

Zeitschrift: Zoom : Zeitschrift für Film
Herausgeber: Katholischer Mediendienst ; Evangelischer Mediendienst
Band: 51 (1999)
Heft: 10

Artikel: Fortschreitende Intimisierung
Autor: Heybrock, Mathias
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-931843>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Fortschreitende Intimisierung

«If you can't beat them, join them»: Hollywood umarmt das Konkurrenzmedium Fernsehen. Denn die zwanglose Alltagsästhetik des lange als minderwertig belächelten «kleinen Bruders» kommt beim Publikum vortrefflich an.

Television? The word is half Greek and half Latin. No good will come out of it.
C.P. Scott

Mathias Heybrock

Über das Fernsehen schimpft man, seit es existiert. Da konnte die erste deutschsprachige Anstalt mit Goethes «Faust» noch so programmatisch auf Hochkultur setzen, als sie 1954 den Sendebetrieb aufnahm. Am Ruf eines bestenfalls seichten Unterhaltungsmediums änderte es nichts, und bis heute ist das so geblieben. Wenn freilich Hollywood sich über das Fernsehen mokierte, war selten kulturpessimistische Befindlichkeit der Grund. Sondern eine gewisse Blasiertheit, gepaart mit nackter Angst. Denn obwohl man den «kleinen Bruder» auf Grund seiner dürftigen Bild- und Tonqualität belächelte, gingen die Kinoeintritte sofort nach Einführung des Konkurrenzmediums zurück. Ganz offensichtlich genoss das Publikum, dass jetzt im heimischen Wohnzimmer möglich wurde, wozu man zuvor das Haus verlassen musste.

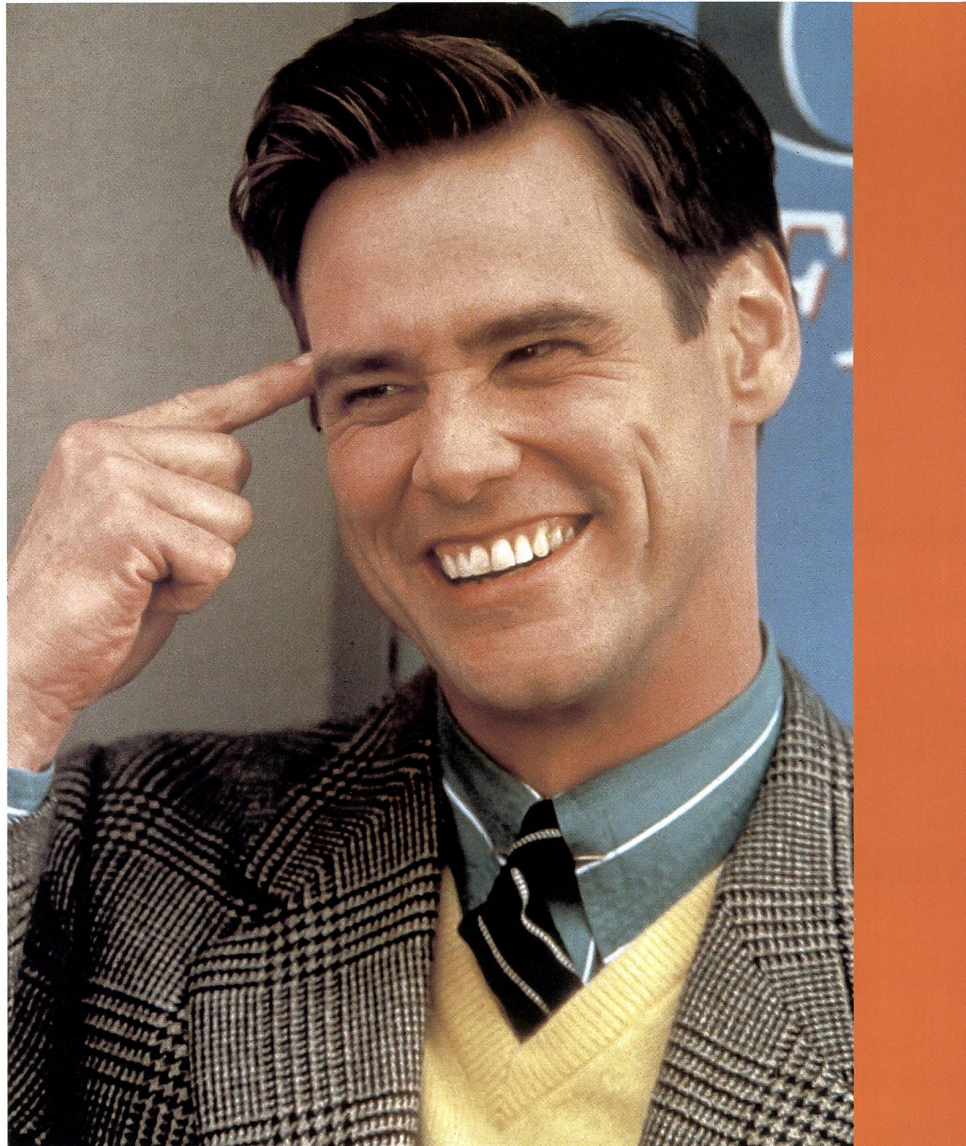
Überrascht von der gewaltigen Attraktivität des «schüchternen Riesen», wie Marshall McLuhan das Fernsehen nannte, versuchte der Film sich als überlegenes Medium zu profilieren. Cinemascope und andere Breitwandverfahren waren die direkte Reaktion: Imposante Panorama-Aufnahmen boten dem Publikum eine erhabene Schaulust, der die grobkörnigen, niedrigauflösenden Fernsehbilder beim besten Willen nichts entgegensetzen konnten.

Den Siegeszug der Television aber vermochte dieses Verfahren genauso wenig aufzuhalten wie andere, weniger dauerhafte Neuerungen Hollywoods. Denn so eloquent man die Vorzüge des eigenen Produktes herausstellte, so wenig ausreichend war es, Fernsehen als qualitativ schlechteres Kino zu verunglimpfen. Der Rivale besitzt strukturell einfach eine vollkommen andere Qualität.

Alltagsreden

Wo der Film mit seiner brillanten Ästhetik den Zuschauer «bedient», regt Fernsehen zur Teilnahme an und bietet etwas, das sich im *bigger than life* des Kinos nicht finden lässt: Nähe, Intimität; eine gewisse Heimeligkeit, für die allein die direkte Ansprache des Publikums durch Moderatoren und Nachrichtensprecher repräsentativ ist, die immer so tun, als würden sie mal eben auf einen Sprung vorbeischaun: «Guten Abend, meine Damen und Herren.» Der Apparat und was er ausstrahlt gehört förmlich mit zur Familie.

Aus dieser Perspektive erscheint die nach wie vor



eher verächtliche Haltung gegenüber dem Privatfernsehen bestenfalls als naiv. Denn was sich seit Mitte der Achtzigerjahre auf den kommerziellen Kanälen abspielt, ist konsequente Weiterentwicklung, nicht Pervertierung des Prinzips Fernsehen. Wenn in Talkshows, Soaps, News- und Boulevardsendungen die Details aus dem Intimleben ganz normaler Menschen im Vordergrund stehen, besteht – zugegeben – die Gefahr einer kalkulierten Ausbeutung sexueller Sujets. Doch das immer privater werdende Fernsehen zeugt gleichzeitig von der Tendenz einer unaufhaltsamen Intimisierung.

Wackelige Fahrten als Indiz für Horror live? Michael Williams und Joshua Leonard in «The Blair Witch Project» haben ihre Zweifel.



Deren Wurzeln sah der amerikanische Soziologe Richard Sennett nicht etwa in der modernen Mediengesellschaft, sondern im 19. Jahrhundert: Seitdem drängt das Spektakel des Privaten die öffentliche, offizielle, politische Sphäre zurück – wobei das Fernsehen schliesslich zur Potenzierung dieser Entwicklung beitrug. Sie lässt sich keineswegs nur an dem zwangloseren Umgang mit Sex, sondern auch an der veränderten Ansprache der Zuschauer belegen. Von den bei aller Vertrautheit distanziert höflichen Begrüßungsformeln der Fünfzigerjahre-Conférenciers zu den schnoddrigen Reden der Video-Jockeys auf MTV, Viva und seit kurzem auch Swizz ist es ein weiter Weg. Doch wer sich über den scheinbaren Dilettantismus dieser Redeweisen aufregt, beurteilt mit dem Massstab pointierter öffentlicher Rhetorik, die hier überhaupt nicht mehr angestrebt wird. Es geht um ganz normalen Alltagsschnack; Menschen, die reden wie du und ich.

Hautnahe Beteiligung

An der Technikgeschichte lässt sich diese Entwicklung gleichfalls ablesen. Die leichten 16mm-Kameraausrüstungen, mit denen Richard Leacock und D. A. Pennebaker Anfang der Sechzigerjahre zu arbeiten begannen, öffneten die Bildmedien für einen intimen Reportagestil, den Leacock etwa in «Primary» pflegte. Das Interesse für Arbeitsalltag und Lebensweise der «Stars», das seitdem einen guten Teil des Programms ausmacht, wäre ohne diese einfach handhabbare Technik unmöglich umzusetzen gewesen. Und wenngleich Leacocks dokumentarischer Stil unter dem Namen «Direct Cinema» Furore machte, wurde er fürs Fernsehen erfunden. Inzwischen haben immer kleinere, bessere und billigere Digitalkameras die 16mm-Technik des «Direct Cinema» weiterentwickelt, und neben dem Internet, wo Webcams einen vorläufigen Höhepunkt der fortschreitenden Miniaturisierung darstellen, ist das Fernsehen Motor dieser fortschreitenden Entwicklung.

Seit den Fünfzigerjahren hat sich das Kino als lernfähig erwiesen. Anstatt die eigenen Vorzüge herauszustellen, konkurriert es heute mit dem Fernsehen, indem es dessen Stil kopiert. Die Begeisterung etwa für die dänischen «Dogma 95»-Filme rührt vom persönlichen Zugang zum Sujet her, von der rauen, grobkörnigen Ästhetik, die in der fernsehgeschulten Wahrnehmung der Zuschauer gleichbedeutend mit Realismus ist. Jüngstes Beispiel für einen Kinofilm, der sich er-

folgreich dieser Bildgestaltung bedient, ist der unabhängig produzierte amerikanische Gruselfilm «The Blair Witch Project». In den USA als Variante zu «Dogma 95» gefeiert, zeigt er die Recherche dreier junger Filmemacher, die in den Wäldern von Maryland einer alten Hexensaga nachspüren. Plötzlich sehen sie sich von einer namenlosen und unsichtbaren Macht verfolgt, verirren sich heillos im Wald, geraten in Panik und schreien sich an – bis schliesslich das erste Crewmitglied auf mysteriöse Weise verschwindet.

Der inszenierte Film gibt sich als Dokument aus: Von dem Team fehle jede Spur; nur das Material sei wieder aufgetaucht, das der Zuschauer nun mehr integral zu sehen bekomme. Es besteht vornehmlich aus wackeligen Kamerafahrten durchs Unterholz, begleitet von dem angsterfüllten Keuchen der Crew. Ob damit die Bedingungen für einen guten Horrorfilm hinreichend erfüllt sind, mag dahingestellt sein. Das Publikum in den USA jedenfalls liebte die Illusion der hautnahen Beteiligung an einer tödlichen Mission. Wenn zum Schluss die Kamera zu Boden stürzt, weil die unheimliche Macht auch das letzte Crewmitglied eingeholt hat, bezieht sich dieser Dokumentarfilm-fake direkt auf die zuweilen ausgestrahlten Fernsehaufnahmen von Kameramännern, die bei der Ausübung ihrer Arbeit in Krisengebieten erschossen wurden. Sie dokumentieren ihren eigenen Tod mit einer letzten, abrupt abgebrochenen und zu Boden trudelnden Kamerafahrt, die im weissen Rauschen endet. Solche Bilder vom Tod eines Menschen stellen einen letzten, ultimativen Höhepunkt an Intimität und Authentizität dar. Als «echte» Aufnahmen stark tabuisiert, werden sie im fiktionalen Film reflektiert oder schlicht ausgebeutet. Die Reality-TV-Persiflage «C'est arrivé près de chez vous» bezog ihren Kick aus dem fake einen solchen Bildes. In Paul Verhoevens masslos unterschätzter US-amerikanischer Kulturgeschichte «Starship Troopers» taucht es ebenfalls auf.

Rund um die Uhr

Zu den Erkenntnissen, die uns das Privatfernsehen beschert hat, gehört jedoch auch, dass nicht allein der Tod die Zuschauer gehörig antört. Oft reicht es schon, wenn sich jemand live die Zähne putzt. Wie in «EdTV», wo Matthew McConaughey einen amerikanischen Durchschnittsbürger spielt; Star einer Sendung, in der es 24 Stunden am Tag um seinen banalen Alltag geht.

Wenn Hollywood über das Fernsehen nachdenkt, gerät es schnell ins Grässieren: Jim Carrey in «The Truman Show».

Fernsehen bietet etwas, das sich im «bigger than life» des Kinos als nicht finden lässt: N

Nach «The Truman Show», wo Miniaturkameras dem Akteur einer Daily Soap (Jim Carrey) ohne sein Wissen folgte, war «EdTV» der zweite Film in kürzester Zeit, der die Gepflogenheiten des aktuellen Reality-TV zum Thema hatte. Und «Die Fussbroichs», eine vom WDR produzierte wöchentliche Soap, handelt von einer «echten» kleinbürgerlichen Kölner Familie, deren Mitglieder man beim Kochen, Essen, Diskutieren oder Urlaub machen beobachten kann. Abgesehen davon, dass ihnen nicht rund um die Uhr ein Kamerateam folgt, ist das von dem in «EdTV» und «The Truman Show» karikierten Prinzip gar nicht mehr so weit entfernt.

Im filmischen Bezug auf Reality-TV wird einerseits Hollywoods Eingeständnis erkennbar, dass die im Fernsehen gepflegten Formen publikumsattraktiver sind als die etwas standardisierten Dramaturgien, die die grossen Studios zuweilen pflegen. Die überspitzte Form, in der beide Filme ihr Thema angehen, belegt aber auch die nach wie vor eher blasierte Einstellung Hollywoods gegenüber der Konkurrenz. Man gefällt sich im apokalyptischen Szenario eines eigens für die Kamera gezüchteten Menschen («The Truman Show») oder in Szenen, die belegen, wie penetrant Kameras in das Leben eingreifen («EdTV»). Es ist aber bestenfalls ulkig, wenn ein Bildmedium sich über die Aufdringlichkeit von Bildmedien beschwert. An Erkenntnis über den zeitgenössischen Medienmenschen, dem die Kamera zu einem vertrauten Begleiter geworden ist, bringt es gleich gar nichts Neues.

Serielle Freuden

Auch an den Serien, der ureigensten Gattung des Fernsehens, lässt sich ablesen, wie sehr es zu persönlichen, alltagsgebundenen Stoffen tendiert. Griff man in den Anfängen eher auf die mythischen Figuren Hollywoods als Serienhelden wie Cowboys oder Geheimagenten zurück, so spielen neuere Serien in alltäglicheren Umfeldern wie Krankenhäusern oder Anwaltskanzleien. David Lynchs TV-Serie «Twin Peaks» wurde gefeiert, weil dort biederes Kleinstadtleben eine übersinnliche, paranormale Qualität bekam, für die der Regisseur entsprechende Bilder fand. Gegenwärtig bildet «Ally McBeal» die Speerspitze intelligenter Serienkunst; eine Serie über allesamt etwas neurotische Menschen, die in einer Anwaltskanzlei arbeiten. In einer gelungenen Verbindung von Leben und Arbeit lassen die Figuren ihre Alltagsorgen jeweils direkt in die Plädoyers vor Gericht



Mal mit Traummann, meistens aber ohne: In der intelligenten Anwaltsserie «Ally McBeal» verarbeitet Calista Flockhart ihre Alltagsorgen vor Gericht.

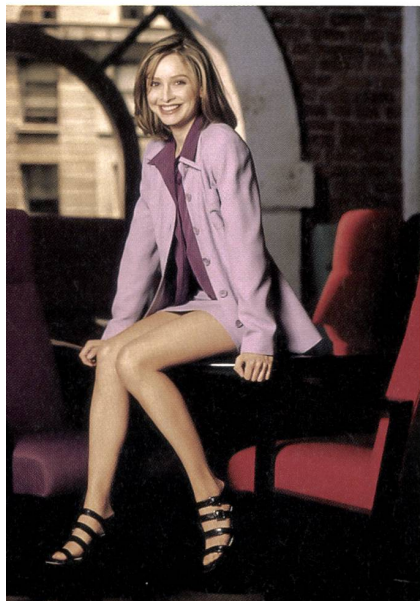
einfließen – was noch jedes Mal hilft, den Fall zufrieden stellend abzuschliessen. Hoffnungen und Ängste werden direkt visualisiert. Wenn Ally (Calista Flockhart) sich einen grösseren Busen wünscht, sehen wir diese Fantasie mittels digitalem Effekt umgesetzt; wenn ihre beste Freundin von Allys Traummann schwanger ist, sieht man an dem riesigen Loch, das plötzlich in ihrem Bauch klafft, wie verletzt sie ist. Ähnliche Effekte hatten zuvor im Kino die Comicverfilmung «The Mask» oder «Death Becomes Her» geboten. Aber in «Ally McBeal» werden sie Woche für Woche intelligent in eine Handlung integriert, die auf ebenso melancholisch wie komische Weise von einer Gemeinschaft ganz normaler Leute handelt.

Gleichwohl scheint die blosser Adaption von Serien nicht unbedingt Hollywoods Königsweg zu sein, um

Im Kino: Téa Leoni in «Deep Impact». Am Fernsehen: Sherry Lee in «Twin Peaks».



e, Intimität, Heimeligkeit



vom Fernseherfolg zu profitieren. Trotz der bezaubernden Vorlage fiel «The Avengers» ebenso durch wie «X-Files – The Movie»; jüngst konnte «Wild Wild West», der auf einer Sechzigerjahre-Serie beruht, zwar nicht die Kritik, aber doch das Publikum einigermassen zufrieden stellen. Die hinreissende Mimi Leder freilich kam auf die Idee, nicht den Inhalt, sondern die Dramaturgie einer Serie für das Kino zu adaptieren. Bevor sie für DreamWorks «The Peacemaker» und «Deep Impact» inszenierte, hatte sie als Entwicklerin, Produzentin und Regisseurin entscheidenden Anteil an der geistreichen Soap «Emergency Room» («ER»), Vorbild für so ungefähr jede Krankenhausserie, die gegenwärtig durch deutschsprachige Programme geistert.

«Deep Impact» nimmt die dort gepflegten Prinzipien wieder auf. Der Film wurde von der Kritik gehasst, die ihn gegen Michael Bays «Armageddon» ausspielte, den zweiten Katastrophenfilm des Sommers 1998. Doch die Häme war absolut unberechtigt: Zwar war «Armageddon» nicht schlecht, ein postmoderner Actionfilm mit ulkigen Typen, Dialogwitz und einem Schuss Romantik. Leder aber hatte es verstanden, das Katastrophenszenario in ein Familien- und Berufsdrama einzubinden, wie man es aus den Vorabendserien kennt. Wie dort entwickelte die Regisseurin eine Vielzahl von Handlungssträngen, zwischen denen sie fast abrupt hin- und hersprang und ihrem Film damit Episodencharakter verlieh. Diese Elemente sowie die für einen Actionfilm ungewöhnliche Sentimentalität hoben den Film über die üblichen Standards hinaus und öffneten das Genre für ein breiteres Publikum, das sich bestens unterhalten sah.

Schnell aufgespürt, schnell verarbeitet

DreamWorks mutiger Schritt, dieses Experiment zuzulassen, wurde an der Kinokasse belohnt und ist innerhalb eines grösseren Kontextes zu sehen. Hollywood ist wirklich daran interessiert, sich den Entwicklungen zu öffnen, die ausserhalb seiner geschehen. Die Dramaturgie im Actiongenre etwa war vor einigen Jahren so eingefahren, dass man sich junge, unbekannte Regisseure aus der TV-, Werbe- und Videoclipbranche holte. Michael Bay («Bad Boys», «The Rock», «Armageddon»), Simon West («Con Air», «The General's Daughter») und Antoine Fuqua («The Replacement Killers») hatten dabei unterschiedlich viel Glück, aber in jedem Fall ist das Genre bereits varianten-

reicher geworden. In einem anderen Marktsegment bezeugen die Teenie- und Highschoolfilme, dass kostengünstige, vom Fernsehen bekannte Schauspieler grossen Stars an Attraktivität mindestens ebenbürtig sind. Ein Film wie «The Matrix» bediente sich bei der Computer- und Internetästhetik. In Hollywood hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass man sich alle diese Medien besser genau anschaut und sich von ihnen inspirieren lässt, wenn man die Kids nicht als Publikum verlieren will.

Längst also ist das Fernsehen nicht mehr der «kleine Bruder», den man belächelt und mit perfekt gestalteten Filmen zu übertrumpfen sucht. Sondern ein Medium mit einem guten Gespür für Trends und Themen, die so schnell verarbeitet werden, wie sie aufgespürt wurden. Ein Medium, das dem fortschreitenden Prozess der Intimisierung besser gerecht wird als die schwerfällige Kinoindustrie.

Die strikte Trennung zwischen beiden Bereichen ist ohnehin längst konstruiert. Fast alle Studios gehören zu grossen Medienkonzernen. Aufmerksamkeit war vor einiger Zeit der Disney-Tochter Miramax beschert. Die Produktionsfirma half mit grösserem finanziellem Aufwand einer eigenen Zeitschrift auf die Beine, die von Tina Brown herausgegeben wird, der ehemaligen Chefredaktorin des New Yorker. Zudem ist man im Fernseh- und Internetbusiness aktiv. Jedes dieser Medien kann auf seine spezifische Weise Themen und Ästhetiken entwickeln, die dann, zumindest im Erfolgsfall, auf die anderen ausstrahlen.

Die Entwicklungen im Time-Warner-Konzern machen deutlich, wem man innerhalb dieses Systems von Synergie-Effekten die Vorreiterrolle zutraut. Als dort vor einigen Wochen Robert Daily und Terry Semel zurücktraten, gingen zwei Führungspersönlichkeiten, die die Filmproduktion – zu Lasten der anderen Bereiche – im Stil legendärer Hollywood-Tycoons wie Irving Thalberg oder David Selznick geleitet hatten. Bei der Neuorganisation der Führungsebene waren nun Leute gefragt, die die Expansionsmedien Internet und Fernsehen zumindest gleichberechtigt berücksichtigen. Denn in den letzten Jahren waren es nicht mehr die Kinofilme, die dem Konzern die höchsten Profite gebracht haben, sondern Soaps und Serien wie «ER» und «Friends».

Mathias Heybrock lebt und arbeitet zuweilen in Freiburg im Breisgau. Er ist süchtig nach der Serie «Ally McBeal».