

montage/av

Zeitschrift für Theorie & Geschichte
audiovisueller Kommunikation

8/2/1999

Populäre Figuren

SCHÜREN

Inhalt

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

Zu den Autoren

Annette Foerster, geb. 1955, arbeitet in Utrecht an ihrer Dissertation „Questions of Fame and Failure. Historiography and the Careers of Actresses and Women Filmmakers in Early Cinema“; filmwissenschaftliche Publikationen in den Zeitschriften *Black Box*, *Skrien*, *Frauen und Film* und *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*.

Vinzenz Hediger, Dr., geb. 1969, Oberassistent am Seminar für Filmwissenschaft der Universität Zürich. Studierte Philosophie, Filmwissenschaft und englische Literaturwissenschaft; arbeitete längere Zeit als Filmjournalist für eine größere Schweizer Tageszeitung.

Klemens Hippel, Dr., geb. 1965, Musik-, Film- und Fernsehwissenschaftler; arbeitet seit dem Abschluß seiner fernsehtheoretischen Promotion als Autor und Eventmanager; Veröffentlichungen zur Film- und Fernsehwissenschaft.

Hans-Otto Hügel, Prof. Dr., geb. 1944, Professor für Populäre Kultur am Institut für Theater- und Medienwissenschaft der Universität Hildesheim; Ausstellungsmacher; Veröffentlichungen zur Kriminal- und Unterhaltungsliteratur, Unterhaltungstheorie und Populärkultur; u.a. *Untersuchungsrichter – Diebstahlfänger – Detektive* (Stuttgart: Metzler 1978); Mitherausgeber von *James Bond: Spieler und Spion* (Hildesheim: Roemer- und Pelizaeus-Museum 1997).

Margarita D. Just, geb. 1964, Studium der deutschen Literatur an der Karl-Marx-Universität in Leipzig; Theaterarbeiten am Podium und am Staatstheater Dresden; promoviert über „Fälschung Lesen“ bei Goethe, Hofmannsthal und Bond; Veröffentlichungen u.a. in *Sinn und Form* und in *NDL* über Sylvia Plath und Ernst Weiß.

Jürgen Köhler, geb. 1963, Film- und Fernsehjournalist in Hamburg. Beiträge u.a. zu *Reclams Filmklassiker* (Stuttgart: Philipp Recalm jun. 1995), *Reclams Lexikon der Filmregisseure* (Stuttgart: Philipp Recalm jun. 1999); Mitautor der Stu-

die „TV-Movies ‚Made in Germany‘“ im Auftrag der Unabhängigen Landesanstalt für das Rundfunkwesen, Kiel (1999).

Lars Rettberg, geb. 1972, Student der AV-Medienwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“ in Potsdam-Babelsberg; schreibt zur Zeit an seiner Diplomarbeit über „Das Medienphänomen Lara Croft“.

Hans J. Wulff, Dr., geb. 1951, Professor für Medienwissenschaft an der Christian Albrechts Universität Kiel; zahlreiche Veröffentlichungen zur Film- und Fernsehtheorie, u.a. *Die Erzählung der Gewalt* (Münster: MAkS Publikationen 1990); *Psychiatrie im Film* (Münster: MAkS Publikationen 1995) und *Darstellen und Mitteilen* (Tübingen: Narr 1999); Mitherausgeber von *Film und Psychologie I* (Münster: MAkS Publikationen 1990), *Das Telefon im Spielfilm* (Berlin: Vistas 1992) und *Suspense* (Hillsdale, N.J.: Earlbaum 1996).

montage/av 8/2/1999

Zeitschrift für Theorie & Geschichte
audiovisueller Kommunikation

Herausgeber: Wolfgang Beilenhoff
(Bochum), Robin Curtis (Potsdam),
Jörg Frieß (Berlin), Britta Hartmann
(Potsdam), Frank Kessler (Utrecht),
Stephen Lowry (Braunschweig), Jo-
hannes von Moltke (Ann Arbor), Eggo
Müller (Potsdam), Jörg Schweinitz
(Berlin), Eva Warth (Utrecht), Hans J.
Wulff (Kiel), Peter Wuss (Potsdam)

Trägerin: Gesellschaft für Theorie &
Geschichte audiovisueller Kommuni-
kation e.V., Berlin

Redaktionsanschrift: c/o Britta Hart-
mann, Körnerstr. 11, D-10785 Berlin,
Tel./Fax: 030 / 262 84 20

Die Redaktion freut sich über unaufge-
fordert eingesandte Artikel.

Preis: Zwei Hefte im Jahr, Einzelheft
DM 20,- (ÖS 146/SFr 19,50)

Abo DM 40,- (ÖS 146/SFr 38,50)

Lieferungen ins Ausland zzgl. DM 10,-
Porto

ISSN 0942-4954

ISBN 3-89572-451-X

Vertrieb: Schüren Verlag
Deutschhausstraße 31

D-35037 Marburg

Tel: 06421/63084

Fax: 06421/681190

schueren.verlag@t-online.de

www.schueren-verlag.de

Druck: Difo-Druck, Bamberg

Anzeigen:

Katrin Ahnemann, Schüren Verlag

© Schüren Verlag

Kinolust



Georg Seesslen/Fernand Jung

Stanley Kubrick und Seine Filme

In Kooperation mit ARTE TV

320 S., Pb., 300. Abb., DM 34,-

(ÖS 248/SFr 31,50)

ISBN 3-89472-312-2

"Glücksfall in Sachen Filmliteratur"
film-dienst

"eine Top-Lektüre für Kenner
und Einsteiger." TV Spielfilm

"Kubrick für Cineasten: Gewissenhaft
wird das Oeuvre des jüngst verstorbenen
Ausnahmeregisateurs analysiert, Film
für Film seziert, der Kult um Stanley
Kubrick be- und durchleuchtet.
(...) spannend und lehrreich."
Cinema

SCHÜREN Deutschhausstr. 31 D-35037 Marburg
Fon 06421/63084 Fax 681190
www.schueren-verlag.de

Editorial

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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