

Einleitung: Eine Postkarte aus dem Kino

Als die ersten Überlegungen zu diesem Buch entstanden, war fraglich, ob die DVD zum Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht längst Geschichte sein könnte. Eine seltsame Mischung aus Unsicherheit und Gewissheit darüber, was diesem Medium zuzutrauen ist, hat die DVD von Beginn an begleitet. Ihr phänomenaler Erfolg, der sie seit 2002 zum wichtigsten Umsatzträger der internationalen Filmwirtschaft hat werden lassen, änderte daran wenig. Fragen, ob wir es in naher Zukunft nicht vornehmlich mit einer anderen Technologie zu tun haben, waren und sind Teil des DVD-Diskurses inner- und außerhalb der akademischen Institutionen und Traditionen. Es gilt als ausgemachte Sache, dass internetbasierte Filmzugänge (ob legal oder nicht), die diversen Spielarten von Video on Demand, Download to Own, Tauschbörsen und künftige Modelle, »die DVD und mit höheren Bandbreiten auch die Blu-ray gefährden und vielleicht letztlich ersetzen« (Knörer 2010) werden. Mindestens ebenso sicher ist jedoch, dass diese Perspektive Tradition hat.

Immer wieder ist die DVD als Zwischenschritt gesehen worden – als »eine Übergangstechnologie«, um »den Heimvideo-Markt in die digitale Ära zu überführen«, ohne als »endgültiges Mittel digitaler Überbringung« zu gelten, weil man Internet-Angebote wie Video on Demand als »Zukunft des Heimvideo-Marktes erachtet« (Brookey 2007, 205).¹ Früher oder später werde die DVD obsolet, hat Martin Körber in dem 2003 von Martin Loiperdinger herausgegebenen Band

Celluloid Goes Digital prognostiziert. Wer wisse schon, fragte Körber (2003, 36), welche Medien und Apparate wir in fünf oder zehn Jahren benutzen werden? Zumindest die ersten acht Jahre hat die DVD seither ganz gut überstanden: Bis 2005 verdoppelte sich der weltweite DVD-Umsatz jährlich, und trotz seit 2007 kontinuierlich sinkender Verkaufszahlen blieb die DVD auch 2011 die bedeutendste und auch weit vor der Blu-ray rangierende Einnahmequelle der internationalen Filmindustrie.

Für mein Vorhaben, Ästhetik und Dispositiv zu analysieren, ist jedoch die Frage nach dem kommenden wirtschaftlichen Status der DVD und ihrer Nachfolgerin Blu-ray insofern zweitrangig, als ich die Geschichte und Gegenwart dieser Medien zum Anlass nehmen will, grundsätzlichere Fragen zu verfolgen. In besonderer Weise fordert die DVD dazu heraus, jene zwei zentralen Kategorien zu befragen, die hier miteinander verbunden werden und gleichwohl über die Gegenwart von DVD & Blu-ray hinaus von wesentlicher Bedeutung sind: »der Film« und »das Digitale«. Film-, medien- und machttheoretische Fragen führen hier zu Beziehungen zwischen Ästhetik, Technik, Kultur und neoliberaler Ökonomie – zum Film unter der Dringlichkeit der Flexibilisierung.

Die Konkurrenz zwischen dem physischen Datenträger DVD und seit Mitte der 2000er Jahre stark zunehmenden Online-Zugängen (von kostenpflichtigem Video on Demand bis zu File Sharing usw.) wurde und wird dabei interessanterweise von ei-

Einleitung: Eine Postkarte aus dem Kino

ner anderen Warte aus als eine Art illegitime Komplizenschaft verstanden. Gegen diesen Teil der sogenannten digitalen Ära stemmen sich Verfechter des Kinos – besonders auffällig im Jahr 2006. Zu dieser Zeit gaben z.B. die deutschen Kinoketten-Betreiber Heiner Kieft und Hans-Joachim Flebbe der Sorge Ausdruck, ihre Multiplex-Säle gäben künftig »nur noch die Werbemaschine für die weitere Auswertung« (zit. n. Göttler 2005) ab. Im Frühling 2006 begann die deutschlandweite und von der Filmförderungsanstalt finanzierte Kampagne mit dem Weckruf »Kino. Dafür werden Filme gemacht.« Sie solle »die Einmaligkeit des Kinobesuchs wieder ins Bewusstsein rufen«, wie es Jan Oesterlin, der Geschäftsführer der Zukunft Kino Marketing GmbH, Ende März 2006 formulierte (vgl. N.N. 2006b, 1). Zu diesem Zweck zeigen Werbespots verzauberte und mitgenommene Menschen in Sesselreihen, erleuchtet vom Glanz der Leinwand, eine Erlebnisgemeinschaft des Lebensraums Kino. Nur gut drei Wochen später, im April 2006, half ein Appell des französischen Filmregisseurs und Produzenten Luc Besson anlässlich seines Regie-Comebacks mit ANGEL-A (FR, 2005), einen unsichtbaren Gegner dieser Kampagne etwas genauer zu fokussieren. Natürlich habe er »jede Menge DVDs« (Besson, 2006), jedoch nur als unzulängliche Reminiszenzen: »DVDs sind nichts anderes als Postkarten vom letzten Urlaub. Sie erinnern mich an schöne Stunden. Die aber muss ich woanders erleben.« Dieses Ich meinte alle: »Man muss Filme im Kino sehen. Also erhebt Eure Ärsche!« (ebd.)

Sowohl im Tonfall als auch in der Sache befindet sich Luc Besson in prominenter Gesellschaft. Ebenfalls im April 2006 pries James Cameron auf dem »Digital Cinema Summit« in Las Vegas die Möglichkeiten von digitalem 3D (D3D), indem er seinem Publikum energisch zurief, diese Kinotechnologie könne dafür

sorgen »dass sich die Leute von ihren Hintern erheben und aus ihren Häusern fort von ihren tragbaren Geräten und zurück in die Kinos bewegen, wo sie hingehören« (vgl. Boddy 2008, 176). Camerons Kino-Entschlossenheit, wer also nun »verdammst nochmal« auf seiner Seite sei, erinnerte an seinen Kollegen M. Night Shyamalan, der wenige Monate zuvor ähnlich markige Worte gefunden hatte. In der Debatte um die Vorschläge, das Sechsmonatenfenster zwischen Kinostart und DVD-Auswertung in den USA zu reduzieren oder gar ganz zu schließen, erklärte Shyamalan Ende Oktober 2005 die Entscheidung zwischen DVD und Kino zu nicht weniger als einer Frage »auf Leben und Tod« (zit. n. Goldstein 2005): Wenn man dem Publikum erzähle, es gäbe »keinen Unterschied zwischen einer Kino-Erfahrung und einer DVD, dann war's das, Ende des Spiels, und die ganze Kunstform wird langsam verschwinden« – denn Filme müssten zunächst »in ihrer idealen Form« existieren, bevor sie »ausgebeutet« werden (ebd.).

Von Kuratoren-Seite erhielten Besson, Shyamalan und Cameron Rückendeckung durch James Quandt, den Programmleiter der Cinematheque Ontario, der im Sommer 2009 insistierte, mit der DVD sehe man nur »ein Faksimile« des Films; »manchmal ein ganz gutes Faksimile, aber wir machen uns vor, wir sähen *the real thing*« (zit. n. Guillén 2009). Das Echte ist, klar, Celluloid bzw. die Kinoprojektion. Anders unterstützt wurden die Verteidiger des Kinos als Heimstatt des Films durch die D3D-Erfolge, jener digitalen Reanimierung einer betagten Kino-Attraktion. Die neue u.a. von Camerons AVATAR (USA, 2009) angeheizte 3D-Welle hat ihren Anteil daran, dass die Boxoffice-Einnahmen in den USA von 2008 auf 2009 von 9,6 auf 10,6 Milliarden US-Dollar anstiegen, um 2010 dieses Umsatzniveau mit einem Anteil von 21 Prozent durch D3D-Filme zu bestätigen (vgl. MPAA 2011, 5). Dass jedoch gerade D3D nicht darauf aus ist, dem

Kino einen Vorsprung gegenüber dem Home Entertainment zu bescheren, vielmehr als Technologiebrücke immer schon auf beide Märkte und künftig insbesondere auf Heimkino und Games zielt, war seit Beginn der neuen Welle klar.²

Das Kino als öffentlichen und dabei zugleich so intimen Erfahrungsraum gegen private, zersiedelte Monitore und Bildschirme zu verteidigen, ist eine Sache – eine, die uns noch einmal auffordert, über das Besondere des Kinos und das Ereignis des Kinofilms nachzudenken, und die dann auch noch zu der Frage führen müsste, welche Art von Kino zu stärken oder erst noch zu fordern wäre. Wenn es um »die Zukunft des Kinos« geht, sollte es auch darum gehen, was uns dieses Kino sein soll. Eine andere Sache aber ist der hier aus Liebe zum Kino gewählte Kontrast, und mir scheint das Problem dabei vor allem in der Instrumentalisierung zu liegen, die Luc Besson stellvertretend vorführt.

Im Bild der DVD als Postkarte wirkt der bekannte kulturpessimistische Reflex, neue Medien als Abklatsch oder unzureichende Folgeerscheinungen etablierter Traditionen und Technologien abzufertigen bzw. sie mit bewährten Kategorien in den Griff zu bekommen. So erging es u.a. dem Kinofilm zu Beginn des 20. Jahrhunderts, später dem Fernsehen, dann Video und unlängst Video- und Computerspielen. Doch gerade wenn die DVD als digital reproduziertes Erinnerungsbild schöner Kinostunden desavouiert wird, drängen sich zwangsläufig jene Fragen auf, die implizit ja schon beantwortet sein sollen. Das Lob der Differenz ist tückisch, weil die Forderung, sich gefälligst der Eigenständigkeit und spezifischen Qualität des Kinos zu erinnern, unweigerlich auch die Frage provoziert, was denn im Unterschied dazu die spezifische Qualität der DVD eigentlich ausmacht.

Bislang ist wenig in diese Richtung geforscht worden. Nicht viel hat sich an der

erstaunten Feststellung von James Bennet und Tom Brown (2008b, 8) geändert, das »Feld der Wissenschaft, das sich direkt der DVD widmet«, sei noch immer recht klein – von der Blu-ray ganz zu schweigen. Dieses Buch will das Feld erweitern, indem es die Ästhetik der DVD & Blu-ray und damit zugleich den Status des Films unter dem (Ein-) Druck »des Digitalen« untersucht, den ich hier mit dem Neologismus Digitalizität verhandeln und damit zugleich etwas auf Abstand halten möchte.

Ausgangspunkt meiner Analyse ist das, was auf bzw. durch DVDs erscheint. Weil Ästhetik und Dispositiv je voneinander abhängig sind, wie gerade die Begegnung mit der DVD vor Augen führt, kann aber die Frage nach dem, was an Bildern und Tönen auf bzw. durch DVD erscheint, nicht behandelt werden, ohne zugleich nach den Bedingungen zu fragen, unter denen hier etwas zum Erscheinen kommt. Jeder Vergleich zwischen Film im Kino und Film auf DVD fragt implizit nach dem jeweiligen Verhältnis von Ästhetik und Dispositiv, das ich für die DVD analysieren werde, um von dort aus die Folgen für Blu-ray zu diskutieren.

Die Bedingungen, die das Dispositiv bilden, sind vielfältig und können nicht allein aufs Apparative beschränkt werden. Ebensovienig geht es mir hier, wie die Geschichte des Dispositiv-Begriffs in der Film- und Medienwissenschaft vermuten lassen könnte, um die Definition einer spezifischen Wirkung, die etwa »der DVD-Effekt« heißen könnte. Worauf es mir stattdessen ankommt, ist eine Forschung zur Medienästhetik, die sich zugleich zu den Umständen verhält, unter denen das, was sich zeigt, Gegenstand der Wahrnehmung und auch der Analyse wird: eine Untersuchung existierender Angebote der DVD & Blu-ray, der daraus folgenden Nutzungsmöglichkeiten sowie ihrer mannigfaltigen Bedingungen.

Denk- und Schreibweisen

Es liegt nahe, eine Bedingung hier vor allen anderen zu berücksichtigen: das Adjektiv digital, das dem Akronym DVD das erste D gibt. Damit soll alles anfangen. Ein Problem der mit Digitalisierung befassten medientheoretischen Diskurse, darauf haben insbesondere Hartmut Winkler (1997, 55–72) und Markus Stauff (2004, 15–26) hingewiesen, liegt jedoch in der Nivellierung von Differenzen und Eigenheiten zugunsten einer Spezifik »des Digitalen«, die Einzelmedien übergreift. In letzter Konsequenz werden damit, wie Stauff betont, »mediale Differenzierungen irrelevant«, werden nur »als bloße Oberflächenphänomene, als Übergangszustand (vor der vollständigen Durchsetzung digitaler Logik) oder – in einer ideologiekritischen Wendung – als Verschleierung der zugrunde liegenden digitalen Prozesse thematisiert« (ebd., 19).

Vor allem das zweite und dritte Kapitel werden zeigen, dass es mir gerade um (Nutzungs-) Oberflächen geht: um das, was erscheint, wie es uns erscheint und was damit getan werden kann. Technische Grundlagen, Konsequenzen der Digitalisierung, sind dabei zweifellos ein bedingendes Element. Doch sie sind nur ein Teil dessen, was als DVD-Dispositiv zu befragen und historisch zu verfolgen ist. Digitale Technik ist hier nicht das zentrale Merkmal, sondern ein Moment der Bedingungen sowohl des Gegenstands als auch der Praxis meiner Forschung. Allerdings ist eben jener Aspekt, der technologische, auch deshalb ein besonderer, weil etliche Angebote der DVD darauf hin ausgerichtet sind, eine bestimmte Zugehörigkeit zu digitalen Medien zu demonstrieren. Darum interessiert mich »das Digitale« hier ganz besonders als diskursive und mythische Größe, die ich mithilfe der Begriffe Versatilität und Digitalität verhandeln werde. An-

statt die Digitalisierung als wesentliches und Einheit stiftendes Prinzip und als Ursprung von Macht zu denken, fragt mein Interesse am Verhältnis von Ästhetik und Dispositiv danach, wie durch die DVD Machtfragen buchstäblich ins Spiel kommen. Das Angebot der DVD, auf eine neue Weise über Filme zu verfügen, geht einher mit Restriktionen und Appellen, die beibringen, sich in bestimmte Ordnungen zu fügen, oder die dazu herausfordern, diese Ordnungen auszuhebeln. Wie hier die Möglichkeiten des Verfügens an die Aufforderung, sich zu fügen, gebunden sind, ist bislang kaum diskutiert, hat jedoch eine Menge mit dem Erfolg der DVD und ihren Folgen für die Blu-ray zu tun.

Ich werde folgendermaßen vorgehen: Das erste Kapitel erklärt, wie ich hier die Begriffe Ästhetik und Dispositiv verwende. Dazu blicke ich auf die Apparat- und Dispositiv-Diskussionen in der Film- und Medientheorie zurück und beziehe mich u.a. auf Martin Seels Beitrag zur Ästhetikforschung, indem ich, kurz gesagt, ästhetische Wahrnehmung als eine Konzentration auf sowohl das Erscheinen der Dinge als auch auf die Umstände der Wahrnehmung ihres Erscheinens verstehe. Hervorheben werde ich dabei die machtanalytischen Aspekte des Dispositiv-Begriffs und vor allem den Status der Versatilität als diskursives Element des DVD-Dispositivs.

Als nächsten Schritt widme ich mich ausführlich dem Spektrum der hier gefragten Erscheinungsformen und -weisen, den bislang existierenden Typen von DVD-Inhalten. Das zweite Kapitel ist eine Begegnung mit dem, was DVDs bieten: von den Menüs und Easter Eggs über den Hauptfilm³, Audio-kommentare, Deleted Scenes und Making-Ofs bis zu interaktiven Präsentationsmodi, Multi Angle und DVD-ROM-Features. Zu diesem wie auch zu allen weiteren Kapiteln gehören dabei stets Schlaglichter darauf, inwiefern die Blu-ray unter den verhandelten

Fragenstellungen als Nachfolgerin der DVD verstanden werden kann.

Im Anschluss daran beschreibt das dritte Kapitel das Prinzip der intermedialen Architektur, das die Ästhetik der DVD in mehr als einem Sinne auszeichnet. Wichtig hierfür wird die Auseinandersetzung mit DVD-Games in ihrem Verhältnis zu jenen Video- oder Computerspielen, die üblicherweise Gegenstand der Game Studies sind. Über den Vergleich mit anderen computerbasierten Medien wird die Räumlichkeit sowie die Intermedialität der DVD & Blu-ray verhandelbar – und inwiefern hier Interaktivität mit Digitalität zusammenhängt.

Diese Überlegungen führen mich im vierten Kapitel zu zwei größeren Zusammenhängen: Zum einen gehe ich über einen kleinen Umweg zu Themenparks und Imaginierung den filmhistorischen Hintergründen der intermedialen Architektur nach. Zum anderen bringe ich die DVD in Verbindung mit kulturellen und sozioökonomischen Kontexten, in die hinein die DVD wirkt und zu denen sie in einem wechselseitigen Einflussverhältnis steht. Ich folge damit der von Michel Foucault aufgeworfenen Frage nach den Dringlichkeiten, auf die Dispositive zu antworten versuchen.

Am Schluss stehen Überlegungen dazu, DVD & Blu-ray über das Verhältnis von Text und Paratext zu begreifen. Wichtig ist mir dieser letzte Punkt, weil er im film- und medienwissenschaftlichen Diskurs zur DVD in den letzten Jahren eine erstaunliche Prominenz gewonnen hat. Das Text/Paratext-Paradigma gibt mir zugleich Gelegenheit, meinen Ansatz und die damit gewonnenen Erkenntnisse und Fragen noch einmal abschließend zu überdenken.

Aber was heißt hier eigentlich DVD? Mir geht es um eine bestimmte Variante des DVD-Video-Formats, die ich hier der Einfachheit halber Film-DVD nenne: Film-DVD meint Kinofilm-Produktionen, die auf

DVD ausgewertet (und aufgewertet) und so bisweilen auch *direct to DVD* veröffentlicht werden. Indem ich die Film-DVD gegen andere DVD-Video-Sparten (wie z.B. Editionen zu TV-Serien, Pornos, Sportereignissen, Konzertaufzeichnungen etc.) abgrenze, beziehe ich mich auf jenen Ursprung der DVD im September 1994, als sich Columbia Pictures (Sony), Disney, MCA/Universal (Matsushita), MGM/UA, Paramount, Viacom und Warner Bros. (Time Warner) zusammenschlossen, um die Hollywood Digital Video Disc Advisory Group zu gründen. Deren Ziel war ein neues Video-Format, um nicht nur neue Filme, sondern auch und insbesondere ihre Klassiker und Archiv-Titel auf digitalen Trägern auszuwerten. Tatsächlich waren schon unter den ersten knapp 30 Kinofilmen, die im März 1997 in den USA auf DVD erschienen, nur elf Produktionen aus den Jahren 1995–97.

Wichtig ist mir diese Abgrenzung vor allem deshalb, weil sich sowohl die historische Entwicklung als auch die auf den jeweiligen DVD-Video-Sparten gegebenen Angebote von denen der Film-DVD, um die es mir geht, stark unterscheiden. Die Geschichte der DVD-Editionen zu Fernsehserien, die seit 2000 einen eigenen, höchst einträglichen Wirtschaftszweig darstellen und aufgrund neuer Erscheinungs- und Nutzungsformen dazu beigetragen haben, einen neuen Typus und eine neue Ästhetik von TV-Serien durchzusetzen, die wiederum starken Einfluss auf das Kino haben, ist dafür ein gutes Beispiel. Das wäre eigenes Kapitel der Mediengeschichte.⁴ Wenn also im Folgenden nicht explizit von anderen Sparten, von DVD-ROM oder von DVD-Audio die Rede ist, so ist mit DVD stets die Film-DVD gemeint.

Wie aber kann davon konkret gesprochen und geschrieben werden? Weil auf/durch DVDs zugängliche Inhalte hier eine große Rolle spielen werden und diese von Disc zu Disc variieren, wird die lästige Frage der Zi-

Einleitung: Eine Postkarte aus dem Kino

tierweise dieser DVD-Titel heikel. Welche Angaben reichen, um DVDs zu identifizieren? Die von Warner Home Video 1999 in den USA veröffentlichte Edition zu *THE MATRIX* z.B. hat anderes (vor allem: weniger) zu bieten als jene DVD, die Warner Home Video im selben Jahr in Deutschland zu *MATRIX* herausbrachte. Hier könnte die Differenz noch über den leicht veränderten Verleihtitel des Films markiert werden. James Bennet und Tom Brown (2008b, 16) haben vorgeschlagen, die erste Nennung eines Films mit den »normalen Zitatangaben wie z.B. *THE LION KING* (Allers und Minkoff 1994)« zu versehen und zusätzlich dort, wo »die DVD mit demselben Titel« diskutiert wird, auch das Jahr der DVD-Veröffentlichung – z.B. »*THE LION KING* (1994 [2003])« – mit anzugeben. Schwierig wird eine Beschränkung auf Jahreszahlen jedoch, wenn – wie z.B. bei einem anderen Animations-Blockbuster *ICE AGE: THE MELTDOWN* (*ICE AGE 2 – JETZT TAUT'S*, USA, 2006, Carlos Saldanha) – in einem Jahr zu einem Filmtitel mehrere DVD-Editionen mit je verschiedenen Inhalten angeboten werden. 2007 brachte 20th Century Fox Home Entertainment in Deutschland drei DVDs heraus: zunächst *ICE AGE 2 – JETZT TAUT'S*, dann eine *COOL'N CLEVER-EDITION* mit einem mehr Zusatzmaterial und schließlich die *SPECIAL EDITION* mit weiteren Extras. Ich werde darum zum Filmtitel stets den Titel der Edition (*SPECIAL*, *LIMITED*, *COLLECTOR'S* etc.) nennen, so wie er auf dem DVD-Cover angegeben ist, und bei der ersten Nennung in Klammern dahinter das veröffentlichende Studio sowie das Erscheinungsjahr. Blu-ray Discs (BDs) werde ich als solche hervorheben und ansonsten ebenso verfahren.

Diese vielleicht etwas umständliche Schreibweise ist die Folge meiner Neugier und Anerkennung dieser trotz aller industriellen wie intermedialen Abhängigkeiten und Verbindungen eigenständigen Medien.

DVDs & BDs sind mehr als nur Distributionskanäle für das Nachleben eines Kinofilms; sie stellen uns vor neue Herausforderungen. In seiner *Theorie des Films* hat Siegfried Kraucauer (1996, 400) den französischen Philosophen Lucien Sève aus dem Jahr 1947 mit den Worten zitiert, das Kino verlange »vom Zuschauer eine neue Form von Aktivität: sein durchdringendes Auge muß sich vom Körper zum Geist bewegen«. 50 Jahre später ist mit dem Aufkommen der DVD wiederum eine eigentümliche Anstrengung gefragt. Und ganz gleich, ob dieses technische Medium in ein paar Jahren marginalisiert oder verschwunden sein wird oder auch nicht, stellt sich die Frage, was es damit auf sich hat. Insbesondere darum, weil die Ästhetik der DVD Zeugnis einer Entwicklung ist, die nichts Geringeres als den Versuch unternimmt, Film mit dem zu versöhnen oder besser: zu verbinden, was als Kern der attestierten digitalen Revolution angenommen wird. Die DVD gibt uns somit über beide Seiten Auskunft: sowohl über der Status »des Digitalen« als auch den Status »des Films« im sogenannten digitalen Zeitalter.

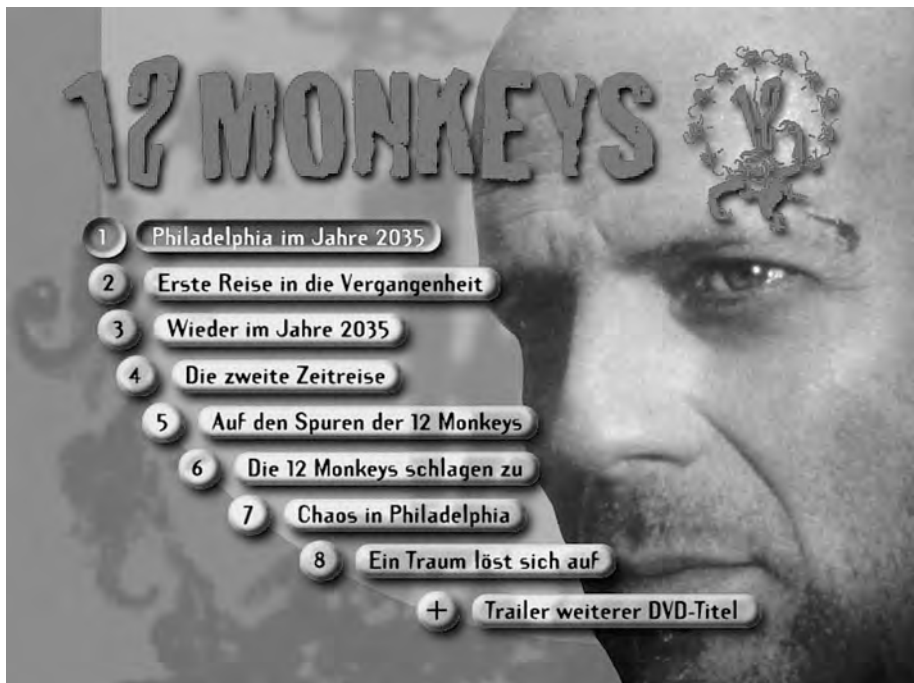
Eine neue Form von Aktivität

Als *12 MONKEYS* (Concorde Video, 1998) im Juni 1998 in den deutschen Handel kam – die Neuauflage der ersten DVD in Europa, die Anfang 1997 in geringer Stückzahl veröffentlicht worden war – präsentierte sie nach dem Einlegen in einen DVD-Player nicht den versprochenen Film.⁵ Stattdessen erschien auf dem Fernsehschirm nach dem Concorde-Logo und einem längeren Hinweis zur FSK-Freigabe ein stilles, unbewegtes Menü, in dem kein »Play«- oder »Film starten«-Button auftauchte, wohl aber unter dem Titel des Films acht weitere Titel. Dass es sich dabei um Kapitelüberschriften

handelte, die mit der DVD-Fernbedienung annavigiert werden können, und mit der Auswahl des ersten Kapitels zugleich der Film zu starten war, musste ich durch Ausprobieren herausbekommen.

Ich hätte allerdings auch im beigelegten DVD-Booklet nachlesen können. Dort nämlich stand auf Seite 3 unter der in Versalien gesetzten Überschrift »Die DVD macht Sie interaktiv!«: »Legen Sie die DVD in das Laufwerk ein, starten sie mit Play und nach dem Concorde-Jingle gelangen Sie in das Hauptmenü. Jetzt können sie 12 MONKEYS mit Play [d.h. mit der Play-/Enter-Taste der DVD-Fernbedienung, JD] starten. Sie können aber auch mit den Pfeil- oder Nummern-tasten ihrer Fernbedienung das gewünschte Kapitel anwählen und dann starten. Es läuft dann bis zum Ende des Films durch.«

Es tut sich hier nichts, wenn nicht wir etwas tun. Das Beispiel aus der Frühzeit der DVD steht exemplarisch für die Aufforderung dieses Mediums, zu ihm eine Beziehung einzugehen, mit ihm etwas anzufangen. *Das flexible Kino* wird das auf unterschiedlichen Ebenen tun. Ohne das Nachfolgeformat, die im Juni 2006 eingeführte Blu-ray Disc, auszublenden, liegt der Schwerpunkt dabei auf der DVD. Viele meiner Fragen und Überlegungen zur DVD gelten ebenso für die Blu-ray-Technologie – Differenzen in Erscheinungsformen, Bedingungen und Konsequenzen werden anhand von konkreten Beispielen deutlich werden. Die (handels-)üblicherweise fünfmal größere Speicherkapazität der BD gegenüber der DVD, die damit möglichen High Definition- und D3D-Filme im Home Entertainment und



»Diese DVD macht Sie interaktiv!«: Start-Menü von 12 MONKEYS (Concorde Video, 1998)

Einleitung: Eine Postkarte aus dem Kino

die »Erweiterung der Interaktionsangebote« (Stapelkamp 2007, 36) dank der Programmiersprache Java, BD-Java,⁶ bilden dabei die wichtigsten Unterschiede. Vermarktet werden diese jedoch weniger als Differenz im Sinne von Unstimmig- oder Unvergleichbarkeit, sondern als Optimierung gesetzter Standards. Ein 2011 von Universal Studios Home Entertainment veröffentlichter Werbetrailer für Blu-ray (»Unleash the power of your HDTV«) setzt beispielhaft auf die Steigerung dessen, mit dem die Mehrheit 2011 noch immer zufrieden zu sein scheint: die Bild-, Ton- und Interaktions-Angebote der DVD.

Blu-ray + DVD+ Digital Copy (20th Century Fox Home Entertainment, 2011) oder TRANSFORMERS 3 – DARK OF THE MOON. Blu-ray + DVD+ Digital Copy (Paramount Home Entertainment, 2011).⁷

DVD & Blu-ray stehen seit 2006 nebeneinander in der Produktpalette der Medienkonzerne. Ihre Beziehung ist (noch) keine des Ausschlusses, sondern einer strategischen Optimierung und Wiederauffüllung, die auch und insbesondere die Interessen der produzierenden und Rechte reklamierenden Industrie betrifft. Die im Untertitel dieses Buches und in den folgenden Kapiteln benutzte typographische Verbindung,



Verhältnisse 2011: Der Universal Blu-ray-Trailer von 20th Century Fox und die BD X-MEN – ERSTE ENTSCHEIDUNG. Blu-ray + DVD + Digital Copy

Der Erfolg der DVD ist die Bühne, auf der die Blu-ray sich als verbesserte Nachfolgerin präsentiert. Ihre Nähe zur DVD (ganz im Unterschied etwa zum Verhältnis LP und CD oder VHS und DVD) nimmt auch durch die seit 2010 verbreitete Strategie Gestalt an, in Blu-ray-Editionen auch noch eine DVD mitzuliefern; wie z.B. bei X-MEN – ERSTE ENTSCHEIDUNG. Blu-ray + DVD+ Digital Copy (20th Century Fox Home Entertainment, 2011), TRUE GRIT. Blu-ray + DVD+ Digital Copy (Paramount Home Entertainment, 2011), BLACK SWAN.

das kaufmännische Und, soll diesem Charakter der Beziehung zwischen DVD & Blu-ray ein Zeichen geben. So wie beide Medien als Produkte die Ergebnisse von Konsortien und Kooperationen unterschiedlicher Industrien sind, bilden sie als Dispositive eine Art Zweckverband, dessen Bedingungen und Wirkungen uns betreffen. □

Anmerkungen

- 1 Englische Zitate werden von mir ins Deutsche übersetzt, sofern es sich nicht um einzelne Begriffe oder um Slogans handelt, die

- z.B. in DVD- & Blu-ray-Menüs, auf dem Cover oder in ähnlichen Kontexten auftauchen. Sowohl PR-Material und Pressemitteilungen als auch direkte Ansprachen auf DVD & Blu-ray wie Grußworte oder Einführungen und auch Audiokommentare werden, sofern keine Übersetzungen in Form von Untertiteln vorliegen, ebensowenig übersetzt wie Einträge in Internet-Foren und Blogs.
- 2 Zum D3D-Phänomen vgl. Distelmeyer/Andergassen/Werdich 2012.
 - 3 Auch wenn der Begriff des Hauptfilms aus unterschiedlichen Gründen problematisch ist, die ich später noch ausführlich u.a. hinsichtlich der impliziten Stabilität »des Films« und der diskussionswürdigen Priorisierung eines Teils des DVD-Programms erörtern werde, verzichte ich hier und im Folgenden zugunsten der Lesbarkeit darauf, diesen Begriff in Anführungszeichen zu setzen. Meine Skepsis gegenüber der Kategorie des Hauptfilms wird dadurch nicht geringer.
 - 4 Vgl. dazu Kompare 2006, 335–360 und Walters 2008, 63–80.
 - 5 Ich danke Aleksander Grcko, dem früheren Product Manager bei Concorde, für die großzügige Unterstützung bei der Recherche.
 - 6 Eine Folge davon ist die weithin und vor allem bei der Menü-Gestaltung genutzte Möglichkeit, über den laufenden Film »in einer zusätzlichen Ebene« (Stapelkamp 2007, 36) Grafiken, Texte oder andere Filme darzustellen. Vgl. dazu das Kapitel »Menüs – das Interface (als Inhalt)«.
 - 7 Zur Funktion von »Digital Copy« vgl. das Kapitel »Piraten! Funktionelle Überdeterminierung und strategische Wiederauffüllung«.

Auszug aus: Jan Distelmeyer:

Das flexible Kino. Ästhetik und Dispositiv der DVD & Blu-ray

© Bertz + Fischer Verlag. ISBN 978-3-86505-217-9

<http://www.bertz-fischer.de/flexiblekino.html>