 1998.

Levy, Steven: Hackers: Heroes of the Computer Revolution, Garden City/ NY, 1984, S. 458 ff.

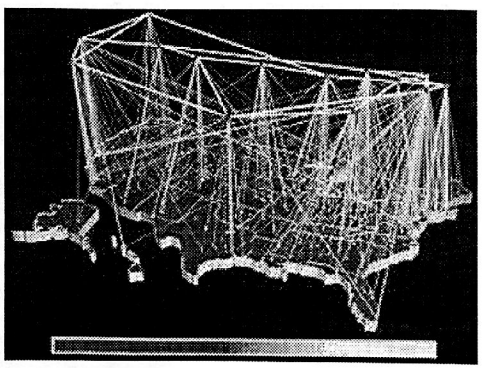
Rilling, Rainer: „Standing in the middle of nowhere – where do you want to go today?"; home: 28. 7. 1998, http://www.bdwi.org/bibliothek/rilling10.htm.

Wunderlich, Stefan: „Vom Panoptismus zur elektrischen Heterotopie", in: R. Maresch / N. Weber (Hrsg.): Kommunikation, Medien, Macht, Frankfurt/ Main, 1999.

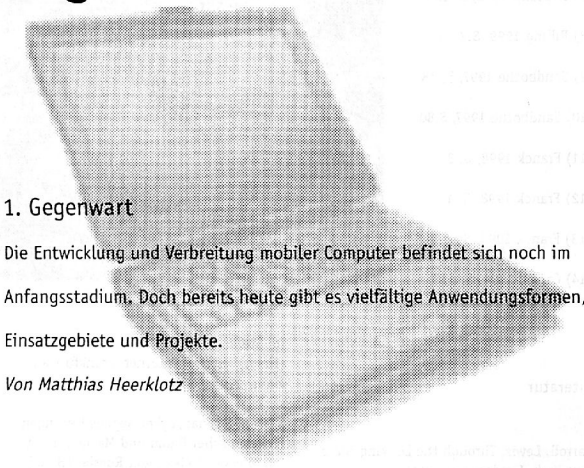
Sandbothe, Mike: „Interaktivität – Hypertextualität – Transversalität", in: Stefan Münker / Alexander Roesler (Hrsg.): Mythos Internet, Frankfurt am Main, 1997.

Sassen, Saskia: „Cyber-Segmentierungen. Elektronischer Raum und Macht"; in: Stefan Münker / Alexander Roesler (Hrsg.): Mythos Internet, Frankfurt am Main, 1997.

Dyson, Esther / Gilder, George / Keyworth, George and Toffler, Alvin: „Cyberspace and the American Dream: A Magna Carta for the Knowledge Age", The Progress and Freedom Foundation, Release 1.2, August 22, 1994 vgl. http://www.pff.org/position.html.



Mobile Computing – Gegenwart und Vision



1. Gegenwart

Die Entwicklung und Verbreitung mobiler Computer befindet sich noch im Anfangsstadium. Doch bereits heute gibt es vielfältige Anwendungsformen, Einsatzgebiete und Projekte.

Von Matthias Heerklotz

Was vor zehn Jahren noch als Accessoire der Wichtigtuerei verpönt war, ist selbstverständlicher Teil der Gegenwartskultur geworden: das Handy. Im gleichen Zeitraum stieg die Zahl der Internetnutzer rapide an und es scheint nicht so, als stagniere das Kommunikations- und Informationsbedürfnis. Aber die Euphorie ist einer Ernüchterung gewichen, da die neuen Kommunikationswege nicht reibungslos funktionieren, zu umständlich, zu langsam oder zu teuer sind und nebenbei zwischenmenschliche Beziehungen durchaus verändern können.

Gegenüber dem starren Computer auf dem Schreibtisch bieten mobile Taschencomputer neue Möglichkeiten der Verwendung, die nicht nur für geschäftige Manager von Nutzen sind, sondern die - wie das Handy - den Alltag erobern können. Die Bezeichnungen der mobilen Geräte sind verschieden: *Palmtops, Pentops, PDA's* (*Personal Digital Agent*) oder *Handheld PC.*

„Mobile Computing erobert das Business" – so der Titel eines enthusiastischen Berichtes im Internet über Möglichkeiten und zukünftige Herausforderungen im Bereich tragbarer Computer. (1) Vorrangig geht es um Palmtops und die durch sie mögliche Arbeitseffizienz: Mitarbeiter einer Firma können ortsungebunden nicht nur Informationen vom Zentralrechner in der Firma abrufen, sondern sie auch aktualisieren. Für logistische Vorgänge bedeutet dies eine enorme Zeiteinsparung, und es gibt mehr Möglichkeiten, auf spontane Änderungen einzugehen. Der Kurierdienst FedEx beispielsweise hat seine Fahrer mit handlichen Paketscannern ausgestattet, die Daten der zu befördernden Fracht gehen dem Paket voraus und werden in der aktuellen Transportplanung schon berücksichtigt.

Die Durchdringung der Arbeitswelt mit Computern ist schon länger an einem Punkt, wo es in vielen Bereichen nicht mehr von Bedeutung ist, wo man arbeitet, das heißt, wo sich das Arbeitsgerät befindet: Stichwort Telearbeit. Hier gibt es Modelle, bei denen Arbeitnehmer zumindest einen Teil ihrer Arbeitszeit zu Hause ableisten. Neben dem praktischen Nutzen, der hier gerade für Familien mit Kindern darin besteht, sich seine Zeit individueller einteilen zu können, wurde festgestellt, dass die Heimarbeit tendenziell gewissenhafter und sorgfältiger erledigt wird. Also profitieren auch Arbeitgeber davon, wenn die Angestellten in einem für sie entspannterem Umfeld und in den Phasen der individuell größten Leistungsfähigkeit arbeiten können.

Dennoch bleibt die Arbeit am Computer eine platzgebundene, ob nun zu Hause oder in einem Büro: der Desktop-Computer fesselt uns an seine Immobilität. Nicht so der Laptop-Computer, also Notebooks, die sich auch außerhalb beruflicher Notwendigkeiten zunehmender Beliebtheit erfreuen und die den Möglichkeiten eines heimischen PC's kaum nachstehen (abgesehen von aufwendigeren 3D-Spielen).

Aber mit „Mobile Computing" ist nicht das Erstellen von Briefen während der Bahnfahrt gemeint, sondern v.a. die Dezentralisierung eines permanenten Computerzugriffes mittels kommunizierender Einzelkomponenten. Außendienstmitarbeiter sollen nicht mehr nur über Handy oder per E-mails erreichbar sein, sondern auch von außerhalb Zugriff zum Firmennetzwerk bekommen. Die mobilen Computer sind inzwischen mehr als bloß Organizer und elektronische Notizblöcke, sie können Internetseiten abrufen, E-Mails versenden, MP3s abspielen und sie verfügen, je nach Modell, über abgespeckte Betriebssysteme, wie man sie vom Desktopcomputer kennt. Mit letzterem werden Daten ausgetauscht und abgeglichen. So fungiert der Taschencomputer als mobile Nebenstelle zum PC zu Hause oder im Beruf. Das mobile, papierlose Büro ist ein beliebtes Schlagwort in diesem Zusammenhang.

Es geht also nicht darum, den Desktopcomputer als Miniaturausgabe zu bauen, sondern vor allem darum, die Bereiche der Telekommunikation und der Computertechnik verschmelzen zu lassen. Tragbare Komponenten mit einer einfachen Bedienungsergonomie, die in der Lage sind, Daten zu sammeln, auszuwerten und mit Servern abzugleichen, ermöglichen einen Gebrauch von Computern in Bereichen, in denen dies bislang nicht möglich war. Für eine maßgeschneiderte Software ist die Funktion entscheidend, die ein System mit mobilen Komponenten erfüllen soll.

So müssen die Computer auf einem Firmengelände nicht mehr verkabelt werden (LAN, Lokales Netzwerk), sondern können kabellos in Kontakt treten (WLAN, drahtloses lokales Netzwerk). Alle mobilen Geräte, die mittels auf dem Gelände verteilter Sensoren in Reichweite des drahtlosen Netzes gelangen und über die entsprechende Autorisierung verfügen, schließen sich dem Netzwerk selbstständig an. Bei Wartungsarbeiten an Maschinen können über mobile Computersysteme elektronische Handbücher vor Ort eingesehen werden, Messdaten können an den Zentralrechner gesendet werden oder man kann direkt Ersatzteile bestellen.

Die Anwendungsszenarien sind sehr vielfältig, es entsteht eine neue Form der Arbeit mit dem Computer, die für den Anwender nun keinen zusätzlichen Aufwand mehr bedeutet, sondern sich leichter in gewohnte Arbeitsabläufe integriert.

Die Fraunhofer Gesellschaft betreibt in Rostock ein Institut für Graphische Datenverarbeitung, in dem es u.a. eine Abteilung für Mobile Multimedia Technologien gibt. Hier werden auf Basis bestehender mobiler Hardware interaktive Informationsanwendungen gestaltet (2). Den verschiedenen Projekten ist die Orientierung an Bedienungsergonomie und konkreten Bedürfnissen gemeinsam. Der elektronische Ausstellungsführer *e-Guide* etwa funkte im letzten Jahr auf CeBit und EXPO den Palmbesitzern Ausstellungsdaten und Orientierungshilfen auf das Display. *CliF* ist ein System zur zahnmedizinischen Datenerfassung, welches den Anforderungen der Zahnklinik der Universität Rostock genau angepasst wurde. *inForest* dient der Erfassung von Umweltdaten, bspw. von Waldbeständen. Die gesammelten Informationen werden graphisch aufbereitet, so sind Veränderungen und deren mögliche Ursachen schnell einsichtig.

Eine völlig andere Anwendung stellt *Telebuddy* dar: Dabei handelt es sich um eine Art Puppe, ausgerüstet mit Kameras als Augen, Mikrophon und Sensoren, die es Menschen ermöglicht, an einem Ereignis teilzunehmen ohne physisch präsent zu sein. Dazu muss der Telebuddy am betreffenden Ort von einer anderen Person auf den Rücken geschnallt werden. So kann man vom heimischen Computer aus alles sehen und hören und sogar kommunizieren.

Des weiteren gibt es Projekte zur Kontrolle und Wartung von industriellen Großanlagen, aber auch von Wasser-, Strom-, Gas- oder Datenleitungen, zu logistischen Problemen (Optimierung von Vertriebswegen) oder zum mobilen Arbeitsplatz (MAP).

Die genannten Projekte zeigen Möglichkeiten effizienter Arbeit auf, indem sie eine leicht zu handhabende Technik nah an den Menschen bringen und ihn entlasten. Wenn man sich einen Arzt im Krankenhaus vorstellt, der auf seiner Visite die aktuellen Patientendaten vor Ort abrufen und beispielsweise Änderungen in der Medikation vornehmen kann (in einem drahtlosen Netzwerk), so wird ersichtlich, dass mobile Hardware nicht nur im Businessbereich sinnvoll sein kann.

Das mobile Leitsystem *EMBASSI*

Palmtop mit dem Orientierungssystem *e-Guide*

Im privaten Bereich hingegen ist die Option zum Datenabgleich mit dem Heim-PC wohl eher von geringer Bedeutung und die Möglichkeit, jederzeit im Internet surfen zu können, ist nett, aber macht das Leben auch nicht einfacher. Dennoch illustriert die Ausstattung moderner Handys, die ihrerseits auch mehr und mehr zu mobilen Computern werden, das Bestreben, mobil agieren zu können. Mögen WAP-Seiten auf dem Display auch noch einen beschränkten Genuss bieten, die Richtung ist klar, der mobile Internetzugang kommt. Und zwar nicht nur auf das Handy.

Schon jetzt demonstrieren öffentliche Terminals mit spezieller Software eine Art der Netznutzung - beispielsweise zum Fahrkartenkauf bei der Bahn oder zur Online-Reservierung von Bibliotheksbüchern -, die direkt zweckgebunden ist und vor Ort eine wirkliche Hilfe und Orientierung bietet. Wenn man sich nun vorstellt, solche Möglichkeiten auch auf einem tragbaren Computer oder Handy mit einer benutzerfreundlichen Oberfläche zu bekommen, und zwar indem die nötigen Daten beim Eintreten in einem bestimmten Bereich automatisch zu ihm gefunkt werden und auch ein Rückkanal besteht, dann erst hilft das Internet uns nicht nur beim globalen Denken, sondern auch beim lokalen

Handeln (vgl. das folgende Kapitel „Vision").
Der Ausblick besteht also im Ausbau der vielzitierten vernetzten Gesellschaft, deren Verästelungen immer feiner werden und in der künftig nicht nur Menschen mittels Computern kommunizieren, sondern auch Computerprogramme als Agenten für den Anwender selbstständig Informationen beschaffen können. Ein ubiquitäres Vorkommen von Computer- und Kommunikationstechnologien ermöglicht es, mittels mobiler Hardware praktisch überall in lokale Netzwerke eintreten zu können. Individuelle, maßgeschneiderte Anwendungen verändern weiterhin die Arbeitswelt. Die Schwierigkeiten bei der Einführung mobiler Computer - knappe Ressourcen in der Energieversorgung, geringe Speicherkapazität, Darstellung auf kleinen Displays und die begrenzte Bandbreite – scheinen überwindbar. Wie auch immer die teuer erkauften UMTS-Lizenzen auf den Markt gebracht werden: Breitbandnetze und der durch sie mögliche Versand großer Datenmengen werden die Durchdringung des Alltags mit Informationstechnologien weiter vorantreiben.

Die Probleme, die damit einhergehen sollten rechtzeitig - also jetzt - diskutiert werden: die Frage nach Privatsphäre, Datensicherheit, Abhängigkeit von Technologien, aber auch die Schaffung von Standards.

2. Vision

Was geschieht, wenn digitale Welt und gegenständliche Welt miteinander fusionieren?

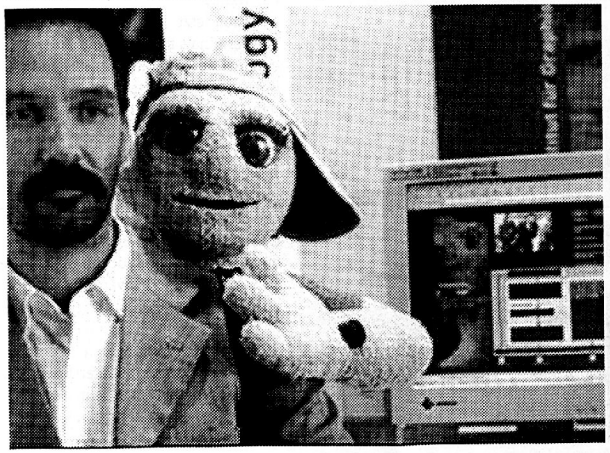
Eindrücke zu Neil Gershenfelds Buch "Wenn die Dinge denken lernen"

Von Annamaria Benckert

Aus dem Telefon als Sensation, zu dem das ganze Dorf gegangen ist, um wichtige Botschaften zu senden und zu empfangen, ist heute das Handy geworden, das ein großer Teil der Bevölkerung besitzt und das vor allem für Nonsens-Nachrichten genutzt wird, weil es den Kick, sich einmal verbindlich zu verabreden und dann eine *face-to-face*-Unterhaltung zu führen, nicht mehr zu geben scheint.

Wie verhält es sich mit den Computern, die vor nicht allzu langer Zeit ganze Räume gefüllt haben, um die Leistung zu erbringen, die uns heutzutage ein Laptop bietet und die in Zukunft wohl noch kleiner und effektiver werden? Wie hat sich die Einstellung zur Entwicklung in der Computertechnologie verändert, welche Positionen werden hier vertreten?

Der mobile Computer als Plüschpuppe: Telebuddy.



Wie sich die Computertechnologie-Entwicklung im Mobile-Computing-Bereich auswirken wird, wie sich die Wirklichkeit verändern wird, wenn die digitale Welt mit der gegenständlichen fusioniert, beschreibt Neil Gershenfeld in seinem Buch "Wenn die Dinge denken lernen". Gershenfeld leitet die "Physics and Media Group" im MIT-Media Labor und ist besonders am interdisziplinären Forschungsverbund TTT (things that think) beteiligt.

In seinem Buch fordert er eine bessere Integration von Computern in die Umwelt, sie sollen allgegenwärtig, aber unsichtbar sein, Unverträglichkeiten zwischen Mensch und Computer sollen aufgelöst werden. Seiner Meinung nach vereinfacht die Digitalisierung der Welt viele Prozesse und reißt die Mauern zwischen den verschiedenen Medien ein. Statt einen künstlichen Cyberspace zu schaffen, sollte ihm zufolge eine Technologie entwickelt werden, mit denen die bewährte Wirklichkeit verbessert wird. So müssen verschiedene Geräte in der Lage sein, miteinander zu kommunizieren, aufeinander zu reagieren, ohne die Aufmerksamkeit des Besitzers zu beanspruchen. Dabei sollen sie aber auch so sensibel sein, ihren Besitzer und seine Stimmung zu erkennen.

Für Gershenfeld liegt die eigentliche Vision der Vernetzung darin, die Anwender zu entlasten und die Mittel zur Lösung der Probleme in die Geräte selbst zu integrieren.

Die "echte visionäre Herausforderung besteht darin, die Entwicklung von Systemen vorweg zu nehmen, in denen unterschiedliche Komponenten zusammenwirken und sich beeinflussen. Wir haben die digitale Revolution erlebt, jetzt wäre eine digitale Evolution fällig" (S.21).

Gershenfeld hat sich auch Gedanken über die Umsetzung gemacht: Hardware als Haute Couture. Die Geräte werden körpernah getragen bzw. in die Kleidung integriert. Drei Gründe sprechen für die "Kleiderrevolution":

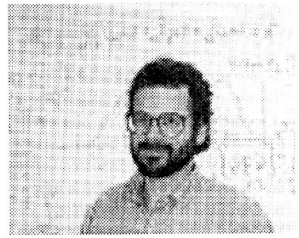
"1. unser aller Wunsch, vorhandene Fähigkeiten zu erweitern, 2. die ständig verbesserte Technik beim Einbau von Computern in Kleidung und 3. die Forderung der Industrie, nicht allein am Standort eines Rechners Informationen verfügbar zu machen, sondern dort, wo Menschen sich aufhalten" (S.61).

Welche Funktionen können wir also kleidungskonformen Computern überlassen? Durch die Entdeckung der PANs (personal area networks) kann man mittlerweile sogar die begrenzten Ressourcen der Radiowellen nutzen: Der menschliche Körper sendet Wellen mit sehr geringer Reichweite aus, die aber ausreichen, um Daten durch den Körper zu leiten und Geräte am Körper/in der Kleidung miteinander kommunizieren zu lassen. So könnten beispielsweise durch Händedruck elektronische Visitenkarten ausgetauscht werden (3). Der Kabelsalat bei tragbaren Computern hätte ein Ende, der Rechner wäre im Schuh integriert, der sich wiederum seine Energie bei jedem Schritt holt.

Gershenfeld sagt weiter:

"Tragbare Computer ersetzen die Homogenität gleichförmiger Hardware durch ultimative Personalisierung. Ihre intime Verbindung mit den Anwendern wird das gleiche für die Software leisten" (S.67).

Ein Computer, der sich um unser Wohlergehen sorgt und es dann sogar noch anderen mitteilt: eine erschreckende Vorstellung? Nicht für Gershenfeld, für den der Nutzen das potentielle Risiko überwiegt. So zeigt er sich z.B. fasziniert von einer teuren Diamantbrosche, die einer seiner Kollegen mit einem kleinen Herzrhythmus-Monitor versehen hat, so dass der Betrachter immer den Herzschlag des Trägers rot aufleuchten sieht. In der Modebranche werden mit Hilfe von leitfähigem Garn Kleider entworfen, die Musik ertönen lassen, wenn sich jemand nähert, Ballettschuhe voller Sensoren, die Ansicht und Begleitmusik einer Darbietung steuern sowie eine Jacke mit elektronischer Tinte entwickelt, die softwaregesteuert zwischen schrillen Farbtönen und Nadelstreifen hin und her changiert (S. 70).



Neil Gershenfeld

Zu unserer Datensicherheit und zum Schutz der Privatsphäre könnten digitale "Rüstungen" entworfen werden, die beim Versenden schützen und nur empfangen, was der Träger auch wirklich bekommen möchte.

"Wenn unsere Tragbaren soweit sind, dass alle zu jeder Tageszeit gesehen und gehört werden, mag uns die Verständigung mit physisch Abwesenden so alltäglich vorkommen wie ein Gespräch mit einem Gegenüber. (...) Der Begriff der Nachbarschaft selbst wird künftig eher logisch als physisch aufgefasst werden" (S. 73f).

Gershenfeld bleibt bei diesem Thema optimistisch, ja naiv, wenn er annimmt, dass es ausreichende Verschlüsselungsverfahren geben werde, die uns bei der Kontrolle darüber unterstützen, wer welche Informationen bekommen darf. Denn das würde zum Beispiel bedeuten, dass wir beim Einkaufen weniger Vorteile hätten als diejenigen, die ihre elektronische Identität preisgeben. Das Gleiche könnte bei Versicherungen passieren, die nur dann Bonuspunkte/Rabatte verteilen, wenn man ihnen möglichst viele Informationen übermittelt und sie am eigenen Leben teilnehmen lässt. Dann würden etwa die Toiletten chemische Analysen vornehmen, der Arzt könnte die Medikamenteneinnahme kontrollieren und die Ergebnisse an die Versicherungen weitergeben.

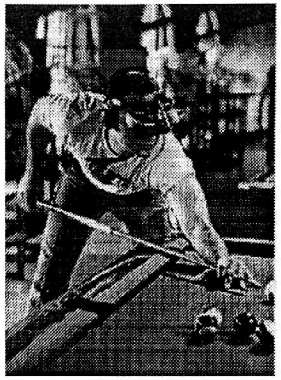
Gershenberg drückt es umgekehrt aus: Bei falscher Einnahme gäbe es Alarm beim Arzt, er könnte dann sofort helfen; die Verbindung zur Apotheke würde einen nahtlosen Lieferservice bei zu wenig Vorrat mit einschließen, das gesamte Gesundheitssystem würde effizienter und billiger werden usw. Wäre man dann nicht in der Selbstbestimmung eingeschränkt? Wie wirken sich solche Entwicklungen auf das Leben aus?

Auf der anderen Seite könnte nach Gershenfeld gerade Selbstschutz das Motiv zur Offenlegung privater Informationen sein, wenn der Streifenpolizist dadurch für mehr Sicherheit auf der Straße sorgen kann. Oder die Kamera in meiner Kleidung würde es ermöglichen, dass Freunde mir über die Schulter schauen, während ich allein im Dunklen durch eine einsame und gefährliche Gegend laufe. Gershenfelds Kommentar zu dieser zweischneidigen Problematik:

"Das Abwägen zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre kann nicht im voraus und für alle in jeder beliebigen Situation geschehen; Technologie muss für ein stabiles Gleichgewicht sorgen, das erforderlichenfalls nachkorrigiert wird"(S. 71).

Nicht nur in der Kleidung soll modernste Technologie

Levis und Philips entwickeln bereits „wearable computing".



Der tragbare Billard-Computer schlägt dem Spieler den besten Stoß vor.

integriert sein, sondern z.B. auch in der häuslichen Umgebung.

"Ein Kaffeeautomat, der mein Bett kontaktieren kann, meinen Terminkalender, meine Kaffeetasse, der meine Kaffee-Trinkgewohnheiten der letzten paar Jahre kennt, läge vermutlich nicht ganz falsch, wenn er erraten muss, ob ich in absehbarer Zeit nach unten komme, um mir mein Frühstückstässchen zu genehmigen, ohne irgendein weiteres Gerät einzuschalten. Auch wenn keine dieser Funktionen revolutionäre Einsichten in das Wesen der künstlichen Intelligenz verspricht, würden sie zusammen eine Sensibilität vermitteln, die Maschinen normalerweise fehlt" (S.223).

In seinem Buch bringt Gershenfeld noch viele weitere Beispiele, die sehr anschaulich seinen Standpunkt vertreten. Überhaupt lohnt die Lektüre schon deswegen, weil der Band in einem unterhaltsamen und leicht verständlichen Stil geschrieben ist und zum Nachdenken über die Zukunft des Computers, des Internets und der damit verbundenen Technologie anregt.

Anmerkungen

(1) http://www.rostock.igd.fhg.de/~mmt: Abteilung Mobile Multimedia Technologien des Instituts für Graphische Datenverarbeitung der Fraunhofer Gesellschaft

(2) http://www.bitplan.de/de/Mobile-Computing.html

(3) Als verständliche Erklärung des PAN und gleichzeitig als industriegeschichtlicher Dokument sei hier ein IBM-Werbung von 1995 zitiert: „Scientists at IBM's Almaden Research Center (San Jose, CA) are perfecting a new Personal Area Network technology (PAN) that uses the natural electrical conductivity of the human body to transmit electronic data. PAN technology is being demonstrated publicly for the first time at the Comdex computer industry trade show in Las Vegas on November 18 and 19. Using a small prototype transmitter (roughly the size of a deck of cards) embedded with a microchip, and a slightly larger receiving device, the researchers can transmit a pre-programmed electronic business card between two people via a simple handshake. What's more, the prototype allows data to be transmitted from sender to receiver through up to four touching bodies" (http://www.research.ibm.com/research/pan.html, 23.2.2001).

Buchangabe:

Neil Gershenfeld: Wenn die Dinge denken lernen. München 1999.

Links zum Thema:

Abteilung „Things That Think" des MIT:
http://www.media.mit.edu/ttt/

Übersicht zahlreicher Projekte zu Anwendungsszenarien mobiler Systeme:
http://mosquitonet.stanford.edu/mobile/projects.html

Abteilung des MIT:
http://www.wearcam.org/computing.html

Diverse Ausarbeitungen zum Thema (Informatiker-Proseminar):
http://palmpower.fzi.de/Proseminar/Ausarbeitung

Mobile Computing Lab der California University:
http://www.mcl.cs.columbia.edu/

Stanford Wearable Computing Laboratory:
http://wearables.stanford.edu/

Bericht zum *Telebuddy*:
http://www.telebuddy.de

PAN-Personal Area Network:
http://media.mit.edu/physics/projects/pan/pan.html

Dieser vom MIT entwickelte Computer-Schuh trägt 21 Sensoren und erfindet Tanzmusik im Rhythmus der Bewegungen seines Trägers.

Internet und Fernsehen

Was sind die Möglichkeiten einer Kombination von Fernsehen und Internet?

Vom asynchronen zum synchronen Content.

Von Matthias Postel

Die Digitalisierung und Reduktion von Daten hat eine drastische Erhöhung der Übertragungskapazitäten zur Folge. Dadurch wird zunehmend die Konvergenz der technischen Basen bisher getrennter Informationsträger aus den Bereichen Medien, Informationstechnologie, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik ermöglicht. Aufgrund des durch die Digitalisierung einheitlichen Datenformats werden Verbindungen unterschiedlichster digitaler Quellen realisierbar und damit Potentiale für neue Anwendungen geschaffen. So ergeben sich auch neue Möglichkeiten einer Kombination von Internet und Fernsehen, etwa im Bereich von Live-Events.

Bereits heute bieten viele Fernsehsender parallel zu Live-Übertragungen, z.B. von Sportveranstaltungen (Fußballspiele, Tennisturniere, Radrennen oder Formel-1) oder zu Berichterstattungen aus Krisen- und Katastrophengebieten, Begleitangebote im Internet mit zusätzlichen Informationen an. Jedoch scheint es recht mühselig, sowohl den Fernseher für die aktuelle Sendung als auch den Computer für den Zugang zum Internet laufen zu lassen, um beides gleichzeitig nutzen zu können. Aus diesem Grund bemüht man sich, Fernsehen und Internet über eine gemeinsame Plattform zugänglich zu machen.

Gerätekonvergenz

Mit entsprechenden technischen Hilfsmitteln ist es möglich, Fernsehen und Internet gleichzeitig über eine gemeinsame Endplattform abzurufen. Hierfür bedient man sich - von Streamingverfahren einmal abgesehen - entsprechender Hardwareerweiterungen. Für den Fernseher stehen sogenannte Set-Top-Boxen und alternativ für den Computer Fernsehkarten zur Verfügung. Set-Top-Boxen ermöglichen es, Internet-Seiten über den Fernseher abzurufen, während durch Fernsehkarten der Empfang von Fernsehprogrammen auf dem Computer ermöglicht wird. Diese Hardwareerweiterungen haben den Vorteil, dass das Fernsehen in gewohnter Qualität zu empfangen ist, während Streamingverfahren von der Bandbreite abhängig sind und meist nur ein kleines und ruckeliges Bild liefern.

Nachteil bei den Set-Top-Boxen ist allerdings - bedingt durch die schlechtere Auflösung eines Fernsehers gegenüber einem Computerbildschirm - ihre begrenzte Darstellung von Internet-Seiten. So ist es z.B. nicht möglich, seitwärts zu scrollen, und Bilder werden teilweise nicht angezeigt. Um dies zu vermeiden, müssen Internet-Seiten speziell für die Darstellung auf dem Fernsehschirm modifiziert werden.

Inhaltliche Konvergenz

Die Gerätekonvergenz ist nur der erste Schritt. Wesentlich interessanter für Fernsehsender und Nutzer ist eine inhaltliche Konvergenz, d.h. additive Informationen zum laufenden Fernsehprogramm auf Abruf zur Verfügung zu stellen. Um eine inhaltliche Konvergenz zu ermöglichen, ist ein paralleles Angebot der Sender im Fernsehen und im Internet allein nicht ausreichend. In diesem Zusammenhang lassen sich verschiedene Modelle einer Kombination von Internet und Fernsehen entwickeln und verschiedene Möglichkeiten der Realisierung einer direkten Verknüpfung von Fernsehbildern mit additiven Informationen unterscheiden.

In den Abbildungen 1-3 sind die verschiedenen Modelle dargestellt. In Abbildung 1 sind die Inhalte des Fernsehprogramms und der Internet-Seiten nicht aneinander gekoppelt, d.h. sie sind unabhängig voneinander und die Inhalte ergänzen sich höchstens zufällig.

Beim parallelen Angebot (Abb.2) können allgemeine Informationen zum Fernsehprogramm übers Internet abgerufen werden. In Abhängigkeit von der Kopplung der Inhalte - hierbei wird zwischen loser, einseitiger und beidseitiger Kopplung unterschieden - werden auch weitere additive Informationen und gegebenenfalls Möglichkeiten zur Einflußnahme auf das laufende Programm angeboten.

Das synchrone Angebot (Abb.3) geht noch einen Schritt weiter. Fernsehprogramm und additive Informationen sind nur über ein gemeinsames Endgerät abrufbar, da die additiven Informationen direkt mit den Fernsehbildern verknüpft werden. Die additi-

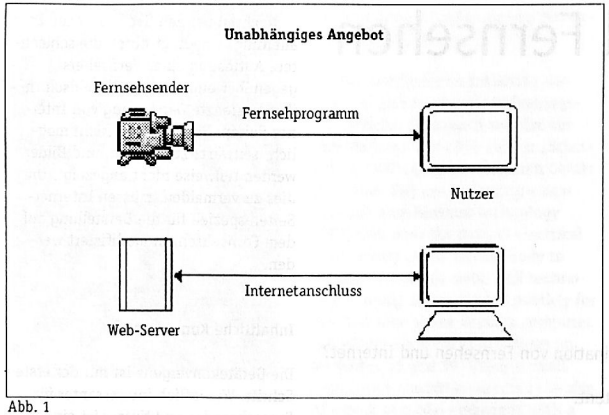


Abb. 1

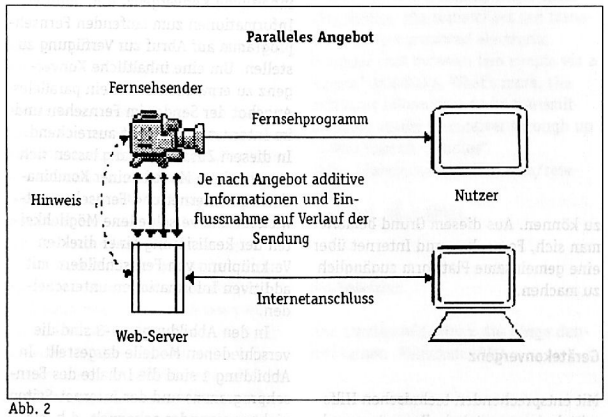


Abb. 2

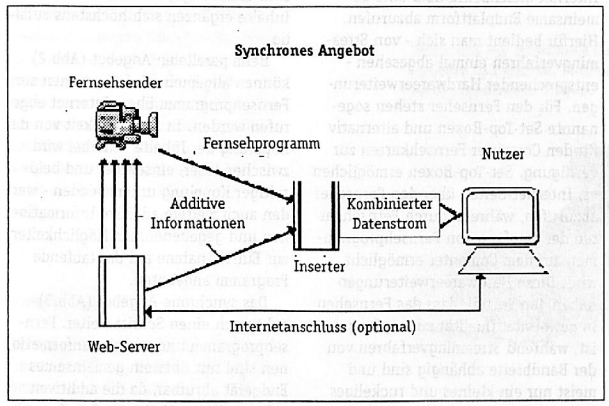


Abb. 3

ven Informationen müssen aber bereits vor der Übertragung zum Nutzer mit den Fernsehdaten zu einem Datenstrom kombiniert werden.

Ein mögliches Szenario mag verdeutlichen, welche zusätzlichen Möglichkeiten der Informationsabfrage zur Ergänzung einer Live-Sendung durch das synchrone Angebot denkbar sind: Die Nachrichten bringen eine aktuelle Meldung z.B. über einen Flugzeugabsturz mit Live-Bildern vom Ort des Absturzes. Über eine Symbolleiste am Rand des Fernsehbildes kann der Zuschauer die Passagierliste und die Namen der überlebenden Personen abrufen, über ein weiteres Symbol Daten von Flugzeugabstürzen der letzten Jahre, Statistiken, welche Flugzeugtypen betroffen waren, etc. Auch Informationen zum Unglücksort oder etwaige Hilfsmöglichkeiten, wie z.B. ein Spendenkonto für Überlebende, können mit einem Klick abgerufen werden. Durch einen Klick auf die eingeblendete Webadresse kann der Zuschauer mit anderen Zuschauern über Verbesserungen der Flugsicherheit o.ä. diskutieren oder den Angehörigen seine Anteilnahme ausdrücken.

Temporale und semantische Contentzuordnung

Bei der Verknüpfung von Fernsehinhalten mit additiven Informationen kann zwischen einer temporalen und einer semantischen Contentzuordnung unterschieden werden.

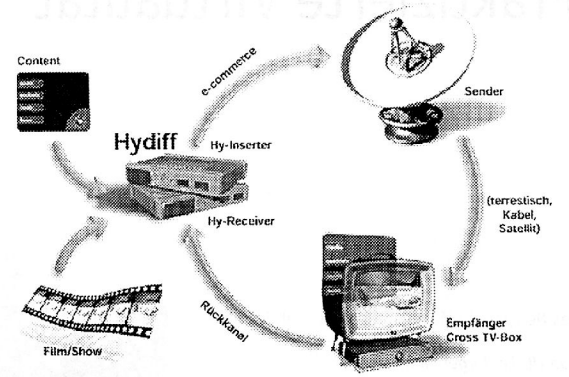
Bei der temporalen Contentzuordnung werden die additiven Informationen mittels einer Zeitfunktion mit den Fernsehbildern verknüpft und zeitgleich übertragen. Erscheint auf dem Bildschirm ein entsprechendes Symbol - z.B. ein blinkendes Ausrufezeichen -, weiß der Zuschauer, dass additive Informationen zur Verfügung stehen und kann diese mit einer Taste auf der Fernbedienung abrufen. Diese Informationen werden dann in einem zusätzlichen Fenster auf dem Bildschirm angezeigt. Alternativ können diese Informationen auch stetig angezeigt und aktualisiert werden. Ein großer Nachteil dieser Art der Contentzuordnung ist die zeitliche Begrenzung: Nur solange das Symbol auf dem Bildschirm erscheint, ist es möglich, die additiven Informationen direkt abzurufen. Auch wird nicht unbedingt deutlich, worauf sich die additiven Informationen beziehen, da das Symbol nicht eindeutig einer Person oder einem Gegenstand zugeordnet werden kann.

Bei der semantischen Contentzuordnung werden verschiedenen Objekten, die auf dem Bildschirm zu sehen sind, direkt Informationen zugeordnet. Um die semantische Contentzuordnung zu realisieren, gilt es zu klären, welche Anforderungen erfüllt werden müssen: Zum einen muss die Interaktion mit den Inhalten bzw. mit einzelnen Objekten im Fernsehbild möglich sein, d.h. um weitere Informationen zu einem Objekt zu bekommen, muss es eindeutig ausgewählt werden können. Eine Aufteilung des Fernsehbildes in einzelne Objekte ist also notwendig. Des weiteren stellt sich die Frage, wie die additiven Informationen den einzelnen Objekten zugeordnet und wie diese dann in die Darstellung mit eingebunden werden können. Die Überlegungen zur Realisierung basieren auf dem 1999 eingeführten MPEG-4-Standard, dessen Ziel es ist, multimediale Entwicklungen und Interaktivität zu unterstützen.

Das Modell der semantischen Contentzuordnung gibt Fernsehsendern die Möglichkeit, additive Informationen direkt mit Fernsehbildern zu verknüpfen und diese mit weiteren Diensten wie E-Mail oder Chat zu verbinden oder auch neue Werbe- und Verkaufskonzepte zu realisieren. Im Gegensatz zu bereits vorhandenen Informationsmöglichkeiten beim Fernsehen wie etwa dem Videotext stehen dem Nutzer Möglichkeiten für eine detailliertere Abfrage von Informationen in verschiedenen Datenformaten (Bilder, Videos, Text usw.) zur Verfügung; zum laufenden Programm, für eine interaktive Beteiligung an den Sendungen oder für eine Kommunikation mit anderen Nutzern während einer Sendung.

Ausblick

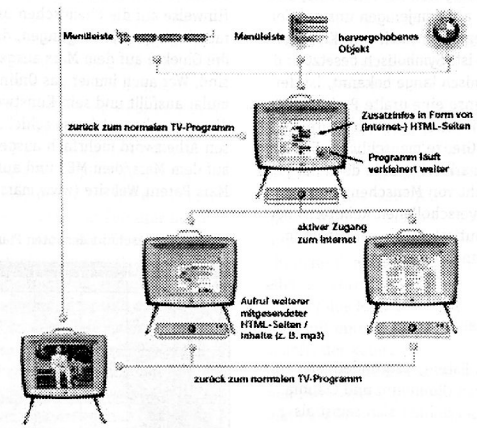
Zunächst wird man sich mit dem parallelen Angebot zufrieden geben müssen, da sich das synchrone Angebot in näherer Zukunft nicht bzw. nur mit erheblichen Mehraufwand realisiert werden kann. In fernerer Zukunft wird eine vollkommene Verschmelzung der beiden Medien Fernsehen und Internet wohl möglich sein. Es bleibt jedoch abzuwarten, ob diese Verschmelzung des Freizeit- und Arbeitsbereiches in vollem Umfang von den Nutzern angewendet werden wird.



Die Firma informatec gehört zu den Unternehmen, die an technischen Lösungen zur Verbindung von Internet und Fernsehen arbeiten. Die Grafik zeigt ihre Vorstellung von der Organisation eines synchronen Angebots.

Die Diplomarbeit des Verfassers zum Thema erscheint demnächst beim LIT-Verlag in der Reihe "Beiträge zur Medienästhetik und Mediengeschichte" unter dem Titel "Internet und Fernsehen - Vom asynchronen zum synchronen Content" (ISBN 3-8258-5633-x).

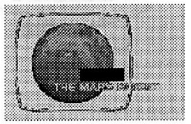
Das synchrone Angebot in der Darstellung von informatec: Über ein Menü oder ein im Fernsehprogramm hervorgehobenes Objekt kann die Nutzerin über das Netz Zusatzinformationen anfordern und aktiv weitere Seiten abrufen.



Praktizierte Virtualität

Das Netzprojekt Mars Patent zeigt High Reality.

Von Ulrike Bergermann



„Lola lief schreiend über den heißen Marssand" - auf der Flucht vor dem marsianischen Monster. Schon „streckten sich seine fünf Arme gierig nach ihr aus. Fortsetzung im nächsten Heft." Was in den 1950ern die Phantasie der Astronauten beflügelte (etwa in „Weltraumschiff MR-1 gibt keine Antwort", USA 1959, Regie Ib Melchior) und nicht ohne hilflos-tapfere Frauen zwischen Helden und Mutanten auskam, vollzog sich auf Phantasieplaneten oder auf demjenigen unseres Sonnensystems, der nach dem Kriegsgott benannt ist. Symbolisch besetzt und astronomisch lange bekannt, ist der Mars ebenso eine uralte Projektionsfläche wie eine, die noch heute die variable Grenze menschlicher Erreichbarkeit markiert; wurde doch der Mars noch nicht von Menschen betreten, nur von verschollenen Robotern. Der Planet mutierte nun zum Patent im Namen einer Netzgalerie.

Marswesen

Das Mars Patent, gegründet von Helene von Oldenburg und Claudia Reiche, bezeichnet sich selbst als interplanetarischen Ausstellungsraum auf dem Mars und hat seinen irdischem Sitz in Hamburg zwischen Schanze und Eimsbüttel.

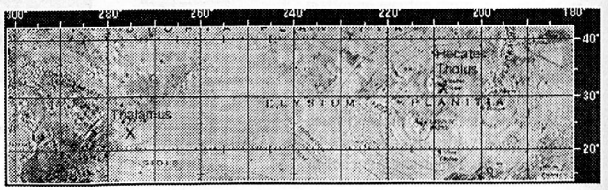
Was sich nicht in irdische Schemata fügt - schreiben die Organisatorinnen auf ihrer Website ("You'll know it, if your work is ready to transgress Earth's limitations") - kann zum Mars Exhibition Space MES transportiert werden, und zwar mittels der *High Reality Machine HRM 1.0n*. Eine FAQ-Seite gibt Hinweise auf die chemischen und radiologischen Bedingungen, denen die Objekte auf dem Mars ausgesetzt sind. Wer auch immer das Onlineformular ausfüllt und sein Kunstwerk an die angegebene Adresse schickt, dessen Arbeit wird mehrfach ausgestellt: auf dem Mars/dem MES und auf der Mars Patent Website (www.mars-patent.org, klar und schmuck realisiert von Alexandra Bialas), in Form des Formulars und einer Projektskizze. Die Site bietet dann rund um die Uhr einen Live-Videoreport vom MES an (der allerdings praktisch nie funktioniert).

Allerdings gibt es eine Bedingung: Nur KünstlerInnen, die sich unter weiblichem Vornamen registrieren lassen, werden ausgestellt. Dafür gibt es allerdings keine Real-Life-Kontrolle: "The HRM_1.0n is not able to control the biological identity. It's your commitment that counts." Verlangt werden keine organischen Geschlechtsmerkmale, verlangt wird Zuwendung, und als Bezeichnung dieser Haltung wird ein weiblicher Name bestimmt. Merkwürdig, wie stark diese Geschlechterpolitik beeindruckt, könnte man sie doch im Netz getrost ignorieren. Ein namhafter linker Netzkritiker jedenfalls soll es nicht übers Herz (?) gebracht haben, sich unter weiblichem Vornamen dem Projekt anzuschließen.

Vielleicht machen es sich die Aliens damit leichter, wie die Galeristinnen dem Vorwurf des *alienism*, des Ausschlusses von Aliens, entgegnen: "If they come up with a real e-mail address, they can always try. With a female first name we encourage every alien to participate." Ebenso wenig wie in der Gendertheorie mit dem Augenmerk auf die kulturelle Hervorbringung von Geschlechtsidentität qua symbolischen Praxen das biologische Geschlecht als irrelevant erklärt wird, ebensowenig verabschiedet sich diese marsianische Bezeichnungspolitik von politischen, materiellen Subjekten, die in ihren sprachlichen Verfasstheiten interagieren können.

Alles in allem erscheint dieser Präsentationsraum ebenso als *State-of-the-art*-Netzkunstprojekt wie als *State-of-the-theory*-Unternehmen.

Ein Kartenausschnitt des roten Planeten, Ausstellungsraum des Mars Patent.



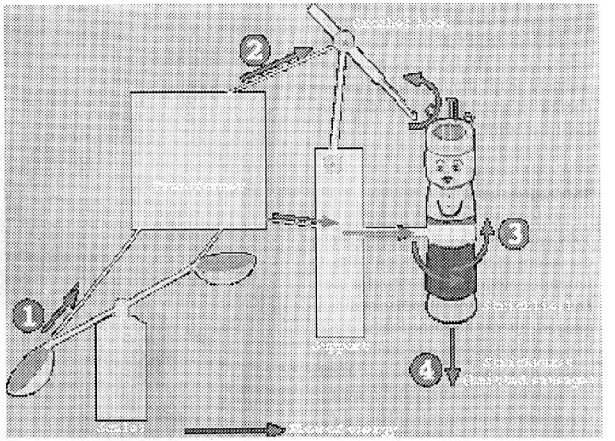
Raumnutzung

„Da soll noch einer sagen, Kunst sei zu nichts nütze", kommentiert Tilman Baumgärtel in seiner Netzkunst-Einführung: die Daten-Autobahn ist schließlich schon 1974 vom Videokünstler Nam June Paik beschrieben worden. So wie Kunst seit dieser Zeit stark ortsbezogen konzipiert wird, bezieht sich auch Netzkunst auf den Nicht/Ort und die medienspezifischen Bedingungen des Internet: Sie benutzt „das Internet nicht als ‚Transportmedium', sondern [setzt] sich gezielt mit dessen eigenen Qualitäten auseinander". (2)

Wenn das so ist, dann ist das Mars Patent doppelt selbstreflexiv: Es thematisiert sowohl Medialität und Ortsbezug als auch den kunsttheoretischen Diskurs, der die ‚Transportfrage' zur sekundären erklärt hat. Transport, hier: Teleportation durch die HRM, ist dem Mars Patent zentral. Und das heißt nicht, dass damit die Kunst zur immateriellen (quasi-geistigen) Angelegenheit erklärt wäre, wie oft zu hören (wenn etwa von „Dematerialisierung" bei Lucy Lippard oder von „Entstofflichung" bei Sabine Helmers die Rede ist); vielmehr trägt man beim Mars Patent Sorge um die materiellen Bedingungen (Vorsicht vor starker Strahlung und Sandstürmen!). Lyotard erstellte 1984 ein Konzept für die Ausstellung „Les Immatériaux" im Centre Pompidou - solche „Immaterialien" sind nun die Elemente der Netzkunst.

Netzkunsttypische Charakteristika sind hypertextuelle und interaktive Strukturen, die die Frage nach der Autorschaft am Kunstwerk bearbeiten, Themen wie globale Vernetzung (etwa in zahlreichen Reisedokumentationen), Kommunikation und Räumlichkeit. In topographischen Metaphern für technisch unbebilderte Möglichkeiten visualisiert sich die Welt hinter der Mattscheibe oder Reflexionen auf die Auflösung der traditionellen Ausstellungsflächen, z.B. in der Inszenierung des Monitors als einer solchen oder der Simulation ganzer Räume.

"Das Netz beinhaltet Ort und Ortlosigkeit zugleich", meint die Künstlerin Eva Wohlgemuth und kontert auf Baumgärtels Einwand, das „Einspeisen physischer Orte" ins Netz sei ein Versuch der Reterritorialisierung, mit einem Verweis auf den ungemein wirklichen Pizzaservice im Netz (net.art, 85).



Ellen Nonnenmachers „Strickliesl" wird durch Mars-Sand und -Wind betrieben.

Die High Reality Machine dagegen bringt nichts ins Heim und lässt nichts verschwinden. Sie transportiert echte Werke in einen neuen Raum. Die ursprüngliche Wortbedeutung von virtuell (der Anlage nach vorhanden, potentiell) kommt hier zu neuer Geltung. Wird so das Werk ernsthaft arbeitender Künstlerinnen zum ‚Simulakrum'?

Virtualität

Baudrillards ‚Simulakrum' meint nicht etwa eine spezifisch charakterisierte Abbildung, etwa ein ‚vortäuschendes' Zeichen im Gegensatz zur früheren Zeichenauffassungen der analogen Wiedergabe, sondern ein Abbildungsverhältnis, in dem nicht mehr geklärt werden kann, ob es einen Referenten gibt. Nach Baudrillard folgte der zunehmenden Loslösung des Zeichens vom Referenten ein Zeitalter der Simulakren, in dem jedes Zeichen nur noch auf sich selbst verweist. (3)

Das hat polemisch-metaphorische Überzeugungskraft und scheint mit aktuellen medialen Entwicklungen zu kongruieren: Beim Online-Einkauf etwa bedeutet ein Klick den Akt des Bezahlens, das Überweisen und das Überwiesene beruhen auf dem gleichen ‚Material', und wie bei „Big Brother" ist es möglich, die ‚Realität' als fundamental durchzogen von Medientechnik zu betrachten - genauer: Es ist unmöglich geworden, eine Realität außerhalb oder gar vorgängig medialer Repräsentationen zu entwerfen. Wenn das für die *Up-to-date*-Inszenierungen von Privatleben und Ökonomie gilt, wie steht es dann mit der Kunst, die ohnehin nicht gerade im Verdacht steht, mit der Realität allzu eng verschwistert zu sein? Und gilt nicht immer noch vielen ‚Cyberspace'/'Internet' und ‚Virtualität' als synonym?

Wahr ist: 3D-Grafikprogramme können im Verbund mit KI-Programmen (etwa in neuronalen Netzen) und interaktiven Modulen Bilder generieren, die schon fast realistisch aussehen (noch schließen sich Echtzeitbenutzung und realistische Visualisierung/Sprachgenerierung/Force Feedback usw. aus) und die auf keinem real existierenden Ding beruhen. Somit kann das Projekt einer Netzgalerie nicht überraschen: Hier käme Kunst, diese ohnehin visionäre Ausdrucksform, in einen medialen Rahmen, der ähnliche Konnotationen des Immateriellen hervorruft.

Aber das Mars Patent verknüpft die HRM mit einer anderen Netzeigenschaft, der kommunikativen, und bringt Menschen zusammen, Autorinnen ihrer Werke, um deren echte Projekte als so virtuell auszustellen, wie

sie es auch schon vor dem Transport zur MES waren. Es ist nicht die Digitalisierung, die etwas virtuell macht - vielmehr sehen die Augen der Besucherinnen ja schon immer Bilder, mit Lichtgeschwindigkeit.

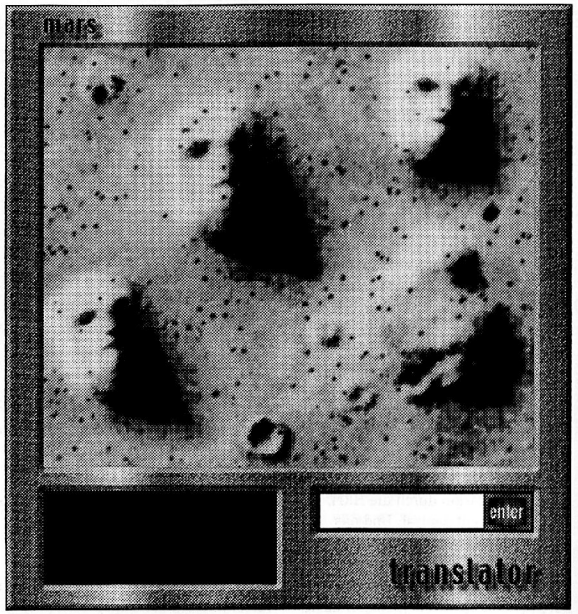
Strickwürste et al.

1999 eröffnete Ellen Nonnenmacher die Galerie mit der „Strickliesl". Das reizende animierte Konzept zeigt die Energiegewinnung unter Marsbedingungen, die die hölzerne Puppe drehen und die Strickwürste produzieren, welche den Siedlern Wärme und kreative menschliche Heimatgefühle spenden sollen („a pullover knitted out of Strickwuerste is warming 32,4 times more than a normal lambswool-pullover").

Wo ansonsten die „weiblichen" Errungenschaften des Flechtens und Webens immer wieder dafür in Anspruch genommen werden, einen quasi-natürlichen Bezug von Frauen zum Netz zu stiften, stellt Nonnenmachter dieses Konzept liebevoll-ironisch als einen netten Mechanismus aus: wenn es typisch weibliche Mechanismen gibt, dann sind die so technisch wie die kulturellen Werkzeuge um sie herum. Der Kommentar erscheint ebenso simpel wie elaboriert und charmant.

Marina Grzinic betreibt in ihrem Ausstellungsstück „The Spectralization of Space" die Kunst, mit Worten Theorie zu machen. Ihr Aufsatz diskutiert die Paradigmen Zeit und Raum in Cyberspace und VR im Rückgriff auf Deleuzes „Zeit-Bild" und „Bewegungs-Bild"; Grzinic fügt dem das „virtuelle Bild" hinzu, dessen Räumlichkeit sich im ‚Medium' der Zeit repräsentiere.

Das KünstlerInnenpaar Dellbrügge & de Moll stellt seit Januar 2001 den Mars Translator aus, um der besorgniserregenden „Invasion durch Kunst und Theorie" mittels einer Kontaktaufnahme entgegenzutreten. Der Translator kann mittlerweile Antworten aus einfachen Fragen aus dem Marsrauschen herausfiltern, nun müssen nur noch die unsichtbaren und immateriellen Marsbewohner gefunden werden, mit denen es unkolonialistisch zu interagieren gilt. Da es aber eine Felsformation gibt, auf deren geologischer



Der Mars Translator von Dellbrügge & de Moll sorgt für eine verbesserte Kommunikation zwischen Menschen und Marsianern.

Repräsentation Marsgesichter entziffert werden können, soll dies den Besuchern als einladendes Zeichen dafür gelten, eine Frage per Mars Translator zu stellen.

Diese Kunst ist nicht mit einem Preis beziffert. Anders als Olia Lialina, die im Sommer 1998 von Moskau aus die Netzgalerie art.teleportacia.org eröffnete, antihierarchische Organisationsmodelle brüskierte und auf einem materiellen Wert der Netzkunst bestand, zählt für das Mars Patent eine andere Materialität: Ihr *commitment*.

Anmerkungen

(1) Das erinnert an die Adressierung des cyberfeministischen Netzwerks OBN (Old Boys Network), das sich an alle "intelligenten Lebensformen" richtet, die sich selbst "Frau" nennen. Was kaum überrascht, sind doch Helene von Oldenburg und Claudia Reiche Gründungsmitglieder dieses internationalen Projekts. Vgl. www.obn.org und Ulrike Bergermann, Intelligente Lebensformen. Das 'Old Boys Network' promoted den Cyberfeminismus, in: Frauen Kunst Wissenschaft, "xx/xy/xx. Alternative Körper", Heft 29, Marburg (Jonas), Juni 2000, 21-37.

(2) Tilman Baumgärtel, net.art. Materialien zur Netzkunst, Nürnberg 1999, 11.

(3) Vgl. Jean Baudrillard, Die Agonie des Realen, Berlin 1978.

Woody Allen / Jean-Luc Godard

Ein doppelter Geburtstagssalut

von Christian Maintz

Beide sind von schmächtiger Statur, beide tragen gewaltige schwarze Hornbrillen, beide haben Kinogeschichte geschrieben. Und beide konnten im Dezember 2000 ein rundes Wiegenfest begehen: Jean-Luc Godard, radikalster Vertreter der französischen Nouvelle vague und vielleicht namhaftester Repräsentant der filmischen Moderne überhaupt, wurde 70. Woody Allen, weltweit populärer Komiker und Chronist urbaner Neurosen, wurde 65. Die beiden Jubilare verbindet aber noch einiges mehr; sie haben sogar miteinander gearbeitet: 1986 drehte Godard mit *Meeting W.A.* einen Dokumentarfilm über Allen, in dem sich die beiden Regisseure unter anderem über ihre gemeinsame heftige Abneigung gegen das Fernsehen austauschten. 1987 absolvierte Allen zudem einen kurzen, freilich wohl eher symbolisch als dramaturgisch motivierten Gastauftritt als Narr in Godards *King Lear*.

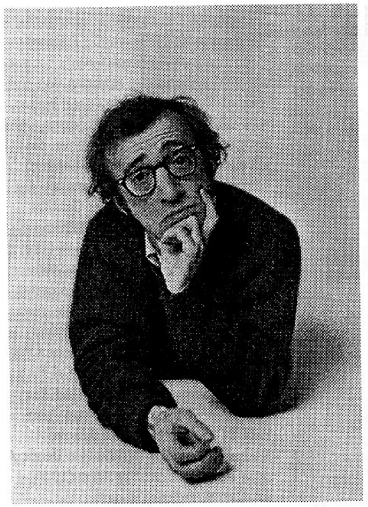
Der zentrale gemeinsame Nenner Jean-Luc Godards und Woody Allens ist aber – bei aller Unterschiedlichkeit ihres sonstigen Hintergrundes – ihr Status als Autorenfilmer. Godard war in den 50er Jahren des vergangenen Jahrhunderts einer der legendären Erfinder und Wegbereiter der *politique des auteurs*, jenes einflußreichen Autorenfilmkonzeptes, das die jungen Filmkritiker und nachmaligen Regisseure der Nouvelle vague (der Kerngruppe gehörten neben Godard Francois Truffaut, Eric Rohmer, Claude Chabrol und Jacques Rivette an) zunächst theoretisch in Filmrezensionen und Aufsätzen entwickelten, später praktisch in der eigenen Regiearbeit umsetzten. Die *politique des auteurs* versteht den Regisseur eines Films – sofern dieser einen prägnanten Personalstil zeigt, eine eigenständige Vision von der Welt entfaltet – in Analogie zum literarischen Autor als den individuellen Schöpfer eines Werkes.

Die Filme eines *auteurs* sind in dieser Lesart, mit Truffaut gesprochen, Kino "in der ersten Person" (Truffaut 1999, 335), sie zeichnen sich durch subjektiv-intime Stilisierung, mithin zumeist auch die signifikante Abweichung von kommunen Erzählschemata aus. Unter den verschiedenen Gestaltungskomponenten des Films fokussiert die *politique des auteurs* nachdrücklich die Mise-en-Scéne; Aspekte wie Drehbuch, Motivik oder Genre treten demgegenüber zurück.

Bemerkenswerterweise exemplifizierten die Nouvelle-vague-Kritiker ihren Autorenfilmbegriff zunächst vorwiegend anhand der Arbeiten von Hollywood-Regisseuren wie Orson Welles, Howard Hawks, Alfred Hitchcock, John Ford und Robert Aldrich, denen sie jeweils eine persönliche Regiehandschrift zuerkannten (während sie die französische ‚Tradition der Qualität' von Regisseuren wie Jean Delannoy, Claude Autant-Larat oder René Clément als unfilmisches "Szenaristen-Kino" attackierten). In ihren eigenen Filmen zitierten und paraphrasierten insbesondere Godard, Truffaut und Chabrol dann ihre amerikanischen Vorbilder; bevorzugt bezogen sie sich dabei auf den Gangsterfilm und den Film noir – so imitiert der von Jean-Paul Belmondo gespielte Ganove Michel in Godards berühmtem Debüt *A bout de souffle/Außer Atem* (1960) explizit Humphrey Bogart.

Das amerikanische Kino erwies sich als dankbar gegenüber seinen europäischen Verehrern. Der Kritiker Andrew Sarris importierte die *politique des auteurs* in die Vereinigten Staaten (wo sie – wie auch in Deutschland – vielfach unter der mißverständlichen Bezeichnung "Autorentheorie" Karriere machte; sie ist aber keine Theorie, sondern primär ein ästhetischer Bewertungsmaßstab von Filmen). Vor allem aber adaptierten die jungen amerikanischen Regisseure des New Hollywood wie Robert Altman, Arthur Penn und Martin Scorsese in den 60er und 70er Jahren nun ihrerseits viele formale Prinzipien der Nouvelle-vague-Filme, so den semidokumentarischen Stil, die Bevorzugung von Originalschauplätzen, die unruhige Handkamera, die Preisgabe des Continuity Systems (des ‚unsichtbaren Schnitts' der klassischen Hollywood-Filme) zugunsten sprunghafter, assoziativer Montageformen und die Allusionen auf die Filmgeschichte. Die Nouvelle vague inspirierte somit nicht nur diverse ‚Neue Wellen' in Europa wie das New British Cinema und den Jungen bzw. Neuen Deutschen Film, sondern auch eine der raren Innovationsbewegungen des Hollywood-Kinos.

Unter den stilistischen Neuerungen der Nouvelle-vague-Regisseure waren diejenigen Godards von Beginn an die spektakulärsten. Bei seinem Werk



Woody Allen

denkt jeder Filmhistoriker zuerst an die augenfälligen Brüche mit den Konventionen des klassischen Erzählkinos: an die hektischen Jump Cuts in *A bout de souffle* etwa, an das unvermittelte In-die-Kamera-Sprechen der Protagonisten z.B. in *Pierrot le Fou/Elf Uhr Nachts* (1965), an die Kollagierung der Spielfilmhandlung mit so heterogenen Materialien wie Schrift-Inserts, Dokumentaraufnahmen, Politikerreden, literarischen und musikalischen Zitaten z. B. in *Masculin féminin/Maskulin – Feminin oder: Die Kinder von Marx und Coca Cola* (1966), an die mehrminütige Kamera-Parallelfahrt entlang einer Autoschlange in *Week End/Weekend* (1967), an die optische und akustische Verschränkung eines Banküberfalls mit der Probe eines späten Beethovenschen Streichquartetts (op. 132) in *Prénom Carmen/Vorname Carmen* (1983).

Viele solcher damaligen Neuerungen sind inzwischen in den formalen Kanon des filmischen Mainstreams, insbesondere auch der Videoclips und der Werbung eingegangen. Dies betrifft aber in der Regel eher äußere Erzähltechniken, kaum hingegen den Geist des Godardschen Kinos. Godards historisches Bewußtsein, seine hohe Reflexivität, sein Vermögen, durch kaleidoskophafte, überraschende Bild- und Tonkombinationen Gedanken sichtbar zu machen bzw. beim Zuschauer zu erzeugen, sind – hierauf weist Klaus Theweleit in seiner kürzlich erschienenen Geburtstags-Hommage an Godard nachdrücklich hin (Theweleit 2000, 50) – durch keine noch so avancierte Computertechnologie imitierbar.

Woody Allens künstlerische Genese, die zunächst über Stationen als TV-Gagautor und Stand-up-Comedian führte, unterscheidet sich natürlich stark von derjenigen Godards. Auch seine Filme zeichnen sich aber seit den frühen "funny movies" – hierin durchaus manchen Arbeiten der Nouvelle vague vergleichbar – durch hochgradige filmhistorische Informiertheit und einen entsprechend versierten Umgang mit präfabriziertem Material aus; man denke etwa an die parodierten Erzählmuster des Science-fiction-Films in *Sleeper/Der Schläfer* (1973) oder des Historienfilms in *Love and Death/Die letzte Nacht des Boris Gruschenko* (1975).

Allen gehört zwar nicht zur Gruppe der New-Hollywood-Regisseure (als überzeugter New Yorker steht er Hollywood bekanntlich nicht nur in geographischem Sinne fern), er teilt aber mit ihr die Orientierung am europäischen Autorenkino, die bei ihm sogar noch nachhaltiger ausgeprägt ist. Kaum je hat Allen seine filmischen Inspiratoren im eigenen Land gesucht (sieht man hier einmal von den Komikern wie Charlie Chaplin, Groucho Marx oder Bob Hope ab); zumal mit seinen späteren, ‚ernsteren' Filmen knüpft er vielmehr deutlich an die Filme überseeischer Regisseure wie Ingmar Bergman, Federico Fellini und Michelangelo Antonioni an.

Als Komödiant nähert er sich seinen Vorbildern zunächst parodistisch, indem er beispielsweise im frühen Einakter *Death Knocks/ Der Tod klopft* von 1971, in welchem ein Kleiderfabrikant mit dem leibhaftigen Tod Kutscherromé spielt, Bergmans *Det sjunde inseglet/Das siebte Siegel* (1956) persifliert oder in der italienischen Episode aus *Everything You Always Wanted to Know About Sex/Was Sie schon immer über Sex wissen wollten* (1972) ironisch die Bildsprache Antonionis verwendet. In späteren Filmen setzt er sich dann mit verschiedenen Formen des klassischen Autorenfilms zunehmend ernsthaft und produktiv auseinander.

Allen ist zweifellos kein revolutionärer Erneuerer des Mediums Film wie Godard; gelegentlich mögen etwa seine Bergman- oder Fellini-Anleihen sogar etwas eklektisch anmuten. Auch wirkt sein Kino insgesamt konzilianter, leichter ‚lesbar' als der partiell ja ausgesprochen spröde, enigmatische europäische Autorenfilm etwa eines Antonioni oder Godard. Im Kontext des amerikanischen Mainstreamkinos gesehen, ist Allen freilich durchaus ein Innovator und Außenseiter (wenn auch ein seit langem sehr etablierter; auf seinem Renommée als erfolgreicher Antagonist Hollywoods beruht seine ziemlich singuläre Marktposition, die ihm beispielsweise völlige Entscheidungsautonomie über seine Produktionen sichert – in Amerika eine höchst rare Erscheinung).

Allens Filme sind – hier liegt der Kern ihrer Affinität zum europäischen Autorenkino – in erster Linie Porträts ihrer Protagonisten; sie handeln von deren komplexen Bewußtseinszuständen, Emotionen, moralischen Ideen, kaum hingegen von äußeren, linear verlaufenden Intrigen, die sich in einem Happy End auflösen lassen. Das zentrale Erzählgesetz Hollywoods – der absolute Primat des Plots, der auch die Figuren letztlich zu bloßen Funktionen des Handlungsablaufs degradiert – wird von Allen dementsprechend weitgehend ignoriert. Allen erzählt betont subjektiv und assoziativ, bevorzugt offene, episodisch fragmentierte Dramaturgien, wechselt unvermittelt Zeit- und Realitätsebenen etc. – ähnlich wie seine europäischen Vorbilder. Wichtige, stilbildende Arbeiten sind in dieser Hinsicht Filme wie *Annie Hall/Der Stadtneurotiker* (1976) oder *Stardust Memories* (1980).

Auch Woody Allens Liebe zum europäischen Autorenfilm blieb nicht unerwidert; verschiedentlich haben ihm dessen Veteranen ihre Referenz erwiesen. Godard war sich, wie schon erwähnt, nicht zu schade, um einen Porträtfilm über den jüngeren Kollegen zu drehen. Francois Truffaut wertete Annie Hall in einer Rezension als Ehrenrettung des amerikanischen Gegenwartskinos:

"Es ist eigenartig zu beobachten, daß in den Perioden, da Hollywood sein intellektuelles Niveau freiwillig senkt, um mit rein physischen Schocks ein Millionenpublikum zurückzuerobern, es den komischen Filmemachern zufällt, die Ehre zu retten, indem sie in ihrer Arbeit den Figuren, den Gedanken und den Gefühlen höchste Priorität einräumen" (Truffaut 1999, 73).

Und Jacques Rivette attestierte Allen kürzlich, er sei "absolut ehrlich [...], ernst und integer. So direkt wie ein Junge von zwölf Jahren. Das, was er erreichen möchte, gelingt ihm nicht immer. [...] Aber Allen ist ein guter Cineast und ohne Zweifel ein auteur" (Rivette 1998, 10).

Eine spezielle Parallele zwischen Godard und Allen besteht darin, daß beide sich – im Unterschied zu anderen Autorenfilmern wie etwa Bunuel, Bergman oder Antonioni – auch als Figur, als Persona, in ihr Werk eingeschrieben haben. Dies gilt natürlich in besonderem Maße für Woody Allen, der in 21 der 30 bislang von ihm inszenierten Filme als sein eigener Hauptdarsteller auftritt. Zwar besitzt der Allensche Protagonist in jedem Film eine andere äußere Identität; so ist er z.B. in *Take the Money and Run/Woody – der Unglücksrabe* (1969) ein Bankräuber, in *Annie Hall* ein Komiker, in *Zelig/Zelig* (1983) ein Büroangestellter, in *Oedipus Wrecks/Ödipus ratlos* (1989) ein Anwalt etc. Ähnlich wie Chaplins galanter Tramp oder W.C. Fields nörgelnder Misanthrop bildet er aber eine feste Persona, deren Temperament, Körpersprache, Sozialcharakter, Weltsicht etc. mit geringfügigen Variationen in den meisten seiner Filme konstant bleiben: Allen spielt fast immer den urbanen, schmächtigen Schlehmil, der hierzulande als "Stadtneurotiker" (so der deutsche Verleihtitel von *Annie Hall*) in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen ist. Der Allensche Held ist stets von jüdischer Herkunft, neigt zu skeptisch-scharfer Welt- und Selbstbeobachtung, Hypochondrie und diversen Phobien, bekämpft seinen Pessimismus mit Psychoanalyse oder Kunstproduktion und zeigt sich ungebrochen eigentlich nur in seiner faunischen Kupidität. Diese Figur ist naheliegenderweise immer wieder als autobiographisch gedeutet worden, Allen hat dieser Lesart ebensooft widersprochen ("Ich war noch nie der Typ, den ich gespielt habe", Björkman 1995, 138). Gewichtiger als die Frage nach dem Verhältnis von Biographie und fiktionaler Konstruktion ist das Prinzip, daß ein Filmemacher hier eine zentrale Figur seines Werkes mit dem eigenen Körper beglaubigt und sie so nachdrücklich ‚authentifiziert', sie zum besonders wirksamen Vehikel (s)einer Perspektive auf die Welt macht – quasi als physische Form von Autorschaft.

Jean-Luc Godard

Jean-Luc Godard tritt in seinem Werk nicht eigentlich als Schauspieler in Erscheinung wie Allen oder auch sein früherer Weggefährte Truffaut, der in seinen Filmen mehrfach zentrale, programmatische Rollen übernommen hat (z.B. die des Filmregisseurs Ferrand in *La nuit américaine/Die amerikanische Nacht*, 1972/73). Auch Godard taucht aber bereits in früheren Filmen gelegentlich in kleinen, jedoch markanten und deutlich selbstreferentiellen Parts auf – so etwa als Filmvorführer in *Le mépris/Die Verachtung* (1963). In seinen späteren Arbeiten erscheint er dann immer häufiger als Erzähler oder Kommentator, vielfach als Off-Sprecher – so in seiner fünfteiligen *Histoire(s) de Cinéma*, dem Monumentalwerk von 1989-99, aber auch direkt als Autor/Regisseur Godard, so in *Scénario du film Passion* (1981). Godard stilisiert sich hier "in der gelassenen und einsamen Pose des Demiurgen und des genialen Künstlerindividuums des 17. bis 19. Jahrhunderts" (Jürgen E. Müller 2000, 236). Einen vorläufigen Höhepunkt dieser Entwicklung markiert *JLG/JLG – Godard über Godard* (1995), in dem Godard mit dem dezidierten Künstler-Selbstporträt eine Ausdrucksform wählt, die zwar in der Geschichte der Malerei eine lange Tradition hat, im Film jedoch bisher eine ausgesprochene Rarität darstellt. Man kann diese Arbeiten als eine Fortführung des mit der *politique des auteurs* begonnenen Diskurses über den Filmautor sehen (vgl. hierzu den schon zitierten Aufsatz von Jürgen E. Müller 2000). Die Frage nach der seit Barthes und Foucault innerhalb der Textwissenschaften bekanntlich weithin verpönten Kategorie des Autors ließe sich gerade anhand solcher Filme neu stellen; dies würde jedoch den Rahmen der vorliegenden Bemerkungen sprengen (immerhin sei darauf hingewiesen, daß sich in der akademischen Diskussion offenbar eine aus meiner Sicht begrüßenswerte allgemeine "Rückkehr des Autors" anbahnt; vgl. hierzu den gleichnamigen Sammelband von Fotis Jannidis u.a. 1999).

Bemerkenswert unterschiedlich ist die Rezeption der beiden Jubilare Jean-Luc Godard und Woody Allen. Die

Schwierigkeiten, die der avancierte Autorenfilm gegenüber einem heutigen, überwiegend jugendlichen und Mainstream-konditionierten Publikum hat (vgl. zur aktuellen Situation des Kinomarktes den kürzlich veröffentlichten Bericht Volker Schlöndorffs, 2001), zeigen sich exemplarisch an der Person Godards.

So würdigten die Kulturredaktionen fast aller wichtigen deutschen Zeitungen den Regisseur anläßlich seines Geburtstages als herausragenden Exponenten der ästhetischen Moderne; seine Filme aber finden hierzulande schon seit Jahren keinen Kinoverleih mehr und sind allenfalls zu Jubiläumsanlässen im Spätprogramm des von Godard selbst wenig geliebten Mediums Fernsehen zu besichtigen. Die zunehmende Subjektivität und Kompromißlosigkeit gerade des Godardschen Spätwerks bedingen allerdings auch fraglos eine gewisse Hermetik, so daß selbst Nouvelle-vague-Veteran Eric Rohmer über den einstigen Kombattanten sagt: "Er ist ein Meister seines Fachs – , aber seine letzten Filme haben mich doch reichlich ratlos gemacht, da komme ich nicht mehr mit" (zit. nach Fischer 1992, 24).

Woody Allens Werk demonstriert hingegen eine im Hinblick auf Zuschauerresonanz glücklichere Variante des Autorenkonzepts: Seine Filme (die freilich, wie erwähnt, auch konzilianter und zugänglicher sind, ein stärkeres Identifikationspotential besitzen als diejenigen Godards) finden bis heute – in Europa deutlicher noch als in Amerika – über einen Zeitraum von immerhin drei Jahrzehnten hinweg ein relativ kleines, aber konstantes und affektioniertes Publikum.

Literatur zu Woody Allen:

Baxter, John: Woody Allen. A Biography. London 1999.

Björkman, Stig: Woody über Allen. Köln 1995. (Orig.: Woody on Allen. Stockholm 1993.)

Brode, Douglas: The Films of Woody Allen. New York 1991.

Curry, Renee R. (Hg.): Perspectives on Woody Allen. New York 1996.

Felix, Jürgen: Woody Allen. Komik und Krise. Marburg 1992.

Gerhold, Hans: Woodys Welten. Die Filme von Woody Allen. Frankfurt a.M. 1991.

Girgus, Sam B.: The Films of Woody Allen. Cambridge 1993.

Lax, Eric: Woody Allen. Eine Biographie. Köln 1992. (Orig.: Woody Allen. A Biography. New York 1991.)

Lee, Sander H.: Woody Allen's Angst. Philosphical Commentaries on His Serious Films. Jefferson 1997.

Maintz, Christian: Erinnerungen an Dorrie. Schauspielen und Montage in Woody Allens ‚Stardust Memories'. In: Knut Hickethier (Hg.): Schauspielen und Montage. Schauspielkunst im Film. St. Augustin 1999. S. 179 - 192.

Maintz, Christian: "Gottes Antwort an Hiob". Woody Allens Mädchen und Frauen. In: Susanne Marschall/Norbert Grob (Hg.): Ladies, Vamps, Companions. Schauspielerinnen im Kino. St. Augustin 2000. S. 161 - 183.

Rauch, Tanja/Henning, Peter (Hg.): Happy Birthday Mr. Manhattan. Streifzüge durch die Welt des Woody Allen. Augsburg 1995.

Truffaut, Francois: Woody Allen, der fröhliche Pessimist [1977]. In: Ders.: Die Lust am Sehen. Frankfurt a.M. 1999. S. 73 - 75.

Literatur zu Jean-Luc Godard:

Büttner, Elisabeth: Projektion. Montage. Politik. Die Praxis der Ideen von Jean-Luc Godard (Ici et Ailleurs) und Gilles Deleuze (Cinèma 2, L'imgac-temps). Wien 1999.

Dixon, Wheeler Winston: The Films of Jean-Luc Godard. New York 1997.

Freybourg, Anne Marie: Bilder lesen. Visionen von Liebe und Politik bei Godard und Fassbinder. Wien 1996.

Loshitzky, Yosefa: The Radical Faces of Godard and Bertolucci. Detroit 1996.

Müller, Jürgen E.: Das Genie und die Passion des Filme-Machens. Zur Auto(r)-Präsenz von Jean-Luc Godard in seinen Filmen. In: Jürgen Felix (Hg.): Genie und Leidenschaft. Künstlerleben im Film. St. Augustin 2000. S. 235 - 244.

Paech, Joachim: PASSION oder die Einbildungen des Jean-Luc Godard. Frankfurt a.M. 1989.

Roloff, Volker/Scarlett Winter (Hg.): Godard intermedial. Tübingen 1997.

Schleicher, Harald: Film-Reflexionen. Autothematische Filme von Wim Wenders, Jean-Luc Godard und Federico Fellini. Tübingen 1991.

Silverman, Kaja/Harun Farocki: Von Godard sprechen. Mit einem Vorwort von Hanns Zischler. Berlin 1998.

Stam, Robert: Reflexivity in Film and Litarature: from Don Quixote to Jean-Luc Godard. New York 1992.

Sterritt, David (Hg.): Jean-Luc Godard – Interviews. Jackson 1998.

Sterritt, David: The Films of Jean-Luc Godard: Seeing the Invisible. Cambridge 1999.

Theweleit, Klaus: Allein gegen die Mafia. Wer diesen Regisseur nicht kennt, kennt das 20. Jahrhundert nicht. Verneigung vor Jean-Luc Godard, der am 3. Dezember seinen siebzigsten Geburtstag feiert. In: Die Zeit Nr. 49, 30.11.2000.

Sonstige zitierte Literatur:

Fischer, Robert: "Ich bin so wie jeder andere." Eric Rohmer im Gespräch mit Robert Fischer. In: epd Film, November 1992.

Jannidis, Fotis/Gerhard Lauer/Matias Martinez/Simone Winko (Hg.): Rückkehr des Autors. Zur Erneuerung eines umstrittenen Begriffs. Tübingen 1999.

Rivette, Jacques: Die Galerie der Autoren. Aufgezeichnet von Frédéric Bonnaud. In: Meteor Nr. 13, 1998. S. 3 - 13.

Schlöndorff, Volker: Die Kinder des Markts und Coca Colas. In seinem zweiten Jahrhundert trennt das Kino wieder zwischen E und U. In: Süddeutsche Zeitung, 5.2.01.

Francois Truffaut: Der französische Film krepiert an den falschen Legenden [1957]. In: Ders.: Die Lust am Sehen. Frankfurt a.M. 1999 (Orig.: Paris 1987). S. 320 - 335.

Zombie: Der Hardbody und sein geheimes Double

Zu einer Semiotik des Unbewussten

von Sören Ingwersen

Die Nacht der lebenden Toten ist zum Tag geworden. Der moderne Zombie hat seine Herkunft erfolgreich verdrängt. Er besucht das Sonnenstudio und schluckt Anabolika. Nun holt seine Vergangenheit ihn wieder ein.

"They are coming to get you, Barbara!"

1968 dreht Robert A. Romero "Night of the Living Dead". Neun Jahre später "Dawn of the Dead". 1985 schließlich "Day of the Dead". Dann haben die fragilen Körper ausgedient. Der Zombie sucht sich einen neuen Wirt. Der heißt Schwarzenegger. Eine zweite Trilogie entsteht, die diesmal auch die Massen begeistert: "The Terminator" (1984), "Terminator 2" (1991), "Terminator 3" (voraussichtlich 2002). Könnte, was die Faszination am Zombie hervorruft, auch den Hardbody betreffen? In welcher Beziehung steht der Genuss am Zerfall zum Begehren des scheinbar Unzerstörbaren? Eine dritte Trilogie könnte Antwort geben: das Computerspiel "Quake".

Hardbodies

American Slang der 80er. Bodybuildiggestählter Körper. Meist männlich. Arnold Schwarzenegger etc. In Bret Easton Ellis' "American Psycho" bevorzugt weiblichen Geschlechts. Der Protagonist: ein Schlächter. Der Hardbody wird mit seinen Weichteilen konfrontiert. Das Genießen des Schlächters liegt in dieser Konfrontation, in dem Versuch, das Simulakrum des Körpers in die symbolische Ordnung zu integrieren. Der Hardbody jedoch widersetzt sich der phantasmatischen Vereinnahmung. Er ist die Illusion des unantastbaren, vollendeten Körpers, die makellosen Oberfläche, hinter der die Präsenz des Realen nicht mehr wirksam ist. Der Versuch einer Signifizierung bedeutet, ihn zu vernichten.

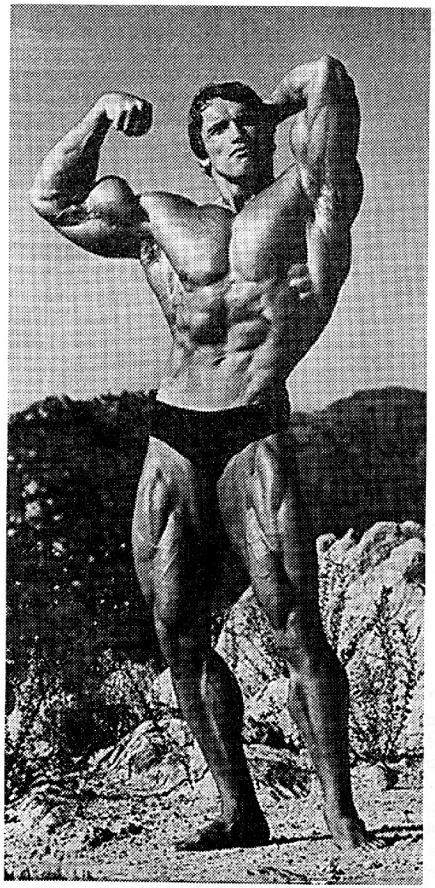
Was pocht in meinem Hinterkopf?

Wollte man ein Körperbild des Unbewussten entwerfen, so wäre das Resultat vermutlich ein Zombie: die von einem unbewusstem Drang getriebene Gestalt, deren Grenzen zur Außenwelt nicht festgeschrieben sind. Der Zombie ist das Dunkle, Unerforschte, das sich uns plötzlich und unerwartet in den Weg stellt und uns daran hindert, die Aufgaben des täglichen Lebens zu erfüllen. Andererseits ist der Zombie ein primitives Geschöpf, einfallslos und berechenbar. Der Zombie ist der vergebliche Versuch des Unbewussten, dem Simulakrum des Hardbodies eine phantasmatische Struktur zu geben.

3 x Zombie

Das Strafgesetzbuch Haitis bezeichnet die Zombiefikation eines Menschen als eine Form des Mordes. Der Mensch wird nach seinem realen oder vermeintlichen Tod zum willenlosen Sklaven eines Hexenmeisters. In Hollywoodfilmen tritt der Zombie als fleischfressender Untoter auf. Plump und weitestgehend schmerzbefreit wankt sein Körper der Zerstückelung entgegen. Die Philosophie kennt den Zombie als unbewussten Doppelgänger

Zombies in „Day of the Dead".



Der härteste aller Hardbodies: Arnold Schwarzenegger.

des Menschen und gebraucht seine logische Existenzmöglichkeit als Argument gegen eine materialistische Auffassung von Bewusstsein. Wissenschaftliche Erkenntnisgewinnung auf Kosten geistig Umnachteter? Kein Problem: Die merken eh nix!

Das Genießen

Genießen und Begehren schließen einander aus, sagt der Psychoanalytiker Jacques Lacan. Das Begehren ist eine ständige Verschiebung im Bereich der symbolischen Ordnung, die im reinen Genießen zum Erliegen kommt. Das reine Genießen, die *jouissance*, ist das, was der symbolischen Ordnung widersteht. Als Monströses bedroht sie das imaginäre Konstrukt, das das Subjekt mit Eintritt in die symbolische Ordnung von sich selbst angefertigt hat. Wo das Genießen statt hat, gibt es kein Geheimnis mehr, nur noch eine Fülle des imaginär-realen Seins: Das Phantasma wird Realität.

Der Hedonismus des Virtuellen

Die Fiktion sagt: Dies ist möglich! Die Illusion sagt: Dies ist wirklich! Die Fiktion eröffnet assoziative Spielräume, ein Feld vorab nicht definierter Möglichkeiten. Der illusionäre Cyberspace lässt nur vorab definierte Möglichkeiten zu. Jede mögliche Wahl ist bereits symbolisch durchdacht und formuliert, latent anwesend auf der Ebene des Programmkodes. Diese Latenz ist dem User vielleicht nicht bewusst, sie ist aber auch nicht sein Unbewusstes. Sie steuert kein unbewusstes Drängen, sondern ermöglicht die bewusste Steuerung (mit einem Joystick z.B.). Hier tritt die hedonistische Finalität des Virtuellen zutage, die sich von der des Fiktiven deutlich unterscheidet: Das "Ich-will-es-wissen!" weicht dem "Ich-muss-es-schaffen!".

Hot medium, cool message

McLuhan unterscheidet kalte von warmen Medien. Letztere bieten von sich aus großen Detailreichtum und verlangen nur in geringem Maße persönliche Beteiligung oder Vervollständigung durch das Publikum. Der Cyberspace bringt uns in Verlegenheit: psychophysische Interaktion einerseits, Reduktion des phantasmatischen Spielraums andererseits. Heiß ist das Medium und kalt die "interaktive Botschaft". Ist diese Differenz nachvollziehbar? Bei McLuhan sind die Buchstaben nicht zu trennen von der Suppe, in der sie schwimmen. Andererseits: Ein lauwarmer Eintopf verdirbt den Appetit.

Die Sichtbarmachung des Realen

Die Fiktion ist der Feind des Cyberspace. Das Simulakrum, das referenzlose, nur noch auf sich selbst verweisende Zeichen, verdrängt die symbolische Erscheinung. Die semiotische Verdopplung der Realität (die allmählich zur semiotischen Verdopplung der Virtualität avanciert) ist auf exzessive Fülle an Informationen angewiesen. Wo von vornherein jede Frage beantwortet ist, wo nur noch ausgewählt werden muss, verschwindet die Differenz zwischen Imaginärem und Realem. Das Unaussprechbare, Hintergründige hat keinen Nistplatz mehr. Es tritt in die Zone des Sichtbaren ein, es verkauft sich an die Illusion um den Preis seiner Anwesenheit in ihr. Das Reale aber verschwindet nie ganz.

Was ist das Reale?

Das Reale ist, was von der symbolischen Ordnung niemals eingeholt werden kann. Es ist die Bedingung der Möglichkeit einer phantasmatischen Tiefenstruktur. Das Subjekt vermutet den Ort des Genießens im Realen. Das reine Genießen ist immer anderswo: im Ausländer, im Ehepartner, im Medienstar. Man beneidet den vermeintlichen Besitzer und hält es sich gleichsam mit symbolischen Techniken vom Leibe, denn es ist gefährlich. Es ist anziehend und unheimlich zugleich. Der traumatische Kern unserer Existenz. Was also ist das Reale? Ein verlassenes Haus im dunklen Wald. Das Genom. Die Schaltkreise meines Rechners.

Das Phantasma der Zerstückelung

Spaß am Zombie macht, dass er so schnell kaputt geht. Fragilität und Verwesung schmücken sein Antlitz und laden ein, ihm brutal den Weg in seine Heimat, ins Reich des Todes zu weisen. Sehen wir den Zombie eher von dieser Seite und weniger intellektualistisch, so ergibt sich ein Gegenbild zum Hardbody. Dieser: lebensbejahend, unzerstörbar, einheitlich, oberflächlich. Jener: todestrunken, morbide, zerstückelt, bevorzugter "Vivisektionsgegenstand". Zweideutige Behauptung: Der Zombie ist ein Bild des Unbewussten.

Zombies in „Night of the Living Dead

An Arni prallt alles ab!

Der Hardbody ist prinzipiell unverletzlich. Arni trägt bei seinen Duellen allenfalls Kratzer davon. Was kaputt geht, wird schnell repariert. Auch die Anamorphosen seines Gegenspielers, des T-1000 in "Terminator 2", finden immer wieder zur Ausgangsgestalt zurück. Anders der Zombie. Er ist von Anfang an der Verlierer. An seiner Auflösung wird genüsslich gearbeitet. Sein Zerfall ist endgültig und outet ihn als Konglomerat belebter Partialobjekte (wie in "Braindead" von Peter Jackson, 1992). Hardbody ist mainstream. Zombie ist Underground. Das waren die 80er. Heute ist alles anders.

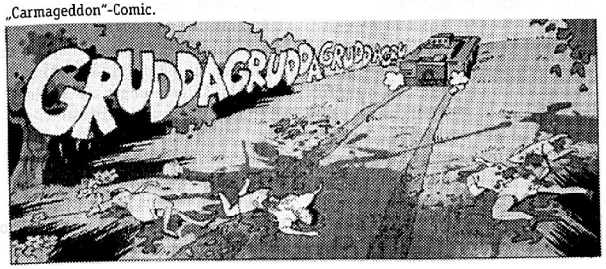
Bebende Hardbodies: Quake & Co.

Was der Hollywood-Film nicht zusammen denken kann, sorgt im Computerspiel für Aufregung: Hardbodies plus Splatter. Der Übergriff des Splatters (bislang Domäne des Undergound-Zombies) auf den Mainstreamkörper hat schon Anfang der 90er stattgefunden. Schwer bewaffnete, wohlgebaute Krieger werden mit gezielten Schüssen in eine gallertartige Masse verwandelt. Schamlos entpuppt sich der gepanzerte Leib als getarnter Wackelpudding. Gibt es für dieses Eingeständnis eine Erklärung?

Die unerträgliche Leichtigkeit der lückenlosen Textur

Der kriegerische Körper im Cyberspace resp. im 3D-Computerspiel ist eine vollständig definierte Entität, ein interaktives Exponat, das sich prinzipiell von allen Seiten beliebig nah betrachten lässt. Scheinbar menschlich und doch ohne Bewusstsein. Wir wollen seine Existenz be-greifen, aber Symbole greifen nur, wo Lücken sind. Sie brauchen das Unausgesprochene, die Leerstelle. An der reinen Oberfläche, der lückenlosen Textur des Hardbodys prallt das Symbolische ab. Das unbewusste Drängen der Symbole artikuliert sich folglich als Destruktion der glatten Oberfläche. Damit ist nichts gewonnen, denn die Destruktion ist ihrerseits virtuell.

„Carmageddon"-Comic.



Fazit

Der Hardbody war immer schon ein Zombie. Einem fremden Bewusstsein gehorchend, im Auftrag von XY handelnd. Er war bisher nur zu eitel, diese seine andere dunkle und obszöne Seite frei zu legen. Als traumatisches Gegenstück seines vitalen Glanzes rückt der Zombie nun mehr und mehr in die Sphäre des Bewusstseins. Die Racing-Simulation "Carmageddon" gestattet dem Spieler, Passanten auf den Gehwegen zu überfahren. In der britischen Variante des Spiels wurde das rote Blut durch grünes ersetzt, die Menschen durch – so wird behauptet - Zombies. Eine etwas hirnrissige Zensurmaßnahme, die noch einmal explizit behauptet, was der geneigte Leser dieses Artikels ohnehin schon weiß: Was beim Draufhauen schlürfende Geräusche von sich gibt, hat gute Aussichten, als Zombie durchzugehen.

„Big Brother" & Co

Neue Sendungskonzepte dramatisieren die Privatsphäre.

Von Joan Kristin Bleicher

Am Anfang des Jahrtausends steht auch eine Zäsur der Fernsehgeschichte. „Big Brother" veränderte das Angebotsspektrum des Fernsehens: Das einstige Fenster zur Welt wandelt sich in einer Vielzahl von Reality Soaps zum Fenster in das Privatleben. Was einst mit den "Fußbroichs" (WDR) als Langzeitdokumentation begann, folgt nun den Gesetzen kommerziellen Fernseherzählens. TV Movies und Daily Soaps haben sich als grundlegende Genres quotenorientierten Erzählens etabliert. Hier finden sich narrative Strategien der Zuschauerbindung, die die Reality Soaps übernehmen.

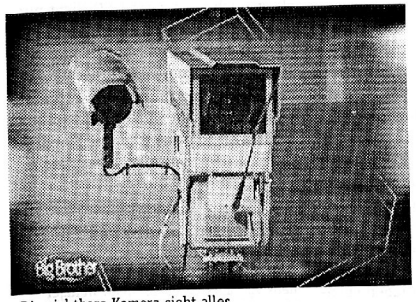
In jugendorientierten Soaps und in Reality Soaps treten meistens Laiendarsteller auf. Bleiben die Laiendarsteller der Soaps an Drehbuchvorgaben gebunden, so inszenieren sie sich in den Reality Soaps selbst als Helden. Der scheinbar direkte Einblick in das Alltagsleben von Menschen ist in Handlungskonventionen von Langzeitserien strukturiert. In Reality Soaps findet sich die Addition folgeninterner Spannungsbögen und die Platzierung von Cliffhangern als Spannungshöhepunkte am Ende der Sendung, die Möglichkeiten von Konflikt und Gewalt thematisieren. Dialoge werden seriellen Kamerakonventionen entsprechend im Schuss/Gegenschuss-Verfahren präsentiert. Musikeinblendungen signalisieren akustisch Spannungshöhepunkte. Kurzeinblendungen der Titelmelodie schaffen Übergänge zwischen den unterschiedlichen Handlungsabschnitten. Wie in den Daily Soaps erhöhen Auftritte prominenter Gaststars die Publikumswirksamkeit der Folgenhandlung, binden die Sendung aber auch in medienökonomische Verwertungsketten ein. Musik- und Tanzeinlagen prominenter Musikgruppen sorgen gleichermaßen für Abwechslung der Kandidaten und die Vermarktung der jeweiligen Popgruppe. Produktwerbung ist so als dramaturgischer Höhepunkt in die Sendung eingebunden.

Mit Musik- und Tanzeinlagen sind auch Showelemente in die Formate integriert. Reality Soaps nutzen ein breites Spektrum erfolgsbewährter Formatelemente des Fernsehens der neunziger Jahre. Aus den diversen Shows mit versteckten Kameras ist ein Reality-Format (1) mit sichtbaren Kameras geworden. Beziehungsshows wie "Herzblatt" (ARD) bilden die Vorlage für die sprachliche Selbstinszenierung der Kandidaten und ihre Beobachtung durch die Zuschauer: diverse Kommunikationsrituale wie Frage und Antwort zu Charaktereigenschaften, Konsumverhalten, Interessen. Diese Kommunikationsrituale finden ihre Entsprechung in vielen Gesprächen der Kandidaten, die die gleichen Themen behandeln. Neben die Kommunikationsrituale tritt in den Daily Talkshows das Element der Thematisierung von Konflikten nichtprominenter Menschen.

Die ökonomischen Ursachen der Trendbildung

Die Fülle der Reality Soaps im Jahr 2001 hat vor allem ökonomische Ursachen. Im Fernsehmarkt lösen erfolgreiche Sendungsprodukte mit ihren Quotenhöhepunkten eine Flutwelle an Kopien aus. Noch während des Sendeablaufs der Reality Show „Big Brother" setzte das Casting für vergleichbare Nachfolgeprojekte ein. Neben den Kandidaten für die zweite „Big Brother"-Staffel wurden auch Kandidaten für die im Spielablauf fast identischen "Robinsonprojekte" von SAT.1 und RTL 2 gesucht. Auf einer einsamen Insel in Malaysia müssen sich die Kandidaten mit nur wenig Ausrüstung im Überlebenskampf bewähren und gleichzeitig in Wettkämpfen gegeneinander antreten. Dabei werden ihre Aktivitäten von einem Kamerateam aufgezeichnet. Wöchentlich wählen die Kandidaten einen Mitspieler ab, der sofort die Insel verlassen muss. Meistens trifft es Kandidaten, die in den sportlichen Wettkämpfen oder bei der Nahrunssuche versagten. *Back to the Basis* als eigentliches Spielprinzip wandelt sich zum *Survival of the Fittest*.

Diese Nachfolgeformate konnten zwar den mit „Big Brother" etablierten Erfolgsfaktor Tabubruch für sich nutzen, müssen aber eine eigene Sensationsspirale in Gang setzen, um die Aufmerksamkeit der Zuschauer für sich zu gewinnen. Es gilt die visuelle Attraktivität, die Anforderungen der Spiele, aber auch die Konfliktstruktur zu steigern. Das Prinzip nichtprominenter Kandidaten in außergewöhnlichen Bewährungssituationen kennzeichnet die direkten Nachfolgeformate „Inselduell" (SAT.1) und „Der Maulwurf" (Pro Sieben), die vor der zweiten „Big Brother"-Staffel von RTL 2 platziert wurden. Zu ihrer Durchsetzung nutzen beide Sendereihen etablierte Anreizstrategien der Fernsehvermittlung: exotische Handlungsorte und sich steigernde extreme Anforderungen an eine Gruppe redaktionell ausgewählter



Die sichtbare Kamera sieht alles.

nichtprominenter Kandidaten. Mit Chipstüte in der Hand konnte der Zuschauer den Kandidaten beim langsamen Verhungern und bei den konsequenterweise folgenden Auseinandersetzungen um die knappen Nahrungsmittel zusehen. Doch auch bei diesem Agressionspotential sind noch Steigerungen möglich. Die Übernahme des amerikanischen Formats "Manhunt" bietet den zusätzlichen Spannungseffekt einer Menschenjagd auf der Insel.

„Helden wie wir" sichern Identifikationsmöglichkeiten durch die Nähe der Kandidaten zu den Zuschauern. (2) Der Medienpsychologe Mario Gmür bemerkt:

"Der Zuschauer sieht sich in diesen Shows gespiegelt, deshalb mag er sie. Durchschnittliche und langweilige Kandidaten bestätigen ihn in seinem eigenen langweiligen Alltagsleben, in seiner eigenen Durchschnittlichkeit." (3)

So erklärt sich auch der RTL 2-Senderchef Josef Andorfer den Erfolg seiner Sendung:

"Der Erfolg von „Big Brother" hängt davon ab, ob die Leute, die ins Haus einziehen, deckungsgleich mit unserem Publikum sind. Junge Leute wollen junge Leute sehen." (4)

Mit dem Erfolg einiger Nachfolgeformate ging ihre Reintegration in das Ursprungsformat einher. In der dritten Staffel von „Big Brother" integrierte die Redaktion einen "Maulwurf" in die Kandidatengruppe. So erhält die Sendung das zusätzliche Spannungselement des Krimis, indem die Zuschauer einem verdeckt operierenden Bösewicht auf die Schliche kommen müssen.

Die televisionäre Peepshow

An die Stelle des Einblicks der Docusoaps hinter die Kulissen von Betrieben und Institutionen tritt in Beziehungssoaps wie "Girls Camp" der direkte Blick auf schöne menschliche Körper. Die Kameraeinstellungen orientieren sich an den Vorbild von Erotikmagazinen wie "Hustler" oder "Playboy". Nasse T-Shirts auf nackten Frauenbrüsten zählen ebenso zum Standard wie das Posing der nackten Mädchen. Das Erotikversprechen vollzieht sich im Ambiente attraktiver Urlaubslandschaften der Kanareninsel El Hierro. Mädchen können sich am Freitagabend ihren männlichen "Besucher" aus drei Kandidaten aussuchen. Er bekommt von der Spielleitung die Aufgabe, ein von ihm ausgesuchtes Mädchen via Beziehungsversprechen zum Ausstieg aus dem Spiel zu verleiten und von der Insel zu locken.

"House of Love" (RTL) erfüllt nicht nur Träume vom idealen Partner, sondern bedient auch Herrschaftsträume. Ein männlicher oder weiblicher Single kann fünf Partnerkandidaten des anderen Geschlechts in mediale "Zwangshaft" nehmen. Jeden Tag muss durch die Entscheidung des Singles einer dieser Kandidaten die mit Kamera bestückte Wohnung verlassen. Über den Tagesablauf und die Aktivitäten seiner Opfer bestimmt der Single.

Gnadenlose Selbstinszenierung ist gefragt; introvertierte Charaktere werden mit sofortigem Auszug bestraft. Schönheit wird zur Waffe in der Kandidatenkonkurrenz. Die Redaktion reizt mit aphrodisiakareichen Menues die Sexbereitschaft an. Die Nacht wird natürlich gemeinsam auf einer großflächigen Liegewiese, dem sogenannten Flammenbett, verbracht. Kameras realisieren voyeuristische Einstellungen auf die Genitalien der Bewohner. Männer wie Frauen werden hier in Szene gesetzt. Erotische Tanzeinlagen ergänzen die Freikörperkultur des Badezimmers.

Auch in dem Bereich der Beziehungsshows sind Nachfolgeformate schon in Vorbereitung. Wie schon in den Nachfolgern von „Big Brother" ist eine Steigerung des Agressionspotentials vorgesehen. "Insel der Versuchung" löst Beziehungsbildung durch die Trennung ab. Auf einer Insel werden

Die Unzahl sendungsspezifischer Nacktbilder im Netz zeugt vom voyeuristischen Reiz der Reality Soaps.

Paare voneinander getrennt und den Flirtattacken anderer Singles ausgesetzt. Täglich gibt es einen von der Redaktion gedrehten Videobericht über den Partner zu sehen, in der auch noch eher harmlose Annäherungsversuche die visuelle Präsentation eines Seitensprungs annehmen. Auch bei den anstehenden Trennungen ist der Zuschauer natürlich per Kamera dabei.

Erotische Reality Shows verweigern sich aktuellen Formen des Gendercrossing und präsentieren traditionelle Konstruktionen der Rollenverteilung. Das heterosexuelle Paar wird "als eine quasi natürliche soziale Einheit manifestiert und seine Geltung als stilles Hintergrundwissen des Alltags gesichert." (5)

Menschliche Karikaturen im Prüfungsstress

Während die Beziehungssoaps auf den Faktor Erotik als Element der Zuschauerbindung setzen, bieten Fahr- und Skischul-Soaps das Attraktionselement der Schadenfreude an den Lernschwierigkeiten skurriler Erwachsener und prominenter Gäste (etwa Boxer Axel Schulz in "You Drive me Crazy", RTL2). Das Versagen der anderen ist Unterhaltungsfaktor der Zuschauer, die selbst nicht den Anforderungen ausgesetzt sind. Etablierte Laienstars wie "Ruhrpott"-Doris aus "Die Fahrschule" (SAT.1) werden von Sendung zu Sendung weitergereicht. Nach dem in endlosen Fahrstunden erkämpften Führerschein darf sich Doris gleich in der "Skischule" (SAT.1) neuen Anforderungen aussetzen. Ihr von Lachanfällen begleitetes Scheitern ist ja bereits publikumserprobt.

"Der Frisör" (RTL) medialisiert die spezifische Form des Klatsches, die der Zuschauer aus seiner direkten verbalen Kommunikation in diesem Serviceraum kennt. Tagesaktualitäten aus dem Leben Prominenter stehen im Zentrum: Über die Scheidung von Boris Becker diskutieren Frisöre mit ihren Kunden ebenso wie über die Schwangerschaft von Prinzessin Stefanie. Zusätzlich verhilft die Sendung zum Blick hinter die Kulissen, zum Belauschen des Pausengesprächs über die Kollegen und die Kunden. Der Zuschauer, sofern er Köln besucht, hat Gelegenheit, selbst an der Sendung teilzunehmen und sich abends am Bildschirm zu sehen. Die Frisöre sind als Kandidaten in einen Arbeitsprozess eingebunden. Das ORF Format "Taxi Orange" verknüpfte dieses Prinzip der beruflichen Tätigkeit mit dem Einblick in den „Big Brother"-Container. Die Kandidaten wechselten sich bei Taxifahrten durch Wien ab und mussten sich so ihren Nahrungsmittel-Etat verdienen. Ein vergleichbares Konzept der Verbindung von Beruf und Privatleben kennzeichnet die RTL 2-Soap "to club", in der die Kandidaten ein altes Fabrikgebäude in einen Musikclub umwandeln, den sie selbst betreiben. Auch notwendiges Personal vom DJ über Gogo Girls bis hin zur Klofrau müssen sie selbst engagieren. Dem Zuschauer werden so voyeuristische Einblicke in das Privatleben ebenso gewährt wie der Blick hinter die Kulissen eines Unternehmens, etwa auf Strategien einer kostenbewussten Geschäftsführung.

Reality Soaps in der Medienkonkurrenz

Das Fernsehen reagiert mit seiner Vielzahl dramatisierter Einblicke in das Privatleben nicht prominenter Menschen auf die Konkurrenz des neuen Mediums Internet. Es schließt sich an dessen Formen der direkten Präsentation von Privatheit an und entwickelt eigene Vermittlungsformen des direkten Abbildes privater Lebensumfelder. Wieder steht das Versprechen des zeitlichen Einblickes in die Welt am Anfang einer Medienentwicklung. Diesmal ist aus dem Fenster zur Welt der kontinuierliche Einblick ins private Lebensumfeld geworden. Mario Gmür sieht die Ursache für den Erfolg in der Verbindung der menschlichen Grundtriebe Voyeurismus und Exhibitionismus. Die Reality Soaps "verbinden den einen schlichten Trieb mit dem anderen." (6)

Die Aufteilung des Fernsehpublikums der neunziger Jahre in eine immer größere Anzahl von Zielgruppen setzt sich zu Beginn des neuen Jahrtausends fort. Mit der simulierten Individualisierung der Präsentation reagieren die Programmacher auf Veränderungen der Rezeption. In den Reality Soaps treffen Zuschauer auf nichtprominente Kandidaten, die sich mediengerecht in Szene setzen.

Die diversen Formen der medialen Selbstinszenierung tragen eine Botschaft: "Wichtig ist nicht, wer ich bin, sondern als wen mich andere sehen. Wichtig ist nicht, wer ich bin, sondern als wen ich mich zeige." (7) Nicht nur in der Geschichte der Gameshows, auch in den Reality Soaps zeigt sich, wie der Zuschauer vom Fernsehen mit den Anforderungen der Gesellschaft vertraut gemacht wird. Das Fernsehen erhält sich so seine tradierte Funktion, Orientierungsangebote zu vermitteln.

Anmerkungen

(1) Zur Traditionslinie des Reality-Fernsehens vgl. auch: Ralf Hohlfeld: Weniger Wirklichkeit war nie - „Big Brother" und die Tradition des Reality-Fernsehens. In: Frank Weber (Hrsg.): „Big Brother": Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster 2000. S.196f.

(2) Der Titel des Romans „Helden wie wir" von Thomas Brussig kennzeichnet die spezifische Form der Personenbindung im Fernsehen. Siehe dazu das Kapitel „Götter, Helden, Wickert" in Joan Kristin Bleicher: Fernsehen als Mythos. Poetik eines narrativen Erkenntnissystems. Opladen 1999. S.243-251. - Zum Konzept dieser Formate vergleiche auch: Joan Kristin Bleicher: "Du bist nicht allein": „Big Brother" und die Nachfolgeformate. In: „Big Brother". Inszenierte Banalität zur Primetime. Hamburg, Münster 2000.

(3) Äußerung von Mario Gmür in Michael Ebert: Ein Käfig voller Narren. Der Stern H.6.2001. S.26.

(4) Josef Andorfer in dem Interview "Jede Gesellschaft hat ihre Clowns" in Der Stern Nr.6. 20001. S.28.

(5) Eggo Müller: Paarungsspiele. Beziehungsshows in der Wirklichkeit des neuen Fernsehens. Berlin 1999. S.180.

(6) Äußerung von Mario Gmür in Michael Ebert: Ein Käfig voller Narren. Der Stern H.6.2001. S.26.f.

(7) Wolfgang Huber: Menschenwürde? Gewalt und Intimität als Unterhaltung. In: Wolfgang Wunden (Hrsg.): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Beiträge zur Medienethik Bd.2. Hamburg, Stuttgart 1994. S.195.

Film mit Links

Wo findet man im Netz Angebote zu Filmtheorie und Filmpraxis?

Eine Übersicht der Recherchemöglichkeiten.

Von Daniel Ehrenberg

Wer sich auf der Suche nach Informationen im Internet einer der vielen Suchmaschinen bedient, verzweifelt nicht selten an der Fülle der Links, die er auf eine Suchanfrage bekommt. Viele von ihnen funktionieren erst gar nicht, andere bieten nicht das, was man eigentlich sucht. In dieser Ausgabe der *tiefenschärfe* wollen wir eine Auswahl an nützlichen Seiten im Internet vorstellen, die als Sprung-, besser gesagt Surfbrett für weitergehende Recherche genutzt werden können, was die Suche hoffentlich beschleunigt.

Thema sollen hier Seiten sein, die vor allem für Medienkultur-Studierende von Interesse sein dürften: Seiten, auf denen sich Informationen über Filme, über ihre Macherinnen und Macher und über Rezensionen finden sowie Seiten, die beim Einstieg in die Praxis behilflich sein könnten. Wer sich das lästige Abtippen der Web-Adressen sparen will, kann die in diesem Artikel genannten Links übrigens über die Onlineausgabe der *tiefenschärfe* auch direkt anklicken (www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienzentrum/zmm-news/welcome.htm).

Den meisten dürfte sie schon bekannt sein: die *Internet Movie Data Base (IMDB)*. Unter www.imdb.com finden sich Daten, Inhaltsangaben und Rezensionen von bisher über 200.000 internationalen Kinofilmen, TV-Movies und sogar Serien. Die komfortable Suche umfasst neben den jeweiligen Filmtiteln auch die Suche nach Schauspielern und anderen Teammitgliedern. Zu den Filmen lassen sich dann noch Drehorte, Einspielergebnisse, technische Informationen und mehr anzeigen. Kurios: die deutsche Version (http://german.imdb.com) übersetzt zwar die Rubriktitel, nicht aber die eigentlichen Texte.

Wer Verständnisprobleme hat, sollte daher zum *Online Film-Wörterbuch* greifen. Unter der etwas komplizierten Adresse http://userpage.fu-berlin.de/~oheiabbd/moviedict.html findet sich die deutsche Version.

Einen ähnlichen Service wie die Internet Movie Data Base bietet die deutsche *Filmdatenbank*, die unter www.movieline.de zu erreichen ist. Sie ist neuerdings Bestandteil des add-com-Portals und bietet neben besagter Datenbank auch News zu aktuellen Filmen und Stars. Jedoch beschränken sich die Informationen häufig auf eine kurze Inhaltsangabe der Filme und Werbetexte der Verleiher. Die Rezensions-Rubrik der meisten Filme ist leider leer. Auch die Aufzählung der Crew-Mitglieder der einzelnen Filme ist bei weitem nicht so ausführlich, wie die der IMDB.

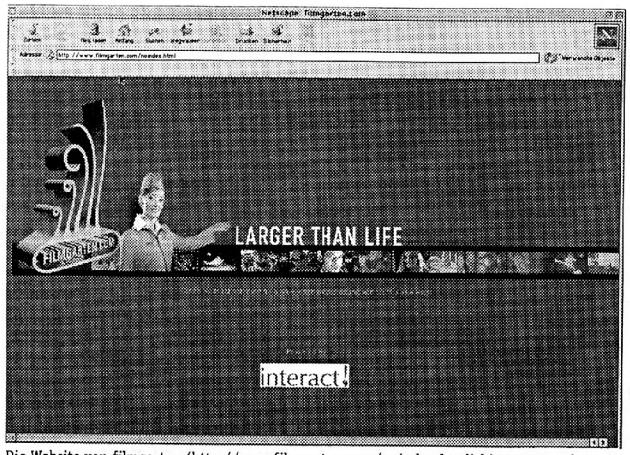
Links zur Filmwirtschaft, zur Filmförderung und zur Filmstatistik bietet die *Spitzenorganisation der Filmwirtschaft* unter www.spio.de/3FRAMES/LI_EING.HTM. Statistische Daten zum deutschen Filmmarkt finden sich auch bei der *Filmförderungsanstalt des Bundes* unter www.ffa.de.

Auf der Homepage der *Bibliothek der Hochschule für Film und Fernsehen in Potsdam-Babelsberg* kann man sehr einfach nach Filmliteratur suchen. Unter www.bibl.hff-potsdam.de/online.html findet man den Katalog der Bibliothek und Veröffentlichungen der HFF. Die Literatur dann auch zu beschaffen dürfte hingegen schwieriger sein, da der Großteil der Spezialliteratur wohl weder in der Hamburger Stabi noch in der Institutsbibliothek zu finden sein wird. Das eine oder andere Buch wird man vielleicht in der Film- und Videobibliothek der Öffentlichen Bücherhallen finden (Zeisehallen).

Eine Datenbank zu Film und Philosophie bietet die *Australische National University Canberra* unter http://arts.anu.edu.au/Philosophy/videodata/home.asp an. Allerdings sind hier nur rund 500 Filme aufgenommen. Zu diesen Filmen findet man neben Grunddaten und einer kurzen Inhaltsangabe Angaben zu relevanten philosophischen Texten.

Um *Film und Philosophie* geht es auch auf der Londoner Seite www.film-philosophy.com. Ein umfangreiches Portal mit Texten zu Filmtheorie, Filmphilosophie, Rezensionen, einer großen Diskussionsplattform und zahlreichen Links, allerdings vollständig auf englisch.

Zweisprachig, englisch und deutsch, geht es auf der Internetseite der *Uni Wien* zu. Die deutsche Version ist über http://cinetext.philo.at/indexgerman.html erreichbar. Von hier kommt man zu Film- und Filmbuchrezensionen, Essays und sonstigen filmtheoretischen Texten und zum eMail-Diskussionsportal. Unter der Rubrik "cine-



Die Website von filmgarten (http://www.filmgarten.com/noindex.html) bietet u.a. Informationen über aktuelle Filmprojekte, Filmmusik-Beispiele und Kurzfilm-Clips.

links" findet man eine gut sortierte Auswahl an weiterführenden Links zu vielen verschiedenen filmspezifischen Begriffen.

Der unabhängige amerikanische Anbieter *academicinfo.net* bietet unter www.academicinfo.net/film.html umfangreiche Recherchemöglichkeiten an. Hier finden sich gut sortiert und kommentiert Links quer durch alle Themen, die für Studierende der Filmwissenschaft interessant sein können. www.academicinfo.net lohnt sich übrigens auch als Gateway für viele andere Fachbereiche. *Recherchetipps* für Filminteressierte gibt es außerdem unter www.heise.de/tp/deutsch/special/film/6120/1.html und eine gut sortierte Linksammlung führt auch das FilmStudio der RWTH in Aachen auf seiner Homepage. Direkt zu erreichen unter www.informatik.rwth-aachen.de/FilmStudio/links/.

Einen der umfassendsten und bestsortierten Ausgangspunkte für die Suche nach Informationen über Filme, Rezensionen und Filmtheorie bieten die "Film Resources" der *San Diego State University* (http://www.library.sdsu.edu/sub_libs/sschiff/film.html#Dictionaries)

Weitere Links finden sich auch auf den *Homepages der deutschen Filmhochschulen*. Diese dürften aber auch für Studierende, die nach dem Studium der Medienkultur in die Filmpraxis einsteigen wollen, wegen ihrer Informationen über die jeweiligen Ausbildungsgänge und die Bewerbungsvoraussetzungen interessant sein. Einige bieten sogar die Bewerbungsunterlagen zum Download bzw. Ausdrucken an und informieren über aktuelle Projekte der Studenten. Den Hamburger Aufbaustudiengang findet Ihr unter www.rrz.uni-hamburg.de/as-film, die Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin unter www.dffb.de, die Münchener Hochschule für Fernsehen und Film unter www.hff-muc.de, die Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg unter www.filmakademie.de, die Hochschule für Film und Fernsehen 'Konrad Wolf' in Potsdam-Babelsberg unter www.hff-potsdam.de und die Kunsthochschule für Medien in Köln unter www.khm.de.

Doch bevor man sich an einer dieser Schulen bewirbt, ist es sicherlich hilfreich - wenn nicht sogar Voraussetzung - dass man sich erst einmal einen konkreten Eindruck vom Ablauf einer *Filmproduktion* verschafft. Es ist wohl für alle Studierenden der Medienkultur sinnvoll, z.B. in den Semesterferien ein bisschen Praxiserfahrung zu sammeln. Doch wie einen Praktikumsplatz bekommen? Blindbewerbungen haben meist keine Aussicht auf Erfolg. Besser ist es, wenn man weiß, wer was wann und wo dreht, um sich direkt bei einer anstehenden Produktion bewerben zu können. Diese Infos bekommt man am besten über Produktionsspiegel, die es z.B. bei der Filmförderung oder auf dem Studio-Hamburg-Gelände gibt. Diese sind jedoch auch Online zu finden: Die Hamburger Filmförderung bietet auf ihrer Homepage www.filmfoerderung-hamburg.de (Home ‡ Aktuell ‡ Produktionsspiegel für Hamburg) einen Produktionsspiegel an. Den Produktionsspiegel für die auf dem Studio Hamburg ansässigen Firmen gibt es unter www.studio-hamburg.de/news/produktionsspiegel.htm.

Für andere Regionen und konkrete Angebote gibt es zwei äußerst empfehlenswerte Seiten im Netz: *regie.de* und Crew-United. Unter www.regie.de ist ein sehr umfangreiches Portal zu finden. Hier gibt es News aus der Branche, Berufsbilder, Film-Rezensionen, eine Drehbuch-Plattform und ein Forum, in dem man sich über Fragen zur Praxis und andere filmspezifische Themen austauschen kann. Der bundesweite Produktionsspiegel ist auch direkt unter www.regie.de/produktionen.php3 zu erreichen. In der Rubrik "Stabliste" (auch direkt über www.stabliste.de) kann man sich als Praktikumsuchende(r) in allen Bereichen der Filmproduktion eintragen. Im umfangreichen Kleinanzeigenteil finden sich Angebote für Praktika, Jobs und mehr.

Völlig neu gestaltet ist das Angebot von *Crew-United*. Wie der Name schon andeutet, beschränkt sich das Angebot unter www.crew-united.com weitestgehend auf "Arbeitsvermittlung" für Filmschaffende. Bereits in der Branche Tätige können sich mit Bild und Lebenslauf eintragen und Produktionsfirmen können Stellenangebote aufgeben. Unter diesen finden sich auch Praktikumsangebote. Sehr empfehlenswert ist das neue "Stellenangebot" für Hochschulprojekte. Wer schon ein bisschen Erfahrung beim Film gesammelt hat, kann sich bei professionellen Hochschulproduktionen im "Traumberuf" ausprobieren. Wertvolle Erfahrungen können hier beim "training on the job" gesammelt werden. Auch bei Crew-United gibt es ein Webboard, auf dem diskutiert und gefragt werden kann, und ein Kleinanzeigenmarkt findet sich auch. Der Produktionsspiegel ist wesentlich übersichtlicher als der von regie.de, da die Produktionen nach Regionen unterteilt sind. Er ist unter www.crew-united.com/spiegel.mv direkt zu erreichen.

Seit letztem Jahr gibt es auch einen Hamburger Versuch, eine Plattform für Film- und Medienschaffende anzubieten. Unter *www.independentfilm.de* gibt es allerdings noch nicht so viele Einträge wie bei den anderen. Aber alle diese Angebote leben vom Mitmachen, daher lohnt es sich bei allen, mal hereinzuschauen. Viel Spaß also beim Suchen und Finden! Sollte jemand dabei neue, interessante Seiten entdecken, kann er der Redaktion der *tiefenschärfe* gerne einen Link mit einer Beschreibung der Seite schicken - oder einen Artikel für die nächste Ausgabe schreiben.

Links in order of appearance

tiefenschärfe-online:
www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienzentrum/zmm-news/welcome.htm

Datenbanken und Lexika
Internet Movie Data Base:
www.imdb.com und:
http://german.imdb.com

Online Film-Wörterbuch:
http://userpage.fu-berlin.de/~oheiabbd/moviedict.html

Online-Filmdatenbank:
www.movieline.de

Links zur Filmwirtschaft, zur Filmförderung und zur Filmstatistik: www.spio.de/3FRAMES/LI_EING.HTM

Statistische Daten zum deutschen Filmmarkt:
www.ffa.de

Filmtheorie
Filmliteratursuche:
www.bibl.hff-potsdam.de/online.html

Film und Philosophie:
http://arts.anu.edu.au/Philosophy/videodata/home.asp

Filmtheorie (London)
www.film-philosophy.com

Filmtheorie (Uni Wien)
http://cinetext.philo.at/indexgerman.html

Linksammlung:
www.academicinfo.net/film.html

Linksammlung:
www.heise.de/tp/deutsch/special/film/6120/1.html

Linksammlung:
www.informatik.rwth-aachen.de/FilmStudio/links/

San Diego State University (Links):
http://www.library.sdsu.edu/sub_libs/sschiff/film.html#Dictionaries

Filmhochschulen:
Hamburger Aufbaustudiengang Film:
www.rrz.uni-hamburg.de/as-film

Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin (dffb):
www.dffb.de

Hochschule für Fernsehen und Film München (HFF München):
www.hff-muc.de

Filmakademie Baden-Württemberg Ludwigsburg:
www.filmakademie.de

Hochschule für Film und Fernsehen ‚Konrad Wolf' Potsdam-Babelsberg:
www.hff-potsdam.de

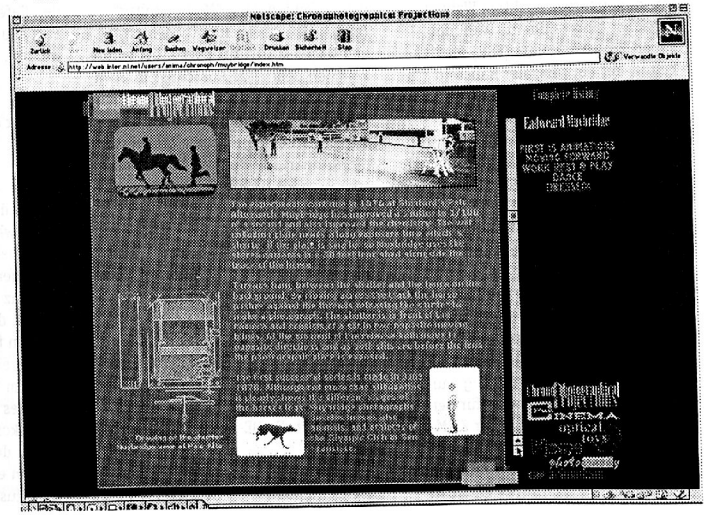
Kunsthochschule für Medien Köln:
www.khm.de

Produktion
Produktionsspiegel der Filmförderung Hamburg:
www.filmfoerderung-hamburg.de (Home ‡ Aktuell ‡ Produktionsspiegel für Hamburg)

Produktionsspiegel Studio Hamburg:
www.studio-hamburg.de/news/produktionsspiegel.htm

Homepages für Filmschaffende:
www.regie.de
www.stabliste.de
www.crew-united.com
www.independentfilm.de

Auf der ansprechend gestalteten Site von Chronophotographical Projections kann man sich über die Frühgeschichte des Films informieren und sich z.B. Arbeiten von Edweard Muybridge ansehen (http://web.inter.nl.net/users/anima/index.htm).



Der Fachschaftsrat Medienkultur ist da!

Ein neues Hauptfach braucht einen neuen Fachschaftsrat. Dieser wurde vor kurzem gewählt.

Von Andreas Bade

In der letzten Vorlesungswoche des Wintersemesters, am Mittwoch den 7. Februar 2001, fanden sich 17 Studierende des Haupt- und Nebenfachs Medienkultur zur Vollversammlung ihrer Fachschaft im Medienzentrum ein. Auf der Tagesordnung der Versammlung standen für die TeilnehmerInnen gleich zwei wichtige Wahlen. Zunächst ging es um die Wahl des neuen Fachschaftsrats (FSR) Medienkultur, der ein zentraler Baustein studentischer Selbstverwaltung am Fachbereich ist.

Bei der FSR-Wahl kandidierten für die Liste 1 (eine andere gab es nicht) Milda Bartels, Mario Leonhardt, Stephanie Neu und Hanno Willkom. Mit 16 Ja-Stimmen und einer wohlmeinend kritischen Nein-Stimme im Rücken vertritt der erste FSR jetzt bis zum Ende der ersten Wahlperiode die Interessen der Studierenden des Haupt- und Nebenfachs Medienkultur am Fachbereich Sprachwissenschaften (FB 07).

In einem zweiten Wahlgang wurden die studentischen Vertreter für den ZMM-Ausschuss gewählt. Der ZMM-Ausschuss ist für die Mitwirkung der Studierenden des Haupt- und Nebenfachs Medienkultur in der akademischen Selbstverwaltung das entscheidende Gremium. Das ZMM (Zentrum für Medien und Medienkultur) koordiniert den Magister-Studiengang "Medienkultur" am Fachbereich 07. Für Forschung und Lehre versammelt das ZMM Mitgliedern der am Studiengang gemeinsam beteiligten Institute. Da für den neuen Studiengang "Medienkultur" (erstes Hauptfach und Nebenfach) kein eigenes Institut gegründet wurde, kommen dem ZMM-Ausschuss in etwa die Aufgaben des Institutsrats zu. Für die Fachschaft sind im ZMM-Ausschuss nun Christian Vogel, seine Stellvertreterin Annamaria Benkert bzw. deren Stellvertreter Hanno Willkomm stimmberechtigt.

Mitgestaltung des Studiums auf allen hochschulpolitischen Ebenen

Zu den Aktivitäten eines FSR zählt z.B. die Beratung und Hilfe bei Problemen mit dem Studium oder den Lehrenden. Für StudienanfängerInnen organisiert der FSR oft die OE-Woche zu Semesterbeginn.

Fachschaftsräte haben i.d.R. ein hochschulpolitisches Selbstverständnis. Sie betrachten es als ihre Aufgabe, über aktuelle hochschulpolitische Vorgänge zu informieren und Entscheidungen für Studierende transparent zu machen, um auf diese Weise die Diskussion unter den Studierenden anzuregen und ihre Bereitschaft zur Gestaltung einer politischen Kultur an der Universität zu fördern.

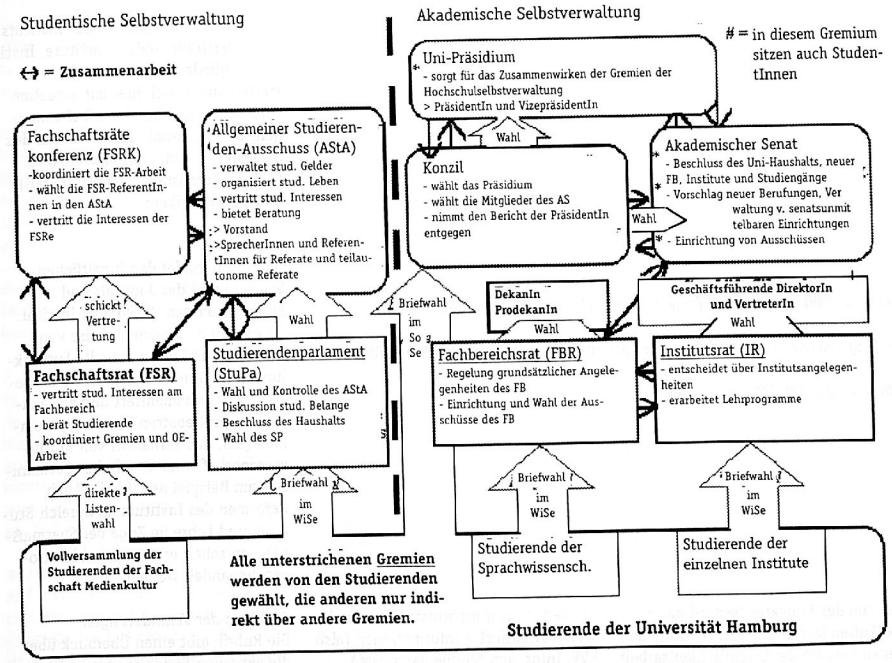
Hierzu zählt auch die kritische Beobachtung der Entscheidungen des Fachbereichsrats bzw. Institutsrats (IR) (Für Medienkultur ist das der ZMM-Ausschuss). Auch in diesen Gremien sitzen neben Professoren, wissenschaftlichen und sonstigen Mitarbeitern auch Studierende, die einmal im Jahr per Briefwahl gewählt werden können. Der FBR bzw. IR entscheidet z.B. für den jeweiligen Fachbereich über das Programm der Seminarveranstaltungen und die Studien- und Prüfungsordnung und wählt die DekanIn bzw. DirektorIn des Fachbereichs sowie deren StellvertreterInnen.

Oft organisiert der FSR auch den Betrieb eines der Cafés im Philturm, so z. B. des 'Café Creisch' im dritten Stock durch den FSR Germanistik oder der 'Schweinebucht' der HistorikerInnen im neunten Stock.

Fachschaftsräte arbeiten für bestimmte Aktionen auch fachbereichsübergreifend zusammen, zuletzt beim Hochschulstreik im Dezember 1997. Zudem organisieren die FSR regelmäßig kulturelle Events, die meist in den Cafés stattfinden und oft mit einer Party zum Kennenlernen verbunden werden.

Präsenz des FSR-Medienkultur im 4. Stock

In einer ersten Stellungnahme gaben Stephanie, Hanno und Mario, drei der vier gewählten Mitglieder des neuen FSR, Auskunft über ihre Pläne zur künftigen Arbeit. Vordringlich sei die "Präsenz in Raum und Fläche", so Stephanie, die sich zusammen mit den anderen für einen eigenen Raum am Fachbereich einsetzen wird und einen Platz am Schwarzen Brett als zeitgemäßes Informationsmedium für den FSR bekommen möchte. Doch zum Aufbau der Infrastruktur ist natürlich auch an einen Telefon- und Internetanschluss gedacht und an die eigene



Hochschulpolitik und Mitwirkung der Studierenden
(nach H. Burghardt 1998 in: OE-Zeitung SoSe 2000, FSR Sozialwissenschaften, S.19).

Homepage zur Darstellung des FSR nach innen und außen. Es komme darauf an, alle Möglichkeiten zur Kommunikation und Vernetzung der Studierenden untereinander optimal zu nutzen. Stephanie legt großen Wert darauf, dass Studierende und Lehrende einen Ort zur Verfügung haben, an dem sie sich frei von den Konventionen der Seminarveranstaltungen begegnen können.

Für Hanno ist es wichtig, dass Selbstverständnis und Zielsetzungen des Studiengangs, die bisher nur in offiziellen Schriften wie der Studienordnung thematisiert werden, bald zur Grundlage einer Diskussion der Lehrenden und Studierenden werden, in deren weiterem Verlauf sich ein gemeinsames Verständnis von Studium und Lehre entwickeln kann.

An diesem Punkt setzt auch Mario an, der sich für Veranstaltungen wie Filmvorführungen in der Originalsprache, besonders aber für mehr Praxisanteile im Studium stark machen möchte. Er denkt dabei an die Realisation kleinerer Film- und Medienprojekte von Studierenden in Eigenregie und -produktion.

Hier kann die institutionelle Verankerung des Studiengangs Medienkultur in der Universität Hamburg von Nutzen sein, etwa wenn es darum geht, Sponsoren für die Projekte anzusprechen (etwa zur Unterstützung bei Porto- und Telefonkosten). Ebenso wäre es denkbar, dass die Projekte durch parallel angebotene Seminare begleitet werden und nicht prinzipiell von der Scheinvergabe ausgeschlossen sind. Traumziel wäre eine gemeinsame Nutzung von Ressourcen (Kameras, Schneideplätze etc.) in Kooperation mit den anderen Instituten der Hamburger Universität, die eine praxisorientierte Ausbildung im Bereich der Medien anbieten.

Die Realisation dieser Vorstellungen steht und fällt mit einer interessierten Fachschaft, d. h. mit interessierten Studentinnen und Studenten des Haupt- und Nebenfachs Medienkultur. Einen Fachschaftsrat, der die Interessen der Studierenden gegenüber dem Fachbereich vertreten wird, haben wir jetzt. Was noch fehlt, ist die deutliche Artikulation dieser Interessen durch alle Studierenden, denn 17 Engagierte sind auf längere Sicht eindeutig zu wenig.

Neues Internetangebot des Instituts

Seit 1.4.2000 existiert das Projekt Öffentlichkeitsarbeit, an dem Prof. Dr. Ludwig Fischer, Rüdiger Maulko, Till Schönefeld und Silke Schuck beteiligt sind.

Von Rüdiger Maulko

Das Ziel des Projektes besteht darin, die Außendarstellung des Instituts mit neuen Formen der Öffentlichkeitsarbeit zu verbessern und gleichzeitig die institutsinterne Kommunikation zu fördern, zudem soll der innerakademische Austausch optimiert werden.

Um diese Ziele zu erreichen, haben wir uns auf das Internet konzentriert, da es im Vergleich zu traditionellen Medien erhebliche Vorteile bietet. Ein stehendes Angebot im Netz stellt eine dauerhafte Anlaufstation für Interessierte dar, die sich rund um die Uhr mit Informationen versorgen können, außerdem können Neuigkeiten schnell und effektiv auch überregional verbreitet werden.

Auf der Grundlage dieser Überlegungen haben wir – gefördert von Pro Uni – ein Konzept für einen Netzauftritt entwickelt. Das Webangebot ist so konzipiert, daß es inhaltliche Aspekte in den Vordergrund stellt: Zum einen geht es darum, aktuelle Informationen über die Aktivitäten des Instituts zu verbreiten, zum anderen geht es um die mittel- und langfristige Präsentation der wissenschaftlichen Aktivitäten und Leistungen der Institutsmitglieder in Form eines übersichtlichen Archivs.

Die Verbreitung institutsinterner und serviceorientierter Informationen (also KVV, Infos zum Studiengang usw.) übernimmt weiterhin die bisherige Institutssite. Gebündelt werden die Inhalte des neuen Netzauftritts unter einer Dachmarke mit dem einprägsamen Titel ZWO (abgeleitet von „Institut für Germanistik *II*). Damit wird u. a. erreicht,

- daß die große thematische und inhaltliche Vielfalt der Institutsaktivitäten kompakt dargestellt werden kann,
- daß eine klare Angebotsstruktur präsentiert wird, die für die Nutzer übersichtlich und leicht durchschaubar ist,
- und daß sich das ZWO-Angebot klar von dem bereits existierenden Netzangebot des Instituts unterscheidet.

Das Webangebot ZWO besteht aus drei Komponenten:

- *2aktuell*
- *2archiv*
- *2profil*

2aktuell – e-journal des Instituts

2aktuell ist das *e-journal* des Instituts. Pressevertreter, andere Institute, Institutsmitglieder und sonstige Interessierte können sich hier mit aktuellen Informationen über das IfG II versorgen. Das e-journal, das im Verlauf des Semesters ständig aktualisiert wird (z.B. im Veranstaltungsteil), umfaßt folgende Rubriken:

1. Thema
Die Rubrik bildet den inhaltlichen Schwerpunkt des Journals und hat einen konkreten Bezug zum Institut. So werden hier beispielsweise von Institutsmitgliedern aktuelle Entwicklungen im Bereich Germanistik dargestellt bzw. kommentiert und zu fachbezogenen Debatten Stellung genommen (z.B. das Verhältnis von Kulturwissenschaft und klassischer Germanistik am Beispiel des IfG II). Auch Reformen des Instituts im Bereich Studium und Lehre im Zuge der Sparmaßnahmen sollen erläutert und kontrovers behandelt werden.

2. Bilanz der Veränderungen
Die Rubrik gibt einen Überblick über die aktuellen Ereignisse am Institut. Zudem sollen wichtige hochschulpolitische Entwicklungen, die sich auf das Institut auswirken, in die Darstellung einfließen. Zukünftige Planungen des Instituts werden ebenfalls skizziert.

3. Forschung
Mit dieser Rubrik erhalten die Arbeitsstellen und Forschungsprojekte des Instituts ein Forum, um ihre aktuellen Forschungsleistungen einer breiteren Öffentlichkeit darzustellen. Neue Projekte werden ausführlich vorgestellt, laufende Projekte ziehen Zwischenbilanz und präsentieren ihre Ergebnisse. Projekte, die sich ihrem Ende nähern, können ihren Abschlußbericht ins Netz stellen.

4. Lehre und Studium
Hier finden sich Berichte über Veränderungen und Reformen im Bereich „Lehre und Studium" (wie z.B. die Einführung des Hauptfachstudiengangs „Medienkultur"). Auch Darstellungen von Evaluationsergebnissen und personellen Umstrukturierungen im Zuge von Sparmaßnahmen sind vorgesehen.

5. Veranstaltungen
Hier sind Ankündigungen zu bevorstehenden Veranstaltungen mit Programm, Pressetext und Kurztexten zu den einzelnen Vorträgen untergebracht.

6. Publikationen
Diese Rubrik dient der ausführlichen Vorstellung neuer Publikationen mit Pressetext, Inhaltsverzeichnis und Cover-Abbildung. Auch ein Pressespiegel mit Reaktionen auf die Veröffentlichungen ist hier zu finden. Links verweisen auf die jeweilige Verlagsseite (mit Informationen zum Preis und zu Bestellmöglichkeiten).

7. Personalia
In dieser Rubrik werden nicht nur neue Institutsmitglieder im Kurzporträt (in der Regel mit Foto) vorgestellt, auch kurze (Presse-)Texte über pensionierte und verabschiedete Mitglieder sowie weitere Abgänge gehören zu dieser Seite.

8. Forum
Auf dieser Seite finden sich Reaktionen der Leser auf die Artikel des e-journals. Die Redaktion wertet die über e-mail eingegangenen „Leserbriefe" und Stellungnahmen aus und stellt ein „Feedback-Forum" zusammen. Hier können z.B. die in der Rubrik „Thema" angeschnittenen Debatten fortgesetzt und die Stellungnahmen der Institutsangehörigen erwidert werden.

9. Newsletter
Der Newsletter gibt einen kompakten Überblick über die wichtigsten Ereignisse am Institut. Die aktuellen Kurzmeldungen sind so verfaßt, daß sie problemlos als Pressemeldungen veröffentlicht werden können. Zum einen ist der Newsletter in die 2aktuell-Seite (also in das stehende Angebot im Netz) integriert und kann als layoutete PDF-Version oder schlichte Textversion im RTF-Format heruntergeladen werden. Damit richtet er sich an Interessierte und Pressevertreter, die nicht direkt über e-mail von uns angeschrieben werden können. Zum anderen stellt der Newsletter ein Schlüsselelement der aktiven Öffentlichkeitsarbeit dar. Als sogenanntes Push-Angebot dient er der gezielten Verbreitung von Informationen und wird am Anfang eines Semesters per e-mail direkt an Mediendienste und Pressevertreter sowie an weitere ausgesuchte Adressaten verschickt.

Bei wichtigen aktuellen Veränderungen im Semester wird eine Sonderausgabe des Newsletter verschickt. Parallel dazu werden – falls nötig – vertiefende Informationen auf die Web-Site gestellt.

2archiv – Archivangebot von ZWO

Der zweite Teilbereich des Webangebots ist ein umfangreiches Archiv, das die vielfältigen Aktivitäten der Institutsmitglieder präsentiert. Hier werden mittel- und langfristig die Leistungen des Instituts im Bereich Wissenschaft und Forschung archiviert und allgemein zugänglich gemacht.

Zum Aufbau des Angebots:

1. Publikationen
Auf dieser Seite sind Publikationen von Institutsmitgliedern gesammelt. Das Archiv umfaßt auch kurze Abstracts (bzw. Klappentexte, Pressetexte), Inhaltsverzeichnisse und Leseproben der Publikationen, falls vorhanden auch einen Pressespiegel mit Resonanzen auf die jeweilige Veröffentlichung. Über Links gelangt man zu den entsprechenden Sites der Verlage (mit Preisinformationen und Bestellmodalitäten). Im Archiv der Publikationen kann man wählen zwischen einem Autorenkatalog und einem Themenkatalog, also einem thematischen Zugriff. Der Themenkatalog lehnt sich an die fachliche Gliederung des Instituts an und ist in folgende Kategorien unterteilt:

I. Theorie und Methodologie
II. Literaturgeschichte
III. Literarische Kultur(en)
IV. Interkulturelle und feministische Literaturwissenschaft
V. Theater und Massenmedien

2. Dokumentation
Der Bereich Dokumentation enthält ein umfangreiches Archiv über vergangene Veranstaltungen. Programme und Pressetexte von Tagungen, Workshops und Symposien können hier ebenso wie Auszüge aus Vorträgen eingesehen werden.

3. Dissertationen und Magisterarbeiten
Die Rubrik enthält eine Auflistung der angefertigten Dissertationen und Magisterarbeiten. Ausgewählte Arbeiten der letzten Semester werden mit Inhaltsverzeichnis und Leseprobe ins Netz gestellt. Der Zugriff wird – wie bei den archivierten Publikationen – durch einen Autoren- und einen Themenkatalog ermöglicht.

4. 2aktuell-Archiv
Die Seite beinhaltet ein chronologisches Archiv der alten Ausgaben des e-journals.

5. Germanistik im WWW
Hier wird eine Link-Sammlung zum Thema „Germanistik im Netz" angeboten. Die Links verweisen auf die Websites anderer Germanistik-Institute. Zudem gibt es eine Auswahl erwähnenswerter Online-Publikationen im Fachgebiet „Germanistik". Auch besonders empfehlenswerte Literatur- und Mediensites im Netz sind hier aufgelistet.

2profil – Wir über uns

Auf diesen Seiten erhalten die Besucher der Site allgemeine Hintergrundinformationen. Sie dienen vor allem der öffentlichkeitswirksamen Selbstdarstellung von Projekt und Institut. Durch 2profil wird eine für Außenstehende deutlich erkennbare Anbindung von ZWO an das IfG II erreicht.

Die Seiten beinhalten auch Verweise auf wichtige, am Institut ansässige Projekte und Organisationen. So gibt es etwa einen Link zur Homepage des Promovierendenkollegsund einen zur Homepage des Medienkultur-Studiengangs.

Fazit

Angesichts der schlechten Imagewerte universitärer Einrichtungen wird es in naher Zukunft immer wichtiger, zielgerichtet an einer Verbesserung der Außendarstellung zu arbeiten. Dies haben in letzter Zeit auch andere Uni-

versitäten und Institute erkannt, wie der jüngste Boom von universitären Internetauftritten zeigt.

Ein Vergleich mit solchen Netzkonzepten zeigt jedoch, daß sich diese grundlegend von dem ZWO-Konzept unterscheiden. Auf oft gestalterisch überladenen Sites wird ein kaum durchschaubares Mischangebot von Inhalten, institutsinternen Informationen und Serviceleistungen geboten. Informationen über das Vorlesungsprogramm und Öffnungszeiten des Geschäftszimmers stehen unvermittelt neben den Publikationen und Forschungsaktivitäten der Institutsmitglieder.

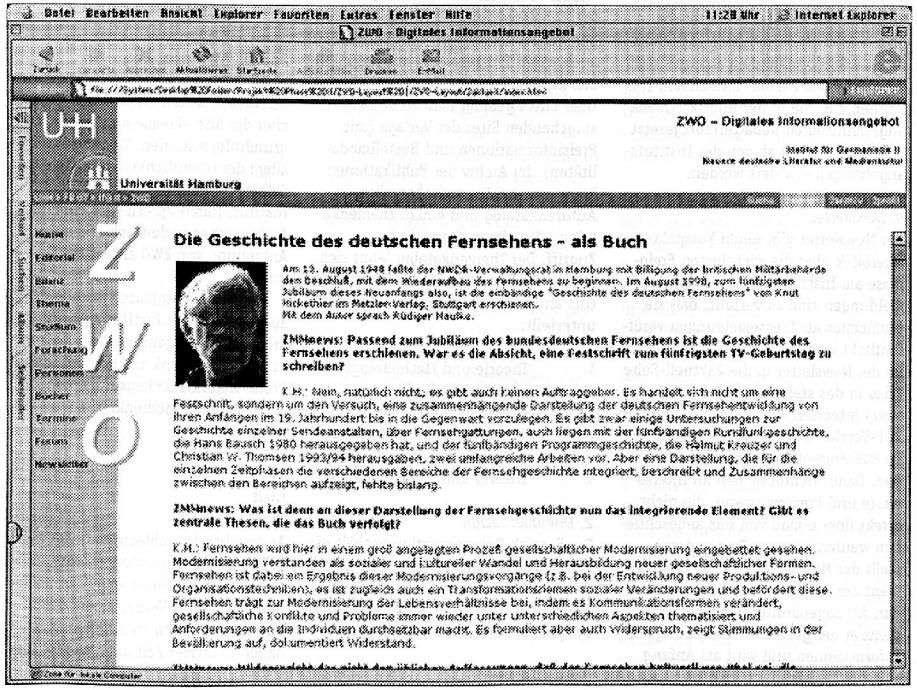
Unser Konzept geht einen anderen Weg: die offiziellen, „alltagsbezogenen" Serviceangebote der Institutssite werden klar getrennt von einem aktualitäts- und inhaltsorientierten Informationsangebot, das durch eine aktive Öffentlichkeitsarbeit „promotet" wird. Damit beseitigt ZWO ein wesentliches Defizit in der Außendarstellung gerade geisteswissenschaftlicher Institute, die ihre inhaltlichen Leistungen oft nicht adäquat „vermarkten".

Das vorgestellte Konzept des digitalen Informationsangebots ZWO ermöglicht letztlich einen kompakten und ausbaufähigen Internetauftritt, der zahlreiche, bisher vernachlässigte Aufgaben übernimmt: So ist ZWO das aktualitätsbezogene Sprachrohr des Instituts, das eine gezielte, öffentlichkeits- und pressewirksame Verbreitung von Informationen gewährleistet. Es sorgt dafür, daß Außenkontakte auch dauerhaft - insbesondere über den verschickten Newsletter - gepflegt werden können. ZWO ist aber auch das ideale Forum zur Präsentation der wissenschaftlichen Leistungen unserer Institutsmitglieder. Unter der konzipierten Dachmarke können bislang eher verstreute Publikations- und Forschungsaktivitäten nach außen hin gebündelt dargeboten werden. Dies verbessert nicht zuletzt auch den wissenschaftlichen Austausch mit anderen Instituten und Fachinteressierten. Des weiteren werden die Institutsmitglieder von der ZWO-Infrastruktur profitieren und von einer zeitintensiven Öffentlichkeits- und Pressearbeit entlastet. Mittel- und langfristig dient das erarbeitete Konzept der Verbesserung der Corporate Identity unseres großen Instituts und optimiert den institutsinternen Informationsfluß.

Das hier vorgestellte Konzept von ZWO ist ein vorläufiger Entwurf, der in den nächsten Monaten in einer zweiten, ebenfalls von Pro Uni geförderten Phase noch weiter ausgearbeitet wird. Interessierte, die sich detaillierter über das Projekt informieren möchten, können sich gerne mit uns in Verbindung setzen. Auch für Anregungen und Kritik sind wir dankbar.

Das Büro des Projekts befindet sich im vierten Stock des Phil-Turms (R 411/(2566, e-mail: fs0a011@uni-hamburg.de). Die Redaktion bilden Rüdiger Maulko, Silke Schuck und Till Schönefeld.

So sieht das neue Internetangebot des Instituts aus.



Medienkultur als Hauptfach

Seit dem Wintersemester 2000/01 kann an der Universität Hamburg "Medienkultur" auch als Hauptfach studiert werden. Der Werdegang des Faches war verschlungen. Neue Möglichkeiten des Studiums wurden jetzt eröffnet.

Von Knut Hickethier

Am Ende ging es dann doch ganz zügig mit der Einrichtung des neuen Hauptfachs "Medienkultur", das an anderen Universitäten "Medienwissenschaft" heißt. Im Frühjahr 2000 wurde der Studienplan in den verschiedenen Gremien des Fachbereichs diskutiert, zeitgleich mit dem Studienplan des Faches "Journalistik", das seit dem Wintersemester unter dem neuen Namen "Journalistik/Kommunikationswissenschaft" ebenfalls Hauptfach wurde. Der Akademische Senat der Universität beschloss schließlich am 29.6.2000 die Einrichtung von "Medienkultur" als Hauptfach.

Medien an der Universität Hamburg – zur Geschichte

Mit Film, Fernsehen, Rundfunk und der Presse hat sich die Universität Hamburg seit ihrem Bestehen immer nur am Rande beschäftigt, auch wenn es viele dieser ‚Ränder' gab. Es waren meist Lehraufträge in der Geschichte, der Psychologie, Pädagogik, Soziologie und Politologie. Seit Anfang der siebziger Jahre beschäftigten sich zahlreiche Lehrende in der Germanistik, der Anglistik und Romanistik mit den Medien. In Hamburg entwickelte sich zeitgleich mit der an anderen bundesdeutschen Universitäten entstehenden Medienwissenschaft eine intensive Beschäftigung mit Film, Fernsehen und Radio.

Die großen Philologien im Fachbereich Sprachwissenschaften (der heute konsequenterweise ‚Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften' heißt) wandten sich in Lehre und Forschung vor allem den technisch-apparativen Massenmedien zu. 1980/81 gründete der Fachbereich das Medienzentrum und 1986 das ‚Zentrum für Medien und Medienkultur', bei dem auch im WS 1992/93 das neu geschaffene Nebenfach "Medienkultur" angesiedelt wurde.

In den neunziger Jahren kam es zu einer Konsolidierung und einem langsamen Ausbau des Nebenfachs. Dabei prägte eine gute Zusammenarbeit von Germanistik, Anglistik, Amerikanistik und Romanistik den Studiengang, zudem kam ein für neue Medien zuständiger Kollege aus dem Fach ‚Gebärdensprache' des Fachbereichs hinzu. In einer Reihe von Projekten wurde intensiv zusammengearbeitet.

Viele Gründe sprachen Ende der neunziger Jahre dafür, den Ausbau zum Hauptfach voranzutreiben. Zwar gab es schon vorher Initiativen, ein gemeinsames Fach "Kommunikations- und Medienwissenschaft" einzurichten, doch die Pläne scheiterten vor allem am Widerstand des damaligen Wissenschaftssenators. Inzwischen hat die Medienstadt Hamburg die Notwendigkeit eines verstärkten Angebots an medienwissenschaftlicher Ausbildung erkannt, auch ist in der Universität die Bereitschaft stark gewachsen, sich für die Medienausbildung zu engagieren. Trotz Stellenkürzungen und Sparmaßnahmen. Die studentische Nachfrage steigt ständig, immer häufiger wird auch ein Wechsel von anderen Universitäten nach Hamburg angestrebt. Und nicht zuletzt sind die Lehrenden auch bereit, sich der neuen Herausforderung zu stellen.

Die Ausrichtung des Studiengangs

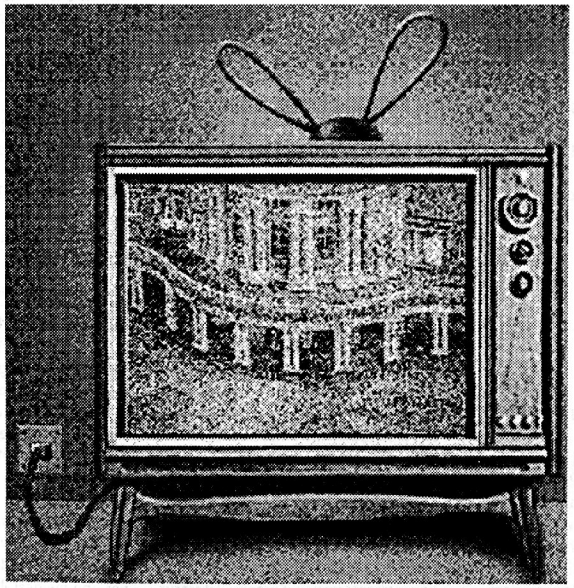
Schon in den vergangenen Semestern haben viele Medienkultur-Studenten im Nebenfach gefordert, endlich ein Hauptfach "Medienkultur" einzurichten. Neben dem Magisterabschluss (im 1. Haupt- und im Nebenfach) ist auch ein BA-Abschluss möglich. Der Ausbau war notwendig, weil der Bereich der Medien in dem, was zu seinem Verständnis notwendig ist, immer komplexer und vielgestaltiger wird. Ein Hauptfach ermöglicht eine ganz andere Zuwendung zu den Themenbereichen als ein Nebenfach, es schafft eine breitere Wissensgrundlage und erlaubt eine größere Spezialisierung auf einzelne Medien.

"Medienkultur" konzentriert sich im Haupt- wie im Nebenfach auf ästhetische, semiotische Aspekte der Medien, von denen vor allem Film, Fernsehen, Radio und die ‚neuen Medien' (und hier besonders das Internet) im Mittelpunkt stehen. Mediengeschichtliche und medientheoretische Fragestellungen werden in Lehre und Forschung erörtert. Es sind also stärker die ‚nichtjournalistischen' Bereiche der Medien, die hauptsächlich verhandelt werden.

Ausgangspunkt ist der Film, weil vor allem er mit seinen audiovisuellen Möglichkeiten die nachfolgenden

Medien stark beeinflusst und geprägt hat – und weil er mit seinen visuellen Ausdrucksformen den Zusammenhang zu künstlerisch-literarischen Formen herstellt.

Spiel- und Dokumentarfilm, Fernsehfilm, TV-Movie und Serie, aber auch Unterhaltungsshow, Sportübertragung, Kindermedien sind immer wieder Thema, daneben natürlich auch übergreifende Fragestellungen der Film-, Fernseh- und Radiotheorie, der ökonomischen, politischen und sozialen Rahmenbedingungen, ohne die der Mediengebrauch heute nicht verstanden werden kann.



Die neuen Möglichkeiten des Hauptfachs

Das alles gab es schon als Nebenfach, jetzt im Hauptfach kann es intensiver studiert werden. Das Grundstudium wurde ausgebaut und stärker strukturiert, ohne die Wahlfreiheit und individuelle Schwerpunktsetzung einzuschränken. Projektseminare bieten Erprobungsmöglichkeiten, auch praktisch etwas zu realisieren. Gleichwohl ist der Studiengang grundsätzlich theoretisch-analytisch angelegt, die Praxiserfahrungen sollen zu neuen Einsichtungen und Erkenntnisse führen.

Das Studium bildet – wie auch sonst in der universitären Medienwissenschaft in Deutschland – nicht für einen einzelnen Beruf aus, sondern für ein Berufsfeld, das sich zudem sehr kurzfristig immer wieder in seinen Anforderungen ändert. Analytische Fähigkeiten, Fähigkeiten, selbst Wissensprozesse organisieren zu können, Eigenständigkeit in Themenfindung, Recherche, Darstellung und Vermittlung sind also die Ausbildungsziele, ebenso auch ästhetische Sensibilisierung, Kritikfähigkeit und theoretisches Reflexionsvermögen. Bis zur Meldung zur Prüfung sollen auch während des Studiums Praktika absolviert werden, um einen Einblick in die Medienpraxis zu gewinnen.

Mit dem neuen Hauptfach "Medienkultur" wird ein Schritt in eine neue Medienzukunft an der Universität Hamburg getan. Eine Kooperation mit dem Studiengang "Journalistik/Kommunikationswissenschaft" wird betrieben, ebenso gibt es eine verstärkte Zusammenarbeit mit dem Hans-Bredow-Institut, bei dem auch wie zwei neue Professuren (eine für Kommunikationswissenschaft und eine für Medienwissenschaft) geschaffen wurden , die beiden Studiengänge in der Lehre zugute kommen.

Kontakt:

Geschäftszimmer:
Von-Melle-Park 6
20146 Hamburg
4.Stock, Raum 412
Leitung: Erica Özkan
Tel. ++49/40/428 38-4816
E-mail:
e_oezkan@uni-hamburg.de
Öffnungszeiten:
Mo + Mi 10-12
und 13-15

Zulassungsmodalitäten

Zum Haupt- und zum Nebenfach wird nur zum Wintersemester zugelassen (Bewerbungsschluss bei der Zulassungsstelle der Universität Hamburg ist der 15.7.), und zwar jeweils 35 Studierende im Haupt- und im Nebenfach. Für eine begrenzte Zahl von Studierenden anderer Universitäten ist nach dem Abschluss des Grundstudiums in einem vergleichbaren Fach (also Medienwissenschaft) der ‚Quereinstieg' möglich. Die Interessenten müssen dafür von der ‚Kommission Medienkultur' (über Prof. Dr. L. Fischer oder Prof. Dr. K. Hickethier) durch Vorlage der bereits erreichten Leistungsnachweise eine entsprechende Empfehlung für die Zulassung erhalten.

Achtung!
Die Website des Studienfachs „Medienkultur" im Internet, von der aus man u.a. zum KVV und zur *tiefenschärfe* gelangen kann, ist von der Uni-Hamburg-Site aus bisher noch schwer zu erreichen. Die Adresse lautet:
http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienprojekt/

Hamburger Hefte zur Medienkultur

Das Zentrum für Medien und Medienkultur des Fachbereichs „Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften" (ZMM) hat eine neue Schriftenreihe aufgelegt.

Die „Hamburger Hefte zur Medienkultur" sollen der internen Verständigung, dem wissenschaftlichen Austausch und der Darstellung der Forschung in diesem Bereich nach außen dienen. Geplant sind zwei bis vier Hefte pro Jahr.

Das erste Heft widmet sich der Vorgeschichte, der Entstehung und dem gegenwärtigen Stand der Medienwissenschaft an der Universität Hamburg. Skizziert wird die Entwicklung seit 1945 mit der Entstehung des Hans-Bredow-Instituts, der Filmpädagogik, der Massenkommunikationsforschung und dann vor allem der medienwissenschaftlichen Forschung und Lehre in den Geisteswissenschaften, aus denen der Studiengang "Medienkultur" im Fachbereich ‚Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften' (07) entstanden ist.

Die Darstellung schildert die spannende Entwicklung der Medienforschung quer durch die verschiedenen Disziplinen, zeigt Querverbindungen zu anderen Bereichen der Medienpraxis und der außeruniversitären Medienforschung auf und wie sich in Hamburg die Kommunikations- und Medienwissenschaft langsam herausgebildet hat. Dass diese Entwicklung nicht immer gradlinig gewesen ist, wird hier sichtbar.

Die Broschüre liefert auch einen Beitrag zur aktuellen Diskussion in der Wissenschaftsorganisation. Der Autor plädiert für die Eigenständigkeit einer kulturell, ästhetisch und semiotisch ausgerichteten Medienwissenschaft und für eine stärkere Kooperation von Medien- und Kommunikationswissenschaft und widerspricht damit den Abgrenzungsversuchen, wie sie gegenwärtig anderswo betrieben werden.

Literaturangabe:

Knut Hickethier: Medienkultur und Medienwissenschaft. Das Hamburger Modell. Vorgeschichte, Entstehung, Konzept. Hamburg: Universität Hamburg 2001, 93 S. (= Hamburger Hefte zur Medienkultur Nr.1)

Zu beziehen über:
Institut für Germanistik II (Sekretariat Medien) der Universität Hamburg.
Von-Melle-Park 6
20146 Hamburg.

Impressum

Die *tiefenschärfe* ist die Zeitschrift des Zentrums für Medien und Medienkultur im Fachbereich Sprachwissenschaften der Universität Hamburg. Sie erscheint kostenlos halbjährlich zu Semesterbeginn.

Zusätzlich erscheint die *tiefenschärfe-online* im World Wide Web: http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienzentrum/zmm-news/welcome.htm

Redaktion
Jens Eder (verantw.)
Knut Hickethier
Christian Maintz
Rüdiger Maulko

Layout
Jens Eder

Gestaltung tiefenschärfe online
Daniel Ehrenberg

Druck
Zentrale Versand- und Vervielfältigungsstelle (ZVV) der Universität Hamburg
Allende-Platz 1
20146 Hamburg

Redaktionsanschrift
Universität Hamburg
Fachbereich 07
Medienzentrum
Von-Melle-Park 5
20146 Hamburg
TEL 040 - 42838 - 4817
FAX 040 -42838 - 3553

Lehrveranstaltungen Medienkultur Sommersemester 2001

Vorlesungen

07.400 Schriftsteller als Medienarbeiter. Zur Literatur- und Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts
2st. Mo 12-14 Phil B
Harro Segeberg

07.401 Geschichte des Fernsehens
(in Verb. mit Sichttermin 07.426)
2st. Di 18-20 Phil D
Knut Hickethier

Seminare Ib

07.402 Grundlagen der Filmgestaltung: Montage und Filmschnitt
(in Verb. mit Erg.sem. 07.424)
2st. Fr 16-18 Medienzentrum
Manfred Schneider

07.403 Grundlagen der Medien: Bertolt Brecht, Georg Wilhelm Pabst und der "Dreigroschenkomplex"
(in Verb. mit Sichttermin 07.427)
2st. Mi 16-18 Medienzentrum
Harro Segeberg

07.404 Auslandsberichterstattung im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen in Deutschland
2st. Di 9-11 Medienzentrum
Peter von Rüden

07.405 Ingmar Bergman
(in Verb. mit Erg.sem. 07.418)
2st. Mo 16-18 Medienzentrum
Christian Maintz

07.406 Die Wüste lebt. No Budget-Filme in Hamburg
(in Verb. mit Sichttermin 07.419)
2st. Mi 14-16 Medienzentrum
Corinna Müller

07.425 Einführung in die Film- und Videountertitelung
2st. Mo 16-18 Phil 159 (CIP-Pool)
Nicole Neumann

07.407 Das Hörspiel des NWDR in der Nachkriegszeit
Autoren, Stücke, Produzenten
2st. Fr 10-12 Phil 1331
Andreas Stuhlmann

Seminare Ib (im Übergang zum Hauptstudium)

07.408 Filmfiguren konzipieren, ihre Wirkung verstehen
2st. Blockseminar
Jens Eder, Leonie Terfort

07.409 Elektronische Programmmedien im Internet - Intermedialität und mediale Nähe
2st. Mo 18-20 Phil 159 (CIP-Pool)
Gerald Beeckmann

Seminare II

07.411 Von Text zu Text: Multimediainstrumentarien zu Fragen der Retextualisierungsproblematik zwischen Literatur und Film/bildender Kunst/Musik
(in Verb. mit Sichttermin 07.421 + Vorbereitungsgruppe)
3st. Di 9-12, Mi 13-16 VMP 8, Rm. 517
Gabriele Wittig-Davis

07.412 Fernsehen in Deutschland: 1935-1952
2st. Di 14-16 Medienzentrum
Peter von Rüden

07.413 Der bundesrepublikanische Film der fünfziger Jahre
(in Verb. mit Sichttermin 07.422)
3st. Mi 9-12 Medienzentrum
Knut Hickethier, Harro Segeberg

07.414 Der Katastrophenfilm
(in Verb. mit Erg.sem. 07.417)
3st. Do 15-18 Medienzentrum
Joachim Schöberl

07.415 Das Verschwinden des Fernsehens im Internet
2st. Di 11-13 Medienzentrum
Joan Bleicher, Knut Hickethier

07.416 Drehbuch - Projektseminar II
4st. Do 10-14 Medienzentrum
Joan Bleicher
Fortführung des 1. Teils des Projektseminars - es können keine weiteren Studierenden aufgenommen werden.

07.423 Zur Kultur virtuellen Studiums
2st. Blockseminar
Rolf Schulmeister

Ergänzungsseminare

07.424 Grundlagen der Filmgestaltung: Montage und Filmschnitt
(in Verb. mit Sem. Ib 07.402 - erster Sichttermin 20.4.)
2st. Fr 14-16 Medienzentrum Kino
Manfred Schneider

07.417 Der Katastrophenfilm: Vorstellung repräsentativer Beispiele des Genres und analytische Vorarbeiten zum Seminar II
(in Verb. mit Sem. II 07.414)
2st. Di 10-12 Medienzentrum Kino
Joachim Schöberl

Sicht- und Hörtermine
(Kommentare siehe Seminarhinweis)

07.418 Ingmar Bergmann
(in Verb. mit Sem. Ib 07.405)
2st. Mo 14-16 Medienzentrum Kino
Christian Maintz

07.419 Die Wüste lebt. No Budget-Filme in Hamburg
(in Verb. mit Sem. Ib 07.406)
2st. Do 14-16 Medienzentrum Kino
Corinna Müller

07.421 Von Text zu Text: Multimediainstrumentarien zu Fragen der Retextualisierungsproblematik zwischen Literatur und Film/bildender Kunst/Musik
(in Verb. mit Sem. II 07.411)
2st. Fr 9-12 Medienzentrum Kino
Gabriele Wittig-Davis

07.422 Der bundesrepublikanische Film der fünfziger Jahre
(in Verb. mit Sem. II 07.413)
2st. Mo 19-21 "Metropolis"-Kino
Knut Hickethier, Harro Segeberg

07.426 Geschichte des Fernsehens (Teil I)
(in Verb. mit Vorl. 07.401)
2st. Di 16-18 Medienzentrum Kino
Knut Hickethier

07.427 Grundlagen der Medien: Melodram - komparatistisch
(in Verb. mit Sem. Ib 07.403. Erster Sichttermin 2.4.)
1st. Mo 17-19 "Metropolis"-Kino
Harro Segeberg

Hinweise auf Veranstaltungen des Instituts für Journalistik (IfJ) (Allende-Platz 1):

Die hier aufgeführten Veranstaltungen des IfJ können auch von Medienkultur-Studierenden belegt werden, ein Scheinerwerb ist möglich. Bitte informieren Sie sich über genaue Zeiten und Räume direkt im IfJ.
Aus dem Bereich II. Kommunikations- und Medienwissenschaft:

00.530 Vorlesung Schwerpunktbereiche Kommunikationswissenschaft und Journalisitk
Funktion und Zukunft des Journalismus
Siegfried Weischenberg

00.541 Seminar I/Übung: Medienorganisation und ?ökonomie
Innovationen in Redaktionen. Wie es zu Relaunches, neuen Ressorts und neuen Themenfeldern kommt.
Irene Neverla

00.543 Seminar I/Übung: Empirische Kommunikationsforschung: Vertiefung
Ethnographische Forschung im Internet
Friedrich Krotz

00.544 Seminar I/Übung: Öffentlichkeitsarbeit
Öffentlichkeitsarbeit: Formen, Funktionen, Strukturen
Wiebke Loosen/Siegfried Weischenberg

00.553 Seminar II: Medien- und Kommunikationsgeschichte
Medien im Nationalsozialismus
Monika Pater

Die Seminare I der Journalistik entsprechen den Seminaren Ib Medienkultur.

Hinweise auf Veranstaltungen des ZFI:

Die hier aufgeführten Veranstaltungen des ZFI können auch von Medienkultur-Studierenden belegt werden, ein Scheinerwerb ist möglich. Bitte informieren Sie sich über genaue Zeiten und Räume direkt im ZFI (VMP 5).
Aus dem Fachsprachenprogramm:

07.996 El espanol en los medios de información I
2st. Mi 14-16 Bi 34 Rm. 4 (Binderstraße)
Maria del Carmen Acebo González
Einstufungstest am 1. Tag des Kurses, s. Aushang im Pavillon, Binderstr. 34

07.998 Intensivkurs in der vorlesungsfreien Zeit:
Espana y el Medio Ambiente
56 Ust.: 12.-16.Februar 2001 sowie
56 Ust.: Oktober 2001
Maria del Carmen Acebo González
Ankündigung und Anmeldung s. Aushang im WiWi, Aufg. D, 3. Stock