



Editorial: Film in digitalen Medien

Medien verändern sich; nicht nur aufgrund ihrer historischen Entwicklung und indem sie sich dabei immer wieder auf sich selbst und auf ihre je eigene Mediengeschichte beziehen, sondern immer auch durch ihre spezifische Rolle in einer sich stetig wandelnden Medienkultur. Diese ist unter anderem von einer Wechselwirkung zwischen Medien geprägt – einem Phänomen, das im Rahmen von Theorien zur Intermedialität immer wieder reflektiert und diskutiert wird.

Das Schlagwort Intermedialität scheint nicht zufällig mit den umfassenden Formen der Digitalisierung aufgekommen zu sein, es erscheint als eine Art der – wissenschaftlichen – Reaktion auf die Veränderungen in der Welt der Medien seit dem letzten Drittel des 20. Jahrhunderts. ‚Digital‘ ist derzeit scheinbar nahezu alles: Mit der Entwicklung der ‚digitalen Medien‘ und der damit einhergehenden sogenannten ‚digitalen Revolution‘ unseres ‚digitalen Zeitalters‘ geht eine Transformation oder zumindest eine erhebliche Beeinflussung des Mediums Film und der Kulturtechnik des Filmemachens, des Filmepräsentierens und des Filmsehens einher. Digitale Projektionen im Kino versprechen nicht nur ein schärferes Bild, sondern auch höhere Investitionen – sowohl aufseiten der Kinobetreiber als auch aufseiten der Rezipienten. Die digitale Distribution von Filmen via Streaming über Plattformen wie *iTunes*, *Maxdome*, *Lovefilm*, *Mubi* oder *Watchever* stellt eine ganz neue Form der Verfügbarkeit von Filmen dar. Sogenannte „Second Screen Apps“ auf Tablet-PCs und Smartphones versprechen Zusatzinformationen zum parallel laufenden Blu-ray-Film – wie beispielsweise bei der Blu-ray-*Collector's Edition* von Ridley Scotts PROMETHEUS.¹ Der Film an sich bleibt von diesen Begleiterscheinungen der Umwälzungen jedoch unberührt, ‚lediglich‘ der Vertrieb und die Rezeptionsbedingungen verändern sich durch die Möglichkeiten, welche die Digitalisierung eröffnet hat.

Doch wie verändert sich das Medium selbst, beziehungsweise wie wirkt sich der Film auf digitale Medien aus (und umgekehrt), wie beeinflussen und verändern sich filmische Formen? Diesen Fragen gehen die Beiträge in der vorliegenden fünften Ausgabe von *Rabbit Eye – Zeitschrift für Filmforschung* nach. Weniger das Spannungsverhältnis zwischen Film und digitalen Medien allgemein steht im Fokus der Texte, als vielmehr die Transformationen des Films, des Filmlebens oder des Filmischen *in* und durch digitale/n Medien. Ein

¹ Vgl. den App-Trailer von *20th Century Fox Home Entertainment* auf <http://youtu.be/z1YZvPfjFRA>.

entsprechender thematischer Schwerpunkt kann aufgrund der Vielzahl dieser Transformationsprozesse nur vereinzelt auf Veränderungen des Mediums Film in Zeiten der ‚digitalen Kultur‘ verweisen. Das Thema selbst eröffnet dabei zahlreiche Forschungsperspektiven für unterschiedliche Disziplinen: Das weite Feld der Handyfilme etwa, die aufgrund der ständigen Verfügbarkeit entsprechender Technik, wie beispielsweise durch die Videofunktion von Smartphones, ständig und in großer Anzahl entstehen, gerät ins Visier von Alltagskulturforschern.² Mit soziologischen Methoden ließen sich die Bedeutungen von Filmen in sozialen Netzwerken wie *Facebook* reflektieren: Eine nicht unerhebliche Anzahl an Postings besteht im ‚Teilen‘ kleinerer Filme, ob von *Youtube* oder anderen Videoplattformen. *Youtube* wiederum hat für sich genommen auch entscheidenden Anteil an der Veränderung des Mediums Film in Zeiten der Digitalkultur. Dem Thema ‚Film in digitalen Medien‘ kann somit durchaus das Potenzial zugesprochen werden, als interdisziplinär angelegtes Forschungsfeld zu fungieren.

Die Aufsätze der vorliegenden Ausgabe verweisen in diesem Zusammenhang – gemäß der Ausrichtung von *Rabbit Eye* – aus film- und medienwissenschaftlicher Perspektive auf einschlägige Aspekte von ‚Film in digitalen Medien‘ und sind als eine punktuelle Bestandsaufnahme besonders evidenter Transformationen des Films im digitalen Zeitalter zu verstehen: Im Zentrum stehen insbesondere die Wechselwirkungen audiovisueller Formate mit den Medien Computerspiele und World Wide Web sowie die Konsequenzen der allgemeinen Digitalisierung für das Medium Film.

Zum Auftakt untersucht *Matthias Stork* die von ihm so bezeichnete ‚Filmizität‘ von Computerspielen. Besonderes Augenmerk legt er dabei auf die Möglichkeiten der Spieler, das Spielgeschehen mithilfe variabler Steuerungsmöglichkeiten filmisch zu gestalten. Die filmische Inszenierung der Spielhandlung liegt damit nicht nur auf der Seite der Produzenten; diese stellen vielmehr lediglich die historisch variablen technischen Möglichkeiten zur Verfügung, um ein je individuelles, am Medium Film orientiertes Spielerlebnis der Rezipienten zu gewährleisten.

Felix Schröter setzt in einem weiteren Text zum Thema Computerspiele filmische und nicht-filmische Figurenkonzeptionen zueinander in Bezug. Obwohl sich die Konzeption von Figuren im Medium Computerspiele am Medium Film orientiert, verfügen narrative *Games* über medienspezifische Möglichkeiten der Darstellung und Inszenierung von Figuren. Im Sinne einer figurenbezogenen Informationsvermittlung dienen Aspekte der filmischen Figurenkonzeption jedoch als wichtige Orientierungspunkte für das neuere Medium. Computerspiele bauen in dieser Hinsicht auf dem Film auf, indem sie die an diesem Medium entwickelte Medienkompetenz konsequent für sich zu nutzen wissen.

² Vgl. zum Beispiel das laufende Zürcher Forschungsprojekt „Handyfilme – künstlerische und ethnographische Zugänge zu Repräsentationen jugendlicher Alltagswelten“; <http://www.ith-z.ch/forschung/laufendeforschungsprojekte/handyfilme/>.

Das World Wide Web als Medium gerät in den Ausführungen von *Markus Kubn und Johannes Noldt* ins Blickfeld. Am Beispiel von Web-Fortschreibungen des audiovisuellen Serienformats STROMBERG reflektieren die beiden Autoren die analytische Tragfähigkeit des einschlägigen *transmedia storytelling*-Konzepts von Henry Jenkins. Der transmediale Erzählkosmos um die Figur Stromberg nutzt das Medium Web – so eines der Ergebnisse – primär als Werbepattform. Die fiktiven seriell-filmischen Figuren überschreiten die Grenzen ihres Mediums, um in anderen Medien für Marketingzwecke instrumentalisiert zu werden.

Ein weiterer Aufsatz der sich dem World Wide Web widmet untersucht hybride Filmformen – sogenannte ‚neue interaktive Filme‘. *Janina Wildfeuer* zeigt anhand bezeichnender Beispiele, wie die Hypertext-Struktur des Internet das Medium Film mit interaktiven Möglichkeiten verändert. Im Rahmen einer Abgrenzung zu älteren Formen interaktiver Filmformate bestimmt die Autorin im Rahmen genretheoretischer Überlegungen den spezifischen Charakter dieser Transformation des Mediums Film durch das digitale Medium.

Eine ganz andere Perspektive auf das Schwerpunktthema der Ausgabe wirft schließlich *Florian Mundhenke*. In seinem Text fragt er nach den Veränderungen des Erfahrungsraums Kino in Zeiten der Digitalkultur. Wie verändert sich das Kinoerlebnis, wenn dieses neben der Rezeption auf Computern, Smartphones oder Tablets nur noch eine ‚altmodische‘ Möglichkeit darstellt, Filme wahrzunehmen? Im Rahmen von Theorien zum Dispositiv reflektiert der Autor die Konsequenzen der umfassenden Digitalisierung für das klassische Leinwandlerlebnis und betont dabei insbesondere die Bedeutung der sozialen Praxis der Kinoerfahrung, die von Rezipienten bewusst ausgeübt wird, um eben diese Erfahrung hervorzurufen.

Abgerundet wird die Ausgabe – außerhalb des Schwerpunktes – mit einem Aufsatz von *Mirjam Kappes* zum Labyrinthmotiv in *THE SHINING* und *PAN'S LABYRINTH* sowie einem Bericht zur Tagung „Orte des Films. Von der Kino-Ontologie zur Medientopologie“, die im November 2012 an der Friedrich-Schiller-Universität Jena stattfand.

Die kommende Ausgabe Rabbit Eye 006 erscheint 2014 in Kooperation mit der *AG Genre Studies* der *Gesellschaft für Medienwissenschaft* und widmet sich dementsprechend dem Thema ‚Genre‘.

Viel Spaß und viele Anregungen bei der Lektüre der fünften Ausgabe von *Rabbit Eye* wünscht

Dominik Orth