

## Film, programmatisch

Das Buch von Gérard Genette *Paratexte* ist im Wortsinn das, was sein Untertitel bezeichnet, es ist selbst das »Buch vom Beiwerk des Buches«. Es liegt vor mir auf dem Tisch neben anderen Büchern, ich lese seinen Titel, öffne es, lese den Klappentext des Umschlags, schließlich das Vorwort, die Einleitung, ich halte inne, schon jetzt ist klar, dass es in diesem Buch auch um das gehen wird, was ich soeben gelesen habe, nämlich die Funktion von Titel, Klappentext, Vorwort, Einleitung usw. bei der Lektüre von Büchern. Dieses Buch ist zugleich das, wovon es handelt, ein Buch eben mit einer spezifischen Organisation seiner textuellen Elemente, die es zu lesen gibt und mit deren An/Ordnung es die Lektüre ermöglicht und lenkt. Ein Buch, das von »Paratexten« von Büchern handelt, ist zugleich reflexiv ein Buch über Bücher.

Im Folgenden soll es um den Versuch gehen, den »Film« unter einer vergleichbaren »paratextuellen« Perspektive zu beschreiben. Was ist vergleichbar? Es ist durchaus möglich, wenn auch für einen 35mm oder gar 70mm Film nicht sehr wahrscheinlich, dass ich einen »(Spiel-) Film«, aufgeteilt in Akte in verschiedenen Büchern vor mir auf dem Tisch liegen habe. Wahrscheinlicher ist, dass es sich um eine Videokassette oder Disc handelt. Aber dieser »Film« gibt mir, ob auf Zelluloid, als Magnetband oder Disc, noch nichts zu sehen, so, wie das Buch mir unmittelbar seine(n) Text(e) zu lesen gibt. Dennoch soll analog zum Text des Buches auch der Film als Text behandelt werden, »das heißt (in einer sehr rudimentären Definition) [...] einer mehr oder weniger langen Abfolge mehr oder weniger bedeutungstragender [audiovisueller] Äußerungen«.1 Der Film »als singulärer Text«<sup>2</sup> unabhängig vom Trägermedium Zelluloid, Magnetband oder Disc folgt bestimmten (zum

1 Gérard Genette, *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*, übers. von Dieter Hornig, Frankfurt/M./New York 1989, S. 9.

2 Ein Film als textuelles System »ist eine konkrete Einheit, ein geschlossener Text, ein abgeschlossener Diskurs« (Christian Metz, *Sprache und Film*, übers. von Micheline Theune/Arno Ros, Frankfurt/M. 1973, S. 103).

Beispiel narrativen) An/Ordnungen, die denen der Literatur (unabhängig vom Trägermedium!) nicht unähnlich sind. Auf der medialen Ebene des Vergleichs zwischen einem Buch, das Text(e) zu lesen gibt, und einem Film, der sich als singulärer Text<sup>1</sup> in der Projektion zu sehen (und zu hören) gibt, bestehen jedoch erhebliche Unterschiede, die sich auch auf Struktur und Funktion möglicher paratextueller An/Ordnungen auswirken, die eben nicht auf der Ebene ihrer medialen Konstitution (Manuskript, Buch oder Filmband), sondern durch die An/Ordnung ihrer Texte für die Rezeption zustande kommen. Auch Genette geht davon aus, dass Paratexte einen Text (in den Grenzen eines Werkes) »präsentieren: ihn präsent machen, und damit seine ›Rezeption‹ und seinen Konsum in, zumindest heutzutage, der Gestalt eines Buches [...] ermöglichen.«<sup>2</sup> Erst hier, mit der Rezeption, spielen die medialen Bedingungen des Lesens eines Buches (eines ›sekundären‹ Mediums) oder die Situation der technisch-apparativen Konstitution der Filmrezeption (eines ›tertiären‹ Mediums) eine wichtige Rolle. Was also für den Vergleich paratextueller Strukturen und Funktionen als ›Beiwerk des Buches‹ und ›Beiwerk des Films‹ herangezogen werden kann, sind Formen und An/Ordnungen literarischer und filmischer Texte im Zusammenhang mit den jeweiligen An/Ordnungen (Dispositionen) der Lektüre und des Sehens von Filmen und deren medialen Bedingungen (das Buch in der Hand, der Film im Kino oder auf dem Fernsehmonitor in der Wohnstube), auf die die paratextuellen An/Ordnungen des Lesbaren bzw. Sichtbaren/Hörbaren Einfluss haben. So, wie Klappentext, Vorwort und Einleitung die Lektüre lenken, werden vergleichbare An/Ordnungen filmischer Texte ›im Kino‹ oder ›im Fernsehen‹ deren Rezeption bestimmen.

Meine Untersuchung paratextueller Strukturen und Funktionen des Films geht also von der medien-spezifischen An/Ordnung (dem Dispositiv) der Rezeption von (nicht nur) filmischen Texten aus, die ihn unmittelbar in der Situation der Begegnung von Film und Zuschauer begleiten oder sich in größerem zeitlichen und/oder räumlichen Abstand auf ihn beziehen und die wesentlich die Rezeption beeinflussen. Die An/Ordnung des Zuschauers zum Film (ebenso wie die An/Ordnung des Lesers zum Buch) oder dispositive Struktur der Rezeption ist jeweils medial definiert, sie ist historisch wandelbar (das gilt auch für die Nutzung von Büchern), was ebenso am Wandel der paratextuellen Begleitumstände (des Films und entsprechend des Buches) beobachtet werden kann (intertextuelle oder intermediale Vergleiche zwischen Literatur [!] und Film hätten andere Ansätze und verfolgten andere Ziele).

Während die Gestalt des Buches seit Gutenberg fast unverändert geblieben ist (abgesehen vom relativen Wandel der Waren-Form, z. B. der Buch-Formate bis hin zu Hörkassetten und elektronischen Büchern und damit im Zusammenhang von

Veränderungen des kulturellen Gebrauchs des Buches – aber kann man davon absprechen?), ist für den Film von vornherein der Gestaltwandel aller seiner medialen Parameter kennzeichnend, weshalb der historischen Argumentation hier eine wesentlich größere Bedeutung zukommt. Die Ausgangsfrage: Was ist heute Film und wie werden Filme heute rezipiert, kann nur beantwortet werden, wenn man (analog zu Genettes weit gefasstem Textbegriff im Rahmen des Mediums Buch) zunächst ein breites Spektrum filmischer Textsorten (Gattungen, Genres, experimentelle, dokumentarische Lang- und Kurzfilme etc.) und darüber hinaus Texte in anderen Medien (Zeitungen, Magazinen, Plakaten, Diapositiven etc.) einbezieht. Medial gibt es ›Film‹ heute im Wesentlichen auf Zelluloid, Magnetband oder Disc (DVD oder PC-Festplatte), institutionell erscheint Film gegenwärtig gleichermaßen im Kino, im Fernsehen und als Home-Video (oder DVD), wobei rein quantitativ das Fernsehen für die Filmverbreitung und -rezeption (noch) das Leitmedium ist. Von hier aus geht der Blick zurück auf die Geschichte des Kinofilms und voraus auf Multimedia.

Die alltägliche Präsentation eines Spielfilms ›im Fernsehen‹ könnte im Normalfall Mitte der achtziger Jahre etwa folgendermaßen abgelaufen sein (seitdem gibt es wieder verschiedene Varianten): Ein(e) Ansager(in) weist auf den Film als nächsten Programmpunkt hin und führt kurz in den Film ein. Es folgt der Film ›selbst‹ mit Produktions- und Verleihlogo, Titelvorspann und schließlich Abspann und Ab- sowie Übergangsmoderation der Ansage zum nächsten Programmpunkt. Es sieht so aus, als ob der Film ›als singulärer Text‹ zwischen Titel und ›Ende‹ umrahmt wird vom paratextuellen ›Beiwerk‹, das ihn an dieser Stelle platziert und, weil es ihn hier erwarten lässt, seine Rezeption ermöglicht. Aber schon derselbe Film ist in seinen verschiedenen medialen Darstellungen ein anderer (Anpassung der Formate, Einpassung in zeitliche Rahmenbedingungen, andere Logos oder Veränderungen des Textes, wobei das Weglassen des Abspanns im Fernsehen noch der geringste Eingriff ist), umso mehr ist das paratextuelle Beiwerk sehr unterschiedlich entsprechend den medialen Bedingungen, unter denen der Film rezipiert werden soll. Das Umfeld (je)des Films im Fernsehen ist das Programm, das sich aus sehr unterschiedlichen audio-visuellen ›Texten‹ zusammensetzt, die sehr unterschiedlich auf ›diesen‹ Film Bezug nehmen. Wenn das gesamte Programm oder programmatische Umfeld dieses speziellen Films – als dessen Bestandteil – das ›Fernsehen‹ ist, dann bedeutet das, dass die jeweiligen institutionellen und dispositiven Bedingungen (der Rezeption) des Films das Programm wesentlich bestimmen, in dem der ›singuläre Text Film‹ durch sein paratextuelles Beiwerk ›programmatisch‹ platziert wird. Das Programm einer Videokassette muss mit relativ wenig Speicherplatz auskommen, es besteht daher nur aus einigen zusätzlichen Trailern (der Trailer zu diesem bestimmten Film findet sich auf einer anderen Kassette derselben Verleihfirma), d. h. das Videoprogramm ahmt einen Teil des Kinoprogramms nach, wo ebenfalls Trailer (im Unterschied zum Fernsehen) eine Rolle spielen (die Videokassette

<sup>1</sup> Genette, Paratexte (Anm. 1), S. 9.

kommt nicht nur äußerlich, sondern auch strukturell dem Buch am nächsten). Der Film auf einer DVD ist dagegen Teil eines über ein Menü gesteuerten oft recht umfangreichen Programms, das den jeweiligen Film paratextuell direkt betrifft (Trailer, Sprach-, Produktions- u. a. Varianten, Kommentare, Making-of-Dokumentationen etc.), aber auch Trailer anderer Filme enthält.

Was ist ein Programm? »Programme sind zunächst einmal im Wortsinn Voraus-/Schriften. Theater-, Kino- oder Fernsehprogramme verweisen auf Ereignisse, denen sie eine Zeit und einen Ort in ihrem Programm geben, was darüber hinaus oft noch zusätzliche Informationen einschließen kann. Programme sind auch Vor-/Schriften, indem sie das, worauf sie verweisen, anordnen, zu dieser Zeit und an diesem Ort, d. h. sie organisieren Ereignisse in einer bindenden Struktur.«<sup>4</sup> Programme können sich reflexiv auch selbst zum Ereignis machen, d. h. sie werden ihrerseits programmatisch, was zum Beispiel bei Parteiprogrammen der Fall sein kann. Ein Fernsehprogramm ordnet die Elemente seiner Programmfolge an und gibt ihnen einen Ort im zeitlichen Ablauf, der ermöglicht, diskrete Teile des Programms auszuwählen und finden zu können. Ein Spielfilm, der im Fernsehen gesendet wird, ist automatisch ein Element des Fernsehprogramms mit einem »Programmplatz« in einem Programm-Umfeld, das mehr oder weniger direkt auf den Film bezogen ist. Im Sinne der Paratexte gehören dazu Programmhinweise, die auch Trailer in verschiedenen Varianten enthalten können, die Ansage und Abmoderation. Wenn der Film ausdrücklich in einem thematischen Zusammenhang gezeigt wird (Gedenktag oder ARTE-Themenabende z. B.), in dem er diskutiert oder zitiert wird, dann kann auch dieses Umfeld noch zu den paratextuellen Programmelementen des Films gehören. Da das Programm (hier den audio-visuellen) Text und Paratexte einander zuordnet, hat es die gleiche Funktion wie das Buch für die Texte der Literatur (im weitesten Sinne). Auch Bücher wiederum sind Teil eines Verlagsprogramms mit entsprechenden Werbe(epi)texten, darüber hinaus sind ihnen (und ihrer Lektüre) weitere Epitexte (nach Genette räumlich, wohl auch medial entfernte Bezugstexte) wie Rezensionen etc. in anderen (Schrift- und AV-)Medien zugeordnet. Letzteres trifft ebenso auf den Film zu, so dass sich in der *Funktion* der Epitexte jenseits ihrer Medienspezifität Buch und Film wieder annähern.

Da ein einzelner Film (als singulärer Text) selten pur (im Archiv auf dem Schneidetisch z. B.), sondern in der Regel im Rahmen eines Programms mit entsprechendem peri- (und epi-) textuellem Beiwerk rezipiert wurde und wird, sollten Filmgeschichten grundsätzlich als Programmgeschichten des Films geschrieben werden, die das »programmatische« (inter-)mediale, kulturelle, soziale etc. Umfeld ein-

schließen. Denn es macht einen wesentlichen Unterschied, ob einer der bunten Märchenfilme von Georges Méliès auf dem Jahrmarkt zusammen mit zehn sehr unterschiedlichen anderen Filmen gezeigt (und dann vergessen wurde) oder heute im Fernsehen wieder zu sehen und auf Videokassetten bzw. digitalisiert auf DVD verfügbar ist. Die Literaturgeschichte geht (zu Unrecht) vom identischen »Programm Buch« für ihre Texte aus, die Filmgeschichte kann sich das im ständigen radikalen Wandel technisch-apparativer, medial-institutioneller, dispositiver etc. Bedingungen ihres Gegenstandes »Film« noch viel weniger leisten; und es hat den Anschein, als ob sich eine derartige Perspektive der Rezeptions- und Programmgeschichte immer mehr durchsetzt.<sup>5</sup> Für die Frühgeschichte des Films heißt es zum Beispiel: »Der eigentliche mediengeschichtliche Umbruch [...] vollzieht sich im Bereich der Programmgeschichte [...]. Erst die Durchsetzung des Programmstandards »langer Spielfilm« brachte jene Umwälzung, welche die Medienlandschaft für die folgenden Jahrzehnte [nach ca. 1910, J. P.] geprägt hat.«<sup>6</sup> Nach den Anfängen auf dem Jahrmarkt und im Variété, wo »Film« als Element eines Programms aus einer zufälligen oder dramaturgisch wenig geordneten Menge von Kurzfilmen auf Plakaten angekündigt und gezeigt wurde, ist der lange Spielfilm im Kino dann Bestandteil eines Veranstaltungsprogramms geworden, das ihn als Ereignis an seine Programm-Struktur (seine Voraus-Schrift) gekoppelt hat.<sup>7</sup> Seit dieser Zeit zeigen Kinos Filme in Programmen, deren Ankündigungen (als Plakat, Zeitungsannonce oder Diawerbung im Kino selbst) als Epi- oder Peritexte zum jeweiligen Film gehören. Das Muster stammt vom Repertoiretheater, wie überhaupt das Kino nicht nur die Form der Veranstaltung, sondern auch die dispositive Struktur des Theaters der An/Ordnung der Zuschauer weitgehend übernommen hat.

Paratextuelle Elemente haben für Filme eine geringe Rolle gespielt, solange sie Bestandteil eines medial differierten Programms der Nummernfolge im Variété waren (hier spielen eher intertextuelle Bezüge im Übergang von der Bühnenshow zum Film – als Element einer Bühnenshow etc. – mit, das gilt auch umgekehrt für Live-Variété-Nummern als späterer Bestandteil eines Kinoprogramms, die sich mitunter auch thematisch auf den »Hauptfilm« bezogen). Eine sich wiederholende kleine Menge von kurzen Filmen im Kino konnte kontinuierlich besucht werden; solche »Programme« wurden oft durch Filmerkärer und Zwischendias ergänzt, bis der einzelne, später sogar monumentale Langfilm ab etwa 1910/11 ins Zentrum des Programms rückte und Kinowerbung, kurze Kulturfilme und Wochenschauen

<sup>4</sup> Vgl. z. B. Anne Paech/Joachim Paech, *Menschen im Kino. Literatur und Film erzählen*, Stuttgart/Weimar 2000.

<sup>5</sup> Martin Loiperdinger, Plädoyer für eine Zukunft des frühen Kinos, in: Ursula von Keitz (Hg.), *Früher Film und späte Folgen*, Marburg 1998, S. 66–83, hier S. 72.

<sup>6</sup> Vgl. z. B. Corinna Müller, *Frühe deutsche Kinematographie. Formale, wirtschaftliche und kulturelle Entwicklungen*, Stuttgart/Weimar 1994.

<sup>7</sup> Zum Programmbegriff siehe Joachim Paech, *Das Programm der Moderne und dessen postmoderne Auflösungen. Vom Werk zum Text zu Multimedia*, in: Ders./Andreas Schreimüller/Albrecht Ziemer (Hg.), *Strukturwandel medialer Programme. Vom Fernsehen zu Multimedia*, Konstanz 1999, S. 13–29, hier S. 14.

zu seinem festen Bestandteil machte. In der Hierarchie ihrer An/Ordnung sind diese (Film-)Texte aufeinander bezogen, auch wenn sie thematisch nur in wenigen Fällen (vor allem der Trailer) direkt miteinander verbunden sind.

Das Kinoprogramm hat sein ›Beiwerk‹ immer wieder verändert und der medialen Konkurrenz (Wöchenschauen und Kulturfilme sind dem Fernsehen zum Opfer gefallen) und veränderten Rezeptionsgewohnheiten angepasst. Das bedeutet, dass eine Programmgeschichte des Films nicht nur die zentralen Texte (hier die Hauptfilme), sondern auch die Paratexte und zusätzlichen Programmelemente, die ihn unterschiedlich begleitet haben, berücksichtigen müsste. Und schließlich sind für die Rezeption von Filmen die Geschichte der An/Ordnungen der Zuschauer zum Programm (der aktuelle Zusammenschluss von Kino-Raum und Publikum) und deren institutionell-mediale Bedingungen einzubeziehen.

Dieses konstitutive Umfeld des ›Kino-Films als Programm‹ ändert sich signifikant, als in den vierziger Jahren (zuerst in den USA) der Kino-Film zu einem Programmelement des Fernsehens wird. Anfangs hat das Fernsehen noch die Programmstruktur des Kinos nachgeahmt mit Filmabenden, die zusätzliche Programmelemente enthielten, an die die Zuschauer auch im Kino gewohnt waren. Darüber hinaus wurden deutlich ›paratextuelle‹ Elemente aufgenommen, mit denen das Fernsehen den Kinofilm thematisiert hat, und noch heute ist diese paratextuelle Mimesis des Films ans Kino im Fernsehprogramm üblich. Das bedeutet, dass ›im anderen Medium‹ Fernsehen Kino(industrie) und Film im Rahmen des paratextuellen Bewerks des Films im Fernsehprogramm reflexiv werden. Zwar hat auch der Kinofilm (fast) von Anfang an seine Produktionsweise und die Rezeptionserfahrungen seiner Zuschauer ›reflexiv‹ thematisiert, aber in der Regel im ›Hauptfilm‹ selbst, wenn der Ort der Handlung das Studio oder ein Kino ist.<sup>8</sup> Der Film von Maurice Tourneur *A Girl's Folly* aus dem Jahr 1917 ist ein besonders gutes Beispiel, weil er bei Gelegenheit des Melodrams einen fast didaktischen Einblick in die Produktionsabläufe der Filmindustrie Hollywoods zu dieser Zeit gibt. Und im nostalgischen Rückblick erzählt René Clair die Geschichte einer jungen Frau in Paris, die vom Film, d. h. von einem Regisseur und Produzenten (Maurice Chevalier) zum Film verführt wird (*Le silence est d'or*, 1947). Studio und Set als Abenteuer-spielplatz sind vor allem für Komiker beliebte Schauplätze, ich denke an Chaplins *Behind the Screen* aus dem Jahr 1916 oder *Les débus de Max au Cinéma* von und mit Max Linder aus dem Jahr 1906. In dem Maße, in dem sich die Fiktionen des Kinos mehr und mehr in ihr kulturelles Umfeld hinein erweitert haben (etwa durch das Starsystem, in dem das Privatleben der Stars und ihre Filmrollen ununterscheidbar wurden, was wiederum zum Thema vieler Filme wurde), sind z. B. Dokumentationen über die Produktion von Filmen, das Leben ihrer Stars etc. als Realifikationen

<sup>8</sup> Vgl. Paech/Paech, Menschen im Kino (Anm. 5).

zum paratextuellen ›Beiwerk‹ des Kinoprogramms geworden (vgl. von George Sidney: *Hollywood Hobbies*, wo zwei Touristinnen in Hollywood Clark Gable in seinem Garten beim Streichen des Garagentors antreffen). Diese ›Dokumentationen‹ sind dann im Fernsehprogramm wiederum zu Reflektionen der Kino- und Filmkultur ›im anderen Medium‹ erweitert worden und sind heute fester Bestandteil des menügesteuerten Programms von DVD-Editionen.

Ebenso wie das Kino die (dispositive und) Programmstruktur zunächst vom Theater ›geborgt‹ und dann auf die speziellen Möglichkeiten des Kinos, z. B. (statt nur einer Theaterraufführung) mehrere unterschiedliche Filme in einem Programm zeigen zu können, ausgeweitet hat, hat auch das Fernsehen zunächst (solange es live gesendet wurde) ›Theater‹ gemacht und Strukturen des Kinoprogramms übernommen, ganz in dem Sinne, wie McLuhan vom ›alten Medium im neuen‹ gesprochen hat.<sup>9</sup> Kinoprogramme ordnen ihre Elemente sequenziell und hierarchisch, d. h. um das Zentrum eines zentralen Textes (oder Filmwerkes) sind in einer bestimmten Ordnung Paratexte angeordnet, die zusammen eine Programmabfolge oder Sequenz von Elementen eines Programms darstellen. In dem Maße, wie sich das Fernsehen diese sequenziellen Strukturen angeeignet hat, wurden sie – fernseh-spezifisch – zum ›flow‹, zum endlos fließenden Fernseh-Programm verbunden. Raymond Williams hat diesen Übergang von der ›sequence‹ zum ›flow‹ des Programms sehr genau beschrieben: ›In allen Kommunikationssystemen vor dem Rundfunk waren die wesentlichen Elemente diskret. Ein Buch oder Aufsatz wurden als solche ausgewählt und gelesen. Eine Versammlung fand an diesem Ort zu dieser Zeit statt. Ein Theaterstück wurde in einem bestimmten Theater zu einer bestimmten Zeit aufgeführt.‹<sup>10</sup> Das Besondere des Fernsehens ist nun nicht nur, dass diese kulturellen (u. a.) Ereignisse alle zu Hause per Knopfdruck konsumiert werden können, sondern dass ›dieses Programm eine Sequenz oder eine Folge alternativer Sequenzen dieser oder anderer Ereignisse ist, die eindimensional durch eine einfache Handbewegung verfügbar gemacht werden können.‹<sup>11</sup> Derartige Programme, bestehend aus Serien zeitlich begrenzter Einheiten, organisieren Sequenzen von Einheiten, die bereits durch das Programm ›formatiert‹ sind, d. h. es sind unterschiedliche ›Formate‹,<sup>11</sup> die sequenziell angeordnet werden. Als Formate sind sie von vornherein Bestandteile ihrer Programme, ohne die sie keine Funktion hätten; mit ihnen kommt es zu einer Veränderung des ›Programmierens‹ vom Konzept der Sequenz zum Konzept des ›flow‹. Zwar gibt es noch immer mehr oder we-

<sup>9</sup> Marshall McLuhan, Die magischen Kanäle, Düsseldorf 1968.

<sup>10</sup> Raymond Williams, Television. Technology and Cultural Form, Glasgow 1979, S. 86 f. (Übers. J. P.).

<sup>11</sup> Zum Formatbegriff vgl. Wolfgang Hagen, Hörzeit-Formatierung. Vom medialen Verändern des Programms aus dem Radio, in: Paech/Schreitmüller/Ziemer (Hg.), Strukturwandel medialer Programme (Anm. 4), S. 155–183.

niger deutlich unterscheidbare Elemente des Programms, sie fügen sich jedoch als Programmformate bruchlos in den Fluss des Programms ein und weisen vor allem (fast) keine Zwischenräume oder Intervalle mehr auf – jene Orte in der Programmstruktur also, die bisher für paratextuelle Elemente (An- und Abmoderationen, Senderlogos, Dokumentationen) in hierarchisch geordneten Sequenzen reserviert waren. Unterbrechungen des Programmflusses sind selbst »programmatisch« und werden für den wichtigsten Programmbestandteil, die Werbung, extra eingefügt, zwischen den Texten und in den Texten selbst.

Die allmähliche Auflösung des Programms im »flow«, das gegenwärtig, wie man in Programmzeitschriften sehen kann, noch immer eine nachvollziehbare Struktur hat, geschieht in zwei Richtungen: Einerseits tendiert es zur Bild- und Ton-Tapete, die den audiovisuell bewohnten Medienraum umschließt. Hartmut Winkler hat in einem Aufsatz mit dem Titel »Vom Programm als Ereignis zum Programm als Ort«<sup>12</sup> davon gesprochen, dass bestimmte Lifestyle-Programme regelrecht »bewohnt« werden wollen, ihre quasi zeitlosen Räume sind einfach da, es passiert nichts in ihnen, endlos werden Teppichflecken mit Schaumreinigern zum Verschwinden gebracht, aber nicht das Ereignis selbst, sondern dass nichts Unerwartetes passiert, ist das Ereignis, das die Werbebotschaft programmiert. Andererseits löst sich das Fernsehprogramm in eine Vielzahl von Spartenkanälen auf, die wie Subprogramme zu diesem Mainstream funktionieren und ihrerseits eigene Strukturen ausbilden, ohne dass sich neue hierarchische Ordnungen ihrer Elemente ergeben, die jedoch die Voraussetzung für eine Relation von Text und Paratext wären. Das bedeutet, dass die Medienentwicklung tendenziell zum Verschwinden paratextueller Funktionen und Strukturen beiträgt oder führt. Sie geht einher mit entsprechenden Veränderungen innerhalb der dispositiven Struktur der Fernsehrezeption, die sich dem »flow« anpasst (oder umgekehrt) bzw. zum »Surfen« quer zu den Programmen wird. Hypertextuelle Strukturen in Multimedia operieren mit anderen Beziehungen zwischen den Texten, die wohl kaum noch nach dem Modell der Paratexte, sondern nach dem Modell des »flow« zu beschreiben wären. Zum Beispiel werden Filme oder andere populäre Texte in bestimmten Fan-Websites fortgeschrieben, verändert, kommentiert, die damit unmittelbar an ihre Vorlagen mit schriftlichen Texten oder auch Filmen anschließen.<sup>13</sup> Aber obwohl viele Merkmale an Genettes Diskussion von Palimpsesten (zum Beispiel Parodien) und Paratexten erinnern, funktionieren

<sup>12</sup> Hartmut Winkler, Vom Programm als Ereignis zum Programm als Ort: Zeit und Linearität im Fernsehen und in den digitalen Medien, in: Kinoschriften. Jahrbuch der Gesellschaft für Filmtheorie, Bd. 4, Wien 1996, S. 45–54.

<sup>13</sup> Vgl. Sabine Horst, Alles in Obi. Slash! Die radikalste Form der Fan-Fiction im Netz, in: Frankfurter Rundschau (Nr. 16, 19. 1. 2001) und Jochen Siegle, Die Subkultur der Kinoklone. Das Internet entwickelt sich zu einem kreativen Tummelplatz für Parodien und schräge Low-Budget-Kurzfilme, in: Frankfurter Rundschau (Nr. 165, 19. 7. 2001).

sie doch in einem ganz anderen Struktur- und Funktionsrahmen, der die Differenz zwischen den Texten nivelliert und in einem endlosen »flow« der Wiederholungen absorbiert.

Eingangs hatte ich darauf hingewiesen, dass die paratextuelle An/Ordnung von Texten im Buch (auf jeden Fall im Buch Gérard Genettes) bereits ein reflexives Moment enthält: »Ein Buch, das von Paratexten von Büchern handelt, ist zugleich reflexiv ein Buch über Bücher«. Es wäre nun noch zu fragen, inwieweit reflexive Mechanismen ihrerseits derartige paratextuelle An/Ordnungen bedingen und zu bestimmten Formen von Paratexten (hier in den audio-visuellen Medien) beitragen. Nicht »intertextuelle oder autoreferentielle Verweise im Film«<sup>14</sup> sind gemeint, sondern die Entstehung und Funktion von Paratexten, die auf ihren Bezugstext verweisen, ihn erweitern und kommentieren, indem sie ihn medial reflektieren. Neben dem Trailer, der auch die Ankündigung eines Films als Produkt der Filmproduktion enthält, gehören dazu »Formate« wie *Cinéma, Nouvelles aus der Kinobranche* und vor allem »Making of ...«. Für die Funktion dieser Formate ist kaum noch zu unterscheiden zwischen aufklärender Information und Einführung in einen Film als Werk- oder bloßer Produktwerbung.

Bevor das »Making of ...« heute zu einem semidokumentarischen Subgenre und Format der Kinowerbung geworden ist, hat es zunächst in der Fach- und Fanliteratur, also in einem anderen Medium reüssiert. Auf dem Buchmarkt funktioniert das »Making of ...« als Produktionsbericht über die Entstehung von Filmen im mit Fotos illustrierten Text. Während Rudy Behlmer<sup>15</sup> (zusammen mit Tony Thomas) in *Hollywood's Hollywood. The Movies About the Movies* noch die Geschichte und Genreordnung der Filme, deren Fiktion selbstreflexiv über die Filmproduktion in Hollywood erzählt, also *A Star is Born* (1937, 1954), *Sunset Boulevard* (1950), *The Last Tycoon* (1976) oder *The Bad and the Beautiful* (1952) u. v. a. behandelt, enthält der Band *Behind the Scenes. The Making of ...*<sup>16</sup> die Produktionsgeschichten z. B. von *The Maltese Falcon* (1941), *Singin' in the Rain* (1952), seinerseits ein selbstreflexiver Film), *Stage Coach* (1939), *Casablanca* (1942) u. v. a. Dieses Literaturformat des »Making of ...« hat sich neben dem entsprechenden Fernsehformat entwickelt und ist heute die Sachbuch-Version des entsprechenden DVD-Formats. Buchtitel sind: *The Making of ... Star Wars, The Making of ... Star Trek, The Making of ... Godzilla* oder *The Making of ... Vergessene Welt, Jurassic Park*, sie alle haben ihre Entsprechungen im Menü der DVD-Versionen der entsprechenden Spielfilme.

<sup>14</sup> Gloria Withalm, Die Felder des intertextuellen/autoreferentiellen Verweises im Film, in: Semiotische Berichte 17, 3/4 (1993), S. 369–392.

<sup>15</sup> Rudy Behlmer/Tony Thomas, Hollywood's Hollywood. The Movies About the Movies. Scenaricus, N. J. 1979.

<sup>16</sup> Rudy Behlmer, Behind the Scenes. The Making of ... Hollywood, New York: Doubleday, Toronto 1982.

Darauf komme ich gleich zurück. Die Popularität des ›Making of...‹ ist schließlich auch für Bücher in Anspruch genommen worden, die allgemein von Techniken, Regeln etc. der Filmproduktion handeln (z. B. von Dirk Manthey, *Making of... I und 2*, Reinbek 1998).

Während das Home Video auf den Vertrieb von (u. a.) Spielfilmen ohne zusätzliche Programmelemente (außer Trailern) beschränkt blieb, hat die wesentlich höhere Speicherkapazität der von Polygram/Philips entwickelten und 1980 auf den amerikanischen Markt gekommenen Laser-Disc oder VLP (Video Long Play) erstmals Raum für weitere Programmangebote zusätzlich zum Spielfilm bereitgestellt. Ab 1995 schließlich ist von Sony die Digital Video Disc oder Digital Versatile Disc in der Größe einer CD mit ausreichendem Speicher für ein opulentes zusätzliches Programm zum Spielfilm auf den Markt gebracht worden mit dem Effekt, dass das ›Making of...‹-Format zu einer Angelegenheit der DVD wurde und von dort aus wieder zurück ins Fernsehen kam. Zu diesen ›Making of...‹-Programmelementen gehören auch produktionsgeschichtliche Beispiele. Aus Anlass der Reprise von David O. Selznicks und Victor Flemings *Gone With the Wind*, der 1939 in Atlanta und kurz darauf in New York Premiere hatte, wurde diese Wiederaufführung von einem von Ronald Haver 1980 veröffentlichten Prachtband über *David O. Selznicks Hollywood* begleitet, in dessen Mittelpunkt die Entstehungsgeschichte von *Gone With the Wind*, Selznicks und vielleicht auch Hollywoods größtem Kinoerfolg steht, zu dem bereits in den dreißiger Jahren eine beispiellose Werbekampagne beigetragen hatte. Zur Reprise gehörte außerdem ein zweistündiges ›Making of...‹ mit dem Titel *Vom Winde verweht. Die Entstehungsgeschichte eines Films*, der zur Legende wurde, das an der Legende mit großem Aufwand an Materialrecherche weiterstrickte. Andere Dokumentationen in demselben Zusammenhang sind z. B. Starporträts wie *Vivian Leigh. Scarlett and Beyond* von Gene Feldman, Ähnliches ist natürlich auch von Clark Gable vorhanden, z. B. aus der Serie *Hollywood Greats* von Susan F. Walker und David Kim: ›Clark Gable: Tall, Handsome and Dark‹. Vergleichbare Produktionen sind fast allen Reprises auf DVD oder manchmal auch im Fernsehen beigegeben. Und wenn ARTE die Sendung der restaurierten Fassung von Robert Siodmaks *Menschen am Sonntag* durch einen Vorfilm zur Entstehung sowohl des Films als auch der restaurierten Fassung ergänzt, dann wird (an diesem wunder schönen Beispiel von Gerald Koll, *Weekend am Wannsee*, 2000) deutlich, dass das ›Making of...‹ längst auch die Metaebene der produktionstechnischen Wiederherstellung von Filmen erreicht hat. Ein informatives Beispiel nicht zu einem einzelnen Film, sondern zum ›Making of...‹ von Restaurationen von Filmen überhaupt ist von Christiane Habich und Reinhard Wulf *Alte Filme in neuem Glanz. Wie PHOTOPLAY in London stumme Filme restauriert* (1998) über die Arbeit von Kevin Brownlow und David Gill in London.

Die heute üblichen ›Making of...‹ richten sich in ihrer Charakteristik nach den Filmen, die sie kommentieren. Es werden die für die Werbung wichtigsten Elc-

mente herausgestellt, das können die beteiligten Stars, der berühmte Regisseur, aufwendige Stunts in Action-Filmen und immer wieder verblüffende Kamerarolle Computer-generierte ›special effects‹ sein. Eine Firma, die sich des Vertriebs ›Making of...‹ u. a. an Fernsehsender (hier SAT. 1) angenommen hat, ist die L. Medienproduktion GmbH. SAT. 1 hat für dieses Format einen regelmäßigen wöchentlichen Sendeplatz donnerstags nach Mitternacht, andere Sender übernehmen einzelne Produktionen für ihre Berichterstattung über die aktuelle Filmszene. Die ›Making of...‹ werden von speziell darauf ausgerichteten Produktionsfirmen inzwischen für (fast) jeden Film, der auf den Markt kommt, produziert. Eine solche Firma in Deutschland ist ›Das Werk. Digitale Bildbearbeitungs GmbH‹ in Frankfurt/M., die z. B. das ›Making of...‹ für Tom Tykwers *Lola rennt* (1998) oder *Otto – der Katastrophenfilm* (2000) produziert hat. Diese Produktionen sind Teil der Werbung für die entsprechenden Filme, die Firma ›Das Werk‹ wiederum wirbt damit auch für ihre anderen Produktionssparten digitaler Bildbearbeitung.

Es steht außer Zweifel, dass die Faszination der digitalen Bildgenerierung und -bearbeitung, der Computergrafik und digital produzierten ›special effects‹ seit *Star Wars* und *Jurassic Park* zum Boom des ›Making of...‹-Formats wesentlich beigetragen hat. Der Blick hinter die Kulissen des Theaters und des Cinéma sollte niemals desillusionieren, sondern im Gegenteil durch Verblüffung und Faszination die Illusionswelten erweitern helfen; er dient nicht der Aufklärung, sondern der Erklärung von Produktionsabläufen; verwiesen wird nicht auf konkrete Arbeitsläufe, vielmehr soll auf ein Ergebnis und ein Warenangebot neugierig gemacht werden, welche die Faszination seiner Herstellung zu übertreffen versprechen.

Paratexte sprechen über die Texte, denen sie zugeordnet sind, sie leiten sie ein, kommentieren sie und verweisen womöglich auf Zusammenhänge ihrer Entstehung und lenken damit (als Peri- oder Epitexte) die Rezeption. Diese Reflexivität, die sie zu Texten zweiter Ordnung macht, generiert im Buch keine mediale Reflexion, die über ihre intertextuellen Beziehungen hinaus in den audio-visuellen Medien eine umso größere Rolle spielt. Paratexte vor allem im Fernsehen und auf DVD realisieren ihre Reflexivität auf den zentralen Text ganz wesentlich in Form von (in-)medialen Reflektionen, für die das Format des ›Making of...‹ exemplarisch ist.